中通快递 ZTO EXPRESS

2023年第三季度投资人演示材料

2023年11月

安全港和免责声明

本演示文稿载有根据1995年《美国私人证券诉讼改革法》的「安全港」条文可能构成「前瞻性」声明的陈述。该等前瞻性陈述可从词汇如「将」、「预期」、「预计」、「旨在」、「未来」、「拟」、「计划」、「相信」、「估计」、「可能」或类似陈述加以识别。当中前景展望及管理层在本公告的引述均包含前瞻性陈述。中通亦可能在其向美国证券及交易委员会(「美国证交会」)及香港联合交易所有限公司(「香港联交所」)提交的定期报告、向股东提交的中期及年度报告、于香港联交所网站上发布的公告、通函或其他刊物、新闻稿及其他书面材料以及其高级职员、董事或雇员向第三方作出的口头陈述中作出书面或口头前瞻性陈述。非历史事实的陈述，包括但不限于有关中通的信念、计划及期望的陈述，均属于前瞻性陈述。前瞻性陈述涉及固有风险及不确定因素。许多因素可导致实际结果与任何前瞻性声明中包含的结果有重大差异，包括但不限于以下各项：有关中国电子商务及快递行业发展的风险；其对若干第三方电子商务平台的重大依赖；与其网络合作伙伴及其雇员及人员相关的风险；可能对本公司经营业绩及市场份额造成不利影响的激烈竞争；本公司分拣中心或其网络合作伙伴运营的网点或其技术系统遭受任何服务中断；中通建立品牌及承受负面报道的能力或其他有利的政府政策。有关此等及其他风险的进一步资料载于中通向美国证交会及香港联交所提交的文件中。

本演示文稿中提供的所有数据均截至本公告日期，除适用法律要求外，中通不承担更新任何前瞻性陈述的义务。

目录

01 公司简介 3
中国领先的快递公司 4
我们的过去与现在 5
独特的网络合作伙伴模式 6
我们的核心竞争优势 7

02 我们的核心竞争优势 11
巨大的市场潜力 12
基于“同建共享”理念的独特网络合作伙伴 13
领先的规模与覆盖范围 14
科技赋能的一流运营能力和成本效率 16
经验丰富的管理层和扎实的执行力 19
持续有效的战略与实施 20
围绕快递主业构建生态圈 21
践行ESG理念实现高质量可持续发展 22

03 我们的战略 27

04 财务概况 32
优异的单票经济效益 33
包裹量和收入增长 34
强劲的盈利能力和利润率 35
持续的成本效率提升 36
强劲的运营现金流支撑企业不断投资，扩充产能 37
（非）美国通用会计准则调节表 38

ZTO 中通快递
ZTO EXPRESS

公司简介

01

中国领先的快递公司

2023年第三季度包裹量为75.2亿件[1]

#1

22.4%第三季度市场份额[2]

#1

覆盖>99%的县级市

~31,000
揽件/派件网点

~10,000
干线车辆[3]

中通快递 ZTO EXPRESS

- 自2014以来，客户满意度在“通达系”[6]中名列前茅
- 自2016年以来，中国快递行业包裹量市场份额持续名列第一
- 在“通达系”中，盈利能力最强的公司

~6,000
直接网络合作伙伴

~3,800
干线运输线路[4]

~110,000
末端驿站

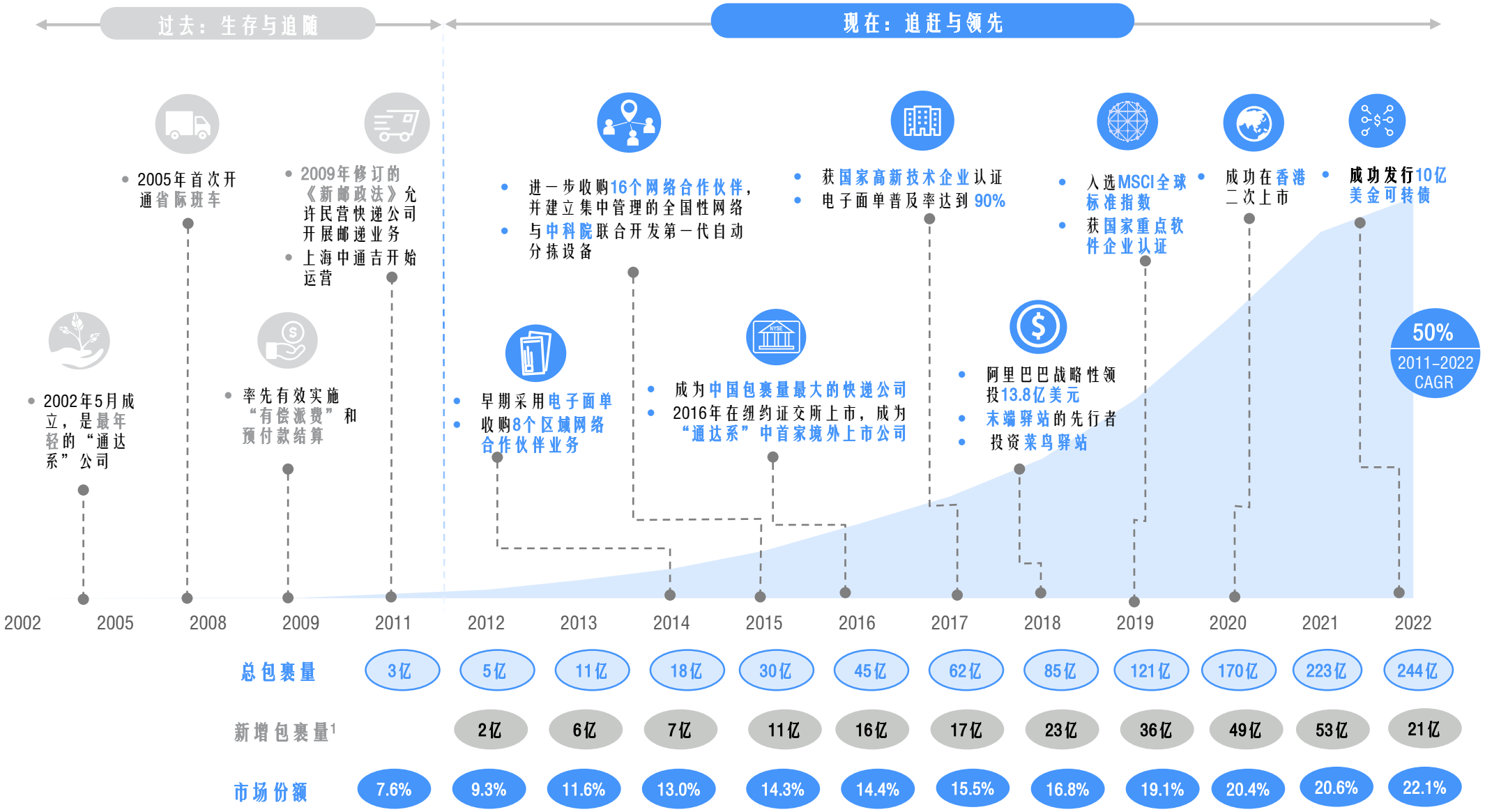
97个分拣中心[5]

482套自动化分拣线

表示行业排名第一

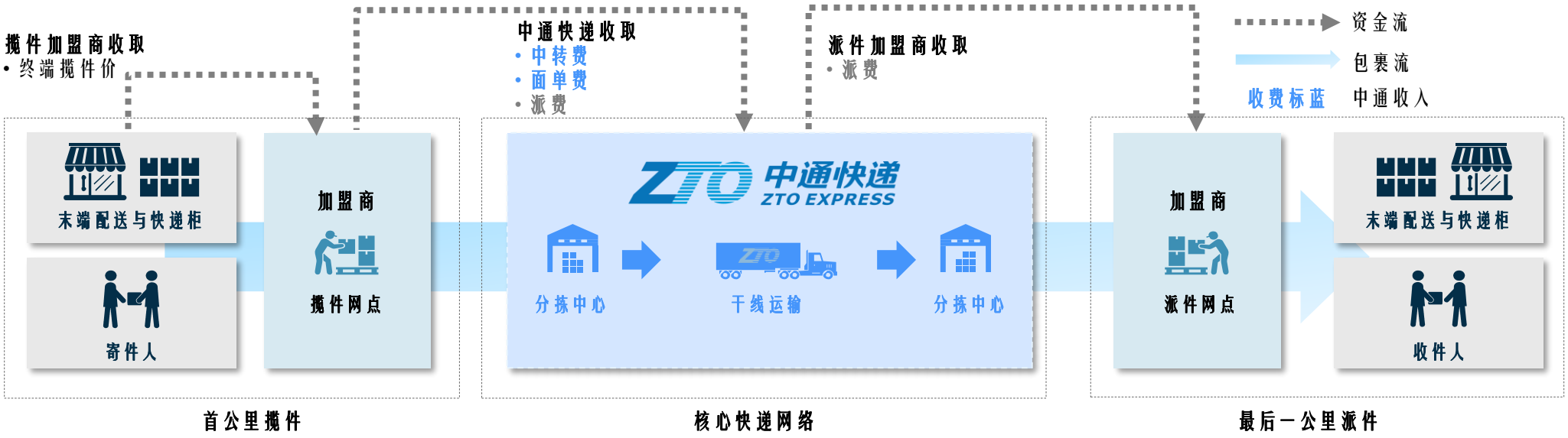
资料来源：公开披露。除特别说明外，数据截至2023年三季度
注：
1. 任何给定期间的中通快递面单揽收的包裹数量
2. 基于国家邮政局总行业数据
3. 约10,000辆均为自有车辆，其中约9,300辆15-17米高运力甩挂车
4. 为分拣中心之间的干线线路
5. 包括88个自营分拣中心和9个由网络合作伙伴运营的分拣中心
6. “通达系”包括：中通、韵达、圆通和申通

