证券代码:002468　　证券简称:申通快递　　公告编号:2020-018

申通快递股份有限公司

【2019】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1元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本。

董事会决议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	余志强	
办公地址	上海市青浦区重固镇北青公路6598弄25号	上海市青浦区重固镇北青公路6598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

申通快递最早创立于1993年,是最早成立的民营快递企业之一,创立二十六年来,公司一直秉承着“一如亲至,用心成就你我”的服务理念,践行着“快递、安全、准确、周到,客户的满意,申通的追求”的质量方针,建立了公司完善并且高效的全国性快递运营网络,健全了公司“大中转、小集散”中转分拨体系,打造了公司高效集约的核心干线运输队伍,实现了公司在传统快递业务领域的长足稳健发展。公司在聚焦发展传统快递业务的同时,有重点有目标地拓展新兴业务,公司通过打通快递业务上下游产业链,从而构建快递、国际、金融、数据和供应链等业务板块,实现公司以快递业务为核心,以新业务发展为辅助的多元化战略布局,不断地为申通快递注入发展的新动能,最终实现以快递业务为核心的国际化综合物流服务集团企业的宏伟目标。

(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、当日递、次晨递、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30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, 公司全资孙公司上海申雪供应链管理有限公司已成为 “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。2018-2019年,公司大力推进核心转运中心直营化步伐,累计投入15.21亿元收购16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智能化改造,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城因地施策,充分调动末端网点的积极性和能动性,能够有效提升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

快递揽收服务指由快递业务人员按到用户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运送至快递公司转运中心,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寄送快件指令,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,根据国务院于2018年3月2日颁布的《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,告知相关保价规则和保险服务项目。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,依照同城、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进行装车。

(2)中转运输

转运中心将确定路由的打包异地快件交由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达件,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单号获得对应的信息查询服务。用户交寄快件、填写快递信息后,由揽收网点将快件信息录入快递公司的快递电子信息系统。在该快件的收取、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

2019年4月17日,国家邮政局联合国家发展改革委、财政部、农业农村部、商务部、文化和旅游部、供销合作总社出台了《关于推进邮政业服务乡村振兴的意见》(以下简称《意见》),《意见》指出,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,围绕农业农村现代化的总目标,按照高质量发展要求,践行人民邮政为人民的服务宗旨,注重结合实际、问题导向,注重调动各方面积极性、形成工作合力,注重担当尽责、全力而为,提出了推进邮政业服务乡村振兴的工作思路和目标。预计到2022年,邮政服务乡乡有局所、建制村直通邮,快递服务乡乡有网点、村村通快递,实现建制村电商寄递配送全覆盖。县域邮政业供给能力和供给质量显著提高,涉农寄递物流产品丰富,绿色发展成效明显,寄递渠道安全畅通。邮政业深度融入现代农业体系和乡村产业发展,将打造一批服务现代农业示范项目,有效促进农民持续增收和巩固脱贫成果。

2019年6月26日,为贯彻落实《国务院办公厅关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》,建立完善电子商务与快递数据互联共享规则,促进电子商务经营者、经营快递业务的企业数据管理和自身治理能力的全面升级,按照《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国网络安全法》《快递暂行条例》等法律法规的规定,国家邮政局及商务部共同印发《关于规范快递与电子商务数据互联共享的指导意见》(以下简称《意见》),《意见》的出台将进一步保障电子商务与快递数据正常传输,加强电子商务与快递数据管控,加强电子商务与快递数据互联共享管理,建立电子商务与快递数据中断通知报告制度,提高电子商务与快递数据安全防护水平,加强电子商务与快递数据政府监管,有利于完善电子商务与快递物流数据保护、开放共享规则,建立数据中断等风险评估、提前通知和事先报告制度。在确保消费者个人信息安全的前提下,鼓励和引导电子商务平台与快递物流企业之间开展数据交换共享,共同提升配送效率。

