

证券代码: 002468

证券简称: 申通快递

公告编号: 2018-025

申通快递股份有限公司 2017 年年度报告摘要

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 2.00 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、主要产品及用途

申通快递品牌成立于1993年，一直致力于民族品牌的建设和发展，经过二十五年的发展，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、快运、国际、金融、数据和供应链六大业务板块，从而进行多元化战略布局，不断增加发展的新动能，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。

公司目前的主要产品为快递产品，一是标准产品：汽运时效产品，限时递、当日递、次晨递、24小时件、48小时件、72小时件；航空时效产品为重点城市间24小时件；二是增值产品：推出承诺达、代收货款等，此外，申通快递及子公司还提供信封、文件袋、纸箱等快递包装物销售服务。

在国际产品方面，目前主要有国际小包、国际邮政包裹、海外仓等业务，服务地区覆盖美国、澳大利亚、俄罗斯、英国、日本、韩国等地区。

在供应链产品方面，公司致力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。同时公司推出冷链产品，今年4月份，公司投资设立了上海申雪供应链管理公司，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。今年12月，公司联合砀山京润果蔬汁有限公司投资1,000.00万元，设立砀山申雪冷链仓储物流有限公司，这也是申通快递加快冷链战略布局的重要举措。

（二）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，加盟模式有利于网络快速布局，总部负责网络建设、中转和运营相关业务，包括分拣、干线运输等，加盟网点负责收派件和支线运输。结算方面，总部对所有费用进行统一结算，寄件方所在的加盟网点向总部支付面单费、物料费、中转费和收件地的派送费等费用，并由总部向派件方所在的加盟网点支付派送费。

（三）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接到用户指令或者快递系统指令，将用户寄送快件由用户转交至快递公司转运中心的过程。

（1）上门揽收



用户可以通过电话、网站、移动终端及合作电商平台等方式，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并与用户结算。

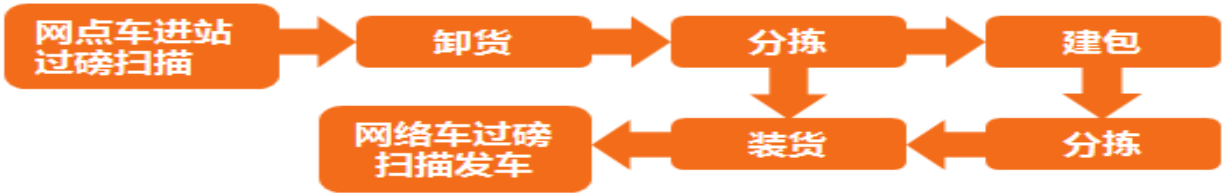
(2) 运送至转运中心



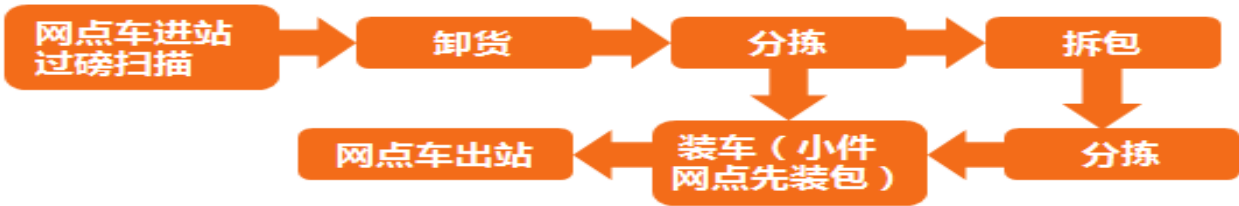
用户快件经网点公司业务员收取并登记系统后，汇集至所在网点公司，经网点公司运输工具定时汇送至所在区域的快递公司转运中心。

2、中转服务

出港操作



进港操作



快递中转服务指用户快件到达快递公司转运中心后，转运中心进行分拣、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) 分拣称重扫描



转运中心收取网点公司揽收的快件后，根据快件目的地，依照同城、异地确定中转路由并打包、扫描登记、称重。

(2) 中转运输环节



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

网点公司根据与快递公司的约定，按照一定时间定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分发。

(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的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登记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等途径查询快件状态。

(四) 公司主要的业绩驱动因素

1、宏观政策红利引导

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。

2017年10月18日，十九大报告将“一带一路”上升形成全面开放的新格局，提出以“一带一路”建设为重点，形成陆海内外联动、东西双向互济的开放格局，并且探索建设自由贸易港，拓展培育对外贸易的新模式。在“全面开放新格局”战略辐射下，中欧班列、集装箱运输的联动，水、海、铁、公、空多式联运将迎来更大的发展机遇；自贸区进一步开放，自由港建设将成为新突破口，有望推动跨境电商及物流的进一步发展；海外网络布局的重要性再次凸显。此外，十九大报告也提出加大力度支持革命老区、民族地区、边疆地区、贫困地区加快发展，强化举措推进西部大开发形成新格局，深化改革加快东北等老工业基地振兴，发挥优势推动中部地区崛起。快递物流是东西部贸易的纽带，并且随着无人机等高科技的应用，对促进中西部地区、偏远地区发展有着不可替代的价值。

2018年1月23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、规范运营、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。首次明确智能快件箱、快递末端综合服务场所的公共属性，并鼓励快递服务车辆统一标识管理。快递行业在智能快递箱、末端网点、末端快递车辆通行方面将得到政策支持。此外，快递物流相关基础设施被纳入整体规划，并健全企业间数据共享制度等。

2018年2月4日，新华社授权发布《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的突出问题，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，打造农产品销售公共服务平台，支持供销、邮政及各类企业把服务网点延伸到乡村，健全农产品产销稳定衔接机制，大力建设具有广泛性的促进农村电子商务发展的基础设施，鼓励支持各类市场主体创新发展基于互联网的新型农业产业模式，深入实施电子商务进农村综合示范，加快推进农村流通现代化。”

