

证券代码：836937

证券简称：至和天下

主办券商：兴业证券

武汉至和天下供应链管理股份有限公司

2016 年年度报告摘要

一、重要提示

1.1 本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于全国股份转让系统公司指定信息披露平台（www.neeq.com.cn 或 www.neeq.cc）的年度报告全文。

1.2 没有董事、监事、高级管理人员对年度报告内容的真实性、准确性、完整性无法保证或存在异议。

1.3 公司全体董事出席了审议本次年度报告的董事会会议。

1.4 大华会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告进行了审计，出具了标准无保留意见的审计报告。

1.5 公司联系方式：

董秘（信息披露事务负责人）：程胜锋

电话：027-83370569

电子信箱：chengsf@safes360.cn

办公地址：武汉市东西湖区保税物流区神州通物流中心 1 号

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元

	本期末	上年期末	增减比例%
总资产	24,247,111.65	19,012,310.26	27.53
归属于挂牌公司股东的净资产	17,729,135.60	15,078,271.63	17.58
营业收入	53,594,470.20	35,261,963.32	51.99
归属于挂牌公司股东的净利润	2,650,863.97	2,030,241.03	30.57
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	1,320,004.65	1,919,864.92	-
经营活动产生的现金流量净额	-154,383.81	-1,525,643.49	89.88
加权平均净资产收益率	16.16%	24.18%	-
基本每股收益（元/股）	0.27	0.31	-12.90
稀释每股收益（元/股）	0.27	0.31	-12.90
归属于挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	1.77	1.51	17.22

2.2 股本结构表

单位：股

股份性质	期初	期末
------	----	----

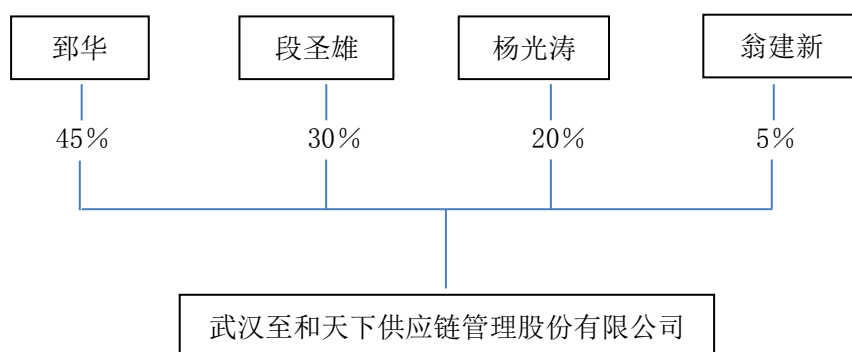
		数量	比例%	数量	比例%
无限售条件的股份	1、控股股东，实际控制人				
	2、董事、监事及高级管理人员				
	3、核心员工				
	4、其它				
	无限售条件的股份合计				
有限售条件的股份	1、控股股东，实际控制人	4,500,000	45.00	4,500,000	45.00
	2、董事、监事及高级管理人员	5,500,000	55.00	5,500,000	55.00
	3、核心员工				
	4、其它				
	有限售条件的流通股合计	10,000,000	100.00	10,000,000	100.00
总股本		10,000,000		10,000,000	

2.3 前 10 名股东持股情况表

单位：股

序号	股东名称	股东性质	期初持股数	期内增减	期末持股数	期末持股比例%	限售股份数	无限售股份数	质押或冻结的股份数
1	鄧华	境内自然人	4,500,000		4,500,000	45.00	4,500,000	0	0
2	段圣雄	境内自然人	3,000,000		3,000,000	30.00	3,000,000	0	0
3	杨光涛	境内自然人	2,000,000		2,000,000	20.00	2,000,000	0	0
4	翁建新	境内自然人	500,000		500,000	5.00	500,000	0	0
合计			10,000,000		10,000,000	100.00	10,000,000	0	0

2.4 公司与控股股东、实际控制人之间的产权及控制关系图



三、管理层讨论与分析

(一) 商业模式

随着“新零售”时代到来，报告期内公司上线了领先的信息化运营平台，结合过往几年在华中地区积累的深度供应链服务核心优势，一方面持续为电商企业

提供高品质的华中区域内仓、运、配全链条服务，收入规模和服务效率得到较大提升；另一方面积极拓展了与传统企业的供应链合作，利用公司的电商服务品质为传统企业供应链赋能，提升客户经营效率的同时，提高公司产品附加值，增加公司经营利润。

报告期内，公司加强了供应链服务深度，扩展了服务内容，为电商企业客户增加了多维度的增值服务，为京东客户提供了日均高频次的仓到仓服务；为苏宁易购提供仓到网点、仓到用户的服务方式；为日日顺提供更大区域的仓到用户的服务，更全面地参与到电商企业的企业经营链中。

