

# 2021年中国快递市场分析报告- 市场竞争格局与未来动向研究

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《2021年中国快递市场分析报告-市场竞争格局与未来动向研究》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/537113537113.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

快递被定义为承运方通过由铁路、公路与航空等构成的自身独立或联营网络，并运用专业工具、设备与软件，将发件人委托的文件、包裹或物品进行揽收、信息录入、分拣、封发、转运与投送，从而快速安全地从发件人送达到收件人的点到点新型第三方物流运输服务方式。作为现代物流体系中一只新兴分支，快递行业在我国发展时间较短，处于快速成长阶段的快递行业呈现出了三种运营模式。

我国快递行业运营模式 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2019年，我国快递业务量为635.23亿件，同比增长25.3%；2020年，我国快递业务量为833.58亿件，同比增长31.2%，快递业务收入累计完成8795.4亿元，同比增长17.3%。2021年，我国快递业务量突破200亿件仅用时83天，1月快递业务收入867.6亿元，同比增长73.3%。

2015-2020年我国快递业务量及增速 数据来源：国家邮政

根据数据显示，2020年，我国快递业务收入累计完成8795.4亿元，同比增长17.3%；2021年1月快递业务收入867.6亿元，同比增长73.3%。

2016-2021年1月中国快递业务收入规模增长情况 数据来源：国家邮政局

### 一、供应商的议价能力

供应商讨价还价能力指的是供应商提高投入价格或通过降低投入和服务的品质来增加产业成本的能力。作为专注于提供各项专业化服务的服务性行业，快递行业对上游企业的供应需求主要体现在专业技术、设备与服务方面。通常，快递公司需要供应商为其提供各类运输工具与服务、设备以及信息化网络建设等。

我国快递行业供应商议价能力 数据来源：公开资料整理

### 二、购买者的议价能力

购买者主要通过压价与要求提供较高的产品或服务质量的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。快递行业的客户群体可大致划分为个人与企业两大类。其中，个人客户群体主要投递的是小量的单票与快件，尽管客户基数大但人均消费量小，难以对定价政策等产生显著影响，对快递公司的议价能力较弱。

而在企业客户群体中，电商成为了快递公司的重要服务对象。在过去十多年中，电子商务的蓬勃发展催生了一大批以国内异地业务为主的民营快递公司，持续增长的电商业成为了该类公司的业务重心与主要收入来源，对电商的过度依赖导致其议价能力处于劣势地位。为了争夺电商客户资源，民营快递公司之间的价格战不断升级，并造成了利润率等业绩指标大幅下滑。在这种情况下，部分快递公司开始谋求转变，逐渐实现从业务同质化向业务个性化与多元化的转变，减少对电商件的依赖，增强对企业客户群体的议价能力。

### 三、新进入者的威胁

新进入者在给行业带来新活力的同时，可能会与现有企业存在原材料与市场份额的竞

争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低，行业竞争更加激烈。通常，国内快递业务特别是同城快递对自动化、信息化、交通运输设备以及专业管理水平等的要求较低，低准入门槛与日益渐增的市场需求导致大量新进入者涌入到快递行业中，我国快递行业曾出现了严重的“多、小、散”等问题。

2014-2019年我国同城货运市场规模及增长情况 数据来源：公开资料整理

不过，2009年新修改的《中华人民共和国邮政法》首次制订了快递行业的准入标准，并对快递经营业务实行许可制度。《中华人民共和国邮政法》以及后续一系列行业法规的出台明确了快递行业新进入者资金等方面的要求，提高了行业特别是国内快递业务的进入标准，随着行业发展程度的提高与法规的健全，预期我国快递行业的门槛会进一步提高。

而在国际快递业务方面，对从业公司具有较高的跨境运营能力要求，即国际快递服务提供商须具备强大航空和地面运输能力、枢纽中心与遍布世界主要国家和城市的投递网络、先进信息跟踪和控制技术。《中华人民共和国邮政法》也对从事国际快递业务的公司进行了较高的资金要求。因此，国际快递业务在行业所有业务类型中拥有最高的准入门槛，受到潜在竞争者的威胁最小。

#### 四、替代品的威胁

快递行业作为我国市场经济中不可或缺的现代专业服务行业，已从过去提供单一的点到点第三方快速物流运输服务，发展到现在的集众多业务为一体的综合服务提供行业。总的来讲，新兴的快递行业在当前阶段受到来自于外部的替代威胁较小。

然而，在众多因素的作用下，近几年关联行业例如电商等开始筹建物流系统，特别是在经济发达与人口密集等地区，大力开展同城与异地之间的商品自行配送业务。与大部分快递公司不同的是，电商自有物流更加注重客户细微体验、专注于解决客户的购买与配送一体化需求，并积极研发运用多种新型物流技术，为客户提供包含冷链运输，及时配送以及门对门等一系列个性化服务。电商正从昔日快递行业的重要客户转变为竞争者，尤其是对快递公司的国内异地与同城业务冲击较大。

而国内快递业务作为民营公司的主要业务与收入来源，电商自有物流对民营快递公司业务替代性最强。尽管目前电商自有物流的业务开展区域均集中在利润较高的城市区域，对民营快递的替代威胁有限，但不排除其持续扩大业务范围的可能性。而对于大型国有与外资快递公司的国际快递业务，电商自建物流的替代威胁暂时较小，目前跨境电商仍主要依托快递公司来进行境内外商品运送。

#### 五、同业竞争者的竞争程度

2016-2020年，中通市场占有率继续保持领先，2020前三季度达到20.64%，排名第二名的韵达和第三的圆通也在持续拓展市场份额；顺丰推出“特惠专递”产品后，在2020年前三季度的市场占率也呈现加速提升态势。不过，2020年前三季度，百世、申通首次出现市占率下滑，行业整合速度加快。

