2016-2022年中国快递企业行业运营现状调查及十三五发展规划分析报告

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《2016-2022年中国快递企业行业运营现状调查及十三五发展规划分析报告》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：https://baogao.chinabaogao.com/wuliu/242066242066.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

中国报告网发布的《2016-2022年中国快递企业行业运营现状调查及十三五发展规划分析报告》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、相关投资公司及有关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。本报告是为了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。

第一章：中国快递企业竞争背景分析
1.1 中国快递业发展现状分析
1.1.1 快递业发展规模分析
1.1.2 快递业存在问题分析
1.1.3 快递业发展驱动因素
（1）基础设施不断完善
（2）网购规模稳步增长
（3）跨境电商异军突起
（4）互联网推动服务创新
1.2 中国快递业经营情况分析
1.2.1 快递业经营现状分析
（1）快递企业经营产品分析
（2）快递行业客户结构分析
（3）快递企业服务价格分析
（4）快递企业服务能力分析
1.2.2 快递业务完成情况分析
（1）业务量情况分析
（2）业务量业务结构分析
（3）业务量区域结构分析
（4）业务量企业结构分析
1.2.3 快递业务收入情况分析

（1）收入情况分析
（2）收入业务结构分析
（3）收入区域结构分析
（4）收入企业结构分析
1.2.4 中国快递行业市场地位分析
（1）快递行业占邮政业比重分析
（2）快递行业占GDP比重走势
1.3 中国快递业物流环境分析
1.3.1 物流总额增幅及其构成情况
1.3.2 物流总费用增幅及构成情况
1.3.3 物流业增加值增幅及贡献情况
1.3.4 物流固定资产投资及增长情况
1.3.5 全国重点企业物流统计调查情况
1.4 中国快递业宏观环境分析
1.4.1 快递业政策环境分析
（1）快递业管理体制
（2）快递行业相关政策法规汇总
（3）快递业相关政策规划解读
（4）法规政策环境对行业的影响
1.4.2 快递业社会环境分析
（1）生活节奏和社会效率的提高
（2）沟通与交流方式的转变
（3）消费方式的转变
1.4.3 快递业技术环境分析
（1）RFID技术在快递行业的应用
（2）J2EE技术对快递行业的作用
（3）其他IT技术对快递行业的应用
（4）行业专利技术情况分析
第二章：中国快递企业细分市场竞争分析
2.1 快递业务竞争层次分析
2.2 高端快递市场竞争分析
2.2.1 高端快递市场价格竞争分析
2.2.2 高端快递市场服务竞争分析
2.2.3 高端快递市场主要竞争对手
2.2.4 高端快递市场市场份额分析

2.2.5 高端快递市场竞争策略与建议
2.3 中高端快递市场竞争分析
2.3.1 中高端快递市场价格竞争分析
2.3.2 中高端快递市场服务竞争分析
2.3.3 中高端快递市场主要竞争对手
2.3.4 中高端快递市场市场份额分析
2.3.5 中高端快递市场竞争策略与建议
2.4 普通快递件市场竞争分析
2.4.1 普通快递件市场价格竞争分析
2.4.2 普通快递件市场服务竞争分析
2.4.3 普通快递件市场主要竞争对手
2.4.4 普通快递件市场市场份额分析
2.4.5 普通快递件市场竞争策略与建议
第三章：中国快递企业网购市场竞争分析
3.1 中国电子商务市场分析
3.1.1 电子商务交易规模
3.1.2 电子商务区域分布
3.1.3 电子商务行业分布
3.1.4 移动电子商务市场现状
（1）移动电子商务交易规模
（2）移动电子商务用户规模
3.1.5 电子商务发展规划分析
3.1.6 电子商务发展趋势分析
3.2 中国网络购物市场分析
3.2.1 网络购物市场发展概况
（1）网购用户规模及渗透率
（2）网络零售市场规模分析
（3）网络零售企业规模分析
（4）网购消费动机和消费水平
3.2.2 网购市场竞争状况分析
（1）网络购物市场竞争业态
（2）购物网站市场结构分析
（3）购物网站市场份额分析
3.2.3 中国网络商店分布分析
（1）网络商店规模趋势分析

