2023-2028年中国快递行业商业模式创新与设计策略分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国快递行业发展环境综述
1.1 中国快递行业法规政策环境分析
1.1.1 行业法规政策汇总
1.1.2 行业发展政策解读
1.1.3 法规政策环境对行业的影响
1.2 中国经济环境对快递行业的影响
1.2.1 国内消费水平分析
（1）国内经济水平
（2）居民收入水平
（3）消费水平对行业影响
1.2.2 电子商务发展分析
（1）电子商务市场交易规模
（2）电子商务市场区域分布
（3）电子商务市场行业分布
（4）电子商务行业驱动因素分析
（5）电子商务行业发展特点分析
（6）电子商务行业发展前景预测
1.3 中国快递行业社会环境分析
1.3.1 城市化进程的加快
1.3.2 生活节奏和社会效率的提高
1.3.3 沟通与交流方式的转变
1.3.4 消费方式的转变
1.4 中国快递行业产业环境分析
1.4.1 中国物流业发展情况分析
（1）物流总额情况分析
（2）物流总费用情况分析
1）物流总费用走势
2）物流总费用与物流成本的关系
3）物流成本、流通成本与运输成本的关系
（3）物流业增加值情况分析
（4）物流固定资产投资分析
1.4.2 中国邮政业发展情况分析
（1）邮政业收入情况分析
1）2016-2021年收入（年度）走势
2）2016-2021年收入（月度）走势
（2）邮政业业务总量情况分析
1）2016-2021年业务总量（年度）走势
2）2016-2021年业务总量（月度）走势
第2章：中国快递行业市场规模与发展趋势
2.1 中国快递行业经营情况分析
2.1.1 中国邮政业经营情况分析
（1）邮政业收入情况分析
1）邮政业收入（年度）走势
2）邮政业收入（月度）走势
（2）邮政业业务总量情况分析
1）邮政业业务总量（年度）走势
2）邮政业业务总量（月度）走势
2.1.2 中国快递行业业务量情况分析
（1）快递业务量走势
1）快递业务量（年度）走势
2）快递业务量（月度）走势

（2）业务量产品结构分析
（3）业务量区域结构分析
（4）业务量企业结构分析
2.1.3 中国快递行业收入情况分析
（1）快递业务收入走势
1）快递业务收入（年度）走势
2）快递业务收入（月度）走势
（2）收入产品结构分析
（3）收入区域结构分析
（4）收入企业结构分析
2.1.4 中国快递行业服务价格分析
（1）业务量与收入增长率对比分析
（2）快递服务价格走势分析
2.1.5 中国快递行业市场地位分析
（1）快递占邮政业收入比重走势
（2）快递业收入占GDP比重走势
2.2 中国快递行业消费者满意情况
2.2.1 消费者申诉总量分析
2.2.2 消费者申诉量结构分析
2.2.3 消费者申诉量变化趋势
2.2.4 快递投诉满意度分析
2.3 中国快递行业创新趋势分析
2.3.1 移动互联网+行业模式创新
2.3.2 互联网+行业打造消费闭环
2.3.3 无人机+行业提升服务水平
2.3.4 物联网+行业打造智能终端
2.3.5 零售商+行业促线上线下融合
2.3.6 跨境电商+行业开启国际化进程
第3章：中国快递行业三大经营模式对比分析
3.1 快递行业的特许加盟模式分析
3.1.1 快递行业特许加盟模式操作方式
3.1.2 特许加盟模式网络覆盖现状分析
3.1.3 快递行业特许加盟模式重点企业
3.1.4 快递行业特许加盟模式的优点
3.1.5 快递行业特许加盟模式的缺点
3.2 快递行业的直营模式分析
3.2.1 快递行业直营模式操作方式
3.2.2 快递行业直营模式重点企业
3.2.3 快递行业直营模式的优点
3.2.4 快递行业直营模式的缺点
3.3 快递行业的混合模式分析
3.3.1 快递行业混合模式操作方式
（1）传统混合型
（2）现代混合型公司
3.3.2 快递行业混合模式重点企业
3.3.3 快递业两类混合模式比较
第4章：电子商务时代快递业的兼并重组策略
4.1 横向并购——快递企业间的并购
4.1.1 横向并购规模经济模型
4.1.2 快递企业横向并购动因
（1）并购后的规模经济效应
（2）市场份额与竞争力
（3）新邮政法推出的影响
（4）快递企业面临的融资困难
4.1.3 快递企业的并购效应分析
（1）生产的协同效应分析
（2）管理的协同效应分析
（3）无形资产的协同效应分析
4.1.4 快递企业并购困境分析

