

中国民营快递产业运营动态调查及发展策略分析 预测报告

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《中国民营快递产业运营动态调查及发展策略分析预测报告》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/229737229737.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

前言

最近几个月，圆通速递总裁相峰和副总裁胡瑞琦，一直在忙活“全球包裹联盟”峰会的筹备工作。来自韩国、日本、俄罗斯等各国的快递企业，来到上海参加了一场峰会，峰会的议题之一，便是成立“全球包裹联盟”，圆通是发起成员，韩国CJ大韩空运、日本西浓等十几家海外快递企业则是意向创始成员。

“全球包裹联盟”可以说是拓展国际快递业务的一种新商业模式，此前全球范围内的快递联盟应该只有万国邮联，还是各国政府参与，圆通发起成立这一联盟，是希望整合资源抢占更多国际快递市场的份额，此前，超过万亿的跨境电商市场，主要由中国邮政的“国际小包”在承载递送，市场份额超过80%。

民营快递全球结盟

早在2006年，圆通成立海外事业部时，圆通速递董事长喻渭蛟就提出，未来一定会出现畅通全球的快递网络。不过，由于国内快递市场的高速发展，包括圆通在内的民营快递企业们，并没有把太多的精力投入到搭建海外网络上。

近年来，我们也与日本、韩国等国家的快递公司达成了一些双边合作，比如与CJ大韩空运合作推出大陆到韩国全境统一收费的快件服务，与俄罗斯DCD外运集团合作推出‘俄易邮’专线产品，与日本西浓运输合作推出日本专线，在合作过程中发现大家都希望共同构建一个联通世界的快递网络，但缺少一个号召者，缺少一个纽带。这就是圆通发起成立全球包裹联盟的初衷。

首批意向加入全球包裹联盟的创始成员，主要是亚洲和欧美各国在当地配送网络比较完善的民营快递企业，比如CJ大韩空运韩国最大的快递企业。成立“全球包裹联盟”后，成员企业将共同制定联盟的规则和合作协议，在共同的运营标准和流程、统一的IT基础设施以及结算机制下开展合作，最终建立一个覆盖全球主要市场的国际包裹服务网络。

在全球范围内把民营快递企业联合在一起组建联盟，之前还没有先例，希望能够吸引更多国家具有代表性的快递企业加入，从双边合作到多边合作，提供全球更多国家逐渐一站到底的递送服务，甚至创造共同的品牌。

“全球包裹联盟”借鉴的应该是“万国邮联”的模式，万国邮联是联合国关于国际邮政事务的专门机构，主要协调各国的普遍服务邮件递送，统一国际邮件处理程序和资费标准，简化国际邮政帐务结算办法。

谁在主导跨境递送

目前在国际快递领域，包括联邦快递、UPS等国际快递巨头，主要运送的是跨国公司和国际贸易所需的高价值物品。而“全球包裹联盟”更看重的，则是由消费者“海淘”等带动的跨境电商递送市场。商务部的统计数据显示，2011年，我国跨境电子商务交易额约1.6万亿元，2012年达到约2万亿元，2013年达到3.13万亿元，2014年达到3.75万亿元，预计2016年

中国跨境电商进出口额将增长至6.5万亿元。

如此大的进出口量，重要的递送环节现在都是由谁来完成的？

一家民营快递的管理层透露，目前跨境电商递送要经历不少环节，比如在美国西海岸，就有一百多家转运公司，他们在美国的免税州设立仓库，商家统一将中国消费者定的货寄到免税州的仓库，再通过航空运到国内，而在出口方面，则是中国邮政的“国际小包”一支独大。

近年来，国外消费者通过淘宝等电商平台购买中国商品的需求也越来越大，而这些商品运出中国到达国外消费者手中，主要通过中国邮政的“国际小包”。通过万国邮联体系，“国际小包”到国外后用的是当地邮政的递送网络，好处是按照普遍服务收费便宜(四大国际快递巨头的价格是其数倍)，但时效难保证，又没有邮件信息追踪功能，有的在海上就要飘一个月，很多可能还因为找不到目的地而被退回。