2、电商刺激快递行业持续增长

进入21世纪以来，电商行业的爆发式增长推动着快递行业的迅猛发展，快递行业发展到目前，电商仍将是推动其发展的核心驱动因素。“双十一”购物节作为电商平台主要的营销手段，掀起了全民网购的热潮。而后，购物节大促这一营销手段逐步常态化，“双十二”、“6·18”年中大促等购物节层出不穷，加之移动互联网的渗透率逐步提高，使得消费者网上购物趋于日常化。同时，微商行业的快速发展以及社会零售线上拓展的倒逼效应，这些又进一步刺激线上渠道的业务量增长。

3、自动化技术改造升级

今年，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，经初步测算，自动化分拣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，提升作业效率。除了“小黄人”分拣机器人以外，公司在大型转运中心还在不断投资自动化分拣、自动化扫描、自动化称重、自动化计泡等自动化设备，实现库内的操作“无人化”，通过前端推广普及及自动化分拣，在装卸货格口全部安装伸缩机，在仓储库房推行堆垛机等，逐步降低运营、人力和管理成本，提高公司的物流效率。

4、服务质量全面提升

2017年，申通快递在引进、挖掘各类高素质人才的同时，大刀阔斧推进集团内部改革，从组织上保证运营体系高效、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、规划部门、质控部门，建立了以结果为导向的快速联动机制，快递企业年有效申诉率和三大件比率稳步下降。

总而言之，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、网络零售快速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，国内快递行业近年来发展迅猛。

（五）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。

2018年1月13日，国家邮政局公布2017年邮政行业运行情况，数据显示，2017年中国快递业务量达到400.6亿件，同比增长28%，业务收入规模达到4,957.1亿元，同比增长24.7%。同城业务量累计完成92.7亿件，同比增长25%，异地业务量累计完成299.6亿件，同比增长28.9%，国际及港澳台业务量累计8.3亿件，同比增长33.8%。

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。根据国家邮政总局公布的统计数据，2017年，东、中、西部地区快递业务量比重分别为81.1%、11.6%、7.3%，快递业务收入比重分别为80.9%、

10.8%、8.3%；与去年同期相比，东部地区快递业务量比重上升了0.2个百分点、快递业务收入比重下降了0.2个百分点，中部地区快递业务量比重下降了0.3个百分点、快递业务收入比重上升了0.1个百分点，西部地区快递业务量比重上升了0.1个百分点、快递业务收入比重上升了0.1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。以2017年为例，根据国家邮政局统计，四季度，全国快递业务量约完成126.6亿件，占全年比重达31.6%，为全年最高，日均快件处理量接近1.4亿件，全年日均快件处理量约为1.1亿件，“双十一”期间，最高日处理量3.3亿件。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。

多元主体进军快递市场使得行业竞争激烈。快递业是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、益实多、凡客诚品、易迅等电商企业，中铁快运、东航快递、德邦物流等物流企业均已获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、欧西爱司物流（上海）有限公司、嘉里大通物流有限公司等5家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

从目前快递市场的竞争格局看，外资在国际快递处于主导地位，顺丰速运等在国内商务快递和“网购”的高端市场处于主导地位，中国邮政速递在国家公文、国有企业和电商的高端市场处于主导地位，申通快递与其他上市民营快递企业在国内“网购”市场的经济型市场处于主导地位，小型民营快递企业则侧重于特定区域的同城快递和省内快递业务，大型电商企业的自建快递物流模块则主要为自身品牌提供服务。

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增长。2017年，申通快递完成业务量约38.98亿件，同比增长约19.41%，包裹完成量占全国总量的9.73%。此外，近年来申通快递通过与天猫淘宝等电商、蜂巢网络等新兴快递需求关联行业开展合作，与电商等高频次、大数量快递需求行业深度结合，创新了派送模式，进一步拓宽了业务类型和覆盖面，快递揽收派送数量、品牌影响力得到了进一步提升。

4、公司竞争优势和劣势

（1）申通快递的优势：

知名的品牌形象优势。“申通快递”品牌创立于1993年，引领了我国快递行业的高速发展，连续多年快递派送件数量位居全国同行业前列，已经形成了广泛的用户认知度和强大的市场影响力。公司在获得快速发展的同时，陆续获得“中国驰名商标”、“上海市著名商标”、“中国

品牌价值百强物流企业”、“上海名牌”等众多殊荣，充分地表明公司在社会、行业、客户等方面建立了良好的品牌形象，获得了广大消费者的积极认可。

完善的业务网络优势。申通快递已在全国范围内形成了完善、流畅的快递网络。在末端方面，公司继续推进落实“向西、向下”工程，全网共新增独立网点192家，共计1846家，较2016年增长11.61%；全网新增县级承包区13个，全网县级承包区共计506个，公司全国三级区县覆盖率达97%，较2016年同比增长0.4%；全国四级行政单位（街道、乡镇、团场等）覆盖率达51%，较2016年同比增长10%；在中转集散方面，公司完成嘉定、浦东、嘉兴、洛阳、泉州、福州、哈尔滨等25个中转场地的改、扩建项目，完成孝感、盘锦、金华、杭州、西安等10个新建项目，截止报告期末，全网共有转运中心86个，航空部46个；在干线运输方面，公司开通干线运输线路1,830条，较上年度增加457条；开通路由达到5,130余条，较上年度增加1,530余条，增幅达42.69%；运能由2016年的14,582吨/天，提升至15,377吨/天。

