

2022 社会责任报告

Environmental, Social And
Governance Report



目 录

CONTENTS

关于本报告 01

报告简介	01
报告编制依据	01
报告范围及边界	01
资料来源及可靠性保证	01
确认及批准	01
获取及联系方式	01

董事长致辞 03

关于中通 05

公司介绍	05
核心理念	07
2022年荣誉	08

ESG管理 09

ESG治理架构	09
利益相关方参与	10
重要性议题评估	11

公司治理 13

合规廉洁经营	13
风险管理防线	14

专题1:快递进村拓展服务 畅通宜业和美城乡 15

织密快递进村网络	15
促进县域商业繁荣	17
带动农户拓销增收	18

专题2:红色引擎 释放优质发展新动能 19

凝聚思想共识汇合力	19
融合党建培育新动能	21
加强文化引领促发展	22

邮递万里 初心如一 25

提供优质服务	27
创新业务发展	35

携手共赢 诚心聚力 44

赋能网络伙伴	45
强化供应链管理	46
促进行业发展	48

绘美生态 精心呵护 51

夯实环境管理	53
应对气候变化	54
推广绿色包装	58
加强污染防治	60

以人为本 同心筑梦 61

落实员工权益保障	63
强化职业健康安全保护	66
助力员工成长	71
用心呵护员工	74
以爱回馈社区	79

附录一:关键绩效汇总 82

附录二:ESG指标索引 85



用我们的产品
造就更多人的幸福

关于本报告

报告简介

本报告是中通快递（以下简称“中通”“公司”“我们”）发布的第六份环境、社会及管治报告（以下简称“本报告”或“ESG报告”），旨在如实披露公司在ESG方面的表现，以及对于股东、客户、伙伴、员工、环境、社区等重要利益相关方的履责实践。本报告涵盖2022年1月1日至2022年12月31日财务年度（“报告期”）的工作，特别说明之处除外。

报告编制依据

本报告参照香港联合交易所有限公司（以下简称“香港联交所”）《证券上市规则》附录二十七《环境、社会及管治报告指引》（以下简称“香港联交所《ESG报告指引》”）、全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《可持续发展报告指南（GRI Standards）》（以下简称“GRI标准”）、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南》（CASS-CSR4.0）、《联合国可持续发展目标企业行动指南》（SDGs）相关要求编制。本报告遵循以下编制原则：

重要性：公司ESG事宜重要性由董事会厘定，利益相关方沟通、重要性议题识别过程及重要性议题矩阵均在本报告中进行披露。

量化：本报告中定量关键绩效指标的统计标准、方法、假设及/或计算工具，以及转换因子的来源均在报告释义中进行说明。

平衡：本报告不偏不倚地呈报公司报告期内的表现，避免可能会不恰当地影响报告读者决策或判断地选择、遗漏或呈报格式。

一致性：本报告披露数据所使用的统计方法及口径，如无特别说明，均与往年保持一致。

本报告附录二详列ESG指标索引，以方便读者快速查阅。

报告范围及边界

本报告中提供的政策及数据若无特别注明，口径与年报一致。

资料来源及可靠性保证

本报告的数据和案例主要来源于公司统计报告和相关文件，且通过各部门层层审核。公司董事会承诺本报告不存在任何虚假记载、误导性陈述，并对其内容真实性、准确性和完整性负责。

确认及批准

本报告于2023年3月14日获董事会通过。

获取及联系方式

读者可通过公司官网www.zto.com“投资者关系”栏目获取本报告电子版。如您对公司环境、社会及管治方面的披露和表现有任何意见或建议，请通过以下方式与我们取得联系。

总部地址：上海市青浦区华新镇华志路1685号

邮政编码：201708

联系电话：95311

企业邮箱：ga@zto.com



用我们的产品
造就更多人的幸福



董事长兼首席执行官 赖梅松

董事长致辞

时光荏苒二十载，加冠年华正青春。自2002年中通创立以来，二十年间我们走过了“追赶、赶超、超越”的三个阶段，成为全球业务规模最大的快递企业。近年来，我们积极谋划生态圈建设，从快递单兵作战向多生态、多兵种联合作战体系迈进。我们规划创建中通国际、快运、云仓、商业、传媒、金融、航空、冷链、兔喜等生态版块，走上一体化生态体系建设的发展道路，实现了中通业务量份额、服务质量和运营能力连续7年的超越。我们始终秉持“利己、利他、利社会”的三层初心，担起了“用我们的产品造就更多人的幸福”的使命。

一为“利己”。我们创建“众创、众包、众筹、众扶”的网络合作机制，帮助几十万家庭创业就业实现了美好的新生活，尤其是帮助许多初入社会、从农村刚到城市的中通人，找到了人生目标，实现了社会价值。我们孜孜不倦建设“中通大家”文化，建立多通道、多层次的职业发展培养机制，实施“亲情1+1”福利关怀制度，成立网络互助基金帮困救急，举办集体婚礼，创建中通家园和中通学园，多渠道、多维度丰富精神文化生活，营造快乐工作氛围。中通成就了无数人的梦想，也成为了很多家人共同的事业。

二为“利他”。我们永远致力于尽全力满足消费者和客户的需求，为大家提供更好、更优质的服务。快递服务千城百业，我们用网络效应和规模优势，助推了无数客户的成长，为客户消减了库存、提升了效率、降低了成本、改善了服务、增加了效益、创造了价值、提升了竞争力。我们帮助工业品下乡、农产品进城、中国产品出海，建立了“从工厂到用户、从田头到餐桌、从海内到海外”的全链路服务体系。

三为“利社会”。我们积极践行社会责任，获得社会各界的肯定和信赖。我们带动许多年轻人返乡创业，帮助偏远山区低成本销运农特产品，助力精准脱贫和乡村振兴；我们推广高运力低排放车型，普及绿色包装，在低碳环保等方面不断创新突破；我们奔赴抗疫抗灾一线，动员一切力量“保通保畅”，确保民生供应链有效畅通；我们援建希望学校，积极捐献助残物资和提供扶残助残爱心义务服务。我们在“六稳六保”、降低全社会物流成本等方面，发挥着越来越重要的作用。

二十正青春，奋楫扬帆时。回望我们二十年无悔奋斗的青春足迹，留给我们的是中通人诚实守信的品格，执着专注的精神和坚忍不拔的意志与力量。快递的马拉松已经跑到了关键的时刻，属于我们的黄金时代才刚刚开始。道阻且长，行则将至。想，都是问题；做，才有答案。行胜于言，我们要保持战略定力，统一思想，步调一致，戒骄戒躁，真抓实干，永远保持初心、坚定信心、怀抱必胜的决心，创新求索，笃行不怠，使命必达。让我们携手奋进，同建共享，再创辉煌！

赖梅松

关于中通

中通快递创建于2002年5月8日，是一家集国内与国际快递、快运、商业、云仓、冷链、金融、航空、兔喜、数字营销等业务于一体的综合性大型集团公司。2016年10月27日，中通快递登陆美国纽约证券交易所，2020年9月29日，中通快递在香港联合交易所主板挂牌上市，成为第一家在美国和中国香港两地上市的中国快递企业。2022年，公司已就主要上市转换向香港联交所提出申请，主要上市转换生效后，公司将于香港联交所及美国纽交所双重主要上市。

中通快递是全球包裹量最大的快递企业。2022年，中通快递完成包裹量**243.89**亿件，同比增长**9.4%**，高于中国快递行业平均增速，**连续七年稳居行业第一**，市场占比达**22.1%**。

中通快递拥有国内最广、最深、最密的民营快递网络。2022年，中通快递全网服务网点**31,000**余个，国内分拨中心**98**个，**458**套自动化分拣设备，直接网络合作伙伴约为**5,900**个，自有干线运输车辆**11,000**余辆，其中约**9,700**辆为高运力甩挂车，干线运输线路**3,750**余条，网络通达**99%**以上的区县，乡镇覆盖率超过**94%**。



核心理念

企业使命

用我们的产品造就更多人的幸福



企业愿景

成为受人尊重的百年中通



核心价值观

同建共享 信任责任 创新与企业家精神



企业精神

执着 专注 坚持



管理理念

公平 效率 结果



经营理念

诚信 透明 共赢



发展理念

行稳 做强 致远 求变



人才理念

人才就是硬实力



安全理念

安全就是效益



服务理念

一切围绕网点 一切为了客户



2022年荣誉

报告期内，公司荣获多项社会认可奖项：

荣誉名称（部分）	颁奖机构
2022年全国消费帮扶助力乡村振兴优秀典型案例	国家发展和改革委员会
2022年度全国邮政快递业青年安全生产示范岗	国家邮政局
2022年第一届“上海慈善奖”捐赠企业奖	上海市人民政府
2020-2021年度上海市快递行业文明单位	上海市邮政管理局
2021年上海市巾帼文明岗	上海市巾帼建功活动领导小组 上海市妇女联合会
2022年度青浦区服务业十强企业	上海市青浦区人民政府
2022年度青浦区创新创业优秀人才团队奖	上海市青浦区人民政府
2022年度青浦区百强优秀企业	上海市青浦区人民政府
2022年中国民营企业500强（397位）	中华全国工商业联合会
2022年民营企业研发投入和发明专利500家榜单（183位）	中华全国工商业联合会
中物联科技进步奖三等奖	中国物流与采购联合会
2022年中国物流企业50强（13位）	中国物流与采购联合会
2022年中国民营物流企业50强（6位）	中国物流与采购联合会
2022年凯度BrandZ™最具价值中国品牌100强（42位）	凯度
2022年福布斯全球企业2000强（1601位）	福布斯集团
2022年《财富》中国500强（396位）	《财富》（中文版）中金公司财富管理部
2022年全球投资趋势论坛暨第六届金港股颁奖典礼“最佳ESG奖”	智通财经、同花顺财经、中国银河证券、CGS
2021-2022年度物流行业最具投资价值企业	《人民交通》杂志社、物流投融资网、IT桔子
2022年第七届智通财经上市公司评选最具投资价值中概股	智通财经、同花顺财经
SFEO上海生产性服务业品牌价值榜（第1位）	上海市工业经济联合会、上海市经济团体联合会联手上海企业文化与品牌研究所
2022上海企业100强（55位）	上海市企业联合会、上海市企业家协会、上海市经济团体联合会、解放日报社
“上海市企业社会责任报告典型企业证书”优秀典型企业	上海市经济团体联合会及上海市工业经济联合会
2022年品牌联盟第十六届中国品牌节2022华普奖	品牌联盟

ESG管理

“用我们的产品造就更多人的幸福”是中通快递的使命，我们相信良好的环境、社会及管治（ESG）管理是实现这一使命的重要驱动，因此，我们不断完善ESG管理体系，注重上下游产业的协同可持续发展，构建与国际接轨兼具中国特色的ESG标准，为快递行业可持续发展贡献中通智慧。

ESG治理架构

中通快递深刻了解ESG是衡量企业价值、责任、风险的标尺，完善良好的ESG管理是迈向“受人尊重的百年中通”的必由之路。公司董事会是ESG管理组织最高决策机构，董事会下设ESG委员会负责协助董事会检视并评估公司ESG整体的制定和实施，审阅ESG工作成果及报告，并提出改善建议；ESG工作小组是ESG政策的主要执行机构，为董事会提供与ESG相关事宜的建议和协助，并协调各中心及职能部门共同实施ESG工作。我们确保每年召开一次ESG会议，将ESG规划贯穿到企业运营管理全流程，促进企业高质量发展。



中通快递ESG管理架构

报告期内，董事会探讨的重要ESG议题包括碳目标、气候风险识别等，进一步明确未来ESG工作目标，并将ESG目标达成情况与董事会成员薪酬挂钩，以及时、准确的现状分析，定期调整策略，制定改进计划，使ESG战略在中通快递运营中有效运转，在广泛实践中，形成有特色、有内涵的中通方案。

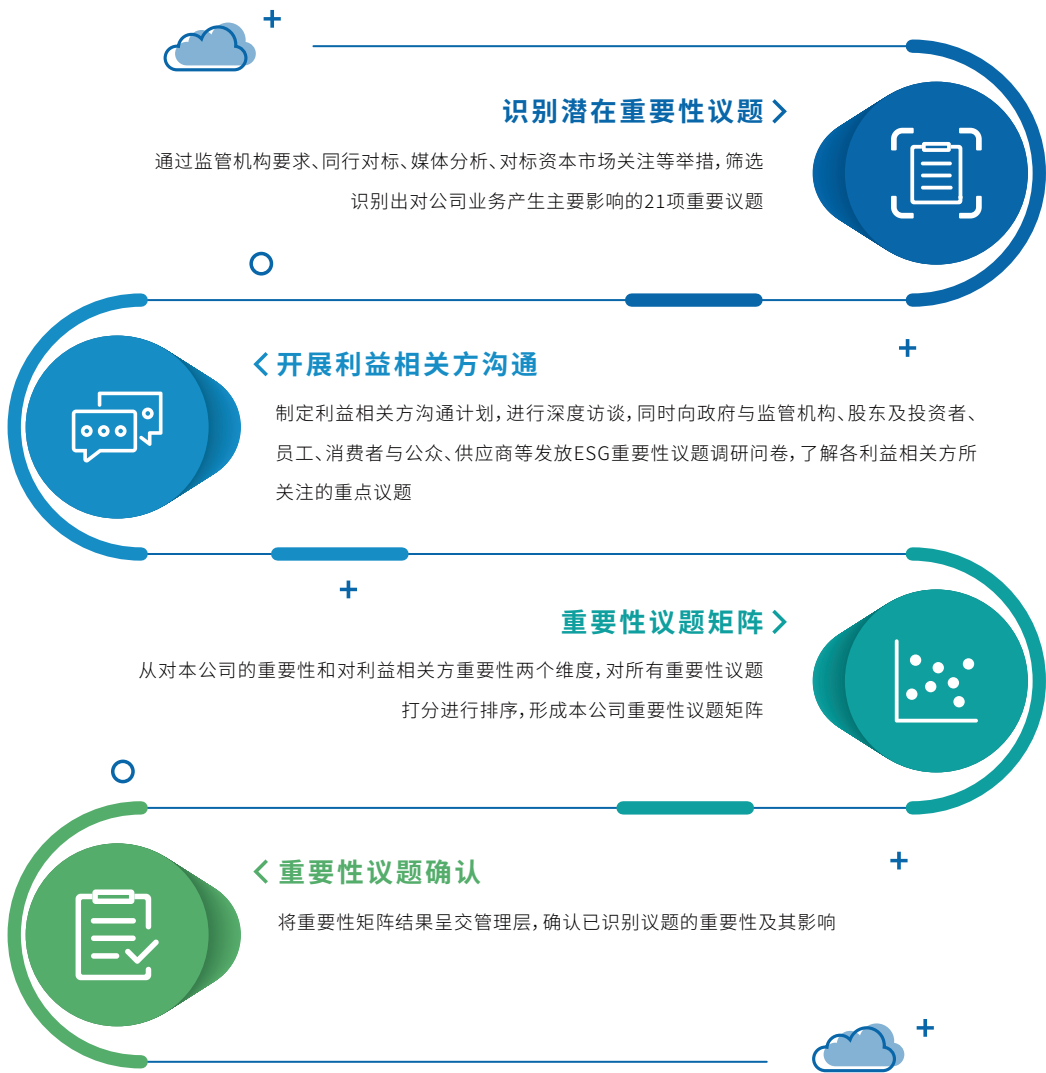
利益相关方参与

中通快递注重与利益相关方建立长期有效的沟通机制，及时地了解各方的意见和价值观，并提供有效回应，以保障利益相关方的长期权益；我们识别各方关注的ESG议题，将其融入公司运营管理的过程中，致力于创造公司与利益相关方的价值共享，合作共赢。

