

2023 社会责任报告

Environmental, Social and
Governance Report



目 录 CONTENTS

关于本报告	2	董事长致辞	3
报告简介	2	关于中通	5
报告编制依据	2	2023年荣誉	8
报告范围及边界	2	ESG管理	9
资料来源及可靠性保证	2	ESG治理架构	9
确认及批准	2	利益相关方参与	9
获取及联系方式	2	重要性议题评估	11

专题一 推动高质量发展 不负时代使命 13

学思想 把握时代脉搏	13
担责任 争做时代先锋	15

专题二 应对气候变化 纵贯绿色邮路 17

应对气候变化	19
节能减碳	23
包装材料使用	25

递联四海 汇万物 通天下 28

赓续创新基因	29
优先客户体验	34
打造责任链条	43
助力行业发展	47

同心协力 聚温情 暖人心 50

保障员工权益	51
赋能员工发展	60
共建富美乡村	68
热心社区公益	70

至诚至信 谋长远 筑久安 74

筑牢经营之基	75
夯实环境管理	80

附录一：关键绩效汇总	83
------------	----

附录二：ESG指标索引	87
-------------	----





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”）发布的第七份环境、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2023年1月1日至2023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C2《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《GRI可持续发展报告标准》(GRI Standards 2021)、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南 (CASS-ESG5.0)》《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

本报告已获ESG委员会及董事会审批通过。

获取及联系方式

读者可通过香港联交所官网www.hkexnews.hk或公司官网<https://www.zto.com/index.html>“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

董事长致辞



中通快递集团董事长兼首席执行官 赖梅松

2023年是中通快递进入其第二个二十年发展的全新阶段，这一年对于中通的战略布局和发展进程至关重要。站在共同拼搏铸就的新起点上，我们肩负着更为重大的责任和担当，怀抱着更为远大的使命和理想。为此，我们唯有以更加饱满的热情、更为脚踏实地的态度以及更为坚韧不拔的精神，全力以赴地推动中通不断攀登新的高峰，以期不负广大客户和社会各界的殷切期待。

在逐梦前行的同时，我们深刻地意识到ESG不仅仅是企业社会责任的一部分，更是企业确保长期稳健和可持续发展的战略导向和核心驱动力。2023年，我们积极践行ESG理念，在稳固企业治理水平的基础上，不断推进绿色转型，保障员工发展，以高效服务及贴心的人文关怀回馈社会，不断提升公司ESG表现。

在坚持党的领导方面，我们认识到政治引领对于企业长远发展的基础性意义，通过深入推动党建活动与教育宣传，严谨推进党风廉政建设，加强对员工的思想教育，以及充分发挥党员的先锋模范作用，促进了企业内部的和谐共融，从而为企业健康发展提供了坚实保障。

在应对全球气候变化方面，我们深知气候变化对社会和经济的深远影响，因此在2023年，我们通过主动识别并应对气候变化风险，打造绿色物流模式，加强能源利用效率与温室气体排放管理，持续优化绿色环保包装体系等举措，着力减少企业碳足迹，致力于建设更为可持续发展的物流生态系统。

在产品创新方面，我们致力于研发更为智能化、便捷化、安全化和可靠化的物流解决方案，以提升用户体验。通过引入人工智能和大数据分析等先进技术，优化物流运作流程，提高配送速度和准确性。这不仅是对市场需求变化的响应，更是我们借助高效率的物流运作模式，力求实现资源的最大化利用，从而达成可持续发展的长远目标。

在员工关怀方面，我们进一步加强对员工权益的保障，更加注重员工精神需求，增强员工获得感和幸福感。通过不断丰富和完善员工权益保障体系，提供多元化的职业技能培训和明晰畅通的职业晋升路径，致力于构建极具吸引力且有利于员工成长的工作环境。此外，我们积极投身公益活动，通过支持偏远地区教育事业、援助弱势群体等方式，践行企业的社会责任，积极回馈社会。

在公司治理与环境治理方面，我们强化企业管治水平，通过增强董事会多元性，优化风险管理流程，强化商业道德规范建设等方式，确保企业决策的合理性和企业运营的合规性。同时，我们通过引入更先进的环保技术、构建绿色办公环境等方式，以实际行动践行可持续发展理念，不断提升企业的绿色发展水平。

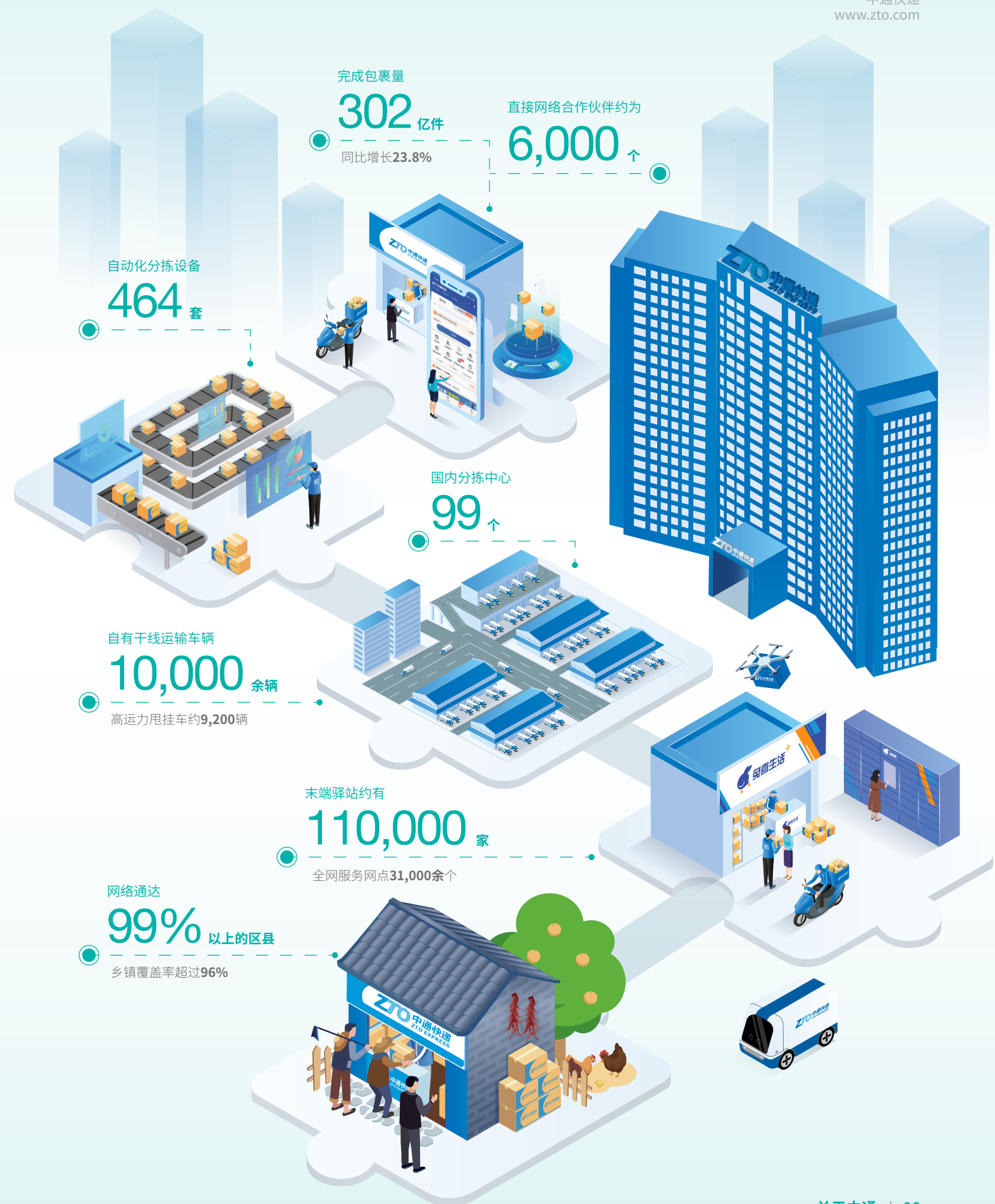
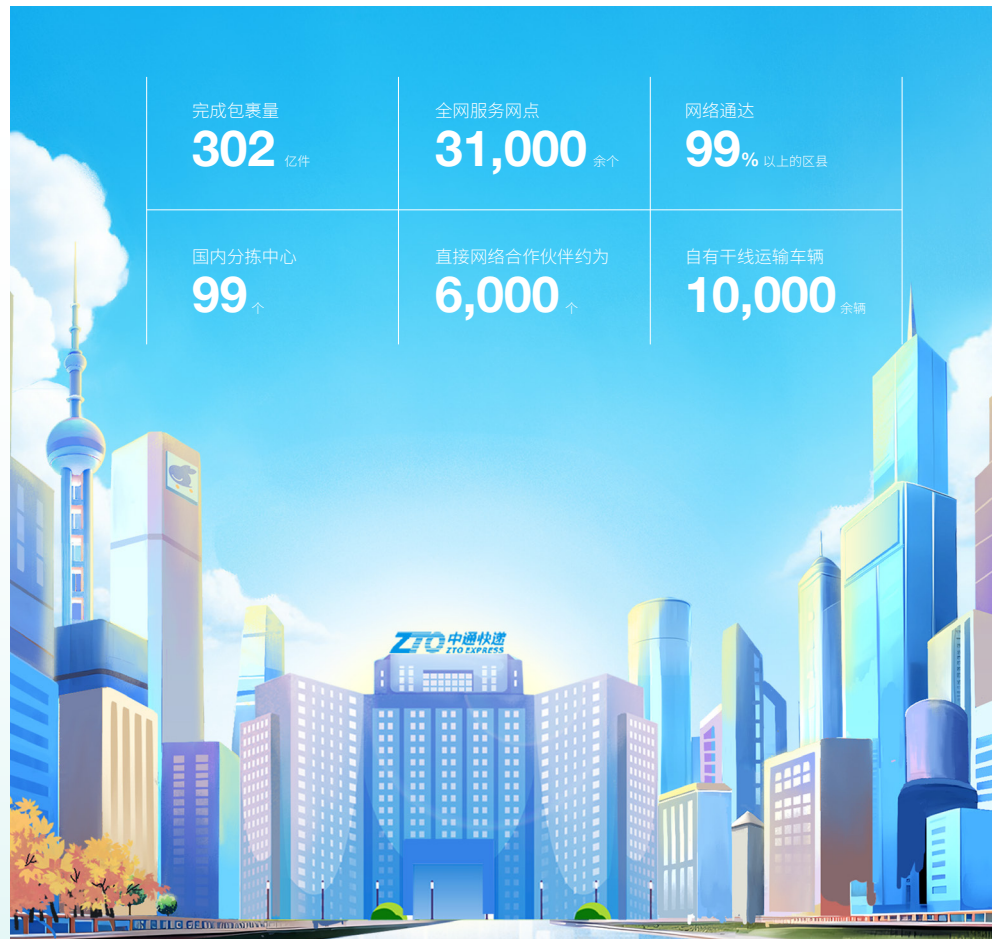
不负韶华，唯有奋斗。未来我们将顺应行业发展趋势，持续深化ESG各方面的实践工作，与全体员工、广大用户和社会各界携手并进，共同推动企业实现高质量发展，以实际行动践行社会责任。

赖梅松

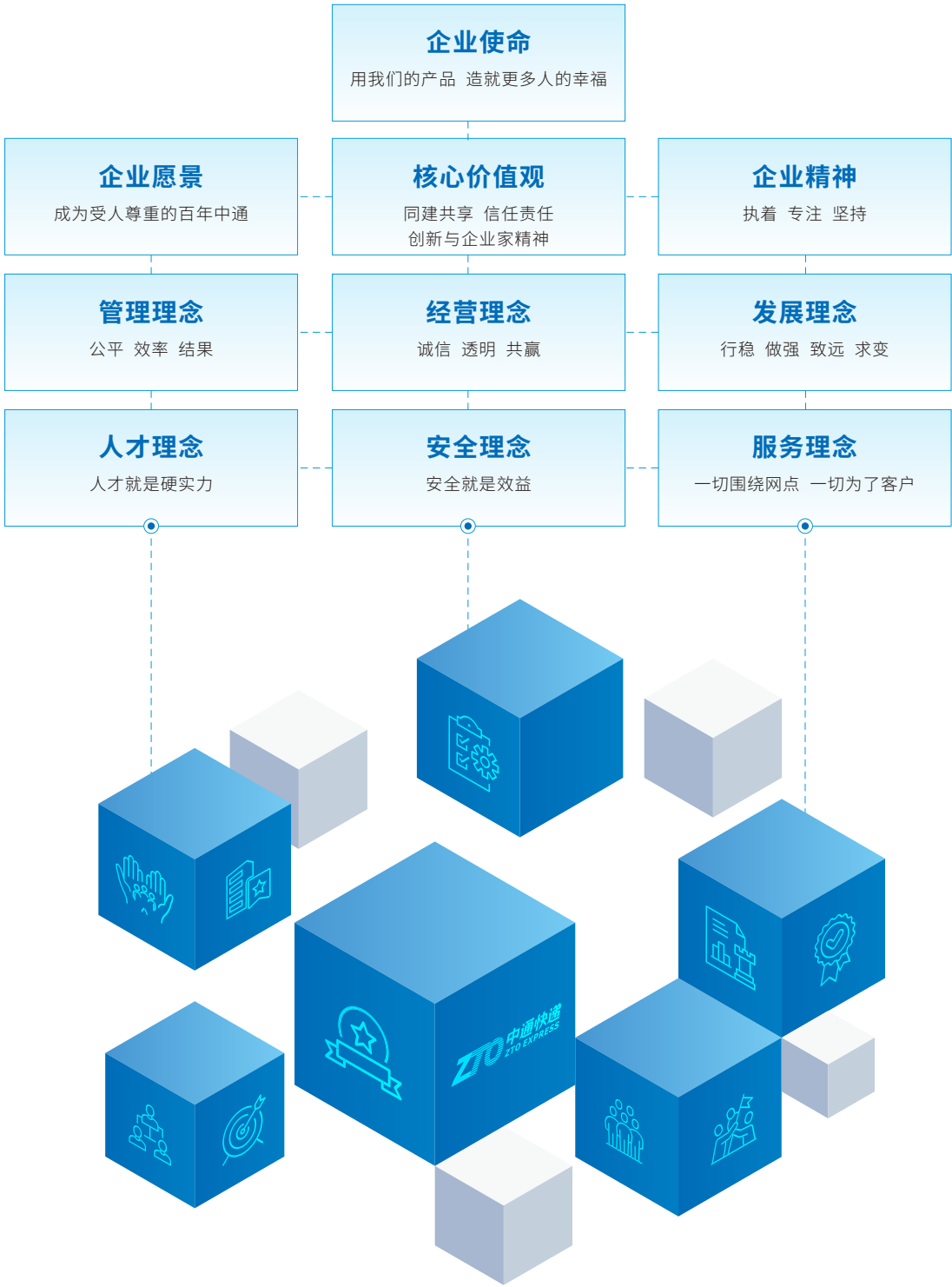
关于中通

中通快递创建于2002年5月8日，是一家以快递为核心业务，集跨境、快运、云仓、冷链、金融、商业(兔喜生活)等生态版块于一体的综合物流服务企业。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，中通快递根据《香港上市规则》第19C章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。2023年5月1日，公司自愿将其在香港交易所主板的二级上市身份转换为主要上市身份正式转换为香港联交所及美国纽交所双重主要上市公司。

中通快递是全球包裹量最大的快递企业。2023年，中通快递完成包裹量**302亿件**，同比增长**23.8%**，市场占比达**22.9%**，连续八年稳居行业第一。中通快递拥有国内最广、最深、最密的民营快递网络。2023年，中通快递全网服务网点**31,000余个**，国内分拣中心**99个**，**464套**自动化分拣设备，直接网络合作伙伴约为**6,000个**，自有干线运输车辆**10,000余辆**，其中约**9,200辆**为高运力甩挂车，干线运输线路**3,900余条**，网络通达**99%**以上的区县，乡镇覆盖率超过**96%**。



