

2016-2022年中国民营快递 行业前景研究与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国民营快递行业前景研究与市场需求预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/B88477ZVMD.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

前言

最近几个月，圆通速递总裁相峰和副总裁胡瑞琦，一直在忙活“全球包裹联盟”峰会的筹备工作。来自韩国、日本、俄罗斯等各国的快递企业，来到上海参加了一场峰会，峰会的议题之一，便是成立“全球包裹联盟”，圆通是发起成员，韩国CJ大韩通运、日本西浓等十几家海外快递企业则是意向创始成员。

“全球包裹联盟”可以说是拓展国际快递业务的一种新商业模式，此前全球范围内的快递联盟应该只有万国邮联，还是各国政府参与，圆通发起成立这一联盟，是希望整合资源抢占更多国际快递市场的份额，此前，超过万亿的跨境电商市场，主要由中国邮政的“国际小包”在承载递送，市场份额超过80%。

民营快递全球结盟

早在2006年，圆通成立海外事业部时，圆通速递董事长喻渭蛟就提出，未来一定会出现畅通全球的快递网络。不过，由于国内快递市场的高速发展，包括圆通在内的民营快递企业们，并没有把太多的精力投入到搭建海外网络上。

近年来，我们也与日本、韩国等国家的快递公司达成了一些双边合作，比如与CJ大韩通运合作推出大陆到韩国全境统一收费的快件服务，与俄罗斯DCD外运集团合作推出“俄易邮”专线产品，与日本西浓运输合作推出日本专线，在合作过程中发现大家都希望共同构建一个联通世界的快递网络，但缺少一个号召者，缺少一个纽带。这就是圆通发起成立全球包裹联盟的初衷。

首批意向加入全球包裹联盟的创始成员，主要是亚洲和欧美各国在当地配送网络比较完善的民营快递企业，比如CJ大韩通运韩国最大的快递企业。成立“全球包裹联盟”后，成员企业将共同制定联盟的规则和合作协议，在共同的运营标准和流程、统一的IT基础设施以及结算机制下开展合作，最终建立一个覆盖全球主要市场的国际包裹服务网络。

在全球范围内把民营快递企业联合在一起组建联盟，之前还没有先例，希望能够吸引更多国家具有代表性的快递企业加入，从双边合作到多边合作，提供全球更多国家逐渐一站到底的递送服务，甚至创造共同的品牌。

全球包裹联盟“借鉴的应该是“万国邮联”的模式，万国邮联是联合国关于国际邮政事务的专门机构，主要协调各国的普遍服务邮件递送，统一国际邮件处理程序和资费标准，简化国际邮政帐务结算办法。

谁在主导跨境递送

目前在国际快递领域，包括联邦快递、UPS等国际快递巨头，主要运送的是跨国公司和国

际贸易所需的高价值物品。而“全球包裹联盟”更看重的，则是由消费者“海淘”等带动的跨境电商递送市场。商务部的统计数据显示，2011年，我国跨境电子商务交易额约1.6万亿元，2012年达到约2万亿元，2013年达到3.13万亿元，2014年达到3.75万亿元，预计2016年中国跨境电商进出口额将增长至6.5万亿元。如此大的进出口量，重要的递送环节现在都是由谁来完成的？

一家民营快递的管理层透露，目前跨境电商递送要经历不少环节，比如在美国西海岸，就有一百多家转运公司，他们在美国的免税州设立仓库，商家统一将中国消费者定的货寄到免税州的仓库，再通过航空运到国内，而在出口方面，则是中国邮政的“国际小包”一支独大。

近年来，国外消费者通过淘宝等电商平台购买中国商品的需求也越来越大，而这些商品运出中国到达国外消费者手中，主要通过中国邮政的“国际小包”。通过万国邮联体系，“国际小包”到国外后用的是当地邮政的递送网络，好处是按照普遍服务收费便宜(四大国际快递巨头的价格是其数倍)，但时效难保证，又没有邮件信息追踪功能，有的在海上就要飘一个月，很多可能还因为找不到目的地而被退回。

值得注意的是，最近几年，一些外国邮政也开始来华抢生意，在香港等设立转运点，大陆的货运通过国内的代理公司揽货运到香港，再通过外国邮政送到国外，而包括顺丰、宅急送等国内快递公司，也分别与荷兰邮政、英国邮政合作，到欧洲的包裹到荷兰或英国后，再通过他们的网络和清关系统进一步递送到目的国。