我们的过去与现在



注:
1. 由于四舍五入数字相加可能与总数不符

独特的网络合作伙伴模式



网络合作伙伴模式的主要优势

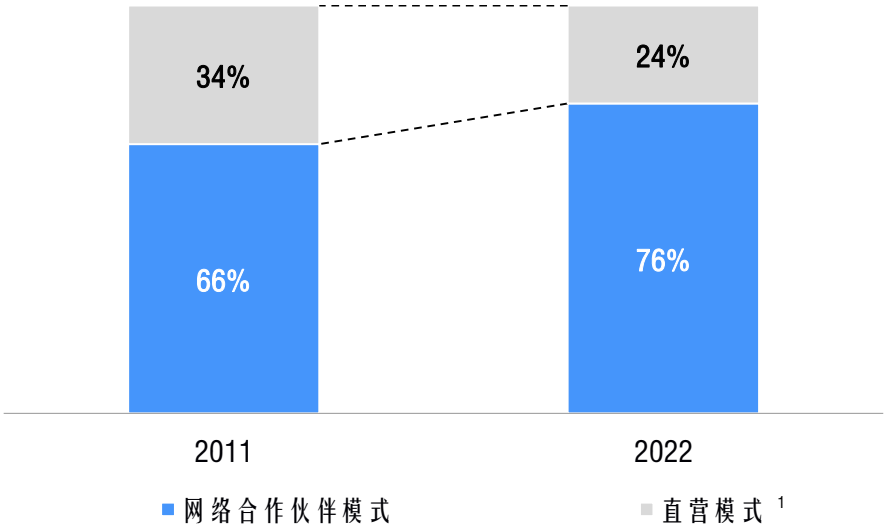
- **网络可扩展性** ✓ 快速的地域覆盖和扩张
- **灵活性** ✓ 因地制宜的决策机制
- **资本效率** ✓ 揽件/派件网点搭建成本较低

我们独特的网络合作伙伴模式：“两全齐美”的模式

- **“同建共享”理念**
  - 凝聚人心、平衡各方利益、共担风险、保证回报
  - 里程碑事件：主要网络合作伙伴转换为股东
- **集中管理的自有中天系統，整合周边应用和设备**
  - 支撑网络合作伙伴进行端到端高效协作的骨干技术系统
  - “两全齐美”的模式：既保持加盟商组织架构，同时实现数字化垂直管理

网络合作伙伴模式的快递市场份额不断攀升

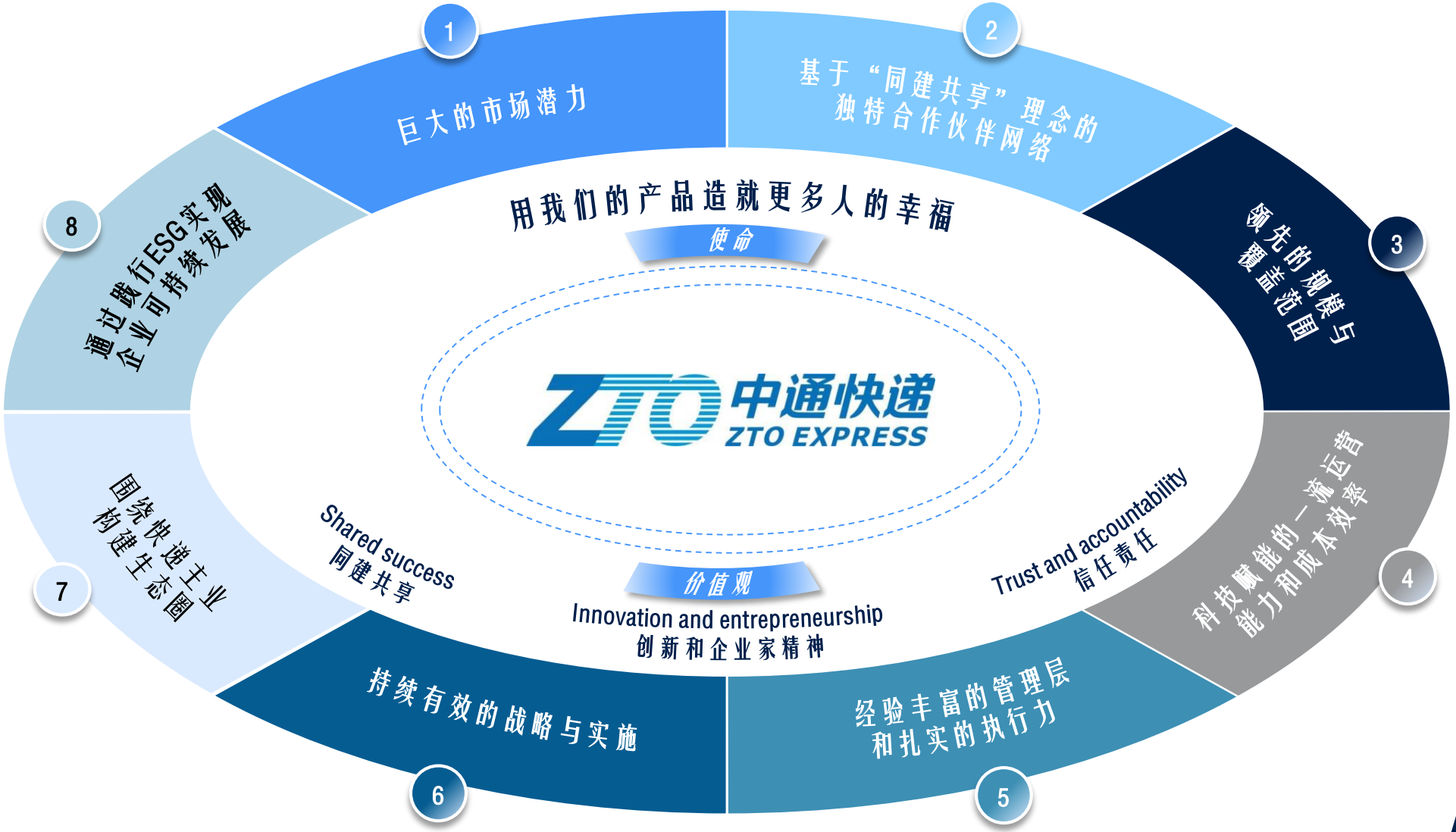
（包裹量市场份额）



资料来源：艾瑞咨询，公司公开财报
注：1. 使用直营模式的包括顺丰、全球邮政特快专递（EMS）、邮政标快、京东和其他快递公司。部分快递公司的市场份额基于假设

我们的核心竞争优势

我们“同建共享”的理念、专注于盈利的能力、严谨的投资策略
为我们在行业中的独特领导力做出了巨大贡献，并且轻易无法被复制



“新一代混合无人机提升服务触达性，
同时降低物流成本、缩短配送时间”

“

无人驾驶物流车优化最后一公里配送效率

”

“实时监控和分析推动运营进步”

我们的核心竞争优势

02

1 巨大的市场潜力

市场机遇

互联网及电商的高渗透率

10.79亿
截至2023年6月
中国互联网用户数

8.84亿
截至2023年6月
中国网购人数

新模式
电商新模式与新增长点

多元化服务需求增加

- 跨境物流
- 农业农村需求
- 时效性产品
- B端供应链管理
- • •

快递行业

单量及价格水平稳健增长

健康且长效提升的单量

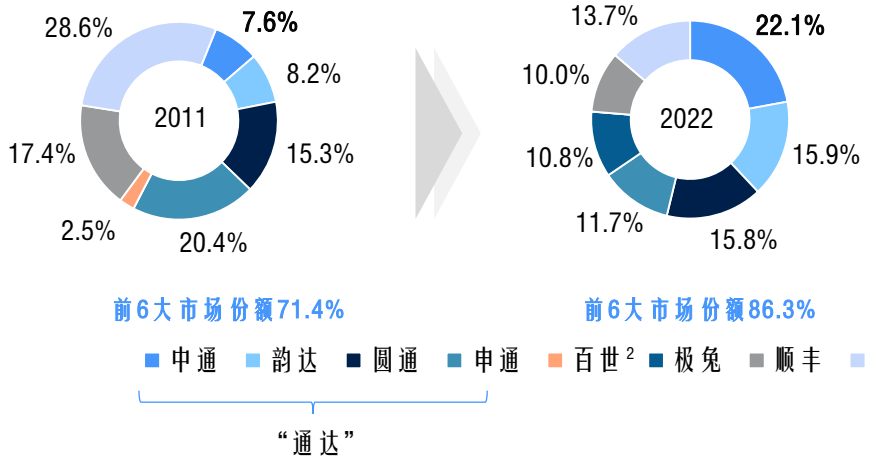
- 2021年至2025年快递行业增量预计将有超400亿单
- 经济持续增长，且电商行业渗透率进一步提高

更可持续的价格水平

- 行业竞争关注点从价格转向质量与差异化的产品及服务
- 监管环境支持合理竞争，遏制低于成本定价的恶性价格战[1]

中国快递行业市场趋向整合

（按包裹数量计算的市场份额）



资料来源：艾瑞咨询，国家统计局，国家邮政局，中国互联网络信息中心，中华人民共和国商务部，公司公开披露
注：
1. 2022年1月7日，国家邮政局发布关于《快递市场管理办法（修订草案）》
2. 百世在2021年第四季度将其在中国的快递业务出售予极兔