（2）网络商店区域布局分析
3.3 网购快递市场发展分析
3.3.1 网购快递市场规模分析
3.3.2 网购快递市场竞争分析
3.3.3 网购快递市场存在问题
3.3.4 快递与网购协调发展
3.4 网购快递企业创新竞争
3.4.1 移动互联网+行业模式创新
3.4.2 互联网+行业打造消费闭环
3.4.3 无人机+行业提升服务水平
3.4.4 物联网+行业打造智能终端
3.4.5 零售商+行业促线上线下融合
3.4.6 跨境电商+行业开启国际化进程
3.5 快递企业网购市场竞争策略
3.5.1 电子商务企业物流配送策略
（1）自建物流与外包物流对比分析
（2）电子商务企业自建物流发展分析
（3）电子商务企业外包物流发展分析
（4）电子商务企业免运费策略分析
3.5.2 快递企业网购物流配送策略
（1）个人卖家快递服务需求分析
（2）快递企业网购配送策略分析
（3）快递企业“双十一”应对策略
第四章：中国快递企业区域市场竞争分析
4.1 快递业区域集中度分析
4.1.1 东中西部区域市场集中度
（1）业务量集中度走势分析
（2）业务收入集中度走势分析
4.1.2 细分区域市场集中度
（1）业务量集中度走势分析
（2）业务收入集中度走势分析
4.2 长三角快递市场竞争分析
4.2.1 长三角地区快递业发展环境
（1）长三角快递业政策环境分析
（2）长三角快递业经济环境分析

（3）长三角物流基础环境分析
4.2.2 长三角快递业市场发展情况
（1）快递市场业务量分析
（2）快递市场业务收入分析
4.2.3 本土快递企业竞争分析
（1）本土快递企业网络布局
（2）本土快递企业服务分析
（3）本土快递企业资源分析
4.2.4 外地快递企业竞争分析
（1）外地快递企业网络布局
（2）外地快递企业服务分析
（3）外地快递企业资源分析
4.2.5 外/合资快递企业竞争分析
（1）外/合资快递企业网络布局
（2）外/合资快递企业服务分析
4.2.6 长三角区域内快递企业竞争综述
（1）区域内主要快递企业分析
（2）区域内快递企业网络布局
（3）区域内快递企业服务分析
4.3 珠三角快递市场竞争分析
4.3.1 珠三角地区快递业发展环境
（1）珠三角快递业政策环境分析
（2）珠三角快递业经济环境分析
（3）珠三角物流基础环境分析
4.3.2 珠三角快递业市场发展分析
（1）快递市场发展特点
（2）快递市场业务量分析
（3）快递市场业务收入分析
4.3.3 本土快递企业竞争状况
（1）顺丰珠三角网络布局
（2）顺丰珠三角服务分析
4.3.4 外地快递企业竞争分析
（1）外地快递企业网络布局
（2）外地快递企业服务分析
（3）外地快递企业资源分析

4.3.5 外/合资快递企业竞争分析
（1）外/合资快递企业网络布局
（2）外/合资快递企业服务分析
4.3.6 珠三角区域内快递企业竞争综述
（1）区域内主要快递企业分析
（2）区域内快递企业网络布局
（3）区域内快递企业服务分析
4.4 京津冀快递市场竞争分析
4.4.1 京津冀地区快递业发展环境
（1）京津冀快递业政策环境分析
（2）京津冀快递业经济环境分析
（3）京津冀物流基础环境分析
4.4.2 京津冀快递业市场发展分析
（1）快递市场发展特点
（2）快递市场业务量分析
（3）快递市业务收入分析
4.4.3 本土快递企业竞争状况
（1）本土快递企业网络布局
（2）本土快递企业服务分析
4.4.4 外地快递企业竞争分析
（1）网络布局
（2）服务分析
4.4.5 外/合资快递企业竞争分析
4.4.6 京津冀区域内快递企业竞争综述
（1）区域内主要快递企业分析
（2）区域内快递企业服务分析
4.5 东三省快递市场竞争分析
4.5.1 东三省地区快递业发展环境
（1）东三省快递业政治环境分析
（2）东三省快递业经济环境分析
（3）东三省物流基础环境分析
4.5.2 东三省快递业市场发展
（1）快递市场业务量走势
（2）快递市场业务收入分析
（3）快递市场服务价格走势