标准化的管理体系优势。标准化运营体系建设是申通快递实现内部协同发展战略的关键一环，也是建立健全申通快递管理生态体系的必备环节。在业务运营方面，公司拥有规范的业务标准化流程，统一操作标准与规范，提高公司的业务质量，重点做好仓储操作规范、派送操作规范、客服信息反馈处理操作规范、货款回笼操作规范、异常情况处理操作规范等，从而进一步细化业务相关的操作流程，明确流程标准，通过业务运营体系的标准化推进公司真正成为快递行业中的典范；在客户服务方面，加强客服体系建设，通过发挥和应用新型的移动互联网工具以及智能化模块的建设，全力推进客服智能化工程，同时加强客户服务标准化培训，着力推广客服标准化流程；在企业形象标准化方面，公司已经建立了统一的品牌形象识别系统，确保企业形象在任何场景使用的规范化和统一性。

强大的信息系统优势。申通快递已经成功开发并上线了拥有自主知识产权的全新系统“申通快递.梧桐”。该系统是申通核心的运营系统，包含：快递业务、服务质量、运输资源、财务结算、数据分析、国际系统等多个功能模块。同时建立了申通自主基础资料库，保障全网信息安全，统一用户、统一权限、统一认证、统一安全。为国内国际业务、全网各网点转运中心提供一体化的操作、查询、结算、管理等功能。

高效的人才队伍优势。作为成立最早的一批民营快递企业，申通快递公司积累了众多快递行业专业人才，公司管理层在市场营销、客户服务、物流管理、加盟连锁等领域积累了丰富的实践经验。2017年，申通快递持续推动人才优先发展战略，通过创建人才结构新模式，即实现由单一型人才向复合型人才转型，在岗位结构上，实行管理、专业、技术、业务“四个序列”的人才结构；在人才培养方面上，实现以内为主、内外结合的人才培养模式，全面推进

人才的素质提升；在知识结构上，实行专业化、知识化和国际化人才结构搭建，并联合国内及国际名牌高校探索合作培养模式，做好高精尖人才的储备工作。

（2）申通快递的劣势：

投资基建聚力不够，运营能力略有滞后。申通快递自1993年成立以来，是最早推行加盟模式的快递企业之一，加盟模式对于总部来说，占用资金少，可以快速拓展网点，在快递行业的发展初期，加盟模式的推行让申通快递迅速实现了全国的网络布局。但是，随着时代的发展、市场竞争的加剧以及消费需求的改善，传统的加盟模式也会呈现一定的弊端，比如对于投资基建，升级设备等资本开支会略显滞后，长此以往，这种弊端将导致公司难以适应快递行业的标准化和集约化的发展趋势。2017年，公司高度重视目前的投资基建及自动化方面存在的劣势，接下来将会持续加大在基础设施方面的投入，包括新建、改扩建的中转枢纽场地和自动化设备的更新、信息技术的扩容升级等多方面，这不仅是应对日趋激烈的市场竞争的需要，更是壮大自身实力，保持发展后劲的必然选择，如此才能提高核心竞争力，持续在市场竞争中立于不败之地。

产品结构较为单一，业务尚需进一步细化。反观目前公司的产品结构，虽然较以前已有较大改善，但仍然存在着很大的改善空间，其中标准的快递产品，与同行快递公司同质化严重，市场定位也较单一，导致目前加盟制快递公司都在积极抢占标准产品业务量，提升市场占有率，但是对于新生的市场及创新型业务却缺乏有效的运行机制。接下来，公司需要进一步做好快递主业，在降本增效的基础上，争取在标准快递产品上建立自己的优势，同时开发出适应市场发展和满足消费者需求的细分特色产品，同时不断拓展快运、仓储、冷链、跨境业务等多种多元化业务品种和增值服务系列，从而满足各类2C和2B的客户需求，通过优势的产品和多元化的业务构筑公司在行业的护城河。

快递服务水平需进一步提高。根据国家邮政局公布的数据显示，2017年全国邮政业消费者申诉中心共受理消费者申诉为197.4万件，其中快递服务问题申诉188.6万件，占比95.5%。2017年全国快递服务有效申诉率为百万分之5.79，申通快递超过行业平均水平。公司高度重视邮政申诉率反馈的信息，从内部多方面查找原因，接下来将从多方面进行改善。首先对于中转运输环节，公司严格要求各转运中心及干线运输车队遵守操作规范，多力并举，持续提升中转及运输效率，降低快递的三件率（延误率、遗失率、破损率），提升服务时效；其次对于末端环节，将加大培训力度，培养员工的服务意识，号召以实际行动将“用心成就你我”的宗旨传递给每一位消费者；在客户服务环节，将对95543客服热线进行扩容升级，建立省区客服管理体系，完善官网、微信公众号及在线客服渠道，提高申诉处理能力，同时将客户服

务与总部各部门加强联动，及时建立问题反馈与处理机制，通过客户反馈与问题处理进一步完善网络管理，提升公司的快递服务水平。

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

	2017 年	2016 年	本年比上年增减	2015 年
营业收入	12,657,241,388.43	9,880,671,262.51	28.10%	7,711,449,453.22
归属于上市公司股东的净利润	1,487,836,151.14	1,261,649,587.11	17.93%	764,817,906.35
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,386,336,859.13	1,182,850,718.32	17.20%	711,492,459.29
经营活动产生的现金流量净额	2,098,042,353.35	1,820,288,647.11	15.26%	863,057,226.92
基本每股收益（元/股）	0.97	1.23	-21.14%	0.74
稀释每股收益（元/股）	0.97	1.23	-21.14%	0.74
加权平均净资产收益率	24.05%	89.26%	-65.21%	44.28%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末
资产总额	8,809,008,374.28	7,964,431,743.82	10.60%	2,843,964,005.62
归属于上市公司股东的净资产	6,752,779,278.03	5,441,735,600.24	24.09%	777,016,267.83

(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	2,176,993,811.82	3,384,435,218.84	3,003,201,028.06	4,092,611,329.71
归属于上市公司股东的净利润	322,480,308.58	424,020,629.68	380,907,426.05	360,427,786.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	289,792,346.33	418,087,671.29	366,553,005.37	311,903,836.14
经营活动产生的现金流量净额	48,074,919.45	435,045,999.33	-289,140,280.14	1,904,061,714.71