2 基于“同建共享”理念的独特合作伙伴网络

我们的“同建共享”理念启发我们加强和改进网络合作伙伴模式，并成为我们取得成功的基石

服务费共享机制

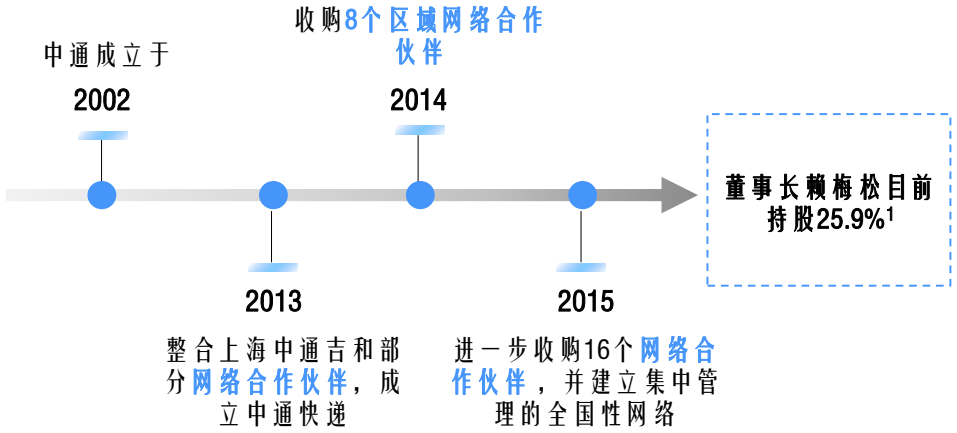
2008年之前： 无有偿派费

- 网点仅依靠揽件费运营
  - 派件量大于揽件量（如由于地域差异和经济发展不平衡）的网点盈利能力差甚至亏损
- 对网点服务质量和稳定性产生负面影响

2008年之后： 中通快递推出共享机制

- 揽件网点按事先确定的计算方式支付给派件网点末端派费
- 我们的自有运营系统方便了共享机制的实施
- 时至今日，共享机制继续在我们网络内发挥平衡职能

成功将主要网络合作伙伴转变为股东



- 主要的网络合作伙伴转变为中通的股东，并在共同目标下团结起来
- 换股交易定价公允，且保持透明
- 机构重组平衡了利益、建立了信任、铸就了忠诚，并为网络稳定性打下坚实基础

注：1. 截至2023年9月30日

3 领先的规模与覆盖范围

我们经过长时间持续地投资和创新建立起一张领先的网络–
我们的规模和能力无法在一夜之间实现

中国和全球[1]最大的快递公司，在中国的市场份额[2]为 **22.4%**

110,000 末端驿站

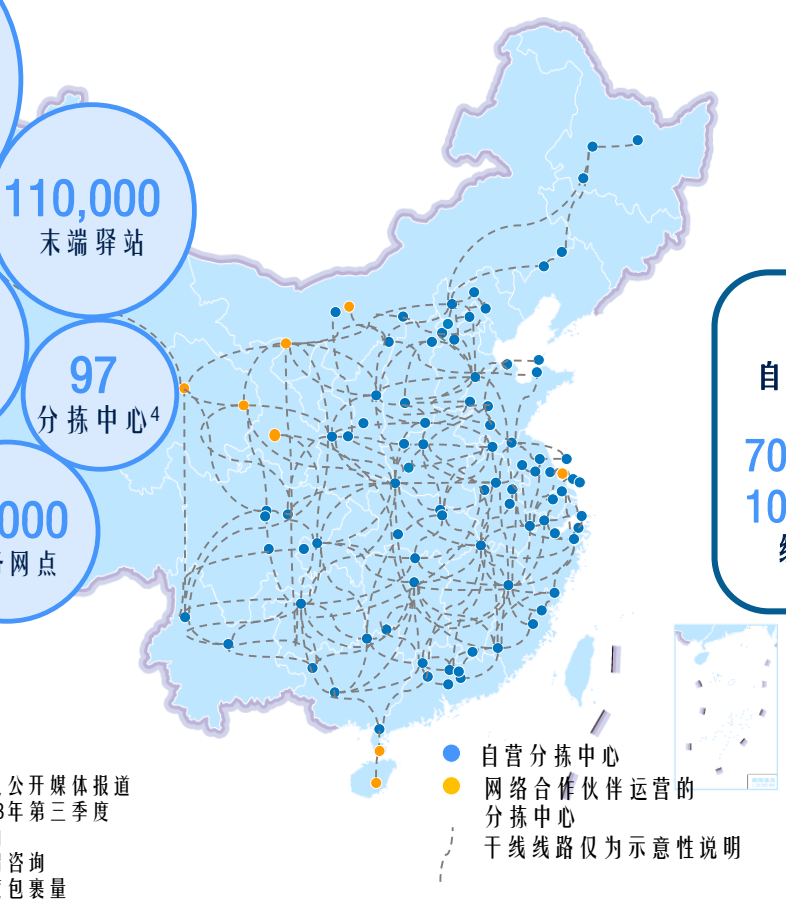
94% 村镇覆盖

99% 县级市覆盖

97 分拣中心[4]

8,100万+ 单日包裹量[3]

31,000 服务网点



自营分拣中心
网络合作伙伴运营的分拣中心
干线线路仅为示意性说明

忠诚、客户至上的结果导向型人才
23,000+
自有员工

最大的[5]自营的现代化场地[6]占地面积
700万平方米，
10,000辆自有卡车组成的干线车队

值得消费者、商家和电商平台信赖的合作伙伴

稳定的合作伙伴网络
流失率
5%

运营直链[7]
全网平均包裹中转次数
持续减少

资料来源：公开财报、公司官网及公开媒体报道
注：除特别说明外，数据截至2023年第三季度
引用的数据是近似的而不是精确的
1. 以包裹量计算，数据来源为艾瑞咨询
2. 基于国家邮政局2023年第三季度包裹量
3. 单日包裹量的计算方法为2023年第三季度的包裹量除以92天
4. 88个自营分拣中心和9个由网络合作伙伴运营的分拣中心
5. 数据来源为艾瑞咨询
6. 自营分拣中心的占地面积包括自有土地和租用第三方的土地
7. 直链指减少包裹在集散过程中经过网络节点的数量

3 领先的规模与覆盖范围（续）

我们的多功能末端驿站

自提与自投 | 揽件与派件 | 客户服务 | 以收费方式为快递员处理包裹 | 仓储空间 | 零售门店

极具竞争力的融资支持 | 运营软件 | 移动应用 | 商品采购 | 零售培训

我们以多种方式支持网络合作伙伴，帮助其尽早投资、加速布局末端驿站

在易接触客户的战略要地建立末端驿站的**先发优势**

截至2023年第三季度数量约**110,000**

中国物流企业中的**最大服务商**

覆盖**所有**省份[1]和约**300**个城市

建立末端驿站的战略意义

- 包裹量激增导致交付成本增加的解决方案
- 上门取送的替代方案
- 增加客户覆盖面并增进与客户的联系
- “快递+”创造新商机与新收入
- 保持及提升网络盈利性与稳定性

注：
1. 不含港澳台

4 科技赋能的一流运营能力和成本效率

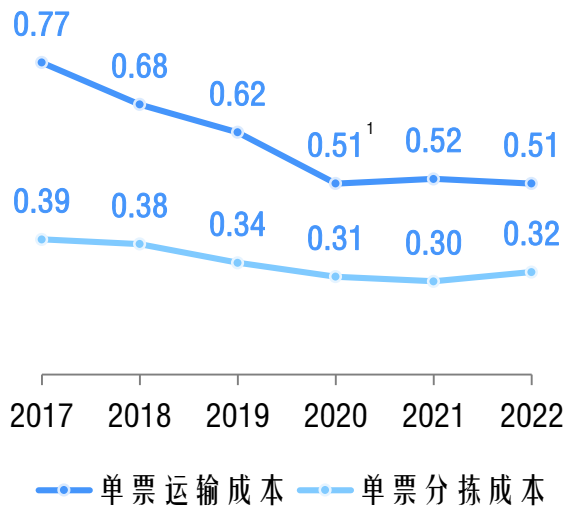
持续的创新驱动我们在成本及运营效率方面处于业界领先地位

干线运输

- 由约10,000辆车**组成的通达系中最大自有干线运输车队**
- 系统性升级**高运力甩挂车**
- 数据驱动的线路规划和安全监控

- **具有专利的弧型车**装载容量大，燃油经济性高
- **装有射频识别（RFID）的轮胎**实时监控运行状况和制定必要的维修计划

单票成本下降趋势显著



分拣技术

- 截至2023年第三季度，**482套自动化分拣线**投入使用
- 与**中科院**合作开发了多代自动分拣技术（如小件交叉带分拣设备、大件摆轮分拣设备、动态秤等）

- 开发**先进的软件**、并对其不断升级来支持高速分拣（如基于数据的算法、实时分析和校准）

注:
1. 2020年单票运输成本受全国过路费免征政策及柴油价格降低带来的低基数的影响

4 科技赋能的一流运营能力和成本效率（续）

我们拥有注重创新和科技的企业文化，将持续创造价值

数字化和创新的文化

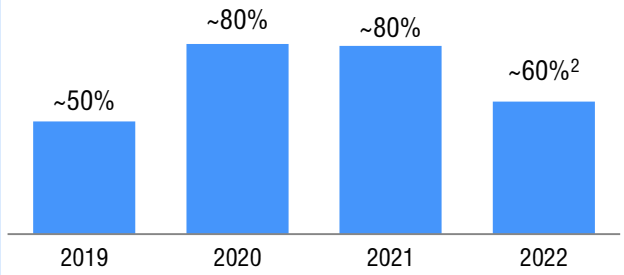
- 建立**数据驱动**和有附加值的运营管理框架；数字化商业技能，实现流程量化
- 从“解决问题”到**“预防问题”**

强劲的企业内部研发能力

- 自2017年以来被认证为**“国家高新技术企业”**，享受重大税收优惠
- ~1,400 位技术人员
- 260 件软件版权
- 684 个商标
- 192 项专利

业内领先的利润

净利润市场份额[1]