针对传统企业的区域物流供应链需求，采用电商行业的领先服务标准和理念，为国内零食行业巨头良品铺子提供“私人订制”版区域物流供应链解决方案，协助该客户打造二三级城市物流网络，成功开拓新的市场，并被该客户评选为2016年度最佳物流供应商。

报告期内，公司的其商业模式较上年度未发生较大变化。

(二)报告期内经营情况回顾

报告期内，公司按照年初制定的预算和经营计划，重点在以下几个方面实现了重点突破：

1、公司信息化建设初见成效：成功上线了行业领先的OMS、TMS、WMS系统，大幅提升了公司的运营效率和服务标准，扩大了公司的领先优势。

2、运营质量持续提升：顺利通过ISO9001质量标准年度审核、3A物流企业年审等，无重大安全事故出现，实施多频次的内部员工业务培训，建立了和客户的多维度、多部门沟通协调机制，服务质量得到客户一致好评，重点客户如：京东、日日顺、良品铺子等给予公司“年度优秀物流供应商”等荣誉称号。

3、人力与组织结构适时发展：为适配高速增长的业务规模，报告期内，公司适时引进市场化、专业化管理人才，依据服务内容和客户类型，及时调整内部组织结构，成功保证了业务的正常运营和服务质量的高标准执行。

4、客户服务和管理全面突破：遵循“客户为先”的经营理念，强化全员客户服务意识和标准的严格执行，形成了不同类型客户、不同服务产品的标准化SOP，利用信息系统初步实现了客户CRM管理。

通过上述重大举措的实施，报告期内经营收入增长显著，保持了稳定的盈利

能力，取得了较好的经营业绩。

5、公司的财务状况

2016 年 12 月 31 日，公司资产总额 24,247,111.65 元，比上年末增长 27.53%；负债总额为 6,517,976.05 元，比上年末增长 65.68%；净资产总额为 17,729,135.60 元，比上年度末增长 17.58%。

6、公司经营成果

2016 年度公司经营收入为 53,594,470.20 元，比上年同期增长 51.99%，营业成本为 46,944,057.19 元，比上年同期增长 58.57%；净利润为 2,650,863.97 元，比上年同期增长 5.76%。

7、公司现金流量情况

2016 年公司经营活动产生的现金流量净额为-154,388.81 元，主要原因为公司 2016 年支付的各种税费的现金增加。投资活动产生的现金流量为净流出 1,254,920.45 元，主要为公司扩大经营规模购置固定资产所致。筹资活动产生的现金流量净额为 1,970,564.99 元，主要是公司向银行借入流动资金。

公司整体财务状况较好。

(三)外部环境的分析

1、行业分类

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为 G54—道路运输业；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754—2011），公司所属行业为 G543—道路货物运输；根据全国中小企业股份转让系统发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为 G543—道路货物运输。

2、行业发展概况

现代物流业是指原材料、产成品从起点至终点及相关信息有效流动的全过程，它将运输、仓储、装卸、加工、整理、配送、信息等方面有机结合、形成完整的供应链，为用户提供多功能、一体化的综合性服务。现代物流业是国家基础性和先导性行业，是经济发展的动脉和基础，是连接国民经济各部门的纽带和维持经济高效运行的支撑系统，其发展程度是衡量一个国家现代化程度和综合国力的重要标志之一。

(1) 全国物流基础设施不断完善，公路运输占主导地位

我国物流业固定资产投资不断增加，物流基础设施条件不断提高。截至 2015 年末，我国公路里程达到了 457.73 万公里，其中高速公路里程达到 12.35 万公里；铁路里程达到了 21.80 万公里；内河航道里程达到了 12.70 万公里，其中等级航道里程达到了 6.63 万公里；定期航班机场数量达到 206 个；全国营业性通用仓库面积 9.1 亿平方米（数据来源：国家统计局、铁道部、中国民用航空局、中国仓储与物流网）。各地积极推进物流园区建设，打造综合性的物流平台；仓储、配送设施自动化程度不断提高；应急物流基础设施不断完善。物流基础设施的不断完善，为物流行业的发展提代了良好物质条件。

在各种运输方式中，公路运输因其具有门到门直接运输、容易装车、适合近距离运输等特点，一直是陆域面积较大国家的首选物流方式。在中国公路基础设施不断完善的背景下，公路运输在各种货运物流方式中也占据了主导地位，2016 年中国货运总量为 440.4 亿吨，其中公路物流占运输总量 336.3 亿吨，占货运总量的 76.36%，与美国的 71% 较为接近。

