

2006年 - 2007年中国快递行业兼并(并购)重组决策分析报告

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《2006年 - 2007年中国快递行业兼并(并购)重组决策分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2987329873.html>

报告价格：电子版: 9600元 纸介版：11800元 电子和纸介版: 12200

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

报告目录报告完全是PPT版本，包括电子版和彩色印刷版研究方法对行业协会以及行业主管单位的高层领导进行高层访谈；企业调研对象为企业董事会，市场总监，生产主管，财务主管，战略合作主管等；对行业40家重点企业进行实地数据调研；对行业150家具备兼并重组投资价值的企业进行实地调研；对行业中的产业集群进行实地调研走访得到区域性结论；摘要：1. 中国快递行业基本概况近两年，中国快递行业发展迅速，随着中国加入WTO后中国的经济平稳快速发展，中国目前快递市场规模已经达到200多亿元，而且每年以超过30%的速度增长。中国快运、快递市场丰厚的利润回报率、庞大的市场潜力，较低的进入壁垒，吸引了国内外众多同行业企业和行业外潜在进入者的目光。外资快递企业不断的进入中国，尤其是全球快递行业的四大巨头，联邦快递、敦豪、天地快运、联合包裹等在中国不断参与合资、并购或独资，给中国现有的快递企业带来前所未有的挑战。Scale trend of China's express market unit：100millionRMB 中国目前快递企业高度分散。目前国内大小快递企业存在3万多家，仅上海就有6000多家。而美国的物流公司有9000多家，日本只有1000多家。未来几年，兼并重组将成为一种趋势，国内快递业才会出现一些龙头企业。目前已经在东部地区形成了以沿海大城市群为中心的几个大区域性快运速递圈。世纪分析认为以部分大城市作为区域性快运速递产业发展中心，以递进式的扇面向外部辐射，带动中部和西部地区的发展。目前中国快运产业中有航空快运、铁路快运、公路快运、水运快运，其中航空快运发展最快，但铁路快运具有价格和运输网络的优势。目前，中国快递业出现了国营、民营、外资多经济主体、多种运输方式相互竞争的市场状况。咨询分析分布于中国的快递公司主要有四个层次，第一就是外资快递行业，包括联邦快递、敦豪、天地快运、联合包裹等大跨国公司，对于这些企业来说，丰富的经验、雄厚的资金以及完善的全球网络而使其拥有强大的竞争实力。第二就是中国一些国有大快递公司，包括中国邮政、民航快递（CAE）、中铁快运（CRE）、中外运等，这些企业以其背景优势和完善的网络而在中国的快运行业处于优势地位。第三层次就是大通快递（EAS）、北京的宅急送，上海的申通快递公司、深圳顺丰等一些民营大中型快递公司，这些公司占据着一些地方市场，同时以一些城市为中心向其他地区渗透。第四就是一些小型民营企业，目前管理比较混乱，这些速递公司以其规模小、成本低、体制灵活、对市场需求的快速反应，而占据了当地一定的市场份额，往往以同城快递和省内快递位主要营利方式。中国的物流及快递行业已于2005年12月1日开始完全对外放开，含定世纪分析认为外资巨头的进入，更加加剧了中国快运行业的竞争，同时也对中国的大型多有快递企业构成了威胁。近而极有可能影响到中国快运行业未来的格局。2. 中国快递行业兼并重组收购动因快递行业的高收益导致快递行业的竞争几年来异常激烈。HEADING-CENTURY分析认为对于中国的快递快运企业来讲，若想在跨国公司大举进入中国国内市场的情况下，保持中国国内快递品牌，在与国外快递行业巨头的竞争中立于不败之地，就必须要对目前国内快递市场进行整顿，重新整合国内的快递资源，做到优势互补。过去两年

