

2016-2022年中国快递行业 全景调研及战略咨询报告

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年中国快递行业全景调研及战略咨询报告》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/J68941VR0N.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

2013年，根据GlobalExpressAssociation的数据显示，全球快递行业对全球GDP贡献超过1400亿美元，贡献率达0.19%，国际快递市场近五年的年均增速在7%左右。欧盟国际快递业务市场规模最大，占全球国际业务量的近一半。从非洲和中东出口至亚太区和中南美洲的快递业务量增长最快。从区域内和跨区域两个细分市场来看，欧盟的区域内业务占国际业务总量的比重达到80%居首位，北美、欧盟和亚太跨区域互寄快件量最大。

在宏观经济增速放缓、传统部门发展疲软的形势下，快递业成为了近年来中国经济增长的新亮点。2008年至今，中国快递业务量由15亿件增至140亿件，七年间翻了三番多，年均复合增长率达到45.1%，市场规模跃居世界第一。同期，快递业务收入由408亿元增至2045亿元，七年间增长了四倍，年均复合增长率为30.8%，快递业务收入占中国整个邮政行业收入的比重逐年快速上升，从2008年的43%上升至今年的64%。

《2016-2022年中国快递行业全景调研及战略咨询报告》由智研咨询公司领衔撰写，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。

报告揭示了快递行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国快递做了重点企业经营状况分析，并分析了中国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2014年国际快递行业发展概况1

第一节2014年国际快递行业发展简析1

一、国际快递行业的特性1

（一）国际快递业的发展历程1

（二）国际快递企业进入中国市场2

二、国外快递行业发展的启示5

三、世界快递市场格局分析6

第二节美国12

一、美国快递行业发展特点12

- 二、美国快递行业管理体制与政策14
- 三、美国快递行业竞争格局分析16
- 四、美国快递行业与信息化状况及其启示19
- 五、美国发展现代快递行业的主要做法19

第三节 欧洲21

- 一、欧洲现代快递发展的特点21
- 二、推进快递业快速发展的主要动因22
- 三、快递业对社会经济发展的促进效果23
- 四、借鉴和启示24

第四节 其他国家24

- 一、日本快递行业发展概况24
 - 二、日本邮政民营化改革25
 - 三、韩国快递业发展现状25
 - 四、拉丁美洲快递发展状况25
 - 五、新加坡快递业现状及发展概况25
- ### 第五节 《邮政法》草案对国际快递业的影响28

