

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示：

公司董事会及董事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人员)保证季度报告中财务信息的真实、准确、完整。

第三季度财务报表是否经审计

□是/否

一、主要财务数据

(一)主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

项目	本报告期	年初至报告期末	上年同期增减变动幅度(%)
营业收入	9,715,191,638.66	-1.37	30,269,698,673.57
利润总额	-399,779,766.93	-27.93	-334,544,877.38
归属于上市公司股东的净利润	-328,980,557.47	-278.64	-276,832,733.43
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-327,668,805.70	-313.19	-361,108,540.47
经营活动产生的现金流量净额	不适用	不适用	1,787,781,198.59
基本每股收益(元/股)	-0.32	-27.78	-0.27
稀释每股收益(元/股)	-0.32	-27.78	-0.27
加权平均净资产收益率(%)	-4.01	减少 6.32 个 百分点	-3.35 减少 9.91 个百分点
本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减变动幅度(%)	6.97
总资产	16,141,415,633.77	16,969,516,203.37	-4.88
归属于上市公司股东的所有者权益	8,032,052,785.16	8,463,386,906.24	-3.10

注：“报告期”指本季度初至本季度末3个月期间，下同。

经营业绩分析：

● 资产状况：报告期末，公司总资产161.41亿元，较年初减少4.88%，归属于上市公司股东的净资产80.52亿元，较年初减少5.10%，资产负债率为30.1%，较年初基本持平。整体来看，公司资产负债结构合理，稳健，偿债能力较强。

(二)营业收入分析

报告期公司营业收入为97.15亿元，同比减少1.37%。

1. 快递业务：营业收入为88.05亿元，同比减少0.84%，主要为公司主动推进产品结构调整，非核心主营产品收入同比减少。

2. 快递业务：营业收入为4.34亿元，同比减少18.84%。

3. 其他业务：其他业务主要为供应链业务，营业收入为4.76亿元，同比增长9.35%。

(三)营业成本分析

2025年7-9月 2024年7-9月 变动(%)

各块业务情况

快运业务营收 4.34 5.35 -18.84

其他业务营收 4.76 4.35 9.35

合计 97.15 98.50 -1.37

注：数据已经四舍五入计算。

● 成本情况：2025年第三季度，公司营业成本为95.35亿元，同比增长4.57%。具体来看：

1. 人工成本40.43亿元，同比增长9.65%，占收入同比上升4.18个百分点。主要为公司提升效率，对效率激励，主动增加人力资源投入。同时，通过提升部分提成标准，优化奖罚机制等方面提高员工待遇，增强员工归属感。

2. 运营成本43.91亿元，同比增长0.78%，占收入同比上升0.96个百分点。主要为公司提升客户体验，保障运输时效，增加车次频次，燃油费、路桥费等成本相应增长，以及公司调优产品结构，主要使用外部运力的非核心主营产品规模缩减，相关成本同比减少。

3. 原材料及使用费4.16亿元，同比增长2.06%，占收入同比上升0.14个百分点。一方面，公司积极推进站场建设、房租降免谈判；另一方面，基于业务发展规划，针对末端网点密度不足和非最优位置的问题，主动新开网点，调优区位。此外，随着业务发展，场站仓库等租赁费用扩大。综合影响下，房费成本同比微增。

4. 折旧摊销2.63亿元，同比增加0.65%，占收入同比上升0.05个百分点。

5. 其他成本4.23亿元，同比增长4.08%，占收入同比上升0.23个百分点，主要为办公、水电费用等费用增加。

● 费用情况：2025年第三季度，公司期间费用为5.66亿元，同比增长9.22%，占收入同比上升0.56个百分点。其中，销售费用1.72亿元，同比减少7.83%，占收入同比下降0.12个百分点，主要是公司通过系统性的培训赋能，提升销售人效。管理费用3.18亿元，同比增长22.34%，占收入同比上升0.64个百分点，主要是公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(四)营业收入同比上升5.05亿元，主要为公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(五)营业成本同比上升4.57%，主要为公司提升效率，对效率激励，主动增加人力资源投入。同时，通过提升部分提成标准，优化奖罚机制等方面提高员工待遇，增强员工归属感。

(六)期间费用同比上升4.57%，主要为公司提升客户体验，保障运输时效，增加车次频次，燃油费、路桥费等成本相应增长，以及公司调优产品结构，主要使用外部运力的非核心主营产品规模缩减，相关成本同比减少。

(七)原材料及使用费同比上升2.06%，占收入同比上升0.14个百分点。一方面，公司积极推进站场建设、房租降免谈判；另一方面，基于业务发展规划，针对末端网点密度不足和非最优位置的问题，主动新开网点，调优区位。此外，随着业务发展，场站仓库等租赁费用扩大。综合影响下，房费成本同比微增。