2019年8月,交通运输部、国家邮政局等18个部门联合印发《关于认真落实习近平总书记重要指示推动邮政业高质量发展的实施意见》(简称《实施意见》),《实施意见》从加快结构调整、提高服务质量等6个方面提出了18项重点任务,鼓励规范新业态健康发展,切实推动邮政业转型升级,加快建设交通强国邮政篇。明确提出了邮政业下一阶段的发展目标,到2022年,基本建成普惠城乡、技术先进、服务优质、安全高效、绿色节能的邮政快递服务体系,形成覆盖全国、联通国际的服务网络。到2035年,基本建成现代化邮政快递服务体系,行业科技创新和应用处于世界领先水平,邮政和快递网络覆盖全国城乡、通达世界各国,行业治理体系和治理能力现代化基本实现,拥有若干家具有较强国际竞争力的跨国企业集团,我国在世界邮政业的话语权和影响力进一步提升,进入世界邮政强国行列。

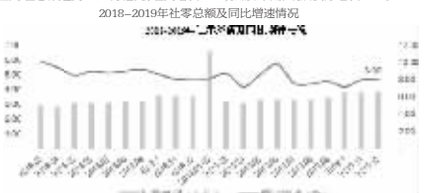
2020年中央一号文件原文:(十七)发展富民乡村产业?有效开发农村市场,扩大电子商务进农村覆盖面,支持供销合作社、邮政快递企业等延伸乡村物流服务网络,加强村级电商服务站点建设,推动农产品进城、工业品下乡双向流通?制定农业及相关产业统计分类并加强统计核算,全面准确反映农业生产、加工、物流、营销、服务等全产业链价值。2020年的中央一号文件延续了对乡村物流体系的关注度。实际上,“扩大电子商务进农村覆盖面”与“邮政快递企业延伸乡村物流服务网络”是发展富民乡村产业的两条腿,二者缺一不可。没有物流服务网络,再好的货也出不去;相应地,缺少了农产品上行的支撑,物流服务网络在乡村也难以生存。2019年9月,习近平总书记在河南光山县文殊乡东岳村考察时强调,“要积极发展农村电子商务和快递业务,拓宽农产品销售渠道,增加农民收入”。在年初的全国邮政管理工作会议上,国家邮政局进一步提出,“推进‘快递下乡’换档升级,基本实现‘乡乡有网点’”,并提出启动“快递进村”工程,制定三年行动方案,分阶段分区域明确进村目标。

2、电子商务带动快递行业增长

近几年,网络零售B2C模式占比不断提升。B2C零售额占全国网络零售额的比重达75.8%,较2018年同期提升4.1个百分点。化妆品、智能家居、保健品等消费升级商品销售额增长较快,同比增速均超过30%。10万多品牌参与首届“双品网购节”,销售额达770亿元,同比增长超过32%。新品加快上市,主要电商平台的核心品牌,80%以上在今年“618”期间发布了新品,销量超过百万件。线上与实体的融合向着贴近消费者、提升运营效率的方向发展。许多电商平台强化开放赋能,重点布局下沉市场,融入社区生态,取得良好效果。社交电商模式更加多元,社区拼团、熟人拼购、直播、论坛、短视频等竞相发展,充分满足消费者差异化需求,推动消费潜力不断释放。

根据国家统计局公布的数据显示,2019年12月社会消费品零售总额3.88万亿元,同比增长8.0%,超出此前市场预期。2019年全年社会消费品零售总额达到41.16万亿元,名义增长8.0%,扣除汽车影响后实际增长9.0%。

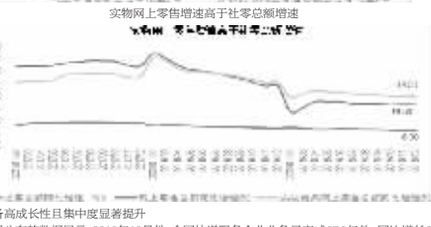
2018-2019年社零总额及同比增速情况



2019年全年网上零售总额为10.63万亿元,同比增长16.50%,线上增速依旧显著高于线下,其中实物商品网上零售总额为8.52亿元,同比增长19.5%,占社会消费品零售总额比重为20.7%,居民基础消费需求依旧保持较快速度增长。

