

2024-2030年中国快递企业 市场深度评估与市场供需预测报告

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

《2024-2030年中国快递企业市场深度评估与市场供需预测报告》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/202404/452697.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国快递企业市场深度评估与市场供需预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。自上世纪80年代以来，中国快递行业取得了长足的发展，尤其是近三年来，全国快递业业务收入以17%以上的速度增长，其中2011年更是高达39.22%的增速，达到1055.3亿元。《快递业服务“十三五”规划》提出到2015年，快递业务量要达到61亿件以上，年均增长21%;快递业务收入超过1430亿元，年均增长20%。此外，电子商务、网络购物等新型服务业态的迅猛发展，将促进网购快递需求快速增长。巨大的市场底下蕴含着残酷的蛋糕争夺战，中国物流业是几乎全面对外开放的领域，几大国际快递巨头早已将触角伸经中国市场的各个领域。市场上形成了外资品牌、国有企业、民营快递企业三股主要的竞争力量。外资品牌通过兼并合资、申请牌照等方式不断抢占中国快递市场;国有企业通过政策、资金实力等不断扩张;民营企业在特定环境下发展迅速，已涌现顺丰速递、“四通一达”等品牌快递企业，其他中小民营快递企业在保存实力的同时也力图扩张做大做强。群雄纷争下，快递企业如何把握局势，认清对手?本报告最大的特点就是性和适时性。报告通过对大量一手市场调研数据的性分析，深入而客观地剖析中国快递行业的竞争充分度、竞争层次及排名情况、区域性竞争力格局、行业并购整合及竞争趋势、国内品牌快递企业、国外品牌快递企业、国内区域性快递企业，并根据快递行业的发展轨迹及多年的实践经验，对快递行业的竞争格局做出审慎分析。是快递企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动态，把握市场机会，做出正确经营决策和明确企业发展方向不可多得的精品。

报告目录：

第1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 快递业发展规模分析

1.1.2 快递业存在问题分析

1.1.3 快递业发展驱动因素

1.2 中国快递业经营情况分析

1.2.1 快递业经营现状分析

1.2.2 快递业务完成情况分析

1.2.3 快递业务收入情况分析

1.2.4 中国快递行业市场地位分析

1.3 中国快递业物流环境分析

1.3.1 物流总额增幅及其构成情况

1.3.2 物流总费用增幅及构成情况

1.3.3 物流业增加值增幅及贡献情况

1.3.4 物流固定资产投资及增长情况

1.3.5 全国重点企业物流统计调查情况

1.4 中国快递业宏观环境分析

1.4.1 快递业政策环境分析

1.4.2 快递业社会环境分析

1.4.3 快递业技术环境分析

第2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3章：中国快递企业网购市场竞争分析 3.1 中国电子商务市场分析 3.1.1 电子商务交易规模 3.1.2 电子商务区域分布 3.1.3 电子商务行业分布 3.1.4 移动电子商务市场现状 3.1.5 电子商务发展规划分析 3.1.6 电子商务发展趋势分析 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 3.2.2 网购市场竞争状况分析 3.2.3 中国网络商店分布分析 3.3 网购快递市场发展分析 3.3.1 网购快递市场规模分析 3.3.2 网购快递市场竞争分析 3.3.3 网购快递市场存在问题 3.3.4 快递与网购协调发展 3.4 网购快递企业创新竞争 3.4.1 移动互联网+行业模式创新 3.4.2 互联网+行业打造消费闭环 3.4.3 无人机+行业提升服务水平 3.4.4 物联网+行业打造智能终端 3.4.5 零售商+行业促线上线下融合 3.4.6 跨境电商+行业开启国际化进程 3.5 快递企业网购市场竞争策略 3.5.1 电子商务企业物流配送策略 3.5.2 快递企业网购物流配送策略 第4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 东中西部区域市场集中度 4.1.2 细分区域市场集中度 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环境 4.2.2 长三角快递业市场发展情况 4.2.3 本土快递企业竞争分析 4.2.4 外地快递企业竞争分析 4.2.5 外/合资快递企业竞争分析 4.2.6 长三角区域内快递企业竞争综述 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环境 4.3.2 珠三角快递业市场发展分析 4.3.3 本土快递企业竞争状况 4.3.4 外地快递企业竞争分析 4.3.5 外/合资快递企业竞争分析 4.3.6 珠三角区域内快递企业竞争综述 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环境 4.4.2 京津冀快递业市场发展分析 4.4.3 本土快递企业竞争状况 4.4.4 外地快递企业竞争分析 4.4.5 外/合资快递企业竞争分析 4.4.6 京津冀区域内快递企业竞争综述 4.5 东三省快递市场竞争分析 4.5.1 东三省地区快递业发展环境 4.5.2 东三省快递业市场发展 4.5.3 本土快递企业竞争状况 4.5.4 外地快递企业竞争分析 4.5.5 外/合资快递企业竞争分析 第5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 5.1.2 外资快递品牌国内竞争分析 5.1.3 民营快递品牌竞争分析 5.1.4 国有快递的先天竞争优势 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 5.2.2 第一阵营企业排名情况 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 5.3.2 第二阵营企业排名情况 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 5.4.3 第三阵营快递企业特色业务分析 第6章：中国领先快递企业竞争力分析 6.1 领先快递企业服务质量竞争状况 6.2 国际快递巨头在华经营情况 6.2.1 DHL经营情况分析 6.2.2 FedEx经营情况分析 6.2.3 UPS经营情况分析 6.2.4 TNT经营情况分析 6.2.5 四大快递公司对比 6.3 中国快递行业重点企业分析 6.3.1 顺丰速