（4）各省份发展趋势对比
4.5.3 本土快递企业竞争状况
4.5.4 外地快递企业竞争分析
4.5.5 外/合资快递企业竞争分析
第五章：中国快递企业间竞争分析
5.1 中国快递企业总体竞争情况
5.1.1 快递业总体竞争情况
（1）国际快递企业的竞争
（2）国内快递企业的竞争
5.1.2 外资快递品牌国内竞争分析
（1）外资快递市场占有率
（2）外资快递品牌的筹码
（3）外资品牌的中国并购
（4）外资品牌申请国内牌照
5.1.3 民营快递品牌竞争分析
（1）民营快递市场占有率
（2）顺丰速递的扩张分析
（3）“四通一达”竞争情况
（4）中小民营快递竞争情况
5.1.4 国有快递的先天竞争优势
（1）国有快递市场占有率
（2）邮政速递的竞争优势
（3）民航快递的竞争优势
（4）中铁快运的竞争优势
5.1.5 快递企业竞争地位划分依据
5.2 第一阵营快递企业竞争分析
5.2.1 第一阵营企业经营分析
（1）快递业务量
（2）企业经营收入
5.2.2 第一阵营企业排名情况
（1）网点规模排名
（2）从业人员排名
5.2.3 第一阵营企业特色业务分析
5.3 第二阵营快递企业竞争分析
5.3.1 第二阵营企业经营分析

（1）快递业务量
（2）企业经营收入
5.3.2 第二阵营企业排名情况
（1）网点规模排名
（2）从业人员排名
5.3.3 第二阵营企业特色业务分析
5.4 第三阵营快递企业竞争分析
5.4.1 第三阵营快递企业经营分析
5.4.2 第三阵营快递企业排名情况
（1）网点规模排名
（2）从业人员排名
5.4.3 第三阵营快递企业特色业务分析
第六章：中国领先快递企业竞争力分析
6.1 领先快递企业服务质量竞争状况
6.2 国际快递巨头在华经营情况
6.2.1 DHL经营情况分析
（1）DHL简介
（2）DHL发展规模分析
（3）DHL在华产品结构分析
（4）DHL在华经营情况分析
（5）DHL在华经营策略分析
（6）DHL最新发展动向分析
6.2.2 FedEx经营情况分析
（1）FedEx简介
（2）FedEx发展规模分析
（3）FedEx在华业务结构分析
（4）FedEx在华经营情况分析
（5）FedEx在华经营策略分析
（6）FedEx对中国快递行业启示
（7）FedEx的标准化作业管理分析
（8）FedEx最新发展动向分析
6.2.3 UPS经营情况分析
（1）UPS简介
（2）UPS发展规模分析
（3）UPS服务网络分析

（4）UPS在华业务结构分析
（5）UPS在华经营情况分析
（6）UPS在华经营策略分析
（7）UPS最新发展动向分析
6.2.4 TNT经营情况分析
（1）TNT简介
（2）TNT发展规模分析
（3）TNT在华业务结构分析
（4）TNT在华经营情况分析
（5）TNT在华经营策略分析
（6）TNT最新发展动向分析
6.2.5 四大快递公司对比
6.3 中国快递行业领先企业分析
6.3.1 顺丰速运有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务网络分析
（3）企业服务产品分析
（4）企业增值服务分析
（5）行业解决方案分析
（6）企业其他服务分析
1）顺丰优选
2）目录销售服务
（7）企业航空运输能力
（8）企业融资情况分析
（9）企业投资情况分析
（10）企业经营优劣势分析
（11）企业最新发展动向分析
6.3.2 申通快递有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务网络分析
（3）企业技术水平分析
（4）企业服务产品分析
（5）企业增值服务分析
（6）企业投资情况分析
（7）企业经营优劣势分析

（8）企业最新发展动向
6.3.3 圆通速递有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营网络分析
（3）企业服务产品分析
（4）企业增值服务分析
（5）企业融资情况分析
（6）企业投资情况分析
（7）企业经营业绩分析
（8）企业经营战略分析
（9）企业经营优劣势分析
（10）企业最新发展动向
6.3.4 中通快递股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务网络分析
（3）企业服务产品分析
（4）企业增值服务分析
（5）企业融资情况分析
（6）企业投资情况分析
（7）企业经营优劣势分析
（8）企业最新发展动向
6.3.5 杭州百世网络技术有限公司（百世汇通）
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务网络分析
（3）企业服务产品分析
（4）企业增值服务分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
6.3.6 上海韵达速递有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务网络分析
（3）企业产品与服务分析
（4）企业融资情况分析
（5）企业投资情况分析
（6）企业经营优劣势分析