核心理念



2023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
2018-2019年度全国交通运输行业文明单位(复审)	交通运输部
第21届全国青年文明号	国家邮政局
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年度“公益之申”年度十佳公益企业	上海市民政局、上海公益新媒体中心等
2022年度上海市平安示范单位	平安上海建设协调小组
2023年“供应链管理服务与制造业深度融合发展”典型案例	上海市经济和信息化委员会、上海市邮政管理局
2022年度青浦区服务业十强	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	上海市青浦区人才工作领导小组
2023年上海市优秀学习型企事业单位	上海市学习型社会建设与终身教育促进委员会办公室
第一届“杭州慈善奖”机构捐赠奖	浙江省杭州市人民政府
2023年中国民营企业500强(341位)	中华全国工商业联合会
2023年中国服务业民营企业100强(80位)	中华全国工商业联合会
2022年保通保畅贡献奖	中国快递协会
2022年服贸会快递行业特别贡献奖	中国快递协会
2022年度全国先进物流企业	中国交通运输协会
2022年度全国先进物流企业创新成长奖	中国交通运输协会
2023年度中物联科学技术进步奖	中国物流与采购联合会
2023年中国物流企业50强(9位)	中国物流与采购联合会
2023年上海市五一劳动奖状	上海市总工会
2023年上海生产性服务业领军企业	上海生产性服务业促进会
“慈善捐赠 爱满人间”荣誉	上海市慈善基金会
2022胡润品牌榜(70位)	胡润研究院
2023中国品牌价值500强(196位)	“品牌金融”(Brand Finance)

ESG管理

我们坚信健全的ESG管治体系是企业高效履行对外环境社会责任的内部基础。中通快递致力于持续完善企业ESG管治体系，促进业务的长远及可持续发展，为各利益相关方创造长远的价值。

ESG治理架构

公司持续完善ESG治理，搭建了自上而下的ESG管治架构与管理机制。公司董事会作为中通快递ESG管治的最高决策机构，对公司ESG工作承担最终责任。董事会下设ESG委员会¹，负责协助董事会制定及检讨公司的ESG管理方针、管治架构、运营管理及执行效果等，并定期向董事会汇报ESG相关工作的绩效表现及提供意见，监督落实相应改进方案。

ESG委员会下设ESG工作小组作为整体协调机构，负责做好ESG委员会决策的前期准备工作，协同本公司各部门、单位和子公司全面落实ESG工作，定期梳理汇总公司ESG相关工作进展与成效，并向ESG委员会进行汇报。



中通快递ESG管理架构

¹更多关于ESG委员会的职能信息，请参见《ESG委员会经修订及重述职权范围》

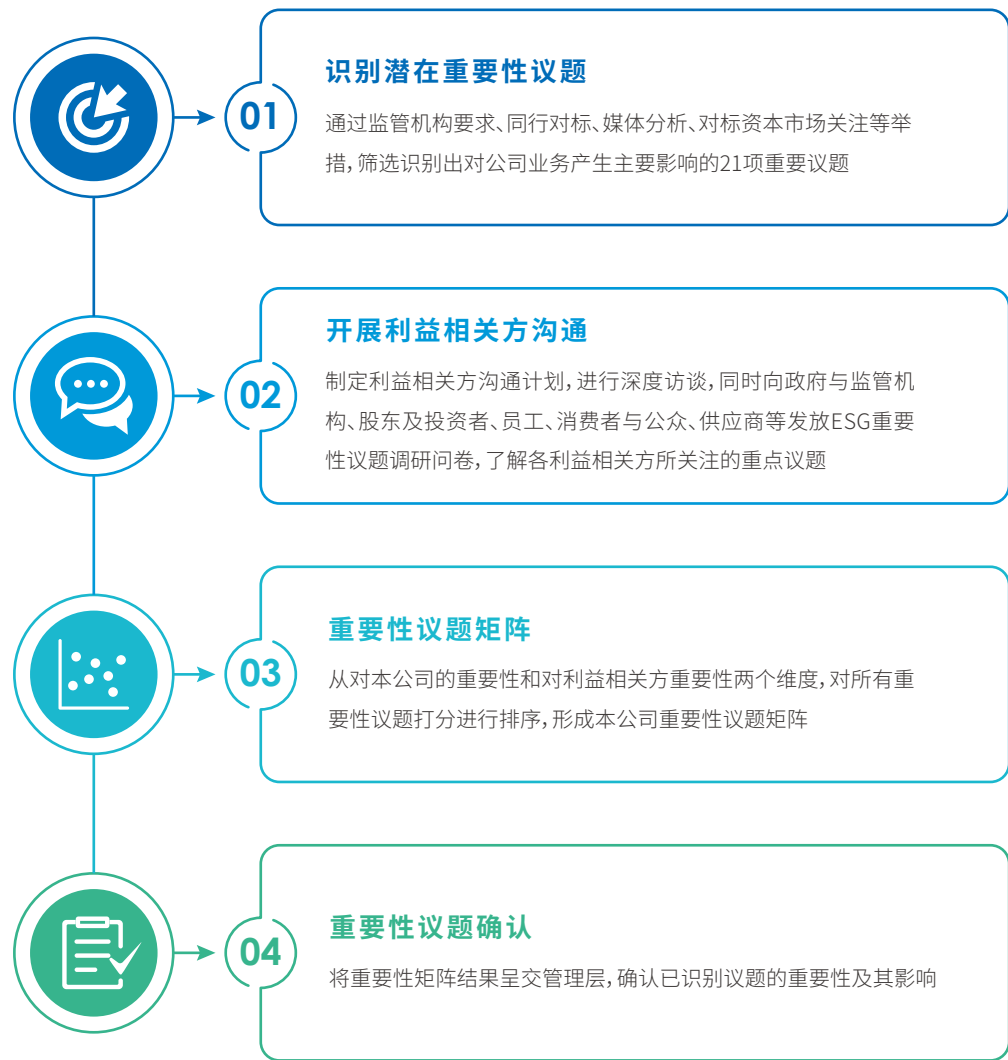
利益相关方参与

了解利益相关方的关注重点有助于我们厘定可持续发展计划和未来业务方针。我们始终秉承开放、透明、合作的原则，积极开展利益相关方沟通，通过多元化的方式与各方保持紧密联系，以确保各方的诉求得到充分理解和有效回应，以了解他们对ESG议题的优次选择和期望，收集其对公司ESG表现的建议与意见。

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

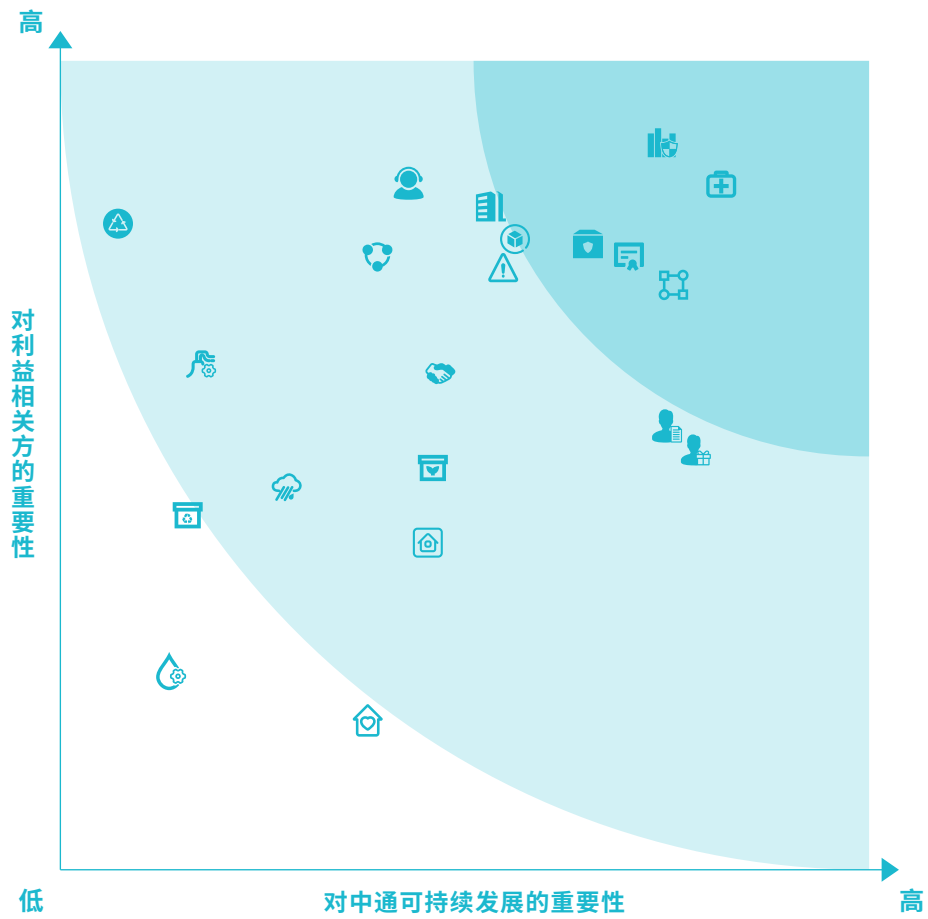
重要性议题评估

中通快递根据利益相关方的回馈与全球可持续发展趋势的评估，定期从对中通可持续发展的重要性和对利益相关方的重要性两个维度审视与业务相关的ESG议题。我们根据联交所《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。



重要性议题识别与评估过程

报告期内，我们对重要性议题进行回顾与检讨，并持续关注和分配资源，管理所有影响公司及利益相关方的议题。具体重要性矩阵图如下：



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

中通快递重要性议题矩阵

01
专题
SPECIAL TOPIC

推动高质量发展 不负时代使命

中通快递坚信党建工作是企业有效发挥党组织政治优势、组织优势，让企业行稳致远的重要保障。这些年来，我们创新培育“幸福中通”党建品牌，通过政治引领，用相信的力量浇灌企业成长。在工作中始终坚持党的领导，在新时代不断更迭思想、落实责任、培育优良企业文化。做到在思想上与党中央保持高度一致，在行动上知行合一、勇于创新、敢于担当，交上时代新答卷。

学思想 把握时代脉搏

中通快递党委坚持深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的二十大精神，通过主题教育，用党的创新理论统一思想、统一意志、统一行动，促进党员干部深刻领悟“两个确立”的决定性意义，自觉增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，始终在思想上、政治上、行动上同党中央保持高度一致。

公司党委各支部通过制定“三会一课”、开展主题党日等形式的学习计划和党建活动，传承和弘扬党的优良传统和优良作风，积极组织为民服务、文明宣传、环境整治等各类志愿服务活动，并落实消防演练、发放寒潮暖心物资、小学生走进中通感受物流新科技等“一个支部一件实事”举措，使主题教育“学思想、强党性、重实践、建新功”的总要求入脑入心，见行见效。



2023年4月，中共中通快递股份有限公司委员会党员代表大会在集团总部举行

担责任 争做时代先锋

中通快递作为行业引领者，在行业发展中敢于作为、勇于担当。在高度责任感和使命感的驱动下，不断提升自身素质和能力，以身作则，为行业树立良好榜样，奋力成为全球一流的综合物流服务商，切实解决行业难题，做真正的时代先锋。



中通快递总部举办“忠诚敬业向党，责任担当向中通”七一建党节活动



2023年陕西管理中心“冬季送温暖”活动



《中通快递集团系列红课》被评为上海市浙江商会第二届优秀党建品牌“最佳实践案例”。同时，中通《创新培育“幸福中通”党建品牌，让党的声音传递“神经末梢”》党建品牌项目获得青浦区华新镇“一支一品”十大基层党建特色项目。



02
专题
SPECIAL TOPIC

应对气候变化 纵贯绿色邮路

当前，气候变化不仅对企业乃至社会的可持续发展构成了严峻挑战，亦已成为人类亟需解决的全球性问题。中通快递致力于构建绿色物流体系，努力践行运输、仓储、办公等各场景的绿色运营，持续优化包装选择，助力国家“碳达峰、碳中和”目标达成，努力应对和缓释气候变化影响。

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

对应SDGs



我们的行动

- 积极识别并开展气候行动、强化能源管理、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

中通包裹绿色路线全景图



应对气候变化

作为一家负责任的企业，我们深知气候变化对公司运营的影响。我们参照气候相关财务披露工作组 (TCFD) 框架，将气候变化纳入企业治理和战略框架，加强气候变化风险与机遇识别管理，并及时检讨企业低碳发展达成效果，助力国家“碳达峰、碳中和”目标实现。此外，公司制定《灭火和应急疏散预案演练制度》《防汛应急预案》等管理制度，降低实体风险对企业正常运营的影响。

气候变化治理

公司董事会对气候变化相关风险和机遇负责，并授权ESG委员会全面监督相关管理工作，包括风险识别、评估及管理，同时ESG委员会每年定期向董事会汇报公司包括气候风险的ESG相关事宜。我们将董事会薪酬绩效表现与公司相关气候变化表现挂钩，持续提升公司气候变化治理水平。

气候变化策略

我们根据政府气候变化专门委员会 (IPCC) 采用的共享社会经济路径 (SSP) 假设，对于公司运营的客观情况以及可能在未来遇到的外部环境，如自然生态和社会经济环境，识别包括升温、海平面上升、极端气候、气候政策、能源技术变化的影响因素，我们选择SSP1、SSP3路径开展气候情景分析。

类别		SSP1	SSP3
自然生态 ²	升温	2040年较前工业化时期上升1.5°C (2100年上升1.5°C)	2040年较前工业化时期上升1.6°C (2100年上升3.9°C)
	海平面上升	2040年较现在上升0.1米 (2100年上升0.4米)	2040年较现在上升0.1米 (2100年上升0.6米)
	极端气候	频率和强度一定程度上增加	频率和强度大幅增加
	陆上强降水	气温上升1.5°C-2°C时， 降水强度会增加10.5%-14%	气温上升2°C-4°C时， 降水强度会增加14%-30.2%
社会经济环境	气候政策	多个国家、地区和经济体发布逐步趋严的低碳相关政策及法规，进行远期的净零排放或碳中和目标承诺，对全球性环境问题进行管理	主要国家已开展气候政策行动，但部分国家及地区缺乏碳中和目标，并无详细的近期行动及计划目标
	能源技术变化	减少化石燃料使用，转向可再生能源	非化石燃料在一次能源消费中仍占一定比例
	新能源运输	新能源汽车应用比例快速增加，将作为主要运输车辆方向	新能源汽车比例有序增加，传统能源车辆经历有序转型

²数据来源：IPCCAR6ClimateChange2021:ThePhysicalScienceBasis

气候变化风险与机遇分析

我们分析了SSP1和SSP3情境下对中通快递运营的潜在影响，并识别出不同场景下潜在的实体风险和转型风险。

• SSP3情景下中通快递业务的风险识别及应对

在SSP3的情景下，伴随着温室气体排放处于高水平、极端天气发生比例显著提高等问题，中通快递将面临更多来自实体风险上的挑战。我们识别并分析了急性实体风险及慢性实体风险下的潜在影响。

		主要影响描述		影响维度
实体风险	急性	强降水和洪水	• 低洼处的转运中心、运营网点淹水、受损风险增加 • 影响运输时效性，快件损毁遗失风险提升 • 对企业设施及车辆造成严重破坏 • 影响员工通勤及快递派送 • 可能对电力设施造成破坏，影响运营地的正常运营	• 基础设施损坏 • 运营成本增加 • 人员健康威胁 • 营收下降
		极热/极寒天气	• 可能对运营、办公场所的用水、用电造成影响，干扰正常生产运营 • 司机及员工户外作业风险增加 • 运营、办公场所保障恒温的能源消耗增加	• 运营成本增加 • 人员健康威胁
		台风	• 运营线路受损，影响快递运输派送 • 台风起降，运营网点受损风险增加	• 营收下降 • 基础设施破坏
	慢性	平均气温上升	• 高温天气对员工身体健康造成不利影响 • 制冷设备需求增加	• 人员健康威胁 • 运营成本增加
		海平面上升	• 位于高风险沿海地区资产及运输线路运营稳定性降低	• 基础设施损坏

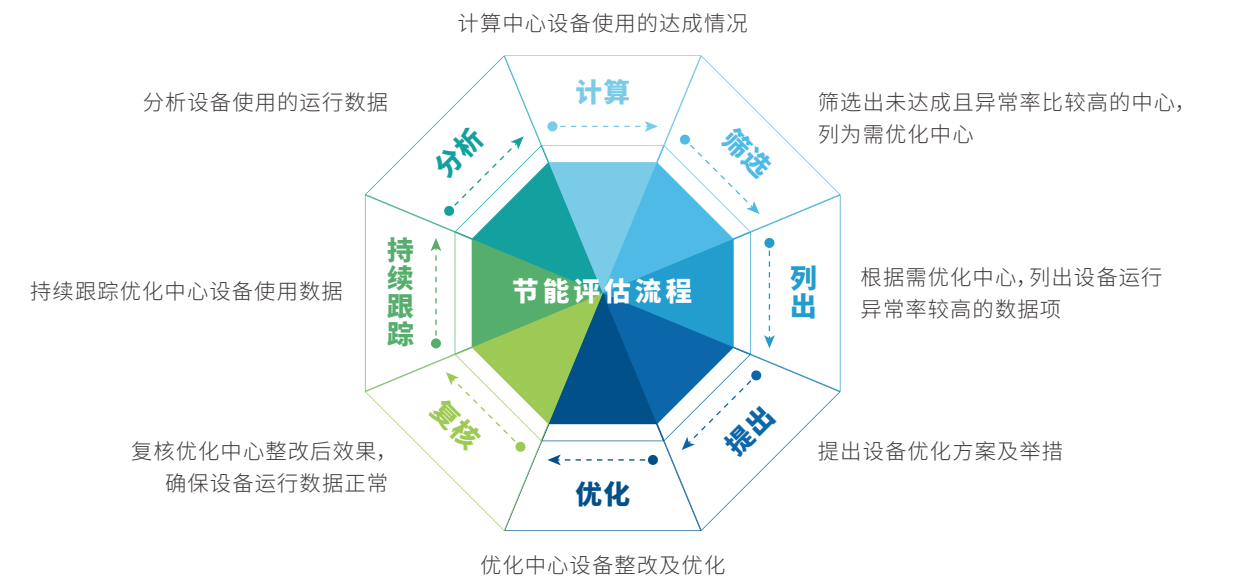
• SSP1情景下中通快递业务的风险识别及应对

在SSP1的情景下,伴随着低排放情景下宏观政策趋严,以及全社会低碳转型浪潮,中通快递将更多面临来自转型风险方面的挑战。我们基于政策和法规、市场、技术及声誉四个维度,识别并分析了转型风险下的潜在影响。



