证券代码:002352　　证券简称:顺丰控股　　公告编号:2021-029

顺丰控股股份有限公司

【2020】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。

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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:以公司2021年3月17日总股本4,556,440,455股减去公司回购专户股数11,010,729股后的股本4,545,429,726股为基数,向全体股东每10股派发现金红利3.30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

(一)公司简介

股票简称	顺丰控股	股票代码	002352
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	甘玲	曾静	
办公地址	中国广东省深圳市南山区科技南一路深投控创智天地大厦B座	中国广东省深圳市南山区科技南一路深投控创智天地大厦B座	
电话	0755-36395338	0755-36395338	
电子信箱	sfir@sf-express.com	sfir@sf-express.com	

(二)报告期主要业务或产品简介

顺丰控股是国内最大的综合物流服务商,致力成为独立第三方行业解决方案的数据科技服务公司,为客户提供涵盖多行业、多场景的,端到端、智能化、一体化的供应链解决方案。公司的主要产品和服务包含:时效快递、经济快递、同城即时物流、仓储服务、国际快递等多种快递服务,以零担为核心的快运服务,为生鲜、食品和医药领域的客户提供冷链运输服务,以及保价、代收货款、包装服务、保鲜服务等增值服务。同时,经过多年发展,公司建立了为客户提供一体化综合物流服务能力,不仅提供配送端的高质量物流服务,还向产业链上下游延伸,形成行业解决方案,为行业客户提供贯穿采购、生产、流通、销售、售后的高效、稳定、敏捷的数字化、一体化的供应链解决方案,助力行业客户产业链升级。

基于不同行业、客群、场景的需求多样化,顺丰控股秉承"以用户为中心,以需求为导向,以体验为根本"的产品设计思维,聚焦行业特性,从客户应用场景出发,深挖不同场景下客户端到端全流程接触点需求及其他个性化需求,设计适合客户的产品服务及解决方案,构建差异化竞争优势,再由产品设计牵引内部资源配置,持续优化产品体系,沉淀解决方案能力。顺丰控股持续提升服务质量,提高运营效率,实现公司、客户双赢。一方面,保证稳定的产品时效,高质量的客户体验,精准的服务交付;另一方面,持续优化运营模式和提升资源效率,为客户提供高性价比的服务,助力客户降本增效。

顺丰控股同时还是一家具有网络规模优势的智能物流运营商,拥有对全网络强有力管控的经营模式,由总部对各分支机构实施统一经营、统一管理,在开展业务的范围内统一组织揽收投递、集散处理和中转运输,并根据业务发展的实际需求自主调配网络资源;同时,顺丰控股大量运用信息技术保障全网执行统一规范,建立多个行业领先的业务信息系统,保障网络整体运营质量。顺丰网络覆盖国内外,包括以全货机+散航+无人机组成的空运"天网",以营业服务网点、中转分拨网点、陆路运输网络、客服呼叫网络、最后一公里网络为主组成的"地网",以及以大数据、区块链、机器学习及运筹优化、自然语言处理、智慧物流地图、物联网等组成的"信息网","天网+地网+信息网"三网合一,形成国内同行中网络控制力最强、稳定性最高,也最独特稀缺的综合性物流网络体系。

(三)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

	2020年	2019年	本年比上年增减	2018年
营业收入(元)	153,986,870,053.07	112,193,396,064.26	37.25%	90,942,694,239.83
归属于上市公司股东的净利润(元)	7,326,078,775.95	5,796,505,532.20	26.39%	4,555,906,237.39
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	6,132,336,552.47	4,207,763,900.82	45.74%	3,483,589,642.99
经营活动产生的现金流量净额(元)	11,323,919,554.24	9,121,273,475.49	24.15%	5,458,300,549.11
基本每股收益(元/股)	1.64	1.32	24.24%	1.03
稀释每股收益(元/股)	1.64	1.32	24.24%	1.03
加权平均净资产收益率	15.20%	14.86%	上升0.34个百分点	13.19%
	2020年末	2019年末	本年末比上年末增减	2018年末
总资产(元)	111,160,042,260.97	92,535,386,807.84	20.13%	71,764,601,474.11
归属于上市公司股东的净资产(元)	56,443,050,238.39	42,419,713,739.80	33.06%	36,710,922,749.21

