



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国快递市场分析 及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国快递市场分析及投资策略研究报告》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/277623.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

2009-2015年中国快递行业收入维持高速增长

资料来源：艾凯咨询网整理 2010-2015年中国快递业务量突破200亿件

资料来源：艾凯咨询网整理

我国快递行业从业人员数量自12年起不再公布，但我们根据几大快递企业大体的员工数量与其派件量的占比对全行业的从业人数进行了估计。结果显示我国快递从业人员以每年15-20万的速度提升。2015年，三通一达、百世汇通、顺丰、EMS、京东的快递员工总数超过120万人，寄送全国80%左右的包裹（我国快递业CR8约80%）。全行业从业人员数量2015年大概率突破150万人。 2009-2015年中国快递从业人员数量快速增长

资料来源：艾凯咨询网整理 2009-2015年中国人均派件量显著提升，但效能毕竟存在上限

资料来源：艾凯咨询网整理

随着快递业务量的提升，员工派件效率也有显著增加。可以看到我国快递从业人员的人均派件量从2009年的4000多件增长到2015年的13000件以上，保持了年均20%以上的增长。

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1章：中国快递行业的发展综述

1.1 快递行业的相关概述

1.1.1 快递行业的界定

1.1.2 快递行业的分类

1.2 中国快递行业发展环境分析

1.2.1 快递行业政策环境分析

（1）快递行业管理体制

（2）快递行业政策法规汇总

（3）快递行业重点政策解读

1.2.2 快递行业经济环境分析

- (1) 国际宏观经济环境
- (2) 国内宏观经济环境
- 1) 国内生产总值分析
- 2) 人均收入情况分析
- 3) 2015年宏观经济走势预测
- 1.2.3 快递行业社会环境分析
 - (1) 城市化进程的加快
 - (2) 生活节奏和社会效率的提高
 - (3) 沟通与交流方式的转变
 - (4) 消费方式的转变
- 1.2.4 快递行业技术环境分析
 - (1) 专利申请数量分析
 - (2) 专利申请人分析
 - (3) 专利发明人分析
- 1.3 中国快递行业发展驱动力分析
- 1.3.1 基础设施不断完善
- 1.3.2 网购规模稳步增长
- 1.3.3 跨境电商异军突起
- 1.3.4 互联网推动服务创新

第2章：中国快递行业发展现状分析

- 2.1 中国物流行业总体发展情况
 - 2.1.1 物流总额情况分析
 - 2.1.2 物流总费用情况分析
 - 2.1.3 物流业增加值情况分析
 - 2.1.4 物流固定资产投资分析
 - 2.1.5 物流业景气情况分析
- 2.2 中国快递行业经营情况分析
 - 2.2.1 中国邮政业经营情况分析
 - (1) 邮政业收入情况分析
 - 1) 邮政业收入（年度）走势
 - 2) 邮政业收入（月度）走势