网络零售占社会消费品零售总额比重情况

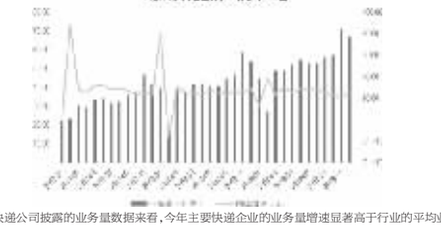
实物网上零售增速高于社零总额增速



3、快递行业具备高成长性且集中度显著提升

根据国家邮政局公布的数据显示,2019年12月份,全国快递服务企业业务量完成67.3亿件,同比增长24.3%;业务收入完成772.2亿元,同比增长26.7%。2019年,全国快递服务企业业务量累计完成635.2亿件,同比增长25.3%;业务收入累计完成7497.8亿元,同比增长24.2%,快递行业依旧保持高增长的势头。

2017-2019年快递行业月度业务量数据



根据A股上市快递公司披露的业务量数据来看,今年主要快递企业的业务量增速显著高于行业的平均业务量增速,二三线快递企业的竞争能力显著减弱。1-12月,快递与包裹服务品牌集中度指数CR8为82.5,较1-11月上升0.2,较去年同期提升1.2%,集中度指数反映市场份额正在加速向主要快递企业集中。

2017-2019年CR8集中度情况

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,在新建及改扩建场地相继配套安装摆臂线体及自动化交叉带分拣系统,截至2019年12月,公司累计拥有自动化分拣设备145套,其中自动化交叉带分拣设备90套,较2018年新增57套;摆臂设备现有55套,较2018年新增26套。为了配合自动化分拣投入使用,公司继续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99.55%,大大提升了自动化分拣的效率,同时也降低了公司的面单成本。

5、时效与服务质量齐升

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,我们打破了过去各职能部门界限,以市场为导向,侧重服务、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,快递企业年有效申诉率和三大件比率稳步下降,总体服务质量得到电商平台及广大消费者认可。

综上所述,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益完善、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,国内快递行业仍具有较高的景气度。

(六)快递服务行业的发展情况及公司所处的行业地位等

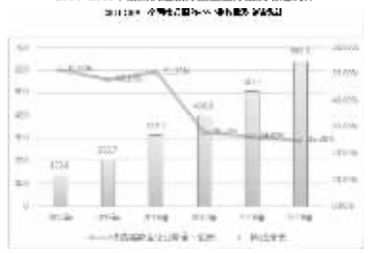
1、快递行业发展情况

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等纷纷通过合资、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,宅急送在北京成立。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《快递业发展“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良好商誉度的世界知名快递品牌。

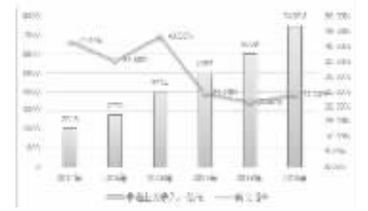
2019年,快递行业业务量和业务收入继续保持增长趋势,业务量增速呈现略微下降趋势。2019年,全国快递服务企业业务量累计完成635.2亿件,同比增长25.3%;业务收入累计完成7497.8亿元,同比增长24.2%。其中,同城业务量累计完成110.4亿件,同比下降3.3%;异地业务量累计完成510.5亿件,同比增长33.7%;国际/港澳台业务量累计完成14.4亿件,同比增长29.9%。

2014-2019年全国快递服务企业业务量及增速统计



资料来源:中华人民共和国国家邮政局公开资料整理

2014-2019年全国快递服务企业业务收入及增速统计



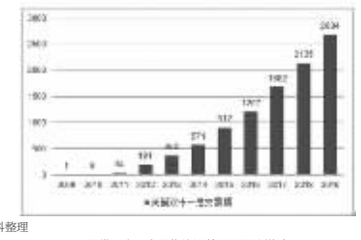
资料来源:中华人民共和国国家邮政局公开资料整理

根据公开的信息数据显示,2019年天猫双十一包裹量同比增长24%,2019年天猫双十一当日成交额达到人民币2,684亿元,同比增长26%(2016、2017、2018年为32%、39%、27%),依然保持增长动能,其中社交电商、直播带货等新模式起到了重要作用。2019年双十一当天全网销售额为4101亿元,同比增长30%(较2018年的增速25%有所加快),其中天猫、京东、拼多多占比分别为65.5%、17.2%、6.1%。菜鸟网络全天物流订单量为12.94亿个,同比增长24%(2017、2018年为24%、28%);双十一全天各邮政、快递企业共处理5.3亿快件,是二季度以来日常处理量的3倍,同比增长28.6%,增速高于GMV的增长,今年双十一发出一亿个包裹用时8小时,比去年提前59分钟,比2013年已经缩短40个小时。