2016-2020年中国快递行业主要企业市场占有率情况 数据来源：公开资料整理

## 2020年中国快递行业主要企业基础设施建设布局情况

企业

干线运输车辆/辆

转运中心数量/个

服务网点数量/个

中通

超过10100辆

91(自营约占90%)

约30000个

韵达

未公布

60 (全部自营)

32229

圆通

超过5000辆

73(全部自营)

33088

百世

未公布

未公布

超过10000

申通

5500辆左右

68 ( 自营有63个 )

26800

顺丰

45000辆

9个枢纽级中转场+130个，片区中转场

18000资料来源：公司公告及官网（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国快递市场分析报告-市场竞争格局与未来动向研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国快递行业发展概述

#### 第一节 快递行业发展情况概述

- 一、快递行业相关定义
- 二、快递行业基本情况介绍
- 三、快递行业发展特点分析
- 四、快递行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、快递行业需求主体分析

#### 第二节 中国快递行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、快递行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - 1、沟通协调机制
  - 2、风险分配机制

### 3、竞争协调机制

## 四、中国快递行业产业链环节分析

### 1、上游产业

### 2、下游产业

## 第三节 中国快递行业生命周期分析

### 一、快递行业生命周期理论概述

### 二、快递行业所属的生命周期分析

## 第四节 快递行业经济指标分析

### 一、快递行业的赢利性分析

### 二、快递行业的经济周期分析

### 三、快递行业附加值的提升空间分析

## 第五节 中国快递行业进入壁垒分析

### 一、快递行业资金壁垒分析

### 二、快递行业技术壁垒分析

### 三、快递行业人才壁垒分析

### 四、快递行业品牌壁垒分析

### 五、快递行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球快递行业市场发展现状分析

### 第一节 全球快递行业发展历程回顾

### 第二节 全球快递行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲快递行业地区市场分析

#### 一、亚洲快递行业市场现状分析

#### 二、亚洲快递行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲快递行业市场前景分析

### 第四节 北美快递行业地区市场分析

#### 一、北美快递行业市场现状分析

#### 二、北美快递行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美快递行业市场前景分析

### 第五节 欧洲快递行业地区市场分析

#### 一、欧洲快递行业市场现状分析

#### 二、欧洲快递行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲快递行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界快递行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球快递行业市场规模预测

### 第三章 中国快递产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品快递总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国快递行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国快递产业社会环境发展分析

- 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、消费观念分析

### 第四章 中国快递行业运行情况

#### 第一节 中国快递行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国快递行业市场规模分析

#### 第三节 中国快递行业供应情况分析

#### 第四节 中国快递行业需求情况分析

#### 第五节 我国快递行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

#### 第六节 中国快递行业供需平衡分析

#### 第七节 中国快递行业发展趋势分析



## 第五章 中国快递所属行业运行数据监测

### 第一节 中国快递所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国快递所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国快递所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2020年中国快递市场格局分析

### 第一节 中国快递行业竞争现状分析

#### 一、中国快递行业竞争情况分析

#### 二、中国快递行业主要品牌分析

### 第二节 中国快递行业集中度分析

#### 一、中国快递行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国快递行业市场集中度分析

### 第三节 中国快递行业存在的问题

### 第四节 中国快递行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国快递行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2020年中国快递行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国快递行业消费市场动态情况

### 第二节 中国快递行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 快递行业成本结构分析

第四节 快递行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国快递行业价格现状分析

第六节 中国快递行业平均价格走势预测

一、中国快递行业价格影响因素

二、中国快递行业平均价格走势预测

三、中国快递行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国快递行业区域市场现状分析

第一节 中国快递行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区快递市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区快递市场规模分析

四、华东地区快递市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区快递市场规模分析

四、华中地区快递市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区快递市场规模分析

四、华南地区快递市场规模预测

第九章 2017-2020年中国快递行业竞争情况

## 第一节 中国快递行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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

## 第二节 中国快递行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

## 第三节 中国快递行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 快递行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国快递行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国快递行业未来发展前景分析

#### 一、快递行业国内投资环境分析

#### 二、中国快递行业市场机会分析

#### 三、中国快递行业投资增速预测

### 第二节 中国快递行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国快递行业市场发展预测

#### 一、中国快递行业市场规模预测

#### 二、中国快递行业市场规模增速预测

#### 三、中国快递行业产值规模预测

#### 四、中国快递行业产值增速预测

#### 五、中国快递行业供需情况预测

### 第四节 中国快递行业盈利走势预测

#### 一、中国快递行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国快递行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国快递行业投资风险与营销分析

### 第一节 快递行业投资风险分析

#### 一、快递行业政策风险分析

#### 二、快递行业技术风险分析

#### 三、快递行业竞争风险

#### 四、快递行业其他风险分析

## 第二节 快递行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国快递行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国快递行业品牌战略分析

- 一、快递企业品牌的重要性
- 二、快递企业实施品牌战略的意义
- 三、快递企业品牌的现状分析
- 四、快递企业的品牌战略
- 五、快递品牌战略管理的策略

### 第二节 中国快递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

### 第三节 中国快递行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第四节 快递行业竞争力提升策略

- 一、快递行业产品差异性策略
- 二、快递行业个性化服务策略
- 三、快递行业的促销宣传策略
- 四、快递行业信息智能化策略
- 五、快递行业品牌化建设策略
- 六、快递行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国快递行业发展策略及投资建议

## 第一节 中国快递行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

## 第二节 中国快递行业营销渠道策略

一、快递行业渠道选择策略

二、快递行业营销策略

## 第三节 中国快递行业价格策略

## 第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国快递行业重点投资区域分析

二、中国快递行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/537113537113.html>