4.2 纵向并购——快递企业进军电子商务
4.2.1 电子商务快递物流配送的特点
（1）快递物流时效性要求高
（2）快递物流配送质量要求高
（3）快递物流配送范围更广
（4）快递物流的个性化要求高
4.2.2 快递企业进军电子商务SWOT分析
（1）快递企业开展电子商务平台的优势分析
（2）快递企业开展电子商务平台的劣势分析
（3）快递企业开展电子商务平台的机会分析
（4）快递企业开展电子商务平台的威胁分析
4.3 电子商务背景下快递业投资兼并案例分析
4.3.1 申通快递协议收购艾迪西
4.3.2 联邦快递收购TNT
4.3.3 阿里巴巴战略投资圆通
4.3.4 德邦物流提交IPO申请
第5章：中国快递行业商业模式设计创新策略
5.1 中国快递行业企业价值链分析
5.1.1 快递企业基本价值链分析
5.1.2 快递企业延伸价值链分析
5.1.3 快递企业的拓展价值链分析
5.1.4 快递企业虚拟价值链分析
5.1.5 快递企业价值网分析
5.2 基于价值链的快递行业商业模式分析
5.2.1 快递行业聚焦型商业模式分析
5.2.2 快递行业延伸型商业模式分析
5.2.3 快递行业拓展型商业模式分析
5.2.4 快递行业外包型商业模式分析
5.2.5 快递行业竞合型商业模式分析
5.3 中国快递行业商业模式的创新设计
5.3.1 细分市场差异化策略分析
5.3.2 供应链网络扩张策略分析
5.3.3 多元化经营策略分析
5.3.4 业务外包策略分析
5.3.5 联盟与合作策略分析
5.4 中国快递企业商业模式创新视角
5.4.1 网络扩张—顺丰速运的航空快递
5.4.2 快递和电子商务合作创新商业模式
5.4.3 加盟—申通快递的加盟模式
5.4.4 并购—DHL的本土化经营
5.4.5 合作—与支付宝合作代收货款
第6章：国际四大快递巨头商业模式分析
6.1 国际四大快递巨头商业模式分析
6.1.1 欧美快递业发展路径分析
6.1.2 国际快递企业的成长经验
（1）开发多层次的产品和服务
（2）铺设发达的空地网络
（3）打造供应链管理公司
（4）产品与技术不断创新
6.2 Fedex（联邦快递）经营状况与商业模式分析
6.2.1 Fedex发展历程分析
6.2.2 Fedex员工规模
6.2.3 网络覆盖和网点数量
6.2.4 Fedex每日包裹数量
6.2.5 Fedex运输体系分析
（1）运转中心
（2）主要机型
6.2.6 Fedex组织结构
6.2.7 Fedex企业文化