占2022年通达系包裹量市场份额约35%，
占通达系净利润市场份额约60%

不断突破的自动化技术

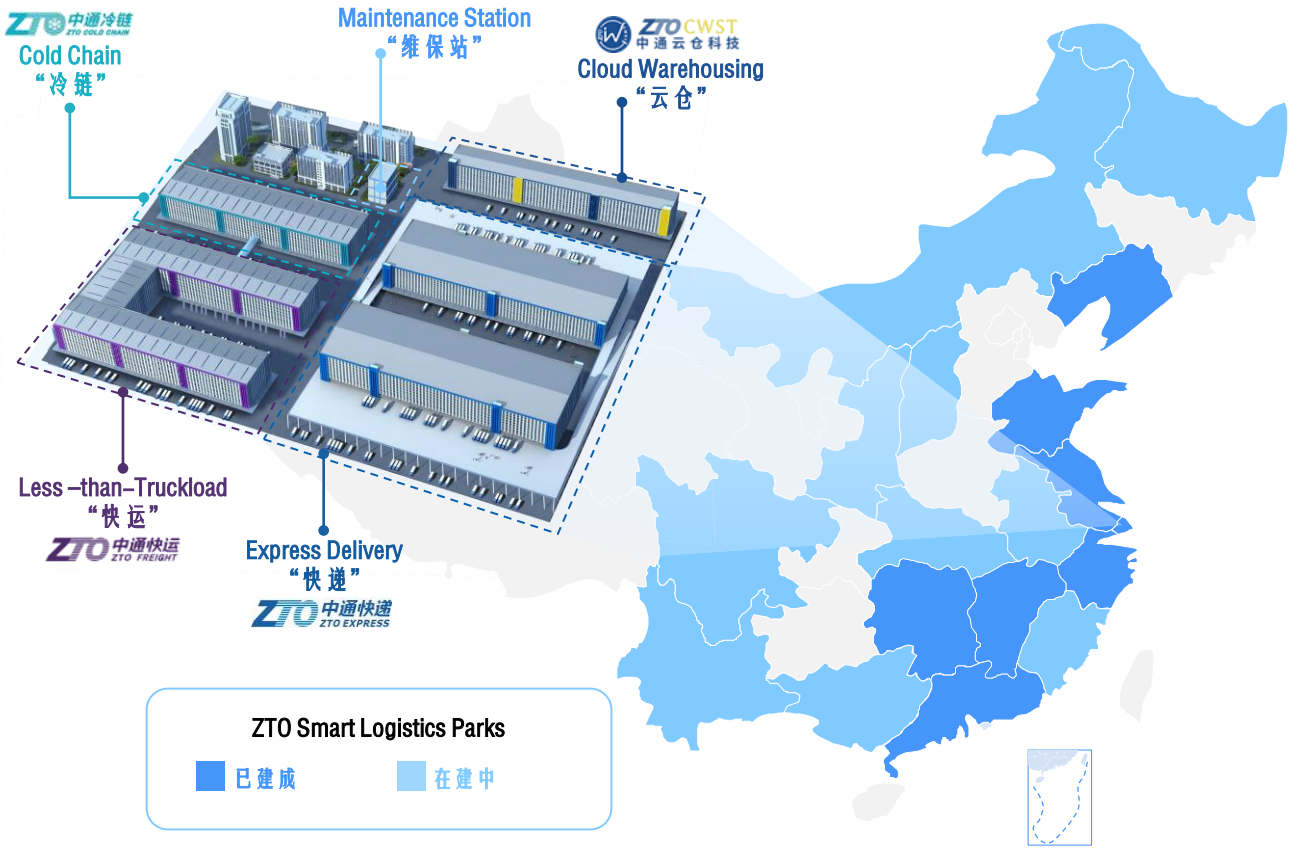
- 下一代自动化分拣，更快的吞吐能力和更加智能、准确的派件
- 测试**无人驾驶汽车、自动驾驶汽车、混动无人机**

数据分析能力

- 从运营的各个方面收集大量数据
- 用人工智能和深度学习进行分析
- 通过学习优化实现最佳业绩
- 基于数据洞察优化路线规划

资料来源：公司公开财报
注：除特别说明外，数据截至2023年三季度
1. 根据公开披露。中通和百世净利润为调整后净利润，其他通达系公司为扣除非经常性损益后归属于上市公司股东净利润
2. 百世在2021年第四季度将其在中国的快递业务出售予极兔

在智慧物流园区实施更高效的时空运营设计，提供多样化的综合物流服务



综合物流

- 提供综合性一站式服务
- 满足多元化的2B客户需求
- 达成资源利用最优化

仓配一体

- 零距离发货，顺应电商新业态
- 延长可供配货时间
- 交叉销售，为快递、冷链、快运等业务引流

科技赋能

- 采用定制化先进科技设备，如自动化分拣线、无人车、光伏发电等
- 通过流程数字化实现运营标准化
- 测绘地图，分析数据信息，便利路由设计

5 经验丰富的管理层和扎实的执行力

稳定的、具备丰富行业经验和创业精神的管理团队

赖梅松

创始人、董事长兼CEO

- 超过21年快递行业管理经验
- 中国快递协会副会长

王吉雷

董事兼资产管理中心副总裁

- 超过16年快递行业管理经验
- 中通快递北京直营公司前副总经理

胡红群

董事兼首席运营官

- 超过31年金融服务行业经验
- 浙江桐庐农村商业银行前董事长

颜惠萍

首席财务官

- 超过31年企业及财务管理经验
- 11年在通用电气（美国和亚洲）的工作经验，以及8年的会计和税务咨询经验

赖建昌

海外运营副总裁

- 超过21年的快递行业管理经验以及9年海外运营经验
- 前中通网络合作伙伴主管

朱晶熙

信息技术和数字化运营副总裁

- 超过20年的快递信息技术管理经验

清晰的责任划分和公平的绩效考核，造就扎实的执行力

业绩评估指标

- 以结果为导向的业绩指标
- 以流程为驱动的目标管理

提拔与淘汰

- 注重内部提拔
- 公平竞争，选拔真正的人才

激励计划

- 根据业绩表现给予激励的公平管理措施

人才培养

- 中通学园与快速通道
- 在职培训
- 导师制

资料来源：公司公开财报与媒体报道

我们在扩大市场份额的同时也实现了持续的盈利和卓越的服务质量

卓越的服务质量

行业领先

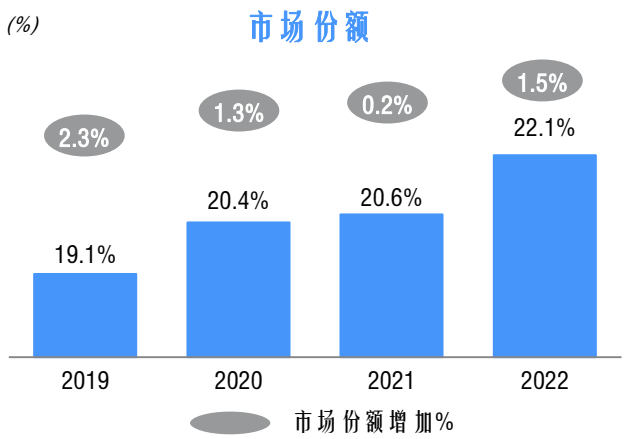
服务质量客户满意度[1]
（2014年－2023年Q3）通达系

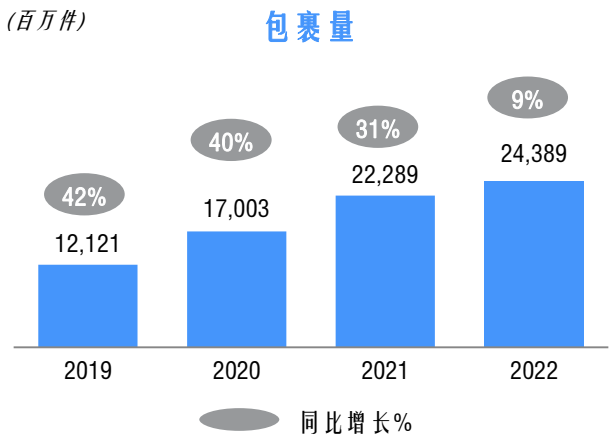
申诉情况表现优异

<百万分之一

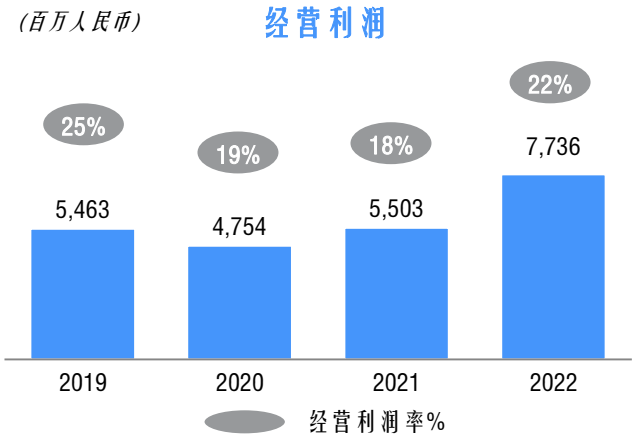
连续三年月平均有效申诉率[1]

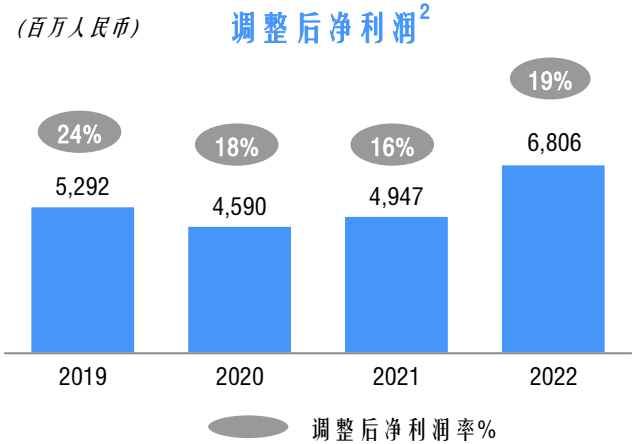
持续增长的市场份额





可持续的盈利能力





资料来源：
1. 数据来源为国家邮政局
2. 调整后的净利润定义为净利润除去(i)股权激励费用,(ii)处置股权投资的收益,(iii)股权投资减值及(iv)未变现的股权投资收益

