证券代码:002120　证券简称:韵达股份　公告编号:2025-018

韵达控股集团股份有限公司

【2024】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。

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利润分配预案为:以利润分配实施时股权登记日的公司总股本减去公司回购专户股份后的股份总数为基数,向全体股东每10股派发现金红利2.00元(含税),送红股0.00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	韵达股份	股票代码	002120
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	杨红波	何强	
办公地址	上海市青浦区盈港东路6679号	上海市青浦区盈港东路6679号	
传真	021-39290863	021-39290863	
电话	021-39290789	021-39290789	
电子信箱	ir@yunda.com	ir@yunda.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(一)公司主营业务概述

1、公司主营业务

韵达股份是国内领先的快递综合服务提供商。在以高质量发展为引领的新阶段,公司深入贯彻“全网一体、共建共享”的发展理念,以科技创新、精细管理为驱动,践行“绿色快递,智领未来”的发展观,实施“聚焦主航道”的发展战略,核心是:全网聚焦、聚力、聚势,共同将快递主业从市场规模、运营质量、服务水平、全程时效等维度做到行业领先水平,打造一张以规模化标准快递服务为基础、差异化分层服务不断扩大的高品质快递网络,用优秀的“韵达品牌”、“韵达服务”,为客户提供极致的快递服务体验和无与伦比的快递时效。

2、公司主要产品与服务

公司以服务实体经济为宗旨,以满足客户需求为导向,做大做强快递核心主业,以快递为核心,为客户提供“全程全域全场景一盘货的一站式解决方案”,巩固并不断扩大标准快递业务的品牌优势、规模优势和市场优势;同时,将优质的服务品质进行流量转化,积极实施快递业务“客户分群、产品分层”策略,大力发展韵达特快、散单、省内件、区域件等高附加值产品;协同发展韵达国际、韵达供应链、韵达门店驿站等周边产业链,为提升国民经济运行效率、推动新经济发展、提高居民消费水平等提供基础性支撑。

■快递产品:标准快递、服务分层产品(韵达特快、电商平台增值服务产品)、散单业务等

■增值服务:代收货款、保价业务、门店调拨、签单返还、逆向物流、隐私面单、预约配送等

■韵达供应链:仓配一体、仓店调拨、数据和软件服务、整体解决方案等,为上下游客户提供全方位的仓配一体化解决方案

■韵达国际:标准进口&出口服务(国际专线、国际特惠、国际小包、国际重货等)、仓储(保税仓储、海外仓储)、转运等相关业务

■韵达门店驿站:解决快递企业“最后一公里”的配送难题;嫁接快递流量,探索社区团购、零售电商、便利店、洗衣收寄等新型服务场景,为广大消费者提供便捷的社区服务;为客户提供品牌宣传、产品推广、到家等服务

3、公司快递经营模式

公司采用“核心枢纽中转自营与末端网络加盟”的快递经营模式。自营方面,核心枢纽转运中心的设立、投资、运营、管理主要由公司总部负责,实现对核心资源、干线网络及服务品质的有效控制力;加盟方面,全网的收派网端、业务开拓和客户体验主要由具备快递经营许可、资质优良的加盟商提供服务,最终形成“核心枢纽转运中心自营、终端揽派加盟相结合”的“橄榄型”网络运营模式。

(二)报告期公司主要经营及财务指标

报告期,公司坚持“质效领先、数智引领、创新驱动”发展策略,深入贯彻“全网一体、共建共享”理念,利用资产优势、服务优势、品牌优势等各种优势,继续实施灵活、敏捷的经营策略,通过不断的运营能力、科技能力和服务能力累积提升,持续保持高效能、高品质的市场竞争力。

2024年,全面落实“比能力、比服务、比品质、比价值”的经营策略,这是公司快递经营发展中长期坚持的“金策略”。公司将始终坚持“以客户为中心”的发展理念,牢牢坚持“第一性原理”,用好数字化工具和核心资产优势,以“问题导向、真抓实干、逐级负责、奖优扶劳”为工作原则,认真、精细地做好快递揽件、及时交件、柔性分拨、准点发车、路由拉直、高效派件工作,将“落货率值、时效率值、破损率值、客诉率值、遗失率值”等业务实质作为各经营单元的核心考核指标;同时,公司坚持“全网一体”经营思想,提升售后服务响应速度,强化数字链路建设,用智慧经营系统、信息化数字化能力赋能网络,与加盟商共同服务客户、开拓市场,为商家、客户和消费者提供一流的服务,获取更多客户的选择。

