

2022-2028年中国快递服务 管理平台市场评估与发展前景预测报告

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年中国快递服务管理平台市场评估与发展前景预测报告》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/202203/280026.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

快递平台在整个菜鸟网络中的地位举足轻重。菜鸟自身不做快递，但是联合了国内主流快递商在其网络中运转，菜鸟对快递企业和相关商家提供多种赋能服务：具体来说，菜鸟提供了标准化产品和先进技术：比如电子面单、承诺达服务、路由分单等。菜鸟网络的快递服务平台 中企顾问网发布的《2022-2028年中国快递服务管理平台市场评估与发展前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国快递服务管理平台行业市场发展环境、快递服务管理平台整体运行态势等，接着分析了中国快递服务管理平台行业市场运行的现状，然后介绍了快递服务管理平台市场竞争格局。随后，报告对快递服务管理平台做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国快递服务管理平台行业发展趋势与投资预测。您若想对快递服务管理平台产业有个系统的了解或者想投资中国快递服务管理平台行业，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局数据，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 快递服务管理平台行业发展综述

1.1 快递服务管理平台行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 快递服务管理平台行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 快递服务管理平台行业在国民经济中的地位

1.2.3 快递服务管理平台行业生命周期分析

（1）行业生命周期理论基础

（2）快递服务管理平台行业生命周期

1.3 最近3-5年中国快递服务管理平台所属行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 快递服务管理平台行业运行环境分析

2.1 快递服务管理平台行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 快递服务管理平台行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 快递服务管理平台行业社会环境分析

2.3.1 快递服务管理平台产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 快递服务管理平台产业发展对社会发展的影响

2.4 快递服务管理平台行业技术环境分析

2.4.1 快递服务管理平台技术分析

2.4.2 快递服务管理平台技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国快递服务管理平台所属行业运行分析

3.1 我国快递服务管理平台行业发展状况分析

3.1.1 我国快递服务管理平台行业发展阶段

3.1.2 我国快递服务管理平台行业发展总体概况

近年来菜鸟上线了菜鸟裹裹，联合各主流快递企业入驻app，实现了面向消费者的查、收、寄快递功能。菜鸟网络对快递行业的赋能梳理时间

事件

影响

2013.11

菜鸟自主研发“物流预警雷达”完成双十一首秀

保障了1.56亿包裹顺利运送，成为国内首个物流预警数据信息化产品，包含实时预测、实时预警、实时监控三大功能。

2014.5

菜鸟与国内13家主流快递公司签署战略合作协议，携手打造物流大数据平台

对接了以四通一达、顺丰、中国邮政为代表的十几家快递企业，可及时呈现超过150万快递员的揽收、送递包裹的实时情况。

2014.6

与中国邮政签署战略合作

与中国邮政合力共建中国智能物流骨干网，完善社会物流基础设施建设。

2014.12

菜鸟首个自主研发的WMS（仓储管理系统）“大宝”发出第一笔正式订单

WMS系统既能满足双11、双12这类高峰订单流量的需求，还可以精准匹配订单和预包装商品。

2015

APP“菜鸟裹裹”正式上线

主要适用于全网包裹查询，全面覆盖国内外140多家快递公司。

2015.5

设立菜鸟驿站

日均处理包裹超过1000万个，通过整合零散用户寄件需求，减少最后一公里的物流成本，优化时效，提高用户体验。

2015.8

利用大数据优势启动鹰眼项目

利用大数据对超时件高发区域进行锁定、查找原因，为快递公司提出对应的解决方案建议。

2015.12

正式推出中国首个物流云平台

帮助快递企业和物流订单涉及所有链路成员建立连接、沉淀大数据，并在此基础上提供多样化智能服务。

2016.3

菜鸟网络宣布将联合物流合作伙伴组成菜鸟联盟

菜鸟网络完成首轮融资后的第一个大动作，中国主要快递公司均参与联盟的启动。

2016.5

与高德地图合作，共同打造5级地址库4级地址库

只能精确到乡镇和街道，5级地址库把地址服务的颗粒度精细到小区和楼栋，提供更为精细的地址服务。

2017.5

与15家快递企业签署战略合作协议

菜鸟与EMS、顺丰、三通一达等企业推动数据开放连接，各方将基于云计算服务，通过电子面单、云客服来推动行业的信息化升级。

2018.5

推出了平台级人工智能产品“菜鸟语音助手”

