



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国快递产业发展 现状及市场监测报告

一、调研说明

《2015-2020年中国快递产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/271280.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

报告目录：

第1章：中国快递业的发展综述

1.1 快递业对国民经济的影响

1.1.1 快递业的相关概述

（1）快递业的界定

（2）快递业的分类

（3）快递业的特征

（4）快递市场结构

1.1.2 快递业对全球经济的作用

（1）促进贸易和提高竞争力

（2）提高劳动生产效率

（3）减少公司库存成本

（4）刺激外商直接投资

1.1.3 快递业对中国经济的影响

（1）调整国民经济的产业结构

（2）改善出口产业的投资环境

（3）解决不断增长的就业压力

（4）推动垄断行业的市场改革

1.2 中国快递业发展环境分析

1.2.1 快递业政策环境分析

（1）快递行业管理体制

（2）快递行业相关政策

（3）快递行业相关标准

1.2.2 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

1.2.3 快递业社会环境分析

（1）电子商务行业发展迅速

（2）电子商务行业面临形势

（3）电子商务行业规模预测

(4) 快递与电子商务协调发展

1.2.4 快递业技术环境分析

(1) RFID技术在快递业的应用

(2) J2EE技术对快递业的作用

(3) 其他IT技术对快递业的作用

1.3 中国快递业发展规划解读

1.3.1 全国快递服务"十二五"规划

(1) 全国快递服务的发展目标

(2) 全国快递服务的主要任务

(3) 全国快递服务的政策措施

(4) 全国快递服务发展规划评析

1.3.2 长江三角洲地区快递服务发展规划

(1) 长三角快递服务的发展目标

(2) 长三角快递服务的主要任务

(3) 长三角快递服务的政策措施

(4) 长三角快递服务发展规划评析

1.3.3 珠江三角洲地区快递服务发展规划

(1) 珠三角快递服务的发展目标

(2) 珠三角快递服务的主要任务

(3) 珠三角快递服务的重点工程

(4) 珠三角快递服务的政策措施

(5) 珠三角快递服务发展规划评析

1.3.4 京津冀地区快递服务发展规划

(1) 京津冀快递服务的发展目标

(2) 京津冀快递服务的主要任务

(3) 京津冀快递服务的重点工程

(4) 京津冀快递服务的政策措施

(5) 京津冀快递服务发展规划评析

1.3.5 海峡西岸经济区快递服务发展规划

(1) 海峡西岸经济区快递服务发展目标

(2) 海峡西岸经济区快递服务主要任务

(3) 海峡西岸经济区快递服务保障措施

(4) 海峡西岸经济区快递服务规划评析

第2章：全球快递业发展状况分析

2.1 全球快递业发展水平分析

2.1.1 全球快递业的发展历程分析

2.1.2 全球快递业的发展规模分析

2.1.3 全球快递业各区域发展分析

2.1.4 中外快递业的差距比较分析

(1) 经营理念差距的比较分析

(2) 技术设备差距的比较分析

(3) 网络建设差距的比较分析

(4) 服务水平差距的比较分析

(5) 定价策略差距的比较分析

2.1.5 日本快递业的发展状况分析

(1) 日本快递业的形成及竞争状况

(2) 日本快递服务体系及经营战略

(3) 日本快递业的发展阶段分析

(4) 日本货物收集网点的竞争战略

2.2 全球快递业发展经验借鉴

2.2.1 体制环境建立的相关经验借鉴

2.2.2 服务界定及补偿机制经验借鉴

2.2.3 发展中国家发展快递经验借鉴

2.2.4 国际快递业运作先进范例借鉴

2.2.5 德国快递业发展对中国的启示

2.3 世界邮政政企分开经验借鉴

2.3.1 邮政政企分开的主要背景

(1) 第一次邮政政企分开背景

(2) 第二次邮政政企分开背景

2.3.2 邮政政企分开的典型案例

(1) 欧盟：推动邮政政企分开

(2) 德国：保障邮政职工利益

(3) 英国：建立独立监管机构

(4) 加拿大：政府宏观监管

