

# 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，陆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、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能力；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，核心大平台包裹占比持续提升，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%；快递服务毛利率为 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。

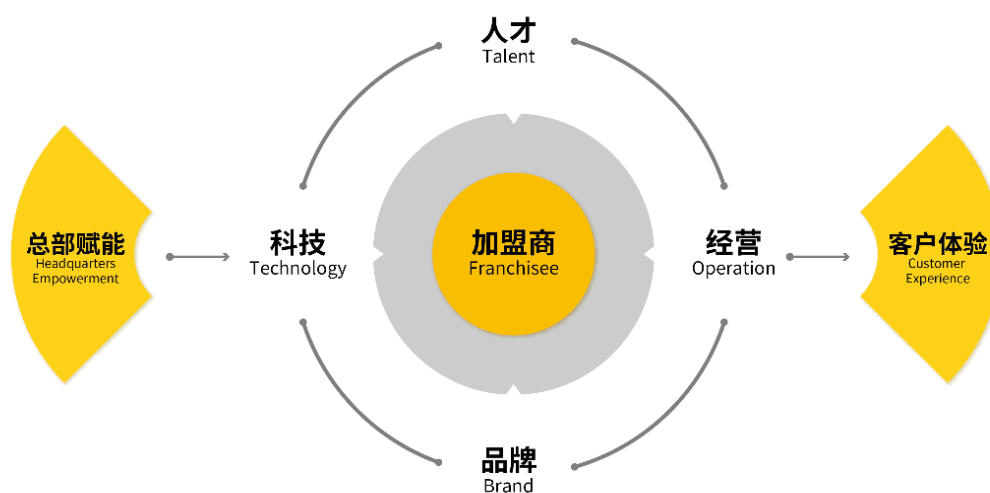
### 2023 年公司销售金额前十名加盟商

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，保障全网同心协力，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，以服务能力和客户需求及市场竞争为依据，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队时间，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。

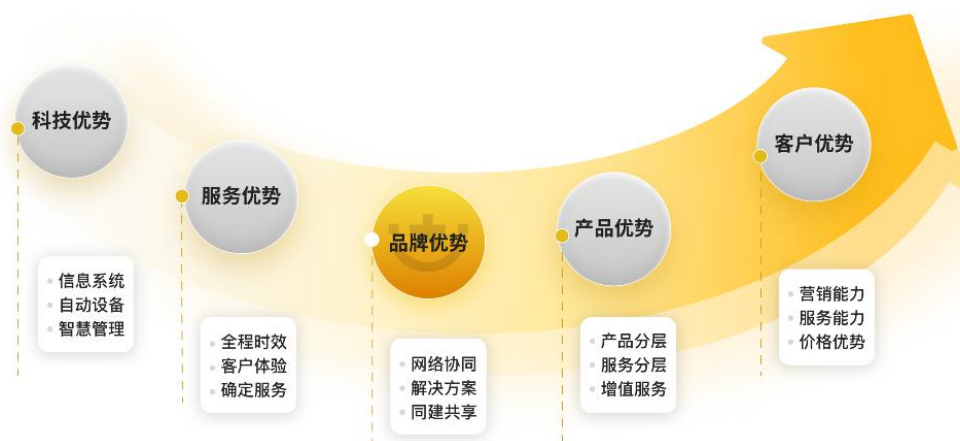


■**网格仓建设方面**：网格仓建设是公司基于当前市场环境、前瞻未来快递产业在服务提升、时效缩短、成本下降、产品分层等方面培育核心竞争优势的重大探索与布局。公司网格仓业务主要通过减少末端到分拨短驳距离，降低支线运输成本；通过循环跑车、支线车辆合并、同步作业操作等多步骤并行，降低支线成本提高支线时效；通过集中自动化操作，降低末端分拣成本。利用智能分拣设备，提高分拣效率的同时，保障人员稳定，降低人工成本；通过缩短末端分拣派送时长，提升全链路时效；快递小哥不需要手工分拣，一定程度提高了快递小哥幸福感。公司通过推进网格仓的建设运营，构建多种模式相结合、互为补充的末端投递服务新格局，合理缓解加盟商平均投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



