证券代码:002468 证券简称:申通快递 公告编号:2019-021

申通快递股份有限公司

2018 年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因

声明

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 □ 不适用

是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以1,530,802,166 为基数,向全体股东每10股派发现金红利5.00元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本。

董事会公决以通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 √ 不适用

二、公司基本情况

1.公司简介

股票简称	申通快递	股票代码	002468
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	陈泉	余忠强	
办公地址	上海市青浦区重固镇老青公路6698弄25号	上海市青浦区重固镇老青公路6698弄25号	
电话	021-60376669	021-60376669	
电子信箱	ir@sto.cn	ir@sto.cn	

2.报告期主要业务或产品简介

(一)公司从事的主要业务

申通快递品牌创立于1993年,公司一直致力于民族品牌的建设和发展,经过二十五年的持续发展,申通快递已经在全国范围内形成了完善、流畅的快递运营网络。未来,申通快递将继续以快递业务为基础,在深耕主业的基础上,通过打通上下游产业链,从而构建快递、国际、金融、数据和供应链等业务板块,实现公司多元化的战略布局,为申通快递注入发展的新动能,最终将申通快递打造成以快递业务为核心的国际化综合物流服务集团企业。

(二)公司主要的业务产品

公司目前的主要业务为快递业务,快递业务的产品分为三类,一是标准快递业务产品:汽运时效产品,包括限时通、当日通、次晨通、24小时件、48小时件等;航空时效产品,包括重点城市间24小时件;二是增值服务产品:推出承诺达、代收货款等,三是快递辅料产品,提供信封、文件袋、纸箱等快递包装物。

在国际业务产品方面,目前主要有国际小包、国际邮政包裹、海外仓等业务,目前公司的国际业务服务地区已经覆盖美国、澳大利亚、俄罗斯、英国、日本、韩国等25个国家和地区。

在仓储业务产品方面,公司致力于成为专业的第三方仓储物流供应链服务商,专注为电子商务行业提供仓储、包装及配送管理一站式服务。目前,公司仓储业务的主要服务对象为电子商务经营中有仓储、加工、配送需求的商家,其中包含但不限于电子商务中平台类企业、平台内运营商家及独立B2C企业等。

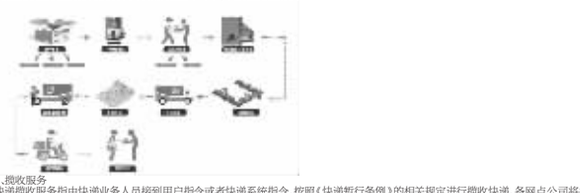
在冷链业务产品方面,公司主要提供冷藏、冷冻仓储并提供冷链当日配、次日配、隔日配等供应链服务,冷链成为公司重要的战略发展布局之一,2018年1月,公司全资参公司上海申雪供应链管理有限公司正式成为“上海市物流协会会员企业”。

(三)公司的经营模式

公司主要采用“中转直营、网点加盟”的经营模式。中转直营主要指核心转运中心实行直营化,由于转运中心在区域上处于核心的枢纽位置,在业务流程上也处于关键的环节,因此转运中心的运营对公司而言意义重大。过去,加盟的转运中心存在管理缺位、运营不佳、资金不足等情况,在产能利用及中转效率上难以得到有效提升。2018年,公司大力推进核心转运中心直营化步伐,累计使用了约15亿元收购15个核心城市的转运中心,收购完成后公司通过精益管理、改善运营、提升产能、升级设备等举措大力推动转运中心现代化改造,取得了积极性的效果;网点加盟主要指末端网点采用加盟模式,加盟模式有利于网络快速布局,并以此不断提升公司业务的区域覆盖率,总部在平衡网点利益分配的基础上因地区地施策,充分调动末端网点的积极性和能动性,有效提升了公司的业务量及服务质量。

(四)快递服务业务流程

快递服务业务主要分为揽收、中转和派送三个环节,以及全流程的快件信息服务。



1.揽收服务

快递揽收服务指快递业务人员按到用户出指令或者快递系统指令,按照《快递暂行条例》的相关规定进行揽收快递,各网点公司将揽收后的快递按时按规定快递公司转运中心,从而完成网点公司的揽收服务流程。

(1)上门揽收

用户可以通过官方电话、官方网站、官方APP、官方微信及合作电商平台等多种方式向快递公司发出快递寄送件指令,快递公司系统接收到指令后,通过系统分配至用户所在区域的快递服务网点公司,并由网点公司安排业务人员上门收取快件。