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	35,584	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	27,699	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							

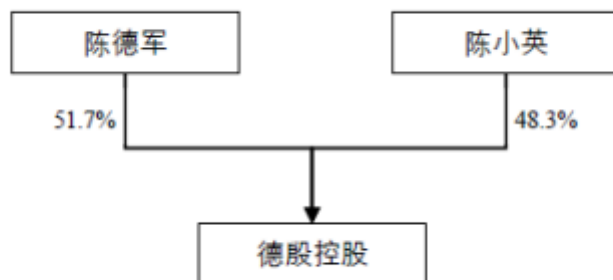
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
上海德殷投资控股有限公司	境内非国有法人	53.76%	822,884,966	822,884,966	质押	187,860,000
南通泓石投资有限公司	境内非国有法人	5.85%	89,500,000	0	质押	89,500,000
达孜县欣新投资有限公司	境内非国有法人	3.59%	54,900,000	0	质押	54,900,000
谢勇	境内自然人	2.90%	44,430,919	44,430,919	质押	44,430,919
陈德军	境内自然人	2.84%	43,424,223	43,424,223		
陈小英	境内自然人	2.65%	40,568,472	40,568,472	质押	14,730,000
上海磐石熠隆投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	2.58%	39,561,777	39,561,777		
宁波艾缤股权投资合伙企业(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
宁波旗铭投资有限公司	境内非国有法人	2.00%	30,668,289	30,668,289		30,668,289
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，南通泓石投资有限公司、宁波艾缤股权投资合伙企业（有限合伙）、宁波旗铭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）	无限售流通股股东杜佳林通过中信建投证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司无限售流通股 5,503,900 股，无限售流通股股东汪新元通过中信建投证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司无限售流通股 2,800,896 股。					

(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、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、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

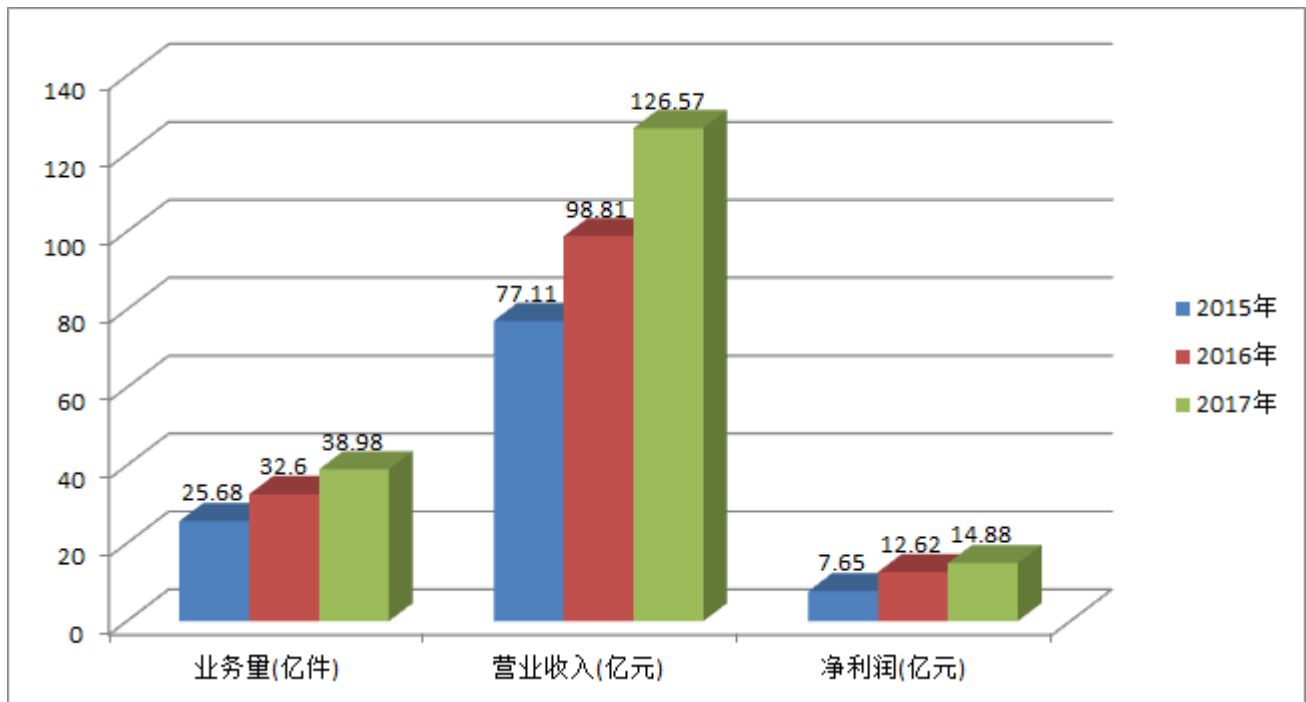
是

快递服务业

（一）公司2017年整体经营情况

2017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，围绕2017年度的工作目标，坚持“创新为先，安全为基，服务为王，件量为本”的工作思路，认真分析行业形势，有效推进企业转型，不断加大能力建设，持续优化公司管理，积极拓宽业务渠道，保持了公司健康稳定发展的良好势头。

经过全体员工的共同努力，报告期内，公司业务量为38.98亿件，同比增长约19.64%，包裹完成量占全国总量的9.73%。公司实现营业收入1,265,724.14万元，较去年同期增长28.10%；实现利润总额198,929.68万元，较去年同期增长17.67%；实现归属于上市公司股东的净利润148,783.62万元，较去年同期增长17.93%，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。



1、继续推进落实“向西、向下”工程，全面提高网络辐射能力

报告期间，公司继续推进落实“向西、向下”工程，全网共新增独立网点192家，共计1846家，较2016年增长11.61%；全网新增县级承包区13个，全网县级承包区共计506个，公司全国三级区县覆盖率达97%，

