

# 圆通速递股份有限公司

## 2025 年度董事局工作报告

2025年，圆通速递股份有限公司（以下简称“公司”）董事局在全体股东的大力支持下，在管理层及各级员工的共同努力下，按照相关法律法规要求，从维护全体股东利益出发，勤勉尽责，切实履行股东会赋予的各项职权，不断优化公司治理结构，强化合规管控，健全内部控制体系，推动公司持续、稳定、健康发展。同时，围绕公司发展战略目标，董事局扎实推进各项经营管理工作，较好完成年度经营目标与任务，公司业务发展稳健向好。现将董事局2025年度工作报告如下：

### 一、2025 年度董事局履职情况

2025年，公司董事局遵守《中华人民共和国公司法》（以下简称《公司法》）、《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律、法规和规范性文件及《公司章程》的有关规定，忠实履行董事局职责，谨慎、认真、勤勉地行使公司及股东会所赋予的各项职权，董事局下属各专门委员会整体运作情况良好有效，为董事局对公司各项重大经营的科学决策提供了充分保障。具体情况如下：

#### （一）董事局换届选举情况

2025年10月17日，公司召开2025年第二次临时股东大会对董事局进行换届选举，选举喻会蛟先生、张小娟女士、潘水苗先生、沈沉女士、喻世伦先生、葛程捷先生为第十二届董事局非独立董事，选举许军利先生、魏保江先生、黄蓉女士为第十二届董事局独立董事。第十一届董事局独立董事黄亚钧先生、董静女士不再担任公司独立董事职务。同日，公司召开第十二届董事局第一次会议，选举产生第十二届董事局主席及各专门委员会委员，聘任了新一届高级管理人员。本次董事局换届及高级管理人员聘任工作顺利完成，实现了治理层和管理团队的平稳过渡。

#### （二）董事局会议召开及决议情况

报告期内，公司共召开7次董事局会议，审议通过46项议案。全体董事均亲自出席会议，按照《公司章程》《董事局议事规则》等规定，依法合规、勤勉地履行各项职责，从公司长远可持续发展的角度出发，以维护公司和全体股东利益为原则，认真负责地审议各项议案，对公司治理及经营管理等重大事项作出了科学决策。

独立董事在遵守相关法律法规的基础上，凭借其专业知识与独立判断，独立履行职责，积极参与公司重大事项的决策，按规定对公司相关事项发表意见。

### **（三）董事局对股东会决议的执行情况**

报告期内，公司共召开1次年度股东会和2次临时股东会，会议的召集、召开程序符合《公司法》《公司章程》等有关规定，会议合法、有效。董事局依法行使股东会和《公司章程》所赋予的职权，平等对待全体股东，认真贯彻执行股东会的各项决议，组织落实股东会交办的各项工作，并及时履行信息披露义务，充分保障了全体股东，特别是中小股东的合法权益。

### **（四）董事局下属专门委员会的履职情况**

报告期内，董事局各专门委员会均按照相应工作规则开展工作，积极履行职责，认真研究专业性事项，为董事局科学决策提供了有力支持。其中，审计委员会共召开5次会议，在公司年度审计、定期报告、内部控制、审计机构聘任、关联交易额度预计等方面切实发挥监督和审核作用；提名委员会共召开3次会议，对公司董事、高级管理人员候选人的任职资格进行核查并审核通过；薪酬与考核委员会共召开4次会议，对第二期股票期权激励计划涉及的行权价格调整、行权条件成就及第三期股票期权激励计划的授予等事项进行了审核；同时，为完善治理结构、推动公司可持续发展，公司于报告期内修订了战略委员会工作规则，增加可持续发展相关职能，并正式更名为“战略与可持续发展委员会”。报告期内，该委员会共召开1次会议，审议通过公司拟注册发行中期票据和超短期融资券相关事项。董事局各专门委员会各次会议的召集、召开、审议和表决程序均符合《公司章程》《董事局议事规则》和各专门委员会工作规则的规定，运作合规、有效。

### **（五）独立董事专门会议召开情况**

报告期内，公司共召开2次独立董事专门会议，审议通过了《关于公司2025年度日常关联交易预计的议案》《关于确认公司2024年度日常关联交易执行情况的议案》等4项议案。独立董事勤勉尽责，对董事局的重大决策及其他事项进行审慎讨论、监督制衡并提出专业性建议，切实维护公司整体利益及中小股东合法权益。

### **（六）董事局对外信息披露工作开展情况**

董事局按照中国证券监督管理委员会、上海证券交易所关于信息披露的规定和要求，将可能对公司的生产经营以及对公司股价有重大影响的信息，真实、准确、完整、及时、公平地予以披露，确保全体股东能够公平、及时地获取公司应披露的信息，维护投资者合法权益。2025年度，公司共披露定期公告4项，根据实际情况发布临时公告71项。