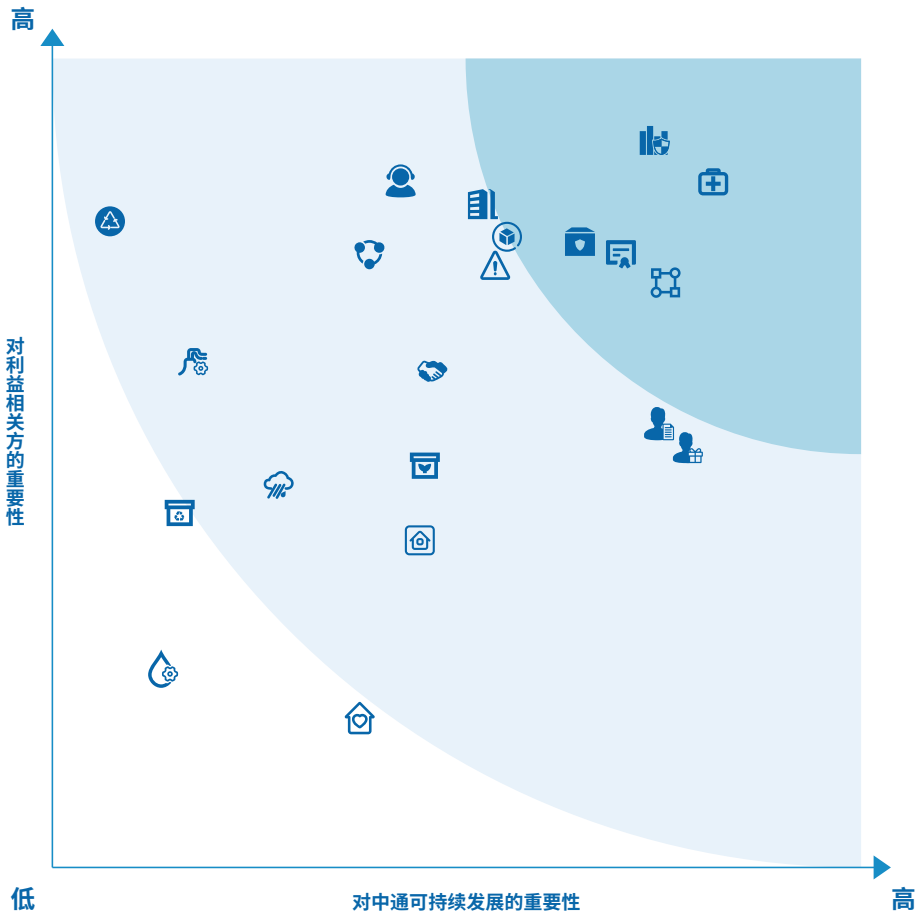
利益相关方类别	关注议题	沟通渠道
 政府及监管机构	· 合规经营 · 乡村振兴 · 绿色发展 · 支持社区发展	· 公文报送 · 专题会议 · 定期公告 · 接待调研
 股东与投资者	· 运营风险管理 · 规范公司治理 · 数据隐私安全 · 投资者权益	· 股东会议 · 业绩发布会 · 新闻稿、公告及路演
 客户与消费者	· 安全寄递与运输 · 产品与服务优化 · 数据隐私安全	· 满意度调查 · 定期沟通、座谈 · 客户调研
 员工	· 薪酬福利 · 安全寄递 · 健康安全 · 职业发展	· 员工沟通 · 员工培训 · 员工活动
 加盟网点	· 客户满意度 · 网点发展支持	· 网点评估考核 · 网点现场访问
 供应商及承包商	· 供应链ESG管理	· 供应商考核 · 供应商走访
 合作伙伴	· 行业进步 · 诚信经营	· 公开透明招标程序 · 行业交流 · 实地调研
 社区	· 社区发展 · 乡村振兴	· 公益慈善活动 · 志愿服务
 媒体	· 支持社区发展 · 乡村振兴 · 技术创新	· 新闻发布 · 媒体交流 · 社会责任与可持续发展信息披露

重要性议题评估

中通快递根据联交所《环境、社会及管治报告指引》，结合GRI标准、SASB、资本市场评级机构以及同行的关注议题，考虑行业特色与企业文化，识别出与公司高度相关的21个重要性议题，并通过内外部利益相关方访谈、问卷调查、管理层反馈的形式，对这些议题进行重要性排序，其中高度重要性议题为5项，中度重要性议题为13项，低度重要性议题为3项，高度重要性议题构成本报告重点部分，我们将在本报告中对相关内容进行详细披露。



重要性议题识别与评估过程



程度	议题
高度重要性	职业健康安全
	多元化与包容性
	数据与隐私安全
	寄递安全
	合规与商业道德
中度重要性	能源管理与温室气体排放
	减少污染
	包装材料使用
	应对气候变化
	员工培训与发展
	员工权益与福利
	供应链管理
	优质的客户服务
	乡村振兴与共同富裕
	产品服务创新
	合作共赢
	公司治理
	风险管理
一般重要性	水资源管理
	废弃物管理
	社区参与

中通快递重要性议题矩阵

公司治理

合规经营是公司发展的基础，诚信、透明、共赢是中通坚守的经营理念。中通快递始终遵循诚实守信的商业道德原则，持续建立健全风险管控体系，不断提高公司稳健经营和治理水平，使公司行稳致远。

合规廉洁经营

中通快递将合规内化于心，外化于行，恪守商业道德，建立完善的合规体系，加强合规培训。依法合规经营的要求不仅覆盖中通全体员工，同时作为加盟商、供应商、合作伙伴的基本底线。对内，我们以《员工手册》和相关经营管理制度为依据，制定了一系列合规行为准则，并通过合规监察和培训，对员工进行督导；对外，我们在合同条款、供应商准入要求、加盟商要求中对合规经营与商业道德进行了明确地规范、约束和监督，共建风清气正的合作氛围，为公司健康和可持续发展保驾护航。

● 商业道德与反腐败

中通快递严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反贪污贿赂法》《中华人民共和国刑法》和《中华人民共和国监察法》等法律法规。报告期内，中通修订发布了《廉政监察实施条例》，对腐败、贿赂、舞弊、洗钱、不正当竞争、利益冲突等行为作出明确的约束，优化工作管理流程，明确并细化审核标准，逐步形成了内容科学、程序严谨、配套完备的商业道德管理体系，并将运营中商业道德及腐败风险纳入审计监察，定期完成覆盖所有运营地的内部审计。公司还通过开展廉政专项行动，大力开展廉政文化建设，弘扬“以廉为荣、以贪为耻”的良好风尚，全面拧紧运营规范的“安全阀”。此外，公司在官网公布《商业行为和道德守则》，新颁布《网络监察管理条例》，进一步细化管理人员、加盟网点、供应商的行为规范、约束性要求和处理处罚原则，对发现的任何不合规行为进行调查和跟进，并依据相关政策和法律法规进行处理。报告期内，公司面向董事、全体员工、外包人员、承包商等开展多种形式的廉政宣传活动；公司及员工未发生关于商业道德和反腐败的重大违规和争议事件。

● 举报机制与举报人保护

中通快递对违反廉洁从业规定的行为零容忍，畅通群众监督渠道，鼓励员工行使监督权，强化内部管理制约，设立举报邮箱、热线、直接向监管部门反馈等全天候举报渠道，并在官网发布英文版举报渠道，按照《廉政举报奖励办法》积极引导和处理员工检举的问题，注重线索排查，落实检查督办，为解决员工身边不正之风和腐败问题做好服务；同时，我们重视对举报人的保护，通过制定相应保护制度保障举报人的隐私安全，杜绝对举报人的任何打击报复行为，为创建清正廉洁的工作环境提供有力保障。



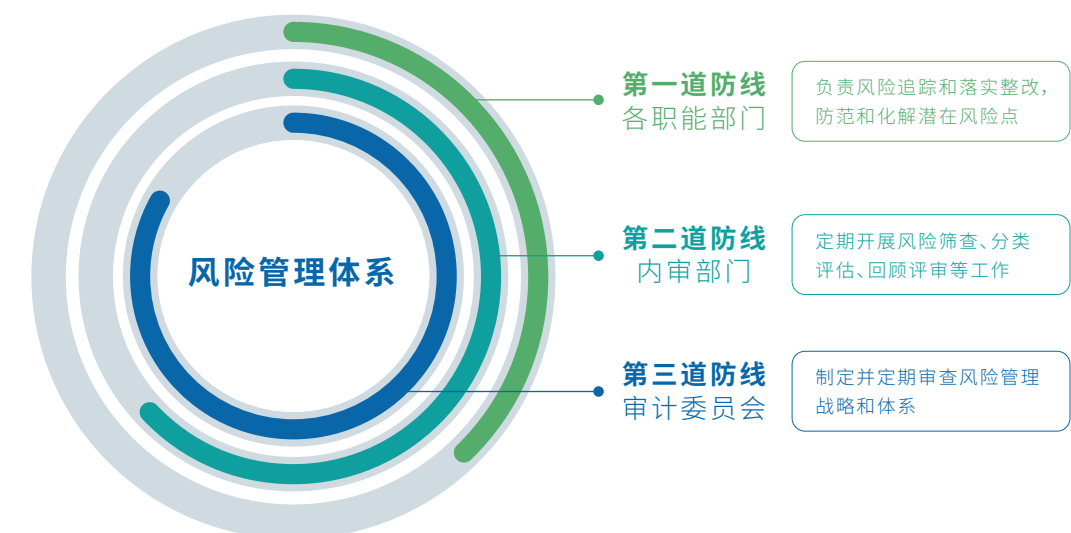
中通快递举报渠道

风险管理防线

中通快递紧紧抓住找、防、控三个环节，有效识别运营各个环节潜在的风险，加强教育监督和制度建设，建立三道防线，使每位中通人牢固树立合规运营、高效履职的意识，对潜在风险点进行主动识别和持续防控，最大限度地降低风险的发生，在企业内部培育良好的风险管理文化。

● 风险管理架构

中通快递建立了规范有效的风险管理体系，由纪律监察委员会直接领导，审计委员会协同开展风险筛查、分类评估、回顾评审等一系列工作，并请第三方机构开展风险评估审计，营运各部门、各中心网点负责风险追踪和落实整改，将风控工作延伸至运营各个环节，确保有效防范和化解潜在风险点。报告期内，我们严格参照《萨班斯-奥克斯利法案》(SOX) 法规要求，不断强化各项风险防范环节，确保事前预防、事中监督、事后控制，风险管理工作跃上新台阶。



中通风险管理体系

● 风险培训行动

中通快递对全体员工开展风险管理培训，培训内容包括风险控制基本理念、风险审计流程及优化等，在实践中持续增强员工危机意识。同时，公司积极开展风险防范预警机制的研究和探讨，通过实地调研，调动员工积极性，引导员工发现风险、收集风险、规避风险。我们开设风险举报热线，并新增“风控卫士奖”，鼓励全体员工及外部伙伴主动识别风险并上报，提高风险防范的主动性，将风险防范进一步从被动管理转化为主动管理，提高公司的风险管理水平。

专题 1

SPECIAL TOPIC

快递进村拓展服务 畅通宜业和美城乡

2月22日,《中共中央国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》(2022年中央一号文件)提出,要加快农村物流快递网点布局,实施“快递进村”工程,聚焦产业促进乡村发展,推进县乡村三级物流体系建设。中通快递积极响应国家号召,从组织领导、网络布局、政策扶持、资源整合等方面推进“快递进村”,加快建设农村寄递物流体系,助推乡村振兴。报告期内,国家邮政局公布年发货量超1,000万件的快递服务现代农业金牌项目有117个,据统计,其中中通覆盖12个农产品项目,作为乡村振兴的有力抓手,助推乡村振兴的作用不断显现。

1 织密快递进村网络

中通快递持续推进“快递进村”工程,不断补齐、织密农村快递网络,将越来越多的村庄纳入现代化物流网络。在推进过程中,我们通过解决配送成本高、配送距离远、订单量支撑不足等问题,全面提升了农村地区快递服务水平,带动消费下沉,进一步满足了农村居民的生产生活需求,农村地区的消费潜力被激活,成为快递行业发展新的增长极。在发件方面,今年“双十一”期间(10月31日20时至11月11日24时),中通全网从农村地区发出的订单同比去年上涨17.5%。其中大部分农产品流向了上海、北京、广州、深圳、杭州等市民的餐桌,这五个城市是中通全网农村订单签收TOP5。在派件方面,下半年农村派件量是去年同期的5倍。



案例 快递进村“样板间”,开启进村新篇章

2022年1月,中通以广西陆川县作为试点,将其建设为快递进村“样板间”,短短一个月时间便建立起103个村级快递站点;此外,我们通过和上游电商平台达成合作,为乡村站点引入相关app,增加快递业务量,很好地解决了件量少、成本高的问题。目前,中通在陆川县的快递进村覆盖率达到100%,业务量较之过去上涨了40%。



案例 打通最后一公里,辽宁沈阳快递进村实现全覆盖

中通快递发挥领军企业的带动效应,持续推进辽宁省沈阳市“快递进村”,着力解决群众急难愁盼问题,打通快递进村“最后一公里”。我们进一步开展农村物流网络深度覆盖,为农村居民提供多元化的快递服务,农产品上行通道进一步打开,供应链寄递服务加快建设,使农产品通过寄递物流网输送到全国各地。报告期内,沈阳市快递业务量不断攀升,进村率达到100%。



2 促进县域商业繁荣

中通快递立足“快递进村”，开展“快递驻村”，通过合理布局，在促进县域和乡村商品持续走出去的同时，为乡村门店带来稳定增收，也带来创业和就业机会，吸引越来越多的乡亲们由此回到家乡，实现乡村创业梦想，为家乡经济的繁荣做出更大贡献，全面推动县域经济高质量发展。

案例 从快递进村到快递驻村，辐射县域高质量发展

保障进村的兔喜门店能够可持续经营，离不开每位管理负责人和团队的努力和坚持。广西容县中通快递网点负责人封印权积极对接商超供应链渠道，在门店前期选址阶段，开展详细现场调研，并根据调研结果确定店铺的大小和开设的位置；积极打造商超供应链，建立“快递+商业”的结合模式，为各村门店提供充足的商品；降低成本，科学化运营。位于四川省大凉山深处的盐源县网点的做法是和当地村委会合作，将快递超市作为村集体经济项目，从而化解快递进村成本高的痛点。浙江海盐、山东寿光、杭州桐庐等地陆续开展“快递驻村”，不断探索“快递进村”到“快递驻村”兼具当地特色的新模式，建设稳固盈利的乡村门店，持续推进县域商业建设。



案例 中通快递助力“黔货出山”，龙里建设大变样

中通快递在龙里县推进“快递进村”，越来越多的“黔货”也得以便利出山，物流商贸产品的集聚效应，为周边产业的发展带来了便捷并节约了成本，家具生产、农副产品加工等产业均因此加速发展。中通快件分拣处理量日均达400万票以上，带动龙里县就业近九千人。同时，龙里县加快快递物流业、工业等行业的大数据与实体经济融合进度，重点围绕推进餐饮、景区、停车场等场所数字化运营，打造行业标杆、试点示范，全面推动大数据与实体经济深度融合发展，带动龙里的社会经济繁荣。



3 带动农户拓销增收

中通快递开辟水果绿色通道，走在田间地头，为当地农户提供采摘、打包、装箱、转运等一系列服务，“一对一”服务农户，畅通寄递渠道，让农产品走出深山。

案例 解决水果运输难，助力“田头到餐桌”

5月，受疫情影响，山西的樱桃、水蜜桃、苹果、酥梨等应季水果大量滞销，运不出去。为此，中通第一时间在省内主要水果原产地设立了揽收点，助力各类农产品上行。中通业务员走在田间，帮助果农打包、装箱。考虑到樱桃的保鲜要求较高，中通专门调配了冷藏运输车，面向全国开通冷链运输服务，其中仅山西省内就开设了六条冷链线路，并通过线上直播共售出樱桃5,000余斤，当天寄出的樱桃全部使用中通“标快”服务，进一步提升了快递时效，实现从田头到餐桌农产品新鲜进城，极大地保障了果农的利益。



案例 运送美味至四海，巫山脆李成为“金果果”

7月，重庆市巫山县13万余亩巫山脆李陆续进入最佳采摘期，中通旗下时效产品——中通标快入驻“中国脆李之乡”重庆巫山，为巫山脆李打造专属寄递路线，并提供时效承诺、定制化包装和高性价比保价方案，助力深山的鲜美美味运往五湖四海。报告期内，巫山县脆李产量约13万吨，产值约17亿元。一颗颗脆李，铺就了一条乡村特色产业链，带动了15万余农民增收致富。目前，公司在巫山县通过“交快合作”、设立末端门店等方式快递进村，乡村覆盖率已达到95%。



案例 走进温县山药种植园，“小山药”变成“大产业”



金秋时节，中通快递走进温县大渠河村的山药种植园，把快递车辆直接开进山药地里，村民就近在河边清洗，用礼盒包装后，直接交付到快递车上，解决了从前销路难、价格低、假“温县山药”抢占市场的种种难题。快递发货，山药价格受市场波动的影响较小，销路更好，农民们可以获得与劳动匹配的酬劳，村里的乡亲们在家门口就可以就业。当地山药产品不断丰富，山药产业链深化发展，山药附加值提高，从2012年每天发货量10余件，目前已达到日均发货量近万件。

专题 2 红色引擎 释放优质发展新动能

SPECIAL TOPIC

党的二十大报告指出，各级党组织要履行党章赋予的各项职责，把党的路线方针政策和党中央决策部署贯彻落实好，把各领域广大群众组织凝聚好。同时报告还指出，加强混合所有制企业、非公有制企业党建工作，激励党员发挥先锋模范作用。

中通快递坚持党建引领，为企业高质量发展引航、筑基、赋能。公司党委力求找准党建工作与企业发展的结合点、与区域发展的共振区，培育先进企业文化、凝聚向上向善力量。中通快递创新培育“幸福中通”党建品牌，通过政治引领，思想引领和组织引领，用上善力量浇灌企业成长，让幸福文化通达员工内心，引领党员坚守本心、引领企业胸怀民心、引领员工筑牢匠心、引领全员奉献爱心，切实打造促进企业高质量发展的“红色引擎”。

01 凝聚思想共识汇合力

中通党委以“业务发展到哪里，党的组织就建到哪里，党的纪律保障就跟到哪里”为根本遵循，为全面传播“红色基因”，凝聚思想，团结一心，中通党委先后组织了共计二十余场次党史学习教育活动，在全网开展党史巡回主题讲座培训，包含了为何向共产党学习、党史学习教育的魅力、党的优良作风、党建推动业务发展等丰富内容，让党的声音传达到每一个员工。



