证券代码：002120　　证券简称：韵达股份　　公告编号：2022-017

韵达控股股份有限公司 2021 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。

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：以利润分配实施时股权登记日的公司总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.52 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

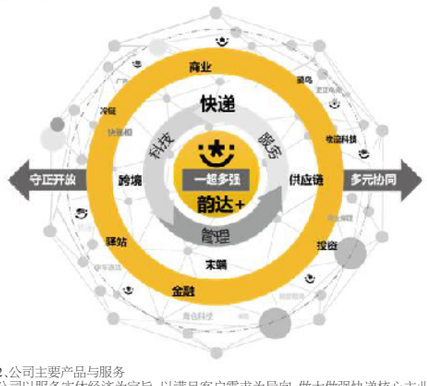
股票简称	韵达股份	股票代码	002120
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	符勤	杨红波	
办公地址	上海市青浦区盈港东路 6679 号	上海市青浦区盈港东路 6679 号	
传真	021-39296863	021-39296863	
电话	021-39296789	021-39296789	
电子信箱	ir@yundaex.com	ir@yundaex.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）报告期内公司从事的主要业务、产品及其用途，经营模式等

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。公司以"韵达+"理念为引领，以科技创新、精细管理为驱动，践行"绿色快递，智领未来"的新发展观，实施"守正开放、多元协同、一超多强"的发展战略，核心是：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明显领先，同时用优秀的"韵达品牌"、"韵达服务"辐射周边市场、周边需求、周边产品，构建起"以快递为核心，聚合周边产业、新业务、新业态协同发展"的多层次综合物流生态圈，追求"向客户提供极致的快递服务体验和无与伦比的快递时效"的发展愿景。



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，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、直营客户业务产品、菜鸟裹赛等高附加值时效产品，集中精力开拓直营业务客户群；另外，用快递流量积极嫁接周边市场，陆续布局了韵达供应链、韵达国际、韵达冷链、韵达末端服务等周边产业链，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。

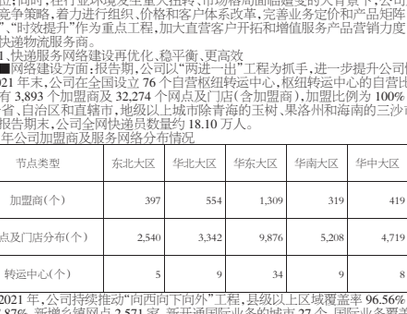
■快递产品：标准快递、服务分层产品（韵达特快、直营客户产品、电商平台增值服务产品）、散单业务等

■增值服务：代收货款、保价业务、门店调拨、签单返还、开放平台、逆向物流、隐私面单、派前电联、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、FBA 等）、仓储（保税仓储、海外仓储）、转运等相关业务

■韵达冷链：致力于提供冷链全流程完整的解决方案，可以提供存储、拆零、分拣、配货、包装、贴标、流通加工等仓管服务，以及干线运输、城市配送、末端配送等一体化冷链物流服务



3、公司快递经营模式

公司采用"枢纽中转自营与末端网络加盟"的快递经营模式。自营方面，所有枢纽转运中心的设立、投资、运营、管理均由公司总部负责，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"枢纽转运中心和干线网络自营、终端揽派加盟相结合"的网络化运营模式。

（二）2021 年公司主要经营及财务指标

■主要财务指标：截至报告期末，公司总资产 360.25 亿元，同比增长 22.12%；归属于上市公司股东的净资产 157.90 亿元，同比增长 9.82%；经营活动产生的现金流量净额 29.89 亿元，同比增长 36.90%；公司现金及现金等价物余额及短期理财余额为 62.94 亿元，同比下降 35.70%。

■快递经营方面：在内需消费驱动、电商持续繁荣支撑下，公司以高效、便捷、优质的快递服务体验持续提升客户粘性、扩大获客源，保障公司业务量稳健增长。报告期，公司累计完成快递业务量 184.02 亿票，同比增长 30.10%，增速高出行业平均增速近 0.2 个百分点；公司快递市场份额达 16.99%，较去年同期提高 0.02 个百分点。