来，中国快递快运行业的兼并重组一直不断。2004年-2006年中国快递行业兼并重组主要案例时间 并购双方 交易事项

时间	并购双方	交易事项
2006.1	中铁行包、中铁快运	2006年1月18日中铁行包与中铁快运在京宣布重组合并
2006.1.24	联邦快递、大田	联邦快递以4亿美元现金收购大田在双方合资企业——大田 - 联邦快递有限公司中的50%股份，以及大田集团的国内快递网络，获得大田集团所有快递业务。
2006.1	海航、中华航空、扬子江快运	2006年1月12日，台资参股大陆航空第一案终于尘埃落定，海航集团正式宣布完成向中华航空公司等4家台湾企业转让持有的扬子江快运航空有限公司49%的股权。其中，中华航空占25%，其他三家共占24%。
2005.12	中外运、申通快递	中外运将购买申通快递51%的股权。
2005.12	TNT、黑龙江华宇物流集团	2005年12月TNT宣布收购黑龙江华宇物流集团，交易将在2006年完成。
2004.12	TNT、中国远洋运输集团	全球第二大物流企业荷兰TNT集团与中国远洋运输集团在京高调宣布组建一家合资物流企业，TNT和中远将分别持有合资公司50%的股份，进行市场互换。
2004.12	香港嘉里物流、大通国际运输	2004年12月，香港嘉里物流联网有限公司收购了国内知名物流企业大通国际运输有限公司50%的股权；2005年1月13日又将股份增持为70%。

中国快递行业不断发生这种兼并重组，有其背景因素。咨询分析中国的快递行业兼并重组具有以下几方面原因。第一、并购可以提升行业集中度，增强与外资对抗的资本。中国有多家大中型快递公司，同时还有一些地方性的中小企业在抢占市场份额，在这种情况下，如果各自为政，相互之间使用各种方法争夺市场资源，相当于资源的内耗，并不能提升中国快递快运公司的总体竞争实力。第二、通过行业内的并购可以加深对中国市场的参与度，可以向纵深发展，开发中国二三级城市的客户群。第三、通过兼并重组实现物流、资金流、信息流的统一。咨询分析中国快递快运行业可通过实现资金、信息的集中统一，提高抗御风险的能力，从而实现低层本的扩张。第四、新的邮政法规的出台，加速了中国民营快递行业的兼并重组。新的《邮政法》圈定了邮政的专营范围和职能，将350克以下的信件作为邮政企业专营，这其中包括商业信函。还规定非邮政企业从事信件、包裹等业务，需要取得邮政监管机构的许可；分别对从事市内、省内、跨省快递业务的企业限定注册资本为50万、50万和100万元。因此快递企业的生存空间被大大压缩，一些企业选择了整合、兼并重组来增强实力，保证自己的生存空间。Market distribution of foreign capital express enterprises in China 3 . 中国快递行业兼并重组收购趋势中国未来的快递行业的竞争日趋激烈已经是不争的事实，咨询分析外资的进入导致中国快递行业会出现几种变局。第一、多元化趋势。随着中国经济的发展，各地经济技术开发区建设的不断完善，为满足开发区内高速增长进出口物流及快递的需求，中国的快递公司通过兼并重组不断向多元化发展。企业之间通过并购不同业务的快递公司或者不同的部门，可以做到物流、信息流、资金流的整合，原来的快递业务已经开始转为快递与物流业务的融合，更好的提升了递送效率、降低了成本。第二、国有快递企业整合民营快递势头加剧。随着外资快递的进入，中国国有大型快递公司明显受到了挤压，咨询分析中国的国有快递公司（包括中铁快运、民航快递，中国邮政等），为了打造中国的国有品

牌，加上一些政策上的扶持，国有快递公司将会加速并购民营企业的步伐，从而实现强强联合，联合发展业务，实现优势互补，中国邮政的末端优势加上中铁快运的价格优势加上民航快递的速度优势，国内快递公司有能力在国内、国际的快递市场进行竞争。第三、外资独资化趋势明显随着2005年12月中国物流与快递行业的完全放开，中国的快递企业资源渠道的遭到了外资企业的疯狂抢夺，他们开始进入中国为了争夺快递渠道，而与国内企业进行并购或合资。而当中国的物流快递完全放开之后，他们也对中国市场很了解了，一些国外快递公司开始了独资化道路，他们通过收购合资股份从而达到独资目的。如联邦快递以4亿美元现金收购大田在双方合资企业大田 - 联邦快递有限公司中的50%股份，以及大田集团的国内快递网络。这样，联邦快递就获得了独资身份，而联邦快递所看重的正是民营快递大田覆盖全国502个城市的服务网络，这将使联邦快递加速在中国市场的扩张，从而顺利进入中国的二三级城市的市场。中国的快递行业未来竞争的结果将会出现几家大的龙头企业及几家外资快运行业巨头并存的局面。世纪分析认为：本土的快递快运企业要想在激烈的竞争中生存，就必须以最快的速度发展并优化经营网络、提高服务质量、加强信息化建设。而在新型的市场中利用有利的资源做大作强是至关重要的。