## 二、2025 年度公司整体经营情况

报告期内，公司业务规模和经营业绩均实现稳健增长，2025 年公司快递业务完成量 311.44 亿件，营业收入 752.77 亿元，归属于母公司股东净利润 43.22 亿元，其中，快递业务实现归属于母公司股东净利润 46.14 亿元，同比增长 7.14%。现就公司 2025 年度整体经营情况报告如下：

### （一）经营质效稳步向好，综合能力持续增强

报告期内，公司坚定深耕快递主业，以客户体验为中心，创新应用人工智能等前沿技术，全面推进智能化发展，以科技赋能公司提质降本增效。公司扎实推进全网一体数字化、标准化全面见效，推行精益中心自驱改善，精细管控核心成本，并逐步完善差异化的产品和服务体系，强化客户服务和营销创新能力，快件时效、服务质量、客户体验等持续改善，品牌价值和溢价显著增强，全网经营实力稳步提升。同时，公司深化国际化发展布局，依托自有机队、优质航线、全球网络和专业团队等优势资源，着力拓展国际快递、国际货运和供应链业务，并不断强化国内国际一体化协同，增强跨境全链路物流服务能力，国际综合服务能力稳步提升。

2025 年公司快递业务完成量 311.44 亿件，同比增长 17.20%，超出行业平均增速 3.60 个百分点；公司 2025 年实现营业收入 752.77 亿元，同比增长 9.05%；实现归属于母公司股东净利润 43.22 亿元，同比增长 7.73%，其中，快递业务实现归属于母公司股东净利润 46.14 亿元，同比增长 7.14%。

### （二）深化科技创新引领，智能化能力全面升级

报告期内，公司持续深化自然语言理解、大模型、数字孪生等前沿技术的垂直运用，打造全链路智能化矩阵，实现人工智能技术和业务场景的深度融合，全面推动公司智能化发展。首先，公司聚焦高频业务流程和应用场景，深化智多星（“YTO-GPT”）等智能体全网应用，实现各类经营管理数据的智能化调取和分析，有效提升全网管理决策效率；为管理人员、一线员工等不同群体打造专属 AI 助手，实现数据自动分析、前置提醒和主动推送，进一步提高管理效率和操作人效；持续优化智慧路由系统，基于历史订单量、成本等多维要素，强化运输路径的智能规划和动态调整，提升干线运输时效、降低运输成本；全面推广智能派件系统应用，实现包裹智能分堆，揽派路径智能规划，提升快递员揽派效率和履约能力，并结合客户画像标签优化揽派消息推送，满足客户精准化、差异化服务需求；公司迭代升级“客户管家”系统模块，不断完善智能客服系统，推进工单自动生成、智能判责和申诉审核，不断提高客服接待、处理和仲裁各环节智能化水平，服务效

率显著提升；研发和升级 ERP 系统，为客户提供商流、物流一站式解决方案，助力客户实现售后集中处理、专业化库存管理及订单数据聚合分析等，增强客户粘性。同时，公司持续迭代客服、财务、人资等核心系统，提升网络整体经营管理质效，增强全网综合竞争力。

### **（三）多维改善服务和体验，品牌价值和溢价持续增强**

报告期内，公司持续强化时效管控，着力改善服务质量，全面优化客户体验，客户满意度逐步提升，品牌价值和溢价能力明显增强。

#### **1. 加强全链路时效管控，履约能力全面升级**

公司持续加强快递服务全链路时效管理，健全各业务主体协同管控机制，基于流量流向和设备建包能力动态优化建包策略，强化建包和交件双协同，推广无缝对接，交件及时率持续改善；着力提升进出港设备效率，加强中心标准化、精益化管理，并依托数字孪生技术研发“交叉带可视化”“矩阵可视化”等工具，实时管理现场操作异常，操作效率稳步提升，操作时长持续缩短；不断强化运输过程管控，优化运输时速，加强出车检查，并对在途异常车辆实施专项干预，有效降低运输在途延误率；动态优化干线路由，着力降低中转次数和二次中转量，干线运输时效显著提升；同时，公司持续推动加盟商离场时间优化，扩大车等货、中心直送等覆盖范围，降低离场后库存，并通过智能揽派功能提升末端揽派时效。报告期内，公司全程时长较去年同期缩短超 2 小时，整体履约能力稳步提升。

#### **2. 减少快件遗失破损，服务质量显著改善**

公司持续加强快件安全管理，通过视频巡查和智能监控系统及时识别、实时规范拆包、建包等现场操作，持续升级改造运输车型和中心设备工艺，实施 AI 错分预警，强化破损前置预防和拦截修复，加强破损定责闭环管理，着力减少遗失破损。截至报告期末，公司快件遗失率同比下降超 48%。同时，公司前置分析客户派送偏好，推行按需派送，并强化虚假签收考核管控，聚焦提升签收位置照片的使用率及合规率，保障快件安全送达。