较2016年同比增长0.4%；全国四级行政单位（街道、乡镇、团场等）覆盖率达51%，较2016年同比增长10%。



2、加强企业标准化建设，促进标准化提质增效

报告期间，公司在规范标准化运营流程上，进一步统一操作标准与规范，提高公司的业务质量，其中重点做好仓储操作规范、派送操作规范、客服信息反馈处理操作规范、货款回笼操作规范、异常情况处理操作规范等，从而进一步细化业务相关的操作流程，明确流程标准。

报告期内，实现了系统自动判罚、时效考核、承诺时效查询、路由违规判罚、自动化分拣等功能；完成了上海、杭州、北京路由标准化产品示例；对全国转运中心每日人员、票量、货量、车辆、操作异常和车辆排队等实时数据进行规范，并逐步系统化。另外，公司为达到标准VI体系高度统一的要求，继续向全网推广新VI形象的更新与完善，通过多方共同推动，符合新VI标准的运输车辆6,906辆，符合新VI标准的门店11,721家。



3、继续推进中转场地建设，打造“千万级”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。其中转运中心方面，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，满足快递行业的信息化及自动化需求。报告期内，公司完成嘉定、浦东、嘉兴、洛阳、泉州、福州、哈尔滨、徐州、淮安、江阴、合肥、呼和浩特、宁波、中山、松江、温州等25个中转场地的改、扩建项目；完成孝感、盘锦、温州一期、金华、杭州、西安、淮安一期、长春、徐州、中山10个新建项目；截止报告期末，全网共有转运中心86个，航空部46个；目前，公司正在建设中的有温州二期、广州、漯河、淮安二期、邯郸、上海、芜湖、太原、昆明等项目。

干线运输及路由方面，公司建立了一套完整的进港、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。截止2017年12月，公司开通干线运输线路1,830条，较上年度增加457条；开通路由达到5,130余条，较上年度增加1,530余条，增幅达42.69%。

自动化设备及运输车辆投入方面，为适应大物流、大中转发展需求，公司与相关高新技术企业、核心设备厂商等积极合作共同开发集装化干线运输设备、摆挂式智能中转场调运装备等，2017年10月，公司全面启动温州、金华、嘉兴、徐州、泉州、中山、西安等转运中心的交叉带或摆臂等自动化分拣设备，实现自动化分拣、自动化扫描、自动化称重、自动化计泡功能，大大提高了分拣准确率的同时还节约了不少人工成本，不断提升中转场地的运行效率；报告期内，公司新增挂车646台、牵引车550台、单车183台。目前，公司有干线运输车辆3,485辆，其中直属于杭州申瑞快递服务有限公司车辆数为1,618辆，另外所有干线运输车辆中13.5米以上车辆1,541辆，占比44.22%。



4、强化服务质量管控，降低邮政有效申诉率

报告期内，公司围绕“用心成就你我”的服务理念，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。接下来，为进一步提升快递服务质量，有效降低申通快递的有效申诉率，公司将采取以下三大举措：

(1) 95543呼叫中心系统平台扩容升级。一是开通电信端IVR服务，提升服务量；二是开通电话自助下单渠道，提升订单量；三是开通电话自助投诉渠道，降低转人工；四是增加呼叫坐席，提高接通率。

(2) 搭建省区客服管理体系。一是协助省区筹建客服管理体系，提供人员推荐、培训等服务；二是总部客服相关职能下放至省区（区域内的电话投诉、工单处理、三件判罚）；三是IT系统改造，分流区域内处理；四是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。一是重新制定邮政申诉考核办法；二是发布2018年邮政有效申诉率管控指标；三是优化邮政申诉相关人员绩效考核方案；四是邮政申诉处理组扩编人员；五是加强与国家局、省局、市局对接工作。

5、多个系统整合上线，信息技术建设取得重大进展

2017年，先后有新梧桐系统、新服务质量系统、自动化分拣项目、财务结算系统二期、车辆计费系统上线等17个系统上线，重构了清源系统，自建了开源系统，优化了一个数据中心，统一整合了数据库架构，从而大大提升了全网专业平台的科技含量，促使公司信息化、自动化建设上了一个新台阶。同时，完成了江阴、徐州、中山、义乌等20余个转运中心自动化分拣设备的上线使用，在27个转运中心安装自动称重扫描设备229台；在10个转运中心安装相机视觉自动采集一体化设备（三合一）18台。通过对老、旧运营设备设施及时进行更新并有计划进行投入，推动了软、硬件全面升级，确保了运营操作的稳定性与高效性。

加强信息安全建设，提高整体信息安全能力。通过每年四次信息安全评测，评估现阶段信息安全状况和不足，以提高整体信息安全。同时，在对外技术支持方面，分别配合菜鸟先后完成了菜鸟末端服务的功能开发、裹裹-抢单APP系统对接、菜鸟3PL系统对接，并在9个国家和地区的上线等工作；配合政府部门进行相关业务对接，先后完成与国家邮政局安全中心的实名制对接、与国家邮政局发展研究中心的下单对接、上海网安日志平台搭建和对接等；先后完成了新网站改版及上线、京东电子面单项目对接与上线、浦发商贷系统开发与对接、派送时效及阶梯派费的开发等项目。

（二）快递服务业务收入及其变动情况

1、按照产品服务的收入情况

项目	2017年	2016年	较去年同期的增长率
国内时效产品	12,639,398,989.65	9,865,588,081.50	28.12%
国际快递业务	6,394,715.43	4,612,750.38	38.63%
其他	11,447,683.35	10,470,430.63	9.33%
合计	12,657,241,388.43	9,880,671,262.51	28.10%

