

# 2018-2023年中国零担物流产业市场发展现状调查 与投资价值前景评估报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国零担物流产业市场发展现状调查与投资价值前景评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/296887296887.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 融合渗透是大势所趋

随着中国快递行业逐步走向成熟期，大型快递公司通过产品下延来进入快运行业，而快运行业也在进行产品上延从而进入到快递行业。快递与快运的融合渗透是大势所趋，当行业发展到一定程度时，快递企业需要补充长途干线的能力并拓展 B2B 业务，进而摊薄快递企业的运输成本；而快运企业需要丰富产品线，适应电商快速发展的需求，提升盈利能力。虽然快递、快运公司所处的业务领域有区别，但是对标国际上的 UPS、FedEx 等大型物流企业，国内快递或快运企业的目标都是要成为包含仓储、快递、零担等为一体的综合物流企业。

图：近年来快递与快运企业的融合渗透 从运营模式上看，直营制的顺丰在原有快递网络上叠加零担快运产品，而中通、百世等加盟制快递企业则采取了“网点加盟、独立运行”的方式来运营快运产品。

首先，加盟制快递企业采取了加盟的方式来开展快运业务，我们认为主要是由于加盟方式利于网点的扩张。

其次，为什么通达系快递企业采取“快递、快运独立运作”的方式，我们分析原因有两点：

1) 原有的网点设备、操作流程适用于小包裹的收寄，而零担货物的体积和重量都超出了一般的快递包裹，因此极难兼容。

2) 通过独立运行的方式，形成新的操作标准、运行系统，可以迅速打造时效性、标准化的快运产品，保证产品质量的统一性，增强与快运企业的竞争力，形成市场口碑。

从价格上看，快递企业的快运产品起送价较高，同城单位运价在 1 元/公斤左右，长距离快运单位运价在 3 元/公斤左右。顺丰起送价为 100 元，中通起送价为 45 元，德邦 20-30 元，快递企业的起送价较高。但是每公里运价上，顺丰、中通等快递企业低于德邦，同城快运（以上海市内为例）：中通标准快运为 0.8 元/公斤，顺丰物流普运为 1.0 元/公斤；长距离跨省份快运（上海-成都为例）：中通标准快运为 3 元/公斤。

### 图：快递企业的零担产品

网络化运营是成功关键 我国公路货运市场上经营主体超过几十万家，有能力进行全国网络布局并开展快运业务、成规模的企业不多，因此密集、发达的网络是公路零担快运的基础。

网络化运营，可以保障时效和形成规模效应。目前快运已然成为中国公路货运的竞争中心，“布网”是在零担快运领域形成竞争力的重要门槛。零担企业的加盟模式成为主流，恰恰

说明了“类加盟”扩张网点方式相对于“自营”而言，开发成本低、周期短，公司仅需向其输入管理方式和系统对接，便能够在短时间内实现网点数量扩张。目前中通、百世等快递企业也是采取加盟的方式来推行。

图：大型全国网络型快运企业运营模式

图：网络型零担快运企业的网点规模变化 形成标准化产品，利于复制

快递企业跨界快运，必须形成标准化的产品和运营，才能在以时效性为特征的零担快运行业中获得一定的发展空间。零担产品的标准化，利于可持续化扩张。德邦的“精准卡航”、佳吉快运的“红色快线”、天地华宇的“定日达”等都是以快速、准时为基本特点的门到门服务，快运老牌企业基于网络推出了标准化的快运产品，加以复制和全国推广，实现了规模的迅速扩大并奠定了盈利基础。

运营及技术的标准化，利于保障服务质量。主流零担快运企业在运营管理中，均实现了对零担网络的标准化运营，综合运用客户管理和路由优化监控，带来每个服务环节可靠性的持续提升，带来了运营效率的提升。

小票零担是未来重要增长点 零担快运的未来的重要增量将是小票零担，尤其是电商 B2C 带来的家居、家电配送。2016 上半年，德邦来自于线上 B2C 业务的快运收入增长高达 50%，家电、卫浴、家具等电商大件重量在 30kg~100kg，占据了 B2C 电商大件 85% 的市场份额，这些快递企业难以派送的大件商品，给零担快运带来增量。

家具、家电的线上渗透率较低，市场空间大和增速较高。目前，服装、化 IT 产品在电商中的渗透率已经非常高，而大家电的电商渗透率仅为 9.5%，家具的电商渗透率仅为 3%，2015 年 B2C 电商大件物流费用达 1206 亿人民币，年复合增长率超过 65%，市场空间大，增速高。图：家电、家具的电商渗透率较低

中国报告网发布的报告书内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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 2015-2017年中国零担物流行业分析

