

# 2006年-2007年中国邮政与快递行业发展趋势研究 报告

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《2006年-2007年中国邮政与快递行业发展趋势研究报告》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/xiantiyongpin/2976929769.html>

报告价格：电子版: 12800元 纸介版：13000元 电子和纸介版: 13200

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

购买研究报告的客户可以在1年内免费更新报告中的所有数据目	录第一章	概述
15一、报告研究范围	15 (一) 行业定义与特点	15 (二) 研究框架
17二、2006年邮政与快递行业发展概述	18 (一) 2006年邮政行业发展概述	
18 (二) 2006年快递行业发展概述	21第二章	邮政与快递行业发展环境分析
23一、宏观经济环境	23 (一) 宏观经济环境对邮政市场的影响	
23 (二) 宏观经济环境对快递市场的影响	24二、政策法规环境	25 (一) 相关产业政策
25 (二) 行业管理体制	29三、社会文化环境	32 (一) 文化因素
32 (三) 人口因素	32 (二) 地理因素	
32 (四) 人才因素	33 (五) 信用因素	33 (六) 认识因素
33四、科技环境	34 (一) 科技对邮政市场的影响	34 (二) 2006年邮政行业科技发展状况
34 (三) 邮政行业科技发展方向	34五、关联产业发展	36 (一) 物流园区、交通等基础设施建设
36 (二) 交通运输工具	37 (三) 石油行业	37 (四) 信息化网络建设
37 (三) 石油行业	37 (四) 信息化网络建设	37第三章
邮政市场情况	38一、2000-2007年6月份中国邮政市场发展情况	
38 (一) 2000年中国邮政发展情况	38 (二) 2001年中国邮政发展情况	
39 (三) 2002年中国邮政发展情况	39 (四) 2003年中国邮政发展情况	
40 (四) 2004年中国邮政发展情况	42 (五) 2006年中国邮政发展情况	
43二、邮政公众类业务	44 (一) 业务规模及结构	44 (二) 业务特点
48 (三) 供求分析	50 (四) 走势预测	51二、邮政快递业务
52 (一) 业务规模及结构	52 (二) 业务特点	
53 (三) 供求分析	54 (四) 走势预测	56三、邮政金融类业务
58 (一) 业务规模及结构	58 (二) 业务特点	62 (三) 供求分析
62 (四) 走势预测	63四、邮政物流业务	
65 (一) 业务概述	65 (二) 业务规模	66 (三) 邮政发展物流SWOT分析
67 (四) 业务特点	68 (五) 供求分析	69 (六) 走势预测
70五、邮政信息类业务	71 (一) 业务规模及结构	71 (二) 业务特点
73 (三) 走势预测	74六、集邮业务	
74 (一) 业务规模及结构	74 (二) 业务特点	75 (三) 供求分析
75 (四) 走势预测	76七、国际邮政业务	77 (一) 业务规模及结构
77 (二) 走势预测	79第四章 快递市场情况	
80一、快递市场整体情况	80 (一) 市场规模及结构	80 (二) 市场特点
82 (三) 供求分析	83 (四) 竞争格局	83 (五) 走势预测
86二、同城快递业务	87 (一) 市场规模及结构	
87 (二) 市场特点	88 (三) 竞争格局	89 (四) 走势预测
89三、异地快递业务	90 (一) 市场规模及结构	90 (二) 市场特点
90 (三) 竞争格局	91 (四) 走势预测	
92四、国际快递业务	93 (一) 市场规模及结构	93 (二) 市场特点
95 (三) 竞争格局	96 (四) 走势预测	96第五章 邮政与快递行业投资状
况	98一、行业投资现状	
98 (一) 邮政行业投资的理论分析	98 (二) 总体投资情况	100 (二) 主要投资项目情况
101二、行业投资主体及其特点	102 (一) 国有资本投资情况	102 (二) 外商投资情况
104 (三) 民营资本投资情况及特点	105三、投资的区域分布	110四、投资效益情况