上门揽收过程中,根据国务发[2018]53号文件的《快递暂行条例》规定,用户填写快递运单前,公司业务人员会提醒其阅读快递服务合同条款、遵守禁止寄递和限制寄递物品的有关规定,告知其相关权利和保险服务项目。同时,公司业务人员将根据规定对用户身份进行实名制身份查验,并登记身份信息,用户拒绝提供身份信息或者提供身份信息不实的,公司将不会进行揽收操作。

(2)运送至转运中心

公司业务人员完成快递揽收流程后,将会按照规定及时将快递信息录入系统,并将快递汇集至所在网点公司,由网点公司根据时效要求及时将快递运送至所在区域的转运中心。

2.中转服务

快递中转服务指用户的快递到达快递公司转运中心后,转运中心通过自动化分拣系统进行分拣、称重、扫描并转运至用户寄送目的地所属转运中心的过程。

(1)分拣作业

转运中心收取网点公司揽收的快件后,将根据快件目的地,依照时城、异地确定中转路由,并通过自动化分拣系统进行分拣、称重、扫描,打包等操作,逐步将各路由快递进行整理打包并发出。

(2)中转运输

转运中心将确定路由的打包异地快件发出快递公司运输车队或航空代理公司,通过陆运或航空渠道运送至目的地转运中心。如为同一转运中心所辖地的快件,转运中心将交由本地网点公司运输车辆运送至目的地网点。

3.派送服务

快递派送服务指加盟商网点公司从转运中心接收到快件,并安排快递业务人员负责将快件派送至用户并做相应的交接和结算的过程。

(1)从转运中心接收快递

网点公司会在规定的时间内按时到转运中心接收用户的快递,并统一运送至网点公司并进行后续派送。

(2)派送至用户

网点公司的快递业务人员将快件派送至用户手中,并做相应的交接和结算。

4.快件信息服务流程

快件信息服务主要是由快递公司通过快递面单等采集客户信息后,经快递电子信息系统提供全流程的定位和查询服务,用户寄出快递后,通过快递面单上的单号,用户可以在公司官网、官方APP、官方微信、官方支付宝小程序等渠道查询快递的状态。在快递快件的收取、中转、派送环节,面单条码被依次扫描登记,用户可以根据快递单号,通过网站、移动终端APP等途径查询快件的实时状态。

(五)公司主要的业绩驱动因素

1.政策红利持续驱动

2018年1月2日,国务院办公厅印发1号文《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》,从制度创新、规划引领、规范监管、服务创新、标准化、智能化、绿色理念等六个方面提出了18条具体要求,明确责任部门,加强执行力度。《意见》提出引导电商平台逐步实现商品定价与快递服务定价相分离,将快递选择权从商家转向消费者,快递服务体验将成为消费者选择的重要标准,未来需要差异化多样化的快递服务来满足消费者个性化的需求。首次明确物流枢纽体系、城市配送网络分服务所的公共属性,并规划快递服务车辆统一标识管理,从政策层面为行业有序健康发展保驾护航。《意见》提出引导电商平台、快递企业、物流园区、配送站等设施资源共享,并建立全国统一的物流信息共享制度等。

2018年2月4日,新华社发权发布《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》(以下简称中央一号文件),中央一号文件明确提出,要“构建农村一二三产业融合发展体系”,“重点解决农产品销售中间环节长出问题,加强农产品产后分级、包装、营销,建设现代化农产品冷链仓储物流体系,打造农产品品牌价值,实施农村电商工程,实施数字乡村战略,加强农业农村大数据应用,推进农业农村电子政务工程和信息化工程”。中央一号文件明确提出,国家将建设现代化物流体系,打造现代化农产品冷链仓储物流体系,从而进行多元化战略布局,为公司主大发展的新动能,最终将申通快递打造成以快递业务为核心的国际化综合物流服务集团企业。

(六)公司主要的业绩驱动因素

1.政策红利持续驱动

2018年1月2日,国务院办公厅印发1号文《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》,从制度创新、规划引领、规范监管、服务创新、标准化、智能化、绿色理念等六个方面提出了18条具体要求,明确责任部门,加强执行力度。《意见》提出引导电商平台逐步实现商品定价与快递服务定价相分离,将快递选择权从商家转向消费者,快递服务体验将成为消费者选择的重要标准,未来需要差异化多样化的快递服务来满足消费者个性化的需求。首次明确物流枢纽体系、城市配送网络分服务所的公共属性,并规划快递服务车辆统一标识管理,从政策层面为行业有序健康发展保驾护航。《意见》提出引导电商平台、快递企业、物流园区、配送站等设施资源共享,并建立全国统一的物流信息共享制度等。