凭借人工智能技术，它能够同时间自动批量拨打巨量电话，帮助快递员派件前沟通消费者，甚至能听懂方言，准确识别消费者选择的包裹接收点，实时反馈结果，提升快递效率。

2018.6

推出针对服饰品类的橙诺达2.0服务

2018双十一期间，橙诺达2.0天猫直送包裹次日送达率超过普通同样线路4倍。

2018.7

菜鸟“星计划”

在五家主要快递公司圆通、中通、申通、百世快递和天天率先上线星计划由星等级、星激励和星赋能组成，是菜鸟和快递公司共同推出的快递员终身成长体系，为300万快递员统一服务标准，统一激励与技术赋能。

2018.11

首个IoT物联网未来园区正式投入

双十一期间，近700台机器人全天运行，单个机器人负重可达500公斤。

2019.6“

丹鸟”在618期间首次亮相

在对原有落地配网络进行优化升级后，丹鸟为消费者提供最快的当日达和次日达服务

3.1.3 我国快递服务管理平台行业发展特点分析

3.2 2015-2019年快递服务管理平台行业发展现状

3.2.1 2015-2019年我国快递服务管理平台行业市场规模

- 3.2.2 2015-2019年我国快递服务管理平台行业发展分析
- 3.2.3 2015-2019年中国快递服务管理平台企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
 - 3.3.1 区域市场分布总体情况
 - 3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析
- 3.4 快递服务管理平台细分产品/服务市场分析
 - 3.4.1 细分产品/服务特色
 - 3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速
 - 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5 快递服务管理平台产品/服务价格分析
 - 3.5.1 2015-2019年快递服务管理平台价格走势
 - 3.5.2 影响快递服务管理平台价格的关键因素分析
 - (1) 成本
 - (2) 供需情况
 - (3) 关联产品
 - (4) 其他
 - 3.5.3 2022-2028年快递服务管理平台产品/服务价格变化趋势
 - 3.5.4 主要快递服务管理平台企业价位及价格策略

第四章 我国快递服务管理平台所属行业整体运行指标分析

- 4.1 2015-2019年中国快递服务管理平台所属行业总体规模分析
 - 4.1.1 企业数量结构分析
 - 4.1.2 人员规模状况分析
 - 4.1.3 行业资产规模分析
 - 4.1.4 行业市场规模分析
- 4.2 2015-2019年中国快递服务管理平台所属行业产销情况分析
 - 4.2.1 我国快递服务管理平台所属行业工业总产值
 - 4.2.2 我国快递服务管理平台所属行业工业销售产值
 - 4.2.3 我国快递服务管理平台所属行业产销率
- 4.3 2015-2019年中国快递服务管理平台所属行业财务指标总体分析
 - 4.3.1 行业盈利能力分析
 - 4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国快递服务管理平台行业供需形势分析

5.1 快递服务管理平台行业供给分析

5.1.1 2015-2019年快递服务管理平台行业供给分析

5.1.2 2022-2028年快递服务管理平台行业供给变化趋势

5.1.3 快递服务管理平台行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国快递服务管理平台行业需求情况

5.2.1 快递服务管理平台行业需求市场

5.2.2 快递服务管理平台行业客户结构

5.2.3 快递服务管理平台行业需求的地区差异

5.3 快递服务管理平台市场应用及需求预测

5.3.1 快递服务管理平台应用市场总体需求分析

(1) 快递服务管理平台应用市场需求特征

(2) 快递服务管理平台应用市场需求总规模

5.3.2 2022-2028年快递服务管理平台行业领域需求量预测

(1) 2022-2028年快递服务管理平台行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2022-2028年快递服务管理平台行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业快递服务管理平台产品/服务需求分析预测

第六章 快递服务管理平台行业产业结构分析

6.1 快递服务管理平台产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国快递服务管理平台行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国快递服务管理平台行业产业链分析

7.1 快递服务管理平台行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 快递服务管理平台上游行业分析

7.2.1 快递服务管理平台产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对快递服务管理平台行业的影响

7.3 快递服务管理平台下游行业分析

7.3.1 快递服务管理平台下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对快递服务管理平台行业的影响

第八章 我国快递服务管理平台行业渠道分析及策略

8.1 快递服务管理平台行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对快递服务管理平台行业的影响

8.1.3 主要快递服务管理平台企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 快递服务管理平台行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 快递服务管理平台行业营销策略分析

