2022-2028年中国快递企业
行业发展态势与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国快递企业行业发展态势与前景趋势报告》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.cction.com/report/202110/242305.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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

快递行业是交运子板块中成长性最优的行业，其弱周期性体现在单量增速与经济周期关联度较低。快递业务主要分为电商件与商务件。商务件与“商业及公务需求”挂钩，更受宏观经济周期影响。而占快递业务总量近80%的电商件与网购需求挂钩，消费属性较强且具备一定的逆周期性，经济下行对网购需求冲击较小。

从行业发展趋势来看，过去快递行业经历了增速下台阶的过程，但目前仍可高位维持。2019年快递营业收入为6038亿元，同比增速为21.80%，较17年下降2.9个百分点，业务总量为507.1亿票，增速为26.6%，较17年增速下降了1.44个百分点。到了2019年7月份，全国快递服务企业业务量完成52.5亿件，同比增长28.6%;业务收入完成608.4亿元，同比增长26.3%。2019年1-7月份，全国快递服务企业业务量累计完成330.1亿件，同比增长26.2%;业务收入累计完成4005.1亿元，同比增长24.1%。其中，同城业务量累计完成59.9亿件，同比下降0.3%;异地业务量累计完成262.7亿件，同比增长34.4%;国际/港澳台业务量累计完成7.5亿件，同比增长22.9%。

未来行业整合是大趋势，快递业有望出现类似美国、日本的寡头垄断格局。2015-2019年前7月中国快递企业业务量及增长情况　　中企顾问网发布的《2022-2028年中国快递企业行业发展态势与前景趋势报告》共九章。首先介绍了中国快递企业行业市场发展环境、快递企业整体运行态势等，接着分析了中国快递企业行业市场运行的现状，然后介绍了快递企业市场竞争格局。随后，报告对快递企业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国快递企业行业发展趋势与投资预测。您若想对快递企业产业有个系统的了解或者想投资中国快递企业行业，本报告是您不可或缺的重要工具。　　本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第.一章中国快递企业竞争背景分析
1.1中国快递业发展现状分析
1.1.1快递业发展历程分析
1.1.2快递业存在问题分析
1.1.3快递业发展驱动因素
（1）商业活动

（2）私人消费

1.2中国快递业经营情况分析

1.2.1快递业经营现状分析

（1）快递企业经营产品分析

（2）快递行业客户结构分析

（3）快递企业快递价格分析

（4）快递企业服务能力分析

1.2.2快递业务完成情况分析

（1）2019年业务量情况分析

（2）2015-2019年业务量情况分析

（3）业务量业务结构分析

（4）业务量区域结构分析

（5）业务量企业结构分析

1.2.3快递业务收入情况分析

（1）2019年收入情况分析2015-2019年前7月中国快递企业业务收入及增长情况

（2）2015-2019年收入情况分析

（3）收入业务结构分析

（4）收入区域结构分析

（5）收入企业结构分析

1.2.4中国快递行业业务量与收入对比分析

（1）业务量与收入增长率对比分析

（2）业务量与收入结构对比分析

1.2.5中国快递行业市场地位分析

（1）快递行业占邮政业收入比重分析

（2）快递行业占邮政业经营规模比重分析

1.3国际快递业发展情况分析

1.3.1国际快递市场总体竞争状况

1.3.2国际快递市场发展趋势分析

（1）以先进技术为保障，实施服务领先战略

（2）强强联合，建立战略联盟

（3）加大资金和科技投入，进入全球物流市场

1.3.3国际快递巨头在华竞争策略

（1）战略联盟
（2）收购兼并
（3）可持续发展
1.4中国快递业物流环境分析
1.4.1物流总额增幅及其构成情况
1.4.2物流总费用增幅及构成情况
1.4.3物流业增加值增幅及贡献情况
1.4.4物流固定资产投资及增长情况
1.4.5全国重点企业物流统计调查情况
1.5中国快递业宏观环境分析
1.5.1快递业政策环境分析
（1）快递业管理体制
（2）快递行业相关政策法规汇总
（3）快递业相关政策
（4）快递业发展规划
1.5.2快递业经济环境分析
（1）国际宏观经济环境
（2）国内宏观经济环境
（3）宏观经济环境对行业的影响
1.5.3快递业社会环境分析
（1）电子商务行业发展分析
（2）快递与电子商务协调发展
1.5.4快递业技术环境分析
（1）RFID技术在快递行业的应用
（2）J2EE技术对快递行业的作用
（3）其他IT技术对快递行业的应用