2018年2月4日,新华社发权发布《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》(以下简称中央一号文件)。中央一号文件明确提出,要“构建农村一二三产业融合发展体系”,“重点解决农产品销售中间环节长出问题,加强农产品产后分级、包装、营销,建设现代化农产品冷链仓储物流体系,打造农产品品牌价值,实施农村电商工程,实施数字乡村战略,加强农业农村大数据应用,推进农业农村电子政务工程和信息化工程”。中央一号文件明确提出,国家将建设现代化物流体系,打造现代化农产品冷链仓储物流体系,从而进行多元化战略布局,为公司主大发展的新动能,最终将申通快递打造成以快递业务为核心的国际化综合物流服务集团企业。

2018年2月4日,国务院印发《关于推进乡村振兴战略的意见》,从制度创新、规划引领、规范监管、服务创新、标准化、智能化、绿色理念等六个方面提出了18条具体要求,明确责任部门,加强执行力度。《意见》提出引导电商平台逐步实现商品定价与快递服务定价相分离,将快递选择权从商家转向消费者,快递服务体验将成为消费者选择的重要标准,未来需要差异化多样化的快递服务来满足消费者个性化的需求。首次明确物流枢纽体系、城市配送网络分服务所的公共属性,并规划快递服务车辆统一标识管理,从政策层面为行业有序健康发展保驾护航。《意见》提出引导电商平台、快递企业、物流园区、配送站等设施资源共享,并建立全国统一的物流信息共享制度等。

2018年3月2日,国务院总理李克强签署国务院令,公布《快递暂行条例》(以下简称《条例》),自2018年5月1日起施行。《条例》以促进快递业持续健康发展为宗旨,规定了一系列保障行业发展的制度措施,包括经营快递业务的企业及其分支机构开办快递末端网点,按要求备案后无需办理营业执照;县级以上地方人民政府应当将快递业发展纳入本级国民经济和社会发展规划,统筹考虑快件大型集散、分拣等基础设施用地的需要;县级以上地方人民政府公安、交通运输等部门和邮政管理部门建立健全快递运输保障机制,依法保障快递服务车辆通行和临时停靠的权利;企业事业单位、住宅小区管理单位应当采取多种方式为开展快递服务提供必要的便利;支持在大型车站、码头、机场等交通枢纽配套建设快件运输通道和接驳场所;鼓励经营快递业务的企业依法开展进出境快递业务,支持在重点口岸建设进出境快件处理中心,在境外依法开办快递服务机构并设置快件处理场所;海关、出入境检验检疫、邮政管理等部门应当建立协作机制,完善进出境快件处理,推动实现便捷通关等。

2.电子商务带动快递行业增长

2018年,全国网上零售额90.065亿元,比上年增长23.9%。其中,实物商品网上零售额70.198亿元,增长25.4%,增速较去年同期放缓2.6%,虽然增速有所放缓,但是依旧保持较高的增长速度,同时实物商品网上零售额占社零总额的比重为18.4%,占比较去年同期提升3.4%,线上交易渠道继续持压线下交易份额,从而继续驱动电商快递的快递发展。

电商平台方面,拼多多2018年GMV达4,716亿元,同比增长234%,全年拼多多订单数111亿笔,同比增长158%,平台日均订单量从2017年的1,180万单/日增长至2018年的3,040万单/日,拼多多近年产生的快递总件量行业占比达21%,环比去年的拼多多平台占比提升约10%以上,可见拼多多等新型电商平台将为行业贡献较大的业务增量。

3.快递行业集中度显著提升

根据国家邮政局关于2018年邮政行业运行情况的通报显示,快递与包裹服务品牌集中度指数CR8达到81.2,行业集中度指数维持高位;通过一线上市快递企业财务数据的信息披露,CR6自上市以来快递业于CR8的同比增速高于CR8的同比增速,市场份额及要素加速向一线上市的快递企业集中,二三线快递企业的市场份额逐步降低,行业马太效应表现地愈加明显。