运有限公司 6.3.2 申通快递有限公司 6.3.3 圆通速递有限公司 6.3.4 中通快递股份有限公司
6.3.5 百世快递有限公司 6.3.6 韵达控股股份有限公司 6.3.7 天天快递有限公司 6.3.8 北京宅急送
快运股份有限公司 6.3.9 优速物流有限公司 6.3.10 速尔快递有限公司 第7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 7.1.2
快递企业并购整合的行业动力 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 7.2.2 快递企业纵向并购整合模式 7.2.3 快递企业多元
化并购整合模式 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
7.3.2 民营快递企业并购重组可行性分析 7.3.3 民营快递企业并购重组的具体实施 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8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 8.1.2 企业技术装备战略趋势 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 快递企业产品竞争策略 8.3.1 快递产品多元化策略 8.3.2 快递产品特色化策略
8.3.3 快递产品人性化策略 8.4 快递企业价格竞争策略 8.4.1 同城快递价格分析与建议 8.4.2 异
地快递价格分析与建议 8.4.3 国际快递价格分析与建议 8.5 快递企业服务竞争策略 8.5.1 快递
企业送达时间对比分析 8.5.2 快递企业收发货件对比分析 8.5.3 快递企业相关赔偿对比分析
8.5.4 快递企业服务态度对比分析 8.5.5 其他快递企业服务对比分析 8.5.6 快递企业服务竞争建
议 8.6 快递企业售后服务策略 8.6.1 快递企业售后服务现状 8.6.2 快递服务质量发展目标 8.6.3
快递服务质量建设分析 8.7 快递企业营销竞争策略 8.7.1 国际快递巨头营销策略借鉴 8.7.2 中
国快递企业经营战略剖析 8.7.3 快递企业营销案例分析 第9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 9.1.2 中国民营快递
发展现状分析 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 9.3.2 特许加盟模式存在的缺陷与原因
分析 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1：2016-2021年中国快递行业业务总量趋势图（单位：亿件，%） 图表2：2021年快递
业务量月度变化趋势（单位：亿件） 图表3：2016-2021年中国网络购物市场规模（单位：万
亿元，%） 图表4：2016-2021年中国跨境电商交易规模（单位：万亿元，%） 图表5：快递行
业的经营范围 图表6：不同业务的快递企业比例（单位：%） 图表7：中国快递行业客户结构
图（单位：%） 图表8：中国快递行业企业客户结构图（单位：%） 图表9：2016-2021年快递

服务价格走势（单位：元/件） 图表10：2016-2021年中国快递行业业务总量趋势图（单位：亿件，%） 图表11：2021年中国快递业务量产品结构图（单位：%） 图表12：2021年中国快递业务量区域结构图（单位：%） 图表13：2021年中国快递业务量企业结构图（单位：%） 图表14：2016-2021年中国快递行业收入（年度）趋势图（单位：亿元，%） 图表15：2021年中国快递行业收入产品结构图（单位：%） 图表16：2021年中国快递行业收入区域结构图（单位：%） 图表17：2021年中国快递行业收入企业结构图（单位：%） 图表18：2016-2021年中国快递行业占邮政业收入比重图（单位：%） 图表19：2016-2021年快递行业收入占GDP比重走势图（单位：%） 图表20：2016-2021年中国社会流通总额趋势图（单位：万亿元，%） 图表21：2016-2021年中国社会流通总费用趋势图（单位：万亿元，%） 图表22：2016-2021年中国物流业增加值趋势图（单位：万亿元，%） 图表23：2016-2021年物流业固定资产投资趋势图（单位：万亿元，%） 图表24：2016-2021年中国物流业景气指数趋势图（单位：%） 图表25：中国快递行业的管制程度和管理体制变化 图表26：快递行业法律法规汇总表 图表27：《邮政业发展“十四五”规划》目标内容 图表28：2016-2021年中国网民数量及普及率走势图（单位：万人，%） 图表29：2016-2021年中国移动互联规模走势图（单位：万人，%） 图表30：RFID 在各国快递行业的应用情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/452697.html>