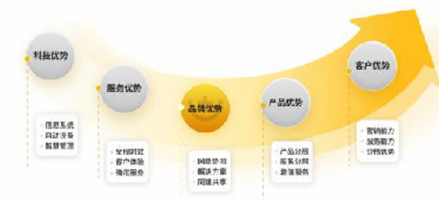
报告期，公司深入实施"产品分层"策略，在巩固标准快递基本盘的同时，充分发挥头部企业的服务品质优势和全程时效优势，大力开拓韵达特快及增值服务市场与客户，向科技创新、精益管理和优质服务要红利，培育第二增长曲线。

■营业收入方面：报告期，公司实现营业收入 417.29 亿元，同比提高 24.56%，其中：快递服务收入 394.32 亿元。

■实现利润方面：报告期，公司实现利润总额 18.65 亿元，同比增长 6.43%；实现归属于上市公司股东的净利润 14.77 亿元，同比增长 5.15%。

（三）巩本强基、运营提升，谋定高质量发展棋局

2021 年下半年以来，为了保障快递行业健康、稳定发展，行业监管部门及地方政府通过行政执法、立法修法、政策指引等一揽子综合措施，促使快递行业旗帜鲜明反"内卷"、反"低价竞争"，部分地区快递服务收入非理性下行的趋势得到明显遏制；同时，通过开展"暖蜂工程"、"鼓励服务竞争"等专项行动，有效维护了市场生态的良性运行，引领行业向高质量发展转变，我国快递市场发展环境迎来拐点式变化。



报告期，公司按照"服务全领域、激活全要素，打造双高地、畅通双循环"的工作思路，积极服务国家"乡村振兴"战略，加快实施"两进一出"工程，继续构筑生产经营核心资产，利用资产优势、服务优势、品牌优势等各种优势实施多层次的竞争策略，实现标准快递业务量保持稳定增长、市场规模稳居第二位；同时，在行业环境发生重大扭转、市场格局面临嬗变的大背景下，公司及时预调、微调经营思路和竞争策略，着力进行组织、价格和客户体系改革，完善业务定价和产品矩阵，将"运营提升"、"服务提升"、"时效提升"作为重点工程，加大直营客户开拓和增值服务产品营销力度，打造具有领先优势的综合快递物流服务商。

1、快递服务网络建设再优化、稳平衡、更高效

■网络建设方面：报告期，公司以"两进一出"工程为抓手，进一步提升公司快递网络服务能力。截至 2021 年末，公司在全国设立 6 个自营枢纽转运中心，枢纽转运中心的自营比例为 100%；公司在全国拥有 3,893 个加盟商及 32,274 个网点及门店（含加盟商），加盟比例为 100%；服务网络已覆盖全国 31 个省、自治区和直辖市，地级以上城市除青海的玉树、果洛州和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约 18.10 万人。

2021 年公司加盟商及服务网络分布情况

节点类型	东北大区	华北大区	华东大区	华南大区	华中大区	西北大区	西南大区
加盟商（个）	397	554	1,309	319	419	317	578
网点及门店分布（个）	2,540	3,342	9,876	5,208	4,719	2,469	4,120
转运中心（个）	5	9	34	9	8	4	7

2021 年，公司持续推动"向西向下向外"工程，县级以上区域覆盖率 96.56%，乡镇服务网络覆盖率达 97.87%，新增乡镇网点 2,571 家，新开通国际业务的城市 27 个，国际业务覆盖国家及地区已达到 35 个。报告期内，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根基。