#### **3. 持续深化客服能力，客户体验明显提升**

报告期内，公司聚焦管控客户投诉重复进线，精准识别客户诉求，强化客服一次性解决问题能力，健全多部门协同联动处理机制，重复进线率持续下降，截至报告期末，公司重复进线率同比降幅超 14%；持续推进智能客服体系建设，优化智能机器人接待策略，全面升级工单管理系统，实现工单全量覆盖和闭环管控，迭代升级工单系统规则及完结校验机制，保障客户问题有效解决，多维提升客户服务响应及时度和效率，截至报告期

末，公司工单及时解决率提升近 15%；全面推广智能仲裁应用，提高 AI 判责覆盖率和准确度，推动各业务场景精准判责，持续加大快速理赔推广力度，拓宽应用场景，提升理赔时效；不断优化揽派服务体验，通过短信、公众号等多渠道推送订单和工单状态，提升客户感知，客户体验明显改善。

#### **（四）强化基础设施建设，筑牢主业发展基石**

##### **1. 强化基础设施建设，厚植高质量发展根基**

报告期内，公司持续加大基础设施建设，全年资本开支超 86 亿元，主要用于转运中心建设、自动化设备升级等，核心资源掌控力明显增强。

公司逐步完善转运中心布局，落实转运中心新建及改扩建计划，持续升级改造设备工艺，推广应用窄带分拣、无人供件等先进设备，提升转运中心自动化、智能化水平。截至报告期末，公司在转运中心等共布局完成自动化分拣设备 386 套。公司合理配置运能运力，优化车队规模和车型结构，提升甩挂车辆、大型运输车辆占比，截至报告期末，公司自有干线运输车辆达 6,810 辆；同时，公司稳步加强中长途航空货运能力建设，提升航空物流综合服务能力，截至报告期末，公司自有航空机队数量 13 架，其中波音 767-300 共 2 架，波音 757-200 共 10 架，ARJ21-700 共 1 架。

##### **2. 完善终端配送网络，末端服务提质增效**

报告期内，公司持续加强多元化配送终端建设，满足消费者差异化服务需求。公司逐步完善终端驿站布局，活跃驿站数量同比逐步增加；支持加盟商与智能快递柜、第三方驿站等合作，构建多元化末端配送网络；试点推广智能自助驿站系统，积极探索无人车、无人机等先进技术应用，推行智能室内柜铺设，提高配送终端智能化水平；同时，公司秉承“快递+”运营理念，基于快递业务的流量优势，拓展多样化便民商贸服务，发掘终端市场潜力，赋能末端提质增效。

#### **（五）深化成本精细管控，核心成本稳步下降**

##### **1. 运输成本**

报告期内，公司深化车辆装载质量管控，实时监控车辆装载情况，推动单车装载率和单车装载票数持续提升，截至报告期末，公司单车装载票数同比提升超 7%；持续优化车队和车型结构，推行智能化车队管理，依托智能调度系统实现运能资源精准匹配，提高运输效率；不断加强运价管控，优化单双边运价和计费模式；动态优化干线路由，专项改善异常单边线路，推广干线延伸，提高单车行驶里程；同时，公司积极探索智能驾驶车辆应用，延长车辆运行时长，提升燃油经济性，助力运输成本持续下降。

2025年，公司单票运输成本0.37元，较去年同期下降0.05元，降幅10.35%。

## 2. 中心操作成本

公司深化自驱型精益中心建设，精细管控工序效能，提升装卸统筹人员复用率，逐步落实中心全员绩效管理，推行智能排班，有效提升中心人均效能；持续扩大中心智能化设备应用规模，推广柔性分拣和无人化技术等技术应用，减少分拣操作次数，提升中转效率。截至报告期末，公司人均效能提升超13%。

2025年，公司单票中心操作成本0.27元，较去年同期下降0.01元，降幅3.75%。

### **（六）数字化标准化成效显著，全网一体降本增效**

报告期内，公司秉持“非直营的直营化管理”理念，全面推进加盟网络数字化、标准化建设落地见效，全网管理与服务水平稳步提升。首先，总部项目组通过数字化系统和智能化工具，为加盟商量身定制经营管理改善方案，全面提升全网加盟商经营实力；持续迭代客服、财务、智能派件、AI助手等系统应用，赋能网络提质降本增效；不断完善客服中台系统建设，强化客服体系协同，提升网络整体服务质量。同时，公司动态优化加盟商规模和结构，推动场地、设备、车辆、服务等标准化、规范化；强化对加盟商基础设施投放和建设支持，在重点城市和区域推广建设城市服务中心，降低加盟商成本投入和经营压力，增强核心网络稳定性；加大无人车推广力度，并助力加盟商拓展个人散件、逆向物流、仓储配送等业务，打造富有竞争力的加盟网络。