节能减碳

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》等运营所在地的相关法律法规，通过建立健全内部能源管理制度及流程要求，制定并持续追踪能源目标达成情况，为员工进行能源效率相关的培训和宣传教育，提升节能意识。对于外包物流供应商，公司致力于改善其环境绩效，将仓库资源是否具备光伏设施，车辆排放标准是否是国五及国五以上，配送是否有新能源车辆资源作为筛选要求，共同打造绿色运营体系。



我们认识到优化能源使用是减少运营产生的温室气体排放的重要途径之一。报告期内，我们通过管理提升和技术革新，不断探索节能降耗空间，并通过分析能源管理目标落实情况，持续跟踪并全面提升能源使用效率。此外，我们大力推行能源结构优化，积极采用清洁能源，着力提高清洁能源使用比例。其中，在光伏发电方面，2023年公司光伏铺设面积约37万平，实际发电量40,150兆瓦时，发电量同比增加34%，其中自用部分26,010兆瓦时。

能源消耗	单位	2023年数据
综合能耗量	吨标煤	732,619.73
直接能源消耗量	吨标煤	648,856.31
柴油	吨	444,284
天然气	立方米	1,120,623
可再生能源发电量	兆瓦时	40,150
可再生能源使用量	兆瓦时	26,010
间接能源消耗量	吨标煤	83,763.42
外购电力	兆瓦时	681,557

能源消耗密度 ³	单位	2023年数据
直接能源消耗密度	吨标煤/万元人民币	0.169
间接能源消耗密度	吨标煤/万元人民币	0.022
综合能源消耗密度	吨标煤/万元人民币	0.191

温室气体排放 ⁴			
直接排放（范围一）		吨二氧化碳当量	1,402,275
间接排放（范围二）		吨二氧化碳当量	388,692
其他间接排放 （范围三）	透明胶带	吨二氧化碳当量	2,151
	面单	吨二氧化碳当量	54,537
	其他	吨二氧化碳当量	98,277
温室气体排放总量		吨二氧化碳当量	1,945,932

温室气体排放密度		
直接排放密度（范围一）	千克二氧化碳当量/万元人民币	365
间接排放密度（范围二）	千克二氧化碳当量/万元人民币	101
温室气体排放密度	千克二氧化碳当量/万元人民币	507

³能源消耗量的计算参照中华人民共和国国家标准《GB/T2589-2020综合能耗计算通则》。

⁴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年发电行业企业气体排放报告管理有关工作的通知》。

积极投身清洁能源与设备改造

2023年，中通快递合肥分拨中心在清洁能源持续方面加大投入力度，我们利用闲置房顶开展光伏铺设，增加20,000平方光伏发电设施，年发电量达220万千瓦时，为厂区提供源源不断的绿色电能。

同时，我们通过更新淘汰现有低效高能耗的供用电设备，优化分拣作业流程，提高设备运行效率，实现全年节约50万千瓦时。

包装材料使用

中通快递致力于从源头减少资源消耗及废弃物，制定了《增值服务监督管理条例》《中通快递快件包装操作规范》，明确了包装原则、工具和包装材料的选择标准，要求在满足市场需求的前提下，尽可能减少包装材料的使用。

同时，我们在包装材料选择及循环利用方面持续投入，探索诸如高效冷媒开发、高保温袋开发、废弃瓦楞纸板二次利用、循环折叠周转筐开发等一系列绿色、循环包装材料研发及应用场景，以最大限度地减少包装和包装废弃物的环境影响。

截至报告期末，我们的电商快件不再二次包装比例为93.34%，采购使用符合标准的包装材料应用比例91.83%，按照规范封装操作比例95.15%，使用可循环包装的邮件快件达2,522万件以上，回收复用质量完好的瓦楞纸箱达14,652万个以上。

数据摘要

电商快件不再二次包装比例为
93.34%

采购使用符合标准的包装材料应用比例
91.83%

按照规范封装操作比例
95.15%

使用可循环包装的邮件快件达
2,522 万件以上

回收复用质量完好的瓦楞纸箱达
14,652 万个以上

包装采购量	单位	2023年数据
透明胶带	千克	777,895
面单	千克	29,132,749
防水袋	千克	3,624,120
信封	千克	33,976,125
纸箱	千克	111,685
其他包装	千克	442,030
包材密度	千克/百万人民币	1,681.91

扩大环保袋循环使用能力

在中转过程中，我们致力于逐步提高环保袋使用占比。我们在分拨中心部署了带RFID电子标签可循环环保袋，相较于传统的只能使用约两次的编织袋，环保袋实际可重复使用达到100次以上。

基于感应RFID的电子标签，我们可收集快件中转、丢失、流向等信息，在减少浪费、降低污染的基础上，提高转运中心操作效率，实现了中转过程中的绿色化、循环化与智能化。

同时，为了加强环保袋的流动效率，公司开发专门的网点发放回收系统，提升一级网点与下属网点之间的环保袋流通循环使用，方便一级网点内部管理发放至下属网点环保袋的跟踪和库存情况，并利用中心干线运输空仓车辆调拨环保袋，实现环保袋的合理调度和追踪管理。



为了持续加强内部绿色包装知识的普及，我们设计并上线了关于绿色包装的一系列专项培训课程，宣传绿色规范包装方式，避免过度包装，实现节约资源，防止污染环境。同时，我们通过网点包装抽检、调研等形式，对相关培训结果开展闭环验收，致力于将绿色包装治理工作落到实处。



中通快递绿色包装培训



递联四海
汇万物 通天下

中通快递深耕快递主业，致力于以创新的产品和优质的服务更好满足人民群众日益增长的用邮需要。以“共建共享”的网络合作伙伴模式与集中管理的自有中天系统，构建差异化的底层加盟网络，利用核心快递基础设施和资源接入整合能力，逐步构建起综合物流生态圈，用实际行动兑现“用我们的产品造就更多人的幸福”的企业使命。

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
- 供应链管理
- 合作共赢

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
- 数字化转型升级，通过创新品质产品与服务满足客户多样化需求
- 赋能直链，加强基层网点建设
- 践行绿色采购原则，完善供应链ESG管理
- 联动上下游伙伴，实现合作共赢

赓续创新基因

中通快递始终坚持以创新为动力，不断健全完善研发管理体系，创新产业布局和产品研发，将数字化、智能化作为当前转型升级，打造智慧物流的必由路径，更好地为客户业务发展保驾护航。

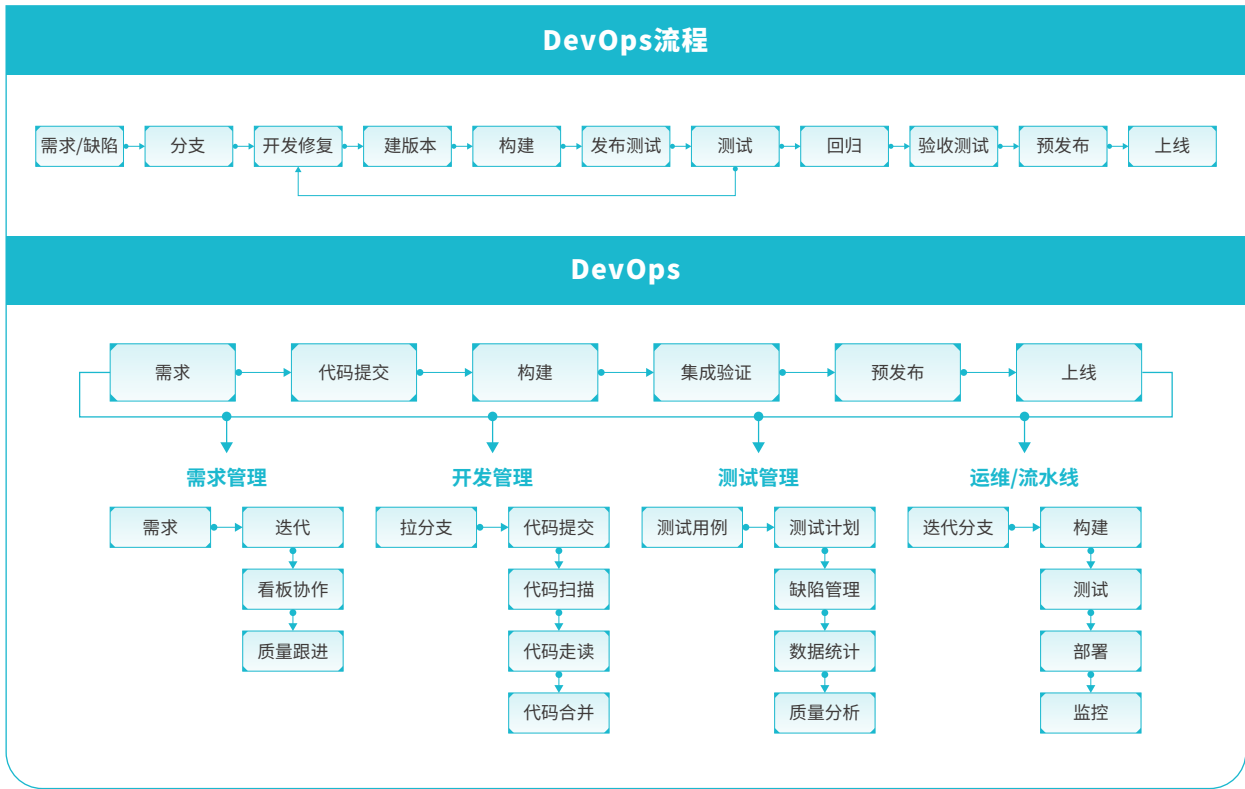
科技创新

中通快递持续深化科技创新，借助自身先进的研发管理机制，积极开展自主研发，将数字化技术融入快递业务全场景，以技术创新提高全链条运营效率，满足客户多样化的需求。

• 研发创新管理

中通快递专注于为消费者和客户 提供转型升级的物流解决方案，持续加大研发投入力度，完善研发创新机制，加速成果转化，助力创新成果在业务端实现高质量快速交付。

中通快递搭建了由各部门分散建设向企业统一建设的一站式产研工作平台（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，畅通各环节信息沟通，实现开放、高效的协作，提升研发能效。



中通快递产研流程一站式工作平台

• 技术创新提升运营效率

中通快递积极践行“互联网+物流”的理念，以数字化赋能业务，实现数据服务业务流程，驱动业务决策，通过自主研发的科技产品和技术创新，促进数字化转型在“收、转、运、派”快递全周期的应用，实现物流全环节的数字闭环。

全网数据跟踪报表和快件跟踪，为商家提供快递可视化信息

中通快递通过数据整合、场景聚合、闭环操作，为客户提供进出港跟单服务，实现实时运单跟单状态查询及操作。同时，还面向客服（总部、管区、网点）、网点各级职能人员、业务员、各级网管等几十种角色提供快件跟踪，围绕着运单维度的基础信息及异常数据，作为用户去处理问题及处理问题的决策依据。



快件跟踪核心内容

揽派AOI分组, 智能化措施优化工作效率

揽件AOI分组: 基于系统订单分配给取件员后混在一个列表导致揽收取件效率低的问题, 中通快递研发并推广使用揽件AOI分组, AOI可理解为“最小揽派区域”, 业务员不仅可以按分组规划合理路线取件, 还可以移动矫正分组, 提升订单搜索与取件效率, 间接提升了网点业务量。

派件AOI分组: 为解决包裹在分拣、派送到签收环节效率低的问题, 中通快递设计AOI四段码围栏, 将业务员送货上门包裹按地址做精细化分组, 提升分拣、派送、签收效率, 现已覆盖7个管区, “100+”网点。

“快递管家系统”为不同类型商家提供便利服务

为提升中小商家和大商家客服体验, 中通快递持续升级并优化“快递管家系统”功能。对于中小商家, 快递管家系统可实现智能AI群聊售后和退款自动拦截功能, 更及时、更自动化的处理商家店铺售后服务需求。此外, 快递管家面向中小商家还上线了面单自助充值功能, 支持商家随时随地进行面单充值, 极大的方便了商家使用体验。

对于大商家群体, 快递管家提供了订单自主对接接口能力, 支持商家通过接口加密形式将订单对接, 通过快递管家系统回传单号, 全程不仅保证了商家客户数据的安全, 更辅助商家在自研系统内完成了订单管理、打单发货的闭环处理, 极大的提升了商家订单管理及打单发货效率。在售后服务方面, 快递管家面向大商家对外拦截退改接口, 支持大商家通过接口对接的形式在自研商城内发起拦截、退改等售后工单, 极大的提高了自研大商家的服务体验。



产品创新

中通快递持续优化产品结构, 不断完善和升级多元化产品矩阵, 加速实现产品的分层及生态体系建设, 同时, 公司继续深入拓展“两进一出”, 加速推进最后一公里的末端建设。报告期内, 公司先后推出和升级多款高附加值产品, 更好地满足多样化的客户需求。

中通快递旗下产品矩阵全面升级



产品赋能多行业发展

中通快递主动嵌入多个行业上下游产业链, 为客户量身定制个性化服务, 提供集运输、包装、出入库、嵌入供应链、售后等于一体的揽子解决方案, 使中通快递成为众多行业产业链中不可或缺的一环。

开拓备件物流供应链, 为客户安上融合发展“风火轮”

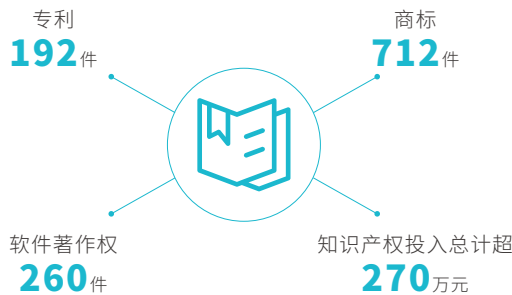
如何高效、准确地管理大量不同类型的汽车备件, 并确保它们能够及时送达全国各地的服务中心是汽车行业在备件供应链管理中一个典型挑战。中通快递依托快递和快运两张大网的资源优势, 提升客户备件物流网络的灵活性和响应速度, 通过快递和快运网络之间的无缝衔接, 确保了订单在最合适的网络中得到处理, 以提高整个备件供应链的运输效率。该合作模式为客户降低约10%的物流成本, 同时配送时效达到预期服务水平, 高效服务满足了终端4S门店及经销商的经营需求。

聚合优势资源, 协力打造酒类物流及供应链新格局

中通快递依托自身资源优势, 与茅台物流进一步合作, 共同打造标准化的智能白酒供应链服务体系, 探索出酒类供应链系统模型, 助力白酒产业链向智慧化、精细化转型升级, 提升效率和服务体验。

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, 修订《知识产权管理制度》, 激励员工积极参与知识产权的创造和应用, 确保专利申请质量, 促进公司的技术创新和核心竞争力提升。报告期末, 公司获得专利192件, 软件著作权260件, 商标712件, 本年度知识产权投入总计超270万元。



拓展农产品全链路，探索预制菜物流新赛道

预制菜配送有着新鲜、时效等最关键诉求。中通快递充分依托全国仓配网络，强化数字化城市配送平台和自研预制菜加工管理系统赋能，高效完成农产品原材料“采、加、仓、配、销”一体化管理，保障每一份预制菜新鲜、安全送达，助力预制菜行业新发展。

• 快递出海让世界无界

基于共商共建共享理念的“一带一路”倡议与各国发展战略无缝对接，物流领域的对接与合作正快速发展，中通快递依托强大的地面服务网络与全球资源整合能力，打造以快递为核心的综合物流体系，加快构筑全球可达、自主可控的国际物流网络。