### 第一节 2015-2017年中国零担物流行业发展概况

#### 一、2015年中国零担物流行业发展概况

##### 1、零担行业定义

##### 2、零担行业市场现状

#### 二、2015年中国零担物流行业发展概况

### 第二节 2015-2017年中国零担物流行业总体运行情况

#### 一、2015-2017年中国零担物流企业数量及分布

#### 二、2015-2017年中国零担物流行业从业人员统计

### 第三节 零担物流行业发展环境

#### 一、2015年世界经济形势分析

#### 二、2015年世界经济发展趋势

#### 三、对我国经济的影响

#### 四、2015-2017年中国宏观经济运行概况

##### 1、中国GDP分析

##### 2、消费价格指数分析

##### 3、城乡居民收入分析

##### 4、工业发展形势

##### 5、全社会固定资产投资分析

##### 6、财政收支状况

##### 7、中国汇率调整

#### 五、中国宏观经济趋势预测

##### 1、2015年国际形势短期向好

##### 2、2015年我国经济增长趋势

##### 3、2015年通货紧缩趋势预测

##### 4、2015年的改革趋势预测

### 第二部分 行业深度透视

## 第二章 2015-2017年中国零担物流行业规模分析

### 第一节 2015-2017年中国零担物流行业资产负债状况分析

#### 一、2015-2017年中国零担物流行业总资产状况分析

#### 二、2015-2017年中国零担物流行业应收账款状况分析

#### 三、2015-2017年中国零担物流行业流动资产状况分析

#### 四、2015-2017年中国零担物流行业负债状况分析

### 第二节 2015-2017年中国零担物流行业销售及利润分析

- 一、2015-2017年中国零担物流行业销售收入分析
- 二、2015-2017年中国零担物流行业利润增长情况
- 三、2015-2017年中国零担物流行业亏损情况
  - 1、零担物流的盈利能力
  - 2、零担物流的亏损因素

### 第三章 2015-2017年中国零担物流行业成本费用分析

- 第一节 2015-2017年中国零担物流行业成本费用结构分析
- 第二节 2015-2017年中国零担物流行业销售成本情况
- 第三节 2015-2017年中国零担物流行业销售费用情况
- 第四节 2015-2017年中国零担物流行业管理费用情况
- 第五节 2015-2017年中国零担物流行业财务费用情况

### 第四章 2015-2017年中国零担物流行业整体评价

- 第一节 2015-2017年中国零担物流行业盈利能力
  - 一、2015-2017年中国零担物流行业毛利率
  - 二、2015-2017年中国零担物流行业资产利润率
  - 三、2015-2017年中国零担物流行业销售利润率
  - 四、2015-2017年中国零担物流行业成本费用利润率
- 第二节 2015-2017年中国零担物流行业偿债能力
  - 一、我国零担物流行业资产负债比率
  - 二、我国零担物流行业流动比率
  - 三、我国零担物流行业速动比率
- 第三节 2015-2017年中国零担物流行业营运能力分析
  - 一、我国零担物流行业总资产周转率
  - 二、我国零担物流行业流动资产周转率
- 第四节 2015-2017年中国零担物流行业发展能力分析
  - 一、我国零担物流行业总资产增长率
  - 二、我国零担物流行业利润总额增长率
  - 三、我国零担物流行业主营业务收入增长率

### 第五章 2015-2017年零担物流行业领先企业经营形势分析

- 第一节 中国零担物流企业总体发展状况分析
  - 一、零担物流企业主要类型
  - 二、零担物流企业资本运作分析

### 三、零担物流企业国际竞争力分析

#### 第二节 中国领先零担物流企业经营形势分析

##### 一、德邦物流

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务情况分析

###### 三、公司运营情况分析

###### 四、公司优劣势分析

##### 二、天地华宇

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务情况分析

###### 三、公司运营情况分析

###### 四、公司优劣势分析

##### 三、佳吉快运

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务情况分析

###### 三、公司运营情况分析

###### 四、公司优劣势分析

##### 四、盛辉物流

###### 一、企业概况

###### 二、主营业务情况分析

###### 三、公司运营情况分析

###### 四、公司优劣势分析

#### 第三部分 投资发展策略

### 第六章 中国零担物流行业投资与发展前景分析

#### 第一节 中国零担物流行业投资机会分析

##### 一、可以投资的中国零担物流模式

###### 1、传统零担模式之忧

###### 2、模式需要创新发展

###### 3、市场向公路快运转型

##### 二、2018-2023年中国零担物流投资机会

#### 第二节 2018-2023年中国零担物流行业发展预测分析

##### 一、未来中国零担物流发展分析

###### 1、零担快运成竞争中心，市场争夺硝烟四起

###### 2、受宏观经济影响，零担市场整体发展放缓

- 3、加盟制成趋势，与直营模式并驾齐驱
- 4、区域零担发展强劲，创新不断
- 5、零担专线面临管理升级和模式转型
- 6、行业兼并已经开始，资本流入加快

## 二、未来中国零担物流行业技术开发方向

- 1、零担物流管理系统主要功能
- 2、订单中心管理
- 3、库存管理
- 4、财务结算流程
- 5、运输订单处理流程
- 6、仓储业务流程
- 7、零担物流管理系统安全需求
- 8、管理系统发展趋势