(八)折旧摊销同比增加0.65%，占收入同比上升0.05个百分点。

(九)其他成本同比增加4.08%，占收入同比上升0.23个百分点，主要为办公、水电费用等费用增加。

● 费用情况：2025年第三季度，公司期间费用为5.66亿元，同比增长9.22%，占收入同比上升0.56个百分点。其中，销售费用1.72亿元，同比减少7.83%，占收入同比下降0.12个百分点，主要是公司通过系统性的培训赋能，提升销售人效。管理费用3.18亿元，同比增长22.34%，占收入同比上升0.64个百分点，主要是公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(十)营业收入同比上升5.05亿元，主要为公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(十一)营业成本同比上升4.57%，主要为公司提升效率，对效率激励，主动增加人力资源投入。同时，通过提升部分提成标准，优化奖罚机制等方面提高员工待遇，增强员工归属感。

(十二)期间费用同比上升4.57%，主要为公司提升客户体验，保障运输时效，增加车次频次，燃油费、路桥费等成本相应增长，以及公司调优产品结构，主要使用外部运力的非核心主营产品规模缩减，相关成本同比减少。

(十三)原材料及使用费同比上升2.06%，占收入同比上升0.14个百分点。一方面，公司积极推进站场建设、房租降免谈判；另一方面，基于业务发展规划，针对末端网点密度不足和非最优位置的问题，主动新开网点，调优区位。此外，随着业务发展，场站仓库等租赁费用扩大。综合影响下，房费成本同比微增。

(十四)折旧摊销同比增加0.65%，占收入同比上升0.05个百分点。

(十五)其他成本同比增加4.08%，占收入同比上升0.23个百分点，主要为办公、水电费用等费用增加。

● 费用情况：2025年第三季度，公司期间费用为5.66亿元，同比增长9.22%，占收入同比上升0.56个百分点。其中，销售费用1.72亿元，同比减少7.83%，占收入同比下降0.12个百分点，主要是公司通过系统性的培训赋能，提升销售人效。管理费用3.18亿元，同比增长22.34%，占收入同比上升0.64个百分点，主要是公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(十六)营业收入同比上升5.05亿元，主要为公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(十七)营业成本同比上升4.57%，主要为公司提升效率，对效率激励，主动增加人力资源投入。同时，通过提升部分提成标准，优化奖罚机制等方面提高员工待遇，增强员工归属感。

(十八)期间费用同比上升4.57%，主要为公司提升客户体验，保障运输时效，增加车次频次，燃油费、路桥费等成本相应增长，以及公司调优产品结构，主要使用外部运力的非核心主营产品规模缩减，相关成本同比减少。

(十九)原材料及使用费同比上升2.06%，占收入同比上升0.14个百分点。一方面，公司积极推进站场建设、房租降免谈判；另一方面，基于业务发展规划，针对末端网点密度不足和非最优位置的问题，主动新开网点，调优区位。此外，随着业务发展，场站仓库等租赁费用扩大。综合影响下，房费成本同比微增。

(二十)折旧摊销同比增加0.65%，占收入同比上升0.05个百分点。

(二十一)其他成本同比增加4.08%，占收入同比上升0.23个百分点，主要为办公、水电费用等费用增加。

● 费用情况：2025年第三季度，公司期间费用为5.66亿元，同比增长9.22%，占收入同比上升0.56个百分点。其中，销售费用1.72亿元，同比减少7.83%，占收入同比下降0.12个百分点，主要是公司通过系统性的培训赋能，提升销售人效。管理费用3.18亿元，同比增长22.34%，占收入同比上升0.64个百分点，主要是公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(二十二)营业收入同比上升5.05亿元，主要为公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(二十三)营业成本同比上升4.57%，主要为公司提升效率，对效率激励，主动增加人力资源投入。同时，通过提升部分提成标准，优化奖罚机制等方面提高员工待遇，增强员工归属感。

(二十四)期间费用同比上升4.57%，主要为公司提升客户体验，保障运输时效，增加车次频次，燃油费、路桥费等成本相应增长，以及公司调优产品结构，主要使用外部运力的非核心主营产品规模缩减，相关成本同比减少。

(二十五)原材料及使用费同比上升2.06%，占收入同比上升0.14个百分点。一方面，公司积极推进站场建设、房租降免谈判；另一方面，基于业务发展规划，针对末端网点密度不足和非最优位置的问题，主动新开网点，调优区位。此外，随着业务发展，场站仓库等租赁费用扩大。综合影响下，房费成本同比微增。

(二十六)折旧摊销同比增加0.65%，占收入同比上升0.05个百分点。

(二十七)其他成本同比增加4.08%，占收入同比上升0.23个百分点，主要为办公、水电费用等费用增加。

● 费用情况：2025年第三季度，公司期间费用为5.66亿元，同比增长9.22%，占收入同比上升0.56个百分点。其中，销售费用1.72亿元，同比减少7.83%，占收入同比下降0.12个百分点，主要是公司通过系统性的培训赋能，提升销售人效。管理费用3.18亿元，同比增长22.34%，占收入同比上升0.64个百分点，主要是公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(二十八)营业收入同比上升5.05亿元，主要为公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(二十九)营业成本同比上升4.57%，主要为公司提升效率，对效率激励，主动增加人力资源投入。同时，通过提升部分提成标准，优化奖罚机制等方面提高员工待遇，增强员工归属感。