（7）企业最新发展动向
6.3.7 天天快递有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务网络分析
（3）企业产品与服务分析
（4）企业投资情况分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
6.3.8 北京宅急送快运股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务网络分析
（3）企业服务产品分析
（4）企业增值服务分析
（5）企业业务结构分析
（6）企业投资情况分析
（7）企业经营战略分析
（8）企业经营优劣势分析
（9）企业最新发展动向
6.3.9 优速物流有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务网络分析
（3）企业业务能力分析
（4）企业服务产品分析
（5）企业增值服务分析
（6）企业服务技术水平
（7）企业发展战略分析
（8）企业经营优劣势分析
（9）企业最新发展动向
6.3.10 速尔快递有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务网络分析
（3）企业产品与服务分析
（4）企业经营优劣势分析
（5）企业最新发展动向
6.3.11 民航快递有限责任公司

（1）企业发展简况分析
（2）企业服务网络分析
（3）企业产品与服务分析
（4）企业经营优劣势分析
6.3.12 中铁快运股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务网络分析
（3）企业业务能力分析
（4）企业产品与服务分析
（5）企业电子商务平台
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动向
6.3.13 中国邮政速递物流股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务网络分析
（3）企业产品与服务分析
（4）企业融资情况分析
（5）企业投资情况分析
（6）企业经营战略分析
（7）企业经营优劣势分析
（8）企业最新发展动向分析
第七章：中国快递企业投资兼并与重组分析
7.1 快递企业并购整合背景分析
7.1.1 快递企业并购整合的政策机遇
（1）新《邮政法》解读
（2）《快递业务经营许可管理办法》
（3）《快递业务员国家职业标准》
（4）《关于快递企业兼并重组的指导意见》
7.1.2 快递企业并购整合的行业动力
（1）行业规模经济特征使然
（2）行业乱象环生，重组势在必行
（3）行业同质化竞争导致价格战
（4）民营企业的“融资难”困惑
（5）外资品牌进入中国市场的途径
7.1.3 全球快递企业并购整合动向分析

7.2 快递企业并购整合现状分析
7.2.1 快递企业横向并购整合模式
（1）横向并购整合的定义
（2）横向并购整合案例分析
（3）横向并购整合的问题
7.2.2 快递企业纵向并购整合模式
（1）纵向并购整合的定义
（2）纵向并购整合案例分析
（3）纵向并购整合的问题
7.2.3 快递企业多元化并购整合模式
（1）多元化并购整合的定义
（2）多元化并购整合案例分析
（3）多元化并购整合的问题
7.3 中国民营快递企业并购重组分析
7.3.1 中国民营快递企业发展现状分析
（1）业务面临更复杂的竞争
（2）民营企业亟待解决的发展瓶颈
7.3.2 民营快递企业并购重组可行性分析
（1）民营快递企业突破发展瓶颈的有效途径
（2）民营快递企业并购重组的驱动力
7.3.3 民营快递企业并购重组的具体实施
（1）民营快递的三类并购对象
（2）民营快递并购重组的障碍
7.4 快递企业并购整合趋势分析
7.4.1 横向并购整合趋势分析
7.4.2 纵向并购整合趋势分析
7.4.3 资本市场并购整合分析
7.4.4 并购整合业务因素分析
第八章：中国快递企业竞争策略分析
8.1 快递企业发展趋势与竞争战略
8.1.1 企业经营管理战略趋势
（1）总体发展战略
（2）业务竞争战略
（3）经营方式战略
8.1.2 企业技术装备战略趋势

（1）通信技术
（2）管理信息化
（3）物流设备
8.1.3 企业人力资源战略趋势
8.1.4 企业业务扩展战略趋势
8.2 快递企业的发展方向分析
8.2.1 战略联盟发展方向分析
8.2.2 服务专业化发展方向分析
8.2.3 技术现代化发展方向分析
8.2.4 服务多元化发展方向分析
8.3 快递企业产品竞争策略
8.3.1 快递产品多元化策略
8.3.2 快递产品特色化策略
8.3.3 快递产品人性化策略
8.4 快递企业价格竞争策略
8.4.1 同城快递价格分析与建议
8.4.2 异地快递价格分析与建议
（1）省内价格分析与建议
（2）跨省价格分析与建议
8.4.3 国际快递价格分析与建议
8.5 快递企业服务竞争策略
8.5.1 快递企业送达时间对比分析
8.5.2 快递企业收发货件对比分析
8.5.3 快递企业相关赔偿对比分析
8.5.4 快递企业服务态度对比分析
8.5.5 其他快递企业服务对比分析
8.5.6 快递企业服务竞争建议
8.6 快递企业售后服务策略
8.6.1 快递企业售后服务现状
（1）快递投诉总量分析
（2）快递有效投诉分析
（3）快递投诉主要问题分析
（4）消费者对企业申诉情况
（5）快递投诉满意度分析
8.6.2 快递服务质量发展目标

