第四节经营情况讨论与分析一、概述2016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》的总体安排和要求，公司以转型升级、提质增效为方向，认真贯彻强化安全生产红线意识，加强寄递安全制度体系建设，使公司各项工作取得了长足进步。今后公司会以高度的政治责任感、使命感，团结拼搏、真抓实干，为共圆中国梦做出应有的贡献。经过全体员工的共同努力，报告期内，公司实现营业收入988,067.13万元，较去年同期增长28.13%；实现利润总额169,052.34万元，较去年同期增长64.23%；实现归属于上市公司股东的净利润126,164.96万元，较去年同期增长64.96%，原因主要系快递业务量的增长和成本控制导致利润相应增加。（一）生产经营方面1、推进落实“向西、向下”工程，全面提高网络辐射能力报告期间，全网共新增独立网点159家，截止报告期末全网共有独立网点1654家，较2015年同比增长10.64%；截止报告期末申通快递已覆盖全国2755个区县，区县覆盖率达96.43%，较2015年的区县覆盖率增加3.57%；推动千乡万镇覆盖工程，2016年共分10批新增乡镇、团场各类四级区域6297个，目前全国四级行政区域覆盖率为50.9%。2、加强企业品牌建设，扩大品牌影响力为达到VI体系高度统一的要求，公司成立VI形象推广小组，向全网推广新VI形象的更新与完善。通过多方共同推动，目前系统内已采集到符合新VI标准的人员100000余人、符合新VI标准的运输车辆5000余辆、符合新VI标准的门店超过8000家。3、大力推进中转能力建设，打造“千万级”运营平台（1）改建装修公司总部意邦办公楼、改造浙江申通快递有限公司办公楼、崧华路上海转运中心、杭州华东分拨中心，新建盘锦、揭阳、长春、孝感一期、西安一期、金华转运中心等项目。（2）优化调整汽运线路，降低运输成本，提高快件时效。通过新增部分线路和更换车型使服务质量最优化和实现利润最大化。2016年新增67条线路，调整42条线路，新增货运车辆470台（不包含收购桐庐安顺快递服务有限公司的618辆货车），其中牵引车头208台、挂车262台。（3）加强网络车运行监控，上半年制定了直属转运中心发车准点率考核指标，并按周通报、月兑现的方式进行监控考核。（4）网络车在途时速方面，进一步修订了申通网络车管理制度，并加强网络车违规处理。（5）规范加班车装载率方面，为了监控加班车合理使用，根据各转运中心上报加班车数据，对加班车装载货量进行一一审核，并对不合理的加班车及时通知整改。通过一段时间的执行，装载率平均高于去年同期5%，提升效果明显。4、坚守安全红线，快递护航G20根据上海市邮政管理局提出的《上海市邮政行业企业安全生产标准化达标》工作要求，公司收集整理了适合公司安全达标规范化工作有关资料和数据，将其整理成册，建立达标档案，明确了公司的安全生产方针与目标，制定了企业中长期规划，确保公司的安全生产标准化达标考核工作顺利通过。2016年中国在杭州举办G20峰会，申通快递为认真贯彻国家邮政局等部门的各项指示精神，全面落实“收寄验视+实名收寄+过机安检”三个百分百工作要求。G20峰会期间成立以董事长为组长的G20安全保障工作领导小组，公司副总经理为副组长，各部门总监、片区负责人、各重要省会网点负责人为小组成员的安全保障工作小组。成立了专项整治和基础排查、安全培训、安全生产、后勤保障、24小时值班、督导6个工作小组全面负责G20峰会期间的安全工作，全力确保了G20峰会寄递渠道安全。5、强化服务质量管控，降低邮政有效申诉率2016年，申通快递发布了关于调整邮政申诉相关工作的通知，根据该通知的要求公司陆续开展“3.15”服务质量专项整治工作，发布《降低邮政有效申诉率考核办法（试行）》，发布邮政申诉批量件考核办法通知，与国家邮政局形成每月定期反馈交流机制，参加国家邮政局召开的第一次、第二次联席会议进行探讨交流，统一31省会邮政处理对接人总部编制等，提高邮政申诉处罚金额，定期组织培训，定期公告处理情况，召开降低邮政有效申诉率专项一期、二期会议等措施。6、走出国门，发展国际业务随着全球经济一体化进程的不断加快，快递“走出去”、“请进来”的趋势日益明显，需求也日益迫切。