第二章 2014年跨国快递业巨头市场营运状况浅析30

第一节 联邦快递(FedEx)30

- 一、公司介绍30
- 二、在华市场运营情况31
- 三、营销策略33
- 四、公司最新动态39

第二节 敦豪全球快递网络DHL40

- 一、DHL简介40
- 二、业务发展40
- 三、DHL的中国战略41
- 四、2014年DHL大举发展中国业务42

第三节 美国联合包裹运送公司(UPS)44

- 一、UPS简介44
- 二、UPS在资源整合过程中快速成长45
- 三、UPS的现代物流信息技术成为其竞争优势49

四、UPS的中国战略51

五、美国UPS2014年经营策略53

六、UPS给中国物流企业的启示54

第四节TNT--天地快运55

一、TNT简介55

二、TNT在中国的发展策略55

三、公司最新动态56

第三章2014年中国快递行业市场运行环境解析58

第一节2014年中国快递行业经济环境分析58

一、中国GDP分析58

二、消费价格指数分析59

三、城乡居民收入分析59

四、社会消费品零售总额61

五、全社会固定资产投资分析64

六、进出口总额及增长率分析70

第二节2014年中国快递行业政策环境分析70

一、《快递服务标准》70

二、《快递业务员国家职业标准》71

三、《邮政业消费者申诉处理办法》85

四、《快递服务》标准2014年施行89

五、《快递运单》国家标准发布91

第三节2014年中国快递行业技术环境分析93

一、GPS将逐步在快递行业中得到推广和普及93

二、快递业需要加快运用电子标签等物联网技术93

第四节2014年中国快递行业社会环境分析94

一、人口环境分析94

二、教育环境分析95

三、文化环境分析96

四、生态环境分析96

第四章2014年中国快递行业发展现状综述98

第一节2014年中国快递行业发展概况98

一、快递业在中国持续发展带来的启示98

二、我国快递市场发展态势101

三、2014年中国快递服务运行情况104

在宏观经济增速放缓、传统部门发展疲软的形势下，快递业成为了近年来中国经济增长的新亮点。2008年至今，中国快递业务量由15亿件增至140亿件，七年间翻了三番多，年均复合增长率达到45.1%，市场规模跃居世界第一。同期，快递业务收入由408亿元增至2045亿元，七年间增长了四倍，年均复合增长率为30.8%，快递业务收入占中国整个邮政行业收入的比重逐年快速上升，从2008年的43%上升至今年的64%。

快递服务普惠特征凸显。2014年，中国人人均快递使用量约为10.3件，是2008年的10倍；年人均快递支出151.5元，是2008年的5倍；快递年平均服务人次达到279亿。全国快递营业网点从2010年的6.4万处增至2014年的12万处。国内重点快递企业在直辖市和省会城市网点覆盖率达到90%以上，省辖市网点覆盖率达到80%以上；农村快递网点发展到近5万个，乡镇覆盖率提高到50%以上。

2013年，中国超越美国成为全球最大的网络零售市场。2014年，中国网络零售市场交易规模达到2.79万亿人民币，其中70%左右的网购交易额需要借助快递服务来实现，即快递将支撑国内网购交易额突破2万亿元。在2014年“双十一”当天，阿里巴巴旗下的天猫和淘宝平台成交额达到571亿元；之后一周内快递行业共处理快件5.4亿件，同比增长56%；最高日处理量突破亿件，同比增长57.8%，是今年以来日常处理量的3倍以上。快递市场结构发生改变。同城业务比重持续上升，2014年快递国内同城业务发展速度最快，同城件占全部快递量的比重从2010年的22.9%提升至今年的25.4%，相较之下异地件所占比重稳定在七成左右，国际件所占比重逐年小幅下降，说明国际业务的增长速度与同城业务相比仍显稍缓。

四、我国快递市场结构107

截至2014年底，国内获得许可经营快递业务的企业共有11000余家，形成了诸多品牌，但品牌集中度较高，前十位的品牌市场份额占比高达60-70%。

近年来，我国快递行业的兼并重组趋势逐渐加速。国内领先企业通过并购、加盟等方式，扩大服务网络；国际资本则通过并购重组快速进入我国市场。总体上看，我国快递行业的集中度在逐渐提高，并形成了五个梯队，每个梯队 in 主营市场、价格定位和管理服务上各有侧重和特点。

中国快递市场主要参与者分类

类别	主要品牌	主营市场	价格特点	管理与服务	龙头企业
中高端快递市场	邮政EMS、顺丰	中高端快递市场	价格较高，定价规范	运营稳定	全国网络干道健全

，产品服务类型多元，并拥有自身的全货机，在速度与质量上占据明显的优势。三通一达申通、圆通、中通、韵达 电商市场 价格中端，定价相对规范，运营基本稳定。加盟为主，管理较为规范，既能提供较高水平的电商快递服务，又能在中高端领域提供部分服务。非三通一达的全网型企业 宅急送、天天、百世汇通、优速等 电商市场 价格中低端，定价较为规范，运营稳定性略低 加盟为主，管理方式较为粗犷，面对的客户多为价格敏感性较高的散户和小商户。区域型快递公司 无锡三丰、东莞世纪同诚、义乌捷达、郑州乐速速递等 某一地域市场，专做落地配等业务 价格很低，定价缺乏规范，运营稳定性较差 以专业、快速作为企业生存砝码，但缺乏资本实力和渠道铺设能力，融资较难。外资公司 FedEx、UPS、DHL和TNT以及雅玛多、欧西爱司、嘉里大通等 商务件 价格很高，定价规范，运营较为稳定。凭借雄厚的资本、先进的管理水平占据国际市场绝对优势。