值得注意的是，最近几年，一些外国邮政也开始来华抢生意，在香港等设立转运点，大陆的货运通过国内的代理公司揽货运到香港，再通过外国邮政送到国外，而包括顺丰、宅急送等国内快递公司，也分别与荷兰邮政、英国邮政合作，到欧洲的包裹到荷兰或英国后，再通过他们的网络和清关系统进一步递送到目的国。

国际递送利润高

“目前中国仍是增长最快的快递市场，但跨境电商的增速也不能忽视，而且虽然从量上看还无法与国内相比，但从每单的毛利率看，国际递送的利润比价格战激烈的国内要高的多，”“三通一达”其中一家快递企业的管理层指出，在国际快递巨头与邮政国际小包数倍的价差之间，还有性价比更优的巨大需求空间，这正是民营快递希望分羹的市场。

目前快递公司拓展国际市场主要有三种模式，一是像四大国际快递巨头一样完全自营；二是部分自营，部分代理，比如顺丰就在海外建仓的同时，部分地区选择由当地公司代理；三是全部依靠国外代理，目前，包括申通、中通、韵达在内的“三通一达”，先期试水国外市场都是从寻找国外合作伙伴开始。

而圆通此次发起成立的全球快递联盟，更是成本相对较低、扩张又更快的方式。不过，由于联盟成员所在国的IT系统、清关政策等各有不同，联盟网络的顺利搭建也将面临标准统一、数据对接、利益分配等各种需要协调的问题，而联盟之间最终也可能从朋友转化为通过资本、股份的嫁接。

中国报告网发布的《中国民营快递产业运营动态调查及发展策略分析预测报告》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、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研究分析。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。

报告大纲：

第一章中国快递业的发展综述

1.1快递业对国民经济的影响

1.1.1快递业的相关概述

(1) 快递业的界定

(2) 快递业的分类

(3) 快递业的特征

(4) 快递市场结构

1.1.2快递业对全球经济的作用

(1) 促进贸易和提高竞争力

(2) 提高劳动生产效率

(3) 减少公司库存成本

(4) 刺激外商直接投资

1.1.3快递业对中国经济的影响

(1) 调整国民经济的产业结构

(2) 改善出口产业的投资环境

(3) 解决不断增长的就业压力

(4) 推动垄断行业的市场改革

1.2中国快递业发展环境分析

1.2.1快递业政策环境分析

(1) 快递行业管理体制

(2) 快递行业相关政策

(3) 快递行业相关标准

1.2.2快递业经济环境分析

(1) 国际宏观经济环境

(2) 国内宏观经济环境

1.2.3快递业社会环境分析

(1) 电子商务行业发展迅速

(2) 电子商务行业面临形势

(3) 电子商务行业规模预测

(4) 快递与电子商务协调发展

1.2.4快递业技术环境分析

(1) RFID技术在快递业的应用

(2) J2EE技术对快递业的作用

(3) 其他IT技术对快递业的作用

1.3中国快递业发展规划解读

1.3.1全国快递服务“十三五”规划

- (1) 全国快递服务的发展目标
- (2) 全国快递服务的主要任务
- (3) 全国快递服务的政策措施
- (4) 全国快递服务发展规划评析

1.3.2长江三角洲地区快递服务发展规划

- (1) 长三角快递服务的发展目标
- (2) 长三角快递服务的主要任务
- (3) 长三角快递服务的政策措施
- (4) 长三角快递服务发展规划评析

1.3.3珠江三角洲地区快递服务发展规划

- (1) 珠三角快递服务的发展目标
- (2) 珠三角快递服务的主要任务
- (3) 珠三角快递服务的重点工程
- (4) 珠三角快递服务的政策措施
- (5) 珠三角快递服务发展规划评析

1.3.4京津冀地区快递服务发展规划

- (1) 京津冀快递服务的发展目标
- (2) 京津冀快递服务的主要任务
- (3) 京津冀快递服务的重点工程
- (4) 京津冀快递服务的政策措施
- (5) 京津冀快递服务发展规划评析