■**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。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、快递柜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。截至报告期末，公司可使用的各类门店驿站等末端资源 9.3 万余个，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和服务能力，明显缩短快递小哥的单票履约时长。

■**客户拓展方面**：长久以来，公司始终以服务和时效塑造良好口碑，获得有质量、有价值、有利润的优质包裹，合理做一些具有提升产能利用率和边际效应的包裹量，对没有规模效应和边际改善效应的低质效包裹保持谨慎。2023 年以来，公司持续激发全网上下发展信心，实践“全网一体、共建共享”发展理念。为“打造卓越的服务体验”，公司总部联合省区加盟商举办多场客户交流恳谈会议，通过深入宣贯公司发展战略、网络能力、服务理念、品牌优势等核心竞争力，进一步加深与大客户的业务互信和合作共赢，将“以客户为中心”的发展理念落到实处。同时，公司研发了客户管家系统，建立全链路时效管控体系，为客户提供直通总部、专属客服群等物流一站式服务，提升客户履约保障能力，为客户提供更好的服务质量。



■**布局集包仓建设:** 公司集包仓业务主要为加强揽件端操作能力、降低网点集包成本, 进一步提高时效、减少破损, 为客户带来更高品质的服务。截至报告期末, 公司正式投入运营的集包仓数量 200 余个。

## 2、聚焦主责主业, 构建成本领先优势

报告期, 公司管理的重心回归、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, 引入先进的科学的数字化工具 OKR (目标与关键成果考核办法) 管理思想, 加强组织管理, 提高人员积极性, 结合线上的管理手段和管理工具, 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; 公司充分利用成本管控的企业基因, 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。

■**持续挖掘敏捷支点:** 2023 年, 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”、“集包仓”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; 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。2023 年, 公司根据需要改造柔性化设备及摆臂近 7,000 处、五面扫设备近 500 处, 带来包裹破损率的进一步降低及操作效率的进一步提升。

■**持续发挥规模效应:** 近年来, 公司在产能建设、车辆自有化及自动化资产构建方面处于可比领先优势。当前及今后一段时期, 公司快递经营的核心工作是服务提质、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 and 高品质服务优势, 利用与同行产能投放、资本开支的“错周期”, 充分发挥规模效应和集约效应, 扩大边际优势。

■**持续提升装载率:** 充分的自有车辆和运输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、提高客户的开发力度, 做好区域市场平衡, 提高轻小件、高客单价客户和品牌客户, 同时提高东北、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; 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。2023 年, 公司平均装载率进一步提升。

■**核心成本费用下降:** 报告期内, 公司通过升级优化各类管理措施修炼好内功, 实现成本费用方面较为明显的下降。成本端: 转运中心方面, 公司实施多项有效手段提高人均效能、动态调节设备运行时间; 干线运输方面, 公司积极优化配载和串联、车辆管理模式调整; 同时随着业务规模逐步修复增长及能源价格相对稳定, 接下来公司将积极利用数字化工具提高产能利用率、设备周转率, 不断提升末端服务能力, 提高快递服务履约交付质量, 持续挖掘成本向下的空间。费用端: 公司通过对周边业务合理收缩和资源优化, 持续强化快递核心主业地位, 在保持各环节高效运转的前提下, 促进经营期间费用得到有序改善。通过以上措施, 2023 年, 公司核心运营成本下降 8.49 亿, 单票核心运营成本同比下降 11%; 四项费用规模下降 4.39 亿, 同比下降比例为 16%。

## 3、积极践行 ESG 理念, 服务乡村振兴战略

服务即品牌，优质的服务是最好的名片。长期以来，韵达快递服务品质和全程时效在加盟制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。公司积极将优质的服务品质进行流量转化，大力发展高附加值产品，集中精力开拓分层产品客户群，公司已逐步搭建起以标准快递为核心，多种分层产品为补充的产品体系，报告期内，公司积极践行 ESG 发展理念，实施基于品牌、绿色、可持续的发展观，深度实施“产品分层、客户分群”的高质量发展策略，公司从客户沉淀、需求响应、技术支持、网络建设等方面积累了经验优势，扩大分层产品优势。