中通国际产品及服务内容

优先客户体验

中通快递将客户服务视为企业的核心竞争力之一，始终坚持以客户为中心的服务理念，保障寄递安全，全面构筑客户服务体系，提升客服人员服务意识，竭诚为客户提供专业的快递物流服务。

安全寄递

中通快递严格落实“实名收寄、开箱验视、过机安检”三项制度，强化寄递安全管理机制，聚焦平安寄递，以科技手段加强安全管控，保障寄递渠道安全畅通。

寄递安全目标及达成情况

- **目标制定:**重点管控高危风险禁运品，降低事故事件、重大安全事故发生；投放智能安检机52台、下单阶段拦截系统31,500条；开发及推广违禁品处罚线上化、处罚单约谈线上化、承诺书电子签、违禁品客户黑名单等系统
- **整改举措:**网点自查自纠、警示约谈
- **达成情况:**2023年寄递安全事故0起，违禁品导致的重大事故事件0起

• 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“三项制度”，保障寄递安全。2023年，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。



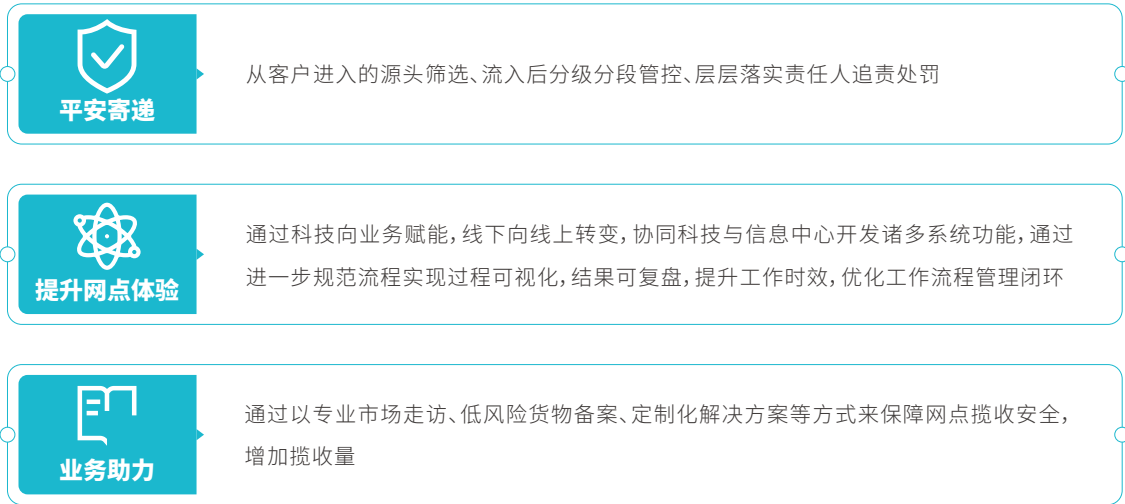
链接跨国友谊 共享经贸发展

在“一带一路”倡议的引导下，中通快递老挝公司会抓紧机遇，整合优化运营资源，依托成熟健全的本土服务网络，凭借F2B2C一站式冷链服务能力及“中老泰”全程铁路运输优势，已发展成为集中老跨境冷链、普货运输、本土快递、货运、仓配、铁路运输等于一体的综合物流服务公司。截至报告期末，中通快递老挝公司已开通网点200多个，服务覆盖老挝17省，为中老两国及东盟经济贸易发展更好地贡献中通力量，助力RCEP经贸合作提速升级。



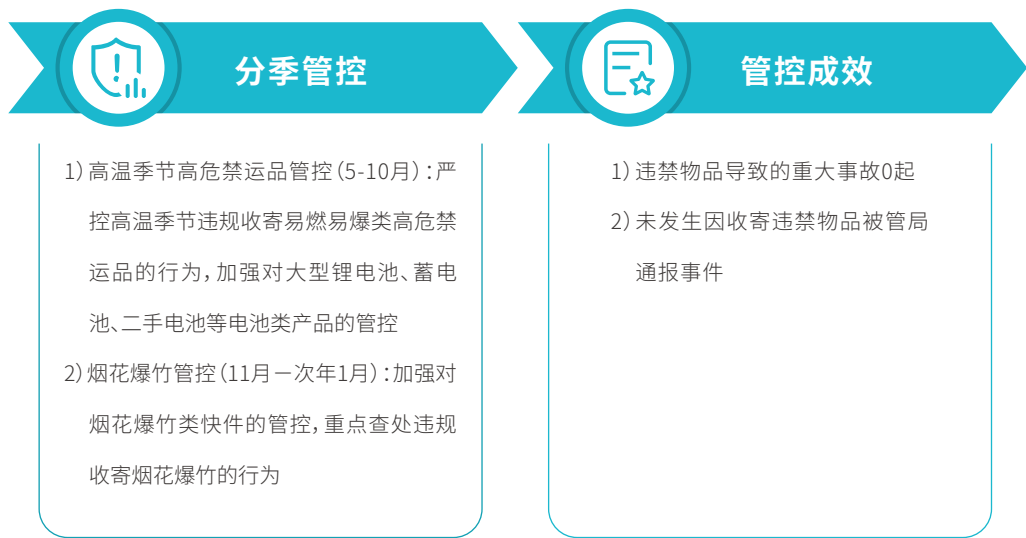
• 寄递安全提升专项

中通快递为解决因违规货物揽收造成的烧车损失、网点信息传递慢，重大会议管控效果差、网点有货不能收等问题，在报告期内开展专项提升计划，提升网点/中心感知效率，提升寄递安全。



违禁品分级、分季管理，保障寄递安全

公司在寄递管控方面针对违禁品展开分级、分季管理，实施“平安寄递专项”，禁止毒品、枪支爆炸物品、反宣品、危险化学品、侵权假冒商品、假劣药品、外来入侵物种、假币及野生动植物等禁寄物品流入中通寄递网络。



优质服务

公司一直重视稳定和发展与客户之间关系，严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》，秉承“一切围绕网点，一切为了客户”的服务理念，不断完善客户服务机制，提升服务质量，在追求“卓越”服务品质的道路上持续发力。

• 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。



提高服务质量举措

线上策略和线上客户		2021	2022	2023
使用线上服务/平台的客户数量占总客户量的百分比	%	92	94	95
线上渠道带来的收入占总收入的百分比	%	90.3	92.1	92.4

• 客户反馈

中通快递建立高效的客户服务体系，打造多渠道反馈机制。2023年中通快递不断拓展客户反馈渠道，全量收集客户诉求，目前共有95311官方渠道、在线机器人、官方小程序等多个受理渠道，并对部分反馈渠道进行升级，通过三方群聊、生态互通、定向推评、处理流程优化、异常管控等方式为客户反馈和解决问题提供便利。同时，公司依托服务质量评价体系指标，降低服务异常情况及服务失败的影响程度。2023年，中通快递全渠道接通率96.07%，较2022年提升2.56%。每万件客户投诉数量1.99次，较2022年下降2.45%。

中通快递积极了解客户对服务方面的期望和评价，通过客户反馈及满意度调查结果分析不断改进服务质量，满足客户的需求。

客户满意度			
客户满意度 (近四年)	2020年	/	%
	2021年	90.8	%
	2022年	91	%
	2023年	94	%
2023年客户满意度覆盖范围		96	%
2023年客户满意度目标		92	%

数据逻辑：企业内部取调研样本覆盖全国各区域数据情况进行计算

• 客服培训赋能

为提升全网客服受理能力，促进公司一线人员的发展，让全网一线客服融为一体，共同发力提升中通快递服务体验。报告期内，公司开展了条例培训、预警网点培训、新员工培训、在职员工培训（心态类、技能类、业务类、管理类、沟通类）等一系列赋能培训活动，共涉及178个场次，3,510人。此外，公司坚持创新驱动，通过为员工、网点业务人员构建赋能工具，持续提升客户服务水平。



全息质量分析系统

全网正式推广全网6,000+个考核网点、99个中心以及34个管区条线管理人员均能从分析系统内直观的查看对应服务质量的表现结果，以及造成这个结果的过程和源头影响因素，直接影响和间接影响因素，并给到整改建议书



业务员学习平台

通过部门从业务技能、政策规则、管理技巧等多个维度的指导赋能，总部与省区、网点高度协同配合，全面覆盖一线员工工作需求



门店服务学习平台

梳理门店必学服务课程，主要包括：《门店如何提供服务保障》《门店如何与快递公司/业务员确认好合作模式》《门店如何征得客户同意将包裹代收》《门店如何保持良好的服务礼仪》《门店工单处理》



“通关宝典”每日答题

客服89%，环比2022年提升8.89%
业务员93.49%，环比2022年提升3.32%

服务质量提升工具



保障信息与数据安全

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，制定《中通快递集团数据安全管理制度》《中通快递集团信息安全事件管理办法》等制度，巩固和完善公司信息安全管理体系，保障信息数据和隐私安全。

• 信息安全管理机制

中通快递持续完善信息安全管理机制，报告期内成立了中通快递信息安全委员会负责公司整体信息安全和隐私保护工作，委员会主任由常务副总裁朱晶熙担任，成员包括集团各分管副总裁、生态圈公司负责人、总部各职能中心负责人、省市区管控中心负责人。公司每年制定信息安全和隐私保护管理目标并定期审阅目标进度。公司隐私政策同样适用于合作伙伴，并将隐私政策融入风险管理流程，对隐私政策合规情况进行内外部审计。

2023年目标	2023年进展
强化个人信息保护制度	•更新《个人信息保护管理办法》和《个人信息安全影响评估办法》 •实现自有渠道隐私运单100%覆盖，全网隐私运单使用率达76% •更新《中通账号与权限管理办法》，强化账号安全
提升客户隐私保护透明度	•在《中通快递隐私政策》中明确告知客户隐私权利 •提供客户注销账户、信息更新、删除等选项，并明确信息保留时长和保护方式
加强信息安全基础设施和监控	•上线全流量检测系统和宝盒安全代理，提高办公网络安全 •实施集合处理安全日志及告警系统，提高安全事件应急响应能力
优化信息安全风险监控管理流程	•维护和更新安全运营管理平台，确保有效性和适应性 •开展定期信息安全风险评估，及时预警和应对安全风险

公司在管理运营过程中，持续改进风控流程，通过体系结构优化、技术升级和流程改进提升整体信息安全管理质量和效率。公司依托安全运营管理平台，对信息系统基础设施、应用程序、网络环境以及员工的操作行为进行实时监测和分析，利用入侵检测系统、安全事件管理系统、日志分析系统等技术手段，对信息系统进行实时监测和分析，并及时发现和预警可能存在的安全风险，并根据不同的安全事件级别，采取不同的应对措施。同时，公司定期审核和更新监测风控系统，确保监测风控系统的有效性和适用性。



信息安全与隐私保护举措

公司制定《信息安全事件应急预案》《信息泄露事件应急预案（隐私事件演练预案）》《信息安全事件与脆弱性报告和处置制度》等管理流程，并至少每半年进行一次应急计划和事件响应程序测试，确保应急处置工作，迅速、高效、有序地进行，最大程度地减少网络安全风险。此外，公司制定一系列数据隐私与安全政策，为公司落实隐私保护提供指导依据。



数据隐私与安全政策主要承诺

- 承诺在政策变更或数据泄露时及时通知数据当事人
- 承诺执行领先的数据保护标准
- 承诺通过合法、透明的方式获取用户数据，必要时征得数据主体的明确同意
- 承诺收集和处理用户数据仅限于所述目的
- 政策有涉及收集、使用、共享和保留用户数据（包括转让给第三方的数据）的明确条款
- 承诺要求与之共享数据的第三方遵守公司政策
- 公司数据隐私与安全政策适用所有业务



为进一步提高信息安全风险防控能力，公司每年至少会组织一次红蓝对抗演练，红蓝对抗演练为与第三方专业安全公司合作模拟黑客攻击。另外，公司安全应急响应中心与第三方安全公司以及白帽黑客合作，不定期对中通的系统进行模拟黑客攻击，以提高公司的网络攻击防御能力。此外，公司设置公开联系方式和邮箱，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，经查证属实，公司按照相关制度进行惩处，视情节轻重对涉事员工予以警告、通报批评、降职停薪、开除处罚等处分。

● 信息与隐私安全培训

中通快递建立信息安全培训体系，定期在全公司和整个生态系统内开展信息安全教育活动、培训活动和考试，帮助员工拓展信息安全知识，增强安全意识。2023年，公司更新《信息安全培训制度》，并将培训考试结果与绩效考核挂钩，确保每年一次的信息安全培训全员参与。

培训活动	培训范围	培训成果
信息安全意识培训	科技与信息中心员工	人均培训时长35分钟
信息安全提升月专项活动	全网及生态圈人员	累计参加22,830人次
网络钓鱼专项培训	全网及生态圈人员	累计参加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
中通信息安全部服务号全网推送包含信息安全意识、隐私安全保护等内容	全公司员工	阅读量12w+人次



公司的设计与开发、应用系统、IT基础设施、运维服务等核心业务系统已通过ISO 27001、ISO 27701、GB/T 22080信息安全体系认证和ISO 9001质量管理体系认证，并获得英国认可服务组织（UKAS）和中国合格评定国家认可委员会（CNAS）认可标志。公司每年定期对信息安全与隐私管理体系运行状况进行一次内部审计，同时聘请第三方认证审核机构进行一次外部审计。



2023年信息安全与隐私保护成效

- 公司未发生信息安全泄露或其他网络安全事件，信息安全漏洞总数0，受违规行为影响的客户、客户和员工总数0
- 隐私政策告知客户覆盖率100%
- 客户提供数据控制服务的覆盖率（包括个人资料查阅、更正、删除等）100%
- 客户需要选择同意个人隐私才会被使用覆盖率100%

打造责任链条

中通快递致力发挥自身规模优势，联动上下游各个环节实现优势互补，持续为合作伙伴赋能，共同推进快递物流行业可持续价值链建设。

网点支持与发展

中通快递秉承持续健康发展末端的宗旨，进一步扩大末端市场数量和业务规模，不断提升服务水平和标准化建设，主动帮扶网点主动加速调整优化运营管理模式，直链降本，与终端伙伴携手共赢。

末端发展	•主控+直送:鼓励网点转型至主控+直送模式，有效加强网点对门店的管理力度，提高派送时效，优化直链配送成本 •门店服务:提升门店散件业务，提增时效产品的覆盖面和渗透率，加快末端建设强化门店服务，深化并赋能网点能力建设 •终端管理:搭建配送地图服务的数据可视化管理，通过信息化管理工具进一步降低末端运营成本，推动末端配送的品质升级，为客户和消费者提供更好的服务 •建站规模:对现有网点的产品和服务做进一步优化，继续探索门店发展新模式，利用自身优势和现有资源，不断满足消费者需求，提升服务能力，保障末端健康持续发展
提升网点管理能力	•将业务发展、服务质量等数据的监控下沉到三段码维度，方便网点快速定位到异常三段码所对应的服务人员，提供更有针对性的整改意见，提升揽派时效与服务水平 •为网点提供集约化工具—违规处理系统，将原本散落于各个系统中的违规数据整合在其中并进行精细化分析，各级职能部门和网点自身可以通过违规处理系统发现问题所在，揭露网点潜在经营风险。同时通过为网点提供数据工具，使网点工作迈向智能、高效的新阶段
到边到角	•保证网点既得利益，确保服务稳定和客户体验提升，激发网点业务人员的内生动力，加速实现加盟模式的直链管理，更好地支持网点末端发展和网点经营模式升级，提高了网点人员的工作积极性、稳定性及收入

中通快递定期开展培训赋能活动，规范网点业务人员的合规操作，提高网点相关人员的能力素质，保证网点管理与服务能效。2023年，中通快递组建“蓝蜂指数”项目，搭建蓝蜂指数积分体系，从“时效”“服务”“合规”“安全”四大板块展示业务员各项数据，实施面向一线业务员各个环节操作合规的监管，帮助并激励业务员提升其服务能力和服务质量。截至报告期末，全国共有2,700多名业务员整改成功，指数整改成功率达56.20%。



提升供应商ESG管理

中通快递积极谋求快递行业可持续发展之道，将环境和社会责任融入到供应链管理的各个环节，以伙伴赋能和交流合作等方式带动整个产业链上下游实现可持续转型。

• 供应商ESG管理

中通快递严格参照国家相关法律法规，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。同时，为进一步提高供应商ESG管理能力，公司制定适用于所有供应商的《供应商指导原则》，对供应商的人权与劳工、环境、商业道德等提出明确要求，由公司高层负责监督及决策。此外，公司为采购及其他供应商管理人员提供ESG宣贯培训，并在供应商准入和考核等环节融入质量管理、商业道德、劳工权益、绿色环保等要素。