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	33,541,441,446.94	37,587,566,291.27	38,464,641,492.72	44,393,220,822.14
归属于上市公司股东的净利润	907,294,330.70	2,854,298,965.73	1,836,363,626.21	1,728,121,853.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	831,990,690.78	2,612,770,709.97	1,659,790,224.25	1,027,784,927.47
经营活动产生的现金流量净额	1,909,482,845.62	5,022,229,474.48	3,666,894,114.26	725,313,119.88

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

(四)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	118,936	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	165,231	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	–	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	–

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
深圳明德控股发展有限公司	境内非国有法人	59.30%	2,701,927,139	–	质押	860,000,000
深圳市招广投资有限公司	国有法人	5.85%	266,637,546	–	质押	116,811,600
香港中央结算有限公司	境外法人	3.12%	142,136,019	–		
宁波顺达丰润创业投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	3.03%	138,228,504	–	质押	19,648,802
刘翼鲁	境内自然人	1.53%	69,883,780	65,617,221	质押	8,920,000
苏州工业园区元禾顺风股权投资企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.44%	65,776,995	–		
挪威中央银行–自有资金	境外法人	0.47%	21,456,148	–		
兴业银行股份有限公司–兴全趋势投资混合型证券投资基金	其他	0.40%	18,406,924	–		
中信银行股份有限公司–交银施罗德新生活力灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.38%	17,477,459	–		
中国建设银行股份有限公司–银华富裕主题混合型证券投资基金	其他	0.35%	15,782,602	–		
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知上述股东之间是否存在关联关系,是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	不适用					

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关系

(五)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

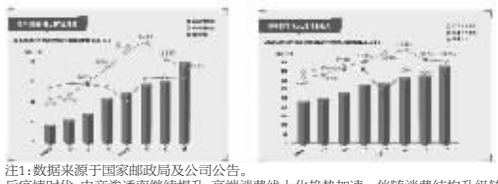
三、经营情况讨论与分析

(一)报告期经营情况简介

1、公司整体财务表现

公司前瞻性的、领先的战略布局,经过多年的建设和经营,逐步筑高壁垒。面对新冠疫情,公司表现出了强韧的综合运营能力和抗风险能力,核心优势更加明显。2020年,公司积极应对内外部环境变化,转危为机,深耕与开拓并举,实现了良好的业务增长。公司2020全年实现件量同比增长68.46%,远超行业整体增速的31.2%,市占率提升至9.76%,较上年提升2.15个百分点。

在新冠疫情初期,顺丰对网络强而有力的管控能力,自有全货机、铁路及高铁线路、无人机、丰巢智能柜等稀缺资源,多元化的综合物流能力,在地面运输受阻、接触性交付存在风险的情况下,保障了顺丰全网快速复工、稳定运营,全力解决疫情期间客户快递物流困难,全方位服务于社会抗疫物资和居民生活物资的运输需求。一季度,公司实现逆势增长,业务量同比增长77.1%。



注1:数据来源于国家邮政局及公司公告。

后疫情时代,电商渗透率继续提升,高端消费线上化趋势加速。伴随消费结构升级转型,电商市场下沉,二类电商、直播电商崛起等行业新态势,电商市场依然保持高速增长。公司紧抓市场机遇,持续深耕传统业务,迎来新的增长空间。一方面,公司持续完善产品体系,提升产品区隔,紧贴市场需求;同时大力开拓电商件市场,迅速提升业务规模,带动公司整体业务高速增长,市占率大幅提升。另一方面,公司继续夯实运营底盘,优化运营模式,提效提质。公司时效及经济件业务实现开源节流,保障了公司高质量的、稳定健康收入及利润增长。

公司快运、冷运及医药、同城、国际等新业务板块,继续保持高速增长,2018年至2020年三年复合增长率达64.5%,占总营业收入比例进一步提升至28.24%,成为公司业务新的增长引擎,公司综合物流服务能力及供应链服务能力进一步增强。

公司主要财务指标数据如下表:

项目	指标	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
业务量	速运物流业务注2件量(亿票)	81.37	48.31	68.46%
	速运物流业务注2票均收入(元)	17.77	21.94	–18.99%
项目	指标	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
利润表	营业收入(亿元)	1,539.87	1,121.93	37.25%
	归属于上市公司股东的净利润(亿元)	73.26	57.97	26.39%
	归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(亿元)	61.32	42.08	45.74%
	加权平均净资产收益率	15.20%	14.86%	上升0.34个百分点
	每股收益(元/股)	1.64	1.32	24.24%
项目	指标	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
资产负债表	总资产(亿元)	1,111.60	925.35	20.13%
	归属于上市公司股东的净资产(亿元)	564.43	424.20	33.06%
	资产负债率	48.94%	54.08%	下降5.14个百分点