■**品质持续领先**：公司服务时效和服务水平在加盟制可比同行中长期持续保持领先优势。根据国家邮政局相关数据，2017 年-2021 年连续 5 年，公司在加盟制可比同行中的全程时限排名前两名（其中 2017 年-2019 年连续三年排名第一），2022 年第三季度快递服务时限准时率在加盟制可比同行中排名第二；快递服务满意度方面：2017 年-2021 年连续 5 年，公司总体满意度在加盟制可比同行中的排名前两名（其中 2019 年排名第一）；根据国家邮政局《关于 2023 年四季度邮政业用户申诉情况的通告》，公司快递服务的申诉率和有效申诉率指标分别为 0.69 和 0.02（每百万件），申诉处理综合指数为 98.68 分，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：涓埃之微，利他则久**。公司作为国内领先的快递综合服务提供商，积极贯彻实施绿色发展“9218”工程，在国家“双碳”目标的指引下，始终将可持续发展作为公司发展战略的重要组成部分，立足于公司业务发展和日常经营的实际情况，推进绿色转型。通过制定可持续发展战略，指导系统化、高效化的可持续发展工作和 ESG 相关议题的推进，从绿色包装、塑料污染和过度包装的治理、应对气候变化、光伏发电、节约能源、新能源和清洁能源车配送等维度施策，推动快递行业高质量、可持续发展。公司秉持“勤俭进取，实事求是”的价值观，在持续创造经济效益的同时，以负责、务实的态度推进 ESG 管理工作，管理公司对环境、社会和经济的影响，与利益相关方携手共创美好生活不断探索可持续发展崭新篇章。公司自披露《2018 年度社会责任报告》起，至本报告期，已连续六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。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+电商”优势，加大农村地区的快递网络布局和设施建设，深入原产地，深耕细耕农村市场，积极寻求与农业基地、农村电商、果园场及农户的合作。面对农产品销路窄、销售难的问题，一方面，公司成立助农小组，配备专业人员着力解决农产品、生鲜水果等运输难题，另一方面，公司多措并举，拓宽、畅通农产品销售渠道，在多个线上平台开设店铺销售水果等农产品，制定一系列的销售推广方案，助力农户、植业者打开销路，实现增收。目前，重庆酉阳脐橙、海南荔枝、云南鹰嘴芒果、湖北广水“胭脂红”桃等多种农村土特产品，通过韵达的服务已陆续走出了田间地头、出现在老百姓的餐桌上。2023 年 8 月，公司相关案例在“第二届乡村振兴品牌节·荣誉盛典”上获得“乡村振兴赋能计划供应链强农典型案例”殊荣。

#### （四）“服务分类、产品分层”，公司战略布局有序推进

■**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）、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，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快递小哥，提高快递小哥的积极性。

■**市场散单业务**：随着快递的时效性和便捷性不断提高，个人寄件的需求增长迅速。同时直播电商、兴趣电商单量暴增，逆向物流市场潜力大，为方便网点做散件揽收，公司通过激励机制，激发快递小哥的活力，给快递小哥创收、给网络增量增收。报告期内，公司在各大电商平台上门取件业务量呈现增长态势，同时公司自有散单业务量同比增长超 40%。

■**韵达特快**：“韵达特快”的产品服务包括极速上门、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，实现从揽收、中转、末端派送签收等全链路可视化监控运营管理，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、新体验的更多期待，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。2023 年，公司服务质量不断提升，产品竞争力逐步显现，韵达特快商家合作数逐步提升，合作商家数同比增长超过 25%，业务量同比增长超过 150%。

■**供应链服务**：韵达“仓、干、配一体化供应链”业务，依托韵达产业园和快递流量，致力于构建以科技驱动、资源共享、对外开放的服务平台，形成与快递主业的协同发展。2023 年，韵达供应链直营仓近 30 个，覆盖全国近 40 个城市。目前，供应链业务涉及行业包括 3C、美妆、鞋服、食品、洗护、宠物、母婴、厨卫家具、汽配、纺织、跨境等。



■**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，为更多一带一路国家的客户带去稳定的物流服务。2023 年，已开通国际业务的城市 270 余个，国际业务覆盖国家和地区已达到 41 个，业务量同比实现增长。