110 (一) 邮政行业投资效益	110 (二) 快递行业投资效益	111五、行业投资前景及风险
112 (一) 邮政行业	112 (二) 快递行业	113六、投资建议
114 (一) 对中国邮政系统的投资建议	115 (二) 对中国邮政企业上市的建议	
116 (三) 对筹建邮政储蓄银行的建议	119 (四) 对邮政物流的建议	
119 (五) 对集邮业务建议	120第六章 主要企业的运营情况	122一、中国邮政EMS
122 (一) 机构发展概况	122 (二) 经营情况	122 (三) 优劣势分析
124 (四) 发展战略	126二、DHL (敦豪)	127 (一) 机构发展概况
127 (二) 经营情况	128 (三) 优劣势分析	129 (四) 发展战略
130三、FedEx (美国联邦快递公司)	132 (一) 机构发展概况	132 (二) 经营情况
133 (三) 优劣势分析	133 (四) 发展战略	134四、中外运
135 (一) 机构发展概况	135 (二) 经营情况	136 (三) 优劣势分析
137 (四) 发展战略	138五、UPS	139 (一) 机构发展概况
139 (二) 经营情况	140 (三) 优劣势分析	141 (四) 发展战略
141六、TNT	144 (一) 机构发展概况	144 (二) 经营情况
144 (三) 优劣势分析	146 (四) 发展战略	146七、宅急送
148 (一) 机构发展概况	148 (二) 经营情况	148 (三) 优劣势分析
149 (四) 发展战略	149八、民航快递 (CAE)	149 (一) 机构发展概况
149 (二) 经营情况	150 (三) 优劣势分析	150 (四) 发展战略
151九、中铁快运 (CRE)	152 (一) 机构发展概况	152 (二) 经营情况
152 (三) 优劣势分析	153 (四) 发展战略	156十、小红马
156 (一) 机构发展概况	156 (二) 经营情况	157 (三) 优劣势分析
157 (四) 发展战略	158十一、圆通速递公司	158 (一) 机构发展概况
158 (二) 经营情况	159 (三) 优劣势分析	160 (四) 发展战略
160十二、顺丰速运	160 (一) 机构发展概况	160 (二) 经营情况
160 (三) 优劣势分析	161 (四) 发展战略	162十三、中诚
162 (一) 机构发展概况	162 (二) 经营情况	162 (三) 优劣势分析
163 (四) 发展战略	164十四、百福东方	164 (一) 机构发展概况
164 (二) 经营情况	165 (三) 优劣势分析	166 (四) 发展战略
167第七章 区域邮政与速递市场分析	168一、四城市快递市场专项调查	168 (一) 居民主要的邮寄方式
168 (二) 高收入、高学历人群为特快专递的主要消费者	168 (三) “收货及时”“送货准时”是居民选择“特快专递”的主要原因	169二、北京
170 (一) 邮政行业发展概况	170 (二) 快递市场情况	173三、深圳
174 (一) 邮政行业发展概况	174 (二) 快递市场情况	175四、上海
176 (一) 邮政行业发展概况	176 (二) 快递市场情况	176五、重庆
177 (一) 邮政行业发展概况	177 (二) 快递市场情况	178第八章 国际邮政与速递产业比较与借鉴
179一、行业管理体制	179 (一) 邮政行业	179 (二) 快递行业
186二、技术水平	186三、市场情况	187 (一) 邮政业开放市场是大势所趋
187 (二) 新西兰邮政逐步开放市场勇敢应对竞争	188 (三) 韩国邮政以金融为龙头加快业务发展	188 (四) 日本邮政加快改革步伐计划年私营化
188 (四) 世界邮政业发展空间广阔		

