

2016-2022年中国快递行业 市场分析及趋势预测分析报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国快递行业市场分析及趋势预测分析报告》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.bosidata.com/qtzzh1601/493271RD17.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-06-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国快递行业市场分析及趋势预测分析报告》介绍了快递行业相关概述、中国快递产业运行环境、分析了中国快递行业的现状、中国快递行业竞争格局、对中国快递行业做了重点企业经营状况分析及中国快递产业发展前景与投资预测。您若对快递产业有个系统的了解或者想投资快递行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

随着全球经济一体化进程不断加快，各国间的贸易壁垒不断消除，国际贸易和国内贸易活动愈加活跃，生产、经营和社会活动趋于高效率 and 快节奏，时间价值越来越重要，大量的样品、单证、商务函件、资料的快速传递需求，为函件快递业者提供了大量的货源。

随着科学技术的发展，产品的科技含量增加，高科技企业的大量产品，体积小、重量轻，货值却很高，占用流动资金很大，快递运输能将这些产品尽快送给客户，并提供良好的包装、仓储、报关物流服务，满足了企业的需要，实现了最大可能的社会化分工。

在不断的发展过程中，逐步形成了以处理文件、资料、图纸、贸易单证等为主的函件快递和处理样品、高附加物品、社会活动礼品和家庭高档商品等为主的货物快递这两种方式并同时得到发展，只是小规模快递公司由于其能力有限，经营重点各有不同，国际知名的快递公司依靠其强大的技术和网络优势，均不断扩展势力，在某一区域甚至全球逐渐形成优势，并开辟了多种新的服务方式和手段。分析快递业发展的基本特征，寻求其发展规律对正在发展中的中国快递业是十分必要的。