五、中国快递业的发展模式114

六、中国快递业细分市场分析120

七、中国国际快递业发展概况122

第二节2014年中国快递的行业特性分析128

一、2014年快递行业运行情况128

二、2014年快递服务满意度调查结果的通告130

三、2014年电商大战或引发快递企业站队132

四、2014年快递市场细分分析133

第三节2014年中国快运快递业的地区发展现状135

一、区域快递业发展的不平衡135

二、上海加快培育快递业“总部经济”136

三、2014年上海快递市场竞争格局137

第四节新《邮政法》草案对民营快递的影响139

第五节2014年中国快运快递业的问题142

一、快递业缺乏制度和法律保障142

二、快递硬件设施及信息化水平差142

三、快递企业运营管理落后143

四、快递行业竞争无序143

五、快递企业经营模式亟待转型143

六、快递快速成长背后的隐忧145

七、快递企业亟待跳出低水平竞争149

第五章2014年中国快运快递子行业发展现状透视152

第一节航空快递152

- 一、航空快运快递业分析152
- 二、我国航空货运特征154
- 三、我国航空货运发展面对的机遇与挑战155
- 四、航空货运的发展亮点157
- 五、我国航空快运运作模式157
- 六、航空快递业的出路159

第二节公路快递160

- 一、我国公路快运的外部环境分析160
- 二、公路快运行业中不同类型的企业的区别161
- 三、公路快运企业当前的困惑与解题163
- 四、公路快运行业发展前景分析及快运企业发展的规划164

第三节铁路快递166

- 一、铁路快运产业外部环境分析166
- 二、中国铁路快运的现状168
- 三、铁路快运的优劣势168
- 四、我国铁路小件货物快运发展方向研究分析169

第四节水运快递170

- 一、2014年水路交通行业发展170
- 二、2014水路运输产业状况171
- 三、2014水路运输量172

第六章2014年中国民营快递业的发展形势诠释173

第一节2014年中国民营快递发展概况173

- 一、中国民营快递业的发展现状173
- 二、我国民营快递企业现状分析175
- 三、中国民营快递公司前期的发展原因分析177
- 四、中国民营快递面临的困境179
- 五、中国民营快递的主要品牌179
- 六、中国民营快递主要品牌展望180

第二节2014年中国民营快递发展面临的机遇与挑战181

- 一、快递企业倒闭引发的思考181
- 二、2014年民营快递内忧外患182
- 三、我国民营快递业面临的问题188
- 四、民营快递企业所面临的问题189

第三节2014年中国民营快递发展的对策190

- 一、我国民营快递业的应对策略190
- 二、我国民营快递企业的发展对策192
- 三、星辰急便倒闭危机对民营快递的启示193
- 四、国际快递企业发展对中国民营快递的启示196

第四节2014年中国民营快递企业发展战略分析203

- 一、提高服务水平203
- 二、找准市场定位实施差异化营销策略203
- 三、扩大网点数量及覆盖面204
- 四、建立高效的信息处理系统204
- 五、注重人才培养204
- 六、跨界整合扩大发展途径204

第七章2014年中国外资快递业营运形势剖析205

第一节外资快递业发展回顾205

- 一、外资进入国内快递业的经验借鉴205
- 二、外资快递巨头争夺中国市场回顾206
- 三、外资快递巨头获批国内快递业207

第二节2014年外资快递巨头战略布局分析209

- 一、外资快递巨头垄断中国国际快递业209
- 二、外资快递巨头的战略布局分析210
- 三、四大国际快递企业发展中遇到的困境分析211

第三节2014年中国外资快递业发展现状212

- 一、中国快递市场进一步开放212
- 二、外资快递优势明显213
- 三、激烈竞争不可避免214
- 四、国外企业或水土不服214

五、中国快递业在竞争中发展壮大215

第四节2014年外资快递在华投资发展动态217

- 一、2014年FedEx、UPS获牌国内快递细分化217
- 二、2014年外资快递入华引蝴蝶效应218
- 三、外资快递五年内难撼国内格局220

第八章2014年中国快递行业竞争格局研究222

第一节2014年我国快递业竞争发展的SWOT分析222

- 一、我国快递业的优势分析222
- 二、我国快递业的劣势分析223
- 三、我国快递业面临的机遇及挑战225

第二节2014年中国快递行业竞争概况226

- 一、美国快递竞争格局226
- 二、中国快递行业竞争格局227
- 三、中国快递行业各细分市场竞争格局237
- 四、中国快递行业兼并收购情况241
- 五、中国快递行业集中整合情况243
- 六、中国快递行业未来竞争变局展望244