第二章中国快递企业细分市场竞争分析
2.1快递业务竞争层次分析
2.2高端快递市场竞争分析
2.2.1高端快递市场价格竞争分析
2.2.2高端快递市场服务竞争分析

2.2.3高端快递市场主要竞争对手
2.2.4高端快递市场市场份额分析
2.2.5高端快递市场竞争策略与建议
2.3中高端快递市场竞争分析
2.3.1中高端快递市场价格竞争分析
2.3.2中高端快递市场服务竞争分析
2.3.3中高端快递市场主要竞争对手
2.3.4中高端快递市场市场份额分析
2.3.5中高端快递市场竞争策略与建议
2.4普通快递件市场竞争分析
2.4.1普通快递件市场价格竞争分析
2.4.2普通快递件市场服务竞争分析
2.4.3普通快递件市场主要竞争对手
2.4.4普通快递件市场市场份额分析
2.4.5普通快递件市场竞争策略与建议

第三章中国快递企业网购市场竞争分析
3.1中国网络购物市场分析
3.1.1网络购物市场发展概况
（1）网购用户规模及渗透率
（2）网购市场规模及预测
（3）网购行业细分商品分析
（4）网购消费动机和消费水平
3.1.2网购市场竞争状况分析
（1）网络购物市场竞争业态
（2）购物网站市场结构分析
（3）购物网站市场份额分析
（4）购物网站用户渗透率
（5）购物网站用户转化率
3.1.3中国网购用户情况分析
（1）城市网购环境分析
（2）网购下单网站分析

3.1.4中国网络商店分布分析
（1）网络商店规模趋势分析
（2）网络商店区域布局分析
3.1.52019年网商发展指数分析
（1）2019年网商综合指数排名
（2）2019年网商发展规模排名
（3）2019年网商分布密度排名
（4）2019年网商经营水平排名
（5）2019年网商生态指数排名
（6）2019年网商增长趋势排名
3.2快递企业网购市场竞争分析
3.2.1快递企业网购市场规模与前景
（1）中国网购市场交易规模
（2）中国网购市场发展预测
3.2.2快递企业网购市场主要竞争对手
3.2.3快递企业网购市场存在问题分析
（1）物流配送费用高
（2）异地物流配送时间长
（3）物流客户服务单一
（4）物流配送方面的人才短缺
3.2.4快递企业进军网购市场相关建议
（1）网络购物本地配送措施
（2）网络购物异地配送措施
3.3快递企业网购市场竞争策略分析
3.3.1网购市场与配送市场匹配度分析
（1）物流配送在网购中的价值分析
（2）物流配送是网络购物的短板
3.3.2电子商务企业物流配送策略分析
（1）自建物流与外包物流对比分析
（2）电子商务企业自建物流发展分析
（3）电子商务企业外包物流发展分析
（4）电子商务企业免运费策略分析

3.3.3快递企业网购物流配送策略分析
（1）网络购物快递订单规模分析
（2）个人卖家快递服务需求分析
（3）快递企业网购配送策略分析

第四章中国快递企业区域市场竞争分析
4.1快递业区域集中度分析
4.1.1全球快递市场集中度分析
4.1.2中国快递区域市场集中度分析
（1）快递业收入集中度
（2）快递业网点集中度
（3）快递业从业人员集中度
4.1.3中国快递业业务市场集中度分析
（1）同城快递市场集中度
（2）异地快递市场集中度
（3）国际快递市场集中度
4.2长三角快递市场竞争分析
4.2.1长三角地区快递业发展基础
（1）长三角经济基础分析
（2）长三角物流基础分析
4.2.2长三角快递业市场规模
4.2.3本土品牌快递长三角竞争状况
（1）本土品牌企业网络布局
（2）本土品牌企业服务分析
（3）本土品牌企业资源分析
4.2.4外地品牌快递长三角竞争分析
（1）外地品牌快递企业网络布局
（2）外地品牌快递企业服务分析
（3）外地品牌快递企业资源分析
4.2.5外/合资快递企业长三角竞争分析
（1）外/合资快递企业网络布局
（2）外/合资快递企业服务分析