2024年,公司大力推进“四个能力”建设:以目动化设备、无人车、无人机、无人驿站为实物量指标,提高末端驿站、“集包仓”、“网格仓”、加盟网点的“科技含量”,提升全网科技能力;夯实全网服务质量、操作标准化,贴近消费者服务需求、贴近平台服务规则,增强服务的主动性、前置性,改善时效服务,把服务品质和全链路时效的指数排名稳定在优势水平,提升全网服务能力;牢牢把握住行业的高增长机会、流量平台获客的机会、农村居民线上购物频次提升的机会等,持续优化包裹结构、提高有质量的包裹比例,提升全网展业能力;同时,公司优化业务考核,牢固树立“市场与客户是价值之源”的理念,鼓励加盟网点积极优化业务结构,摒弃“只派不揽或只揽不派”思维,提高揽派对流货献水平,提升全网均衡发展的业务能力。

2024年,公司持续推进数字化转型工作,深化“全面数字化、移动数字化”战略。基于自动化、信息化、数字化、智能化的演进路径,公司科技投入与创新工作不断迭代,当前正加紧构建“1+N+AI”的多层次科技战略,即基于日均海量的包裹和多程序多目标管理,通过“强大的数字化能力”和全网全链路的业务场景,构建一个多层次的数据管理、数据分析、数据决策和数据应用体系,并积极拥抱嫁接人工智能技术。

2024年,公司继续加强组织和人才建设,深入推进“协发委”组织机制,将总部、省区、网管、分拨和协发委组织与人才深度融合、一体培养,动态发掘有思路、善打仗的优秀加盟商参与快递网络管理工作;定期召开全国协发委会议,强化机制建设,提升协作水平,共促网络发展;公司在全国持续举办巡回式业务培训,将“运营提升一时效提升一服务提升一价值提升”作为工作重点,帮助加盟商提升业务经营能力,同时把网络能力提升建设的广度向客户和消费者延伸,进一步夯实公司快递网络底盘基础。

■主要财务指标:截至报告期末,公司总资产393.18亿元,同比增长3.26%;归属于上市公司股东的净资产204.67亿元,同比增长6.79%;快递服务毛利率为9.29%,同比上升0.77个百分点;经营活动产生的现金流量净额为50.87亿元,同比增长50.18%。

■快递经营方面:报告期,公司累计完成快递业务量237.83亿票,同比增长26.14%,高于行业平均增速4.64个百分点。

■营业收入方面:报告期,公司实现营业收入485.43亿元,同比增长7.92%,其中:快递服务收入478.87亿元,同比增长10.64%。

■成本管控方面:转运中心方面,公司通过精准货量预测、精准排班等多项有效手段,提高人均效能;干线运输方面,公司积极优化配载和串联,提高装载率,优化在途配载和支干线路由,实现运输成本的下降;同时随着业务规模的增长,公司将积极利用数字化工具提高产能利用率、设备周转率,大力推广末端科技化、无人化,提高快递服务履约交付质量,继续挖掘全链路成本空间。2024年,公司核心运营成本持续下降,单票核心运营成本同比下降21.91%。

■费用方面:报告期,公司深度践行“聚焦主航道”战略,发挥数字化精益管理能力,提高运营效率和人均效能,在保持各环节高效运转的前提下,经营期间费用得到有序改善。2024年,公司四项费用同比下降3.18亿元,同比下降比例为13.85%。

■实现利润方面:报告期,公司实现利润总额26.13亿元,同比增长19.52%;实现归属于上市公司股东的净利润19.14亿元,同比增长17.77%;基本每股收益为0.66元,同比增长17.86%。