### **（七）完善差异化产品及服务，全方位纵深拓展市场**

报告期内，公司在保障普遍服务品质的基础上，推进“圆准达”等差异化产品在全链路的优先操作，持续完善“普遍服务-圆准达-高端时效产品”的产品矩阵，精准匹配客户差异化需求；同时，公司逐步健全国际产品体系，打造包含国际快递、国际供应链、国际货运等八大产品，深化国内国际营销协同和客户互联互通，积极拓展产业带、品牌客户等多元客户群体，提升国内国际产品综合竞争力，稳步打造“仓干线配关”一体化的国际供应链物流服务能力。

公司持续迭代数字营销平台，赋能市场拓展与客户经营，通过对客户分类施策，加强商机开发和服务保障，提高客户转化率，客户结构稳步改善；深化与电商平台的对接和合作，开展精准营销，推动散单、逆向物流等业务发展，拓宽个人寄递渠道，全方位深化市场布局，助力业务稳健增长。报告期内，公司散单和逆向物流快件同比增长达63%。

### **（八）深化国际化发展战略，构建跨境综合物流体系**

报告期内，公司积极推进国际化发展战略，紧跟“一带一路”倡议和跨境电商、华人

企业出海趋势，稳步构筑“中国联世界，世界联世界”的全球物流网络。通过持续优化国际产品体系和延伸服务链条，公司已逐步构建起覆盖集货发运、干线运输、清关转运、末端派送等一站式服务，综合解决方案能力稳步提升。

公司充分发挥自有航空、航线网络等优势资源，做精做专中澳、中日等优质专线，深化拓展哈萨克斯坦等中亚国家的全链路快递服务；加快中东、东欧、非洲等新兴市场布局，探索适应市场和区域特点的快递网络发展路径和布局方案，积极搭建本地化配送能力；同时，公司积极拓展“卡空联运”“空空联运”等多式联运业务，不断丰富在服装、汽车、装备制造、电子产品等多领域的供应链物流产品和解决方案，推动国际货运、供应链业务协同发展，提升客户粘性与综合服务价值。

公司亦持续夯实国际业务基础能力，强化覆盖亚洲全域及东欧核心区域的优质航线布局，现已累计开通 160 多条货运航线，并通过自有全货机机队和包机资源协同，实现航空运力资源灵活配置；逐步完善自建、合作、联盟的分层口岸关务体系，已在上海、深圳、阿拉木图、东京、釜山等近 40 个重点口岸完成能力布局，形成了覆盖国内主要口岸及海外关键节点的清关网络，通关效率稳步提升。同时，公司持续打造国际化、专业化、年轻化的人才队伍，并以数字化、智能化为驱动，迭代优化国际快递、货运、关务等管理应用和信息系统，在重点区域布局自动化分拣设备，着力提高国际业务运营效率和管理水平。

### **（九）绿色安全统筹推进，夯实可持续发展根基**

报告期内，公司通过绿色工作委员会统筹推进绿色工作，在全网开展环保培训宣贯，强化员工责任意识和环保理念；优化包材使用，推广使用可循环快递箱，减少过度包装及二次包装；持续完善“碳足迹”系统，优化碳减排核算体系，实时收集油耗、用电、包装等碳排放数据，增强对包裹碳排放情况全流程、数字化、清晰化管理；试点智能驾驶车辆应用，引导加盟商投入新能源车辆，并推动转运中心陆续建设、运营光伏发电项目，多措并举打造绿色物流新生态。

公司深入实施安全生产体系化、标准化工程，完善安全操作规范及管控标准并进行推广宣教，前置化防范安全隐患；更新迭代智能安检系统，构建智慧安全矩阵，通过智慧抓拍、安全 GPT 等实现违规预警与隐患闭环管理，推动“人防”向“智防”转变；持续增强信息安全管理能力，保障各类数据和信息安全，筑牢全网安全发展根基。

## **三、核心竞争力分析**

### **（一）运营模式优势**

公司搭建了完善的与合作伙伴和谐共生的快递业务平台，采用枢纽转运中心自营化和末端加盟网络扁平化的运营模式，有效保障了公司对整体快递服务网络的管控平衡能力，同时可以根据行业动态及企业现状，及时灵活地进行管理调整以协调平衡全网利益。上述运营优势是公司快递服务网络多年来保持较强稳定性和较高灵活度的重要基础，近年来，公司强化精益管理、加速赋能网络，对快递服务网络的总体管控和协调能力显著提升。