双十一对消费者网购习惯有培育作用,快递公司为此而投放的产能也成为下一年业务量的支撑,虽然随着其他电商平台在全年推出各类促销活动,双十一的拉动效应可能会略有减弱,二者可能发生一定的偏离,但仍具有现实的指导意义。考虑到基数继续增大,在绝对增量保持稳中有增的情况下,预计2020年快递业务量同比增速可能有所放缓,但由于其偏低端消费属性,增速将呈现自然趋缓。

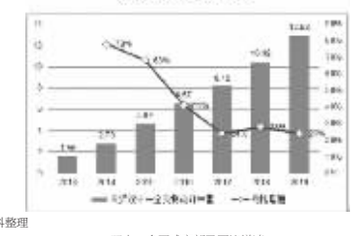
由此可以看到,用户需求依然旺盛,电商业务的增长均将为快递行业带来新的增长动力。

天猫双十一总交易额



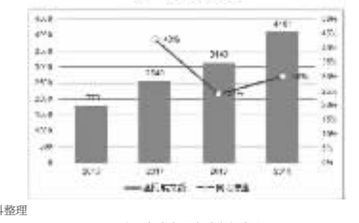
数据来源:公开资料整理

天猫双十一全天物流订单量及同比增速



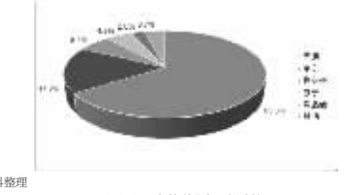
数据来源:公开资料整理

双十一全网成交额及同比增速



数据来源:公开资料整理

双十一各电商平台成交额占比



数据来源:公开资料整理

2016-2019年快递业务量拆分情况

	2016	2017	2018	2019
网购快递				
网购快递业务量(亿件)	203	280	375	481
网购人数(亿人)	4.7	5.3	6.1	6.9
渗透率	34%	38%	44%	49%
人均网购次数	44	53	62	70
非网购件				
非网购件(亿件)	109	120	132	147
总快递量(亿件)	313	401	507	628

数据来源:公开资料整理

2、快递行业的发展特点

快递行业具有明显的区域性特征。由于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,2019年,东、中、西部地区快递业务量比重分别为79.7%、12.9%和7.4%,业务收入比重分别为80.2%、11.3%和8.5%。与去年同期相比,东部地区快递业务量比重下降0.2个百分点,快递业务收入比重上升个0.2百分点;中部地区快递业务量比重上升0.6个百分点,快递业务收入比重上升0.1个百分点;西部地区快递业务量比重下降0.4个百分点,快递业务收入比重下降个0.3百分点。

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。

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越来越重要的影响;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源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、制造业、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。

受电商快递发展,消费升级、网上购物认可度提升等因素的拉动,近年来,我国快递业务不断发展,并且形成了“多领域渗透、全方位布局”的发展局面。在不同性质物流业务的促进下,我国国内市场基本形成了对快递企业性质的明确区分,包含外资性质、国家性质、民营性质、民用快递、电商自营快递等几大类。在互联网经济及电商业务发展的促进下,以申通、中通、圆通、韵达和顺丰等服务于电子商务的民用快递企业发展迅速,“通达系”等民营快递公司以低成本、高流通量的模式在电商快递运输领域占有重要的行业地位。