8.6.3 快递服务质量建设分析
（1）快递服务质量建设重点项目
（2）快递服务质量建设动态
8.7 快递企业营销竞争策略
8.7.1 国际快递巨头营销策略借鉴
8.7.2 中国快递企业经营战略剖析
（1）成本领先战略
（2）差异化竞争战略
8.7.3 快递企业营销案例分析
第九章：中国民营快递企业竞争策略分析
9.1 中国民营快递企业竞争背景分析
9.1.1 中国民营快递业发展概况
（1）民营快递行业产生的背景
（2）民营快递行业的发展历程
（3）民营快递发展的制约因素
9.1.2 中国民营快递发展现状分析
（1）民营快递市场规模分析
（2）民营快递扩张模式分析
（3）民营快递比较优势分析
（4）民营快递市场环境分析
9.2 中国民营快递企业竞争策略分析
9.2.1 民营快递企业产品竞争策略
9.2.2 民营快递企业定价竞争策略
9.2.3 民营快递企业服务网络竞争策略
9.3 中国民营快递特许加盟模式转型分析
9.3.1 民营快递特许加盟模式发展现状分析
（1）特许加盟快递企业的市场地位
（2）主要特许加盟民营快递品牌企业
9.3.2 特许加盟模式存在的缺陷与原因分析
（1）“重利益轻服务质量”
（2）同质竞争现象突出
（3）“大而不强、小而差”
（4）基础设施建设滞后
（5）尚未建立法人治理结构
9.3.3 特许加盟模式转型发展的必要性分析

9.3.4 特许加盟模式与自营模式的比较分析
9.3.5 特许加盟模式转型发展的目标和原则
（1）特许加盟模式转型发展的目标
（2）特许加盟模式转型发展的原则
9.3.6 特许加盟模式转型发展风险管理分析
（1）转型发展风险因素分析
（2）转型发展风险管理对策

图表目录

图表1：2013年以来快递业务量月度变化趋势（单位：亿件）
图表2：2013年以来快递业务收入月度变化趋势（单位：亿元）
图表3：快递行业的经营范围
图表4：不同业务的快递企业比例（单位：%）
图表5：中国快递行业客户结构图（单位：%）
图表6：中国快递行业企业客户结构图（单位：%）
图表7：2005年以来中国快递行业服务价格走势图（单位：元/件）
图表8：2010年以来快递服务车辆数变化趋势（单位：万辆）
图表9：2013年以来快递服务网点数变化趋势（单位：万个）
图表10：2010年以来快递服务网点密度变化趋势
图表11：快递服务园区数量（单位：个）
图表12：2009-2015年中国快递行业业务总量趋势图（单位：亿件，%）
图表13：2009-2015年中国快递行业业务总量（月度）趋势图（单位：万件）
图表14：2015年业务量产品结构图（单位：%）
图表15：2015年业务量区域结构图（单位：%）
图表16：2015年业务量企业结构图（单位：%）
图表17：2009-2015年中国快递行业收入（年度）趋势图（单位：亿元，%）
图表18：2015年快递收入产品结构图（单位：%）
图表19：2015年快递收入区域结构图（单位：%）
图表20：2015年收入企业结构图（单位：%）
图表21：2007年以来快递行业占邮政业收入比重图（单位：%）
图表22：2006年以来快递行业收入占GDP比重走势图（单位：%）
图表23：2006年以来中国社会流通总额趋势图（单位：万亿元，%）
图表24：2006年以来中国社会流通总费用趋势图（单位：万亿元，%）
图表25：2006年以来中国物流业增加值趋势图（单位：万亿元，%）
图表26：2006年以来中国物流业增加值占GDP比重趋势图（单位：%）
图表27：2006年以来物流业固定资产投资趋势图（单位：万亿元，%）