注2:"速运物流业务"包括时效、经济、快运、医药及冷运、同城及国际板块业务,不包括供应链及其他板块业务。

营业收入方面:2020年,公司实现总营业收入1,539.87亿元,同比增长37.25%,远高于17.3%的行业增长率。传统业务增量增收,其中,时效件业务收入同比增长17.41%;经济件业务收入同比增长64.00%,贡献了超过40%的整体收入增量。其他业务板块持续保持高速增长,合计收入同比增长51.21%,贡献了超过35%的整体收入增量。

利润方面:2020年,公司实现归属于上市公司股东的净利润73.26亿元,同比增长26.39%,实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润61.32亿元,同比增长45.74%,实现扣非净利率3.98%,较上年同期提升0.23个百分点。

一方面,公司业务量高速增长,产能利用率提升,规模效益凸显;匹配业务结构变化,公司有节奏地推行运营模式优化(包括快慢分离等措施),围绕收派、中转等各环节的改进举措逐步推行落地,显著提升了全流程运营效率。同时,受益于公司持续在数字化、智能化、可视化科技技术上的投入,助力组织精简及管理高效,管销费用率持续下降。

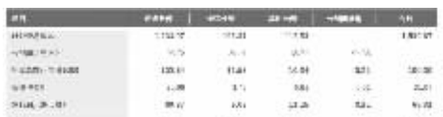
另一方面,公司经济快递及快运等陆运产品增长迅猛,业务占比大幅提升,陆运网络同时是公司打造高效敏捷、一站式供应链服务的能力底盘,因此公司第四季度高峰期加大了陆运网络资源投入,扩大陆运网络产能;此外,公司预期未来各业务板块仍将保持高速增长,因此在场地升级、自动化设备改造等关键资源方面做前置布局。上述投入短期内会有成本压力,但伴随业务量逐步增长、网络规模扩大,规模效益经历一定的爬坡期后在未来逐渐释放和显现。

新冠疫情初期,为快速复工、保障安全生产,公司额外支付了大额的员工激励补贴及防疫消杀成本。在常态化防控阶段,公司亦持续支出防疫消杀成本。国家应对疫情影响推出的免征增值税注3、减免企业社会保险费、免收车辆通行费等一系列税费减免政策,有效缓解了疫情给公司带来的成本压力。

注3:根据《财政部?税务总局关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》(财政部税务总局公告2020年第8号)第三条、第五条规定,对纳税人运输疫情防控重点保障物资取得的收入,为居民提供必需生活物资快递收派服务取得的收入,免征增值税。

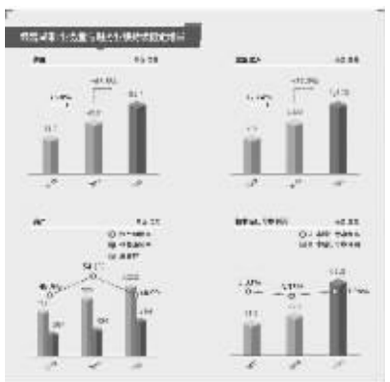
按分部报告注4看,2020年公司实现利润总额100.39亿元,其中速运分部实现利润总额122.84亿元,保持健康的利润率水平;快运分部及其他分部亏损总额分别为–11.58亿元和–10.64亿元,经营效率有所提升。

单位:亿元



注4:公司2020年起披露分部报告,详见年报全文"十二节 财务报告" 附注七(a)。快运分部主要包括快运业务板块,速运分部主要包含时效、经济、医药及冷运、国际等业务板块,其他分部主要包括同城板块、供应链板块、其他孵化新业务及未分配部分。

财务状况:截至报告期末,公司实现总资产1,111.60亿元,较2019年末增长20.13%。归属于上市公司股东的净资产564.43亿元,较2019年末增长33.06%。于2020年8月上旬,公司公开发行的可转换公司债券完成转股,公司报告期末的资产负债率由2019年12月31日时点的54.08%下降至2020年12月31日时点的48.94%,保持健康的负债水平,财务状况稳健、乐观。