(2) 邮政业业务总量情况分析

1) 邮政业业务总量(年度)走势

2) 邮政业业务总量(月度)走势

2.2.2 中国快递行业业务量情况分析

(1) 快递业务量走势

1) 快递业务量(年度)走势

2) 快递业务量(月度)走势

(2) 业务量产品结构分析

(3) 业务量区域结构分析

(4) 业务量企业结构分析

2.2.3 中国快递行业收入情况分析

(1) 快递业务收入走势

1) 快递业务收入(年度)走势

2) 快递业务收入(月度)走势

(2) 收入产品结构分析

(3) 收入区域结构分析

(4) 收入企业结构分析

2.2.4 中国快递行业服务价格分析

(1) 业务量与收入增长率对比分析

(2) 快递服务价格走势分析

2.2.5 中国快递行业市场地位分析

(1) 快递占邮政业收入比重走势

(2) 快递业收入占GDP比重走势

2.3 中国快递行业消费者满意情况

2.3.1 消费者申诉总量分析

2.3.2 消费者申诉量结构分析

2.3.3 消费者申诉量变化趋势

2.3.4 快递投诉满意度分析

2.4 中国快递行业创新趋势分析

2.4.1 移动互联网+行业模式创新

2.4.2 互联网+行业打造消费闭环

2.4.3 无人机+行业提升服务水平

- 2.4.4 物联网+行业打造智能终端
- 2.4.5 零售商+行业促线上线下融合
- 2.4.6 跨境电商+行业开启国际化进程

第3章：中国网络购物物流配送分析

3.1 中国电子商务市场分析

3.1.1 电子商务市场交易规模

3.1.2 电子商务市场区域分布

3.1.3 电子商务市场行业分布

3.1.4 移动电子商务市场分析

(1) 移动电子商务交易规模

(2) 移动电子商务用户规模

1) 手机网民规模

2) 移动互联网流量

3) 移动电子商务用户规模

3.2 中国网络购物市场分析

3.2.1 网络购物市场发展概况

(1) 网购市场交易规模分析

(2) 网购市场用户规模分析

(3) 网购市场企业规模分析

(4) 个人网店规模分析

1) 个人网店数量走势

2) 个人网店区域分布

(5) 网购细分商品分析

3.2.2 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) 购物网站用户转化率

(4) 网购市场企业集中度分析

1) B2C市场企业集中度

2) C2C市场企业集中度

3.2.3 县域电子商务发展指数分析

(1) 县域电子商务发展指数

(2) 县域网商指数

(3) 县域网购指数

(4) 县域电子商务结构

3.3 网购物流配送发展分析

3.3.1 物流配送对网络购物的影响分析

3.3.2 网络购物物流配送存在的问题

3.3.3 网络购物物流配送解决措施分析

(1) 网络购物本地配送措施

(2) 网络购物异地配送措施

3.4 网购配送发展策略分析

3.4.1 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

3.4.2 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

3.4.3 快递企业网购物流配送策略分析

(1) 个人卖家快递服务需求分析

(2) 快递企业网购配送策略分析

第4章：中国快递行业重点区域分析

4.1 快递行业区域分布总体特征

4.2 东/中/西部快递市场发展分析

4.2.1 区域市场结构（按业务量）走势

4.2.2 区域市场结构（按业务收入）走势

4.2.3 区域市场服务价格走势对比

4.3 长三角地区快递市场发展分析

4.3.1 长三角地区经济发展概况

4.3.2 长三角地区快递市场发展概况

- 4.3.3 长三角快递市场发展规模分析
- 4.3.4 长三角快递市场存在问题分析
- 4.4 珠三角地区快递市场发展分析
 - 4.4.1 珠三角地区经济发展概况
 - 4.4.2 珠三角地区快递市场发展概况
 - 4.4.3 珠三角快递市场发展规模分析
 - 4.4.4 珠三角快递市场存在问题分析
- 4.5 京津冀地区快递市场发展分析
 - 4.5.1 京津冀地区经济发展概况
 - 4.5.2 京津冀地区快递市场发展概况
 - 4.5.3 京津冀快递市场发展规模分析
 - 4.5.4 京津冀快递市场存在问题分析
- 4.6 三大重点区域快递市场总体走势

第5章：中国民营快递企业发展策略分析

- 5.1 中国民营快递企业发展分析
 - 5.1.1 中国民营快递企业发展概况
 - (1) 民营快递企业产生的背景
 - (2) 民营快递企业的发展历程
 - (3) 民营快递企业发展的制约因素
 - 5.1.2 中国民营快递企业发展现状分析
 - (1) 民营快递企业规模分析
 - 1) 民营企业业务量走势分析
 - 2) 民营企业业务收入走势分析
 - (2) 民营快递企业扩张模式分析
 - (3) 民营快递企业比较优势分析
 - (4) 快递企业服务价格走势分析
- 5.2 中国民营快递特许加盟模式转型分析
 - 5.2.1 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
 - 5.2.2 特许加盟模式存在的缺陷与原因分析