图表28：2006年以来物流业固定资产投资占全社会固定资产投资比重趋势图（单位：%）
图表29：2013-2015年中国物流业景气指数趋势图（单位：%）
图表30：中国快递行业的管制程度和管理体制变化
图表31：快递行业法律法规汇总表
图表32：《快递服务“十三五”规划》解读表
图表33：《邮政业发展“十三五”规划》解读表
图表34：《海峡西岸经济区快递服务发展规划（2011-2015年）》解读表
图表35：《京津冀地区快递服务发展规划（2010年以来）》解读表
图表36：《珠江三角洲地区快递服务发展规划（2010年以来）》解读表
图表37：2005-2015年中国网民数量及普及率走势图（单位：万人，%）
图表38：2007-2015年中国移动互联规模走势图（单位：万人，%）
图表39：RFID在各国快递行业的应用情况
图表40：通信技术在快递行业的应用情况
图表41：2000-2015年物流行业技术专利申请量走势图（单位：个）
图表42：截至2015年技术专利申请人结构表（单位：个）
图表43：截至2015年技术专利发明人结构表（单位：个）
图表44：快递业务市场分层次情况
图表45：顺丰特安资费情况
图表46：我国高端快递市场服务内容
图表47：顺丰特安服务情况
图表48：四大快递巨头退出中国高端快递市场
图表49：高端快递市场份额（单位：%）
图表50：中高端快递价格比较（单位：元/KG）
图表51：中高端快递业务资费情况（单位：元）
图表52：我国中高端快递市场服务内容
图表53：我国中高端快递市场主要企业
图表54：中高端快递市场份额（单位：%）
图表55：普通快递件价格比较（单位：元/KG）
图表56：中国快递企业普通快递件业务
图表57：我国普通快递件市场主要企业
图表58：顺丰、中邮速递拓展普通快递件业务
图表59：普通快递件市场份额（单位：%）
图表60：2009年以来中国电子商务交易规模走势图（单位：万亿元，%）
图表61：中国电子商务区域分布图（单位：%）
图表62：中国电子商务行业分布图（单位：%）

图表63：2009年以来中国移动电子商务交易规模走势图（单位：亿元）
图表64：2009年以来中国移动电子商务用户规模走势图（单位：万人）
图表65：2009-2015年网络购物用户数及渗透率（单位：万人，%）
图表66：2009年以来中国网络零售市场规模走势图（单位：亿元，%）
图表67：2009-2015年中国网络零售企业规模走势图（单位：家，%）
图表68：选择网络购物的原因（单位：%）
图表69：主要购物网站分类
图表70：C2C购物网站市场份额对比（单位：%）
图表71：中国B2C购物网站市场份额（单位：%）
图表72：2007年以来中国个人网店数量规模（单位：万家）
图表73：中国网络商店区域分布图
图表74：快递企业三足鼎立竞争格局表
图表75：自建与外包物流配送服务的优劣势对比
图表76：主要网商物流配送状况
图表77：主要电子商务企业自建物流发展状况
图表78：电子商务企业自建物流覆盖区域
图表79：京东商城自建物流覆盖区域
图表80：电子商务企业选择物流商的考虑因素（单位：%）
图表81：吸引网民眼球的促销活动对比（单位：%）
图表82：电子商务企业免运费活动的效果分析（覆盖人数、访问次数）（单位：万人，万次）
图表83：电子商务企业免运费活动的效果分析（订单数量、下单转化率）（单位：万人，%）
图表84：淘宝网个人卖家选择快递公司考虑因素对比（单位：%）
图表85：中国快运速递业区域格局划分图
图表86：2009年以来中国区域市场快递业务量结构走势图（单位：%）
图表87：2009年以来中国区域市场快递业务收入结构走势图（单位：%）
图表88：2009年以来中国细分区域业务量结构走势图（单位：%）
图表89：2011年以来中国细分区域业务量结构走势表（单位：%）
图表90：2010年以来中国细分区域业务收入结构走势图（单位：%）
图表91：2011年以来中国细分区域业务收入结构走势表（单位：%）
图表92：2009年以来长三角地区生产总值趋势图（单位：万亿元，%）
图表93：2009年以来长三角地区生产总值结构图（单位：%）
图表94：2009年以来长三角地区服务业增加值结构图（单位：%）
图表95：长三角高速公路里程分省市情况（单位：公里）