2、按照收入类型的收入情况及其单票业务收入及其变动情况

收入分类	2017年	2016年	较去年同期的增长率
面单收入	2,784,508,225.54	2,131,484,714.86	30.64%
中转收入	9,771,011,323.08	7,633,775,916.77	28.00%
物料收入	90,274,156.46	104,940,200.25	-13.98%
其他收入	11,447,683.35	10,470,430.63	9.33%
合计	12,657,241,388.43	9,880,671,262.51	28.10%
业务完成量	3,898,365,830.00	3,258,456,402.00	19.64%
单票收入	3.25	3.03	7.07%

3、加盟和直营模式的快递发件量及其变动情况

截止报告期内，公司末端业务均采用加盟模式经营，发件量为38.98亿件，同比增长约19.64%，包裹完成量占全国总量的9.73%。

4、电子面单和纸质面单的使用比例、各收入类型的定价机制及公司主要客户情况

公司2017年度电子面单使用比例为75.11%，纸质面单使用比例为24.89%。各收入类型的定价机制根据市场导向定价法制定；公司主要客户情况参见公司销售前十名加盟商情况。

（三）快递服务网络节点的数量及区域分布情况

1、加盟商、网点及门店、转运中心及航空部数量及分布情况

截止报告期末，加盟商共计1846家，服务网点及门店24,000家，全网共有转运中心86个，其中华东38个、华南15个、华北5个、华中11个、西南7个、西北5个、东北5个，航空部46个，其中华东19个、华南6个、华北5个、华中3个、西南4个、西北5个、东北4个。

2、加盟的管理制度的变化情况

报告期内加盟管理制度未发生变化，目前加盟管理制度基本情况如下：

（1）加盟商准入标准及流程

新加盟的网点负责人必须具备高中以上文化程度，有一定的管理水平及管理经历、有较强的社会能力，为人正直诚信，有开拓意识、服务理念，具有一定的风险意识和团队合作精神；在地级市开设的网点，首期投资不得低于20万元，县级城市首期投资不得低于10万元；工作人员数量必须满足当地的市场服务需求；加盟网点必须具备经营快递业务的证照和资质，必须具备工作需要的办公设备、场地、车辆等，确保业务正常开展；加盟网点的场地、车辆形象必须符合总部VI标准要求。

加盟申通网络的公司和个人必须事先以电话、邮件等形式向总部网络管理部咨询；在确认欲加盟城市无申通网点后，加盟公司或个人再向网络管理部提交书面申请材料；经网络管理部审核、考察后，确认满足开设条件的，方与加盟商签订《申通快递特许经营合同》，颁发《申通商标授权书》；在签订《申通快递特许经营合同》时，加盟商必须向总部交纳保证金及其他各项费用；新加盟网点按照合同要求，在规定日期内开业。

（2）培训管理

2017年申通快递商学院对全国网点在客服岗位技能、管理团队建设等方面组织了全国巡讲培训，针对上海市区公司网点副总、客服经理、运营经理组织了岗位胜任力提升培训，并对部分网点开展了网点个性化培训；2017年公司给全国加盟网点人员培训总人数近3000人，平均满意度93.15，总培训7200余人次。

（3）日常管理

根据总部运营部关于快件安全、违禁品、打包规范、专用封箱带等要求进行操作；根据总部财务部要求，按时与总部结算费用，并及时提交各类报表；根据总部物料部要求，规范购置物料，严禁私自印刷、向其他网点购买或者向其他网点出售物料；根据总部企划部要求，统一服务形象等；根据总部客户服务部要求，做好揽收、派送及售后服务工作，规范及时处理各项报告；网点应加大硬件、软件投入，不断提高自身服务水平，提高取件、派件时效；网点应及时上传IT数据信息，禁止在内部办公系统发布任何违法或带有挑衅、歧视等不利于申通快递团结的言论；对于电话、电脑故障等影响网点日常经营的异常信息，应及时向总部相关部门备案；各网点对其承包区负有监督、管理义务，在保证承包区经营资质的同时，应及时向其承包区传达总部各项规章制度,并对承包区经营承担连带责任，不得无故收回承包区经营权；对于到达承包区的快件查询、投诉等必须无条件落实，不得以承包区为由进行推诿；对承包区收取各项费用必须明确区分，物料费用按总部要求单独结算。严禁网点同时经营其他网络，使用同行包装；网点应在总部授权区域开展业务，严禁跨区域取件；网点取派件范围必须保持一致，严禁只收不派或者收费派送；网点须每年按时参加总部网络管理部组织的年检工作，并按要求准备年检所需资料；总部网络管理部及各大区对网点经营活动实现监督检查，对品牌形象差、投资力度差以及整改不到位的网点将作出处罚。

（4）考核与淘汰

因网点自身管理问题导致下属承包区无法正常营业的，经总部同意，可责令承包区进行停业整顿，同时根据相关办法追加处罚；因网点自身管理问题，导致本网点短期内无法正常营业或因严重违反总部规定，由总部责令其停业整顿的，总部将根据相关办法追加处罚，待整顿完毕后，需重新开通的，将额外收取重新开通费用。

网点因以下原因之一导致无法经营的，由总部将对其关停，取消其经营资格：一、符合《申通快递特许经营合同》相关约定情形的；二、符合本制度相关取消经营资格规定情形的；三、因网点自身原因或不可抗力因素，经停业整顿后仍无法继续经营的。网点负责人因自身原因自愿退出申通网络的，须事先向总部提出书面报告，由总部批复；关停以总部公告为准，网点须另安排人员处理公告发布日后7日内到达快件的派送。