2021 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	87,062.56	173,895.52	7,680
2	加盟商二	郑州	23,555.20	40,556.76	1,850
3	加盟商三	中山	19,545.71	34,444.93	1,506
4	加盟商四	汕头	23,405.25	28,969.48	517
5	加盟商五	金华	22,294.38	23,397.30	273
6	加盟商六	广州	23,597.29	34,099.95	404
7	加盟商七	广州	23,477.08	32,787.05	431
8	加盟商八	苏州	18,180.71	29,985.75	585
9	加盟商九	金华	13,844.06	14,729.36	230
10	加盟商十	福州	9,001.73	17,883.44	980

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：2021 年度的加盟商四、加盟商七至加盟商十为新晋前十名的加盟商，2020 年度的加盟商二、加盟商五、加盟商七、加盟商八以及加盟商十退出前十名；上述变化主要系市场竞争及网络颗粒度细化原因。

■网络管理方面：管理理念上，随着行业发展环境的变化，高质量发展已成为头部快递企业的共识，公司深刻认识到只有不断提升服务水平，提升加盟商运营质量和盈利能力，积极进行产品分层，开发高品质、高附加值的产品，为客户提供更优质的服务，才能真正提升公司核心竞争力。为此，公司正不断优化对加盟商及快递小哥的考核机制，大幅减少罚款情形和罚款指标，完善投诉及仲裁机制，在制定加盟商考核激励方案时充分考虑服务质量、运输时效等维度的权重配比，优化仲裁流程，实现派费直达和激励电子化，努力实现服务优势、品牌优势、价格优势在总部、加盟商、快递小哥之间的合理共赢。管理技术上，公司积极采取多种措施加强对加盟商及网点的管理管控：①以服务能力、客户需求和市场竞争为依据，稳步做好快递服务网络的颗粒度完善、细化工作；②尊重市场规律，完善区域之间、网点之间、两端之间的利益分配，包括市场化调整价格政策，合理分配利益，保障全网同心同力；③不断探索新型管控措施，通过信息化手段、科技能力把生产运营监控体系和服务质控体系覆盖到网点、快递超市及快递小哥，持续保障服务网络健康、稳定发展；④以问题为导向，建立"早排查、早解决、勤总结"工作机制，规避因个别网点经营不善、管理不当等导致网络风险。

■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，日均发车超过 3,800 余趟次。同时，为满足高端快递产品的时效需求，以及把业务延伸到陆路运输较难覆盖的部分偏远地区，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 42 家航空货运代理公司开展合作，合作航线 630 余条，采用航空运输方式的发货量为平均每天 6.4 万票左右。

■末端建设方面：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，探索末端服务的模式创新和科技应用创新意义重大。2021 年度，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、韵达快递超市、共配门店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。截至 2021 年末，公司各类末端服务资源已超过 7 万家（个），入库量峰值突破 1,300 万件。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和服务能力，明显降低快递小哥的单票履约劳动工时。

2、敏捷管理、柔性经营，持续塑造成本领先优势

公司坚持"精益管理"思想，用整体优化的观点合理配置资源和要素，摒弃过程环节不产生附加值的"跑冒滴漏"行为，消除浪费；以敏捷的思维梳理价值流和业务链，灵活适应激烈的市场竞争和多元需求，创造价值。基于此，公司实施并不断深化基于科技创新和精细化管理的"成本领先型"竞争策略，在全链路开展成本管控的基础上，针对分拣运营、干线运输、末端管理等关键环节持续开展柔性管理，持续保持公司成本领先优势，实现服务优势、品牌优势、价格优势向快递服务毛利优势的传导。

■持续探索流程优化："揽交转运派"是快递包裹的全周期，服务的提升、成本的下降均来自于每一个环节、每一条操作、每一项优化，从全链路的网络改善而言，效率提升的深度和广度还有很大的拓展空间。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，依托直客开拓和供应链协同，正不断探索"引客入仓"、"上仓下配"、"支线协同"、"网格仓"、"代集包"等新的敏捷经营支点，缩短揽派两端的操作时效和经营成本，进一步提高全网运营效率、降低成本。