4.科技化投入降本增效

在科技投入方面,公司持续加大对技改及设备的投入,申通快递“小黄人”自动化分拣设备频频出现在中央电视台等主流新闻媒体,目前公司已经在浙江义乌、山东临沂、河南郑州等地推行自动化分拣设备,经公司测算,自动化分拣设备的投入预计可以节约70%的人工成本,进一步降低人力成本消耗,提高分拣作业效率。为了配合自动化分拣投入使用,公司还逐步提升电子面单的使用率,目前全网电子面单的使用率已经提升至99%,大大提升了自动化分拣的效率,降低了公司的面单成本;在系统对接上,信息技术部门进一步优化清源系统对自动化分拣等程序的处理能力,在此基础上进一步打通与时效管理平台、运输管理平台、数据中心等核心系统的联系,在移动终端上,公司官网嵌入开发了“熙翼计划”移动业务终端,目前已实现超56个业务模块,195个功能点,移动终端的投入使用有助于帮助网点和总部提高运营管理能力,为打造“科技申通”奠定坚实基础。

5.时效与服务质量并升

申通快递在引进及培养各类高素质人才的同时,积极推动公司内部改革,建立精细化管理体系,从组织上保证管理体系高效,稳定,适应市场需求,我们打破了过去各自为政的组织模式,实现了扁平化管理,以市场为导向,倒逼服务、质量优先原则,设立了战略发展研究中心、运营规划部门、质量控制等部门,建立了以结果为导向的快递联动机制,快递企业年有效率诉案和三大件比率稳步下降,快递次日达、隔日达等产品的服务时效稳步提升,总体服务质量得到电商平台及广大消费者认可。

2.行业展望

经上所述,国内快递行业发展迅速,市场需求旺盛,具有良好的发展前景,随着我国经济社会发展水平不断提高,在国内快递市场政策法规日趋完善,经济总量持续增长及产业结构不断优化、网络零售快递发展以及消费者消费习惯转变、快递行业技术不断进步等诸多因素的驱动下,国内快递行业正在来发展迅猛。

(六)快递服务行业的发展情况及公司所处的行业地位等

1.快递行业发展情况

中国的快递行业产生于改革开放初期,至今仅有30多年的历史。1985年,中国邮政成立了经营速递业务的企业——中国速递服务公司(EMS),成为唯一从事国内快递业务的企业。随后其他国际快递巨头,如DHL,TNT,FedEx及UPS等物流物通过合资、委托代理等方式进入中国。但随着市场经济进一步发展,为满足人民日益增长的业务需求,民营快递企业迅速崛起。1993年,顺丰速运和申通快递分别在珠三角、长三角成立,1994年初,老板试在北京成立。民营快递企业市场地位日益巩固,已经成为中国快递业的重要组成部分。

2017年2月13日,国家邮政局发布了《快递发展“十三五”规划》(以下简称《规划》),《规划》明确了“十三五”时期我国快递业发展的总体目标:到2020年,基本建成普惠城乡、技术先进、服务优质、安全高效、绿色节能的快递服务体系,形成覆盖全国、联通国际的服务网络。同时《规划》布置了七项任务和九大工程。七项任务中,首当其冲的就是:积极打造“快递航母”,到2020年,形成3-4家年业务量超百亿件或年业务收入超千亿元的快递企业集团,培育2个以上具有国际竞争力和比较好营销度的世界知名快递品牌。

2018年,快递业务量增速稳步至26.6%,全年快递业务量累计完成507.1亿件,同比增长26.6%,累计来看,2010-2018年全国快递业务量复合增速高达46.89%,快递业务量从2010年的23.4亿件增长至2018年的507.1亿件,8年内翻了21倍,行业整体表现出较强的增长韧性,从趋势来看,快递行业以具备高成长性、高度2C的属性下,行业依旧高景气。

2.快递行业的发展特点

快递行业具有明显的区域性特征,中下区域经济发展水平存在差距,总体看来,快递业务主要集中于东部地区,中西部差距明显,但是中西部地区仍存在较大的发展潜力。根据国家邮政局公布的统计数据,2018年,东、中、西部地区快递业务量比重分别为79.9%,12.3%和7.8%,业务收入比重分别为80%,11.2%和8.8%。与去年同期相比,东部地区快递业务量比重下降1.2个百分点,快递业务收入比重下降0.9个百分点;中部地区快递业务量比重上升0.7百分点,快递业务收入比重上升0.4个百分点;西部地区快递业务量比重和快递业务收入比重均上升0.5个百分点。