(三)品质服务、数智经营、共建共赢

1、优化夯实快递服务根基,建设均衡有力的橄榄型网络

■网络建设方面:网络是公司发展的根基与筋脉。2024年,公司积极服务国家“乡村振兴”战略,加快实施“两进一出”工程。一方面,公司持续推动“向西向下向外”工程,加大快递进村的推广力度,提高公司快递网络县级、乡镇服务能力网络覆盖率,进一步提升公司快递网络服务能力,其中县级区域覆盖率99.6%以上,乡镇服务网络覆盖率99.8%以上,新增乡镇网点1,084家,网络覆盖面特别是在乡镇农村地区的服务范围得到了极大拓展,进一步夯实了国内业务发展的网络密度。另一方面,公司结合产业带、交通区位及“一个分拨一N个网点”的合理辐射关系,推动分拨改革,探索多级转运体系,减少重复操作和多边停驻,降低操作成本、提高干线时效。同时,完善网络布局,对部分“小弱散”网点进行功能调整和资源整合,重点提高经营规范、积极开拓、服务优质的加盟网点的自动化、智能化、无人化科技水平,逐步打造一张辐射更加合理、对流更加均衡、服务更加优质、竞争更加有力的“橄榄型”服务网络,逐步建立一张向计算要边际、向AI技术要品质的规模化、智能化路由网络。

目前,公司在全国优化设立73个转运中心,在全国优化拥有4,775个一级加盟商,加盟比例为100%;公司末端门店、驿站等基础设施95万余个;网络已覆盖2,843个县级单位,其中向西新增覆盖5个以上的县级单位,服务网络已覆盖全国31个省、自治区和直辖市,地级以上城市除海南的三沙市外已实现100%全覆盖。报告期末,公司全网快递员数量超过20万人。

节点类型	东北大区	华北大区	华东大区	华南大区	西北大区	华中大区	西南大区
一级加盟商(个)	437	742	1,548	495	393	556	604
转运中心(个)	5	8	32	10	5	7	6

2024年公司销售金额前十名加盟商

序号	名称	城市	揽件量(万票)	快件服务量(万票)	员工数量(人)
1	加盟商一	深圳	106,086	179,801	6,756
2	加盟商二	金华	34,368	35,885	476
3	加盟商三	中山	15,770	30,334	2,496
4	加盟商四	金华	21,620	22,429	236
5	加盟商五	晋宁	19,016	24,060	490
6	加盟商六	广州	21,113	27,500	614
7	加盟商七	金华	16,818	18,249	315
8	加盟商八	金华	16,833	17,396	105
9	加盟商九	滁州	11,690	14,389	423
10	加盟商十	金华	17,012	17,842	143

报告期,公司销售金额前十名的部分加盟商发生了变化,其中:2024年度加盟商四、加盟商七、加盟商八和加盟商九为新晋前十名的加盟商,2023年度的加盟商四、加盟商七、加盟商八和加盟商九退出前十名,上述变化主要系市场竞争原因所致。

■深入推进网格仓建设:公司网格仓主要通过发挥支线运输集约效应,以循环跑车、支线车辆合并、同步作业操作等多步骤并行,降低支线运输成本,改善支线时效;通过集中自动化操作,利用智能分拣设备,提高分拣效率的同时,保障人员稳定,降低分拣成本;通过缩短末端分拣派送时长、提升全链路时效;快递小哥不需要人工分拣,一定程度提高了快递小哥幸福感。公司探索优化加盟制快递网络末端经营生态,发力网格仓智能分拣基础设施建设,构建多种模式相结合、互为补充的末端投递服务新格局。截至报告期末,公司正式投入运营的网格仓数量为939个。

■持续布局集包仓建设:公司积极响应客户需求,持续深化网络能力建设,贴近产业带布局集包仓。公司集包仓有效加强了揽件端操作能力、降低网点集包成本;通过对集包仓智能化和自动化升级,进一步提高了揽收、交件、分拣的时效,减少包裹在运输、操作过程中的破损,为客户带来更高品质的服务,提升客户满意度。截至报告期末,公司正式投入运营的集包仓数量为322个。