- 业务部门、法务部、采购部依据各自职责审核供应商准入申请资料，并将供应商的环境保护政策、社会责任履行情况等ESG因素作为加分项
- 在合同加入涉及商业道德、职业健康安全、童工、强迫劳动、员工权益、环境保护等条款，明确具体违规事件的处置措施，降低供应商管理风险
- 公司在筛选重要供应商时不仅考量供应商的业务相关性，如产品质量与服务、资质认证等，还将环境管理与绩效、职业健康安全、员工权益、商业道德与合规等环境、社会 and 治理表现纳入考量，同时在筛选重要供应商时，还会关注供应商的行业和商品等特定风险，提升供应商管理韧性

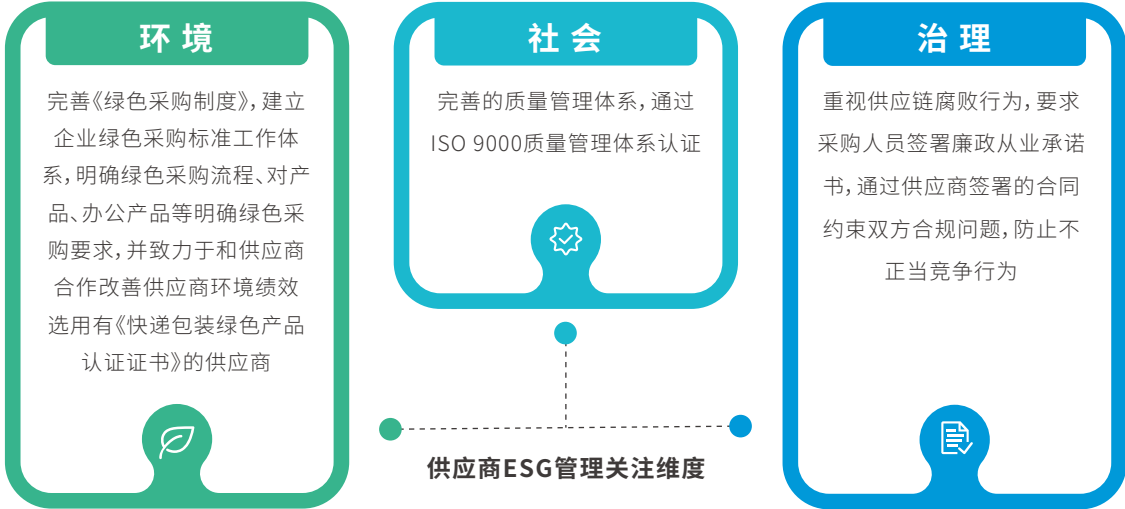


- 采用日常项目管理和定期年度评价相结合的方式，采购人员基于《供应商指导原则》等要求对供应商开展案头评估、问卷调查或现场评估，内容包括童工、商业道德、环境管理、最高工作时长、最低生活工资、体罚和骚扰等，各类供应商根据考评结果实行等级分类管理，对评估考核发现的问题制定纠正措施计划并提供改进措施的实施指导。当涉及供应商全面能力建设及特定ESG管理绩效提升时，公司提供深入的技术支持和培训，提高供应商的能力和ESG业绩
- 如果供应商不能在规定的时间内达到公司ESG最低要求，则被取消合作



- 对全部供应商持续审查，确保与《供应商指导原则》保持一致，并避免与ESG要求发生潜在冲突，若供应商发生违反制度的行为，则直接确定为不合格供应商，退出合格供应商库

供应商管理流程



中通快递不断完善供应商管理机制，建立供应商信息管理系统，加强供应商的技术支持和创新能力。报告期内，公司完善慧花采购系统，实现数字化采购，进一步提高供应链管理的效率。

关键绩效指标	2023年 (家)
供应商总数	7,394
中国大陆	7,332
境外地区	62
新聘用供应商数量	1,632
一级供应商总数	327
一级重要供应商总数	12

• 供应商培训

中通快递秉持合作共赢的理念，还不断拓展供应商沟通与合作渠道，与供应商分享优秀ESG实践，对供应商定期开展涉及商业道德、质量提升、安全生产等内容培训，持续提高供应商的综合能力水平。2023年，公司开展供应商ESG相关培训1次，供应商培训时长2小时。

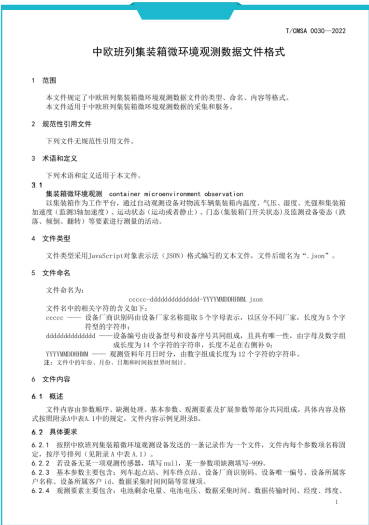
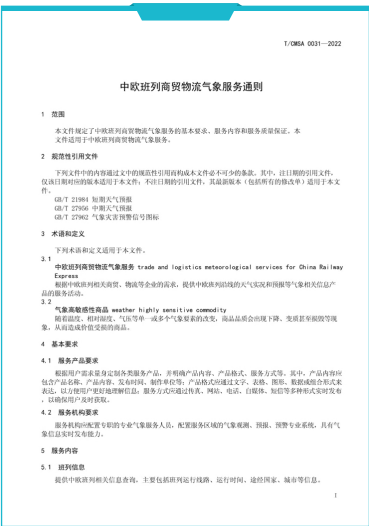
助力行业发展

中通快递参与多项标准评审和意见反馈，积极参与行业交流活动，在助力行业发展工作中发挥引领示范作用，为快递物流行业健康发展贡献中通力量。2023年，公司参与制定行业标准1项，参与标准评审9项。



中通参与制定的行业标准

中通快递与浙江省气象部门、中国气象局公共服务中心合作，在“一带一路”商贸物流气象服务领域的标准制定方面进行了探索。中通快递提供天气影响快递资料数据、问卷调查人员及条件，与相关部门共同完成《公路物流高影响天气类型及风险等级》行业标准的制定。



推动无人车在配送领域的规模化落地应用

快递物流无人车不仅可以显著提高物流效率、安全性和降低物流配送成本，还可以实现更加灵活、便捷的配送服务，推动快递企业向智慧物流转型。中通快递与新石器无人车签署战略合作协议，共同推动自动驾驶技术在配送领域的规模化落地应用。截至报告期末，双方合作的首批无人车已在盐城、合肥等城市常态化运行，后续还将进一步扩大无人车交付规模和落地城市。



聚力无人机产业，助推无人机物流快速发展

中通快递与南京航空航天大学城市空中交通研究院达成战略合作，双方聚焦无人机物流新兴产业，围绕无人机物流领域的关键问题与核心技术共同开展科技项目申报立项与联合攻关，开展无人机物流示范应用，推动无人机物流新兴产业落地应用与快速发展。

在大型无人运输机应用方面，公司与壹通无人机系统共同签署战略合作协议，依托中通快递应用场景与壹通无人机公司共同探索大型无人机的规模化商业运营。

同心协力 聚温情 暖人心

中通快递始终秉持“人才就是硬实力”的理念，将人才放在发展首位，依法保障员工合法权益、赋能员工发展、支持员工成长，致力于打造平等、包容、健康的职场环境，推动实现员工与企业共同发展。

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
- 社区参与
- 乡村振兴与共同富裕

对应SDGs



我们的行动

- 打造多元化的职场环境，关注女性员工、外籍员工与少数民族员工
- 构建完善的人才雇佣体系，清晰的职业发展机制，提供有竞争力的薪资
- 健全完善安全管理组织架构，制定安全管理目标，并加强职业健康安全培训
- 积极响应国家发展战略，深入推进“快递进村”项目，带动农村经济发展，便利农村民众生活
- 持续推进慈善项目，履行社会责任

保障员工权益

中通快递重视员工的权益保障，为员工提供平等、多元的发展机会，增强与员工的沟通交流，不断提升员工满意度，传递以人为本的管理理念。

打造多元职场

中通从人权、招聘与雇佣、多元化人才培养等各方面着手，通过政策制度规范行为和流程，致力于为员工打造一个多元、包容、健康的职场环境，促进企业和员工共同发展。

• 人权承诺

中通快递将保障人权贯穿在公司运营管理各环节中，严格遵守《国际劳工组织公约》，以提倡平等、民主协商等为基本原则，制定适用于自身运营管理、供应商及其他合作伙伴的相关制度，严令禁止反对人口贩卖、禁止强迫性用工、禁止使用童工、禁止暴力与骚扰，反对歧视，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受到区别对待，并保障员工的结社自由及集体谈判等权利。对各类侵犯人权的相关事件，公司设立全天候、多语言匿名举报邮箱和电话热线，并对举报人采取保护政策，鼓励员工对相关事项进行举报投诉。针对接到的举报，公司公开披露举报数量、不当行为和处理措施。

我们也制定相关政策，对歧视与骚扰事件（含性骚扰）进行规范，对任何形式的歧视行为零容忍，明确规定歧视与骚扰事件的逐级汇报流程；对实施暴力威胁、恐吓、任何形式骚扰、影响团体秩序者严肃处理，进行谈话纠错，严重者视情节给予处分；在日常培训中，公司也对此进行培训宣贯，以提升员工人权保护和反歧视与骚扰的意识，保障员工权益。

此外，我们还关注合作伙伴的人权保障情况，政策中明确对供应商和合作伙伴也采取同样的人权要求，确保供应商和合作伙伴也积极遵守人权政策，以期与合作伙伴一起为员工提供安全、平等的职场环境。

公司定期开展人权评估，对员工、重要供应商展开评估，以识别存在的人权问题。报告期内，公司未发生侵犯人权的事件，也无重大劳动争议事件，并顺利签署《集体合同》《女职工权益保护专项集体合同》《工资专项集体合同》等文件。报告期末，集体协议覆盖率100%。

• 招聘与雇佣

中通快递遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，并不断修订完善《招聘管理制度》《培训管理办法》《员工晋升管理办法》《福利管理制度》等内部规章制度。在招聘中，秉持“人才就是硬实力”的理念。报告期内，公司完善招聘流程、提升招聘质量，为公司吸纳人才；通过校园招聘、社会招聘、内部晋升等方式搭建人才队伍；公司整体招聘满意度较去年有所提高，员工整体学历水平上升，开发和测试等高技术员工占比提高。

员工数量		2022	2023
员工总数		24,888	23,554
性别	男	15,941	15,072
	女	8,947	8,482
雇佣类型	全职	24,888	23,554
	兼职	0	0
年龄	29岁及以下	6,753	5,771
	30-50岁	14,982	15,031
	50岁以上	3,153	2,752
	国内（含港、澳、台）	23,847	23,103
地区	柬埔寨		278
	老挝		86
	缅甸		49
	泰国		30
	越南		6
	美国		1
	日本		1

2023年员工流失率		
员工总流失率		24.32%
员工自愿流失率		24.21%
性别	男	22.40%
	女	27.50%
年龄	29岁及以下	35.21%
	30-50岁	20.12%
	50岁以上	18.99%
	高级管理层	8.17%
职级	中级管理层	13.36%
	基层员工	25.58%
民族	少数民族	29.89%
国籍*	国内员工（含港、澳、台）	22.91%
	柬埔寨员工	20.11%
	老挝员工	27.12%
	缅甸员工	63.70%
	泰国员工	81.01%
	越南员工	98.47%

*注：因东南亚部分业务调整，部分国家人员流失率增加

2023年新晋员工		单位	2023年
新进员工人数		人	6,120
平均雇佣成本		元人民币	289.69
性别	男	人	3,469
	女	人	2,651
年龄	29岁及以下	人	3,310
	30-50岁	人	2,622
	50岁以上	人	188
职级	高级管理人员	人	7
	中级管理人	人	263
	基层员工	人	5,850
	中国国籍（含港、澳、台）	人	5,960
国籍	柬埔寨	人	55
	老挝	人	54
	缅甸	人	17
	泰国	人	32
	越南	人	2





“员工保留”专项举措,降低员工流失率

为降低员工离职率,公司持续推进“员工保留”专项。报告期内,公司更新了考核指标,从原来只关注入职一个月内的新员工扩展到关注月度整体员工离职率;同时针对过往员工流失没有原因留痕,导致员工保留工作无法有的放矢的问题,2023年通过系统流程改造、意识理念宣传对齐、每月数据通晒等形式,员工离职的原因实现线上留痕,将系统内月度离职原因未明确占比从年初的89.4%降低至目标值20%以内并维持该比例。另对月度高频聚焦的员工离职原因和离职率高的地区进行单点分析及应对举措输出。通过以上举措,2023年操作员年度流失率55.06%,较2022年(58.65%)降低3.59%,达成年度降低3%的目标。

2023年操作员年度流失率

较2022年降低**3.59%**

达成年度降低**3%**的目标



关键绩效

2023

• 员工薪酬福利

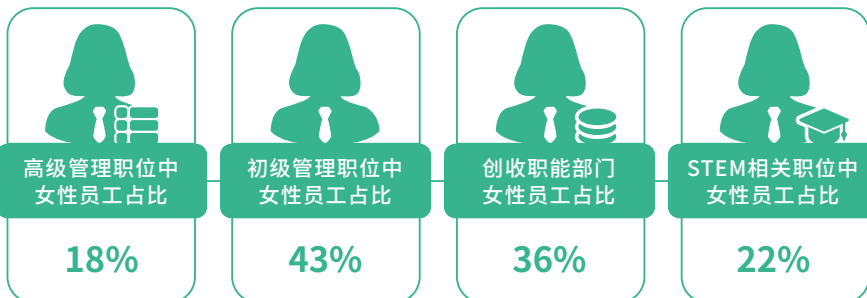
中通快递为员工提供有竞争力的薪酬福利。依据员工职级、经验、能力等制定薪酬政策,激发员工动力,并通过每年开展多维度绩效评估、基于团队的绩效评估、敏捷谈话等方式进行绩效评估。同时,公司为员工提供全面的福利保障体系,包括法定社会保险和住房公积金等。此外,我们也积极维护女性员工权益,引导各地设立爱心妈咪小屋,员工子女托管班,设立产检假、产假、陪产假、哺乳假等福利政策,全网各地管理中心在每年“3·8”妇女节当天还会开展各类关心关爱女性员工活动。报告期内,公司员工五险一金缴纳比例达到100%。

• 多元化人才发展

中通快递注重多元化人才发展,积极保障少数群体的权益,设立女性员工专项保护合同,并为残障人士和少数民族人士提供定向招聘,以期打造包容、开放的工作环境,培养多元、上进的人才队伍。

报告期内,公司员工共23,554人,其中少数民族员工占比为5.88%,女性员工占比为36.01%,女性管理者(包括初级、中级、高级)占比为31.00%,其中各管理层级女性员工占比如下

2023年数据



深入就业困难地区定向招聘,解决当地就业

中通快递全网积极拓展招聘区域,通过自主寻访、与各地政府协同以及积极响应国家“春风行动”等形式,前往就业困难地区实地开展招聘工作。2023年度公司去到云南省怒江傈僳族自治州福贡县、贵州省黔南布依族苗族自治州罗甸县、四川省阿坝藏族羌族自治州黑水县等多个少数民族地区,通过招聘会、就业推荐、现场地推等形式,共吸纳当地劳动力1,000余人,用实际行动助力少数民族地区解决就业问题。



保障员工健康

中通快递始终坚持“安全就是效益”理念，以安全发展为核心，坚持在保障安全的基础上谋求发展。我们成立了安全管理中心，积极构建完善的安全管理体系，明确职业安全管理目标，准确识别各类安全风险，确保员工的人身安全和健康，为企业的可持续发展奠定了稳定、可靠、安全的扎实基础。

• 安全管理制度

中通快递严格遵守运营地区的相关法律法规，以《中华人民共和国安全生产法》《建设工程安全生产管理条例》等相关法律法规为安全管理指引，不断细化内部《快件操作场地信息安全管理规范》《消防安全管理条例》《应急准备与响应控制细则》等规章制度，并通过了ISO 45001:2018职业健康安全管理体系认证。同时，中通也将各类制度应用于承包商，在采购合同中引入职业健康安全标准的相关条款，共同守护员工职业健康安全。

公司建立完善的健康安全管理体系，公司董事会是职业健康安全管理的最高决策机构，安全管理中心各部门定期采取公司自查、内部审查等方式，监督评估公司的安全生产状况，以确保相关制度及要求的落实，并依据公司管理层要求、自身实际情况和上一年度安全绩效达成情况，设定安全管理绩效目标，并承诺持续改进职业健康安全绩效表现。员工代表参与基层职业健康安全委员会，识别评估运营中的健康安全问题，针对识别出的健康安全问题，公司确定问题处理级别，并依据优先顺序制定问题整改行动计划及定量整改目标，积极落实整改。