报告目录：

第一章2015年国际快递行业发展概况1

第一节2015年国际快递行业发展简析1

一、国际快递行业的特性1

(一) 国际快递业的发展历程1

(二) 国际快递企业进入中国市场2

二、国外快递行业发展的启示5

三、世界快递市场格局分析6

第二节美国12

一、美国快递行业发展特点12

二、美国快递行业管理体制与政策14

三、美国快递行业竞争格局分析16

四、美国快递行业与信息化状况及其启示19

五、美国发展现代快递行业的主要做法19

第三节欧洲21

一、欧洲现代快递发展的特点21

二、推进快递业快速发展的主要动因22

三、快递业对社会经济发展的促进效果23

四、借鉴和启示24

第四节其他国家24

一、日本快递行业发展概况24

二、日本邮政民营化改革25

三、韩国快递业发展现状25

四、拉丁美洲快递发展状况25

五、新加坡快递业现状及发展概况25

第五节《邮政法》草案对国际快递业的影响28

第二章2015年跨国快递业巨头市场营运状况浅析30

第一节联邦快递(FedEx)30

一、公司介绍30

二、在华市场运营情况31

三、营销策略33

四、公司最新动态39

第二节敦豪全球快递网络DHL40

一、DHL简介40

二、业务发展40

三、DHL的中国战略41

四、2015年DHL大举发展中国业务42

第三节美国联合包裹运送公司(UPS)44

一、UPS简介44

二、UPS在资源整合过程中快速成长45

三、UPS的现代物流信息技术成为其竞争优势49

四、UPS的中国战略51

五、美国UPS2015年经营策略53

六、UPS给中国物流企业的启示54

第四节TNT--天地快运55

一、TNT简介55

二、TNT在中国的投资策略55

三、公司最新动态56

第三章2015年中国快递行业市场运行环境解析58

第一节2015年中国快递行业经济环境分析58

一、中国GDP分析58

二、消费价格指数分析59

三、城乡居民收入分析59

四、社会消费品零售总额61

五、全社会固定资产投资分析64

六、进出口总额及增长率分析70

第二节2015年中国快递行业政策环境分析70

一、《快递服务标准》70

二、《快递业务员国家职业标准》71

三、《邮政业消费者申诉处理办法》85

四、《快递服务》标准2015年施行89

五、《快递运单》国家标准发布91

第三节2015年中国快递行业技术环境分析93

一、GPS将逐步在快递行业中得到推广和普及93

二、快递业需要加快运用电子标签等物联网技术93

第四节2015年中国快递行业社会环境分析94

一、人口环境分析94

二、教育环境分析95

三、文化环境分析96

四、生态环境分析96

第四章2015年中国快递行业发展现状综述98

第一节2015年中国快递行业发展概况98

一、快递业在中国持续发展带来的启示98

- 二、我国快递市场发展态势101
- 三、2015年中国快递服务运行情况104
- 四、我国快递市场结构107
- 五、中国快递业的发展模式114
- 六、中国快递业细分市场分析120
- 七、中国国际快递业发展概况122
- 第二节2015年中国快递的行业特性分析128
 - 一、2015年快递行业运行情况128
 - 二、2015年快递服务满意度调查结果的通告130
 - 三、2015年电商大战或引发快递企业站队132
 - 四、2015年快递市场细分分析133
- 第三节2015年中国快运快递业的地区发展现状135
 - 一、区域快递业发展的不平衡135
 - 二、上海加快培育快递业“总部经济”136
 - 三、2015年上海快递市场竞争格局137
- 第四节新《邮政法》草案对民营快递的影响139
- 第五节2015年中国快运快递业的问题142
 - 一、快递业缺乏制度和法律保障142
 - 二、快递硬件设施及信息化水平差142
 - 三、快递企业运营管理落后143
 - 四、快递行业竞争无序143
 - 五、快递企业经营模式亟待转型143
 - 六、快递快速成长背后的隐忧145
 - 七、快递企业亟待跳出低水平竞争149
- 第五章2015年中国快运快递子行业发展现状透视152
 - 第一节航空快递152
 - 一、航空快运快递业分析152
 - 二、我国航空货运特征154
 - 三、我国航空货运发展面对的机遇与挑战155
 - 四、航空货运的发展亮点157
 - 五、我国航空快运运作模式157

六、航空快递业的出路159

第二节公路快递160

一、我国公路快运的外部环境分析160

二、公路快运行业中不同类型的企业的区别161

三、公路快运企业当前的困惑与解题163

四、公路快运行业趋势预测分析及快运企业发展的规划164

第三节铁路快递166

一、铁路快运产业外部环境分析166

二、中国铁路快运的现状168

三、铁路快运的优劣势168

四、我国铁路小件货物快运发展方向研究分析169

第四节水运快递170

一、2015年水路交通行业发展170

二、2015水路运输产业状况171

三、2015水路运输量172

第六章2015年中国民营快递业的发展形势诠释173

第一节2015年中国民营快递发展概况173

一、中国民营快递业的发展现状173

二、我国民营快递企业现状分析175

三、中国民营快递公司前期的发展原因分析177

四、中国民营快递面临的困境179

五、中国民营快递的主要品牌179

六、中国民营快递主要品牌展望180

第二节2015年中国民营快递发展面临的机遇与挑战181

一、快递企业倒闭引发的思考181

二、2015年民营快递内忧外患182

三、我国民营快递业面临的问题188

四、民营快递企业所面临的问题189

第三节2015年中国民营快递发展的对策190

一、我国民营快递业的应对策略190

二、我国民营快递企业的发展对策192

- 三、星辰急便倒闭危机对民营快递的启示193
- 四、国际快递企业发展对中国民营快递的启示196
- 第四节2015年中国民营快递企业发展战略分析203
 - 一、提高服务水平203
 - 二、找准市场定位实施差异化营销策略203
 - 三、扩大网点数量及覆盖面204
 - 四、建立高效的信息处理系统204
 - 五、注重人才培养204
 - 六、跨界整合扩大发展途径204

第七章2015年中国外资快递业营运形势剖析205

第一节外资快递业发展回顾205

- 一、外资进入国内快递业的经验借鉴205
- 二、外资快递巨头争夺中国市场回顾206
- 三、外资快递巨头获批国内快递业207

第二节2015年外资快递巨头战略布局分析209

- 一、外资快递巨头垄断中国国际快递业209
- 二、外资快递巨头的战略布局分析210
- 三、四大国际快递企业发展中遇到的困境分析211

第三节2015年中国外资快递业发展现状212

- 一、中国快递市场进一步开放212
- 二、外资快递优势明显213
- 三、激烈竞争不可避免214
- 四、国外企业或水土不服214
- 五、中国快递业在竞争中发展壮大215