- 5.2.3 特许加盟模式转型发展的必要性分析
- 5.2.4 特许加盟模式与自营模式的比较分析
- 5.2.5 特许加盟模式转型发展的目标和原则分析
 - (1) 特许加盟模式转型发展的目标
 - (2) 特许加盟模式转型发展的原则
- 5.2.6 特许加盟模式转型发展风险管理分析
 - (1) 转型发展风险因素分析
 - (2) 转型发展风险管理对策
- 5.3 中国民营快递企业营销策略分析
 - 5.3.1 民营快递企业产品策略分析
 - 5.3.2 民营快递企业定价策略分析
 - 5.3.3 民营快递企业网络策略分析

第6章：国外快递行业发展借鉴分析

- 6.1 中外快递行业发展比较分析
 - 6.1.1 全球快递行业发展现状
 - (1) 全球快递市场竞争情况
 - (2) 全球快递市场发展趋势
 - 6.1.2 中外快递行业比较分析
 - (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
- 6.2 全球快递行业发展经验借鉴
 - 6.2.1 全球管理体制经验借鉴
 - 6.2.2 全球服务及补偿机制经验借鉴
 - 6.2.3 全球先进运作经验借鉴
 - 6.2.4 德国发展经验借鉴
 - (1) 德国快递行业管理模式分析
 - (2) 德国快递行业业务模式分析
 - 6.2.5 日本发展经验借鉴

- (1) 日本快递行业的发展阶段
- (2) 日本快递行业的竞争状况
- (3) 日本快递服务体系及经营战略
- (4) 日本货物收集网点的竞争战略

6.2.6 发展中国家经验借鉴

第7章：中国快递行业竞争格局分析

7.1 国际快递巨头在华竞争策略

7.2 国内市场竞争状况分析

7.2.1 国内快递行业市场化程度分析

7.2.2 国内快递行业竞争特点分析

7.2.3 国内快递市场竞争格局分析

- (1) 国内快递行业企业竞争格局

- (2) 国内快递行业区域竞争格局

7.2.4 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

7.2.5 本土企业进入国际市场策略分析

- (1) 本土企业进入国际市场SWOT分析

- (2) 本土企业进入国际市场策略分析

7.3 中国快递行业并购重组分析

7.3.1 中国快递行业并购重组必要性

7.3.2 中国快递行业并购重组现状

- (1) 中国快递行业并购重组模式

- (2) 中国快递行业并购重组动态

7.3.3 重组对快递行业影响分析

第8章：中国快递行业重点企业经营分析

8.1 国际快递巨头在华经营情况

8.1.1 DHL经营情况分析

- (1) 企业简介

(2) 企业竞争力分析

8.1.2 FedEx经营情况分析

(1) 企业简况

(2) 企业竞争力分析

8.1.3 UPS经营情况分析

(1) 企业简况

(2) 企业竞争力分析

8.1.4 TNT经营情况分析

(1) 企业简况

(2) 企业竞争力分析

8.1.5 四大快递公司对比

8.2 中国领先快递企业发展分析

8.2.1 顺丰速运有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.2 申通快递有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.3 上海圆通速递有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.4 中通快递股份有限公司

(1) 公司简介

- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.5 杭州百世网络技术有限公司（百世汇通）

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.6 上海韵达速递有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.7 天天快递有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.8 北京宅急送快运股份有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.9 优速物流有限公司

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.10 速尔物流有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.11 民航快递有限责任公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.12 中铁快运股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.13 中国邮政速递物流股份有限公司