4.2.6长三角区域内快递企业竞争分析
（1）区域内主要快递企业分析
（2）区域内快递企业网络布局
（3）区域内快递企业服务分析
4.3珠三角快递市场竞争分析
4.3.1珠三角地区快递业发展基础
（1）珠三角经济基础分析
（2）珠三角物流基础分析
4.3.2珠三角快递业市场规模
4.3.3本土品牌快递珠三角竞争状况
（1）顺丰珠三角网络布局
（2）顺丰珠三角服务分析
4.3.4外地品牌快递珠三角竞争分析
（1）外地品牌快递企业网络布局
（2）外地品牌快递企业服务分析
（3）外地品牌快递企业资源分析
4.3.5外/合资快递企业珠三角竞争分析
（1）外/合资快递企业网络布局
（2）外/合资快递企业服务分析
4.3.6珠三角区域内快递企业竞争分析
（1）区域内主要快递企业分析
（2）区域内快递企业网络布局
（3）区域内快递企业服务分析
4.4京津冀快递市场竞争分析
4.4.1京津冀地区快递业发展基础
（1）京津冀经济基础分析
（2）京津冀物流基础分析
4.4.2京津冀快递业市场规模
4.4.3本土品牌快递京津冀竞争状况
（1）本土品牌企业网络布局
（2）本土品牌企业服务分析
4.4.4外地品牌快递京津冀市场格局

（1）网络布局
（2）服务分析
4.4.5外/合资快递企业京津冀市场格局
4.4.6京津冀区域内快递企业市场格局
（1）区域内主要快递企业分析
（2）区域内快递企业网络布局
（3）区域内快递企业服务分析
4.5长株潭快递市场竞争分析
4.5.1长株潭地区快递业发展基础
（1）长株潭经济基础分析
（2）长株潭物流基础分析
4.5.2长株潭快递业市场规模
4.5.3本土品牌快递长株潭竞争状况
4.5.4外地品牌快递长株潭竞争分析
4.5.5外/合资快递企业长株潭市场格局
4.6东三省快递市场竞争分析
4.6.1东三省地区快递业发展基础
（1）东三省经济基础分析
（2）东三省物流基础分析
4.6.2东三省快递业市场规模
4.6.3本土品牌快递东三省竞争状况
4.6.4外地品牌快递东三省网络布局
4.6.5外/合资快递企业东三省市场格局

第五章中国快递企业间竞争分析
5.1中国快递企业总体竞争情况
5.1.1快递业总体竞争情况
（1）国际快递企业的竞争
（2）国内快递企业的竞争
5.1.2外资快递品牌国内竞争分析
（1）外资快递市场占有率
（2）外资快递品牌的筹码

（3）外资品牌的中国并购

（4）外资品牌申请国内牌照

5.1.3民营快递品牌竞争分析

（1）民营快递市场占有率

（2）顺丰速递的扩张分析

（3）“四通一达”竞争情况

（4）中小民营快递竞争情况

5.1.4国有快递的先天竞争优势

（1）国有快递市场占有率

（2）邮政速递的竞争优势

（3）民航快递的竞争优势

（4）中铁快运的竞争优势

5.1.5快递企业竞争地位划分依据

5.2第.一阵营快递企业竞争分析

5.2.1第.一阵营企业经营分析

（1）快递日处理量

（2）企业经营收入

（3）客户投诉情况

5.2.2第.一阵营企业排名情况

（1）业务量排名

（2）网点规模排名

（3）从业人员排名

5.2.3第.一阵营企业特色业务分析

5.3第二阵营快递企业竞争分析

5.3.1第二阵营企业经营分析

（1）快递日处理量

（2）企业经营收入

（3）客户投诉情况

5.3.2第二阵营企业排名情况

（1）网点规模排名

（2）从业人员排名

5.3.3第二阵营企业特色业务分析

5.4第三阵营快递企业竞争分析
5.4.1第三阵营快递企业经营分析
5.4.2第三阵营快递企业排名情况
（1）网点规模排名
（2）从业人员排名
5.4.3第三阵营快递企业特色业务分析