快递行业具有较强的季节性特征。节日消费的季节性高峰以及每年第四季度社会贸易和运输业务高峰,形成快递业务需求的旺季,对快递企业的峰值处理和投递能力提出了较高的要求。根据国家邮政局的统计数据,2018年第四季度全国快递业务量的完成19.7亿件,占全年比重达31.49%,为全年最高,日均快件处理量接近1.74亿件,全年日均快件处理量的为1.4亿件,“双十一”期间,仅双十一当天快递业务处理量就超过了4亿件,不同月份间业务量差距较大,季节性波动特征明显。

快递业与相关产业具有明显的关联性,在产业链中,快递企业是产业链条的重要环节,从纵向链条看,作为快递企业的供应商,交通运输条件、现代科学技术的应用以及自动化、智能化装备对快递业的发展产生着最实最直要的影响;从横向链条来看,快递企业通过网络配送、信息交换、交易结算等关联关系把快递业务原和最终消费者链接起来;伴随着新的商务模式的出现,以及先进制造业、现代农业等产业的兴起,电子商务、新零售、农业与快递业的协同联动发展成为影响产业持续发展的关键因素。

多元主体进军快递市场使得行业竞争激烈,快递企业依托网络发展的产业,进入门槛低,“四通一达”等品牌企业以加盟的创新模式,基于低成本优势,在短时间内迅速扩大了网络。电子商务、物流企业等以及社会资本正在加速进入快递服务领域,京东、苏宁、世纪卓越、益安多、凡客诚品、易迅等电商企业,中快快运、东航快递、德邦物流等物流企业以及准经营国内快递业务,联邦快递、联合包裹、雅玛多(中国)运输有限公司等国外快递企业,以及顺丰速运(上海)有限公司、嘉里大通物流有限公司等区外资快递企业经营国内包裹快递业务。新的市场主体不断涌入,极大地加剧了市场竞争。

3.公司所处的行业地位

申通快递初创于1993年,是一家以快递为主业,集冷链、仓储等业务于一体的国内知名快递物流企业。经过26年的持续健康发展,公司已经在全国范围内形成了完善、流畅的快递运营网络。未来,申通快递将继续以快递为基础,在深耕主业的基础上,打通上下游,发展快递、国际、金融、数据和供应链等业务板块,从而进行多元化战略布局,为公司注入发展的新动能,不断夯实公司的行业领先地位。

2018年,在公司业务量方面,申通快递完成业务量约51.12亿件,同比增长93.13%,包括完成量占全国总量的10.1%;在服务质量方面,申通快递上半年有效申诉率呈现逐月快速下降趋势,自3月份开始,每月低于全国快递服务有效申诉率平均水平,同时公司菜鸟指数稳步提升,连续8个月排名前三,其中,菜鸟指数作为国内最具权威性的物流服务质量指标,是国内电商平台淘宝、京东、拼多多等电商平台开展合作,通过与电商商家、大数量快递需求行业深度结合,创新了派送模式,进一步拓宽了业务受想和覆盖面,快递拥吃派送数量,品牌影响力得到了进一步提升。

3.主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位:人民币元

	2018年	2017年	本年比上年增减	2016年
营业收入	17,013,003,445.76	12,657,241,388.43	34.41%	9,880,671,262.51
归属于上市公司股东的净利润	2,049,188,973.27	1,487,836,151.14	37.73%	1,261,649,587.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,720,468,832.56	1,386,336,859.13	24.12%	1,182,850,718.32
经营活动产生的现金流量净额	2,602,474,573.89	2,008,042,353.35	24.06%	1,820,288,647.11
基本每股收益(元/股)	1.34	0.97	38.14%	1.23
稀释每股收益(元/股)	1.34	0.97	38.14%	1.23
加权平均净资产收益率	26.29%	24.06%	2.34%	19.26%
	2018年末	2017年末	本年末比上年末增减	2016年末
资产总额	11,865,724,097.93	8,809,008,374.28	34.70%	7,964,431,743.82
归属于上市公司股东的净资产	8,502,309,643.78	6,752,779,278.03	25.91%	5,441,735,600.24

(2)分季度主要会计数据

单位:人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	2,906,835,146.84	3,736,370,947.54	4,461,116,810.57	5,909,680,540.81
归属于上市公司股东的净利润	378,060,788.08	489,434,338.14	743,150,994.57	438,542,856.48
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	336,282,398.19	493,474,529.12	436,006,776.89	454,895,118.36
经营活动产生的现金流量净额	-374,430,714.11	731,113,442.06	733,263,130.63	1,512,728,715.32