（2）物流行业快速发展，发展环境不断优化

随着中国经济的持续发展，物流行业也迅速发展起来。根据中国物流和采购联合会相关数据，全国社会物流总额从 2005 年的 48.10 万亿元增加到 2016 年的 229.7 万亿元，年平均增长率达到了 13.92%。虽然近两年受国内经济增速放缓影响，物流业整体增长速度有所下降，但新技术的应用和新的商业模式的发展，大大提高了物流行业的运营效率和管理水平，促进了行业的可持续发展；同时新兴行业的快速发展，使得相关细分行业的物流需求持续增加。此外，国务院颁发的《物流业发展中长期规划》（2014-2020）也明确提出要健全物流业法律法规体系，抓紧研究制修订物流业安全监管、交通运输管理和仓储管理等相关法律法规或部门规章；同时，加强对物流市场的监管，依法查处不正当竞争和垄断行为以及加强物流企业的安全管理；此外，加大土地等政策支持力度，着力降低物流成本。物流环境的不断优化，有利于规范物流行业竞争秩序、降低物流成本，为物流行业的发展提供制度保证。

（3）物流信息平台建设快速推进，第三方物流成发展的主要方向

随着信息技术广泛应用，很多物流企业开始逐步建立管理信息系统，物流信息平台建设快速推进。这一现象改善了我国物流行业服务水平，一定程度提高了物流效率，促使我国现代物流体系的初步形成。但是，物流信息管理系统的搭建

是一个长期的系统工程，在当前发展较为成熟的几个物流方面应用技术中，除了条码技术的渗透率达到了将近 80%，其余的普及率都没有达到 50%，而且各项技术大部分的普及率也只有 20%左右。传统物流行业与互联网信息化相结合带来的行业变化正在显现，随着物流行业对于行业信息资源的整合需求日益增强，构架信息全面、数据规范、互联互通的物流信息平台将成为物流行业的一大发展趋势。

(4) 行业整合趋势明显，服务内容趋于专业化

物流行业是一种规模经济非常显著的行业，作为服务于商贸活动的中间产业，商品流动的效率是其生存的关键。当前，我国物流费用整体过高、物流行业效率低下，主要是目前物流行业小规模、碎片化、粗放式发展导致。物流企业的规模化发展，能够优化物流网络覆盖、整合更多社会资源，提高物流效率。随着国内第三方物流公司的发展，通过行业整合降低成本成为行业发展方向，物流行业规模化是大势所趋，物流企业资产重组和资源整合步伐进一步加快，形成了一批所有制多元化、服务网络化和现代管理的物流企业。

此外，随着中国经济的发展，中国企业已经越来越细分化与专业化，而第三方物流企业也随之细分化与专业化，在纵向上深入发展。第三方物流企业的纵向发展主要体现在两个方面：一方面，各种为特定行业提供专业物流服务的第三方物流企业将进一步迅速发展，比如为食品、药品、化工产品、冷冻产品等需要特殊物流服务的行业提供专业服务的第三方物流企业；另一方面，专门为特定区域企业提供第三方物流服务的企业将进一步扩大其在相关区域内的市场优势，形成区域性垄断。

3、行业与上下游关系

现代物流行业的上游系为其提供基础服务支持的道路交通、燃油动力等行业，道路交通是物流服务的基础设施，燃油动力成本对物流企业的经营成本影响较大。

现代物流行业的下游行业极为广泛，其景气程度以及物流外包比例，在很大程度上决定了现代物流行业的市场规模和行业利润。

(四) 竞争优势分析

1、客户资源优势

公司服务客户聚焦电子商务行业，目前主要合作客户京东商城，作为中国领

先的 B2C 模式电子商务企业，业务规模高速增长，多年的合作沉淀为未来的公司发展打下良好的基础。通过提升客户服务，在原有的客户基础上进一步加强配送领域的合作，新增配送业务有日日顺物流，公司合作的客户都是行业内知名企业，业务稳定性和增长性可期。

2、运营效率优势

公司通过几年发展，打造出一套高效的内部协同运营规范体系，通过和客户的高效对接，为客户提供稳定、可靠的供应链服务，2016 年公司上线了行业领先的 OMS、TMS、WMS 系统，大幅提升了公司的运营效率和服务标准，该体系目前在行业内、客户端普遍得到高度认同。

3、品牌优势

目前公司在华中地区电子商务行业物流供应链服务领域具有较好的行业知名度和认可度，客户中标率高于行业平均水平，公司的品牌价值在供应链各个环节得到了全面的提升，成为行业内为数不多的具备品牌优势的企业。