### 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

	2023 年末	2022 年末	本年末比上年末增 减	2021 年末
总资产	38,078,433,829.24	38,072,511,743.88	0.02%	36,227,445,475.89
归属于上市公司股东的净资产	19,165,287,413.22	16,976,269,354.05	12.89%	15,774,874,133.57
	2023 年	2022 年	本年比上年增 减	2021 年
营业收入	44,982,510,736.07	47,433,735,496.37	-5.17%	41,735,614,466.85
归属于上市公司股东的净利润	1,625,122,877.75	1,483,079,193.50	9.58%	1,459,418,422.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,389,628,670.47	1,388,714,522.46	0.07%	1,401,839,303.60
经营活动产生的现金流量净额	3,387,170,506.02	5,290,812,742.95	-35.98%	3,124,857,807.83
基本每股收益（元/股）	0.56	0.51	9.80%	0.50
稀释每股收益（元/股）	0.55	0.51	7.84%	0.50
加权平均净资产收益率	8.96%	9.03%	下降 0.07 个百分点	9.66%

#### (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	10,474,591,597.16	11,099,552,095.64	11,261,167,877.84	12,147,199,165.43
归属于上市公司股东的净利润	358,606,392.61	510,077,199.19	295,569,881.58	460,869,404.37
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	345,212,666.85	444,081,038.35	180,329,780.95	420,005,184.32
经营活动产生的现金流量净额	38,440,474.52	1,113,231,438.37	367,033,301.72	1,868,465,291.41

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	93,564	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	87,715	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	
上海罗颀思投资管理有限公司	境内非国有法人	52.10%	1,510,552,788	0	质押	280,265,700	
聂腾云	境内自然人	2.77%	80,361,697	60,271,273	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	2.00%	57,883,280	0	不适用	0	
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	1.82%	52,778,046	0	不适用	0	
香港中央结算有限公司	境外法人	1.57%	45,509,388	0	不适用	0	
黄新华	境内自然人	1.04%	30,045,656	0	质押	19,300,000	
招商银行股份有限公司—兴全合宜灵活配置混合型证券投资基金（LOF）	其他	0.82%	23,853,094	0	不适用	0	
陈美香	境内自然人	0.63%	18,353,262	0	不适用	0	
银华基金—中国人寿保险股份有限公司—传统险—银华基金国寿股份成长股票传统可供出售单一资产管理计划	其他	0.60%	17,402,649	0	不适用	0	
聂樟清	境内自然人	0.56%	16,126,652	12,094,989	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颀思投资管理有限公司、聂腾云、陈美香、聂樟清系一致行动人，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 2023 年 12 月 31 日，公司前十名股东中股东上海罗颀思投资管理有限公司通过普通证券账户持有 1,455,552,788 股外，还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 55,000,000 股，实际合计持有 1,510,552,788 股。						

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

□适用  不适用

前十名股东较上期发生变化

 适用 □ 不适用

单位：股

前十名股东较上期末发生变化情况			
	本报告	期末转融通出借股	期末股东普通账户、信用账户持股及转

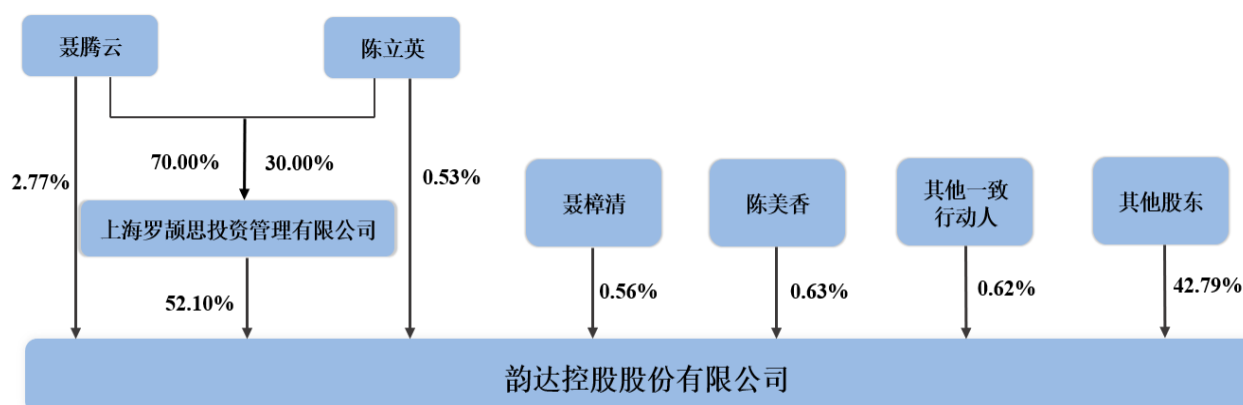
股东名称（全称）	期新增/ 退出	份且尚未归还数量		融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量 合计	占总股本的 比例	数量合计	占总股本的比例
陈美香	新增	0	0.00%	18,353,262	0.63%
银华基金—中国人寿保险股份有限公司—传统险—银华基金国寿股份成长股票传统可供出售单一资产管理计划	新增	0	0.00%	17,402,649	0.60%
聂樟清	新增	0	0.00%	16,126,652	0.56%
兴业银行股份有限公司—兴全趋势投资混合型证券投资基金	退出	0	0.00%	0	0.00%
全国社保基金—零二组合	退出	0	0.00%	0	0.00%
全国社保基金—零六组合	退出	0	0.00%	0	0.00%