第六章中国领先快递企业竞争力分析
6.1国际快递巨头在华经营情况
6.1.1DHL在华经营情况分析
（1）DHL在华业务结构分析
（2）DHL在华经营情况分析
（3）DHL在华经营策略分析
6.1.2FedEx在华经营情况分析
（1）FedEx在华业务结构分析
（2）FedEx在华经营情况分析
（3）FedEx在华经营策略分析
（4）FedEx对中国快递行业的启示
6.1.3UPS在华经营情况分析
（1）UPS在华业务结构分析
（2）UPS在华经营情况分析
（3）UPS在华经营策略分析
6.1.4TNT在华经营情况分析
（1）TNT在华业务结构分析
（2）TNT在华经营情况分析
（3）TNT在华经营策略分析
6.2中国快递行业领先企业分析
6.2.1中国邮政速递物流股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）主要经济指标分析
（4）企业偿债能力分析

6.2.2民航快递有限责任公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营网络分析
6.2.3中铁快运股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营网络分析
6.2.4顺丰速运（集团）有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营网络分析
6.2.5申通快递有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营网络分析

第七章中国快递企业投资兼并与重组分析
7.1快递企业并购整合背景分析
7.1.1快递企业并购整合的政策机遇
（1）新《邮政法》解读
（2）《快递业务经营许可管理办法》
（3）《快递业务员国家职业标准》
（4）《关于快递企业兼并重组的指导意见》
7.1.2快递企业并购整合的行业动力
（1）行业规模经济特征使然
（2）行业乱象环生，重组势在必行
（3）行业同质化竞争导致价格战

（4）民营企业的“融资难”困惑
（5）外资品牌进入中国市场的途径
7.1.3全球快递企业并购整合动向分析
7.2快递企业并购整合现状分析
7.2.1快递企业横向并购整合模式
（1）横向并购整合的定义
（2）横向并购整合案例分析
（3）横向并购整合的问题
7.2.2快递企业纵向并购整合模式
（1）纵向并购整合的定义
（2）纵向并购整合案例分析
（3）纵向并购整合的问题
7.2.3快递企业多元化并购整合模式
（1）多元化并购整合的定义
（2）多元化并购整合案例分析
（3）多元化并购整合的问题
7.3中国民营快递企业并购重组分析
7.3.1中国民营快递企业发展现状分析
（1）业务面临更复杂的竞争
（2）民营企业亟待解决的发展瓶颈
7.3.2民营快递企业并购重组可行性分析
（1）民营快递企业突破发展瓶颈的有效途径
（2）民营快递企业并购重组的驱动力
7.3.3民营快递企业并购重组的具体实施
（1）民营快递的三类并购对象
（2）民营快递并购重组的障碍
7.4快递企业并购整合趋势分析
7.4.1横向并购整合趋势分析
7.4.2纵向并购整合趋势分析
7.4.3资本市场并购整合分析
7.4.4并购整合业务因素分析

第八章中国快递企业竞争策略分析
8.1快递企业发展趋势与竞争战略
8.1.1企业经营管理战略趋势
（1）总体发展战略
（2）业务竞争战略
（3）经营方式战略
8.1.2企业技术装备战略趋势
（1）通信技术
（2）管理信息化
（3）物流设备
8.1.3企业人力资源战略趋势
8.1.4企业业务扩展战略趋势
8.2快递企业的发展方向分析
8.2.1战略联盟发展方向分析
8.2.2服务专业化发展方向分析
8.2.3技术现代化发展方向分析
8.2.4服务多元化发展方向分析
8.3快递企业总体竞争策略
8.3.1加强与相关产业结合
8.3.2快递业务服务专业化
8.3.3管理运营模式转型
8.3.4开展高附加值服务
8.3.5中小型快递企业竞争策略
8.3.6快递业总体发展策略分析
8.4快递企业产品竞争策略
8.4.1快递产品多元化策略
8.4.2快递产品特色化策略
8.4.3快递产品人性化策略
8.5快递企业价格竞争策略
8.5.1同城快递价格分析与建议
8.5.2异地快递价格分析与建议
（1）省内价格分析与建议