安全管理目标设定及达成情况

- **目标制定:** 根据各中心操作体量、操作总人数及2022年事故实际完成情况，制定2023年场地安全目标
- **定期目标追踪:** 将2023年目标拆分至省区，每月汇总有责事故，对比省区目标值完成情况，分析超标省区风险隐患，制定专项整治方案
- **达成情况:** 2023年有责事故同比2022年下降
- **目标制定:** 根据各车队车辆数、司机数、2022年道路事故数，制定2023年道路有责事故目标
- **整改举措:** 成立专项帮扶组、接受道路安全培训
- **达成情况:** 2023年有责事故同比2022年下降8.1%

• 安全管理实践

中通快递建立了完善的安全健康制度体系，该体系涵盖了风险评估、隐患排查、应急管理、事故报告、安全绩效考核、安全纪律处分及安全培训等多个方面，形成了完整的闭环管理系统。

风险评估——道路安全风险评估



出车六检

- 为加强车辆安全管理，确保驾乘人员及车辆安全，降低事故风险
- 要求驾驶员出车进行检查工作，特制定“出车六检”流程
- 针对车辆外观、轮胎、刹车、气路、仪表、证件进行发车前检查，确保不带“病车”上路



7S巡检

- 为规范驾驶员行为，保障车辆行驶安全，降低事故风险
- 针对驾驶员私拉乱接、违规使用逆变器、大功率电器、卡式炉小型气罐、驾驶员出车酒驾检测、止退器摆放等问题
- 推出7S巡检系统，对以上问题进行日常巡检



特殊天气及行车要求

- 应对雨雪天气造成的安全事故风险增加情况
- 特殊天气地区进行电子围栏划分，并公布至全网车队
- 行驶至围栏内车辆进行专项提醒并实时监控车速、司机驾驶状态（如疲劳驾驶）等保障行车安全，降低事故风险
- 为驾驶员提供心理辅导

隐患排查——省区专项整改行动



应急管理

制度建设

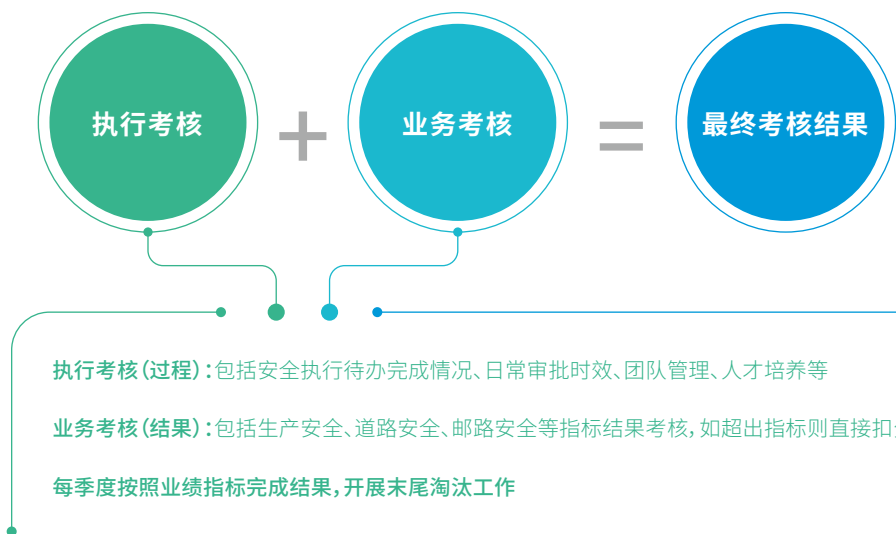
中通为有效响应各类突发事件，丰富人员专项业务救援知识，公司不断修订完善现场应急处置方案从自然灾害、消防安全、生产事故等角度编制《中通快递集团综合应急预案》《中通快递集团应急准备与响应控制细则》《中通快递集团防汛应急预案》等预案制度。通过制度的完善，形成科学完整的制度体系

应急储备建设

制定专项应急响应演练方案，从体能、应急实操、思想建设等方面针对性的开展志愿者应急训练，并根据全网各中心自身情况和可能发生的突发事件，配备所需的应急救援器材和装备，不断提高应急救援保障能力，加强应急队伍建设

事故报告

针对发生的职业健康安全事故，中通制定完善的工伤、疾病、事故调查处理体系；确定事故处理的逐级汇报制度，并成立事故调查组和整改监督小组，明确处理流程、方法及最终处理情况，形成事故处理闭环；并对主要事故责任人问责，将具体指标与责任人挂钩。



过程管控关联问责



- 根据重大事故隐患判定标准，对隐患分层设定，分为一般事故隐患和重大事故隐患
- 针对卸货口车辆靠位、着装规范重大事故隐患进行专项管理，将风险管控责任落地一线，捆绑所有转运中心和作业部门最高负责人，每日远程和现场双向巡检，当日进行违规通报及问责

事故关联问责



- 事故责任关联责任人及以上三级管理层（班组长，主管，经理），制定《中通快递集团生产安全事故责任追究规定》制度，判定事故责任，进行事故追责

安全培训

中通快递为持续提升员工的职业健康安全意识，对各业务类型员工开展多元的职业健康安全培训。通过每日早会培训、定期培训、专项培训等形式，对员工进行培训宣贯。

培训条线	培训内容	培训主题及场次
场地安全培训	依据国家法律法规、操作规范、风险警示等制度，从多角度编制《重大人伤风险警示》《三方租赁场所基础安全培训》《安全培训》(季度)《网点专项安全培训》等培训材料	• 安全生产法律法规、公司安全制度和保障生产安全的操作规程 • 本单位、本岗位的作业环境危险因素和预防措施 • 突发事件事件的上报及初期应急、自救逃生的知识和技能等
车队安全培训	依据《中华人民共和国道路交通安全法》《中华人民共和国交通违法行为处理法》等法律法规，从多角度编制《防御性驾驶培训》《车辆安全检查》《体验式培训》《典型事故案例分析》《车队赋能培训》等材料	• 每月进行道路安全会议 • 对全网车队安全员、车队长进行安全培训，再以其辐射至各车队司机，并要求各车队每月进行一次安全会议(连续4天)，确保驾驶员的参会率，培训的有效性
邮路安全培训	• 官方考证培训 • 公司内部培训	• 国家邮政局主导的邮政业安全中心关于邮政、快递企业安检人员培训场次共计6场，参与人数共计80余人。其中通过培训考试持证人员62人，同比22年持证人数增长3% • 总部组织全网安检员、安检机长开展例会培训共计24场 • 各省区中心安检机长每日开展班组例会，重点事项再强调，提高安检员业务能力和职业素养

安全统计	单位	2023年
因工死亡人数	人	8
因工损失工作日数	天	1,147
百万工时损失工时工伤率 (LTIFR)	百万工时	0.16

赋能员工发展

中通快递秉持“人才就是硬实力”的人才理念，将员工发展放在首位，建立全面完善的培训体系，提升员工职场技能。提供有竞争力的福利待遇，持续改善员工生活，全方位赋能员工发展。

建立多元培训体系

中通快递围绕“全面赋能、开拓创新”的人才培养理念，在《培训管理制度》《管理培训生培养方案》等内部管理制度的指引下，面向全体员工搭建内容多元、形式多样的培训体系，以提高员工的专业技能和综合能力。

报告期内，公司培训文化部构建了“三大人才+三大赋能+一大平台”人才培养体系（“331人才培养体系”），该体系根据不同员工所需要的知识和技能，开展多元化培训，期望通过共同努力，提高员工业务素养，推动员工实现全方位成长，为中通打造一个充满活力、创造力和凝聚力的人才团队，为公司长远发展奠定坚实基础。



报告期内，公司的“百优”培训持续有序开展，为全网不同层级、不同岗位、不同职业发展阶段的员工，提供内容多元、形式多样的培训课程。新增“领鹰”和“精鹰”两个项目，采取“直播与面授并存”、“内训与外训并举”的模式，并创新了军训实操、辩论赛等环节。该项目期望通过对不同层级员工开展定向培训，增强其岗位技能，提高工作效率，为公司带来更多收益。

项目名称	培训对象	参训人数	培训形式
2023级百优-领鹰	公司中高层管理者	200余人参训	线下
2023级百优-精鹰	公司中高层管理者	69人参训	线下
2022级百优飞鹰/雄鹰(第三阶段)	主管、副经理、经理级管理人员	371人参训, 367人结业	线下
2023级百优飞鹰/雄鹰(第一阶段)	主管、副经理、经理级管理人员	279人参训	线上直播
2023级百优飞鹰/雄鹰(第二阶段)	主管、副经理、经理级管理人员	205人参训	线下
2023级百优雏鹰培训(共四期)	全网3级(不含)以下优秀员工	3,354人参训, 1,461人结业	线上录播

在赓续传统培训项目的基础上, 公司还赋能各职能部门、省中心和基层员工, 为人才的发展助力。

总部各职能中心专项培训	• 针对服务质量中心、人力资源中心、科技与信息中心分别制定了符合其员工需求的特色课程 • 组织开展了6场个性化培训
各省中心管理赋能培训	• 完成江苏、重庆、浙江、北京、贵州、内蒙古、广州、河南、天津、广西、安徽、潮汕、丹阳等地的实地调研与巡回演讲工作 • 开展《优势团队管理之执行力训练营》《优势团队管理之关系训练营》《OKR敏捷目标管理》等团队管理系列课程专项培训 • 项目平均满意度高达9.92, 经培训团队的执行力及协作能力显著提升
一线基层员工培训	• 课程安排覆盖面广且有针对性, 通用类课程注重启发思维和提升技能赋能, 业务类课程注重夯实业务基础 • 为操作一线员工搭建了一次学习与交流的平台 • 培训满意度均分为9.91分
新员工入职培训	• “线上+线下”模式 • 包含《企业文化宣贯》《安全知识普及》等六门课程
管培生计划	• 包括工作技能类、职业素养类、管理能力类、沟通表达能力类、团队合作类等课程

公司在关注员工培训的同时, 也积极选拔培养优秀讲师。报告期内, 我们重点开展讲师库的管理工作, 共开展11场兼职讲师选拔与培养(TTT培训), 参训人员共计298人, 通过考核人数199人; 同时, 推进了兼职讲师管理库系统上线并在持续优化。



梯队培训, 增加人才储备

报告期内, 梯队人才培训计划分别在5月和11月完成两期培训, 储备M3-M5参训人员有545人, 完成培训人数308人; 储备M6-M8参训人员有59人, 完成培训人数33人。

培训中, 以“管理能力提升”和“读书自我提升”的课程体系为基础, 从内外部精选“提升梯队人才角色转变”与“向上履职能力”的课程, 包含《管理者教导力提升》《打造不依赖与能人的执行力体系》《快乐阅读》《共赢领导力》和《规划与决策: 管理上岗的思维与行为流程》等课程, 书籍包含《管理的实践》与《思考, 快与慢》。

与此同时, 培训还充分利用了中通学园E-learning学习平台来推动培训的实施。该培训结束后的调研得到了各层级储备人才的反馈, “培训组织安排非常有助于自身工作和管理能力的提升”, 并且有部分学员计划把所学知识在其所在部门进行转训内化。

公司注重梯队人才落地和沉淀, 通过该项目为公司培养储备人才。报告期内, 梯队池建设成果初现, 梯队人才充足度100%, 同比提升8%; 23年晋升通过20人, 骨干人员占比15%, 为公司持续发展奠定人员基础。

该项目在导师端, 形成指导手册, 搭建导师交流平台, 提供了解梯队渠道, 分享方法和工具; 在人才端, 开展培训、宣贯、导师分享和工作实践等, 落地梯队人才建设。



导师计划, 助力人才培养

公司在管培生项目和梯队人才培养项目中都融入导师计划, 搭建导师交流平台, 为学员提供帮助, 分享方法和工具, 协助项目更好落实, 保障项目效果。

管培生项目

- 职业导师**——项目优选公司中心(副) 总监级及以上级别负责人作为管培生的职业导师, 为管培生提供职业发展规划指导
- 业务导师**——选择部门负责人作为业务导师, 帮助学员迅速获取资源, 参与部门重点项目工作, 并将学员表现记录留存, 交由人力资源管理中心存档

人才梯队建设项目

- 每位梯队人才确定一位培养导师
- 日常工作指导**——讲解本单位/部门业务现状, 指导梯队人才审批日常工作。带领梯队人才参加工作会议、完成会议纪要, 或下一线进行工作考察或者调研, 寻找问题, 现场总结分析
- 关键问题解决指引**——指导梯队人才分析解决关键工作任务, 针对存在的问题提交改善方案; 协助制定本单位/部门工作发展规划

不同类别员工人均受训时数

类别		单位	2023年
培训总时长		小时	194,780
性别	男性员工	小时	14
	女性员工	小时	26
职级	高级管理人员	小时	13
	中级管理人员	小时	18
	基层员工	小时	28
年龄	29岁及以下员工	小时	15
	30-50岁员工	小时	38
	50岁以上员工	小时	7

不同类别员工受训人数及占比

类别		单位	2023年
职级	高级管理层受训人数	人	189
	高级管理层受训百分比	%	1.94
	中级管理层受训人数	人	2,026
	中级管理层受训百分比	%	20.80
性别	基层员工受训人数	人	7,524
	基层员工受训百分比	%	77.26
	女性员工受训人数	人	3,308
	女性员工受训百分比	%	33.97
	男性员工受训人数	人	6,431
	男性员工受训百分比	%	66.03

培训投入项目	单位	2023年
总培训场次	场	302
总受训人次	人次	12,661
总受训人数	人	9,739
人均受训时长	小时	20
人均培训投入金额	元人民币	134.4
人力资本投资回报率		2.3
受训人员占总人数百分比	%	41.35

关爱员工生活

中通快递为提升员工归属感、获得感、成就感和幸福感，积极开展员工关爱管理工作，搭建更为全面的福利保障体系，关注员工生活，加强员工沟通，使员工切实感受到公司的温暖。

• 员工关爱及福利

中通关注员工的身体和心理健康，采取各项举措持续改善员工生活，提升员工幸福感。



健康生活

- 2023年面向园区举办健康知识(含心理健康与压力管理)讲座、家庭医生签约等活动，提高大家的健康意识、传播正确的健康理念
- 制作并发放健康知识手册共143,056份，旨在增强大家的健康意识、预防疾病和意外的发生
- 鼓励员工参与体育活动



通勤班车

- 2023年通过对四条班车线路的实时监测，整体运营平稳，对出现的异常情况进行了及时的调整，在日常管理中也积极做到与班队长联动，充分发挥班队长在日常工作中的管理作用，做到班车运营的稳定安全



优惠住房

- 为员工提供人才公寓和公租房



户籍办理

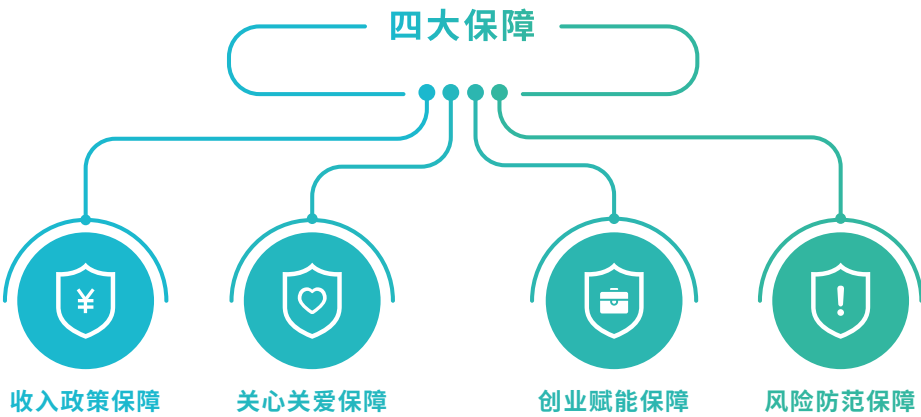
- 进行居住证积分办理
- 通过人才引进落户、居转常落户、应届毕业生落户、留学生落户等方式，帮助员工完成户籍办理213例





设立“中通小哥日”，保障“小哥”权益

2023年5月8日，中通快递正式设立“中通小哥日”，发布《关于全面推进中通小哥权益保障工作的实施方案》，并按照“四大保障”和“六个一”的具体工作要求，在中通全网全面执行，进一步推动中通“幸福文化”建设。