■持续发挥规模效应：保持对生产经营核心资产的投资定力，围绕智能设备、运力运能、物业自持等，持续保持合理的资本开支、构筑核心资源，利用高于行业增速带来的包裹增量，充分发挥规模效应和集约效应，持续降低单票固定资产折旧成本和可变成本，扩大边际优势；同时优化建包、集包方案，通过转运中心直发网点，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；继续推进货品结构优化，深入实施"揽小、揽轻、控重、控泡"工程，持续降低单票的资源成本。

■持续提升装载率：加大品牌优势传导，扩大获客渠道、提高客户的开发力度，做好区域市场平衡，提高东北、西北、西南等价格不敏感区域市场存在度，持续提升全网双边车辆的平均装载率；进一步优化车型，在核心区域、核心路线提升大运力车辆、牵引车辆比例，持续推行甩挂运输；专项开发"车货配"等在途配载系统，并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，持续推进"加盟商直跑"，降低单票运输成本。

■持续优化现场管理：对大型转运中心进行物联网的可视化管理，通过对车辆从发车、排队、进门、装卸各环节全程透明化，实现车辆快进快出等；通过建模，对转运中心各个核心岗位要素进行数字化管理，月台可视、操作可视、格口可视，对于异常情况，实时预警，快速响应；保持科技创新和技术升级迭代能力，对部分自动化分拣设备进行更智能、更高效的升级改造，上线四层自动化分拣设备，持续提高单位操作坪效，持续提高分拣操作的准确性。2021 年度，公司转运中心自动化设备处理能力同比提升 13.2%，综合操作效率同比提升 35.2%，

报告期，在综合施策下，公司快递服务单票成本为 1.97 元，同比下降 4.7%，可比口径下连续七年呈下降趋势。

3、深入推进"服务即品牌，品牌即优势"的竞争策略

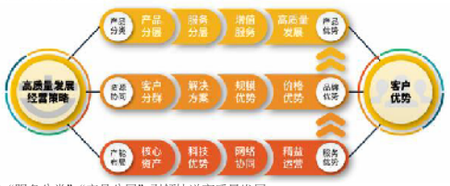
服务即产品，优质的服务是最好的名片。2021 年，公司秉持"主动服务，以客户为中心"的服务理念，充分挖掘核心资产优势、数智化科技优势、包裹量规模优势和末端资源优势，将网络信息平台、大数据平台、自动化智能化设备与业务深度融合，紧紧围绕"揽交转运派"全流程，对每个环节的运营质量、运营效率进行再提升、再革新——揽件端，力抓揽件响应、履约时效和交件管理，推进引客入仓、上仓下配模式；中转端，力抓装卸排班、提升分拣效率、盯落货、优化路由规划和路线拉直率；派件端，探索网格仓、业务直链、支线路由和服务频次；针对直营客户和特殊货品，升级迭代操作设备，进行柔性化改造，降低破损率。特别是，在"京津冀"、"长三角"、"粤港澳大湾区"、"长株潭"等 800 公里范围内，以区域城市集群为重要进取方向，全链路进行高水平的时间管理和服务品质管理，全程时效和服务品质继续保持优秀水平。

■公众满意度方面：根据国家邮政局发布的《关于 2021 年快递服务满意度调查和时限测试结果的通告》，公司服务满意度在可比同行中排名第二。

■全程时限方面：2021 年，根据国家邮政局发布的《关于 2021 年快递服务满意度调查和时限测试结果的通告》，全国重点地区主要快递企业的服务时限 72 小时准时率在可比同行中的全程时限排名第二。

■有效申诉率方面：2021 年，根据国家邮政局相关统计，公司快递服务的申诉率和有效申诉率指标月平均值分别为 1.03 和 0.008（每百万件），在可比公司中继续保持着卓越、可识别的服务品质。

在物流科技、精益经营、敏捷组织等多重措施支撑下，公司持续提供高效、便捷、优质的快递服务体验，极大提升了客户粘性，快递业务量获得了持续快速的增长，市场份额稳步提升，以"核心资产/科技优势——服务优势——品牌优势——产品优势——客户优势"的经营策略（运营、产品、销售、客户）向高质量发展阶段推进。