(5) 荷兰：保持股权加强影响

(6) 阿根廷：市场监管者缺位

2.3.3 邮政政企分开的经验借鉴

第3章：中国快递业发展状况分析

3.1 中国物流行业总体发展情况

3.1.1 物流总额增幅及其构成情况

3.1.2 物流总费用增幅及构成情况

3.1.3 物流业增加值增幅及贡献情况

3.1.4 物流固定资产投资及增长情况

3.1.5 全国重点企业物流统计调查情况

3.2 中国快递业经营情况分析

3.2.1 中国快递业的发展概况分析

(1) 快递业的发展历程分析

(2) 快递市场发展规模分析

(3) 快递企业从业人员规模

3.2.2 中国快递业的经营情况分析

(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

3.2.3 中国快递业营销策略分析

(1) 国际快递巨头营销策略

(2) 快递企业经营战略分析

(3) 快递企业营销案例分析

3.3 中国快递业运行情况分析

3.3.1 快递业务量完成情况分析

(1) 快递业务量完成情况

(2) 快递业务量结构分析

(3) 分地区快递业务量结构

3.3.2 快递业务收入情况分析

(1) 快递业务收入情况

(2) 各月快递业务收入

(3) 快递业务收入结构

(4) 分地区快递收入结构

3.4 中国快递业消费者申诉情况

3.4.1 2012年快递业消费者申诉情况

(1) 2012年消费者申诉的主要问题

(2) 2012年消费者对企业申诉情况

3.4.2 2013年快递业消费者申诉情况

(1) 2013年消费者申诉的主要问题

(2) 2013年消费者对企业申诉情况

第4章：中国网络购物物流配送分析

4.1 中国网络购物市场分析

4.1.1 网络购物市场发展概况

(1) 网购用户规模及渗透率

(2) 网购商品类别及频次

(3) 网购市场地区差异分析

(4) 网购消费动机和消费水平

(5) 网购用户消费预期分析

4.1.2 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) 购物网站用户渗透率

(4) 购物网站品牌转化率

4.1.3 网民属性与行为分析

(1) 网购属性分析

(2) 商品浏览方式

(3) 网购支付方式

4.1.4 网络购物用户满意度分析

(1) 网络购物满意度

(2) 购物网站满意度

(3) 用户不满意原因

4.2 网络购物物流配送发展分析

4.2.1 网购市场发展现状及前景分析

(1) 中国网购市场交易规模

(2) 中国网购市场发展预测

4.2.2 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

4.2.3 网购用户对配送服务满意度分析

(1) 满意度评价体系构建

(2) 网购配送服务满意度

4.2.4 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

4.2.5 快递企业网购物流配送策略分析

(1) 快递业来自网络购物的订单规模

(2) 个人卖家对快递公司的需求分析

(3) 快递企业网购物流配送策略分析

第5章：中国快递业重点区域分析

5.1 快递业区域分布总体特征

5.2 长三角地区快递业发展分析

5.2.1 长三角地区经济发展概况

(1) 长三角地区经济总量分析

(2) 长三角地区工业发展状况

(3) 长三角地区进出口贸易状况

5.2.2 长三角地区快递业发展分析

(1) 长三角快递业发展环境分析

(2) 长三角快递业发展规模分析

(3) 长三角快递业市场份额分析

(4) 长三角快递业营业网点分析

(5) 长三角快递业竞争状况分析

(6) 长三角快递业存在问题分析

5.2.3 长三角地区快递业发展前景展望

5.3 珠三角地区快递业发展分析

5.3.1 珠三角地区经济发展概况

- (1) 珠三角地区经济总量分析
- (2) 珠三角地区工业发展状况
- (3) 珠三角地区进出口贸易状况

5.3.2 珠三角地区快递业发展分析

- (1) 珠三角快递业形势需求分析
- (2) 珠三角快递业发展规模分析
- (3) 珠三角快递业服务水平分析
- (4) 珠三角快递业竞争状况分析
- (5) 珠三角快递业存在问题分析