3、公司销售前十名加盟商情况

序号	客户名	发件量件 (件)	快递服务 (票)	员工数量 (人)
1	广东申通物流有限公司	435,870,647.00	208,248,023.00	8660
2	义乌市申通快递有限公司	197,757,304.00	48,844,941.00	3800
3	深圳市全通达申通快递有限公司	156,446,437.00	39,248,059.00	3020
4	深圳市瑞佳申通快递有限公司	100,418,826.00	58,633,259.00	3480
5	东莞市瑞佳申通速递有限公司	100,105,741.00	45,206,214.00	2700
6	北京申通快递服务有限公司	91,116,344.00	139,485,329.00	6800
7	武汉申通快递有限责任公司	79,429,254.00	59,596,574.00	2650
8	临沂申通快递有限公司	54,991,549.00	14,365,240.00	1100
9	杭州萧申快递有限公司	44,593,479.00	19,040,343.00	450
10	湖州申通快递有限公司	41,621,914.00	10,335,039.00	500

序号	客户名	发件量 (票)	快递服务业务量 (票)
1	广东申通物流有限公司	333,440,334.00	164,756,481.00
2	深圳市粤荣申通快递有限公司	256,552,178.00	84,454,273.00
3	义乌市申通快递有限公司	106,910,494.00	39,755,065.00
4	北京申通快递服务有限公司	105,876,714.00	133,688,381.00
5	深圳市瑞佳申通快递有限公司	102,511,236.00	49,677,763.00
6	武汉申通快递有限责任公司	77,658,846.00	50,358,867.00
7	杭州萧申快递有限公司	46,685,851.00	15,329,690.00
8	湖州申通快递有限公司	33,811,095.00	8,490,048.00
9	永康市申通快递有限公司	33,630,284.00	5,588,983.00
10	佛山市申通快递有限公司	32,131,475.00	16,770,333.00

前十大加盟商的业务数据统计口径为按照同一实际控制人控制的加盟网点公司合并统计。

2017年深圳市粤荣申通快递有限公司的实际控制人在其加盟的区域内新增了深圳市全通达申通快递有限公司，并主要由该公司承揽加盟区域的快递业务，因此本年度深圳市全通达申通快递有限公司进入前十大加盟商。

2017年东莞市瑞佳申通速递有限公司的实际控制人将该加盟网点的经营权承包给他人经营，其不再实际控制东莞市瑞佳申通速递有限公司的日常工作，因此东莞市瑞佳申通速递有限公司2017年单独进入前十大加盟商。

2017年由于临沂申通快递有限公司的业务量增长幅度较大，超过永康市申通快递有限公司进入到前十大加盟商。

(四) 主要运输网络的建设情况，以及陆路运输、航空运输方式的快递业务完成量及占当年总业务量的比重

1、干线运输及路由方面

公司建立了一套完整的进港、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。截止2017年12月，公司开通干线运输线路1,830条，较上年度增加457条；开通过路由达到5,130余条，较上年度增加1,530余条，增幅达42.69%。

2、自动化设备及运输车辆投入方面

为适应大物流、大中转发展需求，公司与相关高新技术企业、核心设备厂商等积极合作共同开发集装箱化干线运输设备、摆挂式智能中转场调运装备等，2017年10月，公司全面启动温州、金华、嘉兴、徐州、泉州、中山、西安等转运中心的交叉带或摆臂等自动化分拣设备，实现自动化分拣、自动化扫描、自动化称重、自动化计泡功能，大大提高了分拣准确率的同时还节约了不少人工成本，不断提升中转场地的运行效率；

报告期内，公司投入5亿多元，新增挂车642台、牵引车550台、单车220台。目前，公司有干线运输车辆3,485辆，其中13.5米以上车辆1,541辆，占比44.22%。目前，全网加盟商拥有运输车辆数为24,700多辆。另外，本年度共使用加班车辆数为48,640辆，其中直属车队加班车辆数为1,678辆，总部租赁第三方加班车辆数为24,170辆，其余为加盟网点及加盟转运中心的加班车辆数。

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

2017年度，公司完成快递业务量合计5,612,438.76吨，其中，汽车运输方式完成业务量5,487,452.25吨，占总业务量的97.77%；航空运输方式完成业务量124,845.73吨，占总业务量的2.22%；2017年9月份开始启用铁路运输方式，铁路运输方式业务量为140.78吨，占总业务量的0.0025%。

（五）全快递服务网络管理的快递员总数及分布情况

报告期末，申通快递服务网络管理的快递员总数为106,384人。

（六）公司快递服务质量的相关指标和客户申诉的处理机制

2017年三件率（延误率、遗失率、破损率）为万分之6.59，其中延误率万分之4.75，遗失率万分之1.39，破损率万分之0.45；2017年申通快递有效申诉率为百万分之10.83。

申通快递投诉处理机制：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。如果出现当前节点异常或信息反馈超时的情况，总部客服管理部将立即介入投诉处理，保障用户诉求得到妥善解决。

申通快递申诉处理机制：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。

（七）公司新业务发展情况

1、国际包裹业务

报告期内，申通快递进一步拓展国际快递网络，从广州口岸顺利完成跨境电商进口通关试运行，到波兰邮政签订合作协议，从法国邮政和DPD集团到访申通快递并达成初步战略合作意向，到与菜鸟、考拉等

大型平台合作，建立成为菜鸟认可的跨境电商合作商，切入多家跨境电商公司提供保税、直邮快递服务，并为海外公司承接线上业务打通渠道，有效增加海外公司业务量，增加业务收入。其中，申通快递将利用中欧专列、航空包机、海运等资源，在匈牙利建立东欧地区物流转运中心和多个海外仓，全面拓展中欧小包、国际专线等快递业务，推动申通快递走向欧洲，建立中国-欧洲双向辐射的快递枢纽；另外，根据海外公司业务需要，建立了广州、上海、凭祥合作口岸，并根据个性化需求，与成都、宁波、晋江、杭州等口岸建立合作关系，为海外公司打造全方位的口岸服务。截至目前，申通国际的快递业务已经覆盖了海外23个国家和地区，累计开拓了超过70个海外网点。接下来，公司将进一步加快发达国家及重点城市网络的覆盖面，加快“一带一路”沿线国家服务网络的布局，逐步发展成为具有全球网络覆盖能力的国际快递服务企业，重新整合出口专线产品，在国内设立以上海、广州为集发中心，开通港台、日韩、欧美等重点国家出口专线，以“一单到底”的形式实现全链路信息对接。