❖ 重庆管理中心开展《向毛泽东学习》专题学习会

为什么要向共产党学习？——从政治上讲

第一，从政治上讲，这是当代中国的最高要求。

- (1) 习近平总书记指出：“历史是最好的教科书，中国革命史是最好的营养剂”。
- (2) 十九届四中全会明确提出：

二是继承发扬红色文化。我们党在长期的革命、建设、改革实践中形成的红色文化，是社会主义文化的革命精髓，是保持我国国际竞争力的精神脊梁。将红色文化纳入文化育人的内容体系，让红色文化进机关、进农村、进社区、进企业、进校园、进社会，在全社会形成理想信念教育、爱国主义教育、国家安全教育氛围，讲好红色革命历史故事，彰显红色文化的教育感召力。

❖ 总部组织召开专题学习会



❖ 四川管理中心组织召开党风教育学习专题培训



❖ 总部组织召开向刘胡兰等革命女性学习专题会

02 融合党建培育新动能

2022年是党的二十大召开之年，中通党委组织全网学习党的二十大精神，倾听党在新时代的最强音，凝聚人心、催人奋进，中通全网学习建设交通强国、畅通双循环、乡村振兴、绿色发展等快递行业发展的奋斗指南，把学习二十大精神贯彻落实到中通快递高质量发展的实践中。



❖ 中通总部集中学习二十大习近平总书记的报告



❖ 江苏管理中心党员代表集中聆听二十大报告



❖ 安徽管理中心党员代表认真聆听二十大报告



❖ 潮汕管理中心青年党员代表喜迎二十大召开

03 加强文化引领促发展

中通快递坚决贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，坚定“红色领航”，积极探索融入区域化党建的实现形式和工作路径，通过开展“线上+线下”主题征文演讲、开展主题党日团建等多元化特色的党建活动，实现总部与区域党建联建，铸就中通企业党建之魂，为团队发展注入新动能。

● 思路联商，促进党建活动多元化发展

中通快递以建党101周年为契机，在属地党委的指导下，在全国多地举行丰富多彩的党建主题活动。



❖ 举办年度党建工作表彰暨“我爱中通”主题演讲比赛



❖ 江苏南京中心举行“颂歌献给党”歌咏比赛



❖ 济南中通党支部前往中共山东省工委旧址党性教育基地开展党史学习活动



❖ 潮汕管理中心党支部赴三河坝战役纪念馆叶剑英纪念馆参观学习



❖ 内蒙古中通党支部赴大青山红色文化公园进行参观



❖ 湖北中通快递、快运、云仓联合参观鄂豫皖苏区革命烈士纪念馆以及李先念故居

● “红色快递”服务社会基层

中通党委通过开展主题教育、“四史”学习教育、党史学习教育等，倡导“学”“用”结合、学以致用，大力开展“我为群众办实事”实践活动，把学习成效转化为工作动力，广泛推动公司党员群众参与服务地区治理项目。



❖ 北京东城区网点党建服务中心



❖ 合肥党支部青年党员志愿服务团队

邮递万里 初心如一

国家邮政局发布的《“十四五”快递业发展规划》指出，要以深化供给侧结构性改革为主线，推进“两进一出”工程，提升服务直销，推动服务和技术创新，带动行业转型升级。中通快递以“用我们的产品造就更多人的幸福”为使命，追求卓越创新，构建全链路数字化智慧物流，不断完善客户服务体系，保障客户信息和隐私安全，致力于打造综合性物流服务平台。

我们关注的议题

- 优质的客户服务
- 数据与隐私安全
- 产品服务创新
- 寄递安全

对应SDGs



我们的行动

- 技术与服务相融合，保障客户隐私安全，优化客户服务体验
- 以转型增效为主线，将数字化技术融入，通过产品服务创新满足客户多样化需求

提供优质服务

中通快递坚守“一切围绕网点，一切为了客户”的服务理念，采用技术与服务相融合模式提升客户服务水平，认真倾听客户的意见和建议，全面构筑完善的信息安全防护体系，提升人员信息风险意识，保障客户服务体验和权益。

优质客户服务

中通快递严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》，成立服务质量中心，持续完善客户服务机制，不断探索科技助力服务，优化服务质量，积极开展满意度调研，提升客户满意度。报告期内，我们更新了《服务质量中心管理条例》，对处罚科目和细则等内容进行了优化。

● 管理举措

中通快递致力于建设完整、全面、科学的客户体验监测能力，通过服务智能化、高效化等方式持续优化服务模式，注重提升客户物流体验，精准高效地满足客户多样化的诉求，持续提升客户体验。

全渠道受理智能机器人

公司智能机器人已实现全渠道覆盖，应用于催查件、下单、咨询等超过300个业务场景，客户进线后优先由机器人为其提供服务，有效提高问题受理效率，增强网络服务能力，同时促进人力成本的合理优化

智能处理

公司构建了智能化处理流程，将全渠道客户诉求进行闭环处理，帮助客户切实解决问题，为客户提供“一站式”服务，提高服务效率

智能质检

公司建立了智能质检系统，监督管理95311话务、在线交流文本，实现跟踪检测及系统自动评分，高效准确地发掘显性及潜在的服务问题，及时介入，干预解决。同时通过多维度的数据分析，找准客户期待与需求，为提升全链路服务水平提供决策依据

智能仲裁

公司借助智能应用及时捕捉网络数据，并实时关注全链路服务过程，在过程中寻找快件异常原因，为网络提供决策管理手段，提升时效

智能客户服务举措

鼓励网点多频次揽交派

鼓励网点多频次揽收快件、交件、派送，避免快件全部集中操作，缓解网点、中心操作压力，缩短网点揽、交、签收各环节用时

鼓励网点直跑

为缩短快件整体时效，鼓励网点更改发件模式，拉直线路，直接将快件运输至末中心或派件网点，提升时效

提升分拣出仓效率

为提升分拣效率，要求网点根据自身件量情况，合理进行场地、产能规划，安装合适的分拣设备，匹配相应数量的操作人员，保证分拣出仓的及时性

减少遗失、破损、“无头件”量

成立“无头件”专项治理工作组，降低“无头件”产生率，推行跟班操作，要求网点安排司机或随车人员，在快件到达后及时分拣装车，做到快件不落地、不滞留

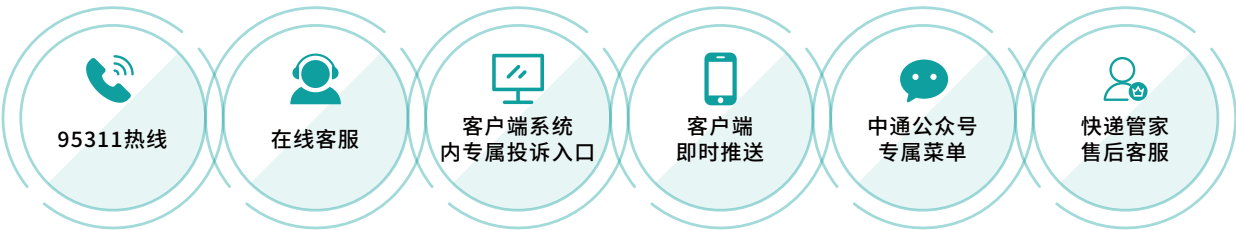
按需配送，提升客户满意度

建立用户画像，针对用户开展针对性、个性化派送服务，按需配送，提升客户满意度

提高产品寄递效率举措

● 客户反馈

中通快递为客户提供畅通的投诉渠道，客户可通过95311、在线客服、客户端、公众号等多渠道进行咨询和反馈。公司制定《服务监督管理条例》等制度，建立售后投诉处理闭环机制，认真倾听客户的意见，及时开展回访跟踪，保证服务质量。同时，公司依托服务质量评价体系指标，在过程中开展监督跟踪，及时关注网络上产生的异常情况，主动介入，降低异常情况及服务失败的影响程度。报告期内，客户投诉回应率和解决率接近100%。



客户投诉渠道

中通快递认真倾听各类客户的心声，通过定性访谈、定量投放、调查走访等方式定期开展覆盖全国范围的B端和C端客户满意度调查工作，围绕影响客户满意度的品牌、产品、服务相关因素，收集客户意见反馈，根据结果重点分析影响客户体验和满意度的因素，提出针对性的改善措施，从而进一步提高客户服务质量。报告期内，客户满意度排名继续保持行业领先。

● 客户服务培训

为树立一线从业人员服务意识,提升专业知识、综合素养与工作效率,使其更好地为客户提供规范化、专业化服务,进而增强客户体验,公司针对不同岗位角色在全网中分别组织开展不同主题的培训工作。报告期内,我们针对网点的业务员和客服员、服务质量中心下属各级职能部门新入职人员及基层管理者开展相应的培训,内容覆盖专业沟通技能、诉求处理能力、揽派服务规范、情绪管理等方面,全方位、多维度赋能员工。全年累计开展赋能培训334个场次、累计参与人次15,460人次,培训满意度超97%。

上岗培训

第一阶段:客服人员入职后,公司组织统一的基础入职培训,课程主要围绕企业文化、公司相关制度、安全等方面

第二阶段:客服员进入业务部门后将通过理论与实践相结合的方式重点接收关于快递行业和行业相关制度的学习

第三阶段:培训完成后,员工将统一接受考核,通过后方可上岗

日常培训

关爱成长培训:公司定期开展心理关怀、情绪管理、业务技能提升等相关培训

线上学习培训:公司开发线上学习平台,为客服人员提供技能提升、情绪管理等丰富多样的学习资源

客户服务人员培训内容

此外,为进一步丰富培训课程的内容,提升客服人员和业务人员学习的便捷性,提高赋能一线的效率,公司搭建了业务员、客服员专属学习平台,截至2022年底,已上线专属课程总计200余个,线上课程时长超6,000分钟,累计学习人次超过1,400万人次。同时,在培训形式方面,我们设计了独特的“每日答题”趣味闯关学习模式,在传播专业知识的同时,增强了培训的趣味性。



客户培训课程

寄递安全管理

中通快递严格执行“三项制度”,通过研发安全管理系统及设备,强化管理机制,加强各环节的安全管理,不断提升安全管理水平,保障寄递安全。

● 落实三项制度

中通快递认真贯彻执行《中华人民共和国邮政法》《邮政行业安全监督管理办法》《快递安全生产操作规范》等法律法规,严格落实实名收寄、开箱验视、过机安检三项制度,加强各环节的安全管理,保障寄递安全。报告期内,公司针对违禁品快件、电池类违规快件、实名寄递等方面开展专项管控举措,持续提升寄递安全管理。

违禁品快件管控

- **增加线上提醒功能:**客户端增加客户输入违禁品字段后显示禁止寄递提示,从前端直接拦截;增加业务员掌中通内对违禁品的提示功能,可实时查询违禁品名单
- **加强违禁品知识宣贯:**报告期内共推出3项关于违禁品的学习课程,加深业务员及网点对违禁品相关内容的认识
- **违禁品知识考核:**增加业务员掌中通对违禁品的答题考试,根据不同类型违禁品答题情况分析目前业务员对违禁品的了解情况,以达到定向学习的目的
- **违禁品抽查:**联动网格长对网点开箱验视环节抽查,要求网点及快递员严格执行三项制度

电池类违规快件重点管控

公司对电池类网点进行深度调研,并对电池类货物进行严格把控与分析,设立电池类风险货物备案流程,严格对电池类产品的客户资质进行审核,最大程度上保证锂电池类业务的安全性

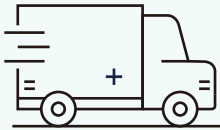
实名寄递工作

报告期内,公司针对网点和业务员协议客户在系统中的实名信息不规范问题进行集中整治,累计对全国322,671个客户账号进行治疗,100%完成了全网所有客户实名信息异常问题整改

2022年公司落实三项制度主要举措

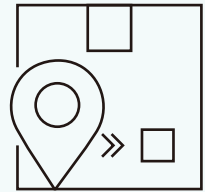
● 保障运输安全

中通快递在遵守三项制度的同时关注运输过程中车辆、快件的安全,加强对运输过程的管理与监督,减少相关风险,避免安全事故的发生。



车辆管理

- 针对不同车型、不同部件进行分类保养
- 及时调整挂箱保养周期
- 定期对挂箱进行关键部件检查



路线管理

- 制定运输时效的同时,考虑班车运输的线路里程、道路环境、天气等自然因素,对不同线路进行运输时效设定,保障驾驶安全
- 将快件与车签、挂箱、车头全程捆绑,运输全程跟踪快件流转,绑定车签的任何快件均可快速查询运输驾驶员相关信息,保证每票快件责任到人



人员管理

- 对班线运输的驾驶员全程监控,设置报警功能,通过时时提醒和管理督导相结合的方式极大程度减少了安全事故的发生概率
- 开展车辆、人员、挂箱的分组,将驾驶经验丰富的驾驶员与车况较好的车辆绑定,固定在山区运行,有效提高山区驾驶安全
- 报告期内,公司开展《道路安全行驶》《山区道路驾驶技巧》《道路安全应急措施》《自燃预防与自救》等培训课题,培训覆盖率达90%,培训总人次17.8万人次,有效提高驾驶员安全意识

保障运输安全的举措

信息数据安全

中通快递严格遵守《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《关键信息基础设施安全保护条例》等国家及行业相关法律法规,先后颁布了《数据安全管理制度》《安全事件管理办法》《场地安全管理办法》《网点安全管理办法》等制度,逐步完善公司信息安全与隐私保护管理体系。报告期内,我们制定发布了《数据保密管理制度》,对数据分类分级、保密举措、管理与改进、责任与处罚等内容进行规范,保障信息数据的安全。

2022年目标

菜鸟安全指数排名保三争一

2022年进展

全年80%天数保持菜鸟安全指数第一

生态圈各公司安全赋能方案落地实施

完成生态圈安全赋能,赋能主机安全、蜜罐、合规等十余个项目
帮助生态圈公司处理安全风险666个

提升员工信息安全意识和SRC影响力

举办系列信息安全宣传及培训活动

● 安全管理

中通快递高度重视信息安全,由集团安全生产委员会负责公司整体信息安全工作,公司信息技术副总裁负责监督落实信息安全与隐私保护工作的开展。通过开展风险监控、安全事件应对、人员校验、系统规范等举措,构建事先预防、事中监控和事后追溯的全过程管理体系,保证公司信息数据的安全。同时,公司设置公开联系方式和邮箱,公司员工及公众对发现的信息安全事件均可进行举报,针对信息安全和隐私泄露事件依据情节轻重按照制度进行惩处。

安全管理中心
信息安全管控部

负责数据保护主要职责工作,包括制定并实施数据安全保护策略,受理信息安全相关事件,并进行事件调查,协同并监督相关部门执行,对其执行结果进行审计,对接外部相关方数据保护需求等

科技与信息中心

履行用户数据安全保护义务与职责,落实数据保护程序所要求的各项措施

集团安全生产委员会

负责公司安全主要职责工作,为公司安全工作负责,包括对信息安全进行管控

公司信息安全管理机制

风险监控

- 开展外部监控、安全预警周期、与外部公司情报共享、漏洞情报收集、舆论监控、识别社会面问题、暗网监控等举措
- 根据事件、环境、频次等因素拦截高风险登录或二次验证，保证查询安全性，每一次查询进行日志记录，并定期进行日志审计，针对识别出的问题开展跟踪处理

漏洞评估

- 制定隐私漏洞评估评分制度，收集隐私问题并进行整改
- 开展安全漏洞评估，完成漏洞的应急修复，实现闭环处理

安全事件处理应对

- 制定《安全事件管理办法》，规范事件定级、相应举措、复盘等流程
- 制定应急响应主流程，从指挥保障和事件处理两方面定期开展应急响应事件处理

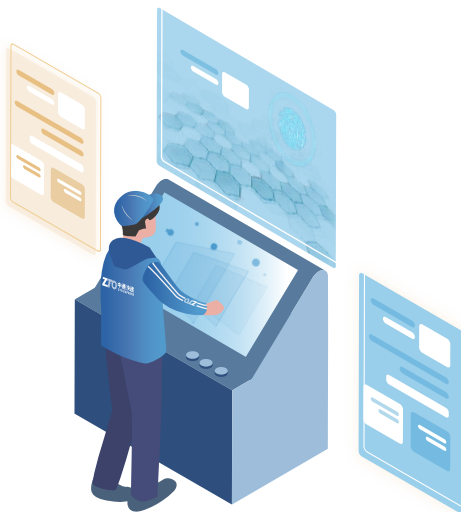
人员校验

- 快递员需要进行人事登记才能注册账号，账号需要身份校验，注册结束才能查看客户信息

系统规范

- 建立统一人事和派件系统
- 针对客户信息没有提供导出功能，隐藏身份信息

信息安全与隐私保护举措



公司定期评估用户信息安全管理情况，已通过ISO 27001、ISO 27701、GB/T 22080等信息安全体系认证，覆盖公司核心业务系统的需求采集与分析、设计与开发、应用系统以及IT基础架构运维服务。报告期内，我们新增英国认可服务组织（UKAS）和中国合格评定国家认可委员会（CNAS）认可标志。同时，公司定期开展信息安全与隐私保护相关内容审计，报告期内，我们完成了12次安全风险月度审计。