5.3.3 珠三角地区快递业前景展望

5.4 京津冀地区快递业发展分析

5.4.1 京津冀地区经济发展概况

- (1) 京津冀地区经济总量分析
- (2) 京津冀地区工业发展状况
- (3) 京津冀地区进出口贸易状况

5.4.2 京津冀地区快递业发展分析

- (1) 京津冀快递业发展环境分析
- (2) 京津冀快递业发展规模分析
- (3) 京津冀快递业市场格局分析
- (4) 京津冀快递业服务水平分析
- (5) 京津冀快递业存在问题分析

5.4.3 京津冀地区快递业前景展望

- (1) 京津冀快递业发展动向分析
- (2) 京津冀快递业发展趋势分析
- (3) 京津冀快递业发展前景预测

第6章：中国民营快递业发展策略

6.1 中国民营快递业发展分析

6.1.1 中国民营快递业发展概况

- (1) 民营快递业产生的背景
- (2) 民营快递业的发展历程

(3) 民营快递发展制约因素

6.1.2 中国民营快递的市场调研分析

(1) 中国民营快递市场调研结果

(2) 中国民营快递企业改进措施

6.1.3 民营快递企业的员工激励分析

(1) 民营快递人力资源存在问题

(2) 民营快递企业员工特点分析

(3) 民营快递企业员工激励方案

6.1.4 新邮政法对民营快递的影响分析

6.1.5 中国民营快递市场发展潜力分析

6.2 中国民营快递企业发展对策分析

6.2.1 中国民营快递企业SWOT分析

(1) 民营快递企业优势分析

(2) 民营快递企业劣势分析

(3) 民营快递企业机会分析

(4) 民营快递企业威胁分析

6.2.2 中国民营快递企业营销策略分析

(1) 民营快递企业产品策略分析

(2) 民营快递企业价格策略分析

(3) 民营快递企业促销策略分析

(4) 民营快递企业渠道策略分析

6.2.3 中国民营快递业的发展策略分析

第7章：中国快递业竞争格局分析

7.1 行业国际市场竞争状况分析

7.1.1 快递行业的市场化程度分析

7.1.2 快递行业市场竞争格局分析

7.1.3 国际快递市场竞争状况分析

7.1.4 国际快递市场发展趋势分析

7.1.5 国际快递巨头在华竞争策略

7.2 行业国内市场竞争状况分析

7.2.1 国内快递市场竞争格局分析

7.2.2 国内快递企业竞争能力分析

- (1) 快递企业服务范围分析
- (2) 快递企业服务水平分析
- (3) 快递行业利润水平分析

7.2.3 国内快递行业竞争状况分析

- (1) 现有企业间的竞争分析
- (2) 供应商讨价还价能力分析
- (3) 购买者讨价还价能力分析
- (4) 潜在进入者的威胁分析
- (5) 快递业务替代品威胁分析

7.2.4 本土企业进入国际市场SWOT分析

- (1) 本土企业进入国际市场优势分析
- (2) 本土企业进入国际市场劣势分析
- (3) 本土企业进入国际市场机会分析
- (4) 本土企业进入国际市场威胁分析
- (5) 本土企业进入国际市场策略分析