■门店驿站建设方面:末端服务是快递服务的重要环节,是快递业发展惠及百姓、服务民生的重要体现,在快递年包裹量跨入千亿海量级别及快递末端服务效能提升的大背景下,探索末端服务模式创新和科技应用创新意义重大。公司加大对加盟商及一线快递员的帮扶力度,加快构筑网点、门店驿站、无人驿站等多元化末端服务网络,加强网络延伸性,提升末端网点处理能力。同时,公司积极参与推动农村寄递物流体系建设,拓展终端网络,制定乡镇开通计划,有效满足乡村的寄递服务需求。截至报告期末,公司各类门店驿站等末端资源95万余个,同比增长2,000余个。公司通过构建多种模式相结合、互为补充的末端投递服务新格局,一方面,既能向客户提供分层的多元化、商业化服务,服务能力持续跃升,用户多元化消费需求不断得到满足;另一方面,又极大提高末端服务效率,有效降低快递小哥的单票履约工时。

■运输管理方面:公司以陆路运输为主,并采取多种车辆运输模式相结合。截至报告期末,公司干线自营车辆数量为6,800余辆,公司通过车辆在途动态配载、优化路由,提高全网路由拉直率,提升运输效率,降低运输成本。同时,为满足高端快递产品的时效需求,并且把业务延伸到陆路运输较难覆盖的地区,公司以航空运输作为陆路运输的有效补充。报告期,公司已与全国50余家航空货运代理公司开展合作。

2、强化全链路数字化底座,构建“1+N+AI”科技战略

2024年,公司科技投入与创新工作不断迭代,目前正构建“1+N+AI”的多层次科技战略,即基于一个“强大的数字化能力”和全网全链路的业务场景,构建一个多层次的数据管理、数据分析、数据决策和数据应用体系,并积极拥抱嫁接人工智能技术,来赋能、提升公司经营和网络服务工作。

■数字化底座建设:长期以来,公司十分重视研发投入工作,积极拓展AI技术在全网运营管理中的广泛应用,推动新兴技术在业务运营中的落地。公司强化数字链路建设,用智慧经营系统、信息化数字化能力赋能网络,提高全网运营效率。同时,公司深知无人车、无人机等新兴物流配送方式是推动快递行业高质量发展的重要引擎,公司积极部署无人机、无人车等末端配送方式,截至目前,公司已在黑龙江、陕西、北京、内蒙古、浙江、安徽、广西、山东等地区分别进行无人车或无人机的试点工作。

■N种数字化应用赋能:在“全面数字化”战略指引下,公司以实用性为导向,通过科技能力,全面覆盖中转运营体系和末端服务体系,实现全网全链路的移动化、实时化、智能化,打造公司核心驱动力;同时,公司将数字化的经营思路从管理层面进一步应用到经营网络层面,从总部到省区、网点、快递小哥、客户,贯穿业务全链路,贴近用户需求,完善了省区经营管家、客户管家、网点管家、快递员揽派四大数字化经营工具,满足商家、客户和消费者多元化的服务需求,保障服务网络健康稳定发展。公司通过先进数字化经营工具的开发完善及数字化升级迭代,深化网络精细化管理,提升末端服务能力,提高快递服务履约交付质量,完成数据化,到信息化、数字化、智能化的转型,为商家、客户提供更便利更快捷的实时服务与支持,为加盟商提升经营水平和市场竞争力。

■拥抱人工智能赋能:公司整合了国内多个领先的大模型技术,打造AI应用服务中心,通过深度分析各模型的技术优势,量身定制最优行业解决方案,在客服与仲裁环节率先研发应用了“微笑系统”、“小达机器人”等,持续引领快递物流行业的智能化升级。作为致力于打造“数字化、智能化、标准化”智慧物流综合服务商的先行者,2025年一季度公司已积极部署应用DeepSeek大模型,以人工智能为驱动引擎,向内赋能推动公司业务和服务的工具从“人工+智能”向深度智能化转型,为商家、客户和消费者提供更智慧化的服务体验。公司通过AI能力的应用与落地,将进一步助力提升服务质量和水平,优化管理流程,具体应用场景包括智能终端、智能客服以及智能决策支持等。以智能终端为例,应用后将为快递员提供全方位工作支持,快递小哥通过语音或关键词便可实现多功能快捷操作。在智能决策支持方面,针对不同业务场景构建了专业化知识库与智能助手,有效打破信息壁垒,降低决策成本。具体到业务层面,应用后可支持加盟网点高效处理客户咨询、包裹拦截、地址变更等多元操作,为运营决策提供有力支撑。