第四节2015年外资快递在华投资发展动态217

- 一、2015年FedEx、UPS获牌国内快递细分化217
- 二、2015年外资快递入华引蝴蝶效应218
- 三、外资快递五年内难撼国内格局220

第八章2015年中国快递行业竞争格局研究222

第一节2015年我国快递业竞争发展的SWOT分析222

- 一、我国快递业的优势分析222
- 二、我国快递业的劣势分析223
- 三、我国快递业面临的机遇及挑战225
- 第二节2015年中国快递行业竞争概况226
 - 一、美国快递竞争格局226
 - 二、中国快递行业竞争格局227
 - 三、中国快递行业各细分市场竞争格局237
 - 四、中国快递行业兼并收购情况241
 - 五、中国快递行业集中整合情况243
 - 六、中国快递行业未来竞争变局展望244
- 第三节2015年中国快递市场竞争比较剖析246
 - 一、国际快递市场246
 - 二、国内快递市场247
 - 三、网购快递市场248
 - 四、商务快递市场249
 - 五、服务质量250
- 第四节2015年中国提升快递市场竞争力对策251
 - 一、快递市场群雄逐鹿251
 - 二、多元化竞争格局252
 - 三、2015年中国提升快递市场竞争力对策254

- 第九章2015年中国快递行业内优势企业竞争力分析256
 - 第一节EMS256
 - 一、公司概况256
 - 二、EMS的发展史256
 - 三、EMS业务优势257
 - 四、EMS或将于2015年上市262
 - 第二节中铁快运股份有限公司264
 - 一、公司概况264
 - 二、2015年中铁快运把握高端物流市场265
 - 三、2015年中铁快运时限快运业务发展迅速265
 - 四、2015年中铁快运提前实现年度配送网络建设目标266