信息安全管理体系认证证书

报告期内，公司开展系列优化措施，发布了《场地安全管理规范》，加强对临时工的管理和控制，同时积极推广隐私面单，截至2022年底，隐私面单使用率提升至50%。

培训宣贯

中通快递高度重视树立员工信息安全相关意识，建立信息安全培训制度，面向全网和生态圈公司人员定期组织信息安全宣贯、意识培训和考核，持续丰富员工相关知识储备，加强安全防范意识。

培训活动	培训范围	培训成果
“信息安全提升月”专项活动	全网及生态圈人员	签署信息安全承诺书11,138份
“网络安全宣传周”专项活动，举办“个人信息保护”直播讲座、网络安全知识大挑战答题等多项线上活动	全网及生态圈人员	发放各类安全宣传资料近10,000份 累计参加人次22,830人次
网络钓鱼专项培训	全网及生态圈职能办公人员	参与人次10,383人次
中通信息安全部服务号【信息安全宣贯】栏目	全公司员工	全年发布推送22次，阅读量超过70万
《安全测试培训》及培训考核	全公司员工	共举办3场次

信息安全培训宣贯

创新业务发展

中通快递坚持以科技创新为动力，致力于实现快递全流程的数字化，不断加大新技术、新设备的应用和普及，同时保障快件寄递全过程的安全，推动企业高质量发展。

科技创新

中通快递将科技创新与公司战略、业务密切衔接，积极开展自主研发，借助数字化技术覆盖快递业务全场景，通过创新研发不断拓展产品品类，满足客户多样化的需求。

● 研发创新管理

中通快递持续重视自动化、科技化、智能化发展，组建科研团队，持续加大研发投入力度，实现先进技术与公司产业的深度融合，助推业务价值端到端的高质量快速交付，持续提升公司科研实力和综合服务能力。

● 系统平台迭代优化，提高运营管理效率

随着各省市中心单量、设备、人员进一步增加，人力汇总运营数据的劣势逐步凸显。报告期内，中通快递设计并开发了双十一数据大屏、智能园区等数字化工具实时追踪营运数据，从而提高运营管理效率。

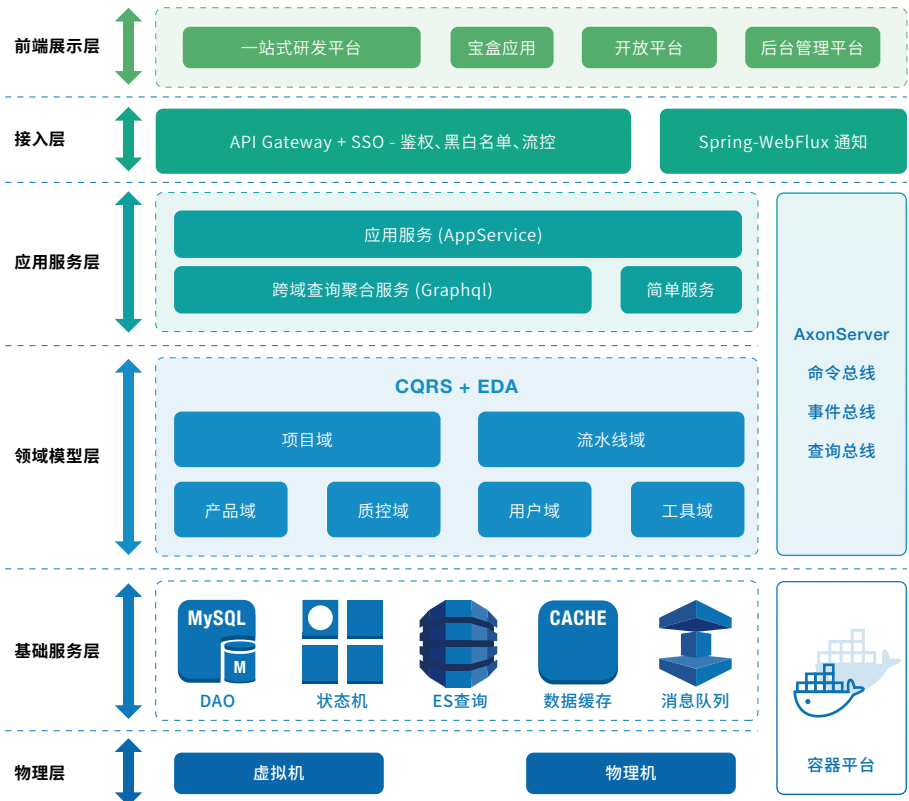
●双十一数据大屏汇总了包含实时业务量、中心操作人员情况、车辆运输情况、预测订单量、压力预警中心预计消化天数等情况，为总部和省区管理层决策提供全套数字化信息支持。

●智慧园区从上至下为省市中心的园区、建筑、楼层、区域、月台和设备建立了数字化档案，为全网转运中心数字化模型的建立，中心操作工绩效的进一步落实和优化提供了可靠的数据基础。

报告期内,公司先后荣获了中国中物联科技进步三等奖、中国物流数字化转型优秀创新企业奖等奖项,并通过了国家级测评实验室CNAS认证。

● 一站式研发平台,打通产研全流程

中通快递致力于推动产研流程相关工作平台的建设,由各部门分散建设向企业统一建设演进,基于此推出一站式工作平台(DevOps),集合需求管理、缺陷管理、任务管理、版本迭代管理、项目管理、测试管理、目标管理、应用与集群管理、发布管理等产研全流程功能,基于主流开源分布式架构体系进行设计,可提供灵活的弹性扩大容量方案。该平台覆盖了产研全流程,打破了信息边界,建立了开放高效的工作协作平台,全面提升各业务线产品的业务敏捷水平与研发效能。



中通快递产研流程一站式工作平台



公司研发创新相关奖项

● 数字化转型

中通快递秉承“互联网+物流”的理念，为生态圈业务打造全场景、全链路的数字化工具，促进数字化转型在“收、转、运、派”快递全周期的应用，为客户提供优质的服务体验。报告期内，公司持续优化和完善信息化系统，发布中心360、网点360、考勤系统、数字化广告牌等，持续拓展业务服务场景，提高全网的综合管理效率和数字化水平。



中心360

为中心负责人和操作经理提供运营信息、经营信息、服务质量、基础信息、中心对比等功能，便于全面掌握实时数据和复盘数据，为降低中心成本、提升操作效能、强化服务能力提供数据支撑



网点360

为管理人员提供网点基础信息、业务发展、日常运营、末端发展、费用政策等相关内容，通过360度全景数据覆盖，帮助一线管理人员快速定位并了解网点情况



考勤系统

完成人脸打卡业务梳理、考勤机软件开发及硬件调试、考勤后台管理功能开发等系列内容，实现全网中心操作工打卡功能推广



数字化广告牌

集合了全网各中心的转运能力、园区规模信息、全链路时效数据、服务质量数据、进出港车辆、中心操作量数据和大小件设备数据等，可同时实现对全网操作工和高运力挂车数据的实时监控

数字化转型

● 知识产权保护

中通快递严格遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规要求，加强对专利、著作权等知识产权的管理和保护，并获得GB/T29490知识产权管理体系认证。报告期内，公司更新了《知识产权管理制度》，对专利申请、实施过程等相关内容进行修订，进一步规范公司知识产权管理。报告期内，公司获得专利65件，软件著作权19件，商标139件，知识产权投入总计超119万元。



专利	软件著作权	商标	知识产权投入总计超
65 件	19 件	139 件	119 万元



知识产权管理体系认证

此外，为增强中通员工的知识产权意识，激发创新活力，提升知识产权转移转化能力，公司定期围绕知识产权、商标、著作权保护和创新为主题，邀请专业资深讲师为全体员工进行相关培训。同时，公司鼓励员工自主申请专利，并落实专利激励制度，根据专利提交数量和质量为发明人及团队提供奖励。

产品创新

中通快递建立完善的快递产品体系，持续丰富快递产品线，基于客户“时效保障、按需派送、超时必赔”等多样化需求，开发中通标快、特快及尊享等快递产品，为平台或特定客户提供个性化的增值服务和定制化的产品。同时，我们积极响应国家邮政局“两进一出”要求，拓展快递进厂、快递出境通道，积极布局最后一公里，从而满足多元化、个性化的市场需求。

快递产品类	中通标快	2022年针对中高端电商、汽配、医药、服装、3C电子、生鲜冷冻等行业重点推广中通标快。目前推出3.0版本，通过末端服务闭环管理，根据不同收货场景修复升级末端派签方式，逐步由以产品为中心向以客户为中心转变
	同时派	为协议客户提供同一销售单多个运单号同时派送的个性化服务
增值类产品	生鲜保	针对生鲜果蔬冻品类需要保鲜的货品上线了生鲜保，在保鲜时效内，对于外包装完好而内物破损比例≥20%的产品，按实际价值全额赔付
	音需达	与字节跳动平台合作，为消费者提供末端派件电联、送货上门的服务
定向化服务	对总拦截	与平台合作或C端用户自主发起拦截，无需与网点沟通自行发起拦截退改，简化平台和网点操作，提升平台在用户退款及疫情场景的拦截效率
	C端改地址功能	于2022年2月上线，为散客自助发起拦截提供便利

2022年公司创新产品和服务

● 快递进厂

中通快递持续推进“快递进厂”工程，深度融合产业链，提供“一站式”寄递服务，持续优化行业供给结构的同时，携手上下游关联企业互利共赢。



北京一号物流中心仓

● 共建仓库，打造快递进厂新模式

中通快递与福田康明斯发动机有限公司围绕零部件LC仓库项目展开深度合作，共建北京一号物流中心仓。该仓库由原先的工厂内部存储模式切换到厂外集中存储、管理、质量检测并按订单配送的模式，将原来由供应商分散管理方式升级为集中管理，使用先进的仓储管理系统，统一和集中管理供应商库存。

通过仓库模式的改变，公司释放了有限的物料存储和作业空间，工厂内部进一步提升自动化、智能化提供了空间条件，同时借助集中管控手段，进一步提高管理效率，降低运营成本。

● 快递出海

中通快递积极响应“走出去”发展战略，围绕“成为全球一流的综合物流服务商”的发展目标，依托中通国际，通过整合海外仓、海外专线、跨境电商供应链，建立“多渠道、多元化、全方位”的服务模式，推动产品国际化、服务全球化，提供定制化的一站式物流供应链服务。

跨境服务	跨境出口：提供跨境出口寄递服务，已覆盖全球220多个国家及地区 跨境进口：提供境外到中国内地的全链路进口产品服务 集运及仓储：提供从中国转运至世界各地，可定制化、安全快捷的服务
海外本土服务	在东盟6国、韩国、非洲5国布局本土运输网络，提供跨境进口、本土派送等服务
中国港澳台地区本土服务	提供中国香港地区的本土仓储、派送服务，及进出口转运服务
特色产品	提供代收货款，货到付款，时效件等特色产品服务，以满足不同场景的物流需求

中通国际产品及服务内容

空运	全面升级中国至新西兰空运专线 开通中国至欧洲14国空运集货业务	冷链	中通国际（中国-柬埔寨）跨境冷链专线正式运行 开通中国（昆明）至泰国（曼谷）鲜花冷链物流服务
海运	澳大利亚海运线路正式运行	仓储	柬埔寨中通新开冷藏仓储服务 缅甸中通瑞丽国际仓正式投入使用 新增国内上海、昆山、深圳、长沙、广州等地9个城市转运仓

中通国际2022年重要事件

● 速达非与运去哪达成战略合作, 强化新兴市场跨境电商物流服务

2022年11月6日, 在第五届中国国际进口博览会上, 中通快递投资的海外快递品牌速达非与行业知名一站式国际物流在线服务平台运去哪达成战略合作, 双方将利用自身优势, 共同开拓非洲、中东及南亚等新兴市场全链路跨境电商物流数智化服务。

未来, 双方将资源互通, 能力互补, 通过科技赋能物流, 优化端到端物流成本, 持续提升客户体验, 为客户创造更多价值, 打造极致性价比服务, 共建新兴市场一站式、全链条、可视化、综合物流服务能力, 共同搭建高端智能的国际物流生态环境。



速达非与运去哪签署战略合作协议

● 免喜生活+

中通快递力图打造自己的“新末端”, 为建立稳定社区末端服务站点, 解决最后一公里派送难题, 创新推出“免喜”品牌。免喜以快递自提需求为切入点, 通过社会化协同的方式, 以高频刚需的到店流量赋能社区小店, 构建一张具备标准化形象和多元化服务能力的社区门店网络。通过数据驱动和技术创新, 提升快递交付体验的同时, 以家庭需求为导向, 致力于成为离消费者最近的社区新零售基础设施。

免喜生活+

致力于提供多元化的最后一公里服务, 面向形象门店、社区和校园及中通代签点, 减少业务员派件操作, 降低业务员被客户投诉签收未收罚款, 争夺快递末端派送市场, 提高网点收益

免喜快递柜

采用物联网、大数据等技术为学校、社区、乡镇、物业等提供收派快递的便民服务终端, 实现24小时寄件/取件服务, 通过智能投递, 结合动态短信密码开箱, 及时提醒收件人自助取件

免喜共配

解决末端多快递品牌配送难题, 为网点降本增效赋能, 在到、发、派、签混扫多快递品牌包裹时, 提供智能化识别及物流轨迹回传能力。对增值拦截件给出声音及文字提醒, 同时可以对问题件做批量登记

免喜产品及服务内容



智慧物流

中通快递秉持“互联网+物流”的理念, 自主研发系列科技产品, 逐渐完善全场景、全链路的数字化、互联化和智能化的业务地图, 打通物流环节的数字闭环, 深入打造“便捷下单——高效揽收——智慧运输——自动分拣——智能派送”全链路的数字化智慧物流。

● 中通数字孪生平台, 实现物流园区智慧化管理

中通快递依托数字平台, 联合生态伙伴, 利用物联网、大数据、人工智能、3D可视化等技术对接各类系统平台数据, 建立中通智慧生态园区解决方案。通过应用数字孪生技术, 搭建中通总部园区数字底座, 实现车辆、办公、安防、生产等全方位立体可视化数字孪生治理与运营, 建设一个完整、数据可视化、规范化的智慧管理平台, 集感知、分析、服务、指挥、监察“五位一体”的物流园区管理, 可解决服务不足、安防薄弱、运营效率低、管理成本高、业务创新难等痛点。



“中通数字孪生平台”

此外, 中通快递开展数字化科学指导车辆管理, 覆盖中心货量预测、计划排班、发车、快件整合、车辆发到跟踪、成本分析等各个环节, 提前发现问题并结合现实操作场景进行及时调整, 从而实现物流的高效管理。

车辆管理

- 维保流程改造、车务工单上线, 实现高效便捷的车辆保障工作
- 实现动态路由规划, 有效提高车辆使用率, 实现车辆资源使用最大化
- 成立运营指挥中心, 从交件到拉派, 实现全流程24小时持续监控。针对车辆发运开发专项页面, 方便指挥中心实时监控发运情况, 辅助一线第一时间发现并解决问题, 形成闭环

● 中智车联服务平台, 保障全流程安全运输

中通快递成立车载平台产研部, 搭建自有车联网平台“中智车联服务平台”, 端设备接入与自管理、车辆与告警数据采集与推送、支撑车辆运营和车辆安监业务场景, 实现车辆运行情况和驾驶行为的数据采集, 监测并推送异常报警信息, 全流程保障中通运输过程。

- **精细化管理:** 图形化展现车辆不同状态, 精确掌握车辆状况, 预先提醒, 提高可控性打破技术壁垒, 实现技术独立自主, 提升企业核心竞争力
- **业务精准分析:** 根据系统数据, 对车辆运行情况、驾驶行为等进行AI智能分析, 实现对车辆及驾驶员的考核数据, 简化结算工作
- **安全预警:** 监测司机危险驾驶行为并提前预警, 主动推送异常报警信息, 保障人、车、货物安全



“中智车联服务平台”

人才培养

- 通过线下培训和总部轮岗两种方式开展培训, 实现管区全网人才培养
- 报告期内, 公司开展了为期半年的车队/调度培训, 持续提高调度对路由、成本、时效的全面管控能力

携手共赢 诚心聚力

快递具备条件建立生产和消费、商品和用户的链接，中通快递正充分发挥渠道作用，顺应产业深度融合发展趋势，与关联产业协同发展。中通快递坚持“同建共享”的核心价值观，整合各方优势资源，积极打通上下游，赋能终端网点，寻求行业间的合作与交流，共同构建生态圈，携手合作伙伴促进快递物流行业可持续发展。