189四、机构运作	190 (一) 企业化运作是各国邮政改革最核心的内容
190 (二) 各国邮政企业化运作的主要模式	190 (三) 欧洲邮政成功进行资本运作的启示
192 (四) 欧洲三国邮政金融业务发展情况	193 (五) 世界9大快递公司运作概况
195	图表 1 邮政与快递行业发展环境
17	图表 2 2003-2007年6月份邮政业务总量 单位：亿元
19	图表 3 2004年中国邮政行业各类业务收入增长情况
19	图表 4 2004年邮政业务完成情况
19	图表 5 2004年中国邮政行业国际类业务增长情况
20	图表 6 2004-2007年6月份年邮政行业固定资产及投资情况
21	图表 7 2002-2007年6月份我国快递市场营业规模
21	图表 8 邮政体制改革的三个步骤
26	图表 9 2006年邮政体制改革方案
27	图表 10 邮政推进邮政财务核算改革措施
27	图表 11 邮政专营业务范围三种趋势
30	图表 12 邮政、快递各项监管体制发展趋势
31	图表 13 2000年中国邮政规模和综合通信能力
38	图表 14 1999-2000年中国邮政业务发展情况
38	图表 15 2000年中国邮政业务收入结构
39	图表 16 2002年 - 2003年中国邮政完成业务总量
40	图表 17 2003年中国邮政通信能力
40	图表 18 2003年中国邮政服务水平与能力
41	图表 19 2002-2007年6月份中国邮政业务发展比较
41	图表 20 1999-2007年6月份五年间邮政的主要经济指标
42	图表 21 2004年与2003年的中国邮政业务发展比较
42	图表 22 1999-2007年6月份年邮电业务基本情况
44	图表 23 1999-2007年6月份中国邮政的函件业务市场规模及增长情况
45	图表 24 1999与2006年中国函件业务收入比较
45	图表 25 1999与2006年中国函件收入中商务函件和民用函件比重
46	图表 26 2003-2007年6月份全国邮政包裹业务收入
46	图表 27 2004年全国邮政包裹业务结构
47	图表 28 2004年全国各类邮政包裹业务收入增长情况
47	图表 29 2003-2007年6月份全国邮发报刊收入
48	图表 30 中国邮政信函业务分类
48	图表 31 2004年大客户用邮占邮政函件业务收入的2/3以上
49	图表 32 通民函件与通商函件不同特点的比较
49	图表 33 2003-2006年邮政快递业务收入
52	图表 34 2003-2007年6月份中国邮政快递市场结构
53	图表 35 2004年中国邮政快递市场结构
53	图表 36 2004年北京、上海居民接触过特快专递的类型
55	图表 37 居民对中国邮政特快专递EMS的认可程度分析
55	图表 38 2004年邮政EMS国际与国内业务收入结构
55	图表 39 2006年邮政EMS国际与国内业务收入结构
56	图表 40 2003-2007年6月份邮政储蓄存款余额
59	图表 41 单位：亿元 2006年6月末全国邮政储蓄占有率
59	图表 42 2003-2007年6月份邮政储蓄绿卡跨省异地累计交易情况
60	图表 43 2003-2007年6月份中国邮政西联汇款实现收入情况
60	图表 44 国际电子汇兑的优势和劣势
61	图表 45 2004年邮储部门邮政代理保险业务发展情况
61	图表 46 邮政部门目前开办的其他中间业务
61	图表 47 西联汇款业务优劣势比较分析
63	图表 48

四类个人异地结算市场规模分析	64图表	49	邮政绿卡三期工程效果评估	64图表	50
2002-2007年6月份中国邮政物流业务收入	67图表	51	邮政发展物流有四大优势	67图表	
52邮政发展物流劣势	68图表		53邮政发展物流机会与威胁	68图表	
54各地邮政从事的物流业务情况对比			69图表		55
2003-2007年6月份中国邮政实现代办电信业务收入			72图表		56
2006年中国邮政实现代办电信业务收入结构			72图表		57
2004年中国邮政实现信息平台 and 增值电信业务收入情况			72图表		58
2002-2007年6月份中国集邮业务收入			75图表		59
2003-2007年6月份邮政出口国际及港澳台各类业务收入			78图表		60
2006年邮政出口国际及港澳台各类业务市场结构			78图表		61
2002-2007年中国快递市场规模以及增长趋势(亿元)			80图表		62
2002-2007年中国快递市场结构(亿元)			81图表		63
2002-2007年中国国内快递市场结构(亿元)			81图表		64
2002-2007年中国国内居民快递市场结构(亿元)				82图表	
65居民对中国的不同类型快递认可程度分析			83图表		66
2001-2007年6月份中国国际快递业务非邮政快递企业市场占有率变化情况			84图表		67
2002-2007年中国同城快递市场规模及变化(亿元)			87图表		68
2002-2007年中国异地快递市场规模及变化(亿元)			90图表		69
2003-2007年同城快递与异地快递市场增长率比较及趋势			91图表		70
2002-2007年同城快递与异地快递市场规模比较及趋势(亿元)			91图表		71
2004年异地快递市场占有率	92图表		72同城快递企业有能力做异地快递业务的比例	92图表	
73			2002-2007年中国国际快递市场规模变化情况(亿元)	94图表	74
2006年中国国际快递业务竞争格局			94图表		75
2006年中国国际快递业务非邮政快递企业与邮政EMS市场占有率			94图表		76
2006年中国国际快递市场厂商份额			96图表		77
2002-2007年6月份中国邮政投资规模(亿元)				100图表	78
2006年中国邮政投资结构(亿元)			101图表		79
2003-2007年6月份邮政行业国有资本投资情况	103图表		80 竞争对手优劣势分析	109图表	
81			2004年外资快递企业的投资区域分布	110图表	
110图表			82 2004年民营快递企业的投资区域分布	110图表	
83			1999-2007年6月份五年间邮政的主要经济指标	111图表	84
2004年中国快递业主要投资者收入情况(亿元)			112图表		85
2004 - 2008年邮政业务总量增长情况			113图表		86
2004 - 2008年国际邮政业务总量增长情况			113图表		87
2002-2007年中国快递市场规模以及增长趋势(亿元)			114图表		88
2003-2007年6月份中国邮政EMS业务收入	123图表		89 中国邮政快递市场结构	123图表	90

