

2021年中国快递市场分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

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《2021年中国快递市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/536797536797.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

快递行业一般是指兼有邮递功能的门对门快速物流服务。按照不同的维度进行划分，快递可分为航空快运、公路快运、铁路快运和水路快运；按照服务对象的不同进行划分，快递可分为一般快递和特快专递；按照递送的区域不同进行划分，快递可分为国际快递、国内快递，其中国内快递可分为同城快递、异地快递。

快递分类

分类依据

分类

按照不同的维度进行划分

航空快运、公路快运、铁路快运和水路快运

按照服务对象的不同划分

一般快递和特快专递

按照递送的区域不同进行划分

国际快递、国内快递（可分为同城快递、异地快递）

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，较上年同比增长25.3%；2020年，我国快递业务量为833.58亿件，较上年同比增长31.2%。2021年，我国快递业务量突破200亿件仅用时83天。

2015-2020年我国快递业务量及增速

数据来源：公开资料整理

一、优势分析

（1）信息化、集成化和智能化发展：快递行业朝信息化、集成化和智能化为发展方向，主要体现在商业模式、技术和管理的创新三方面。

在商业模式方面，一方面，行业将制定“互联网+”的快递计划，推进线上线下的结合，提高分拣效率，同时降低业务成本。

在技术创新方面，大型快递企业研发部门将加快速递装备技术的研发与应用。通过机器人自动分拣技术提高效率，探索无人机递试点，以此推进智能化投放。

在管理创新方面，开发利用大数据、云计算等新技术，建立公共信息平台。例如申通除分拣机器人以外，在大型转运中心还不断投入自动化分拣、自动化扫描等设备，实现库内的操作“无人化”，逐步降低运营、人力和管理成本。

（2）拓展新业务，向综合物流服务商转型：居民消费水平的提升使得消费者更为重视快递服务的时效性、安全性以及客户服务体验，质量将成为快递行业的主要竞争市场。在新的市场中，快递企业将以消费者的需求为重心，对快递业务做出相应的调整与规划。比如快递企业将把提质增效作为工作重点，快递服务种类也越来越丰富，企业管理也日趋规范

。各大快递企业也将不断拓展新的业务，逐步向综合物流服务商转型。物流综合服务能力将成为行业未来的核心竞争力，服务体系越完整，整体供应链的效率就越高，盈利能力越强。

(3) 核心地区中转中心直营模式逐渐被采用：越来越低的快递单价和趋高的成本将推进企业直营化这一趋势的发展，对于快递企业而言，转运中心的数目越多，越有利于发挥重点城市中转环节的带动作用，直营比例的扩大将极大程度上缩短整个流通链条的成本与时间，进一步提高中转时效。在新的发展背景下，各大快递企业将加快全国核心中转中心的直营化进程，从而进一步降低运营成本。

各快递企业核心地区中转中心模式

快递企业

转运中心

转运中心操作

干线运输

网点

顺丰

全直营

外包

外包围住

直营

申通

直营为主

外包、季节性用工外包

自有运力为主

加盟

中通

直营+加盟

外包

自有运力比例较高，外包为独家合作

加盟

韵达

直营为主

外包

模式多样：包括直营车，外包合同车，临时物流卡班车，承包车，网点车

加盟

圆通

除偏远地区，基本直营

外包

主要有自有车辆运输和承运商运输两种方式；目前干线运输以承运商运输为主

加盟

数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 对电商平台依赖程度高：电商的快速发展成为快递行业的主要驱动力之一，在快递行业业务分配比例中，电商快件占整体快递业务的60%以上，这使得较多快递企业的发展对电商平台的依赖性较强。同时，随着快递行业竞争者不断增多，行业竞争加剧。加之电商平台趋向性价比高的快递平台，导致快递企业议价能力整体较弱，2016至2017年，我国电商快递价格降幅10-20%，快递行业整体盈利能力受到影响。

(2) 成本压力较大：近几年，快递市场进入者增多，竞争加剧问题突出，各企业“打价格战”引起单价快速下降。同时，由于社会老年化引起人力成本不断上升，快递行业利润被压榨。而快递企业必须打造高质量的快递网络，通过大量资金通过购买仓储、物流车，雇佣高技术物流类人才增加企业的竞争力。随着物流行业的原材料、人力、仓储、交通的成本不断走高，快递行业面临的经营压力持续增长。

(3) 各企业之间技术差距较大：近年来各种无人机、大数据、AI等高科技应用于快递行业领域。各大快递企业在上市集合到资本后大力投入技术领域，形成以技术为核心的行业壁垒，使得新进入者举步维艰，不利于行业的良性发展。

我国快递行业劣势

数据来源：公开资料整理

三、机遇分析

(1) 居民购买力增强：在我国经济不断夯实的基础下，城镇及农村居民人均可支配收入及购买力得到了提升和增强，给快递业的持续发展增添了强大动力。根据数据显示，2019年，我国快递业务收入为7497.8亿元，较上年同比增长24.2%；2020年，我国快递业务收入为8795.4亿元，较上年同比增长17.3%。

2015-2020年我国快递业务收入及增速

数据来源：公开资料整理

(2) 政策利好行业发展：快递行业的兴起与发展受到了政府的极大重视，尤其是针对快递行业未来发展及突出矛盾，政府出台了一系列相对应的政策法规来引导行业持续有序发展。

如2018年9月，国务院在《乡村振兴战略规划（2018 - 2022年）》中提出加快构建农村物流基础设施骨干网络，鼓励商贸、邮政、快递、供销、运输等企业加大在农村地区的设施网络布局。加快完善农村物流基础设施末端网络，鼓励有条件的地区建设面向农村地区的共同配送中心。

