

2022-2028年中国快递物流 市场评估与投资潜力分析报告

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年中国快递物流市场评估与投资潜力分析报告》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.cction.com/report/202203/280024.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

“十二五”期间，快递业实现持续高速增长，业务量收分别增长7.8倍和3.8倍，快递业务收入占邮政业业务收入比重由45%提升到69%，快递业的重要地位日益凸显。初步形成7家年收入超200亿元、8家年收入超100亿元的快递企业，快递业市场化、网络化、规模化、品牌化程度不断提高。“十二五”末，我国快递年业务量突破200亿件，继2014年首次突破100亿件后再登新量级，稳居全球首位，最高日处理量突破1.6亿件，成为中国经济的一匹“黑马”。

能力水平持续提升。全国快递服务营业网点从6.4万个增至18.3万个，县级网点覆盖率达95%以上，乡镇网点覆盖率提升至70%，快递网络向中西部地区、中小城市及县域乡镇加快延伸。全国建成快件分拣中心逾千个，配备全自动分拣设备的枢纽型分拣中心61个，在建或建成投入使用的快递专业类物流园区超200个，处理能力显著增强，集约化程度进一步提高。快递专用货机从19架增至71架，3家快递企业拥有自主航空机队，航空快件占国内货邮吞吐量的比例超过一半。高铁运快件和电商快递班列取得突破，快递干线车辆从7万辆增至19万辆，快递综合运输能力大幅提升。手持终端近80万台，主要城市在用智能快件箱逾6万组，快递电子运单使用率达到55%，行业智能化水平明显提升。

转型升级步伐加快。重点快递企业探索建立现代企业制度，多元资本在快递领域交叉持股、相互融合，市场主体活力和创造力不断激发。业务板块由“1+1”向“1+3”拓展，重点聚焦电子商务、制造业、跨境贸易等领域，产业链进一步延伸。仓配一体化、代收货款、供应链管理等业务种类加快发展，服务内涵不断扩大，部分快递企业正由传统快递服务提供商向综合性快递物流运营商转型。快递公共服务站、连锁商业合作等末端收投新模式相继涌现，末端服务方式日益多元。快递服务满意度逐年提高，时限准时率相对稳定，用户有效申诉率逐年下降，快递服务质量明显改善。

邮政快递业作为国家战略性基础设施和社会组织系统，与产业上下游、外部社会、经济环境、技术发展程度等关系日渐密切。随着电商行业的蓬勃发展，快递行业近几年也保持着增长的态势。2010-2019年，我国快递行业业务总量保持逐年增长的趋势。2019年，我国快递业业务量累计完成635.2亿件，同比增长25.3%，增速较往年有所放缓。2010-2019年快递行业年度业务总量及增速情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国快递物流市场评估与投资潜力分析报告》共十三章。首先介绍了中国快递物流行业市场发展环境、快递物流整体运行态势等，接着分析了中国快递物流行业市场运行的现状，然后介绍了快递物流市场竞争格局。随后，报告对快递物流做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国快递物流行业发展趋势与投资预测。您若想对快递物流产业有个系统的了解或者想投资中国快递物流行业，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 研究概念及方法

第一节 快递物流行业定义及分类

第二节 行业研究背景

第三节 数据来源及统计口径

一、行业统计部门和统计口径

二、行业统计方法及数据种类

第二章 2015-2019年全球快递物流所属行业发展分析

第一节 2015-2019年全球快递物流所属行业发展现状调研

第二节 2015-2019年全球快递物流行业主要品牌

一、全球快递物流行业主要品牌

二、全球快递物流行业主要品牌市场占有率格局

第三章 2015-2019年中国快递物流行业发展分析

月度情况来看，2017-2019年每年中我国快递行业当月业务总量和收入走势基本一致，但每年的2月份和11月份会出现明显的波动，其原因是2月份为春节快递需求减少，11月份为购物节所以需求增大。2010-2019年中国快递行业月度业务总量情况（亿件）2010-2019年中国快递行业月度业务收入情况（亿元）

第一节 2015-2019年中国快递物流行业发展现状调研

第二节 2015-2019年中国快递物流行业主要品牌

一、中国快递物流行业主要品牌

二、中国快递物流行业主要品牌市场占有率格局

第四章 2015-2019年中国快递物流行业发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

- 一、2015-2019年宏观经济运行状况分析
- 二、2015-2019年中国居民（消费者）收入状况分析
- 三、2015-2019年中国城市化率

第二节 2019年中国快递物流行业发展社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第三节 快递物流行业相关政策