4、"服务分类"、"产品分层"，引领快递高质量发展

在我国快递年包裹量跨入千亿规模的背景下，高质量发展，既有客观的市场需求，也有头部企业的服务能力。一方面，随着电商渗透率加速提升，越来越多的品牌商家、品牌商品及高客单价商品转至线上经营，对快递服务品质、时效和物流成本提出"既要又要"的需求；另一方面，韵达快递服务品质和全程时效在可比同行中持续保持着领先的水平，有条件、有能力将优秀的时间管理转化为时效产品和特色产品；同时，我国拥有全世界最大的中产消费群体、韵达牌商品、跨境商品及快递服务品质同样具有较大的需求空间。报告期，公司保持"仰角经营"的思维，深入实施"服务分类"、"产品分层"、"客户分群"的发展策略，持续进行产品矩阵建设，以坚定的战略定力推进高质量发展。

■韵达特快："韵达特快"的产品服务包括派前电联、极速上门、高频派送、门店发货、逆向物流等，产品具有独立的 logo 标识、专门的包装要求、全网优先揽件、优先装卸、优先派件，积极响应多维客户对新服务、新时效、新体验的更多诉求，为核心大客户、大平台、大电商等提供差异化服务。报告期，"韵达特快"服务覆盖医药、美妆、食品、百货、3C 电子产品等行业客户，同比增长 173.0%；派前电联率 89.2%，时效达成率 94.6%，全链路时效比标准快递快近 6.37 个小时，时效签收率比标准快递高 5%。

■大客户营销产品：2021 年，公司打造营销"铁三角"的端到端一体化运作模式，提升客户规范化管理能力、市场营销能力、客服能力、运营支持能力、财务风险管控、IT 信息化系统建设能力等，协同网点共拓客户，针对产品及服务具有特殊要求的个性化大客户，共同开拓在价格竞争激烈的情况下，将客户留在韵达网络内；同时，为具有特殊需求或者更高服务要求的价值客户，品牌客户提供定制化的优质服务；截至 2021 年年末，合作的高品质快递服务客户已超过 1,500 余个。

■电商平台服务产品：随着电商渗透率持续提高和消费者网购习惯成熟化，电商平台多元化趋势越来越明显，但低线区域拉新的难度和成本越来越高，商流和 GMV 的分布曲线在各大平台具有均衡化趋势。为了持续保持平台竞争优势，提高 C 端消费者购物体验，提升存量流量复购率，各大平台正将"最后一公里/100 米"服务和全程时效水平，作为平台购物体验新的竞争点，为此不断推出物流增值服务。韵达作为头部快递企业，在全程时效、时效达成率、申诉率、有效申诉率、公众满意度等方面保持着长期、稳定、可预期的服务优势和水平，有能力、有优势保持与各大平台的合作共赢，满足 B 端和 C 端消费者的多元、个性、分层服务需求。

■增值服务：为解决不同客户群及不同商品品类的服务痛点，公司还可以提供保价、代收（COD）、电联（优递达）、隐私面单、地址修改、快件拦截等快递增值服务，满足向上下游不同客户提供多元化、个性化的多维服务需求；同时上线增值服务产品订购中心，既能满足客户及网点增值服务按需可定制化，又可保障增值服务费直达业务员，提高业务员的积极性。

5、综合赋能加盟商，协同发展、大道共赢

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。为此，公司深入实施对加盟商的精准赋能计划。

■人才赋能：为持续提升公司全国网络服务质量，提升加盟商运营质量、效率和盈利能力，公司搭建总部与加盟伙伴的沟通平台。2021 年，在全国范围定期举办加盟商"战略研修班"等各类线上线下培训，培训课程涉及经营理念、系统讲解、末端建设、财务体系、新产品及标杆网点案例分享等，实现了全网一级加盟商培训全覆盖，对于提升加盟商运营质量和盈利能力、不断提升公司服务水平具有持续的促进作用。