我国快递行业相关政策

日期

政策名称

制定部门

主要内容

2018.10

《十一月起我国降低部分商品最惠国税率》

国务院

自2018年11月1日起，降低部分商品的最惠国税率。

2018.09

《乡村振兴战略规划（2018 - 2022年）》

国务院

加快构建农村物流基础设施骨干网络，鼓励商贸、邮政、快递、供销、运输等企业加大在农村地区的设施网络布局。加快完善农村物流基础设施末端网络，鼓励有条件的地区建设面向农村地区的共同配送中心。

2018.02

《快递暂行条例》

国务院

第一部专门针对快递业的行政法规

2018.01

《国务院办公厅关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》

国务院

完善电子商务快递物流基础设施；优化电子商务配送通行管理；提升快递末端服务能力；提高协同运行效率；发展绿色生态链。

2016.12

《关于印发<电子商务“十三五”发展规划>的通知》

商务部、中央网信办、发展改革委

提出电子商务发展的主要任务、专项行动和保障措施；首次确立电子商务服务经济增长和社会发展的双重标准；明确了推进电子商务与传统产业深度融合、提升电子商务主体竞争层次，推动电子商务资源产业化。

2016.12

《关于同意建设网络市场监管部际联席会议制度的函》

国务院

同意建立由工商总局牵头的网络市场监管部际联席会议制度，明确其主要职能是在国务院领

导下，研究提出网络市场监管工作思路以及促进网络市场健康有序发展的政策建议；加强网络市场监管法制建设；加强对网络市场监管的协同、指导和监督。

2016.10

《关于推进电子商务进社区促进居民便利消费的意见》

商务部、民政局、国土资源部、城乡建设部、质检总局

以居民生活需求为导向，构建线上与线下互动融合、虚拟与实体互相补充的社区商业综合服务体系。优化社区商业实体网点布局，支持利用闲置房间、地下空间等打造多层次、多形式的便民服务点，提供购物、休闲、养老、家政、健康、文化等服务，打造“一刻钟”便民服务商圈。

2016.05

《关于推进电子商务发展有关工作的通知》

发展改革委、商务部、人民银行等

通知指出启动第三批电子商务示范城市创建工作；在组织开展国家电子商务示范城市电子商务重大工程建设中提到要重点支持电子商务共性信息基础设施建设，尤其是电子商务经济运营监测平台、电子商务可信交易服务平台。在重点支持电子商务创新应用中特别提到支持特色农林和农资电子商务应用工程。

2015.10

《国务院关于促进快递业发展的若干意见》

国务院

到2020年，基本建成普惠城乡、技术先进、服务优质、安全高效、绿色节能的快递服务体系，形成覆盖全国、联通国际的服务网络。快递市场规模稳居世界首位，基本实现乡乡有网点、村村通快递，快递年业务量达到500亿件，年业务收入达到8000亿元。

数据来源：公开资料整理

(3) 电商促销活动增多：我国最有代表性的电商促销活动是阿里巴巴旗下B2C电商平台天猫、淘宝策划的“双十一”。双十一期间，各大电商平台推出满减、红包、秒杀等多种促销方式，吸引了大批消费者参与。电商平台的驱动下，快递行业市场需求持续增长，促进科技在快递行业的应用，体现在快递企业利用智能大数据平台安排配送人手、配送路线和配送时间，给客户带来更好的消费体验，促使快递业从体量发展向品质提升的跨越。

四、威胁分析

(1) 快递包装废弃物威胁：在快递业的高速发展的同时，对快递包装的消费也在不断扩大，但大量的快递包装废弃物并未得到有效处理。随着我国环保政策趋严，数量庞大的快递包装废弃物势必成为制约快递行业绿色健康发展的因素之一。

(2) 人才匮乏：快递行业是劳动密集型产业，快递公司需要招聘较多的快递员才能满足庞大的快递业务量需求。但现阶段我国超五成快递员月收入不超过5000元，从工资方面

吸引求职者存在困难，导致员工不足。同时，对快递行业而言，智慧物流这一趋势将助力整个快递行业从劳动密集型向技术密集型产业转变。行业发展对技术的要求，将直接致使用人素质的要求的提高。目前快递企业人员中，技术人员的配备不尽完善，行业人员能力素质参差不齐，技术人才的匮乏一定程度阻碍行业的发展。

(3) 政策对企业运营资质提出要求：快递行业属于国家邮政行业的一部分。国家邮政局负责全国快递市场的监管，省、自治区、直辖市的邮政管理局负责本行政区域快递市场的监督工作。涉及国际快递业务的快递企业将受到海关等各部门的监督管理。企业要想经营快递业务需取得国家邮政局颁发的《快递业务经营许可证》，此许可需注册的快递企业在法人资质、注册资本、服务能力、规范经营、安全保障等方面符合相关要求。例如注册资本不低于人民币50万元，具备在省范围内经营快递业务的网络和运送能力等。政策壁垒为新想加入行业的企业竖立了运营资质壁垒，把不符合经营许可的企业阻隔在行业外。

我国快递行业运营资质相关政策

企业

概述

《快递业务经营许可证》

注册资本不低于人民币五十万元；具备在xx省范围内经营快递业务的网络和运递能力；有符合《快递业务员国家职业技能标准》并通过资格认定的快递业务员，经营同城快递业务的，快递业务员中具备初级以上资格的不低于30%，经营省内异地快递业务的，快递业务员中具备初级以上资格的不低于40%等

《关于进一步加强国家机公文寄递管理的通知》

邮政企业承担国家机公文寄递的法定职责，快递企业等非邮政快递企业不得经营国务院规定范围内的信件业务和国家公文快递业务

数据来源：公开资料整理（zlj）

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-行业规模现状与发展潜力评估》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、快递行业竞争风险分析

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/536797536797.html>