图表96：长三角港口运输情况表
图表97：2010年以来长三角快递业务量走势图（单位：亿件，%）
图表98：2010年以来长三角快递业务量结构走势图（单位：%）
图表99：2011年以来中国长三角快递市场细分区域业务量表（单位：万件）
图表100：2010年以来长三角快递业务收入走势图（单位：亿元，%）
图表101：2010年以来长三角快递业务收入结构走势图（单位：%）
图表102：2010年以来中国长三角快递市场细分区域业务收入表（单位：万元）
图表103："四通一达"长三角地区分公司布局情况表（单位：个）
图表104：申通快递公司长三角地区网点布局情况（单位：个）
图表105：中通快递公司长三角地区网点布局情况（单位：个）
图表106：圆通快递公司长三角地区网点布局情况（单位：个）
图表107：汇通快递公司长三角地区网点布局情况（单位：个）
图表108：韵达快递公司长三角地区网点布局情况（单位：个）
图表109：外地快递企业长三角地区网点布局情况表
图表110：长三角区域内主要快递企业占比情况（按所有制性质划分）（单位：%）
图表111：2009年以来珠三角地区生产总值及增长率（单位：亿元）
图表112：2012年以来广东省水路运输情况（单位：万吨，亿吨公里，%）
图表113：2010年以来珠三角快递业务量走势图（单位：亿件，%）
图表114：珠三角快递业务量结构图（单位：%）
图表115：2010年以来珠三角快递业务收入走势图（单位：亿元，%）
图表116：珠三角快递业务收入结构图（单位：%）
图表117：顺丰在珠三角地区快递价格情况（单位：元）
图表118：四通一达在珠三角地区9城市网点布局情况（单位：个）
图表119：申通快递公司在珠三角地区9城市网点布局情况（单位：个）
图表120：圆通快递公司在珠三角地区9城市网点布局情况（单位：个）
图表121：汇通快运在珠三角地区9城市网点布局情况（单位：个）
图表122：2009年以来京津冀地区生产总值趋势图（单位：万亿元，%）
图表123：2009年以来京津冀地区生产总值结构表（单位：%）
图表124：2012年以来京津冀铁路货运分省市情况（单位：万吨，亿吨，亿吨公里，%）
图表125：2010年以来京津冀快递业务量走势图（单位：亿件，%）
图表126：2010年以来京津冀快递业务量结构走势图（单位：%）
图表127：2010年以来京津冀快递业务收入走势图（单位：亿元，%）
图表128：2010年以来京津冀快递业务收入结构走势图（单位：%）
图表129："四通一达"在京津冀地区网点布局情况
图表130：京津冀区域内快递企业市场格局

图表131：2010年以来东北快递市场业务量走势图（单位：万件，%）
图表132：2010年以来东北快递市场业务量结构走势图（单位：%）
图表133：2010年以来中国东北快递细分区域业务量走势表（单位：万件）
图表134：2010年以来东北快递市场业务收入走势图（单位：万元，%）
图表135：2010年以来东北快递市场业务收入结构走势图（单位：%）
图表136：2010年以来中国东北快递细分区域业务收入表（单位：万元）
图表137：2010年以来中国东北地区各省份服务价格走势图（单位：元/件）
图表138：2010年以来中国东北地区各省份服务价格走势表（单位：元/件）
图表139：2012年以来中国东北地区各省份业务量增速走势表（单位：%）
图表140：2012年以来中国东北地区各省份业务收入增速走势表（单位：%）
图表141：“四通一达”在东三省地区网点布局情况
图表142：东三省区域内国际快递市场格局
图表143：外资品牌在中国的并购情况
图表144：顺丰速运扩张历程
图表145：“四通一达”竞争因素占比情况
图表146：邮政速递竞争优势分析
图表147：民航快递竞争优势分析
图表148：中铁快运竞争优势分析
图表149：第一阵营快递企业营业收入情况（单位：亿元）
图表150：第一阵营快递企业网点规模比较（单位：个）
图表151：第一阵营快递企业从业人员比较（单位：人）
图表152：第一阵营企业特色业务列举
图表153：第二阵营部分快递企业网点规模比较（单位：个）
图表154：第二阵营部分快递企业从业人员比较（单位：万人）
图表155：第二阵营部分企业特色业务列举
图表156：第三阵营部分快递企业经营情况列举
图表157：第三阵营部分企业特色业务列举
图表158：2014-2015年领先快递企业申诉处理结果满意率比较（单位：%）
图表159：DHL在中国的快递产品结构表
图表160：FedEx在中国的快递业务结构图
图表161：FedEx标准化体系构成图
图表162：UPS在中国的快递业务结构表
图表163：UPS在中国的经营策略图
图表164：TNT在中国的快递业务结构图
图表165：四大快递公司对比表