我们关注的议题

- 供应链管理
- 合作共赢

对应SDGs



我们的行动

- 全方位赋能，加强基层网点建设
- 践行可持续采购原则，完善供应链管理体系
- 积极打通上下游，实现合作伙伴共赢

赋能网络伙伴

中通快递坚守“一切围绕网点”的服务理念，通过科技赋能、培训赋能等方式，提升网点能力，强化基层网络服务优势，从而提升公司快递业务品牌竞争力。

● 促进网点数字转型

中通快递采用数字化工具赋能加盟网点，不断推动加盟网点标准体系化的建设，持续提高网点的管理运营效率。

网点端管理工具优化	优化网点进出港快件跟单、网点向下结算、网点量本利、网点发件报价改造、网点人事操作流程改造等，提高网点端管理水平
自动分拣优化	使用创新性地址切分方式生成代理点地址堆，实现自动和代理点堆进行匹配，将自动分拣下沉至驿站层级。截至2022年底，自动分拣设备已推广至52家网点，覆盖1,000余家驿站，进一步提升分拣效率，降低网点分拣成本
四段码推广	联合菜鸟、拼多多等合作伙伴实现四段码的算法学习打印，通过四段码，业务员可看码分拣，网点可直接分拣到站，实现直分直送的新派送模式。截至2022年底，四段码准确率达到93%以上，参与使用网点已超过800家
快递员工具优化	通过RN技术场景化重构核心 workflow，揽派环节操作效率提升20% 降低业务员APP发版时长，业务支持效率提升30% 通过线上化履约要求，如派前电联、送货上门等，履约管控效率提升50% 通过建设客户运营工具和营销活动，形成散件客户发券拉新、准入、分类、报价和对账全流程闭环

中通快递数字化管理赋能网点举措

● 提升网点管理水平

中通快递高度关注网点的需求，开发网络服务热线，收集网点、业务员诉求，及时解决反馈的问题。同时，公司委托第三方专业机构开展《基层网点健康度暨生存发展状况研究报告》，采用电话访问和实地访谈相结合的方式，监测网点健康度指数，深入了解基层网点生存现状及影响因素。针对各网点的现状，公司及时开展报告解读，于报告期内加大了对政策公平普惠、基层权益保障的工作力度，在全网推行政策到边到角，并通过网点业务治理、网点模式调整、网点能力建设等举措进一步提高各网点的管理水平和能力。

● 助力网点技能培训

中通快递致力于协助各网点打造高水平团队，定期开展培训活动，提高网点相关人员的业务技能，同时针对网点存在的问题，开展定期赋能，通过数据分析、找出重点原因、提供对应解决方案等方式协助网点开展管理提升，并对执行和落地效果开展跟踪。

● 经理思维培训，夯实管理基础

为优化全网操作经理的思维模式，建立成本思维与质量思维，主动向精细化转变，报告期内，我们组织开展了操作经理思维培训，内容主要包括《管理者教导力提升》《运营管理基本思维》《问题思维》等。共108位经理参训，培训时长7.5小时。



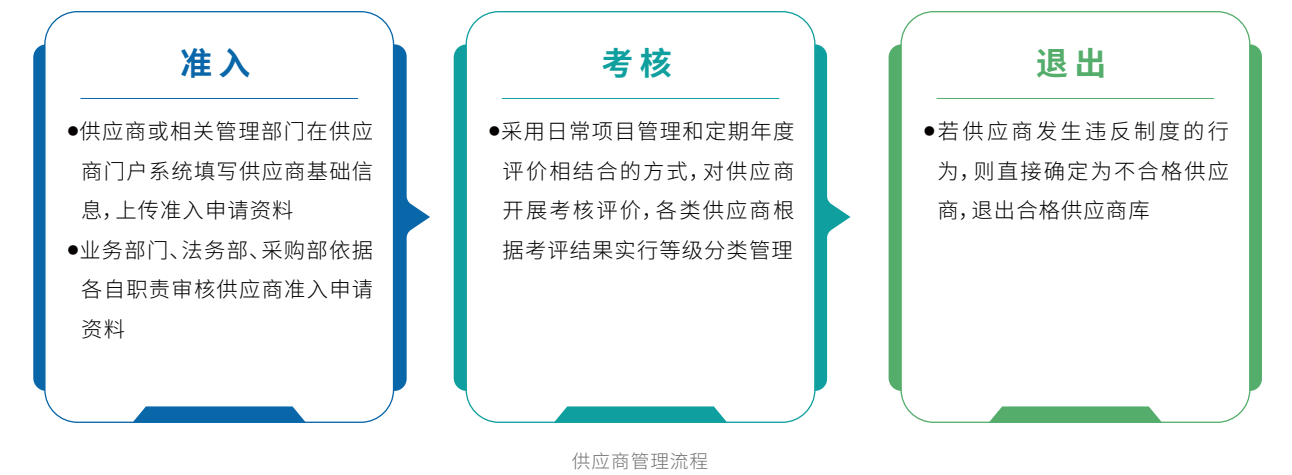
网点经理培训课程

强化供应链管理

中通快递不断优化管理体系，执行严格的供应商准入评估标准，在保障产品和服务质量的同时，关注供应商在商业道德、环境保护等方面的表现，降低供应风险，提升供应链整体管理水平。

● 供应商管理体系

中通快递严格参照国家发布的供应商管理办法，制定了《供应商动态管理制度》《采购管理制度地采细则》《中转设备招标投标管理办法》等制度，明确供应商引入、评估、退出的全生命周期管理流程，形成规范、公正、统一的供应商管理体系。我们积极识别和评估供应商存在的风险，在准入和评估过程中充分考虑供应商的资质、服务能力、稳定性能方面，同时在合同中明确具体违规事件的处置措施，将供应商风险降至最低。此外，我们将集团总部集中采购合作的供应商定义为关键供应商，集采范围包括大部分物料、中转设备、工程配件、车辆、安防物品。



中通快递不断加强供应商管理力度,致力于建立透明、动态、可追溯、负责任的供应链体系。报告期内,我们持续推进供应链管理的线上化,先后上线地采系统、付款线上化、中转设备验收单线上化等平台,进一步提高供应链管理的效率。

关键绩效指标	2022年(家)
供应商总数	6,624
中国大陆	6,597
境外地区	27
本地供应商总数(上海地区)	311
新聘用供应商数量	4,611
2022年共开展供应商审查的数量	300

● 供应商ESG管理

公司秉持可持续采购原则,积极将ESG理念融入供应商管理中,在供应商准入和考核等环节纳入绿色环保、质量管理、商业道德、劳工权益等要素,推动供应商持续加强自身ESG管理。



公司供应商ESG管理

● 供应商培训

中通快递践行合作共赢的理念,针对供应商定期开展质量提升、安全等相关培训,持续提高供应商的综合能力水平。

● 供应商培训,提升服务效率

中通快递北京昌平仓库对当地供应商开展现场培训,围绕仓库安全操作、服务质量提升等进行培训,并通过互动提问、现场演示等方式剖析现阶段工作的不足,加强供应商对安全及服务质量等内容的理解,提升服务效率。



供应商仓储安全培训

促进行业发展

中通快递通过整合集团内外的有效资源,加强与各行业各领域的客户开展合作,搭建一体化物流信息平台,增强综合物流一体化服务能力,为合作伙伴提供专业物流解决方案,提升企业的品牌影响力,推动行业共同发展。

● 综合物流破局,助力汽车行业物流数智升级



中通快递高度定制化的运输和仓储管理系统赋能客户供应链运营升级

中通快递与福田戴姆勒汽车围绕零部件入厂的全程供应链服务开展合作。中通快递凭借深厚的IT技术实力,建立了一套高效的零部件运输标准流程系统。在基础设施资源方面,公司依托分拨中心、班车路线及干线车辆,充分保障其供应商入厂物流运输需求;在仓储业务方面,公司为其提供包含上千种零部件的仓库管理、生产线配送的短驳运输业务。

通过高度定制化的运输和仓储管理系统,实现全程端到端透明化供应链运营,从而大幅提升资源管理和协同能力,助力降低运营成本,提高工厂的库存周转率和生产交付及时率。

● 高标仓+同城夜配,全面提升空调制造业出库时效

中通云仓科技与大金空调签署仓配一体服务战略合作协议,将全国配件RDC(区域配送中心)、DC仓(配送中心)落地昆山花桥仓,中通云仓科技充分利用B2B仓配优势为其提供先进的仓储、运输、配送、供应链解决方案,助力实现供应链转型升级。

中通云仓科技严格执行7S标准管理,将昆山花桥仓打造成为一个“安全、卫生、整洁、有序、规范”的标准化仓库。在库位科学规划、流程精心设计、设备及时投入下,昆山花桥仓有效提升了大金空调项目的物流效率、运营质量以及用户物流体验,整体出库时效缩短50%以上。同时,中通云仓科技针对上海区域45家维修点的配件配送采用同城夜配方式,保障客户第二天一早就可以使用,客户好评率近100%。



中通云仓仓内场景

公司还积极参与国内外行业协会等举办的外部交流活动,致力于通过经验分享携手合作伙伴共同推进快递物流行业的发展。

● 冷链网络化解决方案,全程管理满足行业个性化需求

2022年9月,中通快递受邀参加2022中国国际服务贸易交易会,分享中通冷链物流网络的最新成果。

中通冷链可追溯、全程温控的“小票零担门到门全程冷链服务的网络化解决方案”,可实现“工厂——终端门店”的直链,并对全程轨迹温度实现实时监控,实现全场景、全链路、数智化管理,做到全程不断链、全程温控可视、全程信息可追溯,全面实现门到门全程冷链。品牌方可实现小批量、多批次生产,从而减少库存损耗问题,降低因终端客户需求预测不准而产生的无效调拨以及多个环节供应商的管理成本。



中通快递受邀参加“2022中国国际服务贸易交易会”

● 中通深耕轮胎全链路物流一体化,助力轮胎企业提质增效

2022年8月14日,中通快递受邀参加由中物联汽车物流分会主办的“2022全国汽车零部件物流大会”,并发表《轮胎物流智慧转型升级之路》演讲。

公司已形成从采购到生产,再到销售/售后物流于一体的端到端综合物流解决方案。针对轮胎行业特性,在运输层面,集成了L-LTL大零担模式(点到点直达,中间不卸货)和S-LTL小零担模式(VIP尊享服务)以及整车运输等三种模式助力轮胎企业供应链提质增效;在仓储方面,为客户提供标准仓储作业、仓储规划等服务,并通过自动化/无人化搬运,大大提高仓储作业效率。

目前,公司已与米其林、倍耐力等多家轮胎行业龙头企业开展供应链项目合作,未来将继续推进运输网络与科技研发能力建设,结合已有资源及科技研发优势,为轮胎以及汽车、汽车零部件、3C及高端制造、快消与零售等行业,提供一体化综合物流行业解决方案。



中通快递受邀参加“2022全国汽车零部件物流大会”并发表主题演讲

绘美生态 精心呵护

快递行业运输车辆的燃油消耗和包装使用容易对生态环境造成负面影响，因此，推动快递行业绿色发展，是建设现代流通体系的题中应有之义。中通快递积极贯彻落实绿色发展理念，不断建立健全绿色管理机制，在仓储、包装、运输、配送等环节，加大新能源、智能化、数字化、轻量化装备的投入，加快形成绿色基础设施和交通运输网络，努力构建低碳、循环的商业模式，以行业领军企业的责任与担当助力快递行业绿色转型。

我们关注的议题

- 应对气候变化
- 能源管理与温室气体排放
- 包装材料使用
- 废弃物管理
- 减少污染
- 水资源管理

对应SDGs



我们的行动

- 加大清洁能源投入和设备升级，减少温室气体排放
- 推广绿色包装，提高资源利用效率，减少废弃物，引导绿色低碳的快递消费模式



夯实环境管理

中通快递严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》等国家和地方政府有关环境管理的法律法规，并根据 ISO 14001 建立环境管理体系，制定《绿色采购制度》等覆盖生产运营各环节和供应商、承包商等合作伙伴的环境管理制度，成立由常务副总裁领导的节能环保绿色项目组，协调各部门落实具体节能环保工作，明确“揽收、分拨、运输、配送”等作业环节的任务清单及工作方向，动态改进公司环境管理机制，持续优化环境管理成效。报告期内，公司未发生环保违规重大处罚事件*。



中通获得ISO 14001环境管理体系认证证书



中通节能环保绿色项目组组织架构

注*：重大处罚事件指处罚金额超过1万美元的事件

应对气候变化

中通快递深知气候变化相关风险对自身正常运营的影响。随着国家“双碳”战略、“1+N政策体系”以及行业内一系列推进邮政快递业绿色低碳转型政策的出台，为公司更好地应对气候风险，践行绿色发展指明了方向。公司将积极践行国家碳达峰碳中和目标，由ESG委员会对应对气候变化相关工作进行监管，通过气候风险识别和政策分析，对可能存在的潜在气候变化风险做好应急预案，并在自身生产和运营过程中采取多种节能降碳举措，主动应对气候变化带来的挑战和机遇。报告期内，公司发布《中通快递绿色发展蓝皮书》，为快递行业绿色发展提供参考和借鉴。



《中通快递绿色发展蓝皮书》

建章立制，积极推进节能减排管理制度化

- 公司ESG委员会全面统筹公司节能减排政策的制定、执行和监督，监察公司风险管理架构及可持续发展风险
- 成立节能环保绿色项目组，定期统计公司对于推进使用低碳环保材料、车辆等的进展情况，将碳排放监测、减排工作常态化、规范化，使碳达峰贯穿于业务发展的方方面面

技术研发，有力保障节能减排管理科学化

- 加大节能环保方面的技术研发投入，提高绿色包装使用率，增加新能源的使用范围和使用占比，帮助网络合作伙伴改造升级分拣设备和运输工具，实现快递包裹运输的全链路绿色化、智能化，最终做到经济效益、社会效益、生态效益的显著改善

群众路线，稳步实现节能减排管理大众化

- 通过奖励手段鼓励消费者循环利用快递包装物，发挥消费者在快递包装物回收利用中的主体性地位以及快递公司的主导性功能，强化消费者对于节能减排的情感认同和理性认知，依靠群众力量扎实高效实现快递包装物的节能减排工作

探索自愿减排项目

- 积极探索快递行业自愿减排项目及方法学的可行性

中通快递节能降碳承诺

气候风险识别

中通快递安全管理团队对气候变化可能引发的影响公司正常运营和安全的潜在风险进行判断，识别出包括台风、寒流、热浪等极端天气风险隐患，并制定和完善预警工作及应对机制，编制《灭火和应急疏散预案演练制度》《防汛应急预案》等政策制度，降低实体风险对企业正常运营的影响。此外，公司还深入研究“双碳”领域相关政策（包括碳排放权交易机制、平均燃料消耗量与新能源汽车积分交易机制、绿色电力试点交易机制、地方性碳普惠机制等若干项政策机制），降低财务影响甚至违规风险，并尝试通过内部培训、外部合作、低碳运营等方式，提升公司对转型风险的应对能力。

低碳运营

中通快递将积极践行国家“双碳”目标，除了对现有运输及仓储设备开展节能改造外，还在新建项目的规划设计中，参考绿色建筑等评价标准，进一步提升自身环境效益。此外，公司还为员工提供环保绿色培训，引导员工通过绿色办公和生活等方式，共同为减缓气候变化而努力。报告期内，公司可再生能源发电量30,000兆瓦时，其中约21,000兆瓦时自用，余量上网。

能源消耗	单位	2022年数据
综合能耗量	吨标煤	641,020.95
直接能源消耗量	吨标煤	612,355.02
柴油	吨	420,256
可再生能源	兆瓦时	21,000
间接能源消耗量	吨标煤	28,665.93
外购电力	兆瓦时	233,246
能源消耗密度		
直接能源消耗密度	吨标煤/万元人民币	0.173
间接能源消耗密度	吨标煤/万元人民币	0.008
综合能源消耗密度	吨标煤/万元人民币	0.181

注：能源消耗量的计算参照中华人民共和国国家标准《GB/T 2589-2020 综合能耗计算通则》

温室气体排放		单位	2022年数据
直接排放（范围一）		吨二氧化碳	1,324,339
间接排放（范围二）		吨二氧化碳	133,020
其他间接 排放（范围三）	透明胶带	吨二氧化碳	1,718
	面单	吨二氧化碳	49,251
	其他	吨二氧化碳	78,945
温室气体排放总量		吨二氧化碳	1,587,273
温室气体排放密度			
直接排放密度（范围一）		千克二氧化碳/万元人民币	374
间接排放密度（范围二）		千克二氧化碳/万元人民币	38
温室气体排放密度		千克二氧化碳/万元人民币	449

注：温室气体排放量的计算参照《2006年IPCC国家温室气体清单指南》、中华人民共和国国家发展改革委《工业其他行业企业温室气体核算方法与报告指南（试行）》，电力折算系数（2022中国电网平均排放因子：0.5703千克/千瓦·时）参照国家生态环境部《关于做好2023-2025年发电行业企业温室气体排放报告管理有关工作的通知》。

● 低碳寄递

中通快递致力于提升寄送各环节的绿色化水平，大力推广绿色包装使用，推进运输和配送设备绿色转型，加强中转环节智能化和绿色化配套设施建设，助力加快构建绿色交通运输体系，让快递物流更加环保、更加低碳。报告期内，公司车队平均车龄为3.4年。