3、公司所处的行业地位

申通快递是我国最早成立的民营快递公司之一,已经形成了高度覆盖的快递服务网络,快件递送量保持较高速度增长。2019年公司累计完成业务量约73.71亿件,同比增长约44.19%,市占率达到11.60%,而去年同期的市占率仅为10.08%,市占率同比提升1.52个百分点。在服务质量方面,申通快递2019年有效申诉率远低于全国快递服务有效申诉率平均水平,达到低于0.01/每百万件。同时公司菜鸟指数稳步提升,月度排名均位列前三位,各项综合服务质量得到电商平台和广大消费者认可。此外,近年来申通快递加强与阿里巴巴、拼多多及京东等等电商网络平台开展业务合作,通过与电商客户等高频次、大数量快递需求行业的深度结合,借助多元化的末端派送形式,丰富了快递“最后一公里”的派送模式,进一步拓宽了产品类型和业务覆盖面,快递揽收派送数量及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:元

	2019年	2018年	本年比上年增减	2017年
营业收入	23,088,941,220.36	17,013,003,445.76	35.71%	12,657,241,388.43
归属于上市公司股东的净利润	1,408,306,713.72	2,049,188,973.27	-31.27%	1,487,836,151.14
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,342,740,564.18	1,720,658,832.56	-21.96%	1,386,336,859.13
经营活动产生的现金流量净额	1,975,653,306.83	2,602,674,573.89	-24.09%	2,098,042,353.35
基本每股收益(元/股)	0.920	1.34	-31.34%	0.97
稀释每股收益(元/股)	0.920	1.34	-31.34%	0.97
加权平均净资产收益率	15.30%	26.39%	-11.09%	24.05%
	2019年末	2018年末	本年末比上年末增减	2017年末
资产总额	13,855,221,867.36	11,865,724,097.93	16.77%	8,809,008,374.28
归属于上市公司股东的净资产	9,136,945,461.23	8,502,309,643.78	7.46%	6,752,779,278.03

(2)分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	4,506,957,732.57	5,364,433,916.85	5,784,849,621.16	7,432,699,949.78
归属于上市公司股东的净利润	405,346,822.26	427,131,726.43	273,274,642.50	302,553,522.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	372,017,659.75	410,135,053.92	266,644,382.58	293,943,457.93
经营活动产生的现金流量净额	-170,703,967.90	983,717,173.25	246,354,721.53	916,285,379.95

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	40,479	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	46,189	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	
上海德股德阿实业发展有限公司	境内非国有法人	29.90%	457,709,848		质押	359,738,509	
上海恭之阿实业发展有限公司	境内非国有法人	16.10%	246,459,149		质押	246,459,149	
上海德股投资控股有限公司	境内非国有法人	7.76%	118,715,969		质押	45,958,757	
陈德军	境内自然人	3.38%	51,675,345	38,756,509			
谢勇	境内自然人	2.90%	44,430,919		质押	44,430,919	
南通泓石投资有限公司	境内非国有法人	2.86%	43,800,000		质押	41,600,000	
陈小英	境内自然人	2.65%	40,568,472	30,426,354	质押	10,557,733	
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		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		质押	38,344,475	
宁波旗锐投资有限公司	境内非国有法人	2.00%	30,668,289		质押	30,668,289	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上海德股德阿实业发展有限公司、上海恭之阿实业发展有限公司、上海德股投资控股有限公司、陈德军、陈小英五者之间构成一致行动关系,南通泓石投资有限公司、宁波艾埃股权投资合伙企业(有限合伙)、宁波旗锐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权关系

5、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、报告期内经营简介

(一)2019年度经营情况回顾

2019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2019年重点工作计划为重心,全方位开展聚焦业务发展实现市场的重大突破,聚力提质增效坚决保证质量稳定和效益提升,强化省区管理,全面打造规范、标准、有执行力的省公司,整顿末端网点形成全国网络一盘棋,持续推进基础建设打造申通稳定运营平台,大力发展云仓项目,推进新业务实质性突破,加快技术升级步伐全面推进数据申通建设,改革人才结构,实现总部机关职能的彻底转变等方面工作。