## 三、总体行业“十三五”预测

- 1、专线零担运输将长期存在，精品专线竞争力强
- 2、直营型零担物流扩张加速，领军企业将逐步形成
- 3、跨行进入模式方兴未艾，标准化复制大势所趋

## 第三节 2018-2023年中国零担物流行业市场规模预测

## 第七章 2018-2023年投资风险分析

### 第一节 零担物流行业投资环境分析

- 一、社会物流总额
- 二、物流市场需求趋势
- 三、物流业固定资产投资
- 四、物流市场价格
- 五、物流企业经济效益
- 六、影响中国物流业发展的因素
  - 1、影响行业发展的有利因素
  - 2、影响行业发展的不利因素
- 七、物流业在国民经济中的地位和作用
  - 1、物流在国民经济中的价值
  - 2、物流在国民经济中的作用

### 第二节 零担物流行业投资风险分析

- 一、主要风险分析
  - 1、代收货款监管真空化



## 2、保险严重缺失

### 二、其他风险分析

#### 1、政策和体制风险

#### 2、宏观经济波动风险

#### 3、市场风险

#### 4、技术风险

#### 5、竞争风险

#### 6、营销风险

#### 7、相关企业风险

#### 8、区域风险

#### 9、资金短缺风险

#### 10、经营管理风险分析

### 第三节 公路零担物流企业风险研究

#### 一、公路零担物流发展历程

##### 1、我国公路零担货运发展的历史轨迹

##### 2、公路零担货运的萌芽期（1978—1984）

##### 3、公路零担货运的成长期（1984—1992）

##### 4、公路零担货运的繁荣期（1992—2005）

##### 5、公路零担货运的变革期（2005至今）

#### 二、公路零担物流企业风险识别

#### 三、货物到达时效控制风险

##### 1、物流需求预测风险

##### 2、物流网络结构风险

##### 3、物流储运风险

#### 四、物流信息获取时效控制风险

#### 五、零担物流企业防范时效控制风险的对策

##### 1、通过科学管理保证货物按时到达

##### 2、重视信息系统的运用

### 第四节 零担物流发展趋势策略

#### 一、公路零担货物运输的发展趋势

#### 二、公路零担货物运输的发展对策

##### 1、政府层面

##### 2、企业层面

#### 三、代收货款业务的发展对策

##### 1、行业层面

## 2、企业层面

### 第八章 专家观点与结论

#### 第一节 中国零担物流行业营销策略分析及建议

##### 一、中国零担物流行业营销模式

- 1、货站-小专线模式
- 2、直营型模式
- 3、加盟型模式
- 4、企业物流模式
- 5、电子商城物流模式

##### 二、中国零担物流行业营销策略

- 1、规范经营行为，加强风险控制
- 2、注重人才培养，突破发展瓶颈
- 3、调动员工积极性，提高执行力

#### 第二节 行业应对策略

##### 一、把握国家投资的契机

- 1、中国公路快运市场现状
- 2、2015-2017年公路货物运输量分析
- 3、铁路货物运输

##### 二、公路零担物流的概念和特点

##### 三、公路零担物流的现状和问题

##### 四、公路零担物流的组织形式及经营模式

##### 五、公路零担物流的流程及主要方法

##### 六、公路零担物流的效益分析

##### 七、公路零担物流的资金及其作用

#### 第三节 市场的重点客户战略实施

##### 一、实施重点客户战略的必要性

##### 二、合理确立重点客户

##### 三、实施重点客户战略要重点解决的问题

##### 四、重点客户管理功能

#### 第四节 社会化媒体的中小零担物流企业营销路径选择

##### 一、中小零担物流企业社会化媒体营销现状

- 1、认识存在误区，参与意识不强
- 2、普及程度较低，潜能未充分发挥
- 3、未形成系统的策略体系，营销效果不理想

## 二、制约中小零担物流企业实施社会化媒体营销的因素

- 1、缺乏长期成长性和竞争优势
- 2、缺乏社会化媒体营销人才
- 3、缺乏较强的品牌支撑

## 三、中小零担物流企业社会化媒体营销的路径选择

- 1、选拔复合型营销团队
- 2、精心选择多元化的营销渠道
- 3、创造高质量的传播内容
- 4、有效利用参与、互动提升品牌推广效果
- 5、强化声誉危机管理
- 6、完善营销效果评价体系

## 第五节 中小零担物流企业的信息化建设

### 一、零担物流企业

### 二、中小零担物流企业信息化现状

### 三、中小零担物流企业信息化建设思路

- 1、企业的信息化建设的基础
- 2、做好充分的自我诊断
- 3、以业务为根基，以信息技术应用为手段
- 4、提高效率，深化改革
- 5、提高一线人员作业水平
- 6、物流信息化建设应体现服务客户的原则

### 图表目录

#### 图表 零担物流货物结构

#### 图表 2015-2017年中国零担物流市场规模分析

#### 图表 2015-2017年中国零担物流企业数量分析

#### 图表 中国零担物流企业区域分布分析

#### 图表 2015-2017年中国零担物流从业人员数量分析

更多图表详见正文（GSLWK）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/296887296887.html>