3、多元赋能、上下同欲,强化标准化建设

报告期内,根据市场环境变化,公司动态优化、调整网络管理政策措施,强化网络赋能支持力度,激发全网发展信心。

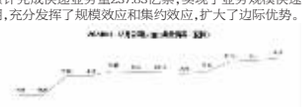
■网络赋能方面:公司积极采取多种措施加强对加盟商的管理赋能,要求总部管理人员深入一线实操,收集一线意见,帮助网络切实解决问题和难点,形成标准制度流程,稳步做好快递服务网络的颗粒度完善工作,增强网络的健康度;公司坚持均衡发展的经营思路,根据业务流量流向、市场环境、合理成本、货品结构等因素,优化定价策略,支持网点拓展腰部客户,积极响应客户产品需求,保障全网同心同力;公司进一步充实“协发委”的组织力量和职能,充分发挥加盟商“离市场最近,最了解市场”的天然优势,吸引优秀的加盟商参与到快递网络的日常管理,及时准确地向总部提供“市场有什么,客户要什么,韵达给什么”等专业的市场咨询意见,对网点给予基于业务实质和经营实质的及时的运营帮扶与建议。

■标准化管理方面:加盟商是快递服务网络的核心资源,其市场开发能力、经营管理水平、融资投资实力以及长期的盈亏状况等直接关系公司的业务量、市场份额和服务品质。报告期,公司持续进行标准化能力建设。总部牵头梳理并更新迭代部分流程制度,通过标准化让经营决策有效落实在业务一线,显著提高了各项工作效率和决策效率;开展全网标准化培训,为提升团队能力,总部、省区、网点及协发委人员共同参与到公司的标准化建设和应用当中,报告期,参与培训人数近8,000人次。同时,公司通过“以赛带训、赛训结合”的方式启动覆盖全网快递员、操作员、网点客服等各岗位20万人的“技能大比武”活动,借助揽转运派签全链路的数字化手段,提升一线业务人员在全链路、全环节过程中的“标准化”服务能力和水平,通过标准化建设,有效提升了快递服务稳定性。

4、目标牵引,精益管理,巩固成本领先优势

报告期,公司管理的重心聚焦“构建成本领先优势”方面,以“稳进取、懂市场、善打仗”为原则,调整经营组织结构,通过数字化工具,结合线上的管理手段和管理工具加强组织管理,提高人员积极性,建设灵动、扁平、高效的经营体系,提升市场竞争能力和经营执行力;同时,充分利用成本管控的企业基因,多措并举,在保持各环节高效运转的前提下,继续把成本管控做精做细。

■持续发挥规模效应:报告期,公司快递经营的核心工作是,利用与同行产能投放、资本开支的“错周期”,服务提质、业务增量,深入落实“全网一体、共建共享”理念,将产能优势转化为业务量和高品质服务优势,业务经营和市场提升成效明显,累计完成快递业务量237.83亿票,实现了业务规模快速增长,顺利实现了提高资源利用率/资产周转率经营预期,充分发挥了规模效应和集约效应,扩大了边际优势。



■持续提升装载率:充分的自有运力资源是公司的核心优势。通过加大品牌优势传导,扩大获客渠道、加大客户的开发力度,做好区域市场平衡,提高高客单价客户和品牌客户,持续提升全网双边车辆的平均装载率;根据大数据呈现的运输车辆、货运量和包裹节点,利用数据系统进行动态路由调整,提高发车管理与装载率的匹配程度,降低单票运输成本。2024年,平均装载率同比持续提升。

■持续挖掘敏捷支点:报告期,公司充分利用核心资产优势、科技优势和精细化管理优势,不断探索“自动分拣”、“上仓下配”、“支线协同”、“智能客服”、“网格仓”、“集包仓”、“无人配送”等新的敏捷经营支点,缩短揽派两端的操作时效,进一步提高全网运营效率;同时优化建包、集包方案,通过路由拉直,减少中转拆包,提高运营效率,缩减操作时间,降低网点运输成本。