7 围绕快递主业构建生态圈

利用核心快递基础设施和资源接入整合能力，系统性构建产品和服务多元化的生态系统

国际/跨境业务（自2014）

- 货运代理、专线、集中运输、国际快递、海外仓等多元化产品
- 东南亚及非洲国际快递服务
- 响应“一带一路”以及RCEP的倡议

零担运输（自2016）

- 专注于重型货物
- 2022年货运量在竞争对手中排名前五
- 覆盖中国98%的区/镇
- 2万个服务网点

仓储-快递（自2018）

- B2C、B2B、跨境和云配生鲜仓等多元化产品
- 直营仓与加盟仓面积总计约200万方
- 仓储一体化、处理和配送履约

冷链/航空（自2020）

- 冷链：快速起网，覆盖城市超300个
- 空运：与约30家航空机场进行合作

末端驿站（自2018）

- 约11万家驿站网点
- 覆盖中国所有省份[1]和约300个城市
- 标准化的末端驿站服务附加商业和社区功能
- 建立战略立足点，加强端到端连接

金融 ZTO 中通金融 ZTO FINANCE

数字营销 中快传媒 ZHONGKUAI MEDIA

维保站

环保袋

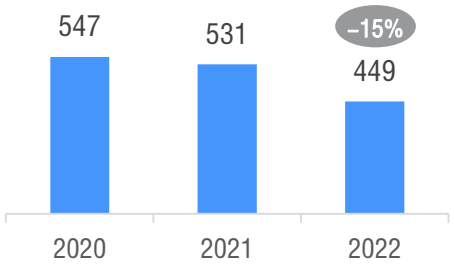
资料来源：运联智库、公司公开财报、官网
注：引用的数据是近似的而不是精确的
1. 不含港澳台

8 践行ESG理念，拥抱“双碳”坚定前行

应对气候变化与清洁能源

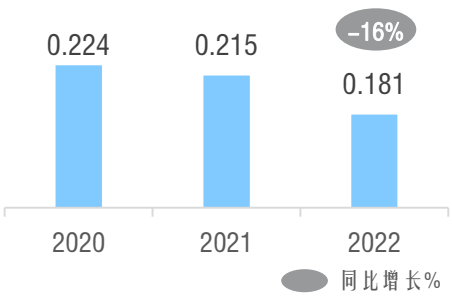
温室气体排放密度持续降低

（千克二氧化碳/万元）



能耗密度持续降低

（吨标煤/万元）



行业绿色引领：

通过气候风险识别和政策分析，对潜在气候变化风险做好应急预案，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

多地转运中心配置光伏设施

2022年可再生能源发电量：30,000兆瓦时，同比增长500%

低碳寄递与绿色包装

揽收

- 绿色包装和绿色揽收交通工具减少碳排放
- 数字技术提高揽收效率

分拨

- 智能分拣设备减少快件破损率和耗材用量
- 转运中心配置光伏设施

运输

- 使用新能源汽车、高运力牵引车和挂车
- 优化路线和班次，提高装载率
- 促进氢能源物流车的落地与推广

配送

- 提高绿色车队的规模偏远地区引入无人机
- 加大自提设备投放

2022年

- 累计投入绿色循环中转袋：3,225万个，同比+74%
- 瘦身胶带采购率100%
- 电子面单使用率100%
- “回箱计划”-绿色回收装置累计投入：25,000+个，较去年增加1,000+个

注：

1.2022年柴油统计方法较之前发生变化，并以此方法重新追溯2021和2020年柴油消耗量，重新计算综合能耗密度、温室气体排放密度

2. 2022年ESG报告请详见：https://zto.investorroom.com/ESG

8 践行ESG理念，实现高质量可持续发展

担当社会责任

客户隐私保护

持续完善信息与数据管理，保障信息数据的安全

- 隐私面单使用率50%，提升~5倍

网络安全

通过信息安全体系认证：
ISO 27001、ISO 27701、GB/T 22080

产品服务创新

专利 65件

软件著作权 19件

商标 139件

快递员工具优化，揽派环节操作效率提升20%，业务支持效率提升30%，履约管控效率提升50%

智能机器人全渠道覆盖业务场景：300+个

同建共享

注重提升员工的归属感和幸福感，重视成长与发展

员工关怀活动	员工培训场次
672	334

连续三年为全网小哥购买“小哥宝-团体意外险”

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

6,624家供应商，在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

积极开展爱心助学、社区支持、抗疫抗灾等公益活动

企业管治

ESG管治

- 决策：董事会ESG委员会：监督、管理ESG战略、制定政策
- 组织：ESG工作小组：实施、落实具体行动、协调推进ESG工作落地
- 执行：相关职能部门：ESG相关政策和目标的具体执行

ESG重要性议题

2022年识别与中通相关ESG重要性议题：21项

廉洁风控

合规廉洁

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；报告期内，未发生关于商业道德和反腐败的重大违规和争议事件。

风险防控

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。

注：
1. 2022年ESG报告请详见：https://zto.investorroom.com/ESG

“加快向绿色低碳运输方式转型”
ZTO
优鲜送

“转运中心采用清洁太阳能”
ZTO 中通快递
ZTOEXPRESS

“满足对美好生活和共同富裕的追求”

我们的战略

03

我们的战略

在保持高质量服务和客户满意度的同时
实现持续的市场份额扩张和利润目标达成

提升物流运营规模及能力

- 加快末端建设并整合战略资源
- 增添和升级设备设施
  提高自动化水平与数字化管理
- 购置与升级自有自营车队
  提升运输效能
- 增加清洁能源在运输中的使用
  进一步推进绿色战略实施

投资物流生态及整合产业链资源

- 进一步发展关键领域
  支持性业务持续赋能
- 尝试并提供多样化产品和服务
  满足不断变化的客户需求
- 建立集团层面统筹规划
  加快整合合作，最大化资源共享
- 建立信息技术平台，实现交叉销售、
  信息共享、管理协同

“
推进乡村振兴，服务农村市场
”

“成为全球一流的综合物流服务商”

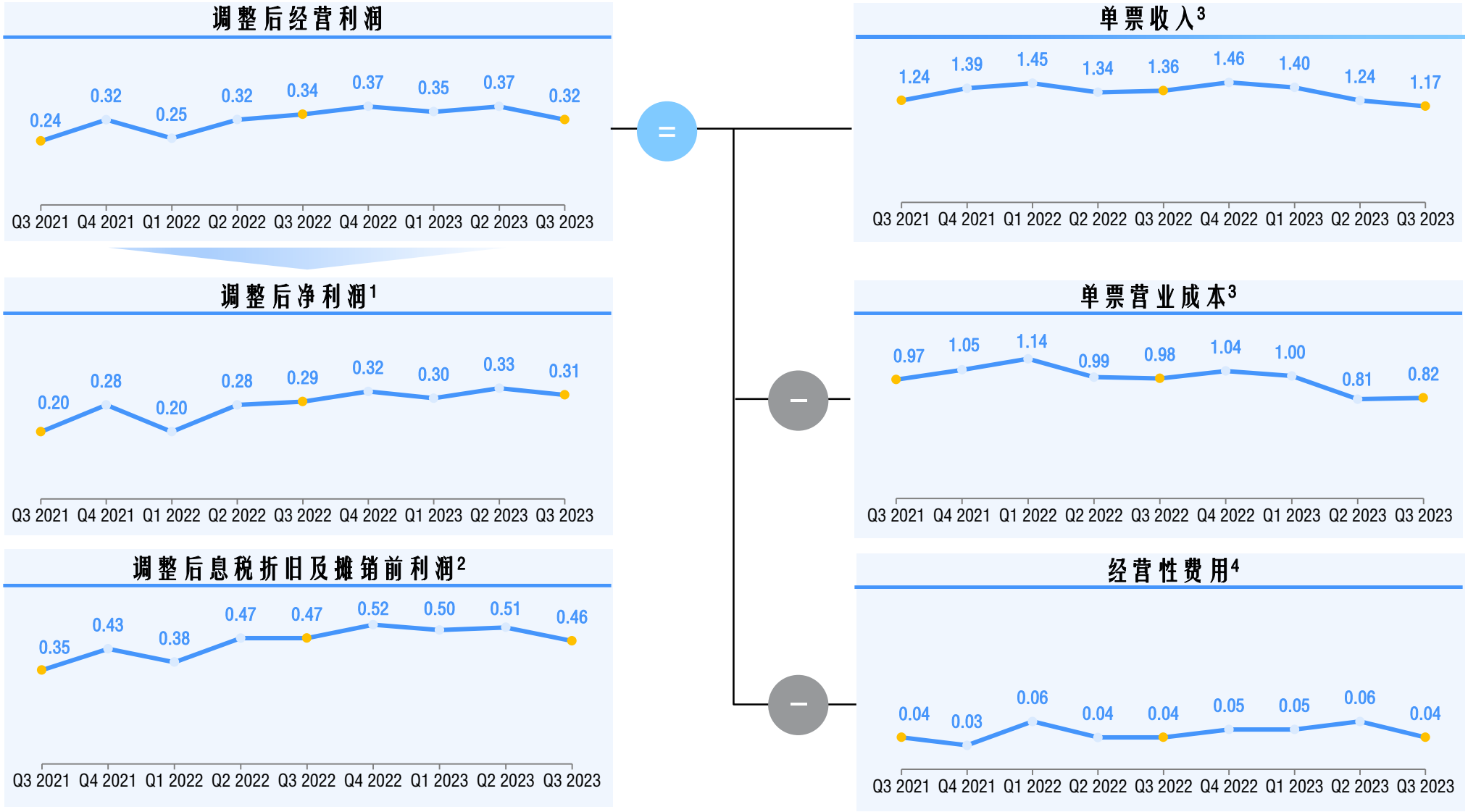
“末端驿站提高客户触达与网点效率”