国际递送利润高

“目前中国仍是增长最快的快递市场，但跨境电商的增速也不能忽视，而且虽然从量上看还无法与国内相比，但从每单的毛利率看，国际递送的利润比价格战激烈的国内要高的多，”“三通一达”其中一家快递企业的管理层指出，在国际快递巨头与邮政国际小包数倍的价差之间，还有性价比更优的巨大需求空间，这正是民营快递希望分羹的市场。

目前快递公司拓展国际市场主要有三种模式，一是像四大国际快递巨头一样完全自营；二是部分自营，部分代理，比如顺丰就在海外建仓的同时，部分地区选择由当地公司代理；三是全部依靠国外代理，目前，包括申通、中通、韵达在内的“三通一达”，先期试水国外市场都是从寻找国外合作伙伴开始。

而圆通此次发起成立的全球快递联盟，更是成本相对较低、扩张又更快的方式。不过，由于联盟成员所在国的IT系统、清关政策等各有不同，联盟网络的顺利搭建也将面临标准统一、数据对接、利益分配等各种需要协调的问题，而联盟之间最终也可能从朋友转化为通过资本、股份的嫁接。

本民营快递行业研究报告共十五章是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国民营快递行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究数据报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国民营快递行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国民营快递行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国民营快递行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 中国民营快递行业发展环境 15

第一节 民营快递行业及属性分析 15

一、行业属性界定 15

二、产生背景分析 15

三、行业发展历程 16

四、行业特点概述 22

第二节 世界经济发展状况 23

一、经济特性及特点 23

二、经济发展回顾 34

三、经济发展态势 38

四、经济发展形势 38

第三节 中国经济运行分析 42

一、经济运行回顾 42

二、经济运行现状 66

三、经济发展态势 73

第四节 政策发展环境 76

一、主要政策回顾 76

- 二、重要政策解读 78
- 三、最新政策动态 83
- 第五节 社会发展环境 85
 - 一、消费习惯转变 85
 - 二、物流方式转变 86
- 第六节 技术发展环境 88
 - 一、国内技术现状 88
 - 二、国际应用技术 88
 - 三、未来技术发展 89

第二章 2013-2015年中国快递行业分析 90

第一节 快递行业发展综述 90

- 一、行业定位概述 90
- 二、行业发展状况 97
- 三、行业基本特征 99

第二节 快递行业经济运行分析 101

- 一、行业运行回顾 101
- 二、行业发展现状 105
- 三、行业发展特征 111
- 四、行业运行态势 112

第三节 国内快递业存在的问题分析 118

- 一、行业突出问题 118
- 二、面临生存困境 119
- 三、行业发展隐患 123
- 四、行业标准问题 123

第四节 促进快递业健康发展的策略 124

- 一、行业发展对策 124
- 二、行业发展途径 125
- 三、行业优化管理 126
- 四、市场监管建议 127
- 五、未来发展策略 128

第三章 中国民营快递生产现状分析	129
第一节 民营快递行业总体规模	129
一、2013-2015年民营快递业务收入分析	129
二、2013-2015年民营快递市场份额分析	129
第二节 民营快递行业供给能力分析	131
一、2013-2015年民营快递业务量分析	131
第三节 民营快递市场容量概况	132
一、2013-2015年民营快递市场容量分析	132
二、2016-2022年市场容量预测	134
第四节 民营快递产业供需情况	135
一、2016-2022年民营快递业务量预测	137
二、2016-2022年民营快递业务收入预测	138

第四章 中国民营快递市场分析	140
第一节 民营快递市场结构分析	140
一、业务类型	140
二、需求来源	140
三、客户特征	142
四、成本结构	142
第二节 民营快递市场发展分析	145
一、总体发展概述	145
二、市场现状分析	151
三、发展特征分析	153
四、国际市场拓展	157
第三节 民营快递发展存在的挑战	157
一、行业面临挑战	157
二、发展主要问题	158
三、发展制约因素	159
四、企业发展掣肘	160
五、直营改革困难	162
第四节 民营快递发展的应对策略	163
一、行业发展对策	163

- 二、市场竞争策略 165
- 三、企业发展建议 167
- 四、企业经营策略 168

第五章 中国民营快递市场竞争格局与厂商市场竞争力评价 171

第一节 行业竞争结构 171

- 一、供应商议价能力 171
- 二、购买者议价能力 171
- 三、现有竞争者分析 171
- 四、新进入者的威胁 171
- 五、替代品的威胁 171

第二节 行业竞争格局分析 172

- 一、行业竞争现状分析 172
- 二、行业竞争格局分析 172
- 三、行业竞争态势分析 175

第三节 民营快递企业的竞争力分析 178

- 一、构建竞争力指标体系 178
- 二、主体竞争力指标比较 179
- 三、企业竞争力比较分析 182

第四节 民营快递企业SWOT分析 183

- 一、优势 (Strengths) 183
- 二、劣势 (Weaknesses) 185
- 三、机会 (Opportunities) 187
- 四、威胁 (Threats) 187