1.3.5海峡西岸经济区快递服务发展规划

- (1) 海峡西岸经济区快递服务发展目标
- (2) 海峡西岸经济区快递服务主要任务
- (3) 海峡西岸经济区快递服务保障措施
- (4) 海峡西岸经济区快递服务规划评析

第二章中国快递业发展状况分析

2.1中国物流行业总体发展情况

2.1.1物流总额增幅及其构成情况

2.1.2物流总费用增幅及构成情况

2.1.3物流业增加值增幅及贡献情况

2.1.4物流固定资产投资及增长情况

2.1.5全国重点企业物流统计调查情况

2.2中国快递业经营情况分析

2.2.1中国快递业的发展概况分析

- (1) 快递业的发展历程分析
- (2) 快递市场发展规模分析
- (3) 快递企业从业人员规模

2.2.2中国快递业的经营情况分析

- (1) 快递企业经营产品分析
- (2) 快递行业客户结构分析
- (3) 快递企业快递价格分析
- (4) 快递企业服务能力分析

2.2.3中国快递业营销策略分析

- (1) 国际快递巨头营销策略
- (2) 快递企业经营战略分析
- (3) 快递企业营销案例分析

2.3中国快递业运行情况分析

2.3.1快递业务量完成情况分析

- (1) 快递业务量完成情况
- (2) 快递业务量结构分析
- (3) 分地区快递业务量结构

2.3.2快递业务收入情况分析

- (1) 快递业务收入情况
- (2) 各月快递业务收入
- (3) 快递业务收入结构
- (4) 分地区快递收入结构

2.4中国快递业消费者申诉情况

2.4.12014年快递业消费者申诉情况

- (1) 2014年消费者申诉的主要问题
- (2) 2014年消费者对企业申诉情况

2.4.22015年快递业消费者申诉情况

- (1) 2015年消费者申诉的主要问题
- (2) 2015年消费者对企业申诉情况

第三章中国民营快递业发展策略

3.1中国民营快递业发展分析

3.1.1中国民营快递业发展概况

- (1) 民营快递业产生的背景

- (2) 民营快递业的发展历程
- (3) 民营快递发展制约因素
- 3.1.2 中国民营快递的市场调研分析
 - (1) 中国民营快递市场调研结果
 - (2) 中国民营快递企业改进措施
- 3.1.3 民营快递企业的员工激励分析
 - (1) 民营快递人力资源存在问题
 - (2) 民营快递企业员工特点分析
 - (3) 民营快递企业员工激励方案
- 3.1.4 新邮政法对民营快递的影响分析
- 3.1.5 中国民营快递市场发展潜力分析
- 3.2 中国民营快递企业发展对策分析
 - 3.2.1 中国民营快递企业SWOT分析
 - 3.2.2 中国民营快递企业营销策略分析
 - 3.2.3 中国民营快递业的发展策略分析
- 第四章 中国快递业市场前景预测
 - 4.1 中国快递业投资风险分析
 - 4.1.1 中国快递业政策风险分析
 - 4.1.2 中国快递业法律风险分析
 - 4.1.3 中国快递业监管风险分析
 - 4.1.4 宏观经济波动带来的风险
 - 4.1.5 中国快递业市场竞争风险
 - 4.1.6 中国快递业扩张风险分析
 - 4.1.7 中国快递业运营风险分析
 - 4.1.8 中国快递业管理风险分析
 - 4.1.9 快递业应收账款风险分析
 - 4.2 中国快递业发展策略分析
 - 4.2.1 快递行业发展的影响因素分析
 - (1) 进入快递行业的主要影响因素
 - (2) 影响快递行业发展的有利因素
 - (3) 影响快递行业发展的不利因素
 - 4.2.2 中国快递业发展策略分析
 - (1) 快递业总体发展策略分析
 - (2) 中小型快递企业发展策略
 - (3) 快递企业的发展方向分析

4.3中国快递业前景预测分析

4.3.1中国快递业发展趋势分析

4.3.2全球快递业发展前景展望

4.3.3中国快递业市场规模预测

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/229737229737.html>