（1）P-S-P核心价值观
（2）SFA和公平对待管理法
（3）团结合作、创新诚信的团队精神
6.2.8 Fedex产品与服务分析
（1）产品与服务范围
（2）产品与服务特色
（3）产品与服务相应速度
6.2.9 Fedex设备与技术分析
（1）设备拥有量分析
（2）技术研发投入分析
6.2.10 Fedex运营模式分析
（1）全球货物运输服务
（2）亚太区配送网络
（3）欧洲区配送网络
（4）附加价值服务
6.2.11 Fedex人力资源管理
（1）联邦快递的培训体系
（2）联邦快递激励机制
6.2.12 Fedex营销策略分析
（1）联邦快递营销策略存在问题
（2）联邦快递差异化营销策略制定
（3）联邦快递差异化营销策略的保障措施
6.2.13 FedexSWOT 分析
6.2.14 Fedex发展策略分析
（1）联邦快递的差异化策略分析
（2）联邦快递的创新策略分析
6.2.15 Fedex的启示与借鉴意义
（1）成功启示
（2）借鉴意义
6.3 UPS（联合包裹服务公司）经营状况与商业模式分析
6.3.1 UPS发展历程分析
6.3.2 UPS员工规模
6.3.3 网络覆盖和网点数量
6.3.4 UPS每日包裹数量
6.3.5 UPS运输体系分析
6.3.6 UPS零售途径
6.3.7 UPS企业文化
6.3.8 UPS产品与服务分析
（1）产品与服务范围
（2）产品与服务特色
（3）产品与服务相应速度
6.3.9 UPS设备与技术分析
6.3.10 UPS运营模式分析
6.3.11 UPS人力资源管理
6.3.12 UPS经营业绩分析
6.3.13 UPS SWOT 分析
6.3.14 UPS发展策略分析
（1）UPS的差异化策略分析
（2）UPS的成本领先策略分析
6.4 DHL（中外运敦豪）经营状况与商业模式分析
6.4.1 DHL发展历程分析
6.4.2 DHL员工规模
6.4.3 网络覆盖和网点数量
6.4.4 DHL每日包裹数量
6.4.5 DHL运输体系分析
6.4.6 DHL组织结构
6.4.7 DHL企业文化
6.4.8 DHL产品与服务分析
（1）产品与服务范围

（2）产品与服务特色
（3）产品与服务相应速度
6.4.9 DHL经营情况分析
6.4.10 DHL人力资源管理
6.4.11 DHL在华发展分析
6.4.12 DHL SWOT 分析
6.4.13 DHL在华策略分析
6.5 TNT（荷兰天地快运）经营状况与商业模式分析
6.5.1 TNT发展历程分析
6.5.2 TNT员工规模
6.5.3 网络覆盖和网点数量
6.5.4 TNT每日包裹数量
6.5.5 TNT运输体系分析
6.5.6 TNT运输组织形式
6.5.7 TNT企业文化分析
6.5.8 TNT产品与服务分析
6.5.9 TNT设备与技术分析
6.5.10 TNT运作模式分析
6.5.11 TNT人力资源管理
6.5.12 TNT SWOT 分析
6.5.13 TNT在华发展策略分析
6.5.14 TNT发展策略分析
（1）TNT的差异化策略分析
（2）TNT的“直复营销”服务
第7章：中国快递行业标杆企业商业模式分析
7.1 顺丰速运经营状况与商业模式分析
7.1.1 顺丰速运发展历程分析
7.1.2 顺丰速运员工规模
7.1.3 网络覆盖和网点数量
7.1.4 顺丰速运每日包裹数量
7.1.5 顺丰速运运输体系分析
7.1.6 顺丰速运组织结构
7.1.7 顺丰速运企业文化
7.1.8 顺丰速运产品与服务分析
（1）产品与服务范围
（2）产品增值服务
（3）产品与服务相应速度
7.1.9 顺丰速运设备与技术分析
（1）设备拥有量分析
（2）技术研发投入分析
7.1.10 顺丰速运运营模式分析
7.1.11 顺丰速运人力资源管理
（1）员工培训
（2）激励机制
7.1.12 顺丰速运营销策略分析
7.1.13 顺丰速运上下游渗透策略
（1）布局上游电商业务
（2）试水下游零售业务
7.1.14 顺丰速运国际扩展战略
7.1.15 顺丰速运SWOT分析
（1）内部优势分析
（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.1.16 顺丰速运发展策略分析
（1）顺丰速运的差异化策略分析
（2）顺丰速运的多元化策略分析
（3）顺丰速运的集中化策略分析
7.1.17 顺丰速运的启示与借鉴意义