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4.股本及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	31,776	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	46,480	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前10名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
上海德殷投资控股有限公司	境内非国有法人	53.76%	822,884,966	822,884,966	质押	315,928,886	
南通弘石投资有限公司	境内非国有法人	5.85%	89,500,000		质押	22,700,000	
陈德军	境内自然人	3.38%	51,675,345	43,424,223			
谢勇	境内自然人	2.90%	44,430,919	44,430,919	质押	44,430,919	
陈小英	境内自然人	2.85%	40,568,472	40,568,472	质押	21,357,793	
上海善石德隆投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	2.58%	39,561,777	39,561,777			
宁波艾埃股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	2.53%	38,716,981	38,716,981	质押	38,716,981	
西藏太和先机投资管理有限公司	境内非国有法人	2.50%	38,344,491	38,344,491	质押	38,344,491	
宁波旗帜投资有限公司	境内非国有法人	2.00%	30,668,289	30,668,289	质押	30,668,289	
上海基金一兴金程行一上银基金财富06号资产管理计划	境内非国有法人	1.99%	30,432,136	30,432,136			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前10名普通股股东中,上海德殷投资控股有限公司、陈德军、陈小英三者之间构成一致行动关系,南通弘石投资有限公司、宁波艾埃股权投资合伙企业(有限合伙)、宁波旗帜投资有限公司三者之间构成一致行动关系,谢勇、西藏太和先机投资管理有限公司二者之间构成一致行动关系,以上一致行动人属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人关系。						
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无						

(2)公司优先发股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5.报告期内股份被质押、冻结或发生涉及股东争议事项的情况

□ 适用 √ 不适用

6.公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1.报告期经营情况

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

参照旅游

快递服务业

2018年,申通快递在国家及行业主管部门的领导下,根据《邮政业发展“十三五”规划》、《申通快递五年发展战略规划》及《申通快递三年行动计划》的总体安排和要求,以“用心成就你我”的服务理念,以“团结、务实、开拓、创新”的企业精神,以“质量年”作为工作重心,全方位强化总部对省区的质量管理、省区对网点的质量管理和省区对转运中心的质量管理、转运中心对网点的质量管理;继续加大基础建设投资和改造力度,推进仓储向智能化、分拣向自动化转变,打造“千万级”科技化运营平台;不断加强全网车辆资源的统一调度与商务,对中转场地进行标准化改造,实现干线运输、支线运输、末端收派多网络的统一调度管理,实现网络的健康、稳定发可持续发展;继续做好快递时效提升工作,降低邮政有效申诉率及三件投诉率,彻底扭转服务质量落后局面;继续加大市场营销力度,扩大业务好多元化产品融合发展,不断提升公司的市场占有份额。

经过全体员工的共同努力,2018年,申通快递完成业务量约51.12亿件,同比增长约31.13%,包括完成重点全国总量的10.1%;公司实现营业收入1,701,300.34万元,较去年同期增长34.41%;实现利润总额34,247.35万元,较去年同期增长37.73%;公司实现归属于上市公司股东的净利润204,918.90万元,较去年同期增长37.73%,原因主要系快递业务量的增长和优化成本控制导致利润相应增加。

(一)继续推进中转场地建设,打造“千万级”科技化运营平台

公司按照发展规划的总体目标,对全网的中转网络统一布局,逐步推进全网“中转、路由一盘棋”战略。同时,公司加强与外部科研院所、学校、设备制造商的合作,对中转场地建设进行科学设计、选址、选购、安装等流程工业的信息化及自动化需求,报告期内,公司完成了孝感、漯河、淮安、荆门、成都、重庆、长沙、大连等19个地区的转运场地的新建及改扩建工作;在建项目有温州物流产业园、邯郸电商物流产业园、临山申雪冷链物流园、华南物流科技产业园项目、昆明物流科技产业园项目、龙湖物流园项目、太原物流科技产业园项目、上海智慧物流示范基地。

1.转运中心直营化方面

2018年,为提高中转时效,发挥重点城市中转环节辐射带动作用,公司大力收购核心城市的转运中心共计15个,2018年末,全网共有转运中心68个,自营转运中心60个,自营率约为88.24%。