7.3 中国快递业并购重组分析

7.3.1 中国快递业并购重组发展现状

- (1) 快递业并购重组基础条件分析
- (2) 快递业两次大规模重组波评析
- (3) 中国快递业并购重组模式分析

7.3.2 中国快递业并购重组可行性分析

- (1) 快递业并购重组的必要性分析
- (2) 快递业并购重组的可行性分析
- (3) 快递业并购重组驱动因素分析

7.3.3 中国民营快递并购重组分析

- (1) 中国民营快递的发展现状分析
- (2) 民营快递并购重组可行性分析
- (3) 民营快递并购重组的具体实施

7.3.4 重组对未来中国快递业的影响分析

- (1) 民营快递优质企业被重组影响因素
- (2) 国有快递企业参与重组的影响因素
- (3) 外资快递企业参与重组的影响分析

(4) 重组对未来中国快递业的影响分析

7.3.5 快递业并购重组相关案例分析

(1) 阿里集团投资星晨急便递案例分析

(2) 海航集团收购天天快递案例分析

(3) 中国邮政速递物流重组案例分析

(4) 外运发展整合快递业务案例分析

(5) 百世物流收购汇通快递案例分析

(6) 新中货航"三合一"重组案例分析

第8章：中国快递业竞争对手分析

8.1 国际快递巨头在华经营情况

8.1.1 DHL在华经营情况分析

(1) DHL在中国的业务结构分析

(2) DHL在中国的经营情况分析

(3) DHL在中国的经营策略分析

8.2 中国快递业领先企业分析

8.2.1 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) 企业经营情况分析

(4) 企业运营网络分析

(5) 企业经营战略分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

第9章：中国快递业市场前景预测

9.1 中国快递业投资风险分析

9.1.1 中国快递业政策风险分析

9.1.2 中国快递业法律风险分析

9.1.3 中国快递业监管风险分析

9.1.4 宏观经济波动带来的风险

9.1.5 中国快递业市场竞争风险

9.1.6	中国快递业扩张风险分析
9.1.7	中国快递业运营风险分析
9.1.8	中国快递业管理风险分析
9.1.9	快递业应收账款风险分析
9.2	中国快递业发展策略分析
9.2.1	快递行业发展的影响因素分析
(1)	进入快递行业的主要影响因素
(2)	影响快递行业发展的有利因素
(3)	影响快递行业发展的不利因素
9.2.2	中国快递业发展策略分析
(1)	快递业总体发展策略分析
(2)	中小型快递企业发展策略
(3)	快递企业的发展方向分析
9.3	中国快递业前景预测分析
9.3.1	中国快递业发展趋势分析
9.3.2	全球快递业发展前景展望
9.3.3	中国快递业市场规模预测