2014年，全国邮政管理工作会议提出，启动“快递向外”工程。也是这一年，申通快递开始大力发展国际网络，扩展海外业务，以香港为起点，申通快递国际海外版图不断扩大，取得丰硕的成果，申通快递在欧洲网络已经覆盖英国、荷兰、法国、西班牙、意大利、比利时、波兰、葡萄牙、德国、卢森堡、捷克。2016年11月申通快递中欧全货机首航，是申通快递海外业务发展的需要，也是响应习总提出的“一路一带”国家发展战略的号召。申通全货机的首航只是申通全网布局迈出的一小步，未来申通快递将继续挖掘海外优质合作伙伴，不断完善海外网络平台建立，在做好香港、北美，完善欧洲的基础上，将目光投向中东、南美等地区，适时开通更多的国际全货机。7、成功上市，再次起航2016年最后一个交易日12月30日，申通快递股份有限公司正式登陆深交所中小板。申通快递此次上市为重组上市，上市后公司名称变更为“申通快递股份有限公司”；英文名称变更为“STOExpressCo.Ltd.”；公司简称由“艾迪西”变更为“申通快递”，股票代码不变，仍为“002468”。至此，申通快递正式登陆资本市场。（二）科技创新方面2016年公司已在义乌、天津、临沂三地启用了分拣机器人。机器人主要针对长不超60CM宽不超50CM，重量在5KG以下的小件包裹，能够实现快递面单信息识别，投递位置译码，以最优路线投递，还能实现包裹路径信息的记录和跟踪，扫码、称重、分拣功能“三合一”，每次扫码时间在1秒以内，运行速度可达到3米/秒。其中，临沂的快件日处理量约21万件，使用机器人分拣后，不仅节约人力成本，还降低了分拣错误率。（三）绿色环保、促进就业、回馈社会方面1、绿色环保，利国利企申通快递作为中国最大的民营快递企业之一，始终坚持低碳环保、绿色发展的理念，并开展了以下几项具体行动：一是江浙沪皖互流件全面使用环保袋建包，具有防水耐磨、循环利用、定位跟踪、结算对账、预备自动化等优点；二是在全网电商大客户方面，大力推进电子面单使用覆盖率。三是与一汽解放、中车、金龙展开合作，在末端派送环节推动全网使用新能源配送车辆；四是到期的签单等物料定期送至造纸厂进行销毁和再利用，减少物料随意堆放和丢弃造成环境污染。申通快递正以自身的实际行动，践行绿色包装、绿色运输、绿色操作的发展理念，加快推进企业转型升级，全力为中国快递行业环保事业以及绿色蓝天贡献一份力量。2、促进就业、回馈社会报告期间，申通快递在全国拥有服务门店和乡镇服务点2.5万多个，品牌从业人员超过30万人；近年来，公司在不断加大大学生就业安置工作力度的同时，继续坚持以人为本的发展理念，每年新增就业岗位1万多个,并在此基础上努力为大学生就业提供良好的工作环境。2017年1月9日，上海市税务局发布2016年纳税百强名单，申通快递以9.86亿元排在第三产业纳税榜的第59位。这是快递企业首次进入上海市第三产业纳税百强。快递企业纳税额快速增长，主要是因为规模不断扩大，业务收入增长。同时，随着上市进程的推进、营改增的全面实施，企业财务也在不断规范。二、主营业务分析1、概述参见“经营情况讨论与分析”中的“一、概述”相关内容。2、收入与成本（1）营业收入构成单位：元（2）占公司营业收入或营业利润10%以上的行业、产品或地区情况□适用√不适用（3）公司实物销售收入是否大于劳务收入□是√否（4）公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况□适用√不适用（5）营业成本构成产品分类单位：元说明本公司营业成本主要包括有偿派送支出、运输成本、职工薪酬等。与2015年相比，营业成本总体增加约23.52%，与本公司快递业务完成量的增长比26.85%，以及营业收入同比增量基本一致。（6）报告期内合并范围是否发生变动√是□否1、本公司2016年内发生重大资产重组，合并完成后，重组交易对手方期末合计持有本公司59.24%的股权，故合并报表以发行股份收购资产的标的公司申通快递有限公司为合并主体。根据《企业会计准则——企业合并》的相关规定，本次企业合并在会计上应认定为非业务类型的反向购买。详见第十一节财务报告八、合并范围的变更。