2.干线及路由方面

公司继续优化迁移、出港路由标准体系,其中干线运输全部采用集约化模式,最大化的降低运输成本,让利给末端网点。截至2018年12月,公司开通干线运输线路2,627条,较2017年年底增加近800条;公司开通路由出发线10,971条,较2017年年底增长113.57%。

3.干线运输车辆方面

2018年末,公司共有干线运输车辆4,478辆,其中直属于杭州申瑞的车辆数为2,941辆,干线运输车辆自营率为65.68%;在车型方面,公司共有13.5米以上的干线运输车辆2,000辆,其中直属于杭州申瑞的车辆数为1,507辆。

4.自动化设备建设方面

截止2018年末,公司自营转运中心中有郑州、金华、上海、福州、深圳、漯河、武汉等城市的中转场地共装设33套全自动分拣机器人或者叉叉带分拣设备。

5.路路运输、航空运输等方式的快递业务完成量及占当年总业务量的比重

2018年度,公司完成快递业务量合计8,456,860,850.21吨,其中,汽车运输方式完成业务量8,456,736,726吨,占总业务量的99.9985%;航空运输方式完成业务量110,975.21吨,占总业务量的0.0013%;铁路运输方式业务量为13,149吨,占总业务量的0.0002%。

6.全网使用加班车辆情况

2018年,全网共计使用加班车辆数33,388辆,其中直属车队加班车辆数2,653辆,总部租赁第三方加班车辆数27,824辆,其余为加盟网点及加盟转运中心的加班车辆。

7.全网加盟商拥有车辆情况

目前,全网加盟商拥有运输车辆数为26,400多辆。

(二)完善客户申诉处理机制,强化服务质量管控

2018年,公司秉承着“万事以客户为中心”的服务理念,不断健全客户服务体制机制,加速改善公司的服务质量,有效提升客户的服务体验,强化客户参元化消费需求。其中在客户申诉投诉机制上,公司将处理流程进一步明细化,制定合理合规的标准化处理流程,大幅提升公司申诉投诉处理效率,比如当用户在申通快递服务流程中出现体验损失的情况,可通过95543客服热线、官网、微信公众号及在线客服渠道提出诉求,依托各节点互联的服务平台,该诉求将在准确反馈至当前问题所属节点进行处理,并给予用户反馈,如果出现当前节点环节无法完成信息反馈超时的情况,总部客服管理部将介入投诉处理,保障用户诉求得到妥善解决;当用户对于首次投诉处理结果不满意或有进一步反馈诉求时,可通过申通快递总部客服管理部服务监督热线0571-82900855或外部监管渠道发起申诉诉求。目前申通在全国各省及总部均设立了申诉对接专员,专业的客服人员将对申诉人进行一对一服务,通常情况下申诉将在24小时内得到妥善、有效的处理,以确保用户权益及服务体验得到完善维护。

在客户服务规范增效方面,公司通过95543呼叫系统、官网在线客服平台、官方微信平台等多种方式进一步与广大消费者对接,从而方便快捷地满足了客户多元化的快递服务需求。为进一步提升快递服务,有效降低申通快递的有效申诉率,公司采取以下三大举措:

1.95543呼叫中心系统平台扩容升级

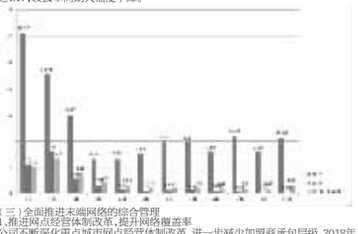
95543官方呼叫中心是公司对接广大消费者的重要窗口,2018年公司通过开通电信端IVR服务,开通电话自助下单渠道,开通电话自助投诉渠道,增加呼叫坐席等方式,提升了整体呼叫平台的接听率。

2.搭建省区客服管理体系

目推行省区管理工作以来,公司对全网的扁平化,精细化管理取得了较好的效果。为了继续优化客户服务管理体系,公司将筹建省区客服管理体系,即将总部客服相关职能逐步下放至省区进行管理,同时推进IT系统改造,分流区域内处理,确保各省区能够及时督办区域内的邮政申诉处理工作。

3.进一步降低邮政有效申诉率

2018年,公司通过修订邮政申诉考核办法,发布2018年邮政有效申诉率管控指标,优化邮政申诉相关人员绩效考核方案,提升快递综合服务水平,从而进一步降低了公司的邮政有效申诉率,服务质量得到了显著的提升。2018年1-12月,申通快递邮政有效申诉率平均为百万分之1.17,较去年同期大幅度下降。