第五节 民营快递企业的竞争策略 189

- 一、外部支持策略 189
- 二、内部完善策略 190

第六章 民营快递行业竞争绩效分析 193

第一节 民营快递行业总体效益水平分析 193

第二节 民营快递行业集中度分析 193

第三节 快递分控股类型业务量结构情况 194

第四节 快递分控股类型业务收入结构情况	195
第五节 民营快递行业企业发展现状	195
第六节 民营快递行业不同规模企业绩效分析	196
第七节 民营快递企业与国际快递企业的对比	196
一、经营理念对比	197
二、经营实力对比	197
三、税收政策对比	198

第七章 我国民营快递行业投融资分析 200

第一节 民营快递行业的投资特性 200

- 一、投资规模 200
- 二、风险性 200
- 三、竞争性 200
- 四、盈利性 200

第二节 民营快递发展的融资需求 201

- 一、政策法规引导 201
- 二、电子商务推动 201
- 三、经营模式助力 202

第三节 民营快递企业发展的融资瓶颈 202

- 一、企业自身因素 202
- 二、企业外在因素 203

第四节 民营快递发展融资策略 203

- 一、健全企业内部管理 204
- 二、国家政策的扶持 204
- 三、推进金融创新 204
- 四、引入战略投资者与风投 204
- 五、加快企业信用评估体系建设 205

第八章 民营快递产业投资策略 206

第一节 产品定位策略 206

- 一、产品定位策划 206
- 二、品牌定位策划 207

三、形象定位策划 207

第二节 渠道销售策略 208

一、经营模式分类 208

二、经营策略选择 211

第三节 价格策略 212

一、制定合理价格目标 213

二、选择有效定价策略 213

三、创新模式扩大渠道 215

四、重视公共关系作用 215

第四节 服务策略 218

一、民营快递企业服务对比 218

二、民营快递企业服务策略 220

第九章 中国民营快递产业投资分析 222

第一节 民营快递的投资关键因素 222

一、经营资质 222

二、资本投入 222

三、网络规模 222

四、人力资源 222

第二节 民营快递的投资环境分析 223

一、经济环境 223

二、产业环境 224

三、政策环境 225

四、技术环境 225

第三节 民营快递行业投资规划 226

一、快递服务“十二五”发展规划 226

二、各地快递行业“十二五”规划 240

第十章 中国民营快递相关产业走势分析 245

第一节 下游行业发展情况 245

一、市场发展回顾 245

二、行业发展现状 247

- 三、行业运行态势 250
- 第二节 下游行业影响分析 252
 - 一、电商带动快递业 252
 - 二、促进物流国际化 256
 - 三、提高物流服务水平 257
- 第三节 下游行业发展趋势 257
 - 一、电子商务发展趋势 257
 - 二、未来市场前景预测 258
 - 三、电商行业趋势预测 259

第十一章 中国民营快递行业品牌建设研究 261

- 第一节 民营快递企业品牌建设的必要性 261
 - 一、摆脱恶性竞争的必然选择 261
 - 二、助推企业发展的有力保证 261
 - 三、稳固快递业持续健康发展 261
- 第二节 民营快递企业品牌建设中的关键问题 262
 - 一、品牌意识淡薄 262
 - 二、品牌规模较小 262
 - 三、品牌内涵欠缺 262
 - 四、网络建设滞后 263
 - 五、快递纠纷频出 263
 - 六、快递技术相对落后 263
 - 七、快递人才缺乏 264
- 第三节 民营快递企业品牌建设对策 264
 - 一、树立品牌意识策略 264
 - 二、设置品牌组织机构 265
 - 三、完善品牌形象体系 265
 - 四、加大品牌推广力度 266
 - 五、差异化品牌建设 266
 - 六、提升快递服务水平 268