2、公司2016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。（7）公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况□适用√不适用（8）主要销售客户和主要供应商情况公司主要销售客户情况前五名客户合计销售金额（元）2,299,470,053.42公司前5大客户资料主要客户其他情况说明□适用√不适用公司主要供应商情况公司前5名供应商资料主要供应商其他情况说明□适用√不适用3、费用单位：元4、研发投入□适用√不适用5、现金流单位：元相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明√适用□不适用1、经营活动产生的现金流量较上年增加957,231,420.19元，主要原因为2016年公司销售商品收到的现金较上年增加4,122,392,989.38元，而采购商品购买劳务支付的现金较上年只增加3,005,817,938.53元。2、投资活动产生的现金流量较上年增加2,982,260,178.26元，主要原因为公司2016年反向收购申通快递时，申通快递账面货币资金3,604,744,448.16元纳入合并所致。3、筹资活动产生的现金流量净额较上年减少210,066,107.36元，主要原因为2016年公司向股东支付股利7亿元所致。报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明□适用√不适用三、非主营业务分析√适用□不适用单位：元四、资产及负债状况分析1、资产构成重大变动情况单位：元2、以公允价值计量的资产和负债□适用√不适用3、截至报告期末的资产权利受限情况无五、投资状况分析1、总体情况□适用√不适用2、报告期内获取的重大的股权投资情况□适用√不适用3、报告期内正在进行的重大的非股权投资情况□适用√不适用4、以公允价值计量的金融资产□适用√不适用5、募集资金使用情况√适用□不适用（1）募集资金总体使用情况√适用□不适用单位：万元（2）募集资金承诺项目情况√适用□不适用单位：万元（3）募集资金变更项目情况□适用√不适用公司报告期不存在募集资金变更项目情况。六、重大资产和股权出售1、出售重大资产情况√适用□不适用2、出售重大股权情况□适用√不适用七、主要控股参股公司分析√适用□不适用主要子公司及对公司净利润影响达10%以上的参股公司情况单位：元代理、报告期内取得和处置子公司的情况√适用□不适用主要控股参股公司情况说明按照公司报告期内的重大资产重组交易安排，截至2016年12月31日，申通快递有限公司将纳入公司合并报表范围。申通快递有限公司（合并报表数据）2016年实现收入9,880,671,262.51元，较上年增长28.13%，本期净利润为1,262,400,468.66元，较上年同期增长64.65%，对合并业绩影响较大。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。主要受制造业、电商业务、跨境业务等推动，快递市场发展迅猛，行业发展前景广阔所致，2016年，申通快递完成业务量近32.6亿件，同比增长约27%，包裹完成量占全国总量的11%。八、公司控制的结构化主体情况□适用√不适用九、公司未来发展的展望（一）公司未来战略发展方向在未来的战略实施上，公司始终以客户价值为使命，坚持以服务为引领，围绕申通品牌建设的核心，着力营造产品生态、聚焦末端网点、加大中转布局、协调市场联动等战略，站在新起点，开启新征程，树立新标杆，创造新高度。1、实施品牌价值提升战略申通快递品牌是公司的无形资产，在未来的发展方向上，公司将致力于品牌定位、品牌规划、品牌形象、品牌扩张等方面的研究，秉承“用心成就你我”的服务宗旨，加大投入，创新管理，吸纳人才，全网协同、上下同欲、挑战自我，力争在业务规模、服务品质、企业形象、经营业绩、运营能力五个方面实现全方位的超越发展，持续扩大申通快递品牌的知名度。