证券代码：002120　　证券简称：韵达股份　　公告编号：2024-026

韵达控股股份有限公司 2023 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。

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扣除公司回购专户股份后的总股数为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.70 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	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	021-39296863	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）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时代，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：通过动态优化调整，多维赋能加盟商、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明显领先，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，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、散单等高附加值时效产品；另外，用快递流量积极嫁接周边市场，能续布局了韵达供应链、韵达国际、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生态撑。

■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、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、FBA 等）、仓储（保税仓储、海外仓储）、转运等相关业务

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，全网的收派两端、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“枢纽转运中心自营、终端揽派加盟相结合”的网络化运营模式。

（二）报告期公司主要经营及财务指标

2023 年以来，公司以“稳网络、促服务”为目标，深入贯彻“全网一体、共建共享”理念，积极服务国家“乡村振兴”战略，加快实施“两进一出”工程，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，着力在网络建设、经营组织、价格机制、服务提升和客户开拓等方面进行深入的改革；进一步强化建设“协发委”组织机制，吸引优秀的加盟商参与快递网络管理工作，定期召开全国协发委会议，着力在市场反馈、意见咨询、经营指导、末端帮扶等方面与总部职能部门保持双向的管理沟通与交流，保持总部经营政策与网络服务能力充满活力和市场竞争力；在全国持续举办巡回式业务培训帮助加盟商提升产能、快速拓客、完善业务定价和产品矩阵，帮助快递小哥提高业务操作能力和服务能力，将“运营提升”、“服务提升”、“时效提升”作为重点工程，彰显出公司快递网络扎实的底盘基础和强劲的业务韧性。

第四季度，快递行业逐步进入传统旺季。一方面，网上实物商品的消费需求和消费者信心快速恢复，货品种类更加丰富，补偿性消费强劲有力，必须性消费稳步释放，可选性消费弹性较大，促使优质快递包裹的业务量稳中向好；另一方面，深入推进“集包仓”、“网格仓”等末端智能分拣基础设施建设，不断优化路由规划，不断提升全网服务能力、运营效率，快递服务履约交付质量稳步恢复；同时，通过利用数字化、工单处理等进一步抓实全链路预警管控，不断提升全链路服务质效，公司在淘宝、拼多多、抖音等电商平台的综合服务指数排名逐步恢复至优势水平。自 2023 年 10 月份以来，公司持续提升服务时效和服务品质的“能力累积效应”加速显现，核心大单位包裹占比持续提升，优质大客户数量进一步提升，高质量包裹和散单比例继续扩大，带动公司业务量在 11-12 月连续 2 个月单月同比增长超 30%。

目前，公司快递经营策略已经回归到“比能力、比服务、比品质”的轨道上，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、优胜劣汰”的原则，认真、精细地做好快速揽件、及时交件、柔性分拣、准点发车、路由拉直、高效派件工作，真正将“落货率、揽签时效、破损率、客诉率、遗失率、准点率”等业务实质作为各经营单元的重要考核指标；同时，公司坚持“全网一体”经营思想，做大蛋糕，分好蛋糕，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、赋能加盟商，共同服务客户、开拓市场，通过一流的网络建设，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。通过全网的一体化建设和品牌建设，公司网络均衡性得到持续优化，均衡出件效果显著，网络对流贡献度提升。

■主要财务指标：截至报告期末，公司总资产 380.78 亿元，同比增长 0.02%；归属于上市公司股东的净资产 191.65 亿元，同比增长 12.89%；快递业务毛利率为 8.52%，同比上升 0.13 个百分点。

■快递经营方面：报告期内，公司累计完成快递业务量 188.54 亿票，同比增长 7.07%，市场份额达 14.28%；特别是随着快递行业传统旺季的到来，公司充分发挥服务履约能力和数字化能力，持续提升公司服务水平和获客能力，在业务高峰期间为广大客户和消费者提供优质稳定的快递服务体验，带来公司业务量的提升，公司 12 月的业务量增速已超过行业增速。

■营业收入、营业成本方面：报告期，公司实现营业收入 449.83 亿元，其中快递服务收入 432.83 亿元；公司营业成本同比下降 5.61%，其中快递服务成本同比下降 3.86%。

■实现利润方面：报告期，公司实现利润总额 21.86 亿元，同比增长 12.73%；实现归属于上市公司股东的净利润 16.25 亿元，同比增长 9.58%。

（三）稳健、进取、求是、共赢，谋定高质量发展棋局

1、快递服务网络建设再优化、提质效

■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。2023 年，公司在全国设立 76 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 4,851 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 9.3 万余个，网络已覆盖 2,837 个县级单位，其中向西新增覆盖 42 个县级单位，服务网络已覆盖全国 31 个省、自治区和直辖市，地级以上城市除青海的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 19.8 万人。

2023 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	西北大区	华中大区	西南大区
一级加盟商（个）	444	723	1,573	536	372	569	634
转运中心（个）	5	9	33	9	5	8	7

