



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国快运快递行业 市场调研与投资咨询报告

一、调研说明

《2009-2010年中国快运快递行业市场调研与投资咨询报告》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/99600.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

引言

2008年，我国经济继续保持较快的发展，将会继续产生比较旺盛的快递服务需求，国内的快递业务方面将会好于国际快递市场的表现，预计2008年我国快递业将会有25%左右的年增长率。2008年，国际油价上涨的压力也已传递到了快递市场，运输公司的成本压力正在增加。中小型快递商的整合将是2008年和2009年的趋势。

从2008年1月1日起，第一部邮政行业的《快递服务标准》付诸实施。《快递服务》标准主要包括服务组织的人员、服务时限、单件重量、查询期限和赔偿标准等内容。《快递服务》标准对于规范企业经营行为，提高快递服务质量，保障消费者合法权益，促进快递服务健康有序发展具有重要的推动作用。

中国的快运快递市场竞争激烈。目前有三方势力在争夺中国快递市场--国际快递巨头、中国邮政和民营快递公司。中国邮政主要以异地快递为主，外资快递主要经营国际快递，而民营快递主要是同城业务，但是这一泾渭分明的领域划分今后将越来越不明显。在中国快递市场上，活跃着国内的快递企业和国外的国际快递公司。国内的快递企业主要有以EMS为首的国有快递企业和以"大田"、"宅急送"为代表的民营企业，国外的国际快递公司主要以DHL（敦豪）、FEDEX（联邦快递）、UPS（联合包裹）和TNT（天地快运）这四家国际快递巨头为代表。双方有着各自的细分市场。但随着中国快递业的全面开放，形势越发严峻，中国国内的快递企业要想在中国快递行业中站稳脚跟向前发展，必须扩大业务范围，占据国际快递业务中较大的市场份额，发展巩固自己的实力，增强竞争力。

随着市场一体化进程逐步加快，网络经济的出现，商品经济快速发展，经济要素流动规模和质量迅速提升，人们的生产生活方式发生了急剧变革，公路客运小件快运市场呈现需求旺盛的态势，以批量小、价值高、时间紧、个性化为特征的小件货物运输日益火爆。我国包括小件在内的快递市场规模高达500亿元，未来10年如果保持现有的增长速度，市场总量将超过5300亿元。小件快递行业已经成为新兴朝阳产业。

本报告依据国家统计局、中国交通部、国家发改委、中国物流协会、中国邮政、国内外相关报刊杂志的基础信息、物流业专业研究单位等提供的大量资料，对我国快运快递市场的政策环境、国际市场、细分市场、竞争格局、重点企业、发展趋势及对策等进行了深入。在对我国快运快递行业整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量方法对我国快运快递行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