2、实施产品生态营造战略组建申通快递六大业务板块，围绕公司五年发展战略总目标，以快递为基础，打通上下游，拓展产业链，画大同心圆，构建生态圈，把企业发展成为集团制管理下的申通快递、申通快运、申通国际、申通金融、申通数据、申通供应链六大业务板块。通过多元化业务发展的变革和创新，促进公司由单一的快递服务商向国际化综合性物流服务集团企业转型。3、实施聚焦网络末端战略关于快递网络末端战略，公司首先将拓宽末端网络覆盖面，将末端网络向西、向下快速发展，深耕细耕农村市场，争取做到网络覆盖无盲区；其次，推进末端管理水平，将管理触角垂直到末端进行；再次，公司将建立一套科学、公平、公正、公开、符合实际的末端规范治理体系，采用信息、技术、数据等方式实施对末端的规范管控；最后，公司在网络末端管理上，将探索末端发展新路径，进一步优化末端管理。4、实施中转布局“一盘棋”战略按照公司发展规划的总体目标，对全网的中转统一进行布局。具体表现为：（1）大中转小集散布局。明确未来的中转布局采用大中转、小集散模式，在管理上大中转实行总部直营，小集散实行网点自主。（2）枢纽功能分级管理。建立枢纽等级对接机制，特级枢纽负责一个区域与全国的对接，一级枢纽负责一个省份与全国的对接，二级枢纽负责几个地级城市与全国的对接。（3）三级枢纽统一布局。根据发展战略目标和地域环境的差异，统筹兼顾时效与成本，在全网统一进行布局，逐步推进大中转建设，5年内，拟在东北、华北、华东、华中、华南、西南、西北形成7个特级枢纽、30个一级枢纽、若干个二级枢纽的大中转格局。航空运输在重点线路实行包板、包仓，最终实现全货机运输。（4）吞吐能力超前规划。通过购置、租赁、合作等形式，在全国分期建设，达到场地面积5000-6000亩，干线、支线、市内运输线路万条以上，特级、一级、部分二级枢纽分拣自动化，实现满足常态约6000万件/天快件的吞吐能力。（5）场地建设科学设计。招聘、培养、引进场地建设技术性人才，加强与外部科研院所、学校、设备制造商的合作，对场地建设进行科学设计、选址。所有大中转要满足大型卡车的进出，满足未来信息化、自动化的发展，满足未来业务量的增长，实现场地运行效率、效益最大化。（6）集约运输降低成本。建立一套完整的进港、出港路由标准体系，用于指导和管理全网的中转路由，实现中转、路由“一盘棋”的总体目标。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。推进运营成本管控“全网一体化”，统一规划、统一调控、统一管理，统筹兼顾好总部、转运中心、网点三者间的关系。5、实施市场体系联动战略（1）业务市场同步增长。坚持以客户价值为导向，以提高服务质量和效益为中心，更加注重创新驱动、优化结构、补齐短板、联动融合，为客户创造更多价值。明确未来五年市场发展的定位：转型过渡阶段保增长，克难攻坚阶段稳增长，达成升级阶段快增长，实现业务量和市场份额的同步增长。（2）快递快运形成合力。快递发展聚焦大城市、大市场、大客户，同时兼顾地县网络，绝不忽视放弃小网点，着力发展小件快递业务，尤其是3公斤以下的小包裹。快运发展采用自主、并购、控股、合作等形式，2017年开始起步，2018年快速发展，2019年起逐步形成规模。在快递、快运两个板块形成合力后，将快递的大货、小货进行切分，快递专营小件，快运专营大货，形成“A、B”两张网，实现大货小货同步发展。（3）多种业务共融发展。以快递业务为基础，协同发展快运、国际、金融、数据和供应链业务。致力于发展金融、数据工作，大力推进供应链板块的冷链、仓储、电商、供应链解决方案的发展，力争在未来五年内，把金融、数据、供应链业务打造成具有相当规模的业务板块，与快递主业互联互通、共融发展。6、实施新技术提效战略（1）信息平台自主化。以“互联网+”为方向，围绕申通快递生态圈的目标，搭建申通自主的信息平台，提升信息处理速度和安全性管理。打造申通科技供应链，运用大数据资源，更好地了解客户、走进客户的内心，为客户提供更好的体验。搭建具有设计、研发、实施与管理的技术能力平台，实现快递物流行业的独立自主化。（2）物流装备自动化。在大型转运中心投资自动化分拣、自动化扫描、自动化称重、自动化计泡，实现库内操作“无人化”，在前端推广普及自动化分拣，在装卸货格口全部安装伸缩机，在仓储库房推行AGV自动引导车、堆垛机、RGV穿梭车。