枢纽转运中心自营模式下，公司可根据全网络的业务量情况、快件时效、运营成本等情况综合考量，并进行全网协调，持续优化转运中心规划布局、中转路由等。报告期内，公司推进全网一体数字化、标准化落地见效，多维赋能加盟网络，提升加盟商经营能力；公司亦根据业务需要及行业发展动态，优化转运中心布局，加大对枢纽转运中心自动化升级与改造的投入，不断提升枢纽转运中心的快件处理能力，拓展枢纽转运中心的辐射范围，进一步增强快递服务网络的稳定性。同时，公司根据市场结构和竞争格局，因时因地制宜，科学、适度调整部分区域加盟商结构、规模、数量等，推进加盟网络的精细化管理，并通过现场、视频、电话会议等方式加强对加盟商的培训、服务，为加盟商提供业务运营、财务管理、人力资源等方面的培训，并加大对加盟商信息系统、自动化分拣设备等的投入与支持。公司利用扁平化末端加盟网络，对加盟商进行直接管控和赋能，减少了管理层级，降低了管理成本，进一步增强和保证了公司对加盟网络的控制力和对加盟商管理的有效性、灵活性。

## **（二）网络覆盖优势**

公司快递服务网络以高效管控的枢纽转运中心为骨干，通达全国的航空、汽运、铁路运输网络实现快递在转运中心间的集中快速中转，并通过扁平化的加盟商及终端网络进行快递服务“最后一公里”的揽收与派送。经过二十余年的发展，公司已形成了覆盖全面、高效稳定的快递服务网络。

近年来，公司抢抓国际业务发展机遇，深化推进国际化发展战略，通过自建自营、战略合作等逐步拓展国际网络覆盖和市场，快速提升公司全球网络覆盖率，截至目前，公司国际业务服务网络现已覆盖6个大洲、150多个国家和地区。同时，公司亦发挥自有航空优势，加快海外航线网络覆盖，结合覆盖全球的海外站点和本土化的专业团队，逐步打造、优化和升级覆盖东南亚、中亚、东亚、欧洲等“一带一路”沿线国家或地区的跨境物流全链路产品与服务。

## **（三）数字化、智能化领先优势**

现阶段，智慧物流已成为快递物流业的必然趋势。公司历来高度重视信息化建设、数字化转型和智能化发展，不断加大研发投入，凝聚具备创新精神和工匠精神的专业研发团队，集聚整合创新资源、加快先进技术运用，研发能力和效率行业领先。

公司秉承“数字化、移动化、实时化、可视化”原则，全面落实数字化转型升级，强化技术创新驱动，并引入互联网思维打造先进信息化工具，加速业务运营管控工具迭代更新，重构数字化管理工具使用方式，全面推进人工智能等前沿技术的垂直应用，实现数字化向智能化转型升级。公司基于“金刚系统”核心系统，开发了全链路管控系统，形成了包括“管理驾驶舱”“网点管家”“客户管家”“行者系统”等系统和平台，覆盖揽收、中转、派送、客服等全业务流程，实现了对快件流转全生命周期的信息监控、跟踪及资源调度，有效助力公司服务质量、时效提升、成本管控、网络管理等的精细管控。同时，公司通过智多星（YTO-GPT）、AI 助手等智能体和智能化工具全面提高全网业务运营、管理决策的效率，全网经营实力明显增强。

#### **（四）自有航空优势**

2015年10月，公司全资子公司圆通航空正式开航运营，公司率先成为国内拥有自有航空公司的民营快递企业之一。公司高度关注国际、国内航空货运市场的蓬勃发展，深入开拓优质航线，航线范围已基本覆盖亚洲主要区域和东欧部分区域，为公司自有航空拓展全球化服务能力、参与国内外快递物流市场竞争、打造全球供应链奠定了坚实基础。同时，公司充分利用自有航空积极开展商业化运营，强化航空自营销销售能力建设，协同圆通国际快递为海内外客户提供国际快递、航空货运及供应链等综合物流服务，进一步提高了公司自有航空的利用率与运营效率，降低了运营成本，提升综合盈利能力。

随着国内快递行业发展逐步由价格驱动向价值驱动转变，以及国际市场的快速增长，自有航空运输网络将是未来行业竞争的制胜点：1. 自有航空网络可以提升公司产品的时效性，提升快递服务质量和用户体验，有利于公司改善快递服务质量和用户体验，最终提升企业品牌形象和企业价值；2. 自有航空网络的建立，将促进公司的产品结构进一步升级。一方面，自有航空网络的建立将促使公司逐步提升快递时效性，开拓商务件等快递市场；另一方面，拥有自有航空资产，也为满足冷链食品、鲜花等高附加值产品的寄递需求奠定了基础；3. 自有航空网络的建立也是公司布局国际快递业务、拓展海外市场的重要基础。