4、信息化优势

公司成功上线 OMS、TMS、WMS 等主流运营系统，在行业内在信息化建设方面具备很强的领先优势，为未来高速发展提供有力保障。

5、供应链服务优势

2016 年度公司通过客户供应链多业务节点介入，实现仓、运、配多环节提供专业服务的能力，对于目前行业普遍存在的单节点运营模式的同行，客户粘性更好，服务深度更大，服务质量更标准。

(五)公司发展战略

为实现公司未来三年发展规划与目标，增强成长性、增进自主创新能力、提升核心竞争优势，公司将采取以下措施：

1、市场开拓计划

武汉作为华中区的中心，电商物流面临巨大的发展机会，公司将大力拓展电商物流服务。目前，公司已经形成了覆盖华中四省的电商干线运输网络，正在逐步建立配送网络体系。未来，公司将进一步整合了区域内的配送网络，完成大件业务的配送网络建设，成为华中区第一家能够覆盖包裹和大件配送的现代化、信息化物流公司，实现华中区家电、家具等大件业务的当日或次日送达服务。同时，

公司将在已有配送网络体系下，发展生鲜冷链配送体系，为域内客户提供生鲜产品的仓储、配送业务。此外，随着国家一带一路战略和自贸区发展，跨境电商无疑将为未来物流发展带来前所未有的机遇，公司将适时布局跨境电商的物流配送服务体系。

2、信息化建设计划

定制化的精致、精准物流需要信息化技术助推。公司将进一步完善信息化系统，打通物流从仓储、分拣、运输、配送、客户、车、司机融为一体的闭环，实现买家、卖家通过物流的一个互通平台，为客户提供更加高效、优质的物流服务。

3、人力资源计划

公司将完善现有的薪酬制度和绩效考核制度，改进晋级激励办法，稳定现有核心团队，引入竞争机制，实现优胜劣汰。此外，公司将不断引进与企业文化相契合的具有特定行业背景的优秀人才，通过建立择优、培养、定位、激励的人才资源管理模式，为人才提供施展的舞台，组建富有竞争力和凝聚力的人才梯队，为公司快速成长奠定坚实的基础。

(六)经营计划或目标

公司致力于成为我国中部地区高速发展的电子商务产业区域性（华中四省）深度供应链服务的领先企业。在 2016 年的坚实基础上，2017 年将在以下几个方面进行重要投入：

1、搭建公司一体化信息运营平台。

为给客户提供更加信息化、一体化的优质供应链服务，2017 年将是公司信息化建设持续优化的一年。公司计划成立网络信息部，将完成 WMS 系统、TMS 系统、OMS 系统的数据互通。在仓储、运输以及配送各个业务环节实现运营闭环，使得数据流、物流、资金流三流合一。为客户实现大数据采集、分析以及决策支持。同时，利用信息化优势，不断提高公司的运营管理水平，服务质量持续领先行业。

2、线下网络布局不断完善。

随着“新零售”时代的到来，二三四线城市之间的物流网络布局将成为“新零售”的核心竞争力。2017 年，公司初步完成华中区域内的二三线城市线下供应链服务网点布局，实现华中区域内的仓、运、配一站式优质服务。在 2016 年

为 B 端客户提供服务的基础上，今年将开拓 C 端用户的服务，全面提升公司的服务能力和产品附加值。

3、引进专业管理人才、培育适型优秀员工，持续提升组织效能。

作为专业化的深度供应链服务企业，随着业务规模的不断扩大，客户数量不断增多、服务链条的不断延续，2017 年公司将重点引进优秀的市场化、专业化人才，适时调整各部门、各岗位的责权利，实现矩阵式的运营管理。投入专项资金对现有员工实施针对性的职业培训和传、帮、带的组织发展计划，优胜劣汰，全力提升公司的组织效能，为公司持续高速发展建立人力资源优势。

4、持续寻求优质客户，加大客户投入。

中部地区作为我国下一个经济周期的核心增长点，大量优秀的传统企业期望有专业的供应链服务让他们的产品能够信息化、标准化、低成本、高效率地到达目标客户手中。在此关键时间窗口期，2017 年公司需要主动寻找优质客户，特别在万亿市场规模的快消品和家电产品行业，将是我们挖掘优质客户的重点领域。

利用现有的行业优势地位，华中省级干线及省内支线的业务规模和服务客户数量持续扩大，保证公司业绩稳定增长。

该经营计划及目标并不构成对投资者的业绩承诺，投资者应对此保持足够的风险意识，并且应当理解经营计划与业绩承诺之间的差异。

四、涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法未发生变化。

4.2 报告期内无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

4.3 与上年度财务报告相比，本年度无合并报表。

4.4 大华会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

武汉至和天下供应链管理股份公司

董事会

2017 年 3 月 28 日