（3）行业发展绿色化。推广环保应用，促进快件包装的减量化、绿色化和再利用，开发设计应用新型包装、简约包装，大力推广使用电子面单，广泛使用环保包装袋，努力减少塑料胶带使用量，加强包装废弃物的回收处置管理，建立健全快递包装回收体系。推动节能减排，干线运输统筹运用多种运输方式，促进结构性减排。中转运输和末端配送环节，大力推广使用新能源车辆，推广应用节水、节电、节约材料等技术工艺和产品装备。7、实施国际化推进战略（1）发展国际快递网络。推动企业走出国门参与竞争，重点推进经济总量排名靠前国家的网络布局，在重点国家已覆盖70个城市的国际网络基础上，计划通过五年时间，实现发达国家及其重点城市网络的全覆盖，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覆盖能力的国际快递网络。（2）开发国际快递产品。围绕国际快递、国际小包、海外仓储、供应链四条业务主线，专注于为跨境电商提供跨境空、海、陆运输，进出口清关、仓配管理、供应链金融、软件支持等产品服务，并提供具有一定竞争力的一站式物流供应链服务产品。（3）进入国际快递商圈。与国际四大快递或者区域性优势快递企业建立合作，进入国际物流商圈；与跨境电商建立合作，进入跨境电商商圈；与全球500强建立合作，进入跨境企业商圈。（4）实现国际业务增长。致力于国际网络的发展、国际口岸的建设、国际产品的开发及全球性的合作，实现国际快递业务的快速发展。（二）公司未来经营计划1、优化公司产品结构，促进多元化业务发展公司目前已具有较为丰富的产品结构体系，未来公司将围绕客户的实际需求，不断优化现有产品结构，促进公司由单一的快递服务商向国际化综合性物流服务集团转型。到2019年，公司将完成产品细分工作。首先，巩固以快递业务为基础的快递产品。标准产品方面：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。增值产品方面：推出承诺达、延误免费、代收货款等，同时开展个性化服务，增设贵重物品寄递产品。第二，发展快运产品则包括标准快运、经济快运、精准快运和快运仓储等产品。第三，发展国际产品包括国际包裹快递、国际小包、海外仓、国际供应链等产品。第四，开发相关金融产品为网点、客户、供应商等提供金融贷款服务。第五，开发数据产品为网点、客户、各业务板块提供系统开发、大数据存储、系统维护、技术升级服务。第六，供应链版块一是仓储产品：提供订单、存储、拣货、包装、运输、配送“一条龙”服务，并提供限时配、当日配、隔日配服务；二是冷链产品：提供冷藏、冷冻仓储并提供冷链当日配、次日配、隔日配服务；三是供应链解决方案产品：为客户提供量身定做设计供应链解决方案的服务；四是电商产品：利用申通快递的末端、客户资源和大数据，搭建电商平台，销售具有竞争力的特色商品。2、优化运营网络管理，促进公司效益最大化在运营中转方面，公司将对全网进行科学布局，优化整合转运中心，形成大中转、小集散格局，同时在大中转规划的城市采用购置、租赁、合作等方式，进一步推进场地建设。在成本控制方面，公司将对全网的中转范围、出港路由全部实现统一标准，不断整合中转、路由，实行集约化运输，提高作业效率，降低运营成本。在网络末端方面，将进行末端管理模式改革，持续推进“向西、向下”工程，快速发展县级网络，不断提升网络覆盖率。在偏远乡镇和市内密集区域，将试行合作、开放、共建等模式，在这些区域搭建末端网络，从而不断探索末端发展的新路径。3、注重自主化、自动化及智能化发展布局公司将围绕申通快递生态圈的目标，搭建申通自主的信息平台，提升信息处理速度和安全性管理。未来公司将陆续自主开发申通自动化分拣系统、国际业务系统、核心运营管理系统（含路由规划、时效监控、资源调动、网络管理）、服务质量管理系统等信息化平台，不断提升公司自主化开发水平。在自动化及智能化发展方面，公司将在大型转运中心投资自动化分拣、自动化扫描、自动化称重、自动化计泡，实现库内操作“无人化”，在前端推广普及自动化分拣，在装卸货格口全部安装伸缩机，在仓储库房推行AGV自动引导车、堆垛机、RGV穿梭车等设备，全面推进公司自动化及智能化发展布局。