2、传统业务实现高速增长,贡献持续、健康的收入和利润

(1)积极主动的市场策略,深耕与拓展并举,持续提升客户体验与客户粘性

2020年,公司继续聚焦行业特性,围绕着场景化、数字化、精细化方向,深挖客户需求,持续提升服务客户能力和客户体验,提升客户粘性。同时持续完善产品体系,细化产品及服务标准,利用科学定价模型实现产品合理差异化定价,提升产品区隔,牵引运营模式优化,保障了客户及收入有质量的、稳定健康的增长。

月结客户:2020年公司从全客户管理、全产品销售全面升级月结业务管理体系,客户粘性显著提升;搭建以客户分层、行业视角、场景分类为导向的管理模型,依托于顺丰自有物流大数据平台,实现全程客户管理数据可视化、可追溯;扁平化客户需求通道,持续聚焦客户物流生态链,深挖客户及其产业链上下游业务,组合产品、组合物流环节交叉销售,持续提升整体行业解决方案能力。

截至报告期末,月结活跃客户达150万,2020年,月结客户收入同比增长超过30%,月销售额万元以上客户增长迅猛,月销售额百万级客户占比逐步扩大,电商领域客户占比进一步提升,客户结构继续优化。

散单客户:聚焦C2C业务触点的拓展,深耕渠道运营,提升客户服务体验,打造具有竞争力的线上线下渠道服务体验。在线下渠道方面,继续加大与社会化资源合作,进一步拓宽增密了城市及乡镇村级的网络覆盖。借助数字化智能工具,支持业务一线的资源精准投入。通过对线上渠道的不断创新与优化,为用户提供更便捷流畅的产品体验,另一方面不断强化线上运营能力的建设,构建覆盖用户全生命周期的"长效化、自动化、精准化、敏捷化"的留存体系,同时配备差异化的运营策略,有效的提高用户粘性。

截至报告期末,个人会员规模达3.8亿,较2019年末增加52%;线上月活跃用户近1亿;寄件人数突破2.75亿人次,同比增长12.4%,其中,线上单量同比去年提升77.71%。

(2)持续夯实营运底盘,巩固核心竞争优势,降本增效

2020年,公司基于不同产品服务标准与市场竞争,推广流程标准化,持续加大智能化、自动化投入,优化各环节运营模式,深化内外部资源整合,实现运营效率,时效和质量同步提升,巩固核心优势的同时,实现降本增效。在末端网点方面:通过加密末端网点布局,搭建下沉渠道实现覆盖率提升,强化网点和中转功能融合,优化网点运营成本;同时结合数字化工具应用,大幅提升收派、仓管效能。在中转分拨方面:优化中转场规划,深化各业务板块间场地资源融通;加大中转自动化设备投入,自动化覆盖率得到显著提升,整体场地日处理峰值单量提升47%;结合货量及货物结构优化中转场流程及工序,降低破损,提高效率;通过持续推广集装集运、区域直分直发、中转直派等模式,有效缓解分拨及仓管环节压力,释放场线产能。在运输方面:通过提升自有运力能力,完善外包资源管理,提升运力资源可控性;通过长线融合、单边资源整合、大车型及甩挂模式推广等措施,持续提升干线装载率;通过算法优化,将低载高价干线转化为低价散航资源,同时通过空侧直集直散等模式,不断提升自有全货机装载率。此外,公司有效推进了快慢产品不同场景下的协同与分网模式,实现降本增效,释放规模效益。截至报告期末,95%特惠件量实现客户处分离,47%慢产品实现中转集装,通过干线填仓、特惠专属干线、换大车型等措施实现干线装载率及运输效益提升。

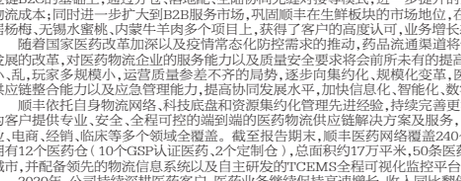
得益于上述措施,2020年,收派效能同比提升超过20%,仓管效能同比提升超过30%,专机装载率、干支线装载率及其环节效能均有不同程度提升,时效达成率及客户满意度同比提升。

(3)传统业务打开新的增长空间,实现高速增长,释放规模效益

2020年,公司时效件业务实现不含税营业收入663.60亿元,同比增长17.41%。新冠疫情爆发初期,公司通过快速复工,保障防疫物资及居民生活物资寄递,带动时效件高速增长;后疫情时代,电商渗透率继续提升,高端消费线上化趋势加速,公司紧抓市场机遇,充分挖掘高端电商需求,高端电商客群使用时效件业务量大幅增长,公司时效件迎来了新的增长动力。