#### **（五）品牌优势**

公司专注快递主业，“圆通”品牌以优质的产品及服务赢得了众多客户的满意和信赖。

公司通过多种渠道、多样方式、多元途径打造优质服务，深化落实服务质量战略，致力于将服务质量培育为公司的核心竞争力，并相应完善公司品牌的塑造与宣传，提升公司市场知名度和品牌形象。公司是中国快递协会副会长单位、上海市交通运输行业协会物流分会副会长单位、中国国际商会副会长单位、上海市工商业联合会国际物流商会会长单位、邮政业科技创新战略联盟副理事长单位。报告期内，公司积极加强能力建设，承担社会责任，荣获“AAAAA级物流企业”等荣誉称号，并荣获“2025中国企业500强”“2025中国民营企业500强”“2025中国服务业民营企业100强”“全国残疾人工作先进集体”等奖项，荣列新能源物流车应用推广贡献企业。

## 四、未来发展与展望

### （一）行业格局和趋势

#### 1. 行业格局

近年来，主要快递服务企业持续增强科技创新能力，推动优化成本管控、升级服务品质、强化网络运营，不断夯实核心竞争壁垒，行业份额加速向服务品质更优、客户体验更佳、管理能力更强、网络健康度更好的头部企业集中。数据显示，2025年快递行业前八大企业市场份额总和达到86.8%，同比提升1.6个百分点，行业格局呈现加速分化趋势。

#### 2. 行业发展趋势

##### （1）多维需求驱动共振，行业扩容稳健发展

2026年，伴随内需政策持续加码、下沉市场潜力释放、电商新业态快速发展，快递业务量将保持稳步增长，国家邮政局预计2026年快递业务量完成2,140亿件，同比增长8%左右。首先，电商新业态赋能，直播电商、社区团购等模式持续渗透，催生高频次、碎片化的即时性消费需求，逆向物流需求同步攀升，为行业持续增长注入动力。其次，下沉市场持续发力，“快递进村”工程深化推进，农村消费升级带动农产品上行与工业品下行双向流通，成为业务量增长的重要支撑。第三，快递行业与制造业、农业、服务业加速融合，工业快递、冷链快递、医药快递等细分领域逐步兴起，进一步拓宽行业增长空间。最后，跨境电商蓬勃发展，区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）等经贸合作深化，促进亚太区域跨境贸易便利化，相关国际寄递需求持续释放，成为行业新的重要增长极。

##### （2）聚焦深耕品牌价值，高质量发展动能不断增强

近年来，在政策引导、技术革新与市场需求的三重驱动下，快递行业正加速从规模扩张向以价值创造为核心的高质量发展阶段转型。首先，消费端需求结构深刻变化，消

消费者对时效精准度、送货上门等服务体验的要求不断提升，个性化、定制化寄递需求增长，服务品质日益成为行业竞争的关键因素。同时，国家层面持续强化“反内卷”导向，明确反对低水平同质化竞争。2026年中央经济工作会议提出“制定全国统一大市场建设条例，深入整治内卷式竞争”，全国邮政工作会议亦明确提出“综合整治内卷式竞争”，为行业健康、规范和有序发展指明了方向。在此背景下，主要快递服务企业聚焦核心能力建设，加快数字化转型、智能化发展，通过提升运营效率、优化成本结构和增强客户粘性，不断夯实长期竞争优势。同时，企业积极拓展多元化服务场景，持续构建差异化竞争壁垒。展望未来，随着全国统一大市场建设持续推进，行业发展环境有望进一步优化，快递企业将持续推进转型创新，强化核心竞争力，实现更高质量的发展。

### （3）科技驱动智能化发展，培育壮大新质生产力

2026年，科技创新将继续作为快递行业高质量发展的核心驱动力，推动行业加速迈向智能化、数字化发展新阶段。随着人工智能、大数据、物联网等前沿技术在行业中持续深化应用，智慧物流体系建设不断推进，快递服务企业正加快构建覆盖全链路的数字化运营体系，实现由单环节数字化向全流程智能化的升级。同时，无人配送技术加速推广，无人机、无人车等智能设备的应用场景持续拓展，人机协同的智能末端配送网络逐步形成，着力破解“最后一公里”配送瓶颈，有效缓解配送压力，推动行业从“劳动密集型”向“技术密集型”转型，不断培育壮大新质生产力，为行业长期可持续发展注入新的动能。

### （4）持续深化降本增效，构建集约物流网络

近年来，伴随我国经济运行效率持续提升，全社会物流成本呈现稳步下降趋势。数据显示，2025年我国社会物流总费用与GDP的比率进一步降至13.9%，创下有统计以来的最低水平，物流体系整体运行效率持续提升。在此过程中，主要快递服务企业持续加大科技投入，推进自动化分拣系统、智能仓储设施的规模化落地应用，并依托人工智能、大数据、数字孪生等前沿技术，实现科学预测需求、智能规划路由等，推动资源精细化配置。同时，主要快递服务企业将精益管理从中转环节延伸至末端配送，通过枢纽强化、干线提效、末端融合，纵深挖掘全链路降本潜力。此外，行业持续深化与制造业、农业等产业的供应链协同，积极推进仓配一体化、产地直发、预售下沉等模式创新，进一步优化供应链成本结构，加速构建高效能、低成本的现代物流服务体系。