(四)绿色、利他、规范,建设令人尊敬的科技型快递企业

■服务品质领先:公司通过优化网络结构、推进数字化与智能化建设,全链路时效提升,同城及区域服务效率增强,72小时妥投率位居行业前列,客户满意度持续提高。公司持续深化快递服务全链路时效管理,加强运营过程管控。公司快递服务的申诉率和有效申诉率指标,在可比公司中继续保持着卓越、可识别的服务品质。

■绿色可持续发展:不择细流,利他则美。公司自披露《2018年度社会责任报告》起,至《2024年度可持续发展报告》,已连续七年面向社会公开披露年度可持续发展报告(社会责任报告)。

■服务乡村振兴战略,推动“快递进村”:“快递进村”是畅通城乡循环,服务乡村振兴战略的重大工程,也是实现快递业发展的必由之路。“快递进村”不仅改变了村民的生活方式,提升农村居民的生活品质,也让农产品能够及时、顺畅地运出去,在满足消费者个性化消费需求的同时,为当地农户拓宽了增收渠道。随着“快递进村”工程的深入实施,在现代化物流网络加持下,公司发挥“快递+”优势,加大农村地区的快递网络布局和设施建设,多措并举大力拓展农村快递服务网络的宽度和深度,让广大农户在家门口就能收寄快件,享受便捷、高效的快递服务体验。公司在春茶的采摘旺季为广大茶商茶农提供储、供、销一体化服务,全力保障春茶的运输时效和服务品质,为各地春茶“香飘全国”添砖加瓦;助力了云南的软籽石榴在电商平台上销量大增,成为了当地的明星产品;为新疆当地果农提供专门的打包服务,助力香梨、大枣等农产品销售全国;积极服务西藏当地农牧民,通过“空运+陆运”的方式运输,将云雾茶、红米、西梅等各类特产安全寄出。

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

	2024年末	2023年末	本年末比上年末增减	2022年末
总资产	39,317,902,625.22	38,079,433,829.24	3.26%	38,672,511,743.88
归属于上市公司股东的净资产	20,466,517,302.16	19,165,287,413.22	6.79%	16,976,269,364.05
	2024年	2023年	本年比上年增减	2022年
营业收入	48,543,032,234.43	44,982,510,736.07	7.92%	47,433,735,406.37
归属于上市公司股东的净利润	1,913,919,697.38	1,625,122,877.75	17.77%	1,483,079,193.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,643,319,880.50	1,389,628,670.47	18.26%	1,388,714,522.46
经营活动产生的现金流量净额	5,086,803,477.58	3,387,170,506.02	50.18%	5,290,812,742.96
基本每股收益(元/股)	0.66	0.56	17.86%	0.51
稀释每股收益(元/股)	0.64	0.55	16.36%	0.51
加权平均净资产收益率	9.64%	8.96%	0.68%	9.02%

(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	11,155,511,857.71	12,096,467,544.95	12,256,945,511.23	13,034,107,320.54
归属于上市公司股东的净利润	412,474,416.07	628,181,139.49	367,232,663.20	506,031,478.62
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	384,913,496.88	447,170,136.21	339,823,324.62	471,412,902.79
经营活动产生的现金流量净额	510,746,941.69	1,509,964,348.88	1,192,691,535.01	1,873,401,686.00

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	81,495	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	85,698	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(不含通过转融通出借股份)							
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、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
上海罗顺恩投资管理有限公司	境内非国有法人	52.10%	1,510,562,788	0	质押	319,860,000	
嘉翼云	境内自然人	2.77%	80,361,697	60,271,273	不适用	0	
香港中央结算有限公司	境外法人	2.69%	78,071,269	0	不适用	0	
杭州阿里巴巴创业投资管理有限公司	境内非国有法人	1.44%	41,776,885	0	不适用	0	
黄新华	境内自然人	1.04%	30,045,656	0	质押	12,000,000	
全国社保基金四一八组合	其他	0.80%	23,126,582	0	不适用	0	
中国农业银行股份有限公司-中证500交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.71%	20,495,806	0	不适用	0	
中国建设银行股份有限公司-中欧价值智选混合型开放式证券投资基金	其他	0.69%	19,890,853	0	不适用	0	
陈美香	境内自然人	0.63%	18,353,262	0	不适用	0	
中国太平洋人寿保险股份有限公司-分红-个人分红	其他	0.56%	16,284,011	0	不适用	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述前十大股东中上海罗顺恩投资管理有限公司、嘉翼云、陈美香系一致行动人,存在关联关系,其他上述股东公司未知是否存在关联关系或一致行动关系。						
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	截至2024年12月31日,公司前十名股东中股东上海罗顺恩投资管理有限公司通过普通证券账户持有1,466,562,788股外,还通过信用证券账户持有56,000,000股,实际合计持有1,510,562,788股。						