目录

第一章 快运快递行业发展环境

第一节 我国运输物流立法的现状与发展

一、国际运输物流法规的发展

二、我国运输业的立法现状

三、完善运输物流立法的关键

第二节 新《邮政法》草案对快运快递的影响

一、邮政法（草案）几次改稿

二、新《邮政法》的最快出台时间

三、新《邮政法》对民营快递的影响

第三节 我国快运快递行业法律法规

一、国际快递空运收费规定

二、《快递服务标准》法规

三、快递服务标准实施时间

四、快递的市场发育与政府管制

五、国际航空运输公约

第二章 国际物流业发展

第一节 国外物流发展特点及启示

一、国外物流发展特点

二、几点启示

第二节 国际物流企业运作模式和盈利

一、运作模式

二、赢利模式

第三节 美国物流业发展

一、美国物流发展现状

二、美国物流信息化发展现状

三、美国物流业发展的启示

四、美国推进物流信息化的启示

第四节 日本物流业发展

一、发达的日本物流业

二、值得借鉴的经验

第五节 国际快递转型

一、延伸服务

二、专一优势

第三章 2008-2009年我国物流业发展

第一节 2008年我国物流市场运行

一、2008年社会物流总额情况

二、2008年社会物流总费用情况

三、2008年物流业增加值情况

四、2008年全国重点企业物流统计调查

五、2008年物流需求

第二节 2009年我国物流业发展

一、2009年物流行业固定资产投资

二、2009年我国将全面拓展保税物流功能

三、2009年我国物流信息化

四、2009年全社会物流总额

第三节 中国物流市场现状

一、中国物流企业的现状

二、中国物流环境中各个阶层的不同表现

第四节 我国物流业发展中存在问题的

一、物流突出"新"重点

二、物流的运作主体和能力要求

三、物流集成的障碍

四、实现物流业整合的方向和途径

第五节 现代物流发展的新趋势

一、产业布局

二、产业分工

三、运营模式

四、产业驱动力

第四章 2008-2009年中国快运快递市场发展

第一节 金融危机对快递业的影响

一、国内快递业现危机

- 二、沈阳快递业受金融危机波及
- 三、金融危机下网购大增带动快递业发展
- 四、乌鲁木齐市快递兼做物流业务
- 五、快递巨头加注中国

第二节 中国快运快递行业发展

- 一、我国快运快递业的市场发展概况
- 二、我国快递业发展现状
- 三、国际快递巨头抢滩中国

第三节 我国快运快递业的发展特征

- 一、东中西部物流产业的发展差距
- 二、南北快运快递产业的发展差距
- 三、城乡快运快递业发展不平衡

第四节 国际快递在华影响

- 一、经营理念影响
- 二、管理技术影响
- 三、服务方式影响

第五节 我国快递服务发展

- 一、快递服务总体规模增长迅速
- 二、快递服务能力显著提升
- 三、快递服务发展与经济发展水平高度关联
- 四、快递服务多元竞争的格局已经形成
- 五、快递服务促进就业作用明显

第六节 各地区快运快递发展

- 一、长三角快递发展
- 二、上海快递市场发展
- 三、浙江快递服务业规模
- 四、北京快递市场发展
- 五、天津快递市场发展
- 六、湖南民营快递服务业发展

第五章 中国邮政与快递行业

第一节 中国邮政的发展现状

- 一、中国邮政产业的发展概况
- 二、2008年国内邮政业收入
- 三、中国邮政业存在的问题及解决策略
- 四、中国邮政业发展相关政策

第二节 中国邮政业的物流

- 一、邮政物流系统的对策
- 二、邮政物流创建的必要条件
- 三、中国邮政物流发展的市场定位及业务系统
- 四、中国邮政的物流竞争形势
- 五、中国邮政物流的SWOT
- 六、中国邮政现代物流发展战略

第三节 中国邮政快递

- 一、从快递来看全国性的邮政快递
- 二、中国邮政特快专递公司的竞争形势
- 三、中国邮政快递业转型的双重挑战
- 四、中国邮政快递的反击

第四节 RFID在邮政快递行业的运用

- 一、RFID标签标准概述
- 二、邮政快递业RFID运用现状
- 三、邮政快递业RFID市场潜力大

第五节 中国邮政特快专递业务的发展对策

- 一、提高运输速度
- 二、改变现有经营策略
- 三、提高邮政速递服务质量
- 四、科技投入加大，提升基础平台
- 五、积极开发新业务

第六章 快运快递的供给与需求

第一节 我国快运速递企业物流供给能力

第二节 国内物流市场需求调查与

- 一、我国企业物流运作现状
- 二、物流市场需求量
- 三、物流市场需求结构

四、企业对现行物流的满意度

五、企业对新物流商的选择

六、需求市场期望新的物流服务内容

七、各类型企业的物流设施设备需求

第三节 物流服务需求总体规模及趋势

一、物流需求总体规模

二、国际物流需求规模

三、地区间物流需求规模

四、物流服务需求结构

第四节 物流规划中的需求与潜在需求

一、物流需求、需要与潜在需求

二、区域物流需求量的相关指标

第七章 2008-2009年快运快递行业细分市场

第一节 2008-2009年水运快运市场

一、2008-2009年全国水运货物量统计

二、2008-2009年沿海主要港口货运量

三、2008交通水运行业发展

四、水运快运快递业发展

第二节 2008-2009年公路快运市场

一、2008-2009年公路货物运输量

二、公路货运市场

三、公路快运的优势与公路快运货物

第三节 2008-2009年航空快运市场

一、2008-2009年航空货运量

二、中国航空货运业发展现状

三、航空快运速递业

四、我国航空快递业发展现状

五、航空快递业的出路

第四节 2008-2009铁路快运市场

一、2008-2009年铁路货物运输量统计

二、铁路货运市场的现状

三、铁路快运的优势和市场潜在需求规模

四、美国铁路货运战略对我国的启示

第八章 中国快递市场上的民资及外资

第一节 2008-2009年中国民营快递的发展现状

一、洋快递兵临城下

二、民营快递现状

三、唯独民营快递不受交管待见

四、银行不爱民营快递

五、《邮政法》背后的博弈

第二节 中国民营快递的发展趋势

一、中国民营快递市场的发展潜力

二、中国民营快递的发展趋势

第三节 民营快递存在的问题及对策

一、部分民营快递公司遭遇信任危机

二、中国民营快递业超速扩张酿恶果

三、民营快递仍需"苦练内功"