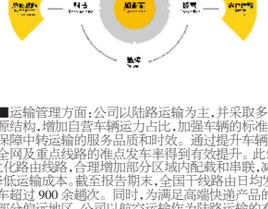
报告期，公司持续推动“向西向下向外”工程，县级区域覆盖率 99.4%，乡镇服务网络覆盖率达 99.7%，新增乡镇网点 1,503 家，开通国际业务的城市 272 个，国际业务覆盖国家和地区已达到 41 个。报告期内，网络覆盖面特别是在乡镇农村地区的服务范围得到了极大拓展，进一步夯实了国内业务发展的根基。

2023 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	82,145	135,869	7,028
2	加盟商二	中山	17,655	28,297	2,130
3	加盟商三	金华	19,220	20,013	160
4	加盟商四	北京	10,252	10,354	120
5	加盟商五	普宁	13,774	14,857	277
6	加盟商六	广州	15,892	17,687	199
7	加盟商七	金华	13,699	14,178	90
8	加盟商八	揭阳	12,864	13,941	126
9	加盟商九	永康	10,450	13,500	328
10	加盟商十	金华	12,937	13,792	198

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：2023 年度加盟商四、加盟商六、加盟商七、加盟商九和加盟商十为新晋前十名的加盟商，2022 年度的加盟商四、加盟商五、加盟商六、加盟商七和加盟商九退出前十名，上述变化主要系市场竞争及网络颗粒度细化原因所致。

■网络赋能管理方面：报告期内，根据市场环境变化，公司及时梳理、优化、调整了一系列政策措施，强化网络赋能支持力度，激发全网发展信心，增强市场竞争能力与意愿。公司根据业务流量流向、市场环境、合理成本、货品结构等因素，优化定价策略，合理分配利益，保障全网同心同力，提高市场竞争力；公司持续优化网点考核机制，改善服务流程，精简考核指标，切实减轻网点负担；同时，积极采取多种措施加强对加盟商的管理赋能，从 4 月份开始，公司网管、运营、客服、路由规划等职能部门在全国各大区、各省区巡回对网点进行业务培训，聚拢网络合作伙伴的发展信心，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；公司进一步充实、优化“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，共同提升网络经营水平，保障网络稳定，提高服务质量，提升品牌影响力。



■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。公司逐步优化调整运输资源结构，增加自营车辆运力占比，加强车辆的标准化管理，有助于提供及时稳定的运输服务，并能有效保障中转运输的服务品质和时效。通过提升车辆管理能力、平衡网点和转运中心发车排班时间，公司全网及重点线路的准点发车率得到有效提升。此外，该模式还可以进一步整合全网的主要运输资源，优化路由线路，合理增加部分区域内配载和串联，减少第三方临时运力的需求，从而获得规模化效益，降低运输成本。截至报告期末，全国干线路由日均发车超过 4,500 余趟次，开设支干线 750 余条，日均发车超过 900 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，公司已与全国近 60 家航空货运代理公司开展合作，合作航线 1,080 余条。

■数字化战略方面：公司坚定不移地实施“全面数字化”战略，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、门店驿站及快递小哥；公司正转变数字化工具使用思维，从管理工具向经营工具转变，树立“软件即服务”、“数字化即经营”思维，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，从强化快递生命周期数字化入手，陆续开发完善了面对各省区、客户、网点、客服等数字化经营工具，全面提升全链路网络能力，持续保障服务网络健康、稳定发展。报告期内，公司成立全链路预警管控小组，开发全链路数字化工具，通过数字化工具，各环节问题得到及时有效解决。同时，公司专注解决全链路遗失破损问题，积极使用智能化柔性化设备改造，持续改善遗失破损情况。通过先进数字化经营工具的开发完善及数字化升级迭代，公司进一步深化网络精细化管理，不断提升末端服务能力，提高快递服务履约交付质量，为商家、客户提供更便利更快捷的实时服务与支持，为加盟网点提升经营水平和市场竞争力。

■网格仓建设方面：网格仓建设是公司基于当前市场环境、前瞻未来快递产业在服务提升、时效缩短、成本下降、产品分层等方面培育核心竞争优势的重大探索与布局。公司网格仓业务主要通过减少末端到分拨短短距离，降低支线运输成本；通过循环跑车、支线车辆合并、同步作业操作等多步骤并行，降低支线成本提高支线时效；通过集中自动化操作，降低末端分拣成本。利用智能分拣设备，提高分拣效率的同时，保障人员稳定，降低人工成本；通过缩短末端分拣派送时长、提升全链路时效；快递小哥不需要手工分拣，一定程度提高了快递小哥幸福感。公司通过推进网格仓的建设运营，构建多种模式相结合、互为补充的末端投递服务新格局，合理缓解加盟商平均投资强度，充分发挥末端自动化的集约效应、辐射效应和支线车的规模效应，不断降低末端运营成本，提高加盟商的盈利能力。截至报告期末，公司正式投入运营的网格仓数量为 560 余个。

提升投递效益
监控全程时效
降低末端劳动力
转运中心
网格仓
末端
客户
小哥
末端
末端
末端