第三节顺丰速运（集团）有限公司266

一、公司概况266

二、顺丰速运集团发展的成就267

三、顺丰快递业务推出多元服务产品267

四、2015年顺丰价欲战略275

第四节宅急送快运股份有限公司277

一、公司概况277

二、宅急送发展优势277

三、2015年宅急送降价抢市场277

第五节上海圆通快递（物流）有限公司280

一、公司概况280

二、圆通快递有限公司服务产品280

三、圆通快运公司发展目标281

第六节申通快递有限公司281

一、公司概况281

二、申通快递加快品牌建设步伐281

三、申通快递发展取得的成就概述282

第十章2015年中国邮政与快递市场发展现状分析283

第一节2015年中国邮政的发展现状分析283

一、中国邮政产业的发展概况283

一、中国邮政产业收入284

三、中国邮政业存在的问题及解决策略285

四、中国邮政业发展相关政策287

第二节2015年中国邮政业行业运行情况288

一、全行业运行情况288

二、全行业运行特点289

第三节邮政业发展“十三五”规划292

一、“十三五”形势292

二、指导思想和发展目标294

三、主要任务295

四、政策措施298

第十一章2016-2022年中国快递行业趋势预测分析与策略分析301

第一节2016-2022年中国快递行业发展环境预测301

一、行业管理模式301

二、国内快递行业的发展形势302

第二节2016-2022年中国快递行业趋势预测分析303

第三节2016-2022年中国快递行业盈利能力预测305

第四节2016-2022年中国快递行业发展趋势306

一、快递业面临历史性变革307

二、国际快递巨头涉足国内快递307

三、民营快递发展形势308

四、洗牌进程加速309

五、变革势在必行310

六、市场优胜劣汰中重组311

七、2016年中国快递行业发展预测312

八、2016-2022年中国电子商务对快递的影响及预测313

第五节2016-2022年中国快递企业投资策略分析320

一、我国快递业发展对策研究320

二、我国快递业转变经营模式323

三、我国快递业人才管理策略325

四、我国快递市场细分及营销策略329

五、快递企业走出“国门”的路径与策略330

第十二章2016-2022年中国快递行业投资机会与风险规避指引332

第一节2016-2022年中国快递行业投资机会分析332

第二节2016-2022年中国快递行业投资前景预警334

一、宏观经济波动风险334

二、政策风险334

三、经营风险335

四、技术风险335

五、进入退出风险336

六、外资进入风险337

七、服务风险337

八、区域风险337

第三节投资建议338

图表目录：

图表：快运快递业与普通运输方式的区别2

图表：快运快递业的对象3

图表：快运快递业的分类3

图表：特快专递定义3

图表：特快专递与航空快运的区别4

图表：特快专递与与空运门到门以及EMS业务的异同比较4

图表：四大际快递公司快递关业务概况7

图表：快递产品运输方和时效性7

图表：四大公司侧重不同细分市场意图8

图表：跨快递服务产品列表清单9

图表：跨业务收入增长10

图表：世界GDP与跨快递业务量增对比11

图表：美国快递业资源、产品和网络演化轨迹12

图表：时代召唤下的运输需求13

图表：快递行业需求驱动14

图表：美国快递业政策逐步放松15

图表：政策放开，美国货运量逐年上升15

图表：美国快递行业自然成长与行业集中度16

图表：美国地面快递被四巨头垄断17

图表：美国空运快递被四巨头所垄断17

图表：美国快递业务类型18

图表：美国快递物流细分市场18

图表：2004年~2014年欧洲快递物流市场总额和年增长率21

图表：欧洲各国快递物流市场领先企业22

图表：FedEx公司基本情况31

图表：FedEX发展史34

图表：FedEX的飞机舰队实力卓越35

图表：FedEX全球运转中心36

图表：FedEXExpress2013经营情况37

图表：FedEX在美收入绝大部分来自于隔夜达业务38

图表：FedEX的航空运输收入远高于UPS38

图表：航空领域FedEX独霸一方39

图表：DHL快递公司基本情况41

图表：UPS公司基本情况44

图表：UPS发展史46

图表：UPS的“黄金链接”到货时间（从纽约出发）46

图表：UPS经营情况（2013）47

图表：UPS是美国本土地面快递之王47

图表：UPS的地面快递占其日平均运量的绝大部分（千件）48

图表：UPS的地面快递占其收入的绝大部分（百万美元）48

图表：2013年3季度-2015年4季度国内生产总值增长速度58

图表：2006-2015年国内生产总值及其增长速度59

图表：2013年3季度-2015年4季度城镇居民人均可支配收入实际增长速度60

图表：2013年3季度-2015年4季度农村居民人均可支配收入实际增长速度60

图表：2006-2015年全年农村居民人均纯收入及其实际增长速度61

图表：2006-2015年全年农村居民人均纯收入及其实际增长速度61

图表：2014年-2015年社会消费品零售总额增速（月度同比）62

图表：2014年-2015年社会消费品零售总额分月同比增速63

图表：2015年12月份社会消费品零售总额主要数据63

图表：2014年与2015年固定资产投资（不含农户）同比增速对比65

图表：2014年-2015年房地产开发投资同比增速65

图表：2014年-2015年固定资产投资（不含农户）同比增速66

图表：2015年分地区投资相邻两月累计同比增速67

图表：2014年-2015年固定资产投资到位资金同比增速68

图表：2015年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据68

图表：2014年年末人口数及其构成95

图表：2006-2015年普通高等教育、中等职业教育、普通高中招生人数95

图表：中国快递企业的营业网点数98

图表：中国快递行业发展历程99

图表：2003-2015年中国快递行业业务量、收入及其增速100

图表：2006年至2014年中快递业务量101