财务概况

04

优异的单票经济效益

(元/票)



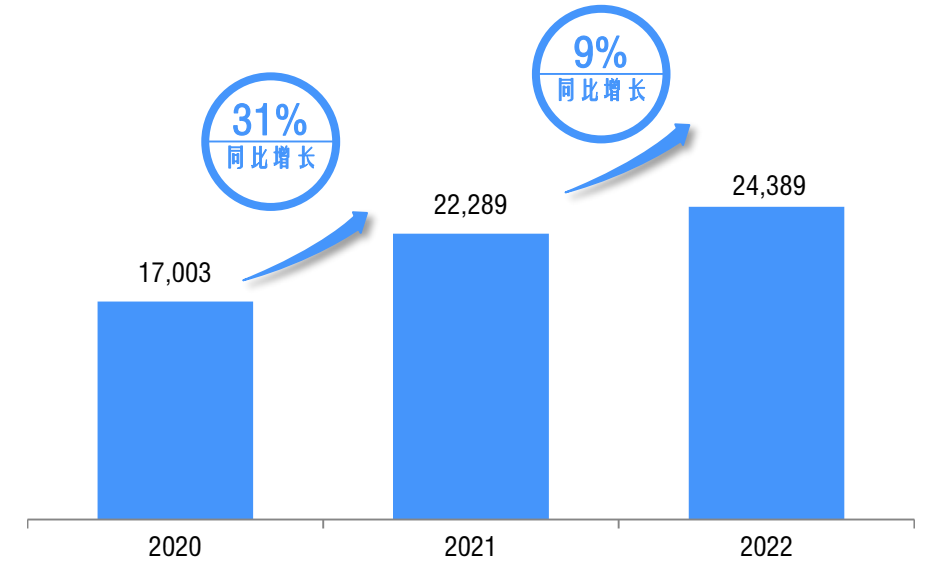
资料来源：

1. 调整后的净利润定义为净利润除去(i)股权激励费用,(ii)处置股权投资的收益,(iii)股权投资减值及(iv)未变现的股权投资收益
2. 调整后的息税折旧及摊销前利润定义为未计折旧、摊销、利息支出和所得税费用前的净利润，进一步调整以除去(i)股权激励费用,(ii)处理股权投资的收益，(iii)股权投资减值及(iv)未变现的股权投资收益
3. 不包括货代业务
4. 含其他经营性收入，不包括SBC

包裹量和收入增长

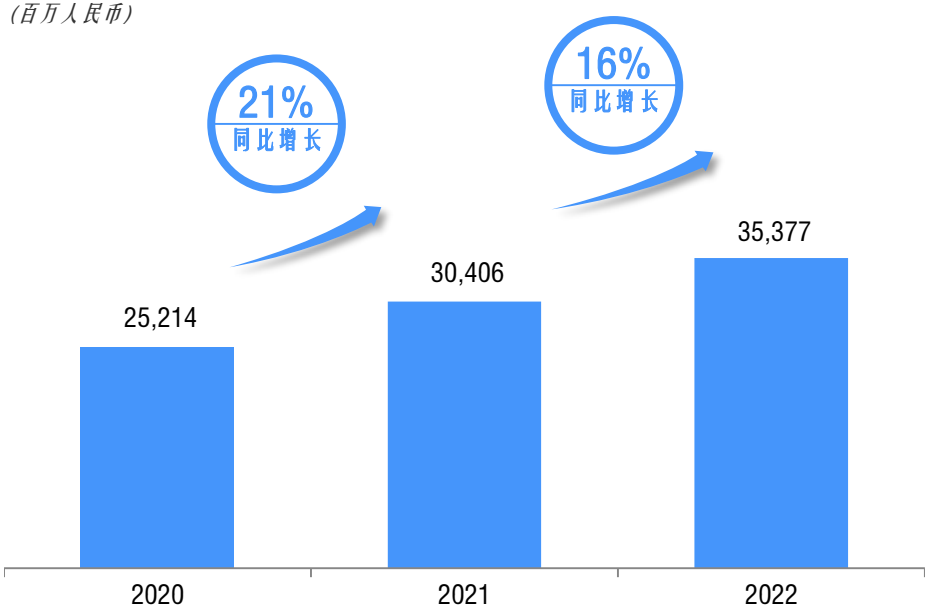
包裹量

(百万件)



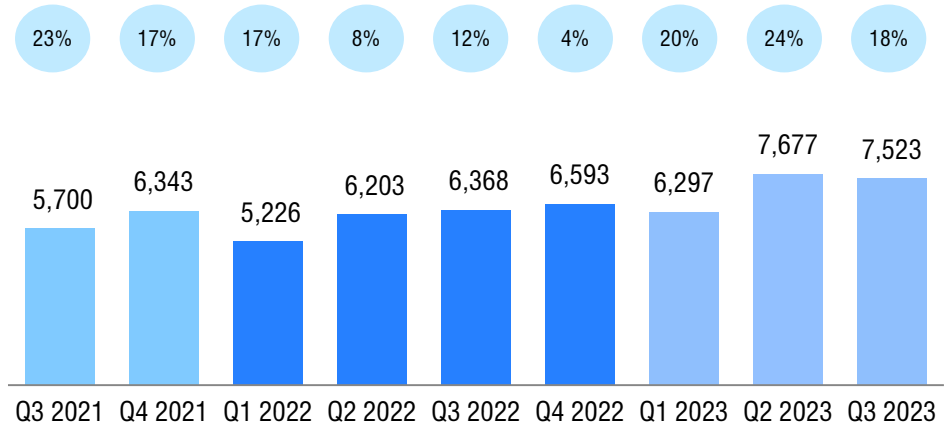
总收入

(百万人民币)