■科技赋能：报告期，公司持续推进"科技下乡"。运营规划中心为加盟商及大型网点定制化设计自动化分拣设备，帮助 70 余家加盟商上线自动化分拣设备，大幅提升网点端的分拣和处理能力；推广"指环王"手指枪、"快手"设备等高科技工具，帮助网点提高产能容量、提升操作效率、降低经营成本；向业务员配备手持终端等智能终端，帮助业务员提升一站式揽收能力。同时，公司持续推进"IT 赋能"，为加盟商量身定制的移动化办公 APP 上线，"韵镖侠"系统不断强化，协助网点信息化管理，助力快递员最后一公里，为网点弹性补充末端配送人员。

■经营赋能：总部搭建"企业—客户"的沟通平台，由网点管理部协同客服中心搭建客户交流分享的平台公司。公司着重提升加盟商负责人的管理经营能力，主要包括市场开拓能力、客户维护能力、财务管理能力等；对其各层级员工主要提升其对系统的操作能力、业务执行能力、品牌及服务意识及个人竞争力等，有力地促进了加盟商有效运营和员工的就业稳定，为地方就业率增加和经济社会稳定健康发展作出应有贡献；通过对签收率达成、虚假签收率、客诉率等指标实时监控，对经营异常的加盟商进行包括市场开拓、成本管理、服务管控等分析，并提供有针对性的帮扶改进意见。

■品牌赋能：2021 年，公司深入推进"品牌工程"建设——快递员着装应标准、整洁，车身形象应统一、干净、揽派操作应规范、文明，通过细致、认真、专业的服务为客户带来价值与信任，给消费者带来幸福感与安全感，让快递员既成为一个勤劳的小蜜蜂，又成为一份有尊严的职业。报告期，公司开展转运中心、网点标准化推广建设，主要包括全网转运中心三区分离、目视化看板、场地 6S 等静态标准化全面落地，对加盟商网点的门店门头、车身、工服等统一更新推广，持续提升公司品牌形象。

（四）周边业务协调发展，战略布局持续推进

报告期，公司持续推进"守正开放、多元协同、一超多强"的发展战略，围绕供应链、末端服务、运力协调等上下游产业链，持续以快递流量嫁接周边市场、周边资源、周边产品，以韵达供应链、韵达国际、韵达冷链等丰富的周边产品线，持续打造综合物流服务提供商。

■供应链服务：韵达"仓、干、配一体化供应链"业务，依托超大的快递流量和国内外庞大的物流服务网络，致力于构建以科技驱动、资源共享、对外开放的服务平台，打造仓配一体化的供应链，形成与快递主业的协同发展。2021 年有直营仓 28 个，覆盖 16 个省市，其中核心城市：北京、成都、东莞、广州、杭州、济南、泉州、丽水、南昌、宁波、泉州、上海、长沙、沈阳、台州、天津、潍坊、芜湖、西安、孝感、长春、郑州等。报告期，仓发订单量达到 1.10 亿件，业务规模应该同比增长 121.05%，实现供应链服务收入 3.28 亿元。"仓、干、配协同发展"模式初具雏形。

■韵达国际：韵达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、物流及供应链解决方案。2021 年韵达国际紧跟国际跨境服务大潮，搭乘中欧班列的"快车"，积极开展时效稳定且成本低廉的海运快递服务，不断开拓海外市场，为国内外客户提供稳定、高效的快递物流运输服务，报告期已与十几家船东开展合作，可通达美洲、欧洲、东南亚、非洲等 35 个国家及地区，覆盖 251 个城市，出口业务同比增长 575.3%。