目录：中国快递行业兼并重组趋势分析报告第一章：研究概述第一节、研究背景第二节、研究内容第三节、研究方法第四节、研究团队第五节、研究结论第二章：全球快递行业发展现状第一节、全球快递行业特征第二节、全球快递市场状况分析1、2006-2007年全球快递行业市场规模分析2、2007-2010年全球快运快递行业市场需求趋势分析第三节、全球快递行业产业格局分析1、2006-2007年全球快递行业竞争现状分析2、2007-2010年全球快递行业竞争趋势分析第三章：中国快递行业政策分析第一节、宏观经济形势对快递行业的影响第二节、产业政策对快递行业影响第三节、十一五快递行业发展规划分析第四章：2006-2007年中国快递行业的现状分析第一节、中国快递行业的现状分析1、中国快递市场现状2、中国快递行业竞争情况第二节、中国快递行业投资现状分析1、快递行业投资情况及特点分析2、快递行业收益情况分析第三节、中国不同区域快递行业的格局1、不同地区对快递服务的需求类型2、不同地区的快递的服务范围3、不同地区对快递服务的需求倾向第五章：中国快递行业细分市场分析第一节、航空快运1、航空快递行业特点分析2、航空快递行业市场现状及趋势分析3、航空快递行业的市场开发策略分析4、航空快递行业投资收益与风险分析第二节、铁路快运1、铁路快递行业特点分析2、铁路快递行业市场现状及趋势分析3、铁路快递行业的市场开发策略分析4、铁路快递行业投资收益与风险分析第三节、公路快运1、公路快递行业概况及特点分析2、公路快递行业市场现状及趋势分析3、公路快递行业的市场开发策略分析4、公路快递行业投资收益与风险分析第六章：中国快递行业区域发展及兼并重组分析第一节、环渤海经济区1、2007-2010年地区快递需求分析2、地区快递行业市场状况及发展趋势分析3、地区快递市场竞争格局及主体分析4、区域需求特点、兼并重组趋势第二节、长三角经济区1、2007-2010年地区快递需求分析2、地区快递行业市场状况及发展趋势分析3、地区快递市场竞争格局及主体分析4、区域需求特点、兼并重组趋势第三节、珠三角经济区1、2007-2010年地区快递需求分析2、地区快

递行业市场状况及发展趋势分析3、地区快递市场竞争格局及主体分析4、区域需求特点、兼并重组趋势第四节、东北地区1、2007-2010年地区快递需求分析2、地区快递行业市场状况及发展趋势分析3、地区快递市场竞争格局及主体分析4、区域需求特点、兼并重组趋势第五节、中部地区1、2007-2010年地区快递需求分析2、地区快递行业市场状况及发展趋势分析3、地区快递市场竞争格局及主体分析4、区域需求特点、兼并重组趋势第六节、西部地区1、2007-2010年地区快递需求分析2、地区快递行业市场状况及发展趋势分析3、地区快递市场竞争格局及主体分析4、区域需求特点、兼并重组趋势第七章：影响快递行业发展的因素分析第一节、影响快递行业发展的风险1、潜在行业政策风险2、人工及运输成本变动风险第二节、中国快递行业发展存在的问题1、客户资源整合的问题2、快递行业的满足市场快递需求的能力的问题3、快递行业内资源的重组和扩大的问题第八章：中国快递行业兼并重组现状分析第一节、中国快递行业兼并重组背景分析第二节、中国快递行业兼并重组特点趋势分析第三节、中国快递行业兼并重组收购案例分析1、中铁行包与中铁快运的重组2、联邦快递与大田的收购3、海航、中华航空、扬子江快运的重组4、中外运和申通快递的收购5、TNT和黑龙江华宇物流集团的收购6、TNT和中国远洋运输集团的重组 香港嘉里物流和大通国际运输的收购第九章：中国快递行业兼并重组的障碍分析第一节、资金障碍第二节、业务整合障碍第三节、客户管理障碍第四节、企业文化障碍第十章：国外快递行业兼并重组案例分析第一节、联邦快递收购英国快递公司ANC1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第二节、联邦快递收购美国货运公司1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第三节、DHL收购印度蓝标快递(BlueDart)1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第四节、敦豪速递收购英运物流(Exel)1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第五节、联邦快递公司收购Watkins1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第六节、法国邮政收购了德国D P D1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第七节、荷兰邮政收购TNT1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第八节、英国邮政收购德国包裹公司1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第九节、德国邮政增持敦豪股份1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第十节、UPS收购LynxExpress1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第十一章：国外快递行业在中国的兼并重组趋势分析第一节、国外快递在中国的发展分析1、发展现状2、发展趋势3、投资特点4、竞争策略第二节、联邦快递(FEDEX)在中国投资及兼并重组情况分析 1、联邦快递在中国的投资情况2、联邦快递在中国的经营策