第十二章 中国民营快递行业成长能力及稳定性分析 269

第一节 民营快递行业生命周期分析 269

第二节 民营快递行业增长性与波动性分析 270

第十三章 中国民营快递行业风险趋势分析与对策 271

第一节 民营快递行业风险分析 271

一、政策风险 271

二、竞争风险 271

三、管理风险 271

四、技术风险 272

五、人才风险 272

第二节 民营快递行业投资风险及控制策略分析 272

一、政策风险控制策略 272

二、经营风险控制策略 272

三、竞争风险控制策略 273

四、市场风险控制策略 273

五、技术风险控制策略 275

六、人才风险控制策略 276

第十四章 2016-2022年中国民营快递行业发展趋势研究分析 277

第一节 民营快递行业发展趋势 277

一、专业化 277

二、自动化 277

三、多元化 277

四、人性化 277

第二节 民营快递企业发展趋势 278

一、服务趋于规范化和标准化 278

二、优势竞争力企业脱颖而出 278

三、进一步加大电子商务合作 279

第十五章 2016-2022年民营快递市场发展前景展望 281

第一节 我国中长期市场发展策略分析 281

一、成本领先战略 281

- 二、 差异化战略 282
- 三、 集聚化战略 284
- 第二节 我国民营快递行业发展前景展望 285（ ZYPXS）
 - 一、 行业发展机遇分析 285
 - 二、 “十二五”规划目标 286
 - 三、 政策拓展发展空间 287

图表目录：

- 图表 1 2013年年末人口数及其构成 42
- 图表 2 2011-2015年国内生产总值及其增长速度 43
- 图表 3 2011-2015年城镇新增就业人数 44
- 图表 4 2011-2015年国内生产总值与全部就业人员比率 44
- 图表 5 2013年居民消费价格月度涨跌幅度 45
- 图表 6 2013年居民消费价格比上年涨跌幅度 45
- 图表 7 2013年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 46
- 图表 8 2011-2015年公共财政收入 46
- 图表 9 2011-2015年末国家外汇储备 47
- 图表 10 2011-2015年粮食产量 47
- 图表 11 2013年规模以上工业增加值增速（月度同比） 48
- 图表 12 2013年主要工业产品产量及其增长速度 49
- 图表 13 2011-2015年建筑业增加值 51
- 图表 14 2013年固定资产投资（不含农户）增速累计同比 51
- 图表 15 2013年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 52
- 图表 16 2013年固定资产投资新增主要生产能力 53
- 图表 17 2013年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 53
- 图表 18 2013年社会消费品零售总额增速月度同比 54
- 图表 19 2011-2015年货物进出口总额 55
- 图表 21 2013年主要商品出口数量、金额及其增长速度 56
- 图表 22 2013年主要商品进口数量、金额及其增长速度 56
- 图表 23 2013年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 56
- 图表 24 2013年非金融领域外商直接投资及其增长速度 57
- 图表 25 2013年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 58

- 图表 26 2013年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 58
- 图表 27 2011-2015年年末电话用户数 59
- 图表 28 2013年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 60
- 图表 29 2011-2015年农村居民人均纯收入 61
- 图表 30 2011-2015年城镇居民人均可支配收入 61
- 图表 31 2011-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 62
- 图表 32 2011-2015年研究与试验发展 (R&D) 经费支出 63
- 图表 33 2011-2015年卫生技术人员人数 64
- 图表 34 GDP环比和同比增长速度 66
- 图表 35 国内生产总值增长速度 (累计同比) 67
- 图表 36 规模以上工业增加值增速 (月度同比) 68
- 图表 37 2013年9月-2014年9月份固定资产投资 (不含农户) 同比增速 69
- 图表 38 2013年9月-2014年9月份固定资产投资到位资金同比增速 70
- 图表 39 房地产开发投资名义增速 (累计同比) 71
- 图表 40 全国房地产开发企业本年到位资金增速 71
- 图表 41 2013年9月-2017年9月社会消费品零售总额分月同比增长速度 72
- 图表 42 2008-2013年中国网络购物市场规模 85
- 图表 43 中国网络购物规模及其占零售业比重 87
- 图表 44 中国快递与物流行业年增长率 87
- 图表 45 新技术对快递业的影响评估 89
- 图表 46 2008-2013年中国快递业务量发展情况 97
- 图表 47 2008-2013年中国快递业务收入发展情况 98
- 图表 48 2008-2013年中国快递业务量结构发展情况 98
- 图表 49 2008-2013年中国快递业务收入结构发展情况 99
- 图表 50 全国规模以上快递服务企业业务收入地区分布 100
- 图表 51 2009-2012年1月全国规模以上快递企业月业务量 100
- 图表 52 2011-2012年中国快递业务收入分月走势 101
- 图表 53 2011-2012年分专业快递业务收入比较 101
- 图表 54 2012年快递业务收入结构 102
- 图表 55 2012年快递业务量结构 103
- 图表 56 2012年东、中、西部快递业务收入结构 104
- 图表 57 2012年东、中、西部快递业务量结构 104