四、民营快递亟须政策助力

五、民营快递的国际化险棋

第四节 外资快递企业

一、外资进入国内快递业的经验借鉴

二、外资快递巨头争夺中国市场

三、四大外资快递巨头在华进入渠道战

四、联邦快递再次冲击国内快递市场

五、外资快递巨头"中国攻略"分化

六、外资信件快递业务受挫

第九章 快运快递业的竞争格局

第一节 我国快运速递业格局现状

一、全国速递圈

二、国有民营外资三分天下

三、发展速度高于第三产业

四、邮改后快递行业新战局

第二节 我国快运快递业竞争状况

一、"根正苗红"的邮政

二、兵强马壮的外资快递公司

三、夹缝中求生的民营快递联盟

第三节 快运快递业价格竞争

第四节 中外快递竞争

一、洋快递在华掀起"大战"

二、中国邮政集中"快递"火力反攻

第十章 国外快运快递行业优势企业简介

第一节 UPS

一、公司简介

二、UPS业务概况

三、UPS形象策略

四、2008年经营业绩

第二节 FedEx

一、公司简介

二、联邦快递的发展历程

三、2008年经营业绩

四、在华运营策略

第三节 DHL

一、公司简介

二、在华发展

三、Fedex与DHL在华战略布局对比

第四节 TNT

一、公司简介

二、全球网络

三、在华发展

第十一章 部分快运快递行业优势企业简介

第一节 中国邮政

- 一、公司的经济快递业务
- 二、中国邮政快递的挑战
- 三、中国邮政服务升级

第二节 中铁快运

- 一、企业概况
- 二、公司冷链快递新产品
- 三、公司创新模式
- 四、公司信息化
- 五、公司发展方略

第三节 中国国际航空公司

- 一、企业概况
- 二、2007-2008年经营业绩

第四节 中国民航快递

- 一、企业概况
- 二、业务
- 三、发展策略

第五节 中外运空运发展股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、2007-2008年经营业绩
- 三、公司业务发展目标

第六节 北京宅急送快运股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、公司转型
- 三、金融危机下应对策略

第七节 其他航空快运企业

- 一、中国上海航空公司
- 二、中国南方航空公司
- 三、中国东方航空公司
- 四、中国海南航空公司

第八节 国内其他快递企业

- 一、大通快递
- 二、上海佳吉快运

第十二章 快运快递业的发展趋势及对策

第一节 我国快运快递业发展趋势

- 一、国内快递市场国营集团企业、外企将占主流
- 二、信息化、数字化趋势
- 三、市场联合与购并的趋势
- 四、快运快递企业倾向与目标客户联合
- 五、网络、服务、技术是快运快递业今后的核心竞争力

第二节 中国速递业发展趋势及对策

- 一、中国速递业发展趋势
- 二、中国速递业发展的对策

第三节 民营快递业的发展及其战略选择

- 一、民营快递业的发展状况
- 二、民营快递业的SWOT
- 三、民营快递业的战略选择

第四节 金融危机下民营快递的发展对策

- 一、提服务，缓扩张
- 二、进社区，增货运
- 三、析政策，重投资

第五节 中国邮政速递发展对策

- 一、速递行业发展的态势
- 二、中国邮政速递发展对策

第六节 快递业发展的国际经验

- 一、建立有利于快递业发展的体制环境
- 二、普遍服务的界定及补偿机制
- 三、发展中国家积极面对快递业的发展

第十三章 快运快递业的投资分析

第一节 我国快运快递发展的优势和机会

- 一、宏观经济形势看好
- 二、全球经济一体化的契机
- 三、物流产业的发展
- 四、信息技术发展带来的机会

第二节 我国快运快递业的问题和威胁

- 一、小公司扰乱市场
- 二、快运快递人才匮乏
- 三、快运快递渠道不畅
- 四、条块分割严重而且企业规模偏小
- 五、服务功能不全

第三节 民营快递新的发展机遇

- 一、背景
- 二、发展的瓶颈
- 三、对策

第四节 快运快递企业的市场进入和发展策略

- 一、要走联合发展之路
- 二、实行快运快递专业化
- 三、实现企业快运快递现代化
- 四、快递市场需要正规化
- 五、服务对象多元化

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/99600.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。