2、快运业务

2017年11月，申通快递设立上海申通岑达供应链管理有限公司（简称申通快运），申通快运是申通快递的控股子公司，总部位于上海，凭借申通快递上市公司的品牌效应，创新发展，快速构建了优质高效、覆盖全国的全国性快运网络。公司主要为客户提供单件重量在10-70kg，单票重量在300kg以内的电商大件、商业大包裹微快运门到门服务。服务产品包括：标准快运、电商特惠、物流普运三大主营产品，并为客户提供丰富的增值服务产品。

申通快运始终坚持“成为赖以托付的，商业物流合作商”的企业愿景，肩负“创建快运平台，利用平台让全员实现梦想和财富的人生价值”的企业使命，立足快运，不断优化网络运作的模式与效率，以信息技术的创新与支撑为助力，全面实施人才、科技、品牌战略，打造坚实的网络基础、强大的人才储备，努力打造成为国内领先和具有核心竞争力的快运品牌。

3、冷链业务



以上海作为试点城市，依次不断复制到其它区域和城市，从华东开始辐射，为冷链服务打造网络性覆盖。2017年4月申通有限设立全资子公司上海申雪供应链管理有限公司（简称“上海申雪”），主要从事食品经营及冷链仓储配送业务。主要定位仓储、运输、配送（前期B2B，后期B2C）三类业务。本年度先后引进了8家B2B仓储客户产品为牛羊肉、冰激凌、冷饮、鲜奶等。引进冷链配送类客户75家，分别为：商超类、经销商、仓储型、门店类等。目前冷链业务的运作情况良好，平均库存SKU450个，库存利用率达到90%，2017年日均入库量2445，平均日出库量2426，库存准确率为95%。

冷运方面，上海申雪从5辆4.2米冷藏车辆开启冷藏运输业务，到2017年12月末，自有冷藏车辆增加到10辆，总发货车次642车次，配送区域上海市97%、华东区域2%、其它1%，配送准确率达100%，客户投诉率为0.1%。自有冷藏车辆运输收入月平均增长率达52%。

另外，2017年12月，上海申雪与砀山京润果蔬汁有限公司合资成立砀山申雪冷链仓储物流有限公司（简称“砀山申雪”），其中上海申雪持股占比68.1%，砀山申雪的成立标志着公司冷链业务板块已从探索阶段上升到快速拓展阶段。

4、申通云仓业务



公司2017年12月收购上海申通易物流有限公司（简称“易物流”）并对其增资，其主营业务为依托申通快递的物流网络为客户提供仓配一体化解决方案，持续为客户提供标准化及个性化的服务。易物流下设一个昆山分公司，在昆山千灯、昆山张浦、天津、佛山等地设有仓库。营业收入主要为仓储、快递、运输及其他增值服务收入，易物流自成立以来，营业收入稳步提升。易物流将以仓配服务为主线，IT技术为工具，供应链金融为加速器，汇聚实时商业大数据，并将业务领域拓展至快运板块，力争未来五年建成百亿规模的综合型供应链服务提供商。

目前，易物流仓储覆盖华东、华北、华南、华中、西南、西北等各区域，已拥有10个仓储中心，仓库面积20万平方米。接下来，公司将加快整合加盟网点公司的资源，继续扩大仓储规模，全力打造“申通云仓”品牌，在未来三年中，力争全国仓储面积达到100万 m^2 ，日均订单处理量突破100万单。

5、智能快递柜业务

智能快递柜在其成立之初，便是作为快递行业产业链“最后100米”的解决方案之一来定位的，主要功能则为末端的收派件业务，除此之外还延伸至广告业务和社区O2O业务。今年1月5日和2018年1月，分别通过全资子公司申通快递有限公司以自有资金投资深圳市丰巢科技有限公司（以下简称“丰巢科技”）10,000万元人民币和18,189.5861万元人民币，丰巢科技是一家从事智能快递柜业务且具有行业龙头市场地位的公司，智能快递柜是快递行业末端的创新型业务，致力于提高快递“最后一公里”收派效率，有利于降低快递企业末端收派的成本。对丰巢科技进行增资，有利于提高公司“最后一公里”投递效率问题，增强高峰时段派送力量，有助于实现本公司的产业扩张和生态整合，有利于推动公司业务的开拓，提升其生产经营能力，进一步推进公司业务的发展，对公司经营和业绩将产生积极的促进作用。目前，丰巢快递柜落地数量约75700多台，e栈快递柜落地数量近15500台，覆盖全国79个城市。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3、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

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
快递服务	12,555,519,548.62	2,307,915,483.06	18.38%	28.66%	19.63%	-8.60%
物料销售	90,274,156.46	16,226,857.78	17.98%	-19.10%	-28.40%	-14.01%
其他	11,447,683.35	11,361,206.52	99.24%	9.33%	14.78%	659.83%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、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

6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7、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

2017年5月10日，财政部颁布了《关于印发修订的通知》（财会〔2017〕15号），对《企业会计准则第16号——政府补助》进行了修订，自2017年6月12日起施行。根据该文件的规定和要求，公司将修改财务报表列报，与日常活动有关且与收益有关的政府补助，从利润表“营业外收入”项目调整为利润表“其他收益”项目列报，该变更仅对公司财务报表项目列示产生影响，对公司的财务状况、经营成果和现金流量无重大影响。

公司自2017年6月12日开始执行上述会计政策，对2017年1月1日存在的政府补助采用未来适用法处理，对2017年1月1日至2017年6月12日之间新增的政府补助根据修订后会计准则进行调整，不涉及对以前年度列报的追溯调整。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

公司2017年新设合并范围内子公司详见第十一节 财务报告八、合并范围的变更。

(4) 对 2018 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用