- 一、国家“十三五”产业政策
- 二、其他相关政策（标准、技术）
- 三、出口关税及相关税收政策

第五章 2015-2019年中国快递物流产业市场竞争现状分析

第一节 2015-2019年中国快递物流产业竞争现状分析

- 一、快递物流市场竞争情况分析
- 二、快递物流行业swot分析

第二节 2015-2019年中国快递物流行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业区域分布集中度
- 三、行业市场消费区域集中度

第三节 我国快递物流行业外资进入状况分析

第四节 我国快递物流行业合作和并购状况分析

第六章 2015-2019年中国快递物流所属行业市场供需现状分析

第一节 2015-2019年中国快递物流所属行业市场规模

第二节 2015-2019年中国快递物流所属行业供求状况分析

- 一、2015-2019年中国快递物流行业产量状况分析
- 二、2015-2019年中国快递物流行业需求状况分析
- 三、2015-2019年中国快递物流行业市场规模

第三节 2022-2028年中国快递物流所属行业供求预测分析

第四节 2022-2028年中国快递物流所属行业市场规模预测分析

第七章 中国快递物流行业渠道分析

第一节 2015-2019年中国快递物流行业需求地域分布结构

第二节 2019年中国快递物流区域市场规模分析

一、2019年东北地区市场规模分析

二、2019年华北地区市场规模分析

三、2019年华东地区市场规模分析

四、2019年华中地区市场规模分析

五、2019年华南地区市场规模分析

六、2019年西部地区市场规模分析

第三节 2015-2019年中国快递物流行业经销模式

第四节 2015-2019年中国快递物流行业渠道形式

第五节 2015-2019年中国快递物流行业渠道格局

第六节 2015-2019年中国快递物流行业渠道要素对比

第八章 中国快递物流行业技术分析

第一节 国内外快递物流行业技术发展现状调研

第二节 快递物流产业技术竞争分析

第三节 快递物流产业最新动态分析

第四节 快递物流行业市场项目状况分析

第五节 快递物流行业技术发展趋势预测分析

第九章 中国快递物流行业重点企业分析

第一节 顺丰控股股份有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第二节 中国邮政速递物流股份有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第三节 中通快递股份有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第四节 韵达控股股份有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第五节 圆通速递股份有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第六节 申通快递股份有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第七节 北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第八节 百世物流科技（中国）有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第九节 联邦快递（中国）有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第十节 天天快递有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第十章 2015-2019年中国快递物流行业竞争情况分析

第一节 中国快递物流行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、附加值的提升空间
- 三、进入壁垒/退出机制
- 四、行业周期

第二节 中国快递物流行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第三节 2022-2028年中国快递物流行业市场竞争策略展望分析

- 一、2022-2028年中国快递物流行业市场竞争趋势预测
- 二、2022-2028年中国快递物流行业市场竞争格局展望分析
- 三、2022-2028年中国快递物流行业市场竞争策略分析

第十一章 2022-2028年中国快递物流行业发展预测分析

第一节 2022-2028年中国快递物流行业未来发展预测分析

- 一、2015-2019年中国快递物流行业发展规模分析
- 二、2022-2028年中国快递物流行业发展趋势预测

第二节 2022-2028年中国快递物流产业产需预测分析

- 一、快递物流行业市场产量预测分析
- 二、快递物流行业市场需求预测分析

第十二章 2022-2028年中国快递物流行业投资风险与策略分析

第一节 2022-2028年中国快递物流行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料风险分析
- 三、政策/体制风险分析
- 四、进入/退出风险分析
- 五、经营管理风险分析

第二节 产品定位策略

一、市场细分策略

二、目标市场的选择

第三节 产品开发策略

一、销售模式分类

二、市场投资建议

第四节 品牌经营策略

一、不同品牌经营模式

二、如何切入开拓品牌

第五节 服务策略

第十三章 2022-2028年中国快递物流行业发展战略分析()

第一节 快递物流行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 快递物流行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题()

图表目录

图表 2015-2019年中国快递物流行业市场规模及增速

图表 2022-2028年中国快递物流行业市场规模及增速预测分析

图表 2015-2019年中国快递物流行业重点企业市场份额

图表 2019年中国快递物流行业区域结构

图表 2019年中国快递物流行业渠道结构

图表 2015-2019年中国快递物流行业需求总量

图表 2022-2028年中国快递物流行业需求总量预测分析

图表 2015-2019年中国快递物流行业需求集中度

图表 2015-2019年中国快递物流行业需求增长速度

图表 2015-2019年中国快递物流行业市场饱和度

图表 2015-2019年中国快递物流行业供给总量

图表 2015-2019年中国快递物流行业供给增长速度

图表 2022-2028年中国快递物流行业供给量预测分析

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/280024.html>