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3 中国电商物流企业发展分析

8.3.1 京东快递

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.2 苏宁易购

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.3 如风达快递

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

8.3.4 菜鸟物流

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

第9章：2016-2022年中国快递行业投融资与前景预测

9.1 中国快递行业投资特性分析

9.1.1 快递行业投资风险分析

9.1.2 快递行业投资情况分析

9.2 中国快递行业融资情况分析

9.2.1 快递行业资金需求分析

9.2.2 快递行业上市融资分析

(1) 上市融资可行性分析

(2) 上市融资动态分析

9.2.3 快递行业战略融资分析

(1) 战略融资可行性分析

(2) 战略融资动态分析

9.3 中国快递行业发展策略分析

9.3.1 中国快递行业发展策略分析

(1) 快递行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

9.3.2 中国快递行业营销策略分析

(1) 国际快递巨头营销策略

(2) 快递企业经营战略分析

9.4 中国快递行业发展前景分析

图表目录：

图表1：快递物品及需求原因

图表2：快递行业分类表

图表3：中国快递行业的管制程度和管理体制变化

图表4：快递行业法律法规汇总表

图表5：《快递服务"十三五"规划》解读

图表6：《邮政业发展"十三五"规划》解读

图表7：《海峡西岸经济区快递服务发展规划（2011-2015年）》解读

图表8：《京津冀地区快递服务发展规划》解读

图表9：《珠江三角洲地区快递服务发展规划》解读

图表10：2009-2015年中国国内生产总值走势图（单位：万亿元，%）

图表11：2009-2015年中国农村居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）

图表12：2009-2015年中国城镇居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）

图表13：中国城镇化率走势图（单位：%）

图表14：2000-2015年中国网民数量及普及率走势图（单位：万人，%）

图表15：2013-2015年手机上网用户和对移动电话用户渗透率走势图（单位：亿户，%）

图表16：2000-2015年快递行业技术专利申请量走势图（单位：件）

图表17：截至2015年快递行业技术专利申请人结构表（单位：件）

图表18：截至2015年快递行业技术专利发明人结构表（单位：件）

图表19：2005-2015年中国社会流通总额走势图（单位：万亿元，%）

图表20：2005-2015年中国社会流通总费用走势图（单位：万亿元，%）

图表21：2005-2015年中国物流业增加值及贡献情况走势图（单位：万亿元，%）

图表22：2005-2015年物流业固定资产投资趋势图（单位：万亿元，%）

图表23：2005-2015年物流业固定资产投资占全社会固定资产投资比重趋势图（单位：%）

图表24：2013-2015年中国物流业景气指数趋势图（单位：%）

图表25：2007-2015年中国邮政业收入（年度）趋势图（单位：亿元，%）

图表26：2012-2015年中国邮政业收入（按月）趋势图（单位：亿元）

图表27：2005-2015年中国邮政业务总量（年度）趋势图（单位：亿元，%）

图表28：2012-2015年中国邮政业务总量（月度）趋势图（单位：亿元）

图表29：2007-2015年中国快递行业业务总量趋势图（单位：亿件，%）

图表30：2012-2015年中国快递行业业务总量（月度）趋势图（单位：亿件）

图表31：2014-2015年快递行业业务量产品结构图（单位：%）

图表32：2014-2015年快递行业业务量区域结构图（单位：%）

图表33：业务量企业结构图（单位：%）

图表34：2007-2015年中国快递行业收入（年度）趋势图（单位：亿元，%）

图表35：2012-2015年中国快递行业收入（月度）趋势图（单位：亿元）

图表36：2014-2015年快递行业收入产品结构图（单位：%）

图表37：2014-2015年快递行业收入区域结构图（单位：%）

图表38：收入企业结构图（单位：%）

图表39：2007-2015年快递行业业务量与收入增长率对比图（单位：%）

图表40：2007-2015年快递服务价格走势图（单位：元/件）

图表41：2007-2015年快递行业占邮政业收入比重图（单位：%）

图表42：2007-2015年快递行业收入占GDP比重走势图（单位：%）

图表43：2011-2015年快递行业投诉总量走势图（单位：件）

图表44：快递行业有效申诉量结构图（单位：%）

图表45：2014-2015年快递行业有效申诉问题同比增长图（单位：件，%）

图表46：2012-2015年快递行业有效投诉总量走势图（单位：%）

图表47：2012-2015年快递行业有效投诉满意度走势图（单位：%）

图表48：2009-2015年中国电子商务交易规模走势图（单位：万亿元，%）

图表49：中国电子商务服务企业区域分布情况（单位：%）

图表50：中国电子商务行业分布图（单位：%）

图表51：2012-2015年移动购物市场交易规模走势图（单位：亿元，%）

图表52：2014-2015年手机上网用户和对移动电话用户渗透率走势图（单位：亿户，%）

图表53：2014-2015年移动互联网流量走势图（单位：万G，M）

图表54：中国移动电子商务用户规模走势图（单位：万人）

图表55：2009-2015年中国网络零售市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表56：2009-2015年网络购物用户数及渗透率走势图（单位：万人，%）