经过全体员工的共同努力,2019年公司累计完成业务量约73.71亿件,同比增长约44.19%,市占率达到11.60%,去年同期的市占率为10.08%,市占率同比提升1.52个百分点。公司实现营业收入230.89亿元,较去年同期增长35.71%;实现营业利润18.53万元,较去年同期下降31.93%;实现归属于上市公司股东的净利润14.08万元,较去年同期下降31.27%。

(二)持续推进基础建设,打造稳定的运营平台

随着转运中心直营化步伐加快,从2017年下半年开始,公司加大了运营平台基础设施建设力度和速度,虽说平台保障能力与以往比有了大幅提升,但随着2019年增量计划的实施,给平台的承载能力也带来挑战。2019年公司围绕全网每天处理3,500万单的产能需求目标,统一规划、科学布局、加大力度、加速建设的思路,持续推进运营平台能力的建设和完善,着力打造智慧物流运营处理中心。其中,硬件是基础,科技是核心,公司将全面进行老旧设备的更新换代,向智能化、自动化转变,用技术弥补场地产能不足,用效能解决分拨压力问题。

1、服务能力改善情况

2019年,公司通过持续的推进北京、上海、广州、太原、芜湖、上海、哈尔滨、昆明、温州等重点城市的转运中心的升级建设,对转运中心的设施设备、场地进行改扩建,收购天津转运中心等举措,吞吐能力较上年度有了明显的提升,2019年,公司在确保服务时效及服务质量提升的情况下,实际日均件量突破2,000万件。

加快直营步伐:申通快递自2018年起, 就不断加大核心城市非直属转运中心的收购力度, 以提高全网的反应速度。2019年,公司继续落实中转布局“一盘棋”战略的重要举措,推进重点城市转运中心直营化的重要进程,收购了天津转运中心中转业务资产组,进一步加强了转运中心的标准化建设、标准化运营及精细化管理,加大转运中心的科技投入,全面提升转运中心的分拣时效,不断构筑公司强大而高效的中转运输网络体系。截止报告期末,全网共有转运中心68个,其中东北5个、华北6个、华东27个、华南9个、华中10个、西北5个、西南6个;自营转运中心61个,自营率约为89.71%。

提升干线运力:报告期末,公司全网干线运输车辆达5,200余辆,其中自营的申瑞车队3,650余辆,自营车辆占比70.26%;在车型方面,公司共有13.5米以上的干线运输车辆2,500余辆,其中直属于杭州申瑞的车辆数为1,980辆,自营大车占比达79.07%。

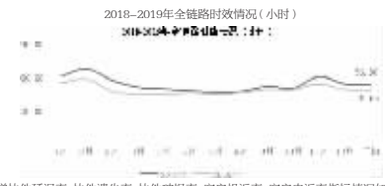
优化干线路由:公司继续优化进港、出港路由标准体系,其中干线运输全部采用集约化模式,最大化的降低运输成本,让利给末端网点;截至报告期末,公司已开通干线运输线路3,226条。

升级分拣设备:截止报告期末,公司累计拥有自动化分拣设备145套,其中自动化交叉带分拣设备90套,较2018年新增57套;摆臂设备现有55套,较2018年新增26套。

2、链路时效和服务质量改善情况

公司在自动化设备和高运力车辆的助力下,公司的全链路时效得到明显改善,2019年全网全链路时效平均49.55小时,去年同期约为53.8小时,同比缩短4.25小时。

2018-2019年全链路时效情况(小时)



2019年,申通快递快件延误率、快件遗失率、快件破损率、客户投诉率、客户申诉率指标情况如下:

单位:件/百万快递件

项目	计算公式	2019年度	2018年度	2017年度
延误率	延误率=延误量/收派件量*1,000,000	163	485	568
遗失率	遗失率=遗失量/收派件量*1,000,000	80	115	108.6
破损率	破损率=损坏量/收派件量*1,000,000	31	33	45
投诉率	投诉量(外部客户直接投诉量)/收派件量*1,000,000	258.84	256.68	202.28
申诉率	有效申诉量/收派件量*1,000,000	0.01	1.17	10.83

3、陆路运输、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

2019年度,公司完成快递业务量合计8,355,842.49吨,其中,汽车运输方式完成业务量8,201,535.22吨,占总业务量的98.15%;航空运输方式完成业务量154,307.27吨,占总业务量的1.85%。