（2）跨省价格分析与建议
8.5.3国际快递价格分析与建议
8.6快递企业服务竞争策略
8.6.1快递企业送达时间对比分析
8.6.2快递企业收发货件对比分析
8.6.3快递企业相关赔偿对比分析
8.6.4快递企业服务态度对比分析
8.6.5其他快递企业服务对比分析
8.6.6快递企业服务竞争建议
8.7快递企业售后服务策略
8.7.1消费者申诉的主要问题
8.7.2消费者对企业申诉情况
8.8快递企业营销竞争策略
8.8.1国际快递巨头营销策略借鉴
8.8.2中国快递企业经营战略剖析
（1）成本领先战略
（2）差异化竞争战略
8.8.3快递企业营销案例分析

第九章中国民营快递企业竞争策略分析
9.1中国民营快递企业竞争背景分析
9.1.1中国民营快递业发展概况
（1）民营快递行业产生的背景
（2）民营快递行业的发展历程
（3）民营快递发展的制约因素
9.1.2中国民营快递发展现状分析
（1）民营快递企业规模分析
（2）民营快递扩张模式分析
（3）民营快递比较优势分析
（4）民营快递市场环境分析
9.2中国民营快递企业竞争策略分析
9.2.1民营快递企业产品竞争策略

9.2.2民营快递企业定价竞争策略
9.2.3民营快递企业服务网络竞争策略
9.3中国民营快递特许加盟模式转型分析
9.3.1民营快递特许加盟模式发展现状分析
（1）特许加盟快递企业的市场地位
（2）主要特许加盟民营快递品牌企业
9.3.2特许加盟模式存在的缺陷与原因分析
（1）“重利益轻服务质量”
（2）同质竞争现象突出
（3）“大而不强、小而差”
（4）基础设施建设滞后
（5）尚未建立法人治理结构
9.3.3特许加盟模式转型发展的必要性分析
9.3.4特许加盟模式与自营模式的比较分析
9.3.5特许加盟模式转型发展的目标和原则
9.3.6特许加盟模式转型发展风险管理分析

图表目录：

图表1：中国快递行业的发展图谱
图表2：快递需求的驱动因素
图表3：快递行业的经营范围
图表4：不同业务的快递企业比例（单位：%）
图表5：中国快递行业客户结构图（单位：%）
图表6：中国快递行业企业客户结构图（单位：%）
图表7：国内主要快递公司价格变化
图表8：中国主要快递企业服务和网络覆盖坐标图
图表9：：2019年中国快递行业业务总量（按月）趋势图（单位：亿件）
图表10：中国快递行业业务总量趋势图（单位：亿件，%）
图表11：快递业务量业务结构图（单位：%）
图表12：快递业务量区域结构图（单位：%）
图表13：快递业务量企业结构图（单位：%）
图表14：：2019年中国快递行业收入（按月）趋势图（单位：亿元）

图表15：中国快递行业收入趋势图（单位：亿元，%）
图表16：快递收入业务结构图（单位：%）
图表17：快递收入区域结构图（单位：%）
图表18：快递收入企业结构图（单位：%）
图表19：快递业务量与收入增长率对比图（单位：%）
图表20：快递业务量与收入业务结构对比图（单位：%）
图表21：快递业务量与收入区域结构对比图（单位：%）
图表22：快递业务量与收入企业结构对比图（单位：%）
图表23：快递行业占邮政业收入比重图（单位：亿元，%）
图表24：快递行业占邮政业营业网点比重图（单位：万处，%）
图表25：美国快递市场格局（单位：%）
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.cction.com/report/202110/242305.html