揽收环节

- 持续加大电子面单的推广和使用
- 在保证物品包装安全的前提下，大力推广绿色、可降解、可循环使用的包装
- 提升绿色揽收交通工具的覆盖率
- 运用大数据、数字地图等技术手段，及时调整作业区域大小和揽收任务，提高单车装载效率和揽收效率
- 大力推广自助收寄服务，利用大数据、互联网等技术，在合适的地点投放如“小蓝桶”等智慧末端自助收寄服务设备，减少上门收寄次数

分拨环节

- 中转环节大量应用大件自动分拣、小件自动分拣、伸缩机、动态秤等智能分拣设备，减少装卸过程中的快件磨损，降低快件破损率，减少缓冲物和封装胶带等耗材用量
- 逐步在转运中心分拣场地配置了光伏设施，实现并网发电

运输环节

- 干线运输环节，尝试使用以液化天然气为燃料的新能源汽车，减少二氧化碳及其他废气的产生
- 不断加大车用尿素使用量，规范车用尿素使用
- 优化常规干支线行车路线和班次，减少因运输线不合理而产生的额外能源消耗。通过科技算法，提高装载率，缩减发车班次，有效降低污染排放
- 在干线运输环节，大力推广高运力牵引车和挂车，减少燃油消耗和污染物排放
- 探索氢燃料电池物流车应用场景，与相关企业签署战略合作协议，共同推进氢能源物流车的落地应用与推广

配送环节

- 不断提高绿色车队的规模，包括电力、混合动力、燃料电池作为动力的绿色配送车辆
- 在偏远地区引入无人机，减轻地面交通负担，降低单位能耗；加大自提设备及网点的投放，缩短配送频率及距离

中通快递低碳寄递实践

● 报告期内

- 新型绿色环保袋入选中国快递协会2022年度绿色快递示范产品
- 车辆节能减排-高运力牵引车在干线运输上的运用、中通快递环保袋系统、光伏发电项目入选中国快递协会2022年度绿色快递示范项目



● 低碳办公

中通快递倡导绿色低碳办公，从办公作业场所规划设计到培育低碳办公习惯，公司始终将低碳和可持续发展理念贯穿始终，为建设低碳社会贡献中通的力量。

办公作业场所设计与建设

- 将周边自然环境、地势地貌、气候等因素考虑在内，结合“海绵社区”理念、现代绿色建筑设计理念、设计技术和建筑材料，充分利用自然风、自然光
- 增加光伏发电和充电桩，减少建筑本身的光污染、排放污染，与周围生态环境有机结合，减少光照、冷暖、通风、数据存储等设备的能耗
- 应用装配式建筑，采用预制叠合板、预制楼梯段、非砌筑内隔墙，由厂家生产后现场进行吊装，满足建设要求的同时极大的提高效能，节能减排，保证工程质量、节约资源和降低成本

应用节能设备和清洁能源

- 在转运中心推广使用太阳能等清洁能源，并通过数字化、智能化的系统管理，推行无纸化办公
- 在总部生活区安装空气能热水器，耗能是普通热水器的1/7-1/4
- 尝试在全网推行工业电网净化节电设备，安装后预计可以节约电8%

培养低碳办公习惯

- 合理调整电脑设置，启用节能模式，下班关闭电脑和显示器，禁止待机过夜
- 使用节能灯，部分公共区域建议安装智能控制器照明
- 复印机或打印机启用节能模式，尽量线上化，避免不必要的复印或打印

中通快递绿色办公举措

● 绿色文化

中通快递积极响应“碳达峰碳中和”的整体发展方针，深化落实“绿色低碳，节能先行”，通过内部会议、“中通学园”学习平台、中通官网、官方微信等渠道进行宣贯，供全网员工学习交流，并以考试形式进行知识巩固，提高全员环保意识。报告期内，中通快递累计开展绿色发展宣贯培训10场，4,307人次参与。

推广绿色包装

中通快递坚持减污和降碳并重，制定《快件包装操作规范》，加快推进快递包装减量化、标准化、循环化，着力构建快递包装循环利用体系，积极响应国家邮政局2022年“9917”工程^{*}，在全网范围内，大力倡导并推广电子面单、“瘦身胶带”、循环中转袋、循环快递包装盒等绿色低碳包装，助力形成绿色低碳的生产运营方式和快递消费模式。

电子面单

一张一联单相比五联单节约了4张纸。截至2022年底，中通电子面单使用率为**100%**



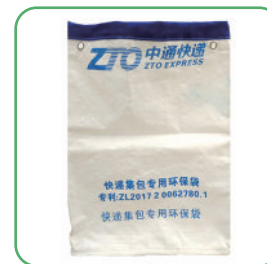
“瘦身胶带”

中通快递优先采购“瘦身胶带”并逐步在全网范围内推广使用。截至2022年底，总部采购“瘦身胶带”的比例为**100%**



绿色循环中转袋

与传统的一次性编织袋相比，绿色循环中转袋可重复使用100次以上，单次使用成本节约**50%**以上。截至2022年底，全网可循环中转袋单年投入量**1,377.75**万个，累计投入量**3,225**万个



包装回收

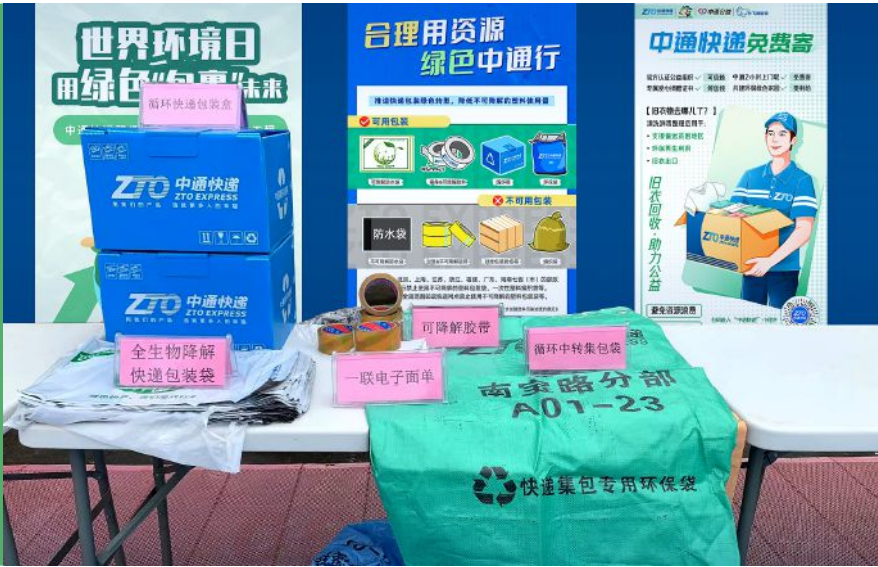
中通快递继续推进“回箱计划”，促进包装分类回收和循环使用。截至2022年底，绿色回收装置累计投入**25,327**个



中通快递绿色包装

注*：“9917”工程指2022年底实现采购使用符合标准的包装材料比例达到90%，规范包装操作比例达到90%，投放可循环快递箱（盒）达到1,000万个，回收复用瓦楞纸箱7亿个。

此外，中通快递围绕减塑降塑主题，在一线营业场所或包装废弃物回收装置旁，张贴减塑主题海报，引导寄件用户规范快件包装流程，推动寄递绿色化，促进经济社会发展的绿色转型。



绿色活动宣传海报(上)和绿色包装(下)

包装采购量	单位	2022年数据
透明胶带	千克	621,440
面单	千克	26,309,070
防水袋	千克	2,926,800
信封	千克	27,437,625
其他包装	千克	88,170
包材密度	千克/百万人民币	1,622.05

注:透明胶带计算方式较往年发生变化,往年由华东区域的采购量估算整体采购量,2022年因系统数据完善,基于总部集中采购数据推算整体数据,更加接近实际情况;其他包装包括纸箱、中转袋

● 信息化系统赋能绿色包装产品使用

为进一步提高包装利用效率,减少环境污染,中通快递自主研发环保袋系统,对全网环保袋的使用、管理和运营提供有效支持,并实现对中心及网点环保袋使用情况的实时监控,实现线下操作数据线上化,有效减少网点编织袋使用量,降低网点成本,助力快递行业绿色发展。



中通快递环保袋系统

加强污染防治

中通快递严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《国家邮政局关于全面加强生态环境保护坚决打好污染防治攻坚战的实施意见》等相关法律法规要求,制定并完善资源使用及污染防治制度和管理机制,规范资源使用和排放物管理,并承诺合理使用水资源,对产生的废气、废水、废弃物进行合规处理,杜绝因处置不当而引发的环境风险,同时,通过管理优化和设备升级改造,提高资源使用效率,从源头减少各类污染物及废弃物的产生,降低生产运营对环境产生的负面影响。

污染物	排放管理措施
废水	- 将海绵城市理念融入办公作业场所设计建设 - 布设雨水回收利用系统和中水回用系统,提高水资源利用效率,减少废水排放
废气	- 应用太阳能、液化天然气等清洁能源,减少废气产生 - 通过合理规划运输干线,推广高动力车型,减少污染排放
废弃物	- 有害废弃物和一般固体废弃物分类收集管理,委托具有服务资质的第三方对不同类别废弃物进行合规处置 - 通过推广绿色包装、应用智能分拣设备,减少包装、耗材等废弃物的产生

废气	单位	2022年数据
总排放量	吨	7,848
氮氧化物(NOx)	吨	7,241
硫氧化物(SOx)	吨	8
颗粒物	吨	599

注:废气排放物来源于柴油车辆,废气排放量计算参照香港联交所《环境关键绩效指标汇报指引》。

废弃物	单位	2022年排放量
无害废弃物	吨	3,168
有害废弃物	千克	3,936

注:无害废弃物通过无害废弃物处理费用估算,有害废弃物根据有害废弃物来源的采购重量与当年消耗比例估算;2022年统计范围较之前扩大,并对2020、2021年数据进行追溯重新计算。

水资源	单位	2022年数据
取水量	万吨	421.1
排水量	万吨	400.1
耗水量	万吨	21.0
水耗密度	吨/百万元人民币	5.95

注:公司取水为市政供水。



以人为本 同心筑梦

中通快递珍视每一位员工的努力与付出。我们秉持着“人才就是硬实力”的人才理念，不断完善员工权益保障机制，营造健康、平等、包容的工作和生活氛围，支持员工成长，为员工提供暖心的关爱福利，保证企业稳定持久发展，与员工共同进步。

我们关注的议题

- 员工权益与福利
- 多元化与包容性
- 职业健康安全
- 员工培训与发展

对应SDGs



我们的行动

- 提供有竞争力的薪酬福利和丰富多样的关爱活动，构筑全方位的人权保障体系，畅通员工沟通渠道，保障员工权益
- 持续关怀女性员工、外籍员工及少数民族员工，形成多元融合的职场环境
- 健全安全管理制度，设立安全管理目标，开展健康安全培训，确保安全保障措施落实
- 建立完善、清晰的职业发展机制，培养有潜力的人才

我们关注的议题

- 社区参与
- 乡村振兴与共同富裕

对应SDGs



我们的行动

- 开展爱心助学公益活动，关注弱势群体
- 持续开展关爱户外一线工作者活动，支持社区建设，构建有温度的城市
- 帮助社区、国家抗疫赈灾，发挥行业优势，进行公益承运

落实员工权益保障

中通快递秉承“共建共享、信任责任、创新与企业家精神”的核心价值观，严格落实员工权益保障工作，切实维护员工合法权益，注重提升员工的归属感和幸福感，构筑员工可信赖的温馨家园，与员工共享发展成果。报告期内，员工劳动合同签订率100%，五险一金缴纳覆盖率100%。

人权承诺

中通快递构筑全方位的人权保障体系，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国未成年人保护法》《国际劳工组织公约》等法律法规，以提倡平等、民主协商为基础原则，制定了中通《员工管理制度》《招聘管理制度》等内部规章制度，严令禁止雇佣童工与强制劳工，确保聘用的员工均达到合法工作年龄；同时，注重多样性与包容性，反对歧视、保障女性权益、禁止暴力与骚扰，若发生相关问题，会依据相应管理制度进行处理，确保员工不因性别、年龄、国籍、种族、宗教信仰、家庭与健康状况等因素而受到区别对待，把尊重和保障人权贯穿运营的各个环节。此外，公司还设立举报邮箱和电话热线，鼓励员工对侵犯人权和非法用工的事件及时向相关部门等进行举报投诉。报告期内，中通快递未涉及重大劳动争议事件且未收到有关人权问题的投诉。

雇佣与留任

中通快递不断修订与完善《招聘管理制度》《面试官认证管理办法》《培训管理办法》《员工晋升管理办法》《集团表彰奖励管理办法》《福利管理制度》等内部规章制度，对背景调查、转正留任、职位晋升、人才画像等模块明确，以“公平、效率、竞争、结果”为原则，通过线上化、体系化、标准化的面试方法，保障招聘科学有效。在招聘渠道方面，公司通过内部推荐、内部竞聘、外部招聘等方式，积极开展多样化的招聘活动，为公司吸引更多优秀人才。



中通快递主要招聘渠道

● 内部人才选拔，不屈一格降人才

中通快递开展“不屈一格降人才”项目，重点面向基层各个中心和网点进行人才选拔。我们致力于为全体员工提供平等的职业发展机会，激励各个领域、各个层级的员工勇敢展现自我，让有能力、有担当、有潜力的人才被看见，而中通竭尽所能为员工提供施展才华的平台，与员工共同创造长期价值。

截至2022年底，中通快递员工人数共计24,888人，外包人员59,000人，具体员工分布情况和流失情况如下：

		2021	2022
性别	总员工数	23,865	24,888
	男	15,451	15,941
	女	8,414	8,947
雇佣类型	全职	23,865	24,888
	兼职	0	0
	29岁及以下	6,440	6,753
年龄	30-50岁	14,836	14,982
	50岁以上的员工	2,589	3,153
地区	上海地区	3,564	3,848
	非上海地区	19,537	21,040

截至2022年底，中通快递平均招聘成本为512元人民币，新进员工6,813人，具体分布情况如下：

		2022
性别	男	3,985
	女	2,828
年龄	29岁及以下	3,908
	30岁至49岁	2,544
	50岁及以上	361
职级	高级管理人员	9
	中级管理人员	440
	基层员工	6,364
民族	少数民族	466

2022年员工流失率

性别	男	22.68%
	女	26.48%
年龄	29岁及以下	35.67%
	30-50岁	18.69%
	50岁以上	18.38%
地区	上海地区	17.19%
	非上海地区	25.23%
职级	高级管理者	8.02%
	中级管理者	13.56%
	基层员工	25.24%
民族	少数民族	26.67%
总员工流失率		24.09%

民主管理

中通快递注重员工交流，建立广泛、有效的员工沟通机制，通过员工座谈会、心声面对面活动、沟通邮箱与热线、日常反馈等方式，积极了解员工的建议并及时解决员工关心的热点、难点问题，形成全员参与的民主管理格局，提升了员工的主人翁意识。此外，我们还充分保障员工的自由结社权，员工可依照法定程序组织或参加具有持续性的社会团体。我们开展员工满意度调查，持续倾听和回应员工的心声，致力于为员工打造幸福、满意的工作环境。报告期内，根据使命目标、组织架构、领导/管理、关系和流程、奖励和激励、帮助机制、对变革的态度七个维度调查的员工满意度为88.43。

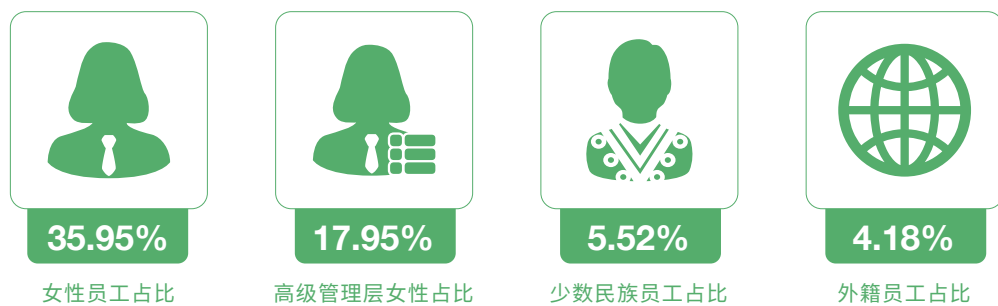


中通快递主要沟通渠道

中通快递设立工会，严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《上海市集体合同条例》等法律法规，连接员工与管理层，促进企业可持续发展。2022年，公司工会召开了第四届职工代表大会，新签订《工资专项集体合同》，对薪酬、工作时间、女性员工特殊保护等事宜进行优化更新。报告期内，公司工会成员数1,638人，员工集体协议覆盖率为100%。

员工多元化

中通快递致力于建设开放、多元、包容的企业文化和工作环境。我们设立女性员工专项保护合同，全方位保障女性员工权益，并尊重不同文化、民族背景员工的习俗。此外，我们还积极为退役军人、残疾人创造工作机会，打造开放并富有责任感的人才队伍。截至2022年底，女性员工占员工总数的35.95%，管理职位中（组长级及以上）女性员工占比36.63%，高级管理者中女性员工占比为17.95%，初级管理者中女性员工比例44%，在创收职能部门担任管理职务的女性占所有此类管理人员的比例为31%，STEM相关职位中女性员工比例为23%，少数民族员工占比为5.52%，外籍员工占比为4.18%。