### （5）多元布局综合物流，深化推进国际化发展

2026年，快递行业将加速推进综合化转型与国际化拓展，推动形成内外联动、多元

协同的现代物流生态体系。主要快递服务企业将持续突破传统业务边界，拓展冷链物流、即时配送、仓配一体化、逆向物流等多元业态，探索综合物流解决方案，不断提升在客户价值链条中的服务深度和战略地位，增强客户粘性和竞争壁垒。同时，在跨境电商持续发展与制造业加快出海的背景下，行业头部企业正加速完善覆盖主要贸易通道的国际物流网络，通过自建航空货运枢纽、拓展海外仓配节点、布局末端派送网络等，持续强化跨境干线运输、海外清关、本地配送等核心能力，逐步形成全球一体化运营体系。随着跨境物流网络不断完善，行业整体服务时效与稳定性有望持续提升，企业参与全球供应链竞争的能力亦将进一步增强。

#### （6）末端服务多维进阶，协同赋能提质增效

近年来，随着终端基础设施布局日趋完善，快递行业服务触达能力与运营效率稳步提升，末端服务生态在技术创新与模式升级的推动下加快演进，正逐步向智能化、多元化和协同化方向发展。主要快递服务企业强化终端驿站的综合服务功能，积极推动与社区物业、本地商超、便民服务机构等主体的资源整合，向社区商业、生活服务等多元业态延伸，既丰富了消费者便民服务体验，也为末端网点和终端驿站拓宽了盈利边界，增强末端网络的稳定性和韧性。同时，各企业持续推进无人车、无人机、智能快递柜等无人化、智能化设备应用，有效破解末端人力瓶颈与配送时效压力，助力末端服务提质增效。未来，随着技术应用持续深化和服务生态不断完善，主要快递服务企业将继续深耕末端服务场景与产业生态耦合，强化末端服务效能，持续改善客户体验。

#### （7）完善绿色治理体系，深化行业低碳转型

近年来，我国快递行业绿色发展迈入深化提质阶段，在政策引导、技术驱动、企业履责的多重推动下，绿色低碳已成为行业高质量发展的重要方向。首先，政策支撑持续完善，刚性约束与正向引导并行。2026年7月1日，强制性国家标准《限制快递过度包装要求》将正式实施，对快递包装减量、无害化处理提出更加明确的规范要求，推动行业进一步强化包装治理；国家邮政局亦持续加大绿色技术推广力度，重点推进循环包装、新能源运输装备等应用，行业内主要服务企业切实履行主体责任，逐步构建技术驱动、全链路覆盖的绿色治理体系，将包装绿色化、循环化要求全面融入运营全流程，持续投放新能源干线运输车辆，推广应用分布式光伏，进一步夯实绿色发展基础。未来，主要快递服务企业将持续推进全链路低碳转型进程，深化包装材料绿色治理，完善包装物回收的逆向物流网络，推动新能源车辆规模化应用，并通过优化运输组织和路径规划，提升全链路能源利用效率，积极助力实现“双碳”战略目标，推动绿色低碳现代物流体系建设。

## （二）公司发展战略

公司定位于互联网信息技术的快递平台，致力于成为全球领先的综合性快递物流运营商和供应链集成商，秉承“中国人的快递，世界因我们触手可得”的发展愿景，以“诚信守法”为立企之基，坚持“诚信、创新、共建、共享”的核心价值观，构建圆通网络生态命运共同体，以“提质增效、变革创新”为行动指南，秉持“安全、快速、便捷、可靠、科技”十字方针，注重绿色安全，打造品质圆通、科技圆通、绿色圆通、德善圆通。

公司坚定深耕快递主业，不断拓展、夯实快递服务网络，完善国内、国际综合服务体系，并推进全面数字化转型和智能化发展，聚焦提升品牌价值和溢价，重点提升服务质量和客户体验。公司以电商快递为基础，强化与科技创新等资源的深度融合，增强人才、系统、网络的专业化能力，完善多层次产品体系，打造高品质、高时效的差异化产品与服务，并持续加大研发投入，提升公司科研实力和研发效率，构建物流信息共享体系，推动公司运营数字化、智能化、自动化，打造以科技与信息技术为主要驱动力的智慧圆通，全面提升公司综合服务能力。

### 1. 深耕快递主业，夯实市场核心竞争力

公司将持续深耕快递主业，不断推进管理变革，通过持续完善组织保障、绩效评价、考核指标等建立科学的管控体系，并细化服务质量、客户体验管理举措及指标，依托核心的数字化、智能化系统优势，推进公司服务质量、客户体验的有效、实时管控，增强客户粘性，实现管理高效、服务优质、客户满意的良性循环，培育和夯实服务质量核心竞争力；公司亦将持续完善基础设施布局，健全终端配送体系，强化成本管控，深化营销创新，并推动全网一体数字化、标准化，提升全网经营实力和盈利能力，夯实主业发展根基。