第三节2014年中国快递市场竞争比较剖析246

- 一、国际快递市场246
- 二、国内快递市场247
- 三、网购快递市场248
- 四、商务快递市场249
- 五、服务质量250

第四节2014年中国提升快递市场竞争力对策251

- 一、快递市场群雄逐鹿251
- 二、多元化竞争格局252
- 三、2014年中国提升快递市场竞争力对策254

第九章2014年中国快递行业内优势企业竞争力分析256

第一节EMS256

- 一、公司概况256

二、EMS的发展史	256
三、EMS业务优势	257
四、EMS或将于2014年上市	262
第二节中铁快运股份有限公司	264
一、公司概况	264
二、2014年中铁快运把握高端物流市场	265
三、2014年中铁快运时限快运业务发展迅速	265
四、2014年中铁快运提前实现年度配送网络建设目标	266
第三节顺丰速运（集团）有限公司	266
一、公司概况	266
二、顺丰速运集团发展的成就	267
三、顺丰快递业务推出多元服务产品	267
四、2014年顺丰价欲战略	275
第四节宅急送快运股份有限公司	277
一、公司概况	277
二、宅急送发展优势	277
三、2014年宅急送降价抢市场	277
第五节上海圆通快递（物流）有限公司	280
一、公司概况	280
二、圆通快递有限公司服务产品	280
三、圆通快运公司发展目标	281
第六节申通快递有限公司	281
一、公司概况	281
二、申通快递加快品牌建设步伐	281
三、申通快递发展取得的成就概述	282
第十章2014年中国邮政与快递行业发展态势分析	283
第一节2014年中国邮政的发展现状分析	283
一、中国邮政产业的发展概况	283
一、中国邮政产业收入	284
三、中国邮政业存在的问题及解决策略	285
四、中国邮政业发展相关政策	287

第二节2014年中国邮政业行业运行情况288

一、全行业运行情况288

二、全行业运行特点289

第三节邮政业发展“十二五”规划292

一、“十二五”形势292

二、指导思想和发展目标294

三、主要任务295

四、政策措施298

第十一章2016-2022年中国快递行业发展前景预测与策略分析301

第一节2016-2022年中国快递行业发展环境预测301

一、行业管理模式（zyyzg）301

二、国内快递行业的发展形势302

第二节2016-2022年中国快递行业发展前景预测303

第三节2016-2022年中国快递行业盈利能力预测305

第四节2016-2022年中国快递行业发展趋势306

一、快递业面临历史性变革307

二、国际快递巨头涉足国内快递307

三、民营快递发展形势308

四、洗牌进程加速309

五、变革势在必行310

六、市场优胜劣汰中重组311

七、2016年中国快递行业发展预测312

八、2016-2022年中国电子商务对快递的影响及预测313

第五节2016-2022年中国快递企业发展策略分析320

一、我国快递业发展对策研究320

二、我国快递业转变经营模式323

三、我国快递业人才管理策略325

四、我国快递市场细分及营销策略329

五、快递企业走出“国门”的路径与策略330

第十二章2016-2022年中国快递行业投资机会与风险规避指引332

第一节2016-2022年中国快递行业投资机会分析	332
第二节2016-2022年中国快递行业投资风险预警	334
一、宏观经济波动风险	334
二、政策风险	334
三、经营风险	335
四、技术风险	335
五、进入退出风险	336
六、外资进入风险	337
七、服务风险	337
八、区域风险	337
第三节投资建议	338