(三十)期间费用同比上升4.57%，主要为公司提升客户体验，保障运输时效，增加车次频次，燃油费、路桥费等成本相应增长，以及公司调优产品结构，主要使用外部运力的非核心主营产品规模缩减，相关成本同比减少。

(三十一)原材料及使用费同比上升2.06%，占收入同比上升0.14个百分点。一方面，公司积极推进站场建设、房租降免谈判；另一方面，基于业务发展规划，针对末端网点密度不足和非最优位置的问题，主动新开网点，调优区位。此外，随着业务发展，场站仓库等租赁费用扩大。综合影响下，房费成本同比微增。

(三十二)折旧摊销同比增加0.65%，占收入同比上升0.05个百分点。

(三十三)其他成本同比增加4.08%，占收入同比上升0.23个百分点，主要为办公、水电费用等费用增加。

● 费用情况：2025年第三季度，公司期间费用为5.66亿元，同比增长9.22%，占收入同比上升0.56个百分点。其中，销售费用1.72亿元，同比减少7.83%，占收入同比下降0.12个百分点，主要是公司通过系统性的培训赋能，提升销售人效。管理费用3.18亿元，同比增长22.34%，占收入同比上升0.64个百分点，主要是公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(三十四)营业收入同比上升5.05亿元，主要为公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(三十五)营业成本同比上升4.57%，主要为公司提升效率，对效率激励，主动增加人力资源投入。同时，通过提升部分提成标准，优化奖罚机制等方面提高员工待遇，增强员工归属感。

(三十六)期间费用同比上升4.57%，主要为公司提升客户体验，保障运输时效，增加车次频次，燃油费、路桥费等成本相应增长，以及公司调优产品结构，主要使用外部运力的非核心主营产品规模缩减，相关成本同比减少。

(三十七)原材料及使用费同比上升2.06%，占收入同比上升0.14个百分点。一方面，公司积极推进站场建设、房租降免谈判；另一方面，基于业务发展规划，针对末端网点密度不足和非最优位置的问题，主动新开网点，调优区位。此外，随着业务发展，场站仓库等租赁费用扩大。综合影响下，房费成本同比微增。

(三十八)折旧摊销同比增加0.65%，占收入同比上升0.05个百分点。

(三十九)其他成本同比增加4.08%，占收入同比上升0.23个百分点，主要为办公、水电费用等费用增加。

● 费用情况：2025年第三季度，公司期间费用为5.66亿元，同比增长9.22%，占收入同比上升0.56个百分点。其中，销售费用1.72亿元，同比减少7.83%，占收入同比下降0.12个百分点，主要是公司通过系统性的培训赋能，提升销售人效。管理费用3.18亿元，同比增长22.34%，占收入同比上升0.64个百分点，主要是公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(四十)营业收入同比上升5.05亿元，主要为公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(四十一)营业成本同比上升4.57%，主要为公司提升效率，对效率激励，主动增加人力资源投入。同时，通过提升部分提成标准，优化奖罚机制等方面提高员工待遇，增强员工归属感。

(四十二)期间费用同比上升4.57%，主要为公司提升客户体验，保障运输时效，增加车次频次，燃油费、路桥费等成本相应增长，以及公司调优产品结构，主要使用外部运力的非核心主营产品规模缩减，相关成本同比减少。

(四十三)原材料及使用费同比上升2.06%，占收入同比上升0.14个百分点。一方面，公司积极推进站场建设、房租降免谈判；另一方面，基于业务发展规划，针对末端网点密度不足和非最优位置的问题，主动新开网点，调优区位。此外，随着业务发展，场站仓库等租赁费用扩大。综合影响下，房费成本同比微增。

(四十四)折旧摊销同比增加0.65%，占收入同比上升0.05个百分点。

(四十五)其他成本同比增加4.08%，占收入同比上升0.23个百分点，主要为办公、水电费用等费用增加。

● 费用情况：2025年第三季度，公司期间费用为5.66亿元，同比增长9.22%，占收入同比上升0.56个百分点。其中，销售费用1.72亿元，同比减少7.83%，占收入同比下降0.12个百分点，主要是公司通过系统性的培训赋能，提升销售人效。管理费用3.18亿元，同比增长22.34%，占收入同比上升0.64个百分点，主要是公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(四十六)营业收入同比上升5.05亿元，主要为公司调整经营策略后，增加后台支撑性资源的投入。

(四十七)营业成本同比上升4.57%，主要为公司提升效率，对效率激励，主动增加人力资源投入。同时，通过提升部分提成标准，优化奖罚机制等方面提高员工待遇，增强员工归属感。

(四十八)期间费用同比上升4.57%，主要为公司提升客户体验，保障运输时效，增加车次频次，燃油费、路桥费等成本相应增长，以及公司调优产品结构，主要使用外部运力的非核心主营产品规模缩减，相关成本同比减少。

(四十九)原材料及使用费同比上升2.06%，占收入同比上升0.14个百分点。一方面，公司积极推进站场建设、房租降免谈判；另一方面，基于业务发展规划，针对末端网点密度不足和非最优位置的问题，主动新开网点，调优区位。此外，随着业务发展，场站仓库等租赁费用扩大。综合影响下，房费成本同比微增。