## (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：上述其他一致行动人包括玄元私募基金投资管理（广东）有限公司—玄元科新135号私募证券投资基金（持股占公司总股本的0.31%）、玄元私募基金投资管理（广东）有限公司—玄元科新136号私募证券投资基金（持股占公司总股本的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	报告期末债券余额 (万元)	利率
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 2022 年度第一期中期票据	22 韵达股份 MTN001	102281123.IB	2022 年 05 月 24 日	2024 年 05 月 26 日	50,000	3.40%
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 4 月 11 日	2029 年 4 月 10 日	244,997.59	第一年 0.20%、第二年 0.40%、第三年 0.60%、第四年 1.50%、第五年 1.80%、第六年 2.00%。
韵达控股股份有限公司 2024 年度第一期中期票据	24 韵达股份 MTN001	102481756.IB	2024 年 4 月 24 日	2027 年 4 月 26 日	50,000	2.70%
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

2023 年 6 月 25 日，上海新世纪资信评估投资服务有限公司出具《韵达控股股份有限公司及其发行的 20 韵达股份 MTN003 与韵达转债跟踪评级报告》，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	2023 年	2022 年	本年比上年增减
资产负债率	49.30%	55.13%	下降 5.83 个百分点
扣除非经常性损益后净利润	138,962.87	138,871.45	0.07%
EBITDA 全部债务比	40.37%	38.44%	上升 1.93 个百分点
利息保障倍数	6.18	5.65	9.38%

## 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 日通过股份回购专用证券账户以集中竞价方式首次实施回购股份 59.41 万股，占公司总股本的 0.02%，最高成交价为 8.41 元/股，最低成交价为 8.33 元/股，成交总额为 497.88 万元（不含交易费用）。具体内容详见公司 2023 年 12 月 7 日于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露的《关于首次回购公司股份的公告》（公告编号：2023-092）。

截至 2023 年 12 月 31 日，公司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 249.74 万股，占公司总股本的 0.09%，最高成交价为 8.41 元/股，最低成交价为 7.62 元/股，成交总额为 1,993.53 万元（不含交易费用）。具体内容详见公司 2024 年 1 月 3 日于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露的《关于回购公司股份进展情况的公告》（公告编号：2024-002）。

### 2、公司在境内发行银行间债务融资工具

为进一步拓宽公司的融资渠道，降低财务成本，优化公司债务结构，满足公司的业务发展需要，公司于 2023 年 7 月 11 日召开的第八届董事会第四次会议、第八届监事会第四次会议以及 2023 年 8 月 15 日召开的 2023 年第二次临时股东大会审议通过了《关于申请注册发行超短期融资券的议案》，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

人民币 20 亿元（含 20 亿元）的超短期融资券。截至 2023 年 11 月 7 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〔2023〕SCP462 号），同意接受公司超短期融资券注册，公司超短期融资券注册金额为 20 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 2023 年 11 月 7 日于巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）披露的《关于超短期融资券获准注册的公告》（公告编号：2023-084）。