2020年,公司经济件业务实现不含税营业收入为441.48亿元,同比增长64.00%,业务量同比增长155.86%,公司延续积极的经济件业务策略,继续大力开拓电商件市场,迅速提升经济件业务规模,带动公司市场占有率大幅提升,释放规模效益。伴随消费结构升级转型,电商市场下沉,二类电商、直播电商崛起等行业新态势,电商市场依然保持高速增长,同时电商市场在模式、流量、渠道、产品等方面开始呈现一定的结构性分化,公司经济件业务增长打开新的增长空间。公司依托网络、品牌与服务壁垒优势,为品牌电商客户提供兼具时效与质量的独立第三方的综合物流服务,助力客户降低履约成本的同时,提升消费者的物流服务体验,反哺电商客户业务增长。

(4)新业务继续保持高速发展,构筑行业领先的综合物流服务能力



快运业务:顺丰快运所在的零担行业是万亿级的市场,处于规模化以及行业加速整合期,不同于高度集中并呈现较高标准化与规模化的快递行业,快运行业集中度当前仍较低,具备很大的市场发展和整合潜力。随着中国制造2025计划及经济发展双循环发展格局的推进,国家政策大力支持实体+制造业,产业结构及消费也随之不断升级,市场需求逐步向供应链高端化、价值个性化及服务增值化转变,这对主打优质服务、领先时效的顺丰快运来讲是绝佳的市场机会,同时也面临着行业服务标准参差不齐、竞争日趋激烈的市场挑战。

顺丰快运充分拥抱市场发展变化,在保持顺丰快运、顺心捷达双品牌运营的同时,加快顺丰快运直营网络与顺心捷达加盟网络的业务融合,秉承顺丰优质基因,持续优化业务结构与服务体系,积极拓展大票、长途整车、城市货运等场景服务,扩大业务服务范围,打造行业服务高标准。通过双网融通及资源整合,打通客户从原材料采购到产品销售的全链条业务环节,实现供应链一体化。一方面直营体系不断夯实面向中高端的交付场景与服务能力,全面升级产品服务,解决B端大件供应链门到门及入仓服务等行业难点,为C端个性化场景提供入户安装等一步到位的延伸服务;另一方面通过加盟体系构建强化中端业务服务网络,为客户提供品质稳定、时效稳定、性价比高的产品服务,实现业务全方位覆盖;此外还加快同社会优质物流资源的合作,加速综合供应链交付能力构建,深化大票调拨、整车运输、城市货运等供应链全场景的综合服务体系,以更加优质的服务体验满足日益多元化的市场需求。

顺丰快运2020年持续加强场线资源投入,升级自动化设备,夯实运营底盘,时效继续提升;在末端推进入户家装服务,实现核心26城市自营,引入服务商21家,打造送装末端差异化的竞争力,搭建起可覆盖全国的送装服务网络,为客户提供一站式服务。截至2020年末,顺丰快运自营及加盟网共计拥有185个快运中转场(含集散点),约1,500个快运集配站,合计场站面积超过330万平米,日承载能力21.5万吨,较2019年末提升69.3%;拥有2,911条快运干线,10,902条支线,加盟网点10,130个,业务覆盖全国32个省级行政区、365个主要城市与地区。

2020年顺丰快运成立科技子公司,依托顺丰集团科技底盘,借力顺丰在科技方面的前期投入,在低成本复制推广顺丰大网丰富的物流科技应用经验的基础上,打造适合快运业务场景的收、转、运、派全链路的智能化、数字化科技底盘,不断探索和完善网络时效、成本、质量的最优解决方案;尤其在运营规划方面,通过算法模型,做到货量提前预测,网络规划最优,资源精准投入,通过科技助力持续提升营运效率和服务质量。

2020年,顺丰快运业务整体实现不含税营业收入185.17亿元,同比增长46.27%。全年整体零担货量同比增长超过70%,单日峰值货量达6.9万吨,同比增长103%,其中直营单日货量峰值4.5万吨,同比增长96%,加盟单日峰值货量2.4万吨,同比增长118%,营收规模及业务增速在零担快运主流玩家中均排名第一。

冷运及医药业务:据中国物流与采购联合会冷链物流专业委员会专家预测,2020年我国冷链物流市场增速将达10.3%,市场规模将达3,832亿元,冷链需求总量将突破2.65亿吨。2020年随着疫情下生鲜新零售的长期爆发和连锁餐饮消费的不断恢复,冷链物流市场需求在短期低迷后重新被释放,同时政府部门和消费者对冷链物流的价值认知明显升高,产业政策接连出台,行业监管提上日程,冷链物流即将从过去的散乱差向高门槛、新基建、大整合、强监管的阶段转折、转变。