略分析3、联邦快递的核心竞争力分析4、联邦快递的投资与兼并重组趋势可行性分析第三节、敦豪公司(DHL)在中国投资及兼并重组情况分析 1、敦豪公司在中国的投资情况2、敦豪公司在中国的经营策略分析3、敦豪公司核心竞争力分析4、敦豪公司投资与兼并重组趋势可行性分析第四节、联合包裹(UPS)在中国投资及兼并重组情况分析 1、联合包裹在中国投资情况2、联合包裹在中国的经营策略分析3、联合包裹核心竞争力分析4、联合包裹投资与兼并重组趋势可行性分析第五节、天地快运(TNT)在中国投资及兼并重组情况分析 1、天地快运(TNT)在中国投资情况2、天地快运(TNT)在中国的经营策略分析3、天地快运(TNT)核心竞争力分析4、天地快运(TNT)投资与兼并重组趋势可行性分析第十二章：中国快递行业兼并重组案例分析第一节、中铁快运与中铁行包重组1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第二节、联邦快递收购大田快递1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第三节、TNT收购黑龙江华宇物流集团1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第四节、中外运收购申通快递1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第五节、香港嘉里物流收购大通国际运输1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第六节、中华航空等台资企业收购扬子江快运1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第十三章：中国主要快递行业兼并重组主体竞争力分析第一节、顺丰速递1、企业现状分析2、企业竞争力分析3、主要客户群体分析4、公司发展战略分析5、公司兼并重组趋势与可行性分析第二节、上海佳吉快运1、企业现状分析2、企业竞争力分析3、公司发展战略分析4、公司兼并重组趋势与可行性分析第三节、宅急送1、企业现状分析2、企业竞争力分析3、公司发展战略分析4、公司兼并重组趋势与可行性分析第四节、中国外运速递1、企业现状分析2、企业竞争力分析3、公司发展战略分析4、公司兼并重组趋势与可行性分析第五节、中铁快运公司1、企业现状分析2、企业竞争力分析3、公司发展战略分析4、公司兼并重组趋势与可行性分析第六节、中邮快运1、企业现状分析2、企业竞争力分析3、公司发展战略分析4、公司兼并重组趋势与可行性分析第七节、扬子江快运1、企业现状分析2、企业竞争力分析3、公司发展战略分析4、公司兼并重组趋势与可行性分析第十四章：中国快递行业与相关行业兼并重组机会分析第一节、快递行业产业链分析第二节、快递企业与航空公司之间的兼并重组机会分析第三节、快递企业与物流公司之间的兼并重组机会分析第四节、快递企业与邮政公司兼并重组机会分析第十五章：中国快递行业规模性兼并重组机会分析第一节、大规模快递企业被兼并重组的机会分析1、华宇物流
1.1企业发展战略分析1.2企业战略发展瓶颈分析1.3 兼并重组可能性分析2、天天快递
2.1企业发展战略分析2.2企业战略发展瓶颈分析2.3 兼并重组可能性分析3、阳光快递3.1企业发展战略分析3.2企业战略发展瓶颈分析3.3

兼并重组可能性分析4、宅急送快递4.1企业发展战略分析4.2企业战略发展瓶颈分析4.3
兼并重组可能性分析5、申通快递5.1企业发展战略分析5.2企业战略发展瓶颈分析5.3兼并重
组可能性分析6、大田快运1.1兼并重组可行性分析1.2兼并重组价值分析第二节、中小规模
快递企业被兼并重组机会分析1、汇通快递1.1兼并重组可行性分析1.2兼并重组价值分析2、
一通快递1.1兼并重组可行性分析1.2兼并重组价值分析3、一统快递1.1兼并重组可行性分析
1.2兼并重组价值分析4、壹时通物流1.1兼并重组可行性分析1.2兼并重组价值分析5、华运
通物流1.1兼并重组可行性分析1.2兼并重组价值分析第十六章：中国快递行业兼并重组风险
分析第一节、资产重组风险第二节、信息重组风险第三节、渠道重组风险第四节、业务流程
重组风险第五节、企业文化重组风险第十七章：中国快递行业兼并重组建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2987329873.html>