■韵达冷链：韵达冷链业务依托韵达既有网络，投建冷链干线运输能力，建立全国核心仓，致力于提供冷链全流程完整的解决方案，可以提供存储、拆零、分拣、配货、包装、贴标、流通加工等仓管服务，以及干线运输、城市配送、末端配送等一体化冷链物流服务。目前，公司冷链业务覆盖 300 余个城市，在全国多地建立区域中心仓，已试点运营牛羊肉、大闸蟹、青笋、脐橙、葡萄、面食副产品等农牧副绿色生鲜产品，服务多个速冻食品的头部企业，助力新疆、海南、甘肃、云南、海南、宁夏等地区的产地直发，推动农产品上行，既能双向赋能产销两地，又能增味消费者的餐桌。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近二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

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	36,025,010,173.03	29,500,766,142.95	22.12%	22,496,654,773.40
归属于上市公司股东的净资产	15,790,320,329.96	14,377,889,835.81	9.82%	13,462,844,669.99
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	41,729,292,242.25	33,500,425,643.17	24.56%	34,404,046,688.25
归属于上市公司股东的净利润	1,476,764,618.92	1,404,493,896.78	5.15%	2,647,196,861.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,401,839,303.60	1,209,764,937.89	15.88%	2,413,878,859.89
经营活动产生的现金流量净额	2,989,311,066.55	2,183,637,598.99	36.90%	5,035,636,370.68
基本每股收益（元 / 股）	0.51	0.48	6.25%	0.91
稀释每股收益（元 / 股）	0.51	0.48	6.25%	0.91
加权平均净资产收益率	9.78%	10.09%	下降 0.31 个百分点	21.22%

（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	8,329,881,539.05	9,878,720,382.68	10,392,619,785.24	13,128,070,535.28
归属于上市公司股东的净利润	228,546,641.70	217,882,442.99	334,765,088.42	695,570,445.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	180,047,267.27	210,920,089.53	314,708,885.16	696,163,061.64
经营活动产生的现金流量净额	−340,440,036.49	289,952,337.77	762,018,600.67	2,277,780,164.60

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

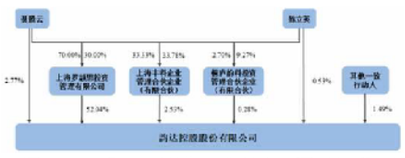
报告期末普通股股东总数	36,270	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	33,245	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
上海罗颉思投资管理有限公司	境内非国有法人	52.04%	1,510,552,788		质押	340,565,700	
聂腾云	境内自然人	2.77%	80,361,697	60,271,273			
上海丰科企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.53%	73,369,010				
香港中央结算有限公司	境外法人	2.28%	66,129,131				
杭州阿里巴巴创业投资管理有限公司	境内非国有法人	1.99%	57,883,280				
宁波招银成长拾号投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.87%	54,417,592				
招商银行股份有限公司－兴全合润混合型证券投资基金	其他	1.31%	38,060,822				
中国工商银行股份有限公司－汇添富价值精选混合型证券投资基金	其他	1.21%	35,000,000				
全国社保基金一零二组合	其他	1.16%	33,662,173				
黄新华	境内自然人	1.16%	33,534,256		质押	19,300,000	
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颉思、聂腾云、上海丰科系一致行动人，存在关联关系，上述其他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 2021 年 12 月 31 日，公司前十名股东中股东上海罗颉思通过广发证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 37,000,000 股公司股票。						

（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



注：截至 2021 年 12 月 31 日，上述其他一致行动人包括聂樟清（持股占公司总资本的 0.56%）、陈美香（持股占公司总资本的 0.31%）、广州市玄元投资管理有限公司—玄元科新 135 号私募证券投资基金（持股占公司总资本的 0.31%）、广州市玄元投资管理有限公司—玄元科新 136 号私募证券投资基金（持股占公司总资本的 0.31%）。