图标目录：

图表：快运快递业与普通运输方式的区别	2
图表：快运快递业的对象	3
图表：快运快递业的分类	3
图表：特快专递定义	3
图表：特快专递与航空快运的区别	4
图表：特快专递与与空运门到门以及EMS业务的异同比较	4
图表：四大际快递公司快递关业务概况	7
图表：快递产品运输方和时效性	7
图表：四大公司侧重不同细分市场意图	8
图表：跨快递服务产品列表清单	9
图表：跨业务收入增长	10
图表：世界GDP与跨快递业务量增对比	11
图表：美国快递业资源、产品和网络演化轨迹	12
图表：时代召唤下的运输需求	13
图表：快递行业需求驱动	14
图表：美国快递业政策逐步放松	15
图表：政策放开，美国货运量逐年上升	15
图表：美国快递行业自然成长与行业集中度	16
图表：美国地面快递被四巨头垄断	17

图表：美国空运快递被四巨头所垄断17

图表：美国快递业务类型18

图表：美国快递物流细分市场18

图表：2004年~2008年欧洲快递物流市场总额和年增长率21

图表：欧洲各国快递物流市场领先企业22

图表：FedEx公司基本情况31

图表：FedEX发展史34

图表：FedEX的飞机舰队实力卓越35

图表：FedEX全球运转中心36

图表：FedEXExpress2013经营情况37

图表：FedEX在美收入绝大部分来自于隔夜达业务38

图表：FedEX的航空运输收入远高于UPS38

图表：航空领域FedEX独霸一方39

图表：DHL快递公司基本情况41

图表：UPS公司基本情况44

图表：UPS发展史46

图表：UPS的“黄金链接”到货时间（从纽约出发）46

图表：UPS经营情况（2013）47

图表：UPS是美国本土地面快递之王47

图表：UPS的地面快递占其日平均运量的绝大部分（千件）48

图表：UPS的地面快递占其收入的绝大部分（百万美元）48

图表：2013年1季度-2014年1季度国内生产总值增长速度58

图表：2006-2013年国内生产总值及其增长速度59

图表：2013年1季度-2014年1季度城镇居民人均可支配收入实际增长速度60

图表：2013年1季度-2014年1季度农村居民人均可支配收入实际增长速度60

图表：2006-2013年全年农村居民人均纯收入及其实际增长速度61

图表：2006-2013年全年农村居民人均纯收入及其实际增长速度61

图表：2013年-2014年社会消费品零售总额增速（月度同比）62

图表：2013年-2014年社会消费品零售总额分月同比增速63

图表：2014年9月份社会消费品零售总额主要数据63

图表：2013年与2014年固定资产投资（不含农户）同比增速对比65

图表：2013年-2014年房地产开发投资同比增速65

图表：2013年-2014年固定资产投资（不含农户）同比增速66

图表：2014年分地区投资相邻两月累计同比增速67

图表：2013年-2014年固定资产投资到位资金同比增速68

图表：2014年1-份固定资产投资（不含农户）主要数据68

图表：2013年年末人口数及其构成95

图表：2006-2013年普通高等教育、中等职业教育、普通高中招生人数95

图表：中国快递企业的营业网点数98

图表：中国快递行业发展历程99

图表：2003-2014年中国快递行业业务量、收入及其增速100

图表：2006年至2010年中快递业务量101

图表：民营六大快递企业2010年票件数和收入102

图表：中国网购金额增长102

图表：电商卖选择快递公司动因重要度排序103

图表：各国物流竞争力指数LPI排名103

图表：国内快递公司提供空运关服务简介104

图表：2013年国有、民营、外资三大主体市场份额108

图表：2013年中国快递行业业务量和收入结构图快递收入109

图表：2013年异地快递业务量、收入及其增速110

图表：2007-2013年国内异地快递单价逐年下滑111

图表：2008-2013年异地业务占市场半壁江山111

图表：2008-2013年国际及港澳台快递业务量、收入及其增速112

图表：2008-2013年同城快递业务量、收入及其增速113

图表：2013年快递收入区域结构114

图表：2013年快递业务量区域结构114

图表：典型企业的节点控制图115

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/J68941VR0N.html>