4、继续推进国际化的发展战略规划公司将争取在一年内建立相对完整的海外业务包括跨境电商业务体系，陆续增加海外加盟点、直营点，不断扩展全球网络，目前海外已有五个口岸，通过推进国际化发展规划，拟在国内重点城市新建自主国际口岸，促进国际业务的内生发展。在供应链方面，目前申通国际商城已经上线，将在申通实现“买全球，卖全球”的供应链服务体系。（三）主要风险因素及公司应对策略1、市场风险（1）宏观经济波动的风险快递行业总体上与宏观经济增长速度呈现较强的正相关关系，经济要素的变动将会影响快递行业的服务总量进而影响行业内公司的经营业绩。在经济处于扩张时期，货物运输供求增加，快递行业繁荣；反之，在经济处于紧缩时期，货物运输供求减少，快递行业也萧条冷淡，上述宏观经济的波动情况，将对整个社会经济活动产生不同程度的影响，进而对我国快递行业的整体发展以及申通快递未来业务增长情况产生一定影响。公司及时跟踪宏观经济形势的变化，制定针对性防范措施，以规避对公司经营不利的宏观经济波动的风险。（2）市场竞争导致的风险国内快递行业经过近年来的快速发展，市场竞争已较为激烈。虽然申通快递对快递业务定位和发展已做好长期发展战略和运营计划，但仍将面对快递市场的激烈竞争。另外，我国电子商务行业的快速发展和日趋激烈的竞争，导致消费者对与其相关的快递服务品质要求日益提高。部分大型电子商务企业，通过自建物流体系的方式降低对第三方物流企业的依赖，一方面可以更好的满足电子商务发展的需要，另一方面也可以为在其电子商务平台开展业务的其他企业提供相应的快递服务。因此，申通快递在相关领域面临的竞争也日趋激烈。如申通快递不能采取积极有效措施应对目前的市场竞争格局，将面临业务增长放缓及市场份额下降的风险。公司将密切关注市场竞争格局的变化情况，相应调整自身的业务定位和长期发展战略规划，采取积极有效措施应对市场竞争格局。（3）市场结构调整带来的风险2012年2月，国务院正式批复同意《西部大开发“十二五”规划》，提出在“十二五”期间要推动西部大开发再上一个新台阶。未来，我国中西部地区的城市化进程将进一步加快，制造业等部分产业往中西部内陆地区迁移的趋势愈加明显，相关快递市场也将向中西部扩展。市场结构的调整对申通快递的网络布局及市场和客户的拓展提出了更高的要求。若申通快递未能及时进行相适应的布局，则可能面临失去新增市场发展机遇的风险。公司根据国家西部大开发政策的推行情况，积极推进落实“向西、向下”工程，逐步提高中西部地区的网络辐射能力。2、政策风险申通快递的快递业务属于许可经营项目，受《邮政法》、《快递业务经营许可管理办法》、《快递市场管理办法》、《快递服务》与《快递业务操作指导规范》等法律规范、行政规章的监管与行业标准的约束。国家相关法律法规或产业政策的变化和调整，可能直接影响申通快递所在行业的市场竞争格局，并影响申通快递的经营业绩。公司将密切关注国家宏观经济政策的变化，对其进行分析研究，加强与地方政府的沟通和联系，提高公司应变能力和抗风险能力。3、经营风险（1）加盟营业网点的相关风险申通快递的营业网点主要采用加盟模式，该模式有利于申通快递借助加盟商的优势进行快递网络的布局和营销网络的扩张，同时也有利于申通快递节约资金投入，降低投资风险。现阶段加盟营业网点在申通快递业务量及创利方面发挥重要作用，但如果申通快递的重要加盟商发生变动，将会对申通快递的经营业绩造成不利影响。申通快递通过与营业网点加盟商签订加盟合同的方式，对加盟营业网点日常运营的各个方面进行规范，报告期内，申通快递加盟营业网点业务开展情况良好，且申通快递在多年经营中一直注重同加盟商保持良好关系。尽管申通快递对加盟营业网点在品牌、价格、收派区域、面单信息、店铺装修等方面进行较为严格的管理，但加盟营业网点的人、财、物均独立于申通快递，经营计划也根据其业务目标和风险偏好自主确定。若因加盟商严重违反加盟合同或因其在人、财、物投入和经营管理等方面无法达到申通快递的要求或经营活动有悖于申通快递的品牌经营宗旨，申通快递将解除或不与其续签加盟合同，从而影响到申通快递的业务收入或使得申通快递的品牌形象受到损害。