图表：民营六大快递企业2010年票件数和收入102

图表：中国网购金额增长102

图表：电商卖选择快递公司动因重要度排序103

图表：各国物流竞争力指数LPI排名103

图表：国内快递公司提供空运关服务简介104

图表：2015年国有、民营、外资三大主体市场份额108

图表：2015年中国快递行业业务量和收入结构图快递收入109

图表：2015年异地快递业务量、收入及其增速110

图表：2007-2015年国内异地快递单价逐年下滑111

图表：2008-2015年异地业务占市场半壁江山111

图表：2008-2015年国际及港澳台快递业务量、收入及其增速112

图表：2008-2015年同城快递业务量、收入及其增速113

图表：2015年快递收入区域结构114

图表：2015年快递业务量区域结构114

图表：典型企业的节点控制图115

图表：加盟型快递企业30元运单分解115

图表：直营快递企业成本分解116

图表：加盟快递企业成本分解116

图表：组织形式与市场定位关系117

图表：直营加盟快递企业服务与网络覆盖坐标图118

图表：2010-2015年快递行业有效申诉量119

图表：2015年快递投诉主要问题119

图表：2015主要快递企业全年平均百万件快递有效申诉件120

图表：中国快递三大细分市场份额121

图表：细分行业特点比较121

图表：2008-2015年国际及港澳台快递业务收入增速放缓123

图表：2008-2015年月度进出额与国际港澳台业务收入高度相关123

图表：60%以上国际快递收入变动可由贸易额变动解释124

图表：2000-2015年全球经济复苏将带动国际件业务回升125

图表：四大快递巨头称霸国际件市场（中国始发）126

图表：1993-2015年顺丰的国际扩张步伐127

图表：顺丰的全球网络：立足亚洲，贯通世界127

图表：三大快递巨头亚太枢纽分布对比图138

图表：三大快递巨头在上海浦东机场的货运枢纽建设进程表139

图表：2015年国有、民营、外资快递企业业务量市场份额图176

图表：2015年国有、民营、外资快递企业业务量市场份额176

图表：2015年国有、民营、外资快递企业业务收入市场份额图176

图表：2015年国有、民营、外资快递企业业务收入市场份额177

图表：2015年美国国内空运件市场格局（单位：百万美元）226

图表：2015年美国国内陆运件市场格局（单位：百万美元）227

图表：中国快递行业成熟度与发达市场的对比228

图表：FedEx历史单件收入和利润率情况（单位：左轴-美元件）229

图表：国内外快递企业网络对比230

图表：近几年快递业主要并购案例231

图表：快递标准化体系总结232

图表：单人单日业务量对比232

图表：直营和加盟的详细比较233

图表：UPS将信息技术运用于快递配送的每个环节和流程234

图表：FedEx和UPS历史单人单日业务量235

图表：FedEx和UPS历史ROE236

图表：2014快递行业主要企业实力排名237

图表：“四通一达”实力对比237

图表：四大快递巨头占中国国际快递市场份额情况238

图表：异地快递市场结构（估计值）239

图表：异地快递集散辐射式运输240

图表：同城快递市场结构241

图表：近5年快递行业重要并购时间表241

图表：美国国内小包裹市场份额242

图表：中国快递市场份额242

图表：前四强企业2010年收入情况243

图表：行业集中度指数分类标准243

图表：中国快递企业处于集中整合阶段244

图表：四大快递巨头占中国国际快递市场份额情况247

图表：2015年三季度业务量市场份额249

图表：快递平均送达天数250

图表：2015年12月快递企业被申诉情况（顺丰仅次于外资）250

图表：顺丰网点规模国内领先251

图表：中国邮政快递物流公司主营业务258

图表：中国邮政快递物流公司2015年主营业务收入拆分（单位：千元）259

图表：中国邮政快递物流公司2015年主营业务毛利拆分（单位：千元）259

图表：中国邮政快递物流公司近三年主营业务收入和毛利259

图表：中国邮政快递物流公司主要财务指标260

图表：中国邮政快递物流公司网络覆盖面比较260

图表：网购高增长对中国邮政快递物流公司业务的拉动很小262

图表：顺丰接连出手，三大电商平台并行268

图表：顺丰优选——瞄准高毛利高端食品市场268

图表：顺丰尊礼会——瞄准高端礼品市场270

图表：顺丰便利店271

图表：顺丰：快递与便利本属一家272

图表：顺丰便利店寄件优惠25%272

图表：顺丰航空件与陆运件价格对比（以上海-北京为例）274

图表：顺丰“四日件”与“四通一达”价格对比274

图表：2015年全国邮政行业发展情况表285

图表：快递企业经营许可流程301

图表：我国邮政市场法律体系302

图表：2010 - 2015年快递业务收入分月对比图303

图表：预计2021年中国快递行业规模可达3400亿元304

图表：2005-2015年中国快递市场规模304

图表：2005-2015年全国快递业务持续增长305

图表：2005-2015年全国快递收入持续增长306

图表：电子商务中的三流314

图表：FedEx和UPS陆运件历年收入和业务量增速315

图表：2015年异地快递市场和总体快递市场增速比较316

图表：2015年互联网用户将使美日总和的两倍316

图表：网络用户激增推动电子商务快速发展318
图表：电子商务市场规模将达零售业的8%318
图表：电子商务交易额占比零售业总额319
图表：快递企业来自于网购的收入319
图表：网购快递市场规模测算320
图表：快递公司人力成本高企原因326
图表：基于市场定位的组织形式选择327
图表：加盟快递转型策略328
图表：快递企业走出“国门”应当具备的条件331
图表：我国高端与低端快递市场进入与退出壁垒比较336
图表：美国历年快递业务量和收入（估计值）338
图表：快递业发展生命曲线339
图表：快递企业来自于网购的收入340
图表：快递业十三五规划中的服务能力建设工程341

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1601/493271RD17.html>