- 图表 58 2012-2013年我国快递业务收入情况 105
- 图表 59 2012-2013年我国分专业快递业务收入比较 105
- 图表 60 2013年我国快递业务结构 106
- 图表 61 2013年我国快递业务收入结构图 107
- 图表 62 2013年我国东、中、西快递业务量结构图 108
- 图表 63 2013年我国东、中、西快递业务收入结构图 108
- 图表 64 2013年快递业务量前50位城市情况表 109
- 图表 65 2013年快递业务收入前50位城市情况表 110
- 图表 66 2014-2015年11月我国快递业务收入情况 113
- 图表 67 2014年1-11月我国快递业务收入结构 114
- 图表 68 2014年1-11月我国快递业务量结构 114
- 图表 69 2014年1-11月我国地区快递业务收入结构 115
- 图表 70 2014年1-11月我国地区快递业务量结构 116
- 图表 71 2014年1-11月快递业务量前50位城市情况表 116
- 图表 72 2014年1-11月快递业务收入前50位城市情况表 117
- 图表 73 2012-2015年6月民营快递业务收入情况 129
- 图表 74 2013-2015年6月国有、民营、外资快递业务量市场份额 130
- 图表 75 2013-2015年6月国有、民营、外资快递业务收入市场份额 131
- 图表 76 2012-2015年6月民营快递业务量完成情况 132
- 图表 77 2011-2015年11月函件业务量与快递业务量对比情况 133
- 图表 78 2011-2015年11月人均快递使用量、发函件量及快递支出情况 134
- 图表 79 2016-2022年中国网络购物市场规模预测 135
- 图表 80 2008-2013年中国网络购物规模极其占比零售业比重 136
- 图表 81 2008-2013年中国快递与物流行业年增长率 137
- 图表 82 2016-2022年民营快递业务量预测 138
- 图表 83 2016-2022年民营快递业务收入预测 139
- 图表 84 国内快递市场主要业务类型 140
- 图表 85 国内快递市场需求的驱动因素 141
- 图表 86 国内快递市场的需求来源 141
- 图表 87 国内快递市场的目标客户特征 142
- 图表 88 国内快件运营产品成本按照流程构成 143
- 图表 89 国内快递市场的运输方式 144

- 图表 90 2007-2013年快递分控股类型业务量结构情况 152
- 图表 91 2007-2013年快递分控股类型业务收入结构情况 152
- 图表 92 2013-2015年6月民营快递业务情况 153
- 图表 93 部分重要快递公司的基本概况 172
- 图表 94 国内快递企业梯队图 173
- 图表 95 2014年中国快递公司十大品牌企业排名 175
- 图表 96 快递业竞争指标体系 179
- 图表 97 民营快递企业、邮政EMS和外资快递企业竞争力对比 182
- 图表 98 特许加盟连锁模式与全资子公司模式的区别 184
- 图表 99 2013年民营快递市场集中度分析 194
- 图表 100 2007-2013年快递分控股类型业务量结构情况 194
- 图表 101 2007-2013年快递分控股类型业务收入结构情况 195
- 图表 102 2012-2015年9月我国快递业业务量市场份额 198
- 图表 103 2012-2015年9月我国快递业业务收入市场份额 198
- 图表 104 2012年二季度-2014年一季度淘宝及天猫成交额 206
- 图表 105 员工、顾客满意与企业利润关系图 218
- 图表 106 国内重点民营企业的服务对比 218
- 图表 107 “十二五”快递行业服务能力建设重点工程 232
- 图表 108 “十二五”快递自主航空网络规划图 233
- 图表 109 “十二五”快递行业服务水平和质量提升重点工程 234
- 图表 110 “十二五”快递行业产业联动发展工程 234
- 图表 111 “十二五”快递行业科技与信息化体系建设工程 235
- 图表 112 2011-2012年分季度中国电子商务市场交易规模 246
- 图表 113 2012年中国电子商务市场交易规模细分行业构成 247
- 图表 114 2011-2015年中国电子商务交易规模 247
- 图表 115 2013年中国电子商务市场细分行业构成 250
- 图表 116 2010-2015年中国电子商务交易规模 250
- 图表 117 2013年中国电子商务市场细分行业构成 251
- 图表 118 2013-2015Q2分季度中国电子商务市场交易规模 252
- 图表 119 中国电子商务各细分市场未来发展预期 259
- 图表 120 公司并购的过程 274
- 图表 121 战略及对应措施总结表 284

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/B88477ZVMD.html>