快递员权益保障

中通快递遵循交通运输部、人力资源部等多个部门联合发布的《关于做好快递员群体合法权益保障工作的意见》，通过快递员派费直链、末端App直接结算等方式，保障为快递员提供及时且合理的劳动报酬。公司专项部门“蓝蜂项目部”从劳动就业、社会保险、医疗卫生、职业培训等方面建立健全快递员权益保障体系，筑牢快递员权益保护屏障；报告期内，我们开展多场快递员权益保障恳谈会、董事长慰问等活动，了解快递员诉求，细化解决方案并持续跟进，稳定快递员收入，提升快递员的归属感和幸福感。

● 权益保障恳谈，关爱快递员赋能网点

2022年，中通快递在河南、山东、福建、云南、四川等地相继开展快递员权益保障恳谈会，网络管理部、服务质量部等部门负责人还有百余名快递员代表参加，管理层与快递员们进行了深入的面对面交流，就日常工作中遇到的问题和提升快递员权益保障进行了交流和沟通，各中心根据快递员的意见开展了积极的讨论并采取行动，确保各地快递员的声音被听见、有回应，增强快递员的安全感、融入感、获得感。



快递员权益保障恳谈会

强化职业健康安全保护

中通快递相信保障员工安全是确保企业高质量发展的重要支撑。因此，我们坚守生命至上、健康珍贵，坚持安全和发展并重，做到安全和发展互为条件，彼此支撑，扎实推进安全管理体系，明确职业安全管理目标，有效识别安全风险，使员工安全有保障、工作体面有尊严。

安全管理

中通快递严格遵循《中华人民共和国安全生产法》《建设工程安全生产管理条例》等相关法律法规，深入推进安全管理，大力创建本质安全型企业。我们建立了覆盖总部、中心和一线的安全管理组织架构，在公司总部设置由董事长领导的安全生产委员会，在一线设有安全员、安全代表，健康安全绩效与安全生产委员会成员绩效挂钩，实现安全管理工作规范化、精细化。报告期内，通过完善了《消防安全管理条例》《寄递安全应急处理机制》《实名寄递管理制度》《快件操作场地信息安全管理规范》《邮路安全管理条例》等多项规章制度，开展安全生产排查，定期对业务范围内所有职业健康安全制度体系和机制建设进行审查工作，持续完善适用于所有员工及承包商等合作伙伴的健康安全管理标准，全面达成2022年“重大事故及有责事故同比下降”的安全目标，确保安全管理贯穿落实经营的各个环节。

● 安全风险识别

中通快递加强对安全风险的识别、分类管理和应对工作，将安全风险划分一到五级，针对重大级风险建立了应急预案和应急响应机制；我们针对包括台风、寒流、热浪等极端天气相关的气候风险进行了气候风险识别和预警工作，增设风扇、定期体检、心肺复苏、应急演练等措施进行气候风险的控制；此外，我们定期开展覆盖全体员工的安全风险培训，提升员工对健康安全风险的主动预防及应对能力，真正做到安全的思想与行为和谐统一，有效降低安全风险。



职业健康

中通快递遵守《中华人民共和国职业病防治法》、国际劳工组织倡议的《职业健康安全管理体系导则》等相关法律法规，通过ISO 45001:2018职业健康安全管理体系认证，设立健康保障机制，每季度发布《健康知识手册》，定期开展健康培训及探讨，提高员工健康保护意识、预防工作场所的事故、减少职业病的发生，为全体员工创造一个安全、舒适的工作环境。报告期内，我们未发生职业病相关事件。

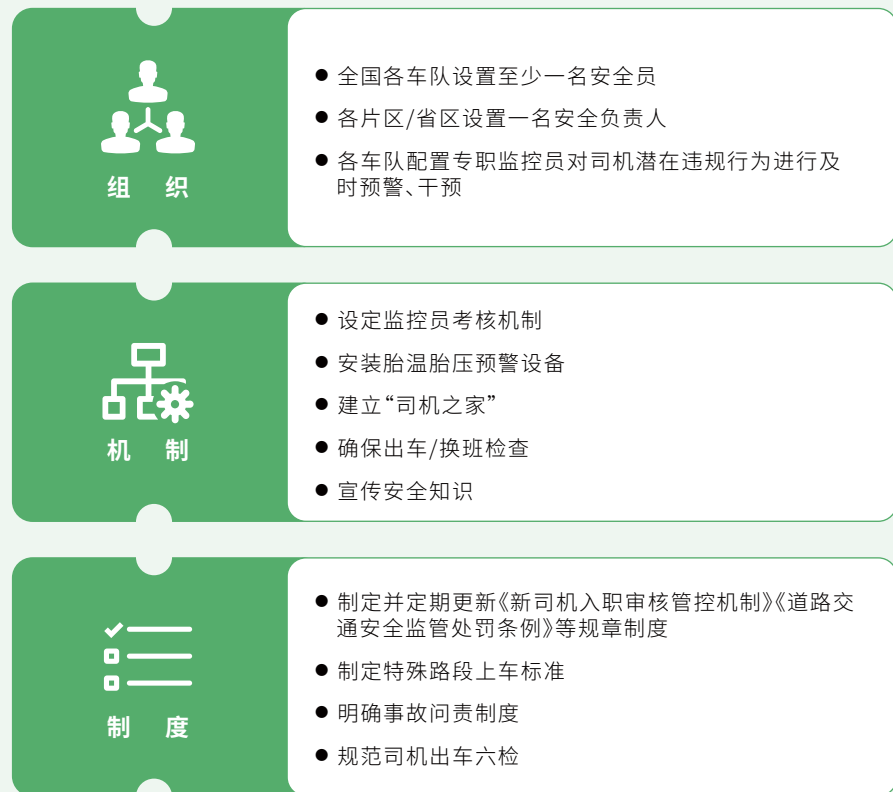
中通快递全面守护员工安全，贯彻落实保障安全管理到位、隐患排查到位、设施安全管理到位、细节部署到位，全面筑牢“安全中通”底线。



职业健康安全管理体系认证

● 道路安全

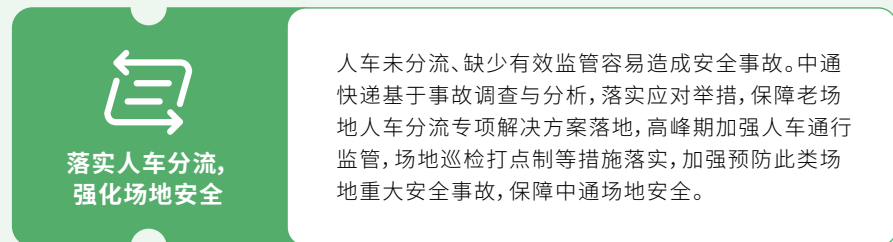
中通快递制定并定期审查《新司机入职审核管控机制》《道路交通安全监管处罚条例》等规章制度，从组织、机制、制度三方面入手，全方位保障运输车队司机道路安全。



中通快递道路安全管理

● 场地安全

中通快递建立场地线上安全巡检机制常态化，新建《场地设备生产安全防护验收标准》。基于智能安全巡检系统，对日常隐患持续排查整改，提升设备工艺安全规范，加强设备安全防护标准。



中通快递场地安全管理

安全培训

中通快递坚持安全第一、预防为主。因此，我们注重培养全员的安全意识，开展危机管理，鼓励员工主动开展隐患排查与上报，并广泛地进行安全文化普及，提升员工安全生产自觉性和自我保护能力，不断凝聚起安全发展的坚实力量。

● 全面开展安全培训，凝聚中通安全力量

中通快递开展定期安全员专项培训、应急志愿者队伍专项培训、班前例会培训、特种作业人员培训等一系列安全培训活动，培训内容包括安全员专业技能、消防安全知识、日常隐患排查、自燃预防与自救、道路安全应急措施等，筑牢全员的安全意识，持续提升公司全方位、全过程、全天候，不留死角的安全管理能力。报告期内，培训活动共计开展6,243场，参与员工达52.6万人次，员工覆盖率96%。



安全员专项培训

报告期内，公司发生工伤事件数量69起，死亡人数7人，因工损失工作日数共计1,111天，百万工时损失工时事故率0.16。我们严肃对待每一起工伤事件，进行安全管理总结与反思，加强隐患排查，落实整改措施，最大限度避免安全事故再发生。

安全统计	单位	2020	2021	2022
因工亡故人数	人	10	10	7
因工亡故比率	%	0.04	0.04	0.03

疫情防控

中通快递作为行业领头企业，积极响应国家防疫政策，持续跟踪疫情动态，开展疫情防控和网络帮扶专题工作会，出台网点帮扶和小哥关爱，涵盖疫情防控、稳工稳产、减负保收、权益保障等方面的9条抗疫暖心举措，从各个环节保障运营安全，全方位守护员工和伙伴健康。

网络帮扶纾困

- 在2021年设立的1亿元“小哥关爱基金”基础上，追加5,000万元，对中通全网因疾病、意外伤害等原因导致生活困难的快递员及其家庭提供资助
- 在原有1亿元新冠肺炎疫情防控专项基金基础上，追加5,000万元，加大力度保障一线员工健康安全、保障网络安全稳定、保障履行社会责任
- 中通金融会追加5亿元贴息疫情专项贷款，助力缓解网点因疫情管控导致的资金压力

网点防疫支持

- 对全网受疫情影响的网点，由省区统筹安排，提供防疫物资
- 要求各省区、转运中心安排专业检测机构，免费为网点员工提供就近核酸检测服务
- 要求各省区统一规划足够的隔离房间，为需要隔离的网点提供场地支持

网点减负保收

- 分别从揽派政策支持、退件费减免、工单减免、生鲜类赔偿补偿等多方面给予网点赋能帮扶

助力员工成长

中通快递员工提供成长和施展才华的平台，有计划、有针对性地进行人才培养，开展多元化的培训课程，拓展员工学习渠道，激发员工潜力、提升员工专业能力、携手员工共同成长。

员工发展

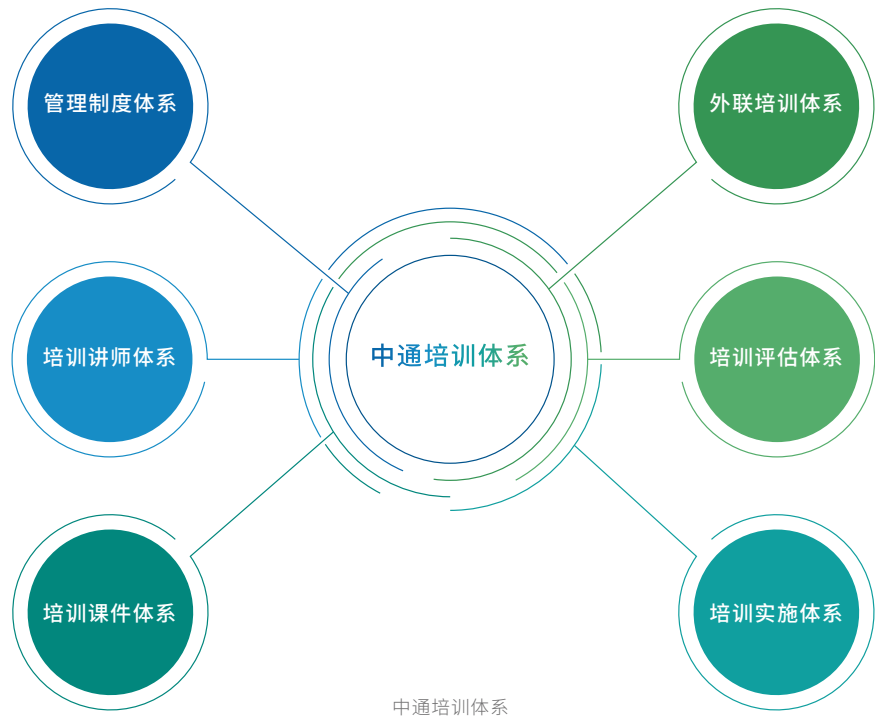
中通快递高度重视员工的发展，不断优化《员工晋升管理制度》等管理制度，致力于为员工打造明确、清晰、符合自身意愿和专长的职业发展路径；定期对所有员工进行与职业发展相一致的绩效评估，鼓励各个部门识别、选拔、培养有潜力的优秀人才，为其提供切实的支持和挑战的机会，鼓励他们承担更重的责任；同时，为所有员工提供开放多元的选择机会，激发员工自主能动性，持续学习进步，支持其获得与付出相匹配的职级和薪资。



中通人才发展双通道

员工培训

为帮助员工更好的挖掘自身潜力，持续成长成才，公司制定《培训管理制度》《管理培训生培养方案》等内部管理制度，围绕“全面赋能、开拓创新”，定期开展全面且有针对性的培训课程。我们拓展学习渠道，开展线上、线下结合形式多样的培训活动，帮助员工更灵活、更自主地学习，营造不断进取、充满活力的工作氛围，持续提升员工学以致用能力，在学习中再创造，实现自我价值。报告期内，公司开展员工培训334场，受训人次15,460人次，受训总人数共计6,932人，员工受训覆盖率达27.85%，培训总时长55,456小时，员工受训平均学时8小时。



中通培训体系

类别		单位	2022年
不同类别员工人均受训时数	男性员工人均受训时数	小时	9
	女性员工人均受训时数	小时	6
	高级管理人员人均受训时数	小时	16
	中级管理人员人均受训时数	小时	12
	基层员工人均受训时数	小时	7
类别		单位	2022
职级	高级管理层受训人数	人	21
	高级管理层受训百分比	%	0.30
	中级管理层受训人数	人	821
	中级管理层受训百分比	%	11.85
	基层员工受训人数	人	6,090
	基层员工受训百分比	%	87.85
性别	女性员工受训人数	人	2,773
	女性员工受训百分比	%	40.00
	男性员工受训人数	人	4,159
	男性员工受训百分比	%	60.00

● “百优”人才培养计划，立足实际长久发展

“百优”培训是中通快递重点开展的人才培训项目之一，为公司员工晋升提供助力，切实提升员工综合素质和管理能力。我们开展“百优飞鹰/雄鹰”培训活动，并设置业务类、管理类丰富课程选择；举行篝火晚会、学院分享等一系列寓教于乐的员工活动，并开设结业考试，实现考学互促，整体提高。报告期内，参训人数共计4,212人次，帮助员工提升了专业知识和水平，立足实际，着眼长远，持续发展。



“百优”人才现场培训

● 管培生专属培养，在实践中快速成长

中通快递开展管培生专属培养计划，坚持“实践中成长”的指导理念，设置“融入、融合、融创”分层级培训环节，我们为各个阶段的管培生设立聚焦、清晰的发展路径和目标，辅以一系列的管理培训课程作为支撑，帮助各阶段的管培生从管理能力和专业能力两方面同步提升、逐步蜕变、发挥优势，在工作岗位中展现个人价值，担负起更大的责任。报告期内，共计开展培训30余场，参训管培生达120余人。



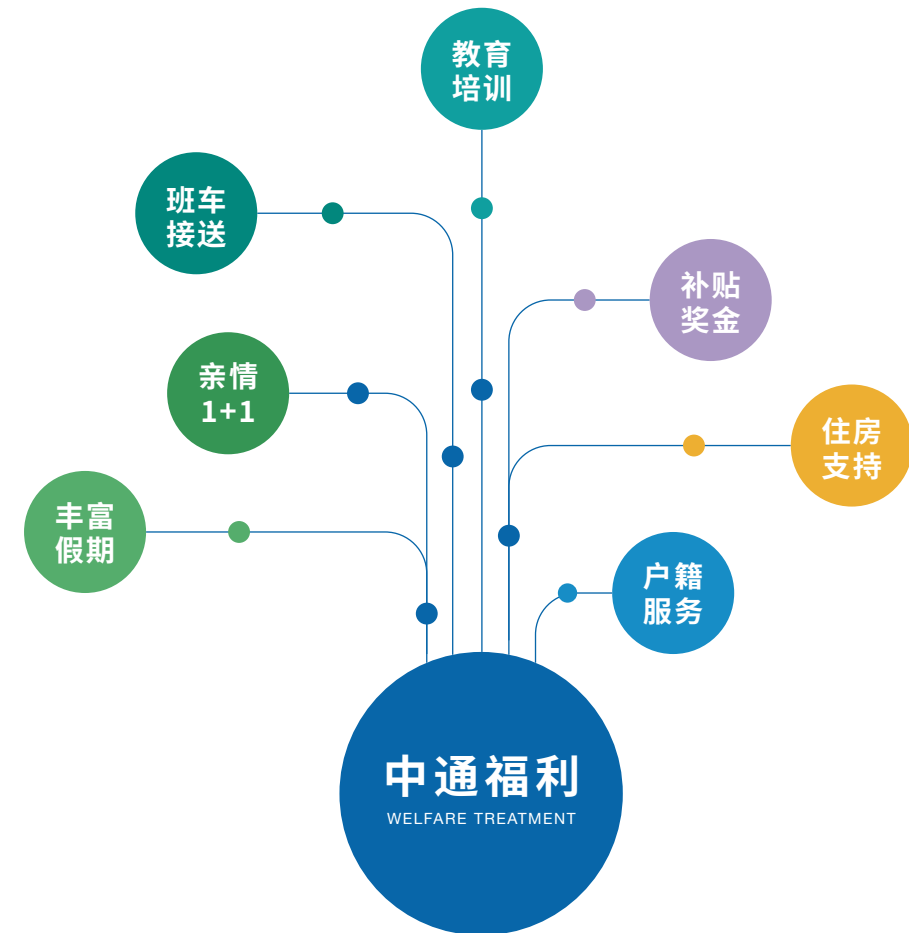
管培生专项培训

用心呵护员工

中通快递珍视每一位员工，愿与员工共创和谐，共谋发展。我们关爱员工，实实在在为员工考虑，踏踏实实为员工办事。我们把每一位员工都视作“家人”，用心关怀彼此，想员工之所想，急员工之所急，办员工之所盼，互相付出，互相成就，推动中通基业长青。