经过多年布局,顺丰已经建立全国性食品冷链网络,具备网络覆盖绝对优势,冷链技术及执行标准行业领先,依托于强大的运输网络、领先的仓储服务、智能的分仓解决方案、专业的温控技术和先进的系统管理,为客户提供专业、安全、定制、高效的全程可控冷链服务,业务覆盖食品行业生产、电商、经销、零售等多个领域。2020年5月,顺丰参与起草的两项行业标准荣获深圳标准领域专项资金奖励,2020年8月,中国物流与采购联合会冷链物流专业委员会发布"2019 中国冷链物流百强榜单",顺丰冷运连续两年蝉联榜首。

2020年,受益于非接触式线上消费放量增长,顺丰冷运B2C产品业务获得良好增长。同时,公司持续拓展B2B市场,整体冷运业务规模持续扩大。同时,顺丰继续加强冷链仓和干线网络布局,进一步提升了网络覆盖度、运作效能及服务质量。一方面通过与大网融通、自营及外包资源整合多种模式,进一步拓展末端网络布局,提升了网络覆盖。另一方面,通过优化冷链仓布局,升级操作标准,提升自动化建设等措施,进一步提升了运作效能与服务质量。截至报告期末,顺丰拥有26座集多温区管理和配送一体的综合性高标准冷库,运营面积15万平米,拥有先进的车辆GPS全球定位及车载温控实时监测系统进行全程温控。

此外,顺丰持续助力农产品上行,积极响应各级政府扶农助农号召,协同政府、产地协会等以物流或产销对接为主题,共举办31场活动,覆盖荔枝、牛羊肉等重要农产品;助力农特产品品牌推广,新闻稿件传播共计3,900频次,覆盖3.12亿+人次。顺丰依托自身物流网络、时效、包装及保鲜技术等优势,持续聚焦产业链B2C的基础上,通过分仓、落地配、空陆协同无缝对接等模式,进一步提升时效和质量、降低客户综合物流成本;同时进一步扩大到B2B服务市场,巩固顺丰在生鲜板块的市场地位,在烟台樱桃、岭南荔枝、仙居杨梅、无锡水蜜桃、内蒙牛羊肉多个项目上,获得了客户的高度认可,业务增长态势良好。

随着国家医药改革加深以及疫情常态化防控需求的推动,药品流通渠道将快速推动扁平化、纵深化发展的改革,对医药物流企业的服务能力以及质量安全要求将会前所未有的提高。医药物流行业将从散、小、乱,玩家多规模小,运营质量参差不齐的局势,逐步向集约化、规模化变革,医药物流企业亟待提升全供应链整合能力以及应急管理能力,提高协同发展水平,加快信息化、智能化、数字化发展节奏。

顺丰依托自身物流网络、科技底盘和资源集约化管理先进经验,持续完善更深更广的医药服务网络,为客户提供专业、安全、全程可控的端到端的医药物流供应链解决方案及服务,已实现医药行业生产、商业、电商、经销、临床等多个领域全覆盖。截至报告期末,顺丰医药网络覆盖240个地级市之,068个区县,拥有12个医药仓(10个GSP认证医药,2个定制仓),总面积约17万平米,50条医药运输干线贯通全国核心城市,并配备领先的物流信息系统以及自主研发的TCEMS全程可视化监控平台。

2020年,公司持续深耕医药客户,医药业务继续保持高速增长,收入同比翻倍,服务时效、服务质量及成本控制方面均取得良好的效果。顺丰医药也逐步从单一药品运输转向多元化、端到端供应链物流服务提供商的转变,全面深化升级与药品厂家、流通企业、疫苗厂家、各级疾控中心、医院、连锁药店、医药电商等全产业链企业合作。在新冠疫情防控的背景下,C端送药上门需求激增,互联网医疗、DTP药房市场得到前所未有的推进,顺丰与国内主要的互联网医院、DTP药房合作,解决患者最后一公里的到家服务。在生物样本等临床临检冷链运输、疫苗供应链及智慧医药物流方面,不断取得突破,为疫苗厂家和疾控中心提供优质的仓储、运输和全程质量追溯等医药冷链供应链服务。在保障国内药品运输的同时,顺丰医药业务逐步开启了药品国际运输服务的新尝试,为新冠疫苗出口制定客制化的物流解决方案,可以提供全程门到门、港到港、门到港的服务,可利用国内端的运输网络优势以及自营航司的运作模式,从成本及质量服务上进行保障。