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

√适用 □不适用

单位:股

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况								
股东名称(全称)	期初普通账户、信用账户持股		期初转融通出借股份且尚未归还		期末普通账户、信用账户持股		期末转融通出借股份且尚未归还	
	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
中国农业银行股份有限公司-中证500交易型开放式指数证券投资基金	7,600,606	0.26%	2,351,600	0.08%	20,495,806	0.71%	0	0.00%

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

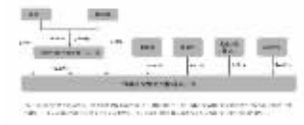
□适用 √不适用

(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



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

√适用 □不适用

(1)债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额(万元)	利率
韵达控股股份有限公司2024年度第一期中期票据	24韵达控股MTN001	102481796.IB	2024年04月24日	2027年04月26日	50,000	2.70%
韵达控股股份有限公司2024年度第二期中期票据	24韵达控股MTN002	102482963.IB	2024年07月10日	2027年07月12日	50,000	2.50%
韵达控股股份有限公司2024年度第三期中期票据	24韵达控股MTN003	102483617.IB	2024年08月19日	2027年08月21日	100,000	2.42%
韵达控股集团股份有限公司2025年度第一期中期票据	25韵达控股MTN001	102581293.IB	2025年03月20日	2027年03月24日	50,000	2.44%
韵达控股股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券	韵达转债	127085	2023年04月11日	2029年04月11日	244,996.27	0.40%
报告期内公司债券的付息兑付情况	报告期内公司债券本息兑付正常。					

(2)公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

2024年6月26日,上海新世纪资信评估投资服务有限公司出具《2023年韵达控股股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券定期跟踪评级报告》,确定维持公司主体信用级别为AA+,维持可转换公司债券“韵达转债”的债项信用级别为AA+,展望为稳定。

(3)截至报告期末公司近2年的主要会计数据和财务指标

单位:万元

项目	2024年	2023年	本年比上年增减
资产负债率	47.68%	49.30%	下降1.62个百分点
EBIT(息税前利润)	164,331.09	138,962.87	18.26%
EBITDA(全部债务比)	38.94%	40.37%	下降1.43个百分点
利息保障倍数	8.14	6.18	31.72%

三、重要事项

1、回购公司股份事项

公司于2023年10月27日收到董事长聂腾云先生《关于提议回购公司股份的函》,具体内容详见公司于2023年10月30日在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)披露的《关于收到董事长提议回购公司股份的提示性公告》(公告编号:2023-079)。公司于2023年11月17日召开的第八届董事会第八次会议审议通过了《关于回购公司股份的议案》,拟使用自有资金通过深圳证券交易所股票交易系统以集中竞价交易方式回购公司已发行的人民币普通股(A股)股票,回购资金总额为人民币50,000,000元(含)-100,000,000元(含),回购价格为不超过人民币14元/股。公司本次回购的股份将全部用于股权激励或员工持股计划。回购实施期限自公司董事会审议通过回购股份方案之日起不超过六个月。具体内容详见公司于2023年11月20日在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)披露的《关于回购公司股份方案的公告》(公告编号:2023-088)、《关于回购公司股份的报告书》(公告编号:2023-089)。