图表166：顺丰速运有限公司基本信息
图表167：顺丰速运（集团）有限公司服务网络表
图表168：顺丰速运有限公司服务产品表
图表169：顺丰速运有限公司增值服务表
图表170：顺丰优选服务范围分析
图表171：顺丰速运有限公司优劣势分析
图表172：申通快递有限公司基本信息
图表173：申通快递有限公司服务产品表
图表174：申通快递有限公司优劣势分析
图表175：圆通速递有限公司基本信息
图表176：圆通速递有限公司国际快递服务范围
图表177：圆通速递有限公司优劣势分析
图表178：中通快递股份有限公司基本信息
图表179：中通快递股份有限公司优劣势分析
图表180：杭州百世网络技术有限公司基本信息
图表181：杭州百世网络技术有限公司优劣势分析
图表182：上海韵达速递有限公司基本信息
图表183：上海韵达速递有限公司产品与服务表
图表184：上海韵达速递有限公司优劣势分析
图表185：天天快递有限公司基本信息
图表186：天天快递有限公司优劣势分析
图表187：北京宅急送快运股份有限公司基本信息
图表188：北京宅急送快运股份有限公司附加服务图
图表189：北京宅急送快运股份有限公司增值服务图
图表190：北京宅急送快运股份有限公司优劣势分析
图表191：优速物流有限公司基本信息
图表192：优速物流有限公司产品与服务表
图表193：优速物流有限公司优劣势分析
图表194：速尔快递有限公司优劣势分析
图表195：民航快递有限责任公司基本信息
图表196：民航快递有限责任公司优劣势分析
图表197：中铁快运股份有限公司基本信息
图表198：中铁快运股份有限公司服务产品表
图表199：中铁快运股份有限公司优劣势分析
图表200：中国邮政速递物流股份有限公司基本信息

图表201：中国邮政速递物流股份有限公司速递业务产品与服务表
图表202：中国邮政速递物流股份有限公司优劣势分析
图表203：全球快递业并购整合情况
图表204：国内主要快递企业并购案例
图表205：快递企业多元化业务情况列举
图表206：主要快递公司同城快递价格对比（单位：元/千克）
图表207：主要快递公司省内快递价格对比（单位：元/千克）
图表208：主要快递公司跨省快递价格对比（单位：元/千克）
图表209：快递公司珠三角区域内价格对比（单位：元/KG）
图表210：快递公司东三省区域价格对比（单位：元/KG）
图表211：顺丰速运与EMS国际快递价格比较（单位：元/KG）
图表212：中国快递企业送达业务（按时间）分类情况
图表213：主快递公司平均送达天数对比（单位：天）
图表214：中国快递企业快递业务收发货件情况列举
图表215：中国部分快递企业相关赔偿情况
图表216：中国部分快递企业服务态度情况
图表217：中国部分快递企业其他快递服务情况
图表218：2009年以来快递行业投诉总量走势图（单位：件）
图表219：2009年以来快递行业有效投诉总量走势图（单位：件，%）
图表220：2010年以来快递行业有效申诉量（按月）趋势图（单位：件，%）
图表221：2012年以来中国快递服务主要问题表（单位：件，%）
图表222：2012年以来主要快递企业有效申诉率统计表（单位：件申诉/百万件快件）
图表223：2010年以来快递行业有效投诉满意度走势图（单位：%）
图表224：《快递服务“十三五”规划》快递服务质量建设重点项目表
图表225：成本领先战略总结
图表226：差异化竞争战略总结
图表227：同城快递市场企业结构（单位：%）
图表228：异地快递市场结构（单位：%）
图表229：快递行业市场分化综合分析
图表230：顺丰与EMS的标准快递定价比较
图表231：点对点直达模式
图表232：集散模式
图表233：龙邦物流的网络模式
图表234：特许加盟模式民营快递企业的市场地位（单位：%）
图表235：主要特许加盟模式民营快递品牌企业

图表236：2009年以来申诉率排在前五位的企业中特许加盟企业所占的比率（单位：%）
图表237：特许加盟模式和自营模式比较分析
图表238：自营模式与特许加盟模式快递企业员工工资在业务收入所占的比例（单位：%）
图表239：申通快递递与顺丰速运发展情况对比分析图
图表240：自营模式快递企业与特许加盟模式快递企业进行了对比分析
图片详见报告正文•••••（GY LX）
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，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/wuliu/242066242066.html