2020年,公司冷运及医药业务整体实现不含税营业收入64.97亿元,同比增长27.53%,业务保持快速增长。

顺丰同城急送:伴随本地生活服务持续升级,消费习惯、服务场景、销售渠道快速变革迭代,本地生活迎来了新消费时代。在新消费时代下,流量私域化、商业品牌化和市场下沉趋势日显,消费者对"即时性"提出更多个性化期待,催生出大量即时配送服务需求。即时物流,作为本地生活的核心基础设施,不断拓展业务边界,持续保持高速增长,未来市场空间巨大。

顺丰同城急送,秉承"专业,让配送更有温度"的理念,致力于打造"优质、高效、全场景"的第三方即时物流平台,已形成涵盖餐饮、商超、生鲜、服装、医药、3C数码、办公急件等全场景的配送体系,服务超过30万商家和1亿个人用户,2020年合作品牌数同比增长超300%。

2020年,顺丰同城始终以客户需求为中心,持续完善"全产品、全场景、全时段"的产品体系,深入打磨针对不同细分领域的定制化解决方案,全面提升多行业综合服务能力;深度挖掘个人用户痛点,通过商家送、帮取、帮买、帮办服务,为C端用户一站式解决所有本地生活需求。同时,加速拓展下沉市场,全国网络覆盖已突破500城,助力更多商家业务模式升级迭代。也持续进行向最后一公里配送、城市供应链等物流环节的延展,实现全时段、全距离、全品类的订单均衡分布,助力配送效能提升。

此外,顺丰同城以客户及骑手满意度为核心,不断进行科技创新,以自有的智能融合调度系统为核心,通过智能化、精细化排布驻店运力、商圈运力、全城运力,实现多元运力有效融合,不仅能稳定承接高峰期及各种异常天气下的订单,更能凸显规模化效应,实现履约质量和骑手人效的双提升,客户及骑手满意度一直处于行业领先地位。

2020年,顺丰同城业务实现不含税营业收入31.46亿元,同比增长61.17%,远高行业增速。

国际业务:顺丰国际致力于为国内外制造企业、贸易企业、跨境电商以及消费者提供便捷可靠的国际快递、国际电商、国际货代、国际仓储、集货转运服务,根据客户需求量身定制包括市场准入、运输、清关、派送、仓储、系统在内的一体化的进出口供应链解决方案。2020年10月,顺丰国际免费将蒙古国捐赠中国的首批4,000只活羊运输入境,借助广泛的运营网络与强大的资源调度能力,高质量地完成了运输任务。

顺丰国际快递业务持续增长,截至报告期末,顺丰国际快递业务覆盖海外78个国家及地区,较2019年末新增肯尼亚、阿根廷、老挝等16个非洲、南美和东南亚国家,新上线国际特惠配送产品及防疫物资运输服务。顺丰国际电商业务覆盖全球225个国家及地区,依托于自营国际航空资源、自有清关保障能力、海外本地化服务团队及物流网络,全力保障跨境物流方案稳健运行,同时开拓与跨境电商头部平台的多方位合作,实现业务稳定增长态势。

2020年顺丰国际大力发展国际货运业务,继续加强系统及网络底盘能力。其中,重点开拓中国出口至美国、欧洲航线,在主要港口引入一级货运代理,保障舱位和集装箱供应,大力发展中国至欧洲、俄罗斯优势铁路线路。为了响应外部市场上急迫的防疫物资和其他货物的国际航空运输需求,顺丰国际快速开通包括中国至美洲、欧洲以及南亚东南亚等地区在内的国际全货机航线30条,2020年全货机国际航线总计运量约9万吨。

顺丰国际为客户提供全场景、一体化、自主可控的国际供应链解决方案,助力本土企业完成海外布局,协助海外品牌进行国内外拓展。2020年,顺丰国际成功落地多个海外地区供应链仓配项目,与多个行业头部企业建立合作关系,构筑定制化、一体化、科技化供应链物流服务能力,为顺丰海外业务赋予新动能。顺丰国际将持续推进国内保税区业务建设,不断深耕市场,利用科技助力、资源整合,为客户提供多场景、全路由、个性化保税物流解决方案。