（1）抓住发展之先机
（2）注重长远的发展
（3）聚焦专业化发展
（4）精神领袖的存在
7.2 申通快递经营状况与商业模式分析
7.2.1 申通快递发展历程分析
7.2.2 申通快递员工规模
7.2.3 网络覆盖和网点数量
7.2.4 申通快递每日包裹数量
7.2.5 申通快递运输体系分析
7.2.6 申通快递企业文化
7.2.7 申通快递产品与服务分析
（1）产品与服务范围
（2）产品增值服务
（3）产品与服务相应速度
7.2.8 申通快递设备与技术分析
（1）设备拥有量分析
（2）技术研发投入分析
7.2.9 申通快递运营模式分析
7.2.10 申通快递人力资源管理
7.2.11 申通快递营销策略分析
7.2.12 申通快递SWOT分析
（1）内部优势分析
（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.2.13 申通快递发展策略分析
（1）完善机制管理
（2）提高员工素质
（3）专注于核心领域
7.3 圆通快递经营状况与商业模式分析
7.3.1 圆通快递发展历程分析
7.3.2 圆通快递员工规模
7.3.3 网络覆盖和网点数量
7.3.4 圆通快递每日包裹数量
7.3.5 圆通快递运输体系分析
7.3.6 圆通快递组织结构
7.3.7 圆通快递企业文化
7.3.8 圆通快递产品与服务分析
（1）产品与服务范围
（2）产品增值服务
7.3.9 圆通快递设备与技术分析
（1）设备拥有量分析
（2）技术研发投入分析
7.3.10 圆通快递运营模式分析
7.3.11 圆通快递人力资源管理
7.3.12 圆通快递营销策略分析
7.3.13 圆通快递SWOT分析
（1）内部优势分析
（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.3.14 圆通快递发展策略分析
7.4 中通快递经营状况与商业模式分析
7.4.1 中通快递发展历程分析
7.4.2 中通快递员工规模
7.4.3 网络覆盖和网点数量
7.4.4 中通快递每日包裹数量
7.4.5 中通快递运输体系分析

7.4.6 中通快递企业文化
7.4.7 中通快递产品与服务分析
（1）产品与服务范围
（2）产品增值服务
7.4.8 中通快递设备与技术分析
7.4.9 中通快递运营模式分析
7.4.10 中通快递营销策略分析
7.4.11 中通快递SWOT分析
7.4.12 中通快递发展策略分析
7.5 百世汇通经营状况与商业模式分析
7.5.1 百世汇通发展历程分析
7.5.2 百世汇通员工规模
7.5.3 网络覆盖和网点数量
7.5.4 百世汇通每日包裹数量
7.5.5 百世汇通运输体系分析
7.5.6 百世汇通组织结构
7.5.7 百世汇通企业文化
7.5.8 百世汇通产品与服务分析
（1）产品与服务范围
（2）产品增值服务
7.5.9 百世汇通设备与技术分析
（1）设备拥有量分析
（2）技术研发投入分析
7.5.10 百世汇通运营模式分析
7.5.11 百世汇通人力资源管理
7.5.12 百世汇通营销策略分析
7.5.13 百世汇通SWOT分析
（1）内部优势分析
（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.5.14 百世汇通发展策略分析
7.6 韵达快运经营状况与商业模式分析
7.6.1 韵达快运发展历程分析
7.6.2 韵达快运员工规模
7.6.3 网络覆盖和网点数量
7.6.4 韵达快运每日包裹数量
7.6.5 韵达快运运输体系分析
7.6.6 韵达快运企业文化
7.6.7 韵达快运产品与服务分析
7.6.8 韵达快运设备与技术分析
7.6.9 韵达快运运营模式分析
7.6.10 韵达快运人力资源管理
7.6.11 韵达快运营销策略分析
7.6.12 韵达快运SWOT分析
（1）内部优势分析
（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.6.13 韵达快运发展策略分析
7.7 海航天天经营状况与商业模式分析
7.7.1 海航天天发展历程分析
7.7.2 海航天天员工规模
7.7.3 网络覆盖和网点数量
7.7.4 海航天天每日包裹数量
7.7.5 海航天天运输体系分析
7.7.6 海航天天企业文化
7.7.7 海航天天产品与服务分析
7.7.8 海航天天运营模式分析