公司将继续加强加盟商的管理，引导其规范经营，建立并保持良好的合作关系；制定加盟管理办法，对各加盟商收取一定比例的押金，以防止加盟商严重违反加盟合同或因其在人、财、物投入和经营管理等方面无法达到申通快递的要求或经营活动有悖于申通快递的品牌经营宗旨的情况的发生时，赔偿公司的相应损失。同时，公司将因地制宜提高直营网点的数量和混合制网点的数量。（2）租赁场地的经营模式及部分租赁房产权属尚不完善的风险在业务快速发展阶段，为加快资金运转效率，申通快递的大部分营业网点及转运中心采取租赁的形式取得。由于申通快递对该等租赁场地并不拥有所有权，因此存在租赁协议到期后无法与出租方继续签订租赁协议的风险。鉴于此，申通快递已根据其经营的实际情况，按照各区域转运中心的重要程度并考虑业务开展的灵活性，与不同的转运中心出租方签订了期限不等的租赁协议或者购买部分转运中心相关的土地和房产。同时，对于转运中心的租赁，申通快递一直遵循适度超前的原则，以动态规划的形式进行，一方面通过持续优化网络布局从而促进转运中心利用效率，另一方面，也积极与大型的物流地产企业建立战略合作关系，以保证业务发展的需求。报告期内，申通快递未发生因无法与出租方续签租赁协议导致申通快递正常经营受到不利影响的情况。另外，由于部分营业网点或转运中心租赁的房产权属不完善，第三方可能因此提出异议并可能致使申通快递不能按照相应租赁合同之约定继续使用该等房屋，或可能导致申通快递遭受损失。申通快递一方面就上述租赁房屋的产权瑕疵问题与出租方持续沟通，督促出租方最大可能完善房屋产权手续，并由出租方出具承诺约定，若因出租方存在产权方面的瑕疵导致申通快递发生损失的情况下，出租方将承担相应损失。另一方面，申通快递通过加强内部管理，降低租赁房屋产权存在瑕疵的营业网点及转运中心的比例，从而降低其对申通快递经营业绩可能带来的不利影响。鉴于申通快递已与场地出租方签订了租赁协议，根据中国法律及协议的约定，若出租方因该等房屋权属存在瑕疵的原因导致其违反与申通快递签订的租赁协议，则申通快递有权就因此遭受的损失向出租方提出赔偿要求。（3）车辆运营安全事故可能带来的风险申通快递的主营业务为快递业务，道路运输安全事故是申通快递面临的难以完全避免的重大风险之一。道路运输安全事故的发生可能导致申通快递面临赔偿、车辆损毁及受到交通主管部门的处罚等风险。即使申通快递为运输经营车辆按照国家规定投保相应的保险，可在一定程度上降低交通事故发生后的赔偿支出，但当保险赔付金额无法完全满足事故赔偿支出时，将导致申通快递发生额外的费用从而对申通快递的声誉、客户关系及经营业绩方面产生一定的影响。公司将进一步加强车辆管理、使用、维修保养方面的管理，加强驾驶员安全意识培训，同时总结安全事故历史数据，规划购买相应理赔额度的保险。（4）信息系统潜在的风险申通快递现有的信息系统已基本实现对业务流程及内部管理各个环节的全面覆盖，并存储了大量的客户、业务及管理相关的信息数据。随着申通快递业务量的持续快速增长，申通快递开展业务运营、提供服务客户及实现申通快递管控对信息系统的依赖程度也日渐提高。但是由于原有设备及系统承载能力有限，或尚未完成优化改进，根据申通快递信息技术部门的统计，申通快递在以往发生过局部、短暂的网络系统故障，虽未影响申通快递业务的正常运营，但在一定程度上对申通快递内部信息收集汇总及时性产生了不利影响。公司继续重视对信息系统的持续研发和升级，以满足申通快递战略发展目标的需要，同时制定并严格执行定期备份服务器数据的管理制度，以防止数据丢失，或由于受到恶意攻击，导致申通快递的业务开展和客户服务出现中断的风险。（5）不可抗力的风险申通快递的快递业务主要依靠各类车辆进行公路运输，因此不可避免的受到天气和道路运输条件的影响。由于我国各地区的自然环境及气候条件不同，因此随着申通快递业务网络在全国范围的覆盖程度不断提高，将不可避免的面临更多诸如台风、暴雨、地震及各类自然灾难的影响。类似的重大自然灾害等不可抗力因素，均可能妨碍申通快递正常的生产经营活动，并在一定程度上影响当年的经营业绩。公司继续完善已经建立的灾害应急机制，确保在灾害期间快速响应、恢复生产，尽力减少在生产经营过程中不可抗力带来的损失。十、接待调研、沟通、采访等活动1、报告期内接待调研、沟通、采访等活动登记表√适用□不适用