2020年,顺丰国际业务实现不含税营业收入59.73亿元,同比增长110.40%,成为公司增速最快的业务板块。

供应链业务:2020年,公司通过供应链业务摸索与客户实践,结合顺丰DNA(数字化、标准化、产品化)打造并逐渐完善聚焦于帮助企业客户更好的实现直达消费者(D2C)新增长、大数据决策,智慧供应链和全渠道经营三大标准化和模块化的数字化产品体系,不断优化迭代中,并已在快消零售,鞋服美妆,高端工业制造等行业的世界500强企业和成长型企业快速推广。此外,顺丰继续科技赋能并购业务,并通过顺丰大网资源的协同,带动新夏晖及顺丰DHL数字化转型升级及新业务增长。

顺丰与国内头部企业强联合,创新性打造"一盘货"新模式,通过信息化平台共建、AI智能分析、仓配一体化,实现渠道库存的回收、可控、优化、共享,提升企业在缺货率、供货响应、库存水平、产品新鲜度等方面的管理能力。同时,与全球领先企业联合创新,共同打造了基于大数据,人工智能和物联网技术的新一代智慧门店库存管理、销售预测和自动补货,一站式智能化运营管理的供应链平台,网络优化设计,更加有效触达终端的前置网络和OiO全渠道智能配送等实践,在客户体验提升,运营效率和成本优化,可持续发展等领域取得显著成效,以更好赋能在全渠道下的B2B2C商业模式创新。对于成长型中小企业,提供数字化产品Saas部署,供应链端到端运维,从方案设计到物流落地的敏捷科技解决方案,实现了数字化管理的核心能力,从消费者到平台到选品到库存再到生产的大数据决策能力,助力中小企业实现新的优质的高速增长。

新夏晖在多层级的安全管理体系基础上,建立了全方位的危机管理应急预案,有效地保障了整个供应链条的人员、货品和运营安全,服务质量始终保持在高水平;保持高效优质服务的同时,新夏晖实施了多元化的发展策略,在业务开发、市场整合和战略项目实施方面取得重大进展,服务范围和区域不断扩大;通过与顺丰各板块的深入融通,实现了业务层面的战略整合,成功实施多个战略项目,实现了客户数量及业务收入的良好增长。新夏晖获得行业的高度认可,获得了包括中物联冷链委颁发的"2020中国冷链年度企业"称号、"2019中国冷链物流百强企业"第4名和中国物资储运协会颁发的"2020年度数字化供应链科技先锋奖"。

新冠疫情给许多企业客户带来了挑战和不确定性,在顺丰大网和德国邮政敦豪集团本土和全球的网络资源协同下,顺丰DHL为客户提供稳定可靠的供应链业务支持,增强客户供应链的柔性和韧性。与此同时,顺丰DHL借助顺丰集团的科技资源,继续优化供应链平台,将供应链各环节进行数字化整合,以推动业务场景信息与数据统一、运营模块的变革;并利用自动化的物流产品,持续提升客户供应链效率及协助客户实现供应链转型;同时在关键行业中形成基于数字化创新的产品体系,为客户提供稳定可靠的科技供应链解决方案。随着客户合作的深度和广度的增加,顺丰DHL业务继续保持良好增速,大幅领先于同行业水平,已签约的新业务同比上年实现翻倍增长。

2020年,公司整体供应链业务实现不含税营业收入71.04亿元,同比增长44.45%,营收增速领先行业。

(二)报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

(三)占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

√ 适用 □ 不适用

单位:元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
速运物流及供应链	151,743,162,336.64	126,907,806,028.98	16.37%	36.83%	38.52%	–1.02%

报告期内,公司已根据会计准则相关规定按资源项性质准确核算营业成本,但鉴于公司所处的快递物流行业具有典型的网络特征,存在多流向、多客户、各资源项在各环节中高度交叉共享的特点,因此,无法公允准确地提供区分产品及地区的成本。

(四)是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

√ 是 □ 否

按业务年度口径汇总的主营业务数据

□ 适用 √ 不适用

(五)报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

(六)面临退市情况

□ 适用 √ 不适用

(七)涉及财务报告的相关事项

1、与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

财政部于2017年修订了《企业会计准则第14号—收入》(财会[2017]22号),同时要求在境内外同时上市的企业,以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业,自2018年1月1日起施行;其他境内上市企业,自2020年1月1日起施行;根据上述会计准则的修订及执行期限要求,公司对会计