7.7.9 海航天天营销策略分析
7.7.10 海航天天SWOT分析
（1）内部优势分析
（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.7.11 海航天天发展策略分析
7.8 宅急送经营状况与商业模式分析
7.8.1 宅急送发展历程分析
7.8.2 宅急送员工规模
7.8.3 网络覆盖和网点数量
7.8.4 宅急送每日包裹数量
7.8.5 宅急送运输体系分析
7.8.6 宅急送组织结构
7.8.7 宅急送企业文化
7.8.8 宅急送产品与服务分析
（1）产品与服务范围
（2）产品增值服务
7.8.9 宅急送设备与技术分析
7.8.10 宅急送运营模式分析
7.8.11 宅急送人力资源管理
7.8.12 宅急送营销策略分析
7.8.13 宅急送SWOT分析
（1）内部优势分析
（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.8.14 宅急送发展策略分析
7.9 EMS经营状况与商业模式分析
7.9.1 EMS发展历程分析
7.9.2 EMS员工规模
7.9.3 网络覆盖和网点数量
7.9.4 EMS每日包裹数量
7.9.5 EMS运输体系分析
7.9.6 EMS产品与服务分析
7.9.7 EMS设备与技术分析
7.9.8 EMS运营模式分析
7.9.9 EMS营销策略分析
7.9.10 EMS SWOT分析
（1）内部优势分析
（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.9.11 EMS发展策略分析
7.10 港中能达经营状况与商业模式分析
7.10.1 港中能达发展历程分析
7.10.2 港中能达员工规模
7.10.3 网络覆盖和网点数量
7.10.4 港中能达运输体系分析
7.10.5 港中能达企业文化
7.10.6 港中能达产品与服务分析
7.10.7 港中能达运营模式分析
7.10.8 港中能达营销策略分析
7.10.9 港中能达SWOT分析
（1）内部优势分析
（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.10.10 港中能达发展策略分析

7.11 全一快递经营状况与商业模式分析
7.11.1 全一快递发展历程分析
7.11.2 全一快递员工规模
7.11.3 网络覆盖和网点数量
7.11.4 全一快递运输体系分析
7.11.5 全一快递企业文化
7.11.6 全一快递产品与服务分析
7.11.7 全一快递设备与技术分析
7.11.8 全一快递运营模式分析
7.11.9 全一快递人力资源管理
7.11.10 全一快递营销策略分析
7.11.11 全一快递SWOT分析
（1）内部优势分析
（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.11.12 全一快递发展策略分析
7.12 中铁快运经营状况与商业模式分析
7.12.1 中铁快运发展历程分析
7.12.2 网络覆盖和网点数量
7.12.3 中铁快运每日包裹数量
7.12.4 中铁快运运输体系分析
7.12.5 中铁快运组织结构
7.12.6 中铁快运企业文化
7.12.7 中铁快运产品与服务分析
7.12.8 中铁快运设备与技术分析
7.12.9 中铁快运运营模式分析
7.12.10 中铁快运营销策略分析
7.12.11 中铁快运SWOT分析
（1）内部优势分析
（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.12.12 中铁快运发展策略分析
7.13 快捷快递经营状况与商业模式分析
7.13.1 快捷快递发展历程分析
7.13.2 网络覆盖和网点数量
7.13.3 快捷快递企业文化
7.13.4 快捷快递产品与服务分析
7.13.5 快捷快递运营模式分析
7.13.6 快捷快递营销策略分析
7.13.7 快捷快递SWOT分析
（1）内部优势分析
（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.13.8 快捷快递发展策略分析
7.14 优速快递经营状况与商业模式分析
7.14.1 优速快递发展历程分析
7.14.2 优速快递员工规模
7.14.3 网络覆盖和网点数量
7.14.4 优速快递每日包裹数量
7.14.5 优速快递运输体系分析
7.14.6 优速快递企业文化
7.14.7 优速快递产品与服务分析
7.14.8 优速快递运营模式分析
7.14.9 优速快递营销策略分析
7.14.10 优速快递SWOT分析
（1）内部优势分析