中国邮政EMS业务结构	123	图表	91	1996-2007年6月份敦豪中国运输量的增长率	127	图表	92
DHL中国分公司地区分布	127	图表	93	DHL全球数据	128	图表	94
2003-2007年6月份DHL在中国内地和香港地区的销售额	129	图表	95	FedEx全球数据	132	图表	96
2003-2007年6月份联邦快递中国收入(亿元)	133	图表	97	中外运核心业务介绍	135	图表	98
2003-2007年6月份中外运股份有限公司收入	136	图表	99	2003-2007年6月份中外运股份有限公司净利润	137	图表	100
Ups主要数据	139	图表	101	UPS的业务收入按照地区分布特点	140	图表	102
2004年UPS按照运输方式划分的业务收入	140	图表	103	2003-2007年6月份UPS中国业务收入	140	图表	104
TNT全球业务类型(净收入)分布	144	图表	105	TNT全球业务地域表现	145	图表	106
TNT全球业务类型(运营利润)分布	145	图表	107	2002-2007年6月份TNT快递中国营业额	146	图表	108
2003-2005北京宅急送快递有限公司营业收入	148	图表	109	2002-2007年6月份民航快递公司营业额	150	图表	110
中铁快运经营情况	152	图表	111	2002-2007年6月份中铁快运有限公司年营业额	153	图表	112
中铁快运投资新建、扩建物流中心的建筑面积	153	图表	113	2003-2007年6月份小红马营业额变化图	157	图表	114
圆通网络构架图	158	图表	115	2003-2007年6月份圆通营业额变化图	159	图表	116
2003-2007年6月份顺丰营业额变化图	160	图表	117	2003-2007年6月份中诚营业额变化图	162	图表	118
百福东方结构示意图	164	图表	119	2003-2007年6月份百福东方集团物流快递营业额变化图	165	图表	120
居民使用最多的邮寄方式	168	图表	121	特快专递的主要消费者	169	图表	122
居民选择“特快专递”的主要原因	169	图表	123	快递消费者重视因素分析	170	图表	124
十五期间北京邮政建设投资情况	172	图表	125	十五期间北京邮政建设投资资金来源	173	图表	126
2004-2008年北京快递市场规模及其增长情况	174	图表	127	2002-2007年6月份重庆邮政的收入	177	图表	128
世界邮政行业三种管制框架模式	179	图表	129	亚太地区邮政改革特点	183	图表	130
澳大利亚邮政改革前后对比表	184	行业定义与特点1		.邮政行业定义邮政是重要的社会基础设施，在政治、经济、文化交流和人民生活中具有重要作用。中国邮政起源于古代邮驿，迄今已有几千年的历史。邮政企业通过市场实现满足消费者现实或潜在需要的综合性产品销售活动过程就是邮政营销，包括营销目的、任务、手段等内容。邮政市场是邮政企业一切经营活动的出发点和归宿，它由邮政用户及其现实的和潜在的邮政服务需求等要素构成。邮政企业向用户提供邮政通信服务和其它服务商品，体现邮政企业与用户之间商品交换关系的总和。邮政产品通过市场与消费者进行交换，从而实现其价值和使用价值，因此也必然要受到市场机制的约束。但由于邮政产品的服务性特点，其市场机制与物质产品的市场机制有所不同。邮政产品提供的服务性商品，是生产与销售同步进行，没有独立的生产与流通环节。目前中国邮政市场需求不足的现象，造成市场需求不足的原因有：1、邮政企业长期垄断，造成需求相对满足的现象。2、中国信息与交流的相对落后，需求较少。3、交通和流通领域都不甚发达，供给能力偏弱，满足不了用户需求。人口移			

动性偏低，造成异地信息需求较少的现象等。我国邮政产品价格仍未完全放开。但是，价值规律对邮政产品仍然在一定范围内起作用，因为邮政产品的价格能够调节邮政市场的供求关系，各类邮政产品之间的比价起到了引导某类产品消费或抑制另一类产品消费的作用。