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 2020 年度第一期中期票据（疫情防控债）MTN001	20 韵达股份（疫情防控债）MTN001	102000352.IB	2020 年 03 月 12 日	2023 年 03 月 16 日	50,000	3.60%
韵达控股股份有限公司 2020 年度第二期中期票据	20 韵达股份 MTN002	102000855.IB	2020 年 04 月 23 日	2023 年 04 月 27 日	100,000	3.10%
韵达控股股份有限公司 2020 年度第三期中期票据	20 韵达股份 MTN003	102001981.IB	2020 年 10 月 22 日	2023 年 10 月 26 日	50,000	3.99%
韵达控股股份有限公司 2021 年度第一期中期票据（乡村振兴）	21 韵达股份 MTN001（乡村振兴）	102101013.IB	2021 年 05 月 31 日	2023 年 06 月 02 日	50,000	3.64%
韵达控股股份有限公司 2021 年度第二期中期票据（高成长债）	21 韵达股份 MTN002（高成长债）	102101402.IB	2021 年 07 月 26 日	2024 年 07 月 28 日	50,000	3.80%
韵达控股股份有限公司 2021 年度第一期超短期融资券	21 韵达股份 SCP001	012103475.IB	2021 年 09 月 16 日	2022 年 03 月 21 日	50,000	2.87%
韵达控股股份有限公司 2021 年度第三期中期票据	21 韵达股份 MTN003	102180032.IB	2021 年 11 月 16 日	2024 年 11 月 18 日	50,000	3.78%

（2）债券最新跟踪评级及评级变化情况

不适用

（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	2021 年	2020 年	本年比上年增减
资产负债率	55.90%	50.99%	上升 4.91 个百分点
扣除非经常性损益后净利润	140,183.93	120,976.49	15.88%
EBITDA 全部债务比	38.30%	42.84%	下降 4.54 个百分点
利息保障倍数	6.86	12.10	−43.31%

三、重要事项

1、关于作为战略投资者认购德邦股份非公开发行股票事项

公司以现金方式认购德邦股份 2020 年度非公开发行全部 A 股股票，66,957,470 股，认购价格 9.17 元/股，公司认购股款总额为人民币 613,999,999.90 元，本次认购完成后，公司占德邦股份发行后总股本比例 6.52%。公司认购的德邦股份本次非公开发行的 A 股股票已于 2021 年 4 月 21 日在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司办理完毕登记托管手续。公司认购本次非公开发行的 A 股股份自本次发行结束之日起 36 个月内不得转让。公司所认购 A 股股份因发行人分配股票股利、资本公积转增等情形所衍生取得的股份亦应遵守上述股份锁定安排。锁定期满后，该等股份的解锁及减持将按中国证监会及上海证券交易所的规定执行。

具体内容详见公司于巨潮资讯网（http//www.cninfo.com.cn）披露的《关于全资子公司作为战略投资者认购德邦股份非公开发行股票暨关联交易的公告》（公告编号：2020-052）、《关于全资子公司作为战略投资者认购德邦股份非公开发行股票暨关联交易事项签署补充协议的公告》（公告编号：2020-105）、《关于作为战略投资者认购德邦股份非公开发行股票变更认购主体相关事项暨关联交易的公告》（公告编号：2021-007）、《关于作为战略投资者认购德邦股份非公开发行股票事项暨关联交易的进展公告》（公告编号：2021-010）、《关于作为战略投资者认购德邦股份非公开发行股票事项暨关联交易的进展公告》（公告编号：2021-024）。

2、公司公开发行可转换公司债券的事项

2021 年 5 月 17 日，公司召开的七届董事会第十四次会议和第七届监事会第十四次会议，以及 2021 年 6 月 8 日召开的 2021 年第二次临时股东大会审议通过了《关于公司公开发行可转换公司债券方案的议案》等相关议案，具体内容详见公司于 2021 年 5 月 18 日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露的《第七届董事会第十四次会议决议公告》（公告编号：2021-039）以及《公开发行可转换公司债券预案》。

3、2021 年度第一期中期票据（乡村振兴）发行完成

2021 年 5 月 31 日-2021 年 6 月 1 日，公司发行了 2021 年度第一期中期票据，发行金额为人民币 5 亿元，募集资金已于 2