福利体系

中通快递持续完善员工薪酬福利与关爱保障体系，遵循“多劳多得、优劳优得、同工同酬”原则，通过不断优化绩效管理，持续完善员工绩效激励机制，建立科学、公平的薪酬分配和富有竞争力的薪酬保障。此外，除五险一金、法定节假日等法律规定的基本福利外，我们还设立了工龄奖、带薪年假、亲情1+1、教育培训补贴等，并为员工提供班车、住房政策、专属户籍服务、哺乳室和员工子女托管班，全方位提升员工的获得感和幸福感。



员工福利

中通快递亦重视对快递员们的福利关怀，我们为全体快递员推出“小哥宝—团意险”，设立快递小哥关爱基金，对全网因疾病、意外伤害等原因导致生活困难的快递员及其家庭提供帮助与支持，进一步夯实快递员群体支持与保障工作。

员工关怀

中通快递坚持“以人为本”，开展丰富多彩的员工活动，打造“家”文化，提升员工的归属感和幸福感，营造充满健康的工作和生活氛围，传递中通快递的关心与爱。

● 关爱活动

公司开展了形式多样的员工活动，丰富员工业余生活，增进员工之间的交流，帮助员工在砥砺奋发、勇毅前行的同时，切实感受到公司的关心关爱。

● “中通家庭日”，感受家庭紧密相连

为纪念中通快递在美国纽约证券交易所上市，公司设立“中通家庭日”。2022年的中通家庭日，我们征集了50组家庭故事，其中20组家庭作为代表进行线上展播，展示了中通“大家庭”与“小家庭”共同前进的奋斗历程，使中通人感受“大家庭”与“小家庭”之间的连接与情感，传递中通尽力为每一个员工家庭造就幸福的信念与决心，期望每一位员工都能够加入、信任、热爱中通家庭。



“中通家庭日”活动

● “感恩有你”，感恩中通大家庭

中通快递开展以“致迎风而上，奋战前行的你”为主题的感恩有你活动，期望每位中通人可以感念“家”恩，做“好家人”、感念“司”恩，做“好员工”、感念“国”恩，做“好公民”。我们安排了丰富多彩的活动，包括插花同建坊涂鸦、老战友合影、共享饮品、幸福抽奖等，使员工身心放松的同时锻炼动手能力，充分享受温馨的亲子时光，体验公司的幸福文化，增强员工的幸福感和归属感。



“致迎风而上，奋战前行的你”主题活动

● “我们爱中通”退休仪式，践行与中通“共白头”

2022年，中通快递为退休员工举办了一场庄重且温暖的退休仪式，参加退休仪式的员工代表以自身职业经历，践行与中通“共白头”的誓言，向所有中通人讲述了“我们爱中通”的生动故事，公司也为他们的职业终点给予温暖关怀和美好留念。



中通快递员工退休仪式

暖“蜂”行动

中通快递重视对快递员的关心与关爱。公司全网在黑龙江、辽宁、吉林、北京、天津、河北、陕西等16个地区，陆续开展“有你的冬天不太冷”暖蜂行动，为快递员们免费提供暖冬套装及温暖小屋，让快递员们切实感受到来自中通大家庭的关爱，不断提升快递员的归属感、获得感、幸福感。

● 冬日暖“蜂”，宁夏中通开展冬季送温暖活动

报告期内，宁夏中通管理中心开展冬季送温暖活动，设置“温暖小屋”为在户外奔波忙碌的快递小哥免费提供休息场所、饮用水和手机充电服务。同时，免费发放手套、耳罩、护膝、保温杯等暖冬用品，以实际行动表达了对奋战在一线的中通家人的关爱。



为快递小哥发放暖冬用品

● 暖暖冬至日，传递中通情

在冬至，东北管理中心和陕西管理中心为一线快递员、工作人员准备了热气腾腾的水饺，发放了保温杯、手套、护膝、耳罩等暖冬套装，让大家在寒冷的冬日感受到来自中通大家庭的暖意。



冬至日员工活动

以爱回馈社区

中通快递致力于为社会担负起超越商业的责任，将温暖和爱心传播得更广、更远。报告期内，我们持续关注公益事业，以全方位的实际行动践行社会责任；我们携手合作伙伴积极开展爱心助学、社区支持、抗疫抗灾等公益活动，传播行业正能量；我们紧紧围绕“用我们的产品造就更多人的幸福”的企业使命，以商业向善的力量服务社会大众。报告期内，中通快递社会公益投入7,998,384.26元，其中现金捐赠7,457,582.41元，实物捐赠540,801.85元。

爱心助学

中通快递持续关注山区贫困儿童的生活和教育，携手社会公益组织为乡村儿童捐献物资、援助学费、传递爱心，改善他们的生活和学习条件，激励他们积极向上，努力学习，在将来成为社会的栋梁之才。

“圆梦1+1”公益助学，点亮希望之光

中通快递支持乡村教育，以多种形式支援困难地区的教育事业，传播快递行业正能量。我们以“点滴汇聚，爱心有你”为主题开展“圆梦1+1”爱心助学公益活动，向上海华新镇残疾儿童康复院团捐赠5万元爱心善款，联手社会爱心力量累计捐献生活用品、学习用品、清凉用品等爱心物资近200箱，转运到云南省云龙县民建乡中通希望学校、兰坪县中通希望学校、彝良县柳溪乡中心小学、河南省方城县柳河乡孙沟小学、山西省天镇县第四小学，并陆续分发到当地受助学生手中，为他们送去关怀与希望。



“圆梦1+1”公益助学活动

传递关爱

中通快递致力于成为美好生活的创造者，持续支持社区建设和城市人文关怀，开展了一系列关爱户外一线工作者的公益活动，传递爱与关怀，构建有温度的城市。

● 送清凉送温暖，关爱城市守护者

中通快递为快递员、外卖员、交警、环卫工人、建筑工人、抗疫工作者等户外工作人员带来“来凉快一夏”高温送清凉活动、“有你的冬天不太冷”冬季送温暖活动，为城市守护者们送去中通快递最诚挚的关怀。该活动覆盖全国26个城市，遍布80家中通快递网点，为户外工作者们免费提供10多万瓶纯净水、3万多份饮料及藿香正气水、近2万套“冬季温暖六件套”等，让户外工作者感受到中通的关怀与温暖。



“来凉快一夏”高温送清凉活动

抗疫救灾

中通快递各网点不畏疫情艰险，逆向而行，纷纷投身至公益承运中，全力支持疫情期间物流畅通和物资供应。

● 公益承运螺蛳粉，助力抗疫救灾

中通快递受广西柳州市政府及柳州螺蛳粉协会委托，公益承运由当地爱心捐赠的支援百色抗疫的柳州螺蛳粉。我们充分发挥自身运力与渠道优势，将约10万包螺蛳粉、10吨青菜等共价值110万元的物资一同运往百色，为疫情中的百色市民送去爱与温暖。



公益承运支援抗疫爱心捐赠物资

附录一：关键绩效汇总

关键绩效指标	单位	2020年	2021年	2022年
业务绩效				
业务量	亿件	170	223	244
服务网点数	个	30,000	30,400	31,000
国内分拨中心	个	94	99	98
自动化分拣设备	套	339	385	458
干线运输车辆数	辆	10,450	10,900	11,000
干线运输线路数	条	3,600	3,700	3,750
高运力甩挂车数	辆	7,900	9,000	9,700
环境范畴*				
直接能源使用				
柴油	吨	372,315	428,693	420,256
间接能源使用				
外购电力	兆瓦时	180,284	232,308	233,246
能源消耗				
直接能源消耗	吨标煤	542,500.19	624,648.57	612,355.02
间接能源消耗	吨标煤	22,156.90	28,550.65	28,665.93
综合能源消耗	吨标煤	564,657.09	653,199.22	641,020.95
能耗密度	吨标煤/万元人民币	0.224	0.215	0.181
温室气体排放				
直接排放 (范围一)	吨二氧化碳	1,173,264	1,350,926	1,324,339
间接排放 (范围二)	吨二氧化碳	109,991	134,971	133,020
其他间接排放 (范围三)	透明胶带	吨二氧化碳	1,146	1,921
	面单	吨二氧化碳	40,288	46,096
	其他	吨二氧化碳	54,967	78,629
温室气体排放总量 (范围一+范围二+范围三)	吨二氧化碳	1,379,656	1,612,543	1,587,273
温室气体排放密度	千克二氧化碳/万元人民币	547	531	449
	千克二氧化碳/件快递	0.081	0.072	0.065

注*：2022年柴油统计方法较之前发生变化，并以此方法重新追溯2020和2021年柴油消耗量，重新计算2020年和2021年直接能源消耗量、综合能源消耗量、综合能耗密度、温室气体直接排放、温室气体总排放量、温室气体排放密度、废气排放物数据；温室气体间接排放量计算使用中国电网平均排放因子，并按此方法重新追溯2020年和2021年温室气体间接排放数据。

水资源				
总取水量	万吨	340.4	400.7	421.1
废弃物				
无害废弃物总量	吨	3,482	5,645	3,168
无害废弃物排放密度	吨/百万元人民币	0.138	0.186	0.090
有害废弃物总量	千克	500	600	3,936
有害废弃物排放密度	千克/百万元人民币	0.020	0.020	0.112
废气排放物				
硫氧化物	吨	7	8	8
氮氧化物	吨	6,347	7,451	7,241
颗粒物	吨	456	536	599
包装耗材				
包装物料总量	千克	41,086,878	52,646,062	57,383,105
包装物料密度	千克/百万元人民币	1,628.62	1,732.70	1,622.05
电子面单使用率	%	100	100	100
累计投入绿色循环中转袋	万个	900	1,856	3,225
绿色回收装置累计投入	个	21,000	24,000	25,327
总部采购减肥胶带的比例	%	100	100	100
环保培训				
环保培训	次	10	10	10
社会范畴				
员工概况				
员工总数	人	22,536	23,865	24,888
全职员工	人	22,536	23,865	24,888
兼职员工	人	0	0	0
男性员工	人	14,648	15,451	15,941
女性员工	人	7,888	8,414	8,947
29岁及以下员工	人	6,828	6,440	6,753
30岁至50岁员工	人	14,085	14,836	14,982

50岁以上员工	人	1,623	2,589	3,153
上海地区员工	人	3,539	3,564	3,848
非上海地区员工	人	18,997	19,537	21,040
少数民族员工比例	%	6.60	6.30	5.52
工会成员数	人	1,098	1,297	1,638
职业健康安全				
因工亡故的人数	人	10	10	7
因工亡故比例	%	0.04	0.04	0.03

附录二：ESG指标索引

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		2022 环境、社会与 管治报告
A.环境		
层面 A1	排放物	
一般披露	有关废气及温室气体排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的 (a) 政策;及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。 注:废气排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受国家法律及规例规管的污染物。 温室气体包括二氧化碳、甲烷、氧化亚氮、氢氟碳化合物、全氟化碳及六氟化硫。 有害废弃物指国家规例所界定者。	应对气候变化 加强污染防治
关键绩效 指标 A1.1	排放物种类及相关排放数据。	加强污染防治 关键绩效汇总
关键绩效 指标 A1.2	直接 (范围1) 及能源间接 (范围2) 温室气体排放量 (以吨计算) 及 (如适用) 密度 (如以每产量单位、每项设施计算)。	应对气候变化 关键绩效汇总
关键绩效 指标 A1.3	所产生有害废弃物总量 (以吨计算) 及 (如适用) 密度 (如以每产量单位、每项设 施计算)。	加强污染防治 关键绩效汇总
关键绩效 指标 A1.4	所产生无害废弃物总量 (以吨计算) 及 (如适用) 密度 (如以每产量单位、每项设 施计算)。	加强污染防治
关键绩效 指标 A1.5	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。	应对气候变化 加强污染防治
关键绩效 指标 A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法, 及描述所订立的减废目标及为达到这些目 标所采取的步骤。	加强污染防治
层面 A2	资源使用	
一般披露	有效使用资源 (包括能源、水及其他原材料) 的政策。 注:资源可用于生产、储存、运输、楼宇、电子设备等。	应对气候变化 推广绿色包装 加强污染防治
关键绩效 指标 A2.1	按类型划分的直接及/或间接能源 (如电、气或油) 总耗量 (以千个千瓦时计算) 及 密度 (如以每产量单位、每项设施计算)。	应对气候变化 关键绩效汇总
关键绩效 指标 A2.2	总耗水量及密度 (如以每产量单位、每项设施计算)。	加强污染防治 关键绩效汇总
关键绩效 指标 A2.3	描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	应对气候变化
关键绩效 指标 A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题, 以及所订立的用水效益目标及为达到这些 目标所采取的步骤。	加强污染防治
关键绩效 指标 A2.5	制成品所用包装材料的总量 (以吨计算) 及 (如适用) 每生产单位占量。	推广绿色包装 关键绩效汇总

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		2022 环境、社会与 管治报告
层面 A3	环境及天然资源	
一般披露	减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。	夯实环境管理 应对气候变化 推广绿色包装 加强污染防治
关键绩效 指标 A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	应对气候变化 加强污染防治
层面 A4	气候变化	
一般披露	识别及应对已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜的政策。	应对气候变化
关键绩效 指标 A4.1	描述已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜, 及应对行动。	应对气候变化
B. 社会		
层面 B1	雇佣	
一般披露	有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及 其他待遇及福利的: (a) 政策;及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	落实员工权益保障 助力员工成长 用心呵护员工
关键绩效 指标 B1.1	按性别、雇佣类型 (如全职或兼职)、年龄组别及地区划分的雇员总数。	落实员工权益保障 关键绩效汇总
关键绩效 指标 B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	落实员工权益保障
层面 B2	健康与安全	
一般披露	有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的: (a) 政策;及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	强化职业健康安全保护
关键绩效 指标 B2.1	过去三年 (包括汇报年度) 每年因工亡故的人数及比率。	强化职业健康安全保护 关键绩效汇总
关键绩效 指标 B2.2	因工伤损失工作日数。	强化职业健康安全保护
关键绩效 指标 B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施, 以及相关执行及监察方法。	强化职业健康安全保护
层面 B3	发展及培训	
一般披露	有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。 注:培训指职业培训, 可包括由雇主付费的内外部课程。	助力员工成长
关键绩效 指标 B3.1	按性别及雇员类别 (如高级管理层、中级管理层等) 划分的受训雇员百分比。	助力员工成长
关键绩效 指标 B3.2	按性别及雇员类别划分, 每名雇员完成受训的平均时数。	助力员工成长

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		2022 环境、社会与 管治报告
层面 B4	劳工准则	
一般披露	有关防止童工或强制劳工的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	落实员工权益保障
关键绩效 指标 B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	落实员工权益保障
关键绩效 指标 B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	落实员工权益保障
层面 B5	供应链管理	
一般披露	管理供应链的环境及社会风险政策。	强化供应商管理
关键绩效 指标 B5.1	按地区划分的供应商数目。	强化供应商管理
关键绩效 指标 B5.2	描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目，以及相关执行及监察方法。	强化供应商管理
关键绩效 指标 B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法。	强化供应商管理
关键绩效 指标 B5.4	描述在拣选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。	强化供应商管理
层面 B6	产品责任	
一般披露	有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及私隐事宜以及补救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	提供优质服务
关键绩效 指标 B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	不适用公司业务情况
关键绩效 指标 B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	提供优质服务
关键绩效 指标 B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	创新业务发展
关键绩效 指标 B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	不适用公司业务情况
关键绩效 指标 B6.5	描述消费者数据保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法。	提供优质服务

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		2022 环境、社会与 管治报告
层面 B7	反贪污	
一般披露	有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	合规廉洁经营
关键绩效 指标 B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	合规廉洁经营
关键绩效 指标 B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	合规廉洁经营
关键绩效 指标 B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	合规廉洁经营
层面 B8	社区投资	
一般披露	有关以参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	以爱回馈社区
关键绩效 指标 B8.1	专注贡献范畴(如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育)。	以爱回馈社区
关键绩效 指标 B8.2	在专注范畴所动用资源(如金钱或时间)。	以爱回馈社区

 本报告采用环保纸张制作



总部地址：上海市青浦区华新镇华志路1685号

中通官网：www.zto.com

邮政编码：201708

报告出版的环境考虑

纸张：采用环保纸张印刷

油墨：采用环保油墨以减少空气污染