### 2. 以快递服务为核心，构筑快递物流新体系

公司秉承“快递+”模式，以快递服务为核心，积极探索多元化战略布局，构筑快递物流生态体系。公司将根据客户需求、市场发展及行业动态，不断扩展产品及服务范围，打造差异化产品和服务体系，为广大消费者提供高品质、高时效的快递产品与服务，并通过自营、合作、参股、收购等方式打造仓配、供应链、冷链产品与城市配送服务，全方位满足客户及消费者的个性化、差异化、定制化需要。公司亦将充分发挥覆盖国内国际的资源、网络等优势，调动社会资源，为网络和广大客户提供商贸、供应链金融等综合服务方案，构筑快递、物流、科技、金融、商贸等开放共享的生态服务圈，增强综合服务能力，打造圆通网络生态命运共同体。

### 3. 深化国际化发展战略，国际国内融合发展

公司秉承“跟着‘一带一路’走出去、跟着跨境电商走出去、跟着华人华企走出去”的理念，深入践行“快递出海”工程，积极推进落实国际化发展战略，稳步拓展全球网络布局，着力发展国际快递、国际货运和供应链等服务，实现“中国联世界，世界联世界”。公司将集聚优势资源，通过自建自营、战略合作等方式，加速拓展全球网络覆盖、完善海外网络布局、搭建海外转运平台，将发展多式联运，结合圆通航空、中欧班列等优势运力，增强公司关键资源掌控力和议价能力，强化国际仓储、干线运输、关务清算、本地自派等能力建设，全面升级国际产品体系，打造跨境物流全链路产品与服务，建设国际业务专业化人才梯队，以“运全球，送全球”为宗旨助力中国电商、携手中国制造走出去，且积极引进来，逐步为海内外客户提供清关便捷、时效优良、服务稳定的综合物流服务，并实现国际国内融合共生、持续健康发展，构建国际供应链网络生态命运共同体，打造全球供应链一体化，增强公司全球化综合服务能力。

### 4. 科技创新引领发展，强化数字化、智能化管理

公司顺应智慧物流发展趋势，贯彻科技引领战略，高度重视科技与信息技术研发与发展，全面推进数字化转型和智能化升级，实现创新发展。公司持续加大研发投入，凝聚具有创新精神的专业研发团队，借鉴国内外先进经验，应用云计算、大数据、人工智能等新兴技术，打通各板块信息化系统，联通各板块信息端口，实现全网全过程数字化运作和智能化管控。

公司将以信息化、数字化、智能化为主线，进一步增强快件全生命周期可视可控能力，提升内部运营的安全和效率，并为全链路的信息数据采集、产业链上下游的信息交互提供支持和保障，全面实现物流、信息流、关务流、资金流合一；公司致力于逐步建立起大数据分析、智慧化决策的技术与能力，在保障数据安全的前提下，将公司运营过程中产生的大数据转化为实际生产力，深度挖掘信息与数据的价值，逐步实现业务流程与公司管理的智能化和智慧化转变；公司亦将坚持数字化赋能网络，立足国内国际协同推进，推动全网一体数字化、标准化体系建设，全面提升网络综合竞争力。

## （三）经营计划

2026年，公司将践行高质量发展理念，坚持稳中有进的发展策略，聚焦实现规模增长与业绩提升的协同共振，持续增强综合服务能力和核心竞争力。公司将坚定深耕快递主业，以客户体验为中心，全方位提升服务质量，持续增强品牌价值和溢价能力，深化人工智能等前沿技术的全链路应用，全面推动公司智能化发展，加速培育科技生产力；公

司亦将持续聚焦成本精细化管理，探索创新营销模式，打造差异化产品和服务矩阵，并积极赋能全网一体数字化、标准化，提升网络整体效能和综合竞争力；同时，公司将深化推进国际化拓展，依托自有航空、专业团队及全球网络资源，加强自有航空和国际业务的协同融合，构建国内国际一体化的服务和网络运营体系，推动国际快递、国际货运和供应链业务取得新突破。

## **五、2026 年度工作计划**

2026年，董事局将紧密围绕公司发展战略和经营计划，以更高标准勤勉履职，持续提升决策效能，切实发挥董事局在公司治理中的核心作用；不断完善公司规章制度，深化内部控制管理，筑牢合规经营根基，推动公司治理水平迈向新高度，助力公司持续、稳健发展；多维度加强与投资者沟通交流，深化价值认同，维护良好资本市场形象，努力为广大投资者创造长期价值。

**圆通速递股份有限公司**

**董事局**

**2026 年 4 月 22 日**