8.3.1 中国快递服务管理平台营销概况

8.3.2 快递服务管理平台营销策略探讨

8.3.3 快递服务管理平台营销发展趋势

第九章 我国快递服务管理平台行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 快递服务管理平台行业竞争结构分析

- (1) 现有企业间竞争
- (2) 潜在进入者分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结

9.1.2 快递服务管理平台行业企业间竞争格局分析

9.1.3 快递服务管理平台行业集中度分析

9.1.4 快递服务管理平台行业SWOT分析

9.2 中国快递服务管理平台行业竞争格局综述

9.2.1 快递服务管理平台行业竞争概况

- (1) 中国快递服务管理平台行业竞争格局
- (2) 快递服务管理平台行业未来竞争格局和特点
- (3) 快递服务管理平台市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国快递服务管理平台行业竞争力分析

- (1) 我国快递服务管理平台行业竞争力剖析
- (2) 我国快递服务管理平台企业市场竞争的优势
- (3) 国内快递服务管理平台企业竞争能力提升途径

9.2.3 快递服务管理平台市场竞争策略分析

第十章 快递服务管理平台行业领先企业经营形势分析

10.1 A公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

- 10.1.5 公司发展规划
- 10.2 B公司
 - 10.2.1 企业概况
 - 10.2.2 企业优势分析
 - 10.2.3 产品/服务特色
 - 10.2.4 公司经营状况
 - 10.2.5 公司发展规划
- 10.3 C公司
 - 10.3.1 企业概况
 - 10.3.2 企业优势分析
 - 10.3.3 产品/服务特色
 - 10.3.4 公司经营状况
 - 10.3.5 公司发展规划
- 10.4 D公司
 - 10.4.1 企业概况
 - 10.4.2 企业优势分析
 - 10.4.3 产品/服务特色
 - 10.4.4 公司经营状况
 - 10.4.5 公司发展规划
- 10.5 E公司
 - 10.5.1 企业概况
 - 10.5.2 企业优势分析
 - 10.5.3 产品/服务特色
 - 10.5.4 公司经营状况
 - 10.5.5 公司发展规划
- 10.6 F公司
 - 10.6.1 企业概况
 - 10.6.2 企业优势分析
 - 10.6.3 产品/服务特色
 - 10.6.4 公司经营状况
 - 10.6.5 公司发展规划

第十一章 2022-2028年快递服务管理平台行业投资前景

11.1 2022-2028年快递服务管理平台市场发展前景

11.1.1 2022-2028年快递服务管理平台市场发展潜力

11.1.2 2022-2028年快递服务管理平台市场发展前景展望

11.1.3 2022-2028年快递服务管理平台细分行业发展前景分析

11.2 2022-2028年快递服务管理平台市场发展趋势预测

11.2.1 2022-2028年快递服务管理平台行业发展趋势

11.2.2 2022-2028年快递服务管理平台市场规模预测

11.2.3 2022-2028年快递服务管理平台行业应用趋势预测

11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测

11.3 2022-2028年中国快递服务管理平台行业供需预测

11.3.1 2022-2028年中国快递服务管理平台行业供给预测

11.3.2 2022-2028年中国快递服务管理平台行业需求预测

11.3.3 2022-2028年中国快递服务管理平台供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年快递服务管理平台行业投资机会与风险

12.1 快递服务管理平台行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2022-2028年快递服务管理平台行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2022-2028年快递服务管理平台行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 快递服务管理平台行业投资战略研究

13.1 快递服务管理平台行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国快递服务管理平台品牌的战略思考

13.2.1 快递服务管理平台品牌的重要性

13.2.2 快递服务管理平台实施品牌战略的意义

13.2.3 快递服务管理平台企业品牌的现状分析

13.2.4 我国快递服务管理平台企业的品牌战略

13.2.5 快递服务管理平台品牌战略管理的策略

13.3 快递服务管理平台经营策略分析

13.3.1 快递服务管理平台市场细分策略

13.3.2 快递服务管理平台市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 快递服务管理平台新产品差异化战略

13.4 快递服务管理平台行业投资战略研究

13.4.1 2019年快递服务管理平台行业投资战略

13.4.2 2022-2028年快递服务管理平台行业投资战略

13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议()

14.1 快递服务管理平台行业研究结论

14.2 快递服务管理平台行业投资价值评估

14.3 快递服务管理平台行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议()

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/280026.html>