建设一个中心

在浙江桐庐投资建设“中通学院培训中心”，
预计2024年竣工投入使用

搭建一个平台

坚持同建共享的核心价值观，致力于搭建创业赋能平台，提供从门店设计、经营方法、系统工具、快递业务导入和商业赋能等一站式创业支持和辅导

打造一个节日

使中通小哥过好节日，感受“家”的温暖与幸福，体会“主人翁”的快乐

建好一个机制

建立完善中通小哥权益保障机制



送好一份保险

2021年起公司出资近千万元为全体中通小哥购买“小哥宝-团意险”意外伤害保险，并在2023年将保额提高到20万，免费为小哥提供更全面的人身安全保障

用好一个基金

设立“快递小哥关爱基金”，2023年基金总额度已增至2亿元，保障因疾病、意外事故、见义勇为等致伤、致贫、致困的情形，切实保障快递小哥的健康安全



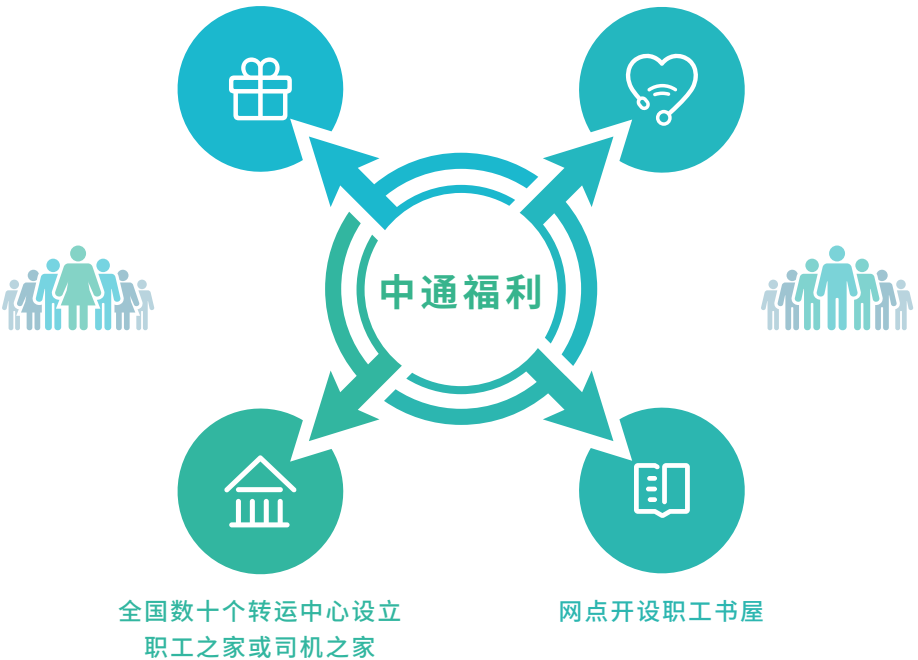
“暖蜂行动”系列活动，温暖城市守护者

- 连续多年在全网举办“快递员的慢生活”、应急救援培训、心理关爱活动等“暖蜂行动”系列活动，在保障小哥权益、关爱一线员工、践行和下沉中通文化、推进中通品牌建设等方面起到积极作用并初步形成品牌效应，也在心理疏导和应急救援等方面发挥了实效。
 - 夏季“送清凉”和冬季“送温暖”活动。每年面向全国范围，筛选数十个地区的快递网点和兔喜生活超市，设立免费清凉小站或温暖小站，为快递员、外卖员、交警、保安、建筑工人、环卫工人等户外工作者提供物资支持，同时宣传工会工作的意义和价值。
- 2023年夏天在全国30座城市设立超74个免费清凉站提供免费服务，也得到社会力量的大力支持，活动登上了微博热搜。在冬季最寒冷时节免费提供“温暖六件套”（保温杯、环保布袋、手套、护膝、耳罩、暖宝贴），获得社会热烈反响和好评。

公司也为一线员工提供各种福利，以满足员工生活和发展需求。

节假日走访慰问送礼品

成立中通馨享心理小组





开展心理疏导，护航员工心理健康

10月，在快递业务旺季来临前夕，中通快递在上海、湖北、辽宁、山西、广州、东莞等全国多地同步组织开展“2023年员工心理关爱活动”，让从事操作、运输、派送、客服等一线工作的中通人，破除思维禁锢，放下心理负担，积极面对工作和生活，蓄力职场正能量，增强职业归属感、获得感和幸福感。该活动还邀请专业心理导师授课，并设置“心理小课堂”和“游园会互动体验”等多个心理疏导版块，通过不同形式为促进和保障员工身心健康保驾护航。近几年，中通快递通过心理健康知识宣传、开展心理健康关爱活动、举办心理健康讲座、开通心理健康辅导热线等多样化举措，为员工心理健康护航，减压赋能。



企业文化活动

中通快递为增强员工的归属感和凝聚力，积极举办各类企业文化活动，以期通过参加活动，使员工更好地了解企业的核心价值观和使命，提升员工团队协作能力。

中通成立日 组织文化活动

- 感受“家文化”特色，提升员工归属感、获得感、幸福感
- 2023年策划了以“中通爱你”为主题的系列活动，通过形象片、主题歌等实现内外宣传，举办游园会、集体婚礼等线下活动营造和谐氛围

年度公益运动会

- 倡导积极健康、向上向善的理念
- 通过竞赛累积公益金并组织募捐爱心物资，调动和助力全员在精神层面收获更多成就感

“中通家庭日” 活动

- 邀请员工亲属走进中通，透传融洽和谐的“家文化”，提升员工凝聚力和幸福感

年度影像大赛 暨影像展活动

- 迄今为止，影像大赛已举办四届，累计收集了超7,000张摄影作品和超300个视频作品
- 内容涵盖快递“收、转、运、派”各环节，以及爱岗敬业、乡村振兴、服务用户、爱心助学、公益助农、亲情节日、“两进一出”、业务旺季等主题

员工沟通

中通快递为构建新员工与公司层面的有效沟通渠道，帮助新员工解决工作和生活中的实际问题，提升新员工的入职体验感，公司每季度举办一次新员工座谈会。活动包含自我介绍、“破冰”小游戏、公司介绍、答疑解惑、领导总结致辞等环节，为营造轻松开放的氛围，我们会准备各类丰富小点心，活动结束后，我们会将座谈会形成书面文字，将大家关心的问题一一记录，并形成指导手册。

报告期内，邀请每一季度新入职员工以及各职能部门负责人参与。活动举办热度逐渐提升，一年参与人数约160人。

共建富美乡村

中通快递积极响应《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》《快递进村三年行动方案（2020-2022年）》等国家政策，发挥自身行业优势长处，持续布局“快递进村”业务。一方面，帮助快递“走进乡村”，切实为偏远地区人民生活带来便利；另一方面，帮助乡村特色产品“走出乡村”，带动乡村产业发展，巩固乡村振兴成果。

快递进村，联通便利生活

中通不断拓宽自身的快递网络，将其延伸到边远村庄，在当地邮政局的大力支持下，大力推进“快递进村”，建立农村快递服务点，并不断探索乡村“快递发展新模式”。



快递进村，助力川货上行

当选“2023年和美乡村百佳范例”的四川简阳市平武镇尤安村，地处沱江东岸，现在已经发展成为了远近闻名的富裕村。中通从2021年9月开始，在当地布局“快递进村”产业，建立农村快递服务点，解决当地村民快递取件远的问题。

快递进村后，快递员组织网点骨干实地走访，摸排出口口密度较大、经济实力较强、交通较为便利的村落，优先设点、重点探索“快递+商超”模式；两年多以来成果显著，不但进村服务覆盖面广了，农村包裹的数量也上涨了30%以上。



特产寄递, 带动乡村振兴

中通快递为农户提供全方位服务, 助力农产品走出深山, 畅通寄递渠道, 激发内生动力, 助力农户无忧销售。



智慧物流, 降本提速运鲜果

2023年9月, 位于甘泉县的中通快递陕西延安转运中心正式启用, 进一步降低了延安苹果等陕北特色农产品的物流成本, 提升了寄递时效, 为当地农户提供高效、经济的物流服务。

随着辐射整个陕北地区的中通快递延安转运中心智慧物流园区落地, 陕西的农特产品与全国的距离更近了。中通快递延安转运中心操作负责人翟高庆表示: “延安中心的投产, 极大地拓展了西北地区快递发往全国的送达范围, 送达时间提升了15个小时左右, 有效解决了延安市乃至陕北地区农特产品销售运输相对滞后问题。”



升级寄递方案, 猕猴桃省心运

中通快递为将黑山猕猴桃运出大山, 使用中通标快发往全国。作为中通快递旗下的时效快递产品, 中通标快和果农直接合作, 为当地打造专属物流寄递方案, 提供定制化包装、高性价比、优先中转和派送的快递服务。

2023年, 中通标快在原物流寄递方案基础上再次升级。在猕猴桃挂果前一个月, 重庆万盛网点便开始对当地5个乡镇铺点布局, 于田间地头设置5个揽收点, 发货量较去年比翻了一番, 可谓遍布当地村户。中通标快不仅保证寄递时效, 在售后服务上, 也安排专人客服来对接猕猴桃产品, 基本可以做到3分钟内迅速响应, 果农普遍对中通标快很有信心。得益于物流寄递的便捷性, 果农户均增收8,000元左右, 解决当地就业问题。



热心社区公益

中通快递始终坚持“用我们的产品造就更多人的幸福”, 并用爱回馈社会, 以实际行动传递温暖和爱心。我们联合员工、合作伙伴一起开展多项公益活动。围绕提供优质教育、支持社区发展等方面, 打造“圆梦1+1”、科普进校园、寻亲胶带等公益项目。报告期内, 中通累计捐助820多万元。



3-9月, 开展“圆梦1+1”爱心助学项目

5月、9月举办科普进高校、科普进园区项目

7-10月, 举办爱心助学一对一活动



“圆梦1+1”爱心助学, 播撒希望的种子

2023年, 中通快递内部支持公益行动的地域范围不断扩大, 号召山西、天津、新疆、浙江、贵州、湖北、湖南、辽宁、上海等9个管理中心, 推动中心与当地网点联合开展“圆梦1+1”爱心助学公益活动, 募集爱心物资, 汇聚更多爱心力量, 帮助更多偏远山区的孩子筑造希望。活动启动一个月以来, 中通快递联手华新镇相关部门以及社会爱心力量累计捐献生活用品、学习用品、清凉用品、体育用品等爱心物资超160箱, 预估价值超13万元。同时, 今年还通过职工公益运动会以及中通网络互助基金, 筹集了5万元的公益资金, 通过云南省青少年发展基金会指定捐助给云南省云龙县民建乡中通希望学校, 用于改善学校的用水设备, 解决师生的用水困难。





关爱城市守护者，让冬天不再寒冷

2023年12月期间，中通快递在全国多地举办“有你的冬天不太冷”——2023年冬季送温暖活动，活动覆盖黑龙江、吉林、辽宁、内蒙古、宁夏、新疆、河北、山东、甘肃、陕西、天津、上海等多个地区，为快递员、外卖员、环卫工人、建筑工人、交警等一线户外工作者免费提供围脖、帽子、手套、护膝、暖贴、护手霜等保暖物资。



小小胶带，传递回家的希望

中通快递为帮助更多失踪儿童回家，将公安部网站上失踪儿童的照片和寻亲联系方式印在胶带上，用来打包快递。尽管一卷印有失踪儿童信息的胶带比普通胶带成本多出一倍，但可以随快递包裹将希望带向天南海北，为失踪儿童早日回家贡献自己的绵薄之力。



至诚至信 谋长远 筑久安

中通快递始终坚持以合规、诚信的方式开展工作，通过持续提升公司治理水平、加强企业风险合规管控，落实商业道德保障体系，切实维护各方长期利益，树立良好的企业形象，为公司的健康、可持续发展奠定坚实的基础。

我们关注的议题

- 公司治理
- 合规与商业道德
- 多元化与包容
- 风险管理
- 减少污染
- 废弃物管理
- 水资源管理

对应SDGs



我们的行动

- 通过打造多元化管治及优化董事会绩效薪酬体系，持续提升公司治理水平
- 通过完善风险管理框架，加强风险培训等方式，及时识别和应对企业风险
- 通过完善保障体系、加强意识宣贯、落实举报人保护等方式，践行商业道德理念
- 优化水资源利用，加强环境污染物管理

筑牢经营之基

中通快递始终坚持以合规、诚信的方式开展工作，通过持续提升公司治理水平、加强企业风险合规管控，落实商业道德保障体系，切实维护各方长期利益，树立良好的企业形象，为公司的健康、可持续发展奠定坚实的基础。

公司治理

我们深知良好的公司管治对提高投资者对公司的信心具有重要意义。我们严格遵循国家及交易所的相关监管要求规范运作，并通过打造多元化管治机制、优化董事会绩效薪酬体系，全面提升企业管治表现。

• 多元化管治

我们坚信多元化的管治体系将帮助公司推进多方经验的交流融合，取长补短，助力董事会作出更符合整体利益相关方的决策意见。公司在甄选董事候选人时，提名及公司治理委员在考察候选人的经验、技能、专业知识、个人诚信及职业操守、品格、业务判断力等特质的基础上，也需从多个方面考虑候选人的情况进行综合权衡，包括但不限于性别、国籍、民族、种族、宗教及文化背景等。

• 绩效及薪酬

公司每年定期对董事会绩效表现进行自评，内容覆盖管理程序、管理层沟通、专注战略发展、高效获取决策必要信息、合理安排管理工作、管理提升落实追踪等，持续完善董事会治理能效。公司设立符合公司业务发展需求的薪酬政策及架构，确保本公司董事及高级管理层薪酬水平适当。为持续提升中通快递的可持续发展表现，公司建立相关机制将ESG绩效与董事会薪酬挂钩，相关考核指标包括但不限于ESG体系建设、ESG风险管理、ESG关键指标绩效等。

风险合规

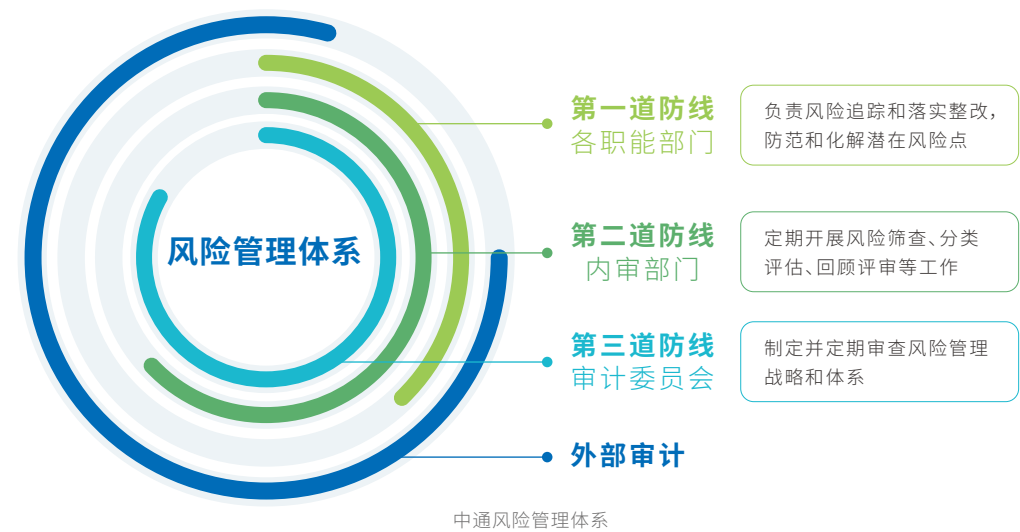
公司持续完善风险管控机制和流程，定期开展风险识别和内部审计，提升风险防控意识，防范经营风险。

• 风险合规

公司严格参照《萨班斯-奥克斯利法案》(SOX) 法规要求，紧抓找、防、控三个环节，建立公司全面风险管控机制，有效识别及应对公司运营各环节的潜在风险。报告期间，公司持续完善《披露管控制度》《廉政建设(利益冲突)申报管理办法》等相关制度体系，并进行审阅更新，通过搭建风险控制矩阵、优化流程标准、落实控制测试等方式，强化相关板块风险管理水平。

• 风险管理框架

我们已建立覆盖公司全部业务部门及成员企业的风险管理组织体系，明确公司审计委员会、内审部门、各职能部门的职责分工。公司审计委员会主要负责评估及厘定达成策略目标时所愿意接纳的风险性质及程度，对公司风险管理及内部控制政策及程序有效性开展定期审查。内审部负责监控风险管理及内部监控系统稳健妥善地运行，同时对内控流程持续优化，并针对子公司内控情况进行检查及改进追踪。各职能部门在统一协调下开展风险自我评估及内部控制管理，全方位管理及应对本公司各类风险。



• 风险管理流程

我们定期开展风险识别与评估工作，具体由各部门的管理负责人根据业务性质与行业发展趋势，识别包括合规风险、运营风险以及业务连续性风险等在内的现有及潜在风险，并根据风险潜在影响及发生可能性进一步明确风险管理优先级。