(三)全面推进末端网络的综合管理

1.推进网点经营体制改革,提升网络覆盖率

公司不断深化重点城市网点经营体制改革,进一步减少加盟商承包层级,2018年,全网新发展独立网点387个,其中重点开展了福州、烟台等重要网点的拆分工作,截至2018年12月31日,全网共有独立网点数量达2,223个,服务网点及门店25,000余个。

网络覆盖率是企业综合实力的重要体现,公司持续深入推进“快递下乡”、“西进”工程,先后推行“千乡万镇”覆盖,部分省份试点乡镇全覆盖等措施,不断推进三级、四级行政区域网络覆盖,2018年,全网新增乡镇服务点3,640个,经过一段时期的推广,申通网络全国四级行政单位(街道、乡镇、团场等)覆盖率达60.60%。较2017年同期增长3.60%。

2.优化重点城市垂直考核办法,全面提升终端经营管理能力

为全面落实公司发展战略规划,推进全网终端战略部署,经过对重点城市垂直考核的持续推进,各网点能更直观的分析下属站点的各项业务指标,对于考核过程中发现的薄弱环节能及时分析,提出解决方案,同时对识别获了解整改的成效。

2018年,公司通过数据分析和对网点现状的评估,已经开通42个网点进行垂直考核,按下来将根据网点开通情况和乡镇推进情况,并结合费制调整进行垂直考核推进落实。

3.扩大二派总体覆盖范围,丰富末端派送渠道

为提升快递的派送时效,2018年,公司研究探著扩大末端二派总体覆盖范围,通过二派政策的实施,推动了末端快递的及时流转,减少了不必要的转件环节,提升了快递的签收时效,改善了公司的客户服务水平。同时,在派送过程中,公司业务人员会根据客户需求及实际情况进行多元化的“最后一公里”派送,比如送货上门、智能快递柜自提、合作便利店代收等多种末端方式,提升末端派送的服务质量和效率,截止2018年12月,公司实现二派渗透率72.98%。

4.费制政策调整及费用核算

2018年,公司通过对全网各网点派送费用和取派件业务量、重量数据的分析和研究,根据不同时期的市场变化制定相应的费用政策,对系费、车辆补贴、续重底费、乡镇补贴、核心城市补贴等费用进行适当的调整,如重点区域派费调整、北京地区快件派送费用调整及限重、山东青岛上合组织峰会费用政策等。

同时根据网点所处区域特性和当地市场的占有率情况,对特定城市单独制定了费制考核政策,以更好的开拓当地的业务,并且协助省区对因网点进行费用补助,以稳定和提升各省在当地的市场占有率。

自2017年3月份全网派费政策正式实施以来,网点对拉回货车线补贴虽报程度不断上升,并且随着时间推移和网点产品结构的变化,原核定的车补标准已无法支撑网点当下的拉回货成本,因此为调控网点跑车费用,通过各项数据分析和实际情况的调研处理了大量网点的车补调整申请。

为顺应市场波动变化,保障网络稳定发展,根据网点业务量及重量变化趋势,对大货和批量快件费用标准进行阶段性调整,有效的控制了全网各产品类型的比例,减轻末端网点派送压力,通过费制调整保障派件业务员的稳定。

完成点对点系统结算模块的研发,完成系统开发,以支持点对点结算,可以针对不同的网点制定不同政策,随时调整,可以有效的控制成本。

5.电子面单使用率推广项目

电子面单的投入使用,是快递行业步入科技化、自动化和智能化的标志之一。电子面单相较于传统纸质面单,不仅可以保护客户的隐私信息,避免消费者信息泄露,而且还可以通过其二维码、条形码等信息实现数字化管理,进一步提升快递服务的自动化分拣系统中被识别、处理、配送,通过电子数据的实时流转,快递公司数据系统可以通过实时掌握快递在网络中分拣、发货商家以及收货消费者,促进整个物流环节的可视化。

对于公司而言,使用电子面单代替纸质面单,一方面因为电子面单打印方便,每小时可打印上千张,传统的纸质面单则填写相对复杂,效率相对更低,另一方面是电子面单还能与传统纸质面单相对较低,同时还能省去快递单录入系统过程,提高转运中心的分拣效率,大大提升快递处理效率,为自动化分拣等技术含量高的设备投入使用奠定基础,为产业升级提供技术基础。经过2018年上半年对电子面单的大力推及,公司目