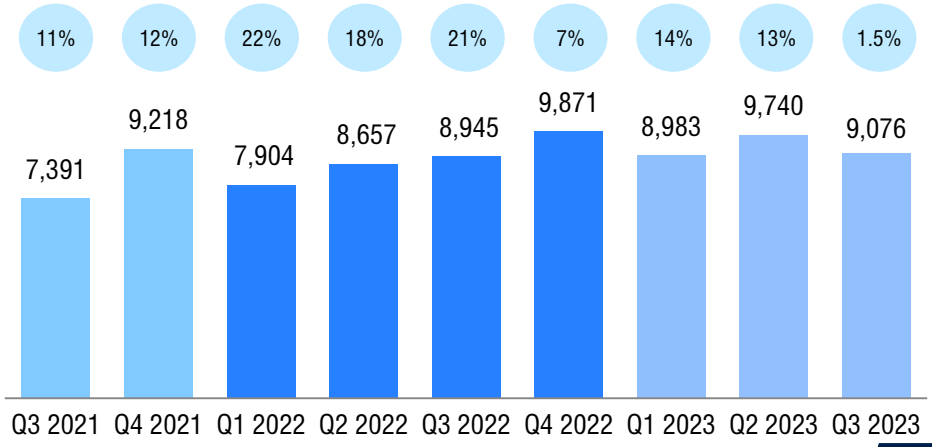
季度包裹量

(百万件)
同比增长



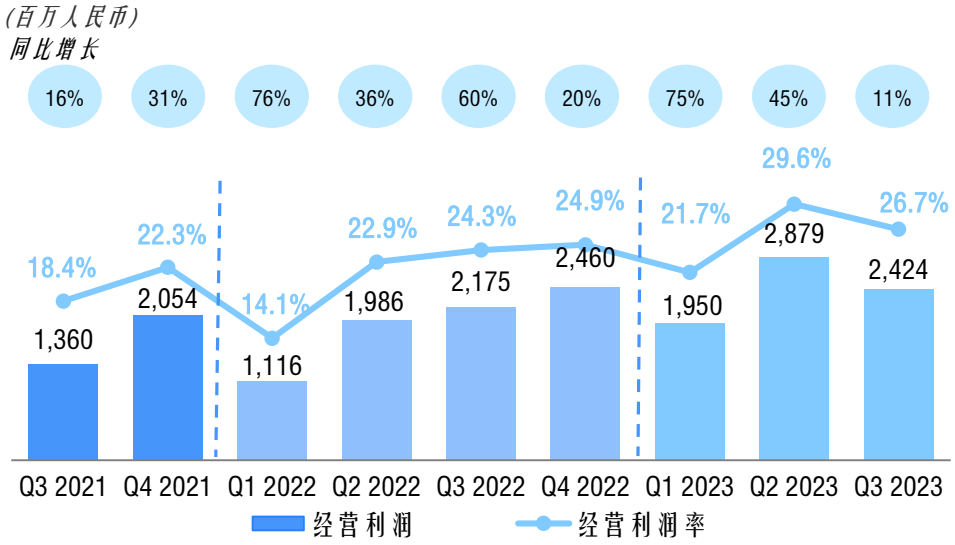
季度收入

(百万人民币)
同比增长

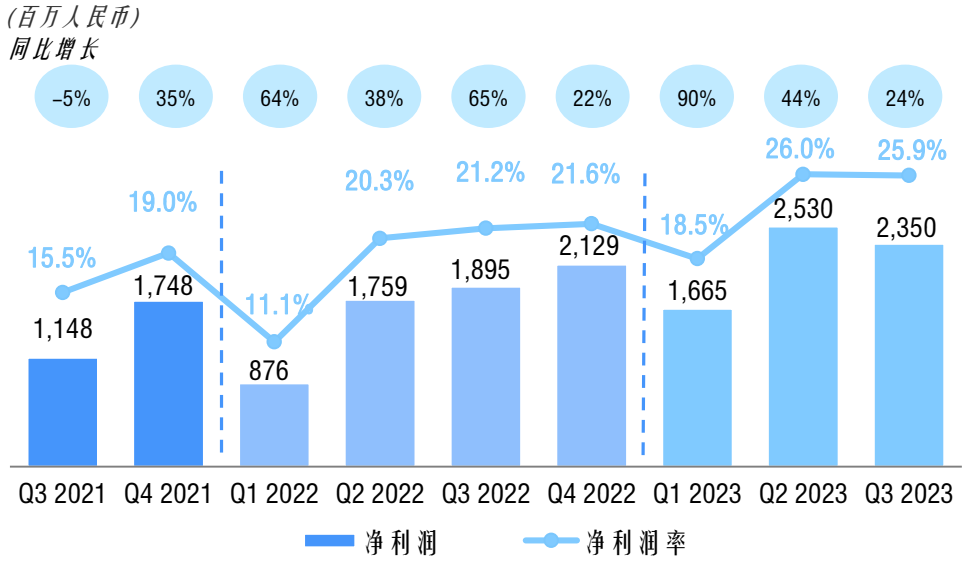


强劲的盈利能力和利润率

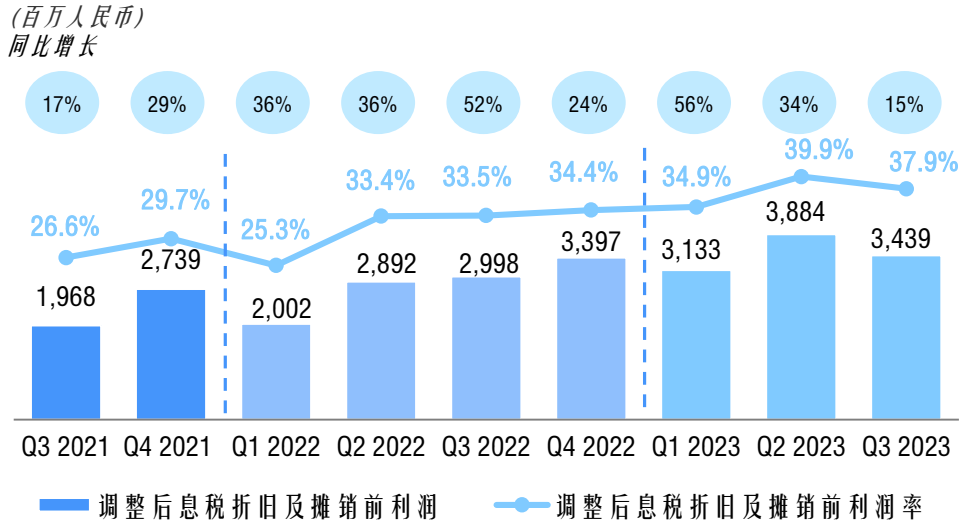
经营利润和经营利润率



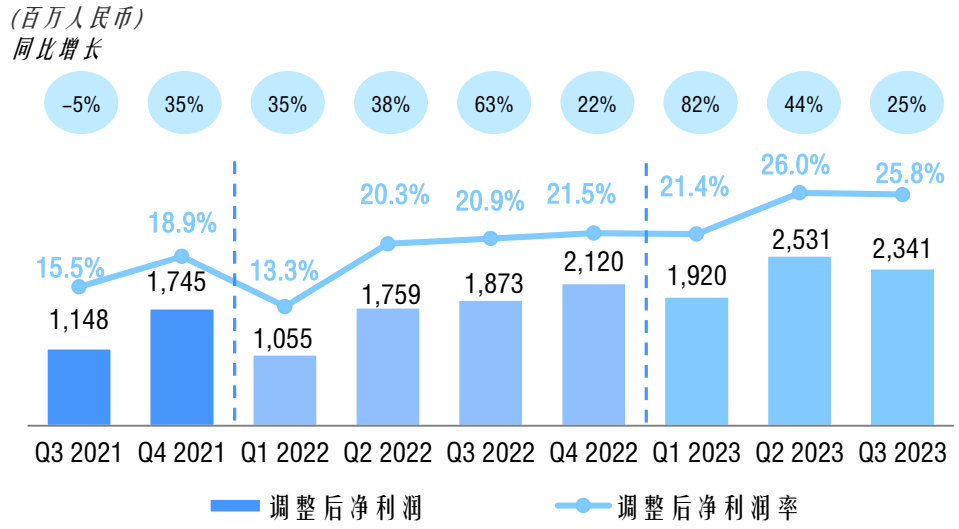
净利润和净利润率



调整后息税折旧及摊销前利润[1]和调整后息税折旧及摊销前利润率



调整后净利润[2]和调整后净利润率

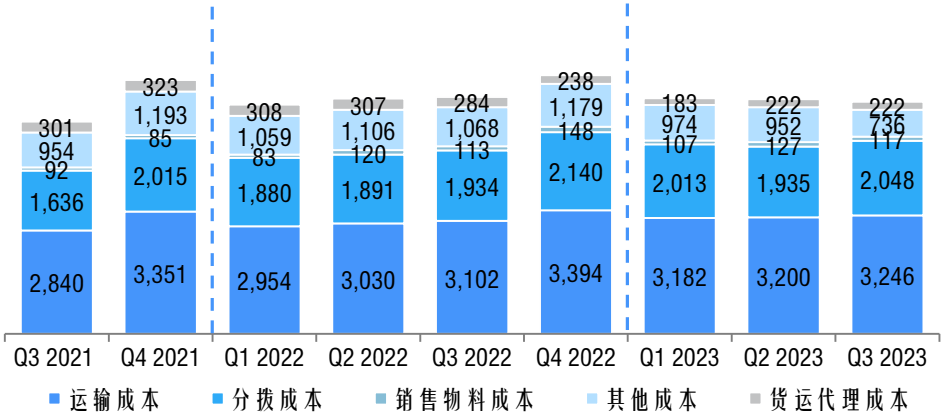


注：
1. 调整后的息税折旧及摊销前利润是按非美国会计准则处理的财务指标，定义为未计折旧、摊销、利息支出和所得税费用前的净利润，进一步调整以除去（i）股权激励费用；（ii）处置股权投资和子公司的收益，（iii）股权投资减值及(iv）未变现的股权投资收益
2. 调整后的净利润是按非美国会计准则处理的财务指标，定义为净利润除去（i）股权激励费用，（ii）处置股权投资和子公司的收益，（iii）股权投资减值及(iv）未变现的股权投资收益

持续的成本效率提升

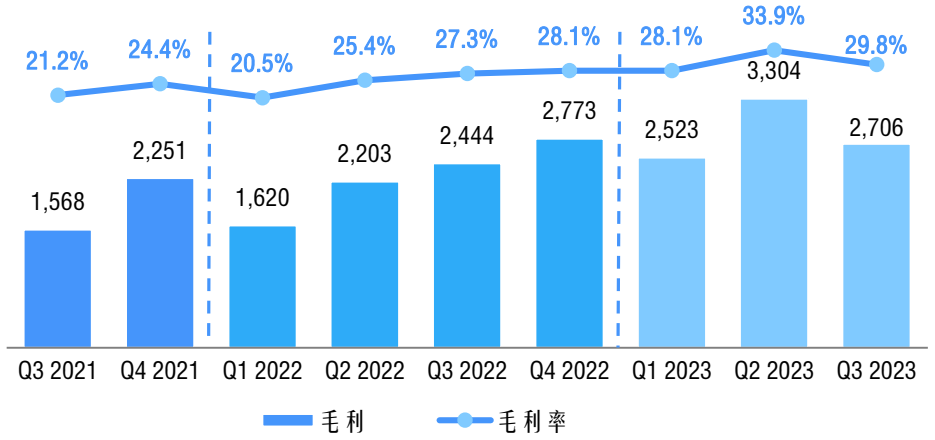
营业成本－细分

(百万人民币)



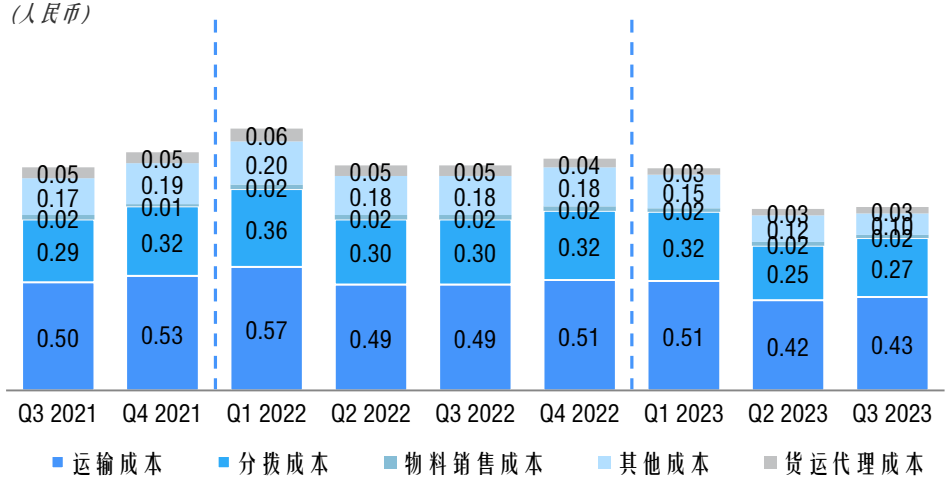
毛利和毛利率

(百万人民币)



单票营业成本[1]

(人民币)



2023年三季度主要要点

- **运输成本**
  - 更好的规模效益（+）
  - 装载率提升（+）
  - 实时数据监测分析优化路由规划（+）
  - 柴油价格下降，影响约1分（+）
- **分拨成本**
  - 更好的规模效益（+）
  - 操作流程标准化程度提升，人效提高（+）
  - 自动化水平提升，482套自动化分拣设备（去年同期为441套）（+）
- **毛利上涨**