我们高度重视可能面对的风险和现有风险，由内审部门持续监督风险解决方案的实施情况。公司将风险管理纳入产品和服务开发过程，每年定期评估风险敞口，并根据识别出的风险管理漏洞，以及具体情况变化进行针对性改进。报告期内，我们最为关注的新兴风险为气候变化，相关应对举措请参见本报告的专题二章节。

• 风险文化建设

我们致力于将风险管理文化建设融入企业文化建设的全过程，通过对各级人员进行风险管理原则的培训，提高员工及合作伙伴的整体风险管控意识和技术水平。此外，为提升公司董事会风险评估与应对能力，公司聘请外部机构对公司所有董事（含执行董事、非执行董事、独立董事）开展风险管理培训。

落实风险培训与考核

- 对全体员工开展风险管理培训，帮助员工了解风险控制理念及审计流程，并设计考核以强化员工的学习态度与学习成果

加强风险管理反馈

- 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、规避风险
- 开设风险举报热线，鼓励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

商业道德

公司严格遵守国家法律法规，构建了完善的企业管治体系，并将业务发展与公司的廉洁价值观、合规要求及各利益相关方期望相结合。

• 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》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》《中华人民共和国反洗钱法》《中华人民共和国刑法》和《中华人民共和国监察法》等国家法律法规，制定了《廉政监察实施条例》《商业行为和道德守则》等一系列管理制度，在覆盖公司全体员工及业务条线的基础上，将相关廉洁要求拓展至供应商及承包商层面，明确杜绝腐败、贿赂、舞弊、洗钱、不正当竞争、利益冲突等行为。此外，我们将商业道德事件表现与员工绩效相结合，持续加强内部商业道德管理水平，同时公司的反腐败和贿赂政策适用于慈善捐赠和政治捐赠活动。

供应商合规论坛

中通快递在做好自身廉洁合规建设的同时，也非常重视与供应商/合作伙伴之间的合规合作及合规建设，共同营造“风清、气正、廉洁”的商业氛围，共同建立“公平、互信、共赢”的合作关系。12月21日，我们举办了“清风行动-廉洁教育宣传周”供应商合规论坛，向供应商传递了中通对做好廉政建设、合规工作的坚定决心。



为了持续加强中通快递商业道德管理水平，我们会定期根据最新法律规定，对内部相关管理制度进行审阅修订，以保障其有效性。同时，我们将运营中的商业道德及反腐败风险纳入公司专项审计检查范畴，由董事会审计委员会进行总体监督，网络和廉政监察室作为独立主管部门，通过年度巡查结合不定期专项审查等方式，针对全部运营地、所有业务及承包商开展商业道德相关审计工作和风险评估，加强整体商业道德管理与监督水平。报告期内，公司未发生相关诉讼案件，通过内部自查发现贪污腐败事件39起，客户隐私泄露事件69起，利益冲突事件15起，上述事件均已按照公司相关管理制度和及时处理办法及时处理。此外，公司未发生歧视或骚扰、洗钱或内幕交易相关事件。

• 廉洁意识宣贯

公司每年面向董事、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和《商业行为和道德守则》培训，致力于通过加强日常宣贯等方式，帮助其识别工作中常见的商业道德事件，并为员工提供关于道德问题咨询的渠道，持续加强其商业道德意识，减少违规事件的发生。

弘扬廉洁文化共建廉洁中通——中通快递举办首届“清风行动—廉洁教育宣传周”活动

2023年12月18日至22日，中通快递首届“清风行动—廉洁教育宣传周”活动在公司总部及全国各地管理中心同步举办。

通过举办廉洁从业专题讲座、廉洁作品评选、廉政微电影展播、廉政监督员专题会、游园会等专项活动，帮助员工深刻认识到廉洁从业的重要性，不断提升全体员工的廉洁合规意识，加强中通网点和供应商合规经营管理，努力营造“风清、气正、廉洁”的良好氛围，保障公司持续健康和高质量发展。



员工代表、网点代表签署合规承诺书



游园会活动廉洁宣传游戏

• 规范举报管理

公司秉承着对诚信合规的价值理念，致力于塑造开诚布公的沟通环境，并鼓励公司所有员工、供应商及其他合作伙伴参与到廉洁诚信的监督体系中，对员工廉洁及勤勉履职情况进行监督，亦对发现的潜在违反公司道德准则、制度及法律的情况及时通报。我们制定并颁布了《廉政举报奖励办法》，举报人可以通过电子邮件、电话、信函、预约来访、廉政举报平台等途径向公司进行举报。



同时，公司坚决保护举报人合法权益，设置7*24多语言独立举报热线，允许匿名举报并对举报和调查工作遵循保密原则，严禁将举报人个人信息、举报办理情况等泄露给被举报人或者与办理举报工作无关的人员。我们严格禁止对举报人的打击报复行为，确保任何举报人都不会遭受包括职场歧视、不公正绩效评价等打击报复行为，实现对举报及投诉人员最大程度的保护。报告期内，公司共计接收举报线索368条，并于接到投诉举报后根据线索情况进行核实及调查。



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》等国家和地方政府有关环境管理的法律法规，完善自身环境管理制度，制度适用于生产运营和业务设施、产品和服务、配送和物流、废弃物管理、供应商、服务提供商和承包商、其他关键业务商业伙伴、尽职调查等，承诺持续改进环境绩效，设定减少环境影响的目标，并通过相关培训提升内外部利益相关方对环境管理政策和环境影响的认识。同时，公司根据ISO 14001的相关要求搭建了公司整体环境管理体系，持续规范污染物管理，降低生产运营活动对环境的影响，并规避因不当管理引起的潜在风险。报告期内，公司未发生环保违规重大处罚事件⁶。



⁶重大处罚事件指处罚金额超过1万美元的事件

中通快递ISO 14001环境管理体系认证证书

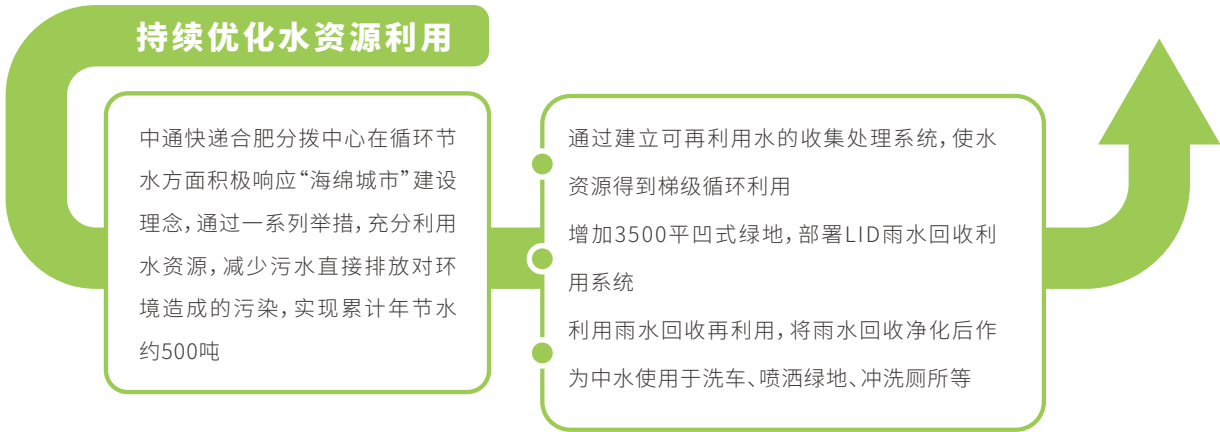
水资源管理

本公司始终恪守国家及地方关于水资源管理的法律法规，持续完善水资源利用和保护的内部管理制度。在水资源管理方面，公司所有业务活动用水均取自市政供水，不从自然直接取水。同时，公司坚持绿色发展理念，致力于引进和建立先进的环保技术及理念，提高水资源的循环利用率，并降低水资源的消耗，改善环境质量，积极探索绿色可持续发展之路。

水资源 ⁷	单位	2023年数据
取水量	万吨	543.8
排水量	万吨	516.6
耗水量	万吨	27.2
水耗密度	吨/百万元人民币	5.67

⁷公司水资源来源主要为市政供水

在水效益目标方面，本公司订立了明确的目标，致力于通过提高水资源的利用效率和减少水资源的消耗，实现水资源的可持续利用。公司还通过日常节水宣传和用水效益培训等活动，提高员工节水意识。



减少污染

针对运营过程中的污染排放物，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，持续完善内部相关管理制度，对废气、废水、固体废弃物、有害废弃物等多个方面进行严格把控，承诺在确保各项污染物合规处理且达标排放的基础上，通过数据表现追踪等方式，持续跟进并减少污染物排放。

报告期内，我们针对性评估并识别出本年度污染物管理重点方向及相关改进举措的部分示例如下：

- 生产过程：**优化生产流程，更换符合排放标准的车辆，减少不必要的浪费和废气排放，提高资源使用效率。产生的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
- 供应链管理：**与供应商合作，推动环保采购，减少包装和运输过程中的废弃物
- 办公环境：**推行无纸化办公，减少纸张浪费
- 员工行为：**加强环保教育，鼓励员工养成减少废弃物的习惯
- 产品设计：**优化产品设计，考虑环保因素，提高产品的可持续性
- 采购环节：**优先选择环保合规的供应商，推动绿色供应链建设
- 循环经济：**推动废物资源化利用，探索循环经济模式

废气	单位	2023年数据
总排放量	吨	7,945
氮氧化物 (NOx)	吨	7,313
硫氧化物 (SOx)	吨	8
颗粒物	吨	624

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《上市规则》《附录二：环境关键绩效指标汇报指引》。

废弃物	单位	2023年数据
无害废弃物	吨	9,464
有害废弃物	千克	97,568

加强员工环保意识培训

为了提高员工的环保意识，培养减少废弃物的良好习惯，我们为员开展废弃物管理专项培训，通过开展专项讲座、小组讨论等方式，向员工普及了减少废弃物的重要性、方法及日常实践，与员工携手实现公司的可持续发展目标。



附录一：关键绩效汇总

关键绩效指标	单位	2021年	2022年	2023年
业务绩效				
业务量	亿件	223	244	302
服务网点数	个	30,400	31,000	31,000
国内分拨中心	个	99	98	99
自动化分拣设备	套	385	458	464
干线运输车辆数	辆	10,900	11,000	10,000
干线运输线路数	条	3,700	3,750	3,900
高运力甩挂车数	辆	9,000	9,700	9,200
环境范畴				
直接能源使用				
柴油	吨	428,693	420,256	444,284
天然气	立方米	/	/	1,120,623
间接能源使用 ¹				
外购电力	兆瓦时	425,537	558,351	681,557
能源消耗 ²				
直接能源消耗	吨标煤	624,648.57	612,355.02	648,856.31
间接能源消耗	吨标煤	52,298.55	68,621.33	83,763.42
综合能源消耗	吨标煤	676,947.12	680,976.35	732,619.73
能耗密度	吨标煤/万元人民币	0.223	0.192	0.191
温室气体排放 ³				
直接排放（范围一）	吨二氧化碳当量	1,350,926	1,324,339	1,402,275
间接排放（范围二）	吨二氧化碳当量	247,237	318,428	388,692
其他间接排放 （范围三）	透明胶带	吨二氧化碳当量	1,921	1,718
	面单	吨二氧化碳当量	46,096	49,251
	其他	吨二氧化碳当量	78,629	78,945
温室气体排放总量 （范围一+范围二+范围三）	吨二氧化碳当量	1,724,810	1,772,680	1,945,932
温室气体排放密度	千克二氧化碳当量/万元人民币	568	501	507
	千克二氧化碳当量/件快递	0.077	0.073	0.064

注^{1,2,3}: 基于用电量统计方法的优化，提升数据准确度，重述2021、2022年数据。

关键绩效指标	单位	2021年	2022年	2023年
水资源				
总取水量	万吨	400.7	421.1	543.8
废弃物 ⁴				
无害废弃物总量	吨	5,645	3,168	9,464
无害废弃物排放密度	吨/百万元人民币	0.186	0.090	0.246
有害废弃物总量	千克	600	3,936	97,568
有害废弃物排放密度	千克/百万元人民币	0.020	0.112	2.540
废气排放物				
硫氧化物	吨	8.12	7.96	8.41
氮氧化物	吨	7,451	7,241	7,313
颗粒物	吨	536	599	624
包装耗材				
包装物料总量	吨	52,646,062	57,383,105	64,617,003
包装物料密度	千克/百万元人民币	1,732.70	1,622.05	1,681.91
电子面单使用率	%	100	100	100
累计投入绿色循环中转袋	万个	1,856	3,225	4,415
绿色回收装置累计投入	个	24,000	25,327	26,683
总部采购瘦身胶带的比例	%	100	100	100
环保培训				
环保培训	次	10	10	12
社会范畴				
员工概况				
员工总数	人	23,865	24,888	23,554
全职员工	人	23,865	24,888	23,554
兼职员工	人	0	0	0
男性员工	人	15,451	15,941	15,072
女性员工	人	8,414	8,947	8,482
29岁及以下员工	人	6,440	6,753	5,771

注⁴: 由于2023年公司统计口径变化，纳入更多省市管理中心数据，废弃物排放量增加。

关键绩效指标	单位	2021年	2022年	2023年
30岁至49岁员工	人	14,836	14,982	15,031
50岁及以上员工	人	2,589	3,153	2,752
高级管理人员女性员工比例	%		18	18
少数民族员工比例	%	6.30	5.52	5.88
员工流失率	%		24.09	24.32
男性员工流失率	%		22.68	22.40
女性员工流失率	%		26.48	27.50
29岁及以下员工流失率	%		35.67	35.21
30-50岁员工流失率	%		18.69	20.12
50岁以上员工流失率	%		18.38	18.99
国内员工(含港、澳、台)流失率	%			22.91
柬埔寨员工流失率	%			20.11
老挝员工流失率	%			27.12
缅甸员工流失率	%			63.70
泰国员工流失率	%			81.01
越南员工流失率	%			98.47
职业健康安全				
百万工时损失工时工伤率	百万工时	0.19	0.16	0.16
因工亡故的人数	人	10	7	8
因工亡故比例	%	0.04	0.03	0.03
员工培训				
员工培训次数	次		334	302
员工培训总时长	小时		55,465	194,780
员工培训覆盖率	%		27.85	41.35
员工平均受训时数	小时		8	20
男性员工受训人数	人		4,159	6,431
女性员工受训人数	人		2,773	3,308

关键绩效指标	单位	2021年	2022年	2023年
高级管理人员受训人数	人		21	189
中级管理人员受训人数	人		821	2,026
基层员工受训人数	人		6,090	7,524
客户服务				
客户满意度	分	90.8	91	94
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	—	—	—	公司不生产实物产 品, 主要提供快递服 务, 不涉及回收产品

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		2023 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。	节能减碳 夯实环境管理
关键绩效 指标 A1.1	排放物种类及相关排放数据。	节能减碳 夯实环境管理 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）。	节能减碳 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）。	夯实环境管理 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）。	夯实环境管理 关键绩效汇总
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 夯实环境管理
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。	夯实环境管理
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。	节能减碳 包装材料使用 夯实环境管理
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）。	节能减碳 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）。	节能减碳 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。	节能减碳
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。	夯实环境管理
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。	包装材料使用

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		2023 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。	应对气候变化 节能减碳 包装材料使用 夯实环境管理
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 节能减碳 夯实环境管理
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。	保障员工权益
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。	保障员工权益 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。	保障员工权益 关键绩效汇总
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。	保障员工权益
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。	保障员工权益 关键绩效汇总
关键绩效 指标 B2.2	因工伤损失工作日数。	保障员工权益
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。	保障员工权益
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。	赋能员工发展
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。	赋能员工发展 关键绩效汇总
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。	赋能员工发展 关键绩效汇总

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		2023 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。	保障员工权益
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。	保障员工权益
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。	保障员工权益
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。	打造责任链条
关键绩效 指标 B5.1	按地区划分的供应商数目。	打造责任链条
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。	打造责任链条
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。	打造责任链条
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。	打造责任链条
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。	优先客户体验
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。	公司业务不涉及已售或已运送产品因安全与健康理由回收的情况
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。	优先客户体验
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。	赓续创新基因
关键绩效 指标 B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	公司业务不涉及质量检定过程和产品回收程序
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。	优先客户体验

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		2023 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。	筑牢经营之基
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。	筑牢经营之基
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。	筑牢经营之基
关键绩效 指标 B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	筑牢经营之基
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。	共建富美乡村 热心社区公益
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)。	共建富美乡村 热心社区公益
关键绩效 指标 B8.2	在专注范畴所动用资源 (如金钱或时间)。	共建富美乡村 热心社区公益

 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