图表57：网络购物企业数量走势图（单位：家）

图表58：网络购物个人网店数量走势图（单位：万家）

图表59：中国网络购物细分品类成熟度分析

图表60：主要购物网站分类图

图表61：2011-2018年中国网络购物市场交易规模结构走势及预测图（单位：%）

图表62：主要购物网站用户转化率图（单位：%）

图表63：2014-2015年B2C网络零售市场集中度图（单位：%）

图表64：C2C网络零售市场集中度图（单位：%）

图表65：全国各省市县域电子商务发展指数图

图表66：全国各省市县域网商指数图

图表67：全国各省市县域网购指数图

图表68：全国县域电子商务六个梯队图

图表69：第一二梯队各项排名图

图表70：当当网物流配送服务价格表（单位：元/单）

图表71：B2C网购市场产业链图

图表72：C2C网购市场产业链图

图表73：网购不满意原因分布图（单位：%）

图表74：网购行业对快递企业的需求分析表

图表75：自建与外包物流配送服务的优劣势对比

图表76：主要网商物流配送状况

图表77：主要电子商务企业自建物流发展状况

图表78：电子商务企业自建物流覆盖区域

图表79：京东商城自建物流覆盖区域

图表80：吸引网民眼球的促销活动对比（单位：%）

图表81：淘宝网个人卖家选择快递公司考虑因素对比（单位：%）

图表82：中国快运速递业区域格局划分图

图表83：中国东部快递业务量走势图（单位：亿件，%）

图表84：中国中部快递业务量走势图（单位：亿件，%）

图表85：中国西部快递业务量走势图（单位：亿件，%）

图表86：中国区域市场快递业务量增速走势图（单位：%）

图表87：中国区域市场快递业务量结构走势图（单位：%）

图表88：中国东部快递业务收入走势图（单位：亿元，%）

图表89：中国中部快递业务收入走势图（单位：亿元，%）

图表90：中国西部快递业务收入走势图（单位：亿元，%）

图表91：中国区域市场快递业务收入增速走势图（单位：%）

图表92：中国区域市场快递业务收入结构走势图（单位：%）

图表93：中国区域市场快递价格结构走势图（单位：元/件）

图表94：长三角地区生产总值趋势图（单位：亿元）

图表95：长三角地区生产总值结构图（单位：%）

图表96：长三角地区工业增加值趋势图（单位：亿元）

图表97：长三角地区工业增加值结构图（单位：%）

图表98：长三角地区服务业增加值趋势图（单位：万亿元）

图表99：长三角地区服务业增加值结构图（单位：%）

图表100：长三角快递业务量走势图（单位：亿件，%）

图表101：长三角快递业务量结构走势图（单位：%）

图表102：长三角快递业务收入走势图（单位：亿元，%）

图表103：长三角快递业务收入结构走势图（单位：%）

图表104：珠三角地区生产总值及增长率（单位：亿元）

图表105：广东四大区域工业增加值生产情况比较表（单位：亿元，%）

图表106：珠三角快递业务量走势图（单位：亿件，%）

图表107：珠三角快递业务量结构图（单位：%）

图表108：珠三角快递业务收入走势图（单位：亿元，%）

图表109：珠三角快递业务收入结构图（单位：%）

图表110：京津冀地区生产总值趋势图（单位：亿元）

图表111：京津冀地区生产总值结构表（单位：%）

图表112：京津冀地区工业增加值趋势图（单位：亿元）

图表113：京津冀地区工业增加值结构图（单位：%）

图表114：京津冀地区服务业增加值趋势图（单位：亿元）

图表115：京津冀地区服务业增加值结构图（单位：%）

图表116：京津冀快递业务量走势图（单位：亿件，%）

图表117：京津冀快递业务量结构走势图（单位：%）

图表118：京津冀快递业务收入走势图（单位：亿元，%）

图表119：京津冀快递业务收入结构走势图（单位：%）

图表120：重点区域快递业务量走势图（单位：亿件，%）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277623.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。