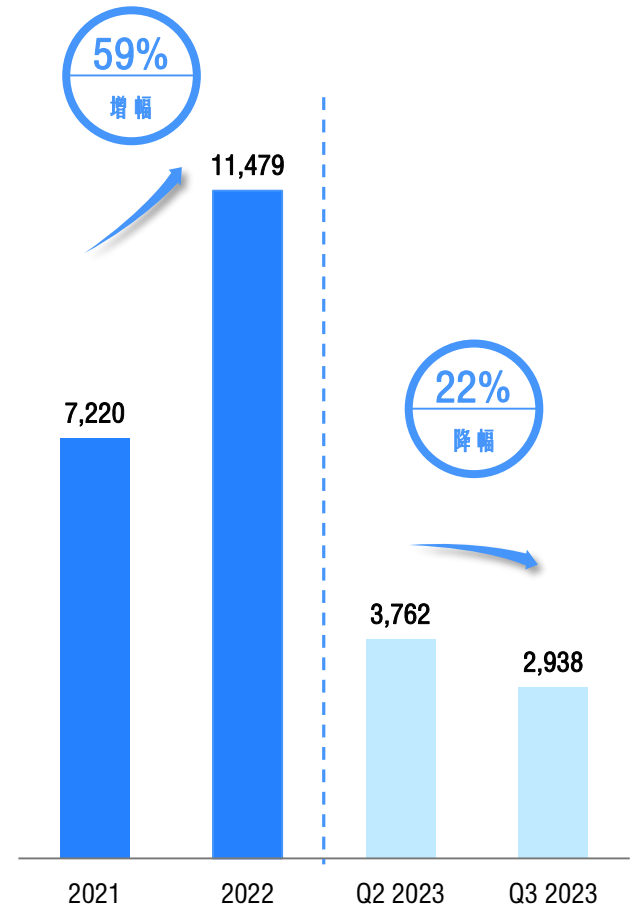
  主要因为以下因素的综合影响（1）收入增长；（2）成本效益提升

注：
1. 单票营业成本由成本除以季度内处理的包裹量计算而得

强劲的运营现金流支撑企业不断投资，扩充产能

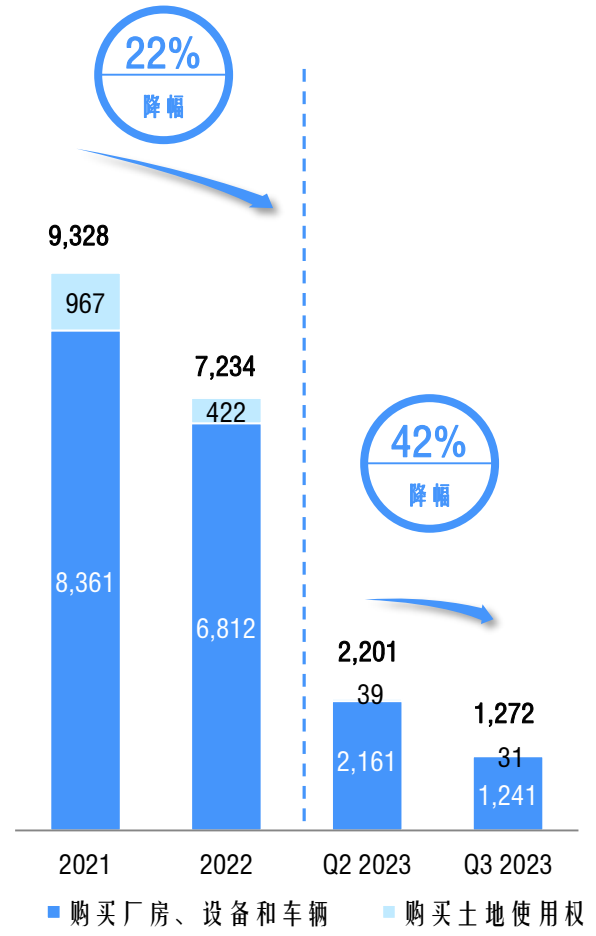
经营性现金流变化

（百万人民币）



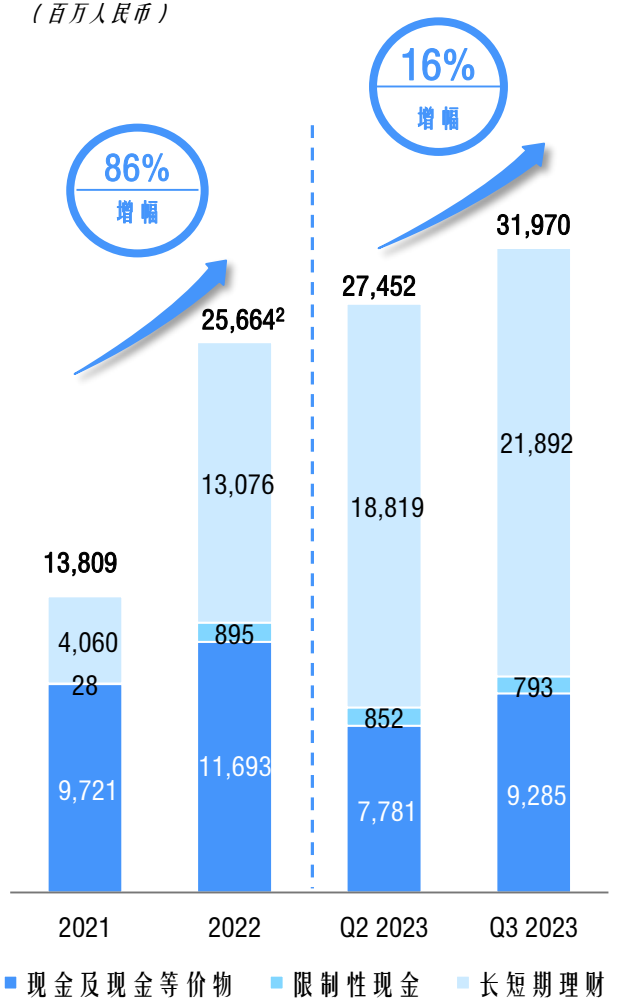
资本开支变化

（百万人民币）



资金状况[1]

（百万人民币）



注：
1. 包括现金及现金等价物、限制性现金和长、短期投资
2. 2022年8月24日发行10亿美金可转债（含超额配售，扣除承销费、手续费、期权价差成本等净入账等值66亿人民币）

(非)美国通用会计准则调节表

	2020 9月30日	2020 12月31日	2021 3月31日	2021 6月30日	2021 9月30日	2021 12月31日	2022 3月31日	2022 6月30日	2022 9月30日	2022 12月31日	2023 3月31日	2023 6月30日	2023 9月30日
调整后息税折旧及摊销前利润(千元人民币)	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	**RMB'000**
净利润	1,210,290	1,291,613	533,526	1,272,225	1,147,890	1,747,686	875,524	1,758,702	1,895,455	2,129,285	1,664,821	2,530,213	**2,349,610**
加：折旧	453,818	503,814	495,708	530,874	508,464	567,265	601,643	640,577	633,279	665,400	651,685	671,283	**712,734**
加：摊销	25,390	23,184	25,651	33,928	29,525	30,353	31,054	31,392	32,002	35,199	34,793	33,791	**31,951**
加：利息费用	13,707	12,174	15,582	33,798	52,271	24,852	59,635	23,102	31,637	76,147	71,710	72,218	**83,801**
加：所得税费用	(27,845)	289,605	149,638	254,859	229,525	371,429	255,219	438,205	439,388	500,518	455,007	575,585	**271,387**
息税折旧及摊销前利润	1,675,360	2,120,390	1,220,105	2,125,684	1,967,675	2,741,585	1,823,075	2,891,978	3,031,761	3,406,549	2,878,016	3,883,090	**3,449,483**
加：股权激励费用	–	–	248,027	–	–	–	178,980	–	–	–	254,976	–	**–**
投资减值	–	–	–	–	–	–	–	–	26,328	–	–	–	**–**
处置股权投资和子公司的收益税前	–	–1,086	–	–	–	–2,357	–	–	–60,515	–9,083	–	764	**–10,838**
未变现的股权投资权益	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	**–**
调整后息税折旧及摊销前利润	1,675,360	2,119,304	1,468,132	2,125,684	1,967,675	2,739,228	2,002,055	2,891,978	2,997,574	3,397,466	3,132,992	3,883,854	**3,438,645**
调整后息税折旧及摊销前利润率	25.24%	25.67%	22.68%	29.02%	26.62%	29.72%	25.33%	33.41%	33.51%	34.42%	34.88%	39.87%	**37.89%**
调整后净利润(千元人民币)	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	RMB'000	**RMB'000**
净利润	1,210,290	1,291,613	533,526	1,272,225	1,147,890	1,747,686	875,524	1,758,702	1,895,455	2,129,285	1,664,821	2,530,213	**2,349,610**
加：股权激励费用	–	–	248,027	–	–	–	178,980	–	–	–	254,976	–	**–**
投资减值	–	–	–	–	–	–	–	–	26,328	–	–	–	**–**
处置股权投资和子公司的收益税后	–	–1,086	–	–	–	–2,357	–	–	–49,192	–9,083	–	764	**–8,866**
未变现的股权投资权益	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	**–**
调整后净利润	1,210,290	1,290,527	781,553	1,272,225	1,147,890	1,745,329	1,054,504	1,758,702	1,872,591	2,120,202	1,919,797	2,530,977	**2,340,744**
调整后净利润率	18.23%	15.63%	12.07%	17.37%	15.53%	18.93%	13.34%	20.32%	20.93%	21.48%	21.37%	25.98%	**25.79%**

注：四舍五入处理，数字相加可能与总数不符

谢谢

ZTO 中通快递 ZTO EXPRESS