公司于2023年12月6日-2024年5月16日通过股份回购专用证券账户以集中竞价方式实施回购股份740.38万股,占公司总股本的0.26%,最高成交价为8.41元/股,最低成交价为6.09元/股,成交总额为5,499.76万元(不含交易费用)。截至2024年5月16日,本次回购方案已实施完毕。具体内容详见公司2024年5月18日于巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)披露的《关于公司股份回购结果暨股份变动的公告》(公告编号:2024-039)。

2、公司申请注册中期票据事项

为拓宽公司的融资渠道,满足公司经营发展需要,公司于2024年9月14日召开的第八届董事会第十二次会议、第八届监事会第十次会议以及2024年10月9日召开的2024年第一次临时股东大会审议通过了《关于申请注册发行中期票据的议案》,同意公司向中国银行间市场交易商协会申请注册发行规模不超过30亿元(含30亿元)的中期票据。截至2025年1月14日,公司已收到中国银行间市场交易商协会下发的《接受注册通知书》(中市协注〔2025〕MTN17号),同意接受公司中期票据注册,公司中期票据注册金额为30亿元,注册额度自通知书落款之日起2年内有效。具体内容详见公司2025年1月16日于巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)披露的《关于公司股份回购结果暨股份变动的公告》(公告编号:2025-011)。

2、公司向不特定对象发行可转换公司债券事项

公司于2025年2月14日召开第八届董事会第十七次会议审议通过了《关于不向下修正韵达转债转股价格的议案》,鉴于目前股价未能正确体现公司长期发展的内在价值,综合考虑公司的基本情况、股价走势、市场环境等多重因素,以及对公司长期稳健发展与内在价值的信心,为维护全体投资者的利益,公司董事会决定本次不向下修正“韵达转债”的转股价格,且在未来三个月内,如再次触发“韵达转债”转股价格向下修正条款时,亦不提出向下修正方案。具体内容详见公司于2025年2月15日发布在巨潮资讯网的《关于不向下修正韵达转债转股价格的公告》(公告编号:2025-002)。

截至2025年3月31日,“韵达转债”剩余票面总金额为2,449,950,700元(24,499,507张)。具体内容详见公司于2025年4月2日发布在巨潮资讯网的《关于2025年第一季度可转换公司债券转股情况的公告》(公告编号:2025-012)。

四、季度财务报表

(一)财务报表

1、合并资产负债表

编制单位:韵达控股集团股份有限公司

2025年03月31日

单位:元

项目	期末余额	期初余额
流动资产:		
货币资金	6,295,037,226.56	5,703,049,311.38
结算备付金		
拆出资金		
交易性金融资产	5,946,055.02	6,174,989,409.68
衍生金融资产	114,039,811.74	95,271,130.22
应收票据		
应收账款	721,564,348.08	798,319,912.36
应收款项融资		
预付款项	462,176,546.32	506,193,333.18
应收保费		
应收分保账款		
应收分保合同准备金		
其他应收款	441,158,038.07	419,900,323.76
其中:应收利息	760,201.13	706,203.07
应收股利	4,368,176.44	4,368,176.44
买入返售金融资产		
存货	125,786,356.36	138,433,437.18
其中:数据资源		
合同资产		
持有待售资产	72,847,023.13	72,847,023.13
一年内到期的非流动资产	1,048,386.27	1,048,386.27
其他流动资产	2,917,193,027.08	2,826,767,392.59
流动资产合计	17,096,888,779.36	16,744,899,656.85
非流动资产:		
发放贷款和垫款		
债权投资		
其他债权投资		
长期应收款	739,879.73	983,927.17
长期股权投资	89,151,763.75	89,241,763.32
其他权益工具投资	1,196,828,893.94	1,168,271,715.66
其他非流动金融资产		
投资性房地产	1,779,758,356.14	1,793,230,281.63
固定资产	12,253,806,867.12	12,574,249,194.68
在建工程	2,066,989,444.77	1,932,804,353.85
生产性生物资产		
油气资产		
使用权资产	473,267,468.97	560,641,681.46
无形资产	3,650,067,779.07	3,672,589,617.15
其中:数据资源	7,549,226.82	7,968,627.26
开发支出		
其中:数据资源		
商誉		
长期待摊费用	44,147,849.33	44,999,684.11
递延所得税资产	619,501,560.06	583,243,851.57