

2018年中国快递行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国快递行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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/luqiaogongcheng/328754328754.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

1、成本端承压，面单价中长期有望提升

快递行业的成本构成主要分为物流设施建设、运输费用、快递员工资、面单费用、中装场地租金等，其中人工成本占比将近五成，近年来我国总人口增速持续走低、老龄化趋势加剧，人口红利逐渐消失，廉价劳动力减少，快递行业的高强度工作更是加剧了人员流失，导致人工成本上涨。快递员工资、面单原料纸浆价格、中转场地租金的大幅上涨导致了快递行业成本上升的刚性，成本的抬升也使得单价的下降空间更加有限。

图：全国总人口数据来源：公开数据整理

图：我国各年龄段人口占总人口比例

数据来源：公开数据整理

过去几年，随着行业规模的不断扩大、以及快递之间的价格竞争使得单价持续下降，从2011年的20.64元下降至2016年的12.70元，下降幅度达到38.5%。2016年，第一梯队快递企业纷纷完成上市进程，行业竞争格局较为稳定，加上成本高企，之后价格则逐渐趋于稳定，基本介于12元到13元之间。预计中短期内行业洗牌和寡头角逐还未结束，快递平均单价还可能会有变化。

图：各月快递业务平均单价（元/件）

数据来源：公开数据整理

图：六家快递平均单价（元）

数据来源：公开数据整理

短期来看，第一梯队、二三梯队的地位相对稳定，第一梯队中的五家上市公司竞争格局也相对稳定，所以快递平均单价也将在短期内维持稳定的水平。

中期来看，与发达国家对比，2016年美国、日本快递行业的CR3指数分别为91%和94%，我国快递行业前八位公司市占率总和目前为78%，不敌美国、日本前三位公司市占率总和，行业集中度依旧具有上升空间。所以不排除行业还会出现新一轮价格战的可能，因此中期平均快递单价仍有下降空间。

长期来看，消费者的需求正发生结构性的变化，个别区域和业务类型的需求在上涨，更加智能高效的寄取件模式的需求会上涨，能够在剧烈的竞争中迎合特定地区和业务类型需求的，找到智能、高效突破点的企业将在竞争中胜出。因此价格战之后，行业二三梯队会加速洗牌，第一梯队巨头企业收购二三梯队企业成为趋势。未来将行业势必出现寡头，或将使得价格逐渐回升，最终市场可能会稳定在寡头垄断格局，价格相对稳定。

2、行业发展趋势：直营化、智能化

快递经营模式向自营模式转变成为行业趋势。顺丰是目前唯一一家全直营的民营快递企业，虽然这种模式会带来成本和摊销折旧增加等问题，但是公司对于各个员工都有较强的管理能力，对于业务过程中质量的把控程度会更高，在规模效应的提升方面也会有优势。

从各个企业的动作来看，除申通外的“三通一达”企业都在经营模式方面向直营制靠拢，并且推出了面向公司高管、员工整体的持股激励方案，申通或许会在未来推出股权激励计划，并且已经开始计划投入建设自营转运中心。

快递柜，有望解决“最后一公里”问题。我们认为，快递行业需求端趋于成熟，新的增长点在于快递企业快速应对需求端结构的变化。首先，前文提到需求端在业务类型和地区类型上的结构性变化；其次，智能化、便捷化也是快递行业的发展趋势。对于新的增长点，智能快递柜的出现可能是一个解决方案。

未来需求端朝智能化、高效化、优质化发展，积极布局网络、注重快递提速、推广互联网化和智能化业务的快递企业会有更好的发展前景。随着圆通、韵达的网络布局和转运中心自营化的进行，两家公司对快递网络的管控力会增强。而顺丰的直营模式也将在长期保证对快递网络的各个环节控制能力，更适合智能化快递的实现，大量固定资产的投入也将体现在快递业务的高效性上。

观研天下发布的《2018年中国快递行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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。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、快递T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 2015-2017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

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、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 国内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 2015-2017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 欧盟快递行业地区市场分析

一、欧盟快递行业市场现状分析

二、欧盟快递行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟快递行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界快递行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球快递行业市场规模预测

第三章 2015-2017年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、全社会消费品零售总额

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、快递环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年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 中国快递行业供需平衡分析

第六节 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、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

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 2015-2017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分析

二、中国快递行业企业集中度分析

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 中国快递行业竞争力分析

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 2015-2017年中国快递行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国快递行业消费特点

第二节 中国快递行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 快递行业成本分析

第三节 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

第四节 中国快递行业价格现状分析

第五节 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 2015-2017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

第九章 2015-2017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SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国快递行业竞争环境分析（快递T）

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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024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 2018-2024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、快递行业竞争风险分析

四、快递行业其他风险分析

第二节 快递行业企业经营发展分析及建议

一、快递行业经营模式

二、快递行业销售模式

三、快递行业创新方向

第三节 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 2018-2024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

第十四章 2018-2024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 中国快递行业定价策略分析

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（GYGSL）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/luqiaogongcheng/328754328754.html>