图表目录：

图表1：快递企业分类（按资本属性划分）

图表2：2011-2013年全国规模以上快递企业月业务量（单位：万件）

图表3：2011-2013年全国规模以上快递服务企业业务收入地区分布（单位：%）

图表4：2014年美国制造业PMI分项指数概览（单位：%）

图表5：2014年美国非农就业人数概览（单位：万人）

图表6：2004-2014年美国新增非农就业人数（单位：千人）

图表7：2010-2014年美国失业率变化趋势（单位：%）

图表8：2007-2014年欧元区PMI走势（单位：%）

图表9：2011-2014年法国及德国PMI走势比较（单位：%）

图表10：1999-2014年欧央行基准利率变化趋势（单位：%）

图表11：2006-2014年欧元区CPI走势（单位：%）

图表12：2006-2013年中国国内生产总值同比增长速度（单位：亿元，%）

图表13：2006-2013年中国全部工业增加值及其增速（单位：亿元，%）

图表14：2006-2013年中国粮食产量及其增长速度（单位：万吨，%）

图表15：2006-2013年全社会固定资产投资及其增速（单位：亿元，%）

图表16：2006-2013年社会消费品零售总额及其增速（单位：亿元，%）

图表17：2006-2013年中国货物进出口总额变化情况（单位：亿美元）

图表18：2006-2013年中国农村居民人均纯收入及其实际增长速度（单位：元，%）

图表19：2006-2013年中国城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度（单位：元，%）

图表20：2010-2013年中国电子商务市场交易规模（单位：万亿元）

图表21：2013年中国电子商务服务企业区域分布情况（单位：%）

图表22：2013年中国电子商务服务企业行业分布情况（单位：%）

图表23：2010-2013年中国电子商务服务企业直接从业人员规模（单位：万人）

图表24：2010-2013年中国电子商务服务企业带动从业人员规模（单位：万人）

图表25：2010-2013年中国网络购物快递企业规模（单位：家）

图表26：RFID在各国快递业的应用情况

图表27：通信技术在快递业的应用情况

图表28：全球各区域发展状况（单位：十亿美元，%）

图表29：全球各区域市场份额（单位：%）

图表30：全球快递业主要客户群体结构（单位：%）

图表31：日本主要公司从事快递业务的开始时期

图表32：日本快递的相关规定

图表33：日本快递的基本配送单位流程

图表34：宅配便与邮电局小包裹的运送量走势图（单位：十万个）

图表35：日本快递业的市场占有率（单位：%）

图表36：日本三大快递公司市场占有率情况（单位：%）

图表37：针对欧盟成员邮政部门反竞争行为的案件

图表38：2005-2013年中国物流行业三大指标运行状况（单位：亿元）

图表39：2005-2013年中国社会物流总额及增长情况（单位：亿元，%）

图表40：2013年社会物流总额及增减变化情况（单位：万亿元，%）

图表41：2005-2013年中国社会物流总费用（单位：亿元，%）

图表42：2005-2013年中国物流业增加值统计（单位：亿元，%）

图表43：2012-2013年物流业固定资产投资及增长变化情况（单位：亿元，%）

图表44：重点调查企业行业分布情况（单位：%）

图表45：重点调查企业登记注册类型分布情况（单位：%）

图表46：重点调查企业物流成本增长情况（单位：%）

图表47：重点调查企业物流成本构成情况（单位：%）

图表48：2011-2012年重点调查企业物流费用率情况（单位：%）

图表49：2005-2012年重点调查企业物流费用率情况（单位：%）

图表50：重点调查企业物流外包情况（单位：%）

图表51：2011-2012年重点调查企业平均仓储面积情况（单位：%）

图表52：2011-2012年重点调查企业平均仓储面积情况（单位：%）

图表53：重点调查物流企业收入规模分布情况（单位：%）

图表54：重点调查物流企业主要经营指标增长情况（按物流企业类型分）（单位：%）

图表55：重点调查物流企业主要经营指标增长情况（按登记注册类型分）（单位：%）

图表56：重点调查物流企业收入利润率分布情况（单位：%）

图表57：重点调查物流企业资产规模分布情况（单位：%）

图表58：中国快递企业经营产品情况（单位：%）

图表59：中国消费者快递产品使用状况调查（单位：%）

图表60：中国消费者快递产品类别调查（单位：%）

图表61：中国快递行业客户结构图（单位：%）

图表62：2011-2013年全国规模以上快递企业实现业务量及增长情况（单位：亿件，%）

图表63：2013年中国快递业务量结构图（单位：%）

图表64：2013年中国东、中、西部快递业务量结构图（单位：%）

图表65：2011-2013年全国规模以上快递企业实现业务收入及增长率（单位：亿元，%）

图表66：2012-2013年中国快递业务收入情况（按月份）（单位：亿元）

图表67：2012-2013年中国快递业分专业快递业务收入比较（单位：亿元）

图表68：2013年中国快递业务收入结构图（分专业）（单位：%）

图表69：2013年中国东、中、西部快递业务收入结构图（单位：%）

图表70：2011-2012年快递业务有效申诉分月图（单位：件）

图表71：消费者申诉的主要问题及所占比例统计（单位：件，%）

图表72：主要快递企业有效申诉率统计表（单位：万分之一）

图表73：2012-2013年快递业务有效申诉分月图（单位：件）

图表74：2013年与2012年快递业务有效申诉问题比较表（单位：件，%）

图表75：2013年与2012年快递服务申诉分类比较图（单位：件，%）

图表76：2013与2012年主要快递企业全年平均百万件快件有效申诉比较表（单位：件申诉/百万件快件）

图表77：2004-2013年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）

图表78：2012-2013年网络购物用户数及使用率（单位：万人，%）

图表79：2013年中国网络购物市场各商品品类市场份额（单位：%）

图表80：2012-2013年网民网购频率比较（单位：%）

图表81：七大区域网络购物渗透率（单位：%）

图表82：部分城市网络购物规模和渗透率（单位：%）

图表83：用户网购的原因（单位：%）

图表84：网购用户每月平均网购消费金额（单位：元，%）

图表85：网购用户未来网购意向（单位：%）

图表86：非网购网民未来网购意向（单位：%）

图表87：主要购物网站分类

图表88：2011-2015年中国网络购物市场交易规模结构（单位：%）

图表89：2013年C2C购物网站市场份额（单位：%）

图表90：2013年中国含平台式B2C购物网站市场份额（单位：%）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/271280.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。