4、全网使用加班车辆情况

2019年,公司加强了加班车辆管控力度,全网共计使用加班车辆数29,597辆,较2018年下降11.35%,其中直属车队加班车辆数3,232辆,总部租赁第三方加班车辆数24,170辆,其余为加盟网点及加盟转运中心的加班车2,195辆。

5、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27,400多辆。

(三)数智化转型升级,全面打造智慧运营

科技赋能是公司平稳度过2019年双十一的关键因素。2019年,申通快递信息化建设取得重要进展,率先进入云智能时代,提升了申通大数据服务能力,数智化管理能力,推进申通实现转型升级、高质量快速发展。促使公司取得2019年双十一多项服务指标领跑行业第一的骄人成绩。2019年,公司业务效率快递提升并与信息化建设深度融合推进了以下几个重点项目:

1、用数据激活申通的强大潜能——鹰眼驾驶舱

驾驶舱是面向公司决策管理层、省区决策管理层打造的一款数据分析、洞察的产品,是让决策管理层每天进入驾驶舱数据罗盘就可以通览业务单量、质量、KPI、财务、市场、客服、人力、运营、网络、行业等各类指标,结合后台智能分析纵览各类问题,为决策管理者提供方向与数据支持,打造从发现问题到解决问题到避免问题的良性闭环,从而降低管理成本、决策成本,提高管理效能和决策质量,提高问题解决率,让管理更有方向,更抓重点。

通过打通驾驶舱、观数台、数宝图以及墨斗平台的指标口径、指标搜索、指标展现和报表搜索及展现,令管理者通过快速搜索和查看业务指标、报表从而掌控业务运转状况,以及让各业务条线快速展示报表实现业务全链路反馈,实现从组织、规划、执行、反馈、完善的管理闭环,最终实现数字化、智能化运营,高效管理,快速组织、决策的效果,使整个组织变得轻松高效而有活力!

2、为客户打造更智能的客服体验——AI智能客服电话机器人

科技助力的不仅有前端,还有后台。从8月份首次上线实测下单场景和外呼回访满意度场景,到10月份实现全场景服务,申通AI智能客服机器人经过半年的实测和不断优化,在双十一之前,正式投入使用。双十一期间,申通启用全新的客服数字化管理系统,上线AI智能客服电话机器人,实现了非工作时间托管,形成了24小时服务机制,极大的提升了申通AI智能客服机器人理解客户真实意图的能力,提高了申通双11高峰期的客服受理能力,提升了用户服务体验。

目前,申通AI智能客服机器人后台地址信息库拥有全国近2亿的地址信息,地址识别可以达到5级标准。通过地址纠错模型与地址信息库对用户陈述的地址进行正向、反推进行纠错,从而确保了地址信息的准确获取和识别。

3、整合人、机、车、货、场五大关键要素——智慧园区

数字场站项目通过最新AIoT技术有机整合了快递转运分拨中心人、机、车、货、场五大关键要素,实现了中心各元素数字化,信息可视化,中心智慧化,数据赋能决策、精细管理打下了坚实的基础。项目成功在申通新建的淮安转运中心落地,有效的提高了该中心日常管理能力。

中心管家是一款申通自行开发的基于大数据的转运中心日常运营IT平台,平台提供了件量预测,指标监控,业务数据分析,人效/机效分析等模块,全方位多角度对中心的日常运营管理提供数据支持。

4、平台零故障,完成了业务高峰期间的考验——包裹全链路在线可视

随着申通快递业务快速发展,引进云资源、新架构、大数据等技术,平台架构的不断升级,实现包裹全链路实时监控、异常预警、数据分析、指标考核,从而提升包裹全链路时效,提高客户满意度,提升申通快递在行业中的竞争力。

2019年双十一业务高峰期间,通过科技赋能做到核心业务全链路零故障,完美完成了业务高峰期间的考验;同时助力总部、省区业务部门及网点快速了解在业务高期间包裹全链路实时数据情况,为运输调度、中心及网点人员安排等提供数据支