## 2. 邮政行业特点

邮政根据产业特点，其业务分为公用性业务和经营性业务两类，其营性业务面临着来自市场越来越激烈的竞争。

(1) 公用性业务法律规定邮政为专营，但由于市场上大量的替代产品，垄断地位正日益受到挑战。例如：信息可通过信件传递，也可通过电信手段或Internet等方式传递。市场竞争机制对提高邮政产品的服务质量起到积极的促进作用。

(2) 经营性业务它虽不属于中国邮政专营，如包裹、报刊发行、快递、储蓄等业务。但一直以来，邮政在普通包裹和报刊发行等业务上还一直占据主渠道的地位，特别是报刊发行担负着对党报、党刊的主渠道发行作用。包裹业务由于邮政拥有遍及全国的最大的配送网络，及现在可投递到户的服务水平，使这项业务得以在市场竞争中仍占重要地位。信函业务属信息传递业务，目前绝大部分国家规定信函业务是邮政专营业务，因此信函业务属于完全垄断市场；包裹业务属运输业务，有替代性，市场上企业数量较多，属垄断竞争市场；集邮业务属文化市场，其一级市场即邮票发行和邮品制作发行市场是邮政部门垄断的，属完全垄断市场，而二级市场则是开放经营的，属垄断竞争市场。随着中国开放服务市场，中国邮政业的市场结构正在发生变化，竞争日趋激烈。主要表现在以下几个方面：一是邮政业务不断加宽和延伸，其他企业进入邮政业市场参与经营。二是中国邮政业与国外跨国公司的业务竞争日益激化。三是以民营企业为代表的新企业参与经营邮政业的竞争性业务，改变了中国邮政业务的传统格局。四是中国邮政业开始与国际上大型物流公司及速递公司开展各种形式的合作。中国邮政业的业务收入及构成正在发生变化。

## 3. 快递行业定义与特点

快递是指承运方将托运方指定在特定时间内运达目的地的物品，以最快的运输方式，运送和配送到指定的目的地或目标客户手中。快递的市场基础是对于时间比较敏感的运输需求。中国快递市场可分为国际快递市场和国内快递市场两大类型，其中国内快递市场又可分为城际快递市场和同城快递市场。同城快递业务是指同一个城市区域内互寄的快递业务。同城快递的时限标准一般可分为“限时递”、“当日递”和“次日递”等。城际快递业务在国内城际市场按照空间运距，还可以细分为跨区域城际快递和区域内城际快递。在快运速递子产业中航空快运发展最为迅速，而且发展最具规模化，公路快运、铁路快运由于发展较晚，目前处于发展初期。但在今后几年由于价格、运输网络等多方面原因铁路快运的发展将会优于航空快运和公路快运。水路快运在我国目前还处于概念阶段，在今后相当长的时间内还主要是国际快运速递企业的天下。我国快运速递企业发展迅速，但由于该产业进入壁垒较低，同时大量跨国企业进入，致使该产业竞争较为激烈。因为快递是一种商业行为，是随着国际贸易全球一体化、贸易一体化的基础上出现的，作为一种单纯的商业行为，缺少平等的竞争环境就使得国内快递业没有像国际快递业那样迅速地发展起来。今后国内快递企业将会是国营大型企业、外资企业占主导，网络、服务和技术为核心竞争力，信息化、数字化、市场联合与购并为趋势，大型企业为需求主体。研究框架本报告全面总结了2006年邮政与快递行业发展情况，通过翔实的数据和充分的论述

，从多个角度揭示了中国邮政行业结构与竞争格局，并对行业内重点企业的经营战略和竞争力进行了综合评价。并且对邮政与快递的各类市场的市场规模与结构、竞争格局、供需关系、市场发展趋势做了详细的分析。具体业务包括：邮政公众类业务；邮政快递业务；邮政金融类业务；邮政物流；邮政信息类业务；集邮业务；国际邮政业务；快递市场（同城快递业务；异地快递业务；国际快递业务）情况。总结了中国邮政与快递的投资状况、投资项目、投资情况及特点，最后给出了投资风险分析以及投资建议。分析了主要企业的运营情况、财务盈利情况、优劣势分析以及发展战略分析。具体企业包括：中国邮政EMS、DHL、FedEx、中外运、UPS、TNT、宅急送、民航快递、中铁快运等。对北京、深圳、上海、重庆、广州等重点区域的邮政与速递市场进行分析。在报告的最后，我们分析了国际邮政与速递产业比较与借鉴，重点分析了日本、韩国、美国、德国、英国、法国、荷兰。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2976929769.html>