（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.14.11 优速快递发展策略分析
7.15 民航快递经营状况与商业模式分析
7.15.1 民航快递发展历程分析
7.15.2 网络覆盖和网点数量
7.15.3 民航快递组织结构
7.15.4 民航快递企业文化
7.15.5 民航快递产品与服务分析
7.15.6 民航快递运营模式分析
7.15.7 民航快递营销策略分析
7.15.8 民航快递SWOT分析
（1）内部优势分析
（2）内部劣势分析
（3）外部机会分析
（4）外部威胁分析
7.15.9 民航快递发展策略分析

图表目录

图表1：快递行业法律法规汇总表
图表2：2016-2021年中国社会消费品总额变化趋势（单位：亿元，%）
图表3：2016-2021年中国农村居民人均收入趋势图（单位：元，%）
图表4：2016-2021年中国城镇居民人均可支配收入趋势图（单位：元，%）
图表5：2016-2021年中国电子商务交易规模走势图（单位：万亿元）
图表6：2021年中国电子商务行业分布图（单位：%）
图表7：电子商务高速发展因素分析表
图表8：2021年电子商务行业发展特点表
图表9：2022-2027年中国电子商务市场交易额预测图（单位：万亿元）
图表10：2016-2021年中国城镇化率趋势图（单位：%）
图表11：2016-2021年中国网民数量及普及率走势图（单位：万人，%）
图表12：2016-2021年中国移动互联规模走势图（单位：万人，%）
图表13：2016-2021年中国社会流通总额趋势图（单位：万亿元，%）
图表14：2016-2021年中国社会流通总费用趋势图（单位：万亿元，%）
图表15：2016-2021年中国物流业增加值趋势图（单位：万亿元，%）
图表16：2016-2021年中国物流业增加值占GDP比重趋势图（单位：%）
图表17：2016-2021年中国邮政业收入（年度）趋势图（单位：亿元，%）
图表18：2016-2021年中国邮政业收入（按月）趋势图（单位：亿元）
图表19：2016-2021年中国邮政业务总量（年度）趋势图（单位：亿元，%）
图表20：2016-2021年中国邮政业务总量（月度）趋势图（单位：亿元）
图表21：2016-2021年中国邮政业收入（年度）趋势图（单位：亿元，%）
图表22：2016-2021年中国邮政业收入（按月）趋势图（单位：亿元）
图表23：2016-2021年中国邮政业务总量（年度）趋势图（单位：亿元，%）
图表24：2016-2021年中国邮政业务总量（月度）趋势图（单位：亿元）
图表25：2016-2021年中国快递行业业务总量趋势图（单位：亿件，%）
图表26：2016-2021年中国快递行业业务总量（月度）趋势图（单位：亿件）
图表27：2017-2021年快递行业业务量产品结构图（单位：%）
图表28：2017-2021年快递行业业务量区域结构图（单位：%）
图表29：2021年业务量企业结构图（单位：%）
图表30：2016-2021年中国快递行业收入（年度）趋势图（单位：亿元，%）
图表31：2016-2021年中国快递行业收入（月度）趋势图（单位：亿元）
图表32：2017-2021年快递行业收入产品结构图（单位：%）
图表33：2017-2021年快递行业收入区域结构图（单位：%）
图表34：2021年收入企业结构图（单位：%）
图表35：2016-2021年快递行业业务量与收入增长率对比图（单位：%）

图表36：2016-2021年快递服务价格走势图（单位：元/件）
图表37：2016-2021年快递行业占邮政业收入比重图（单位：%）
图表38：2016-2021年快递行业收入占GDP比重走势图（单位：%）
图表39：2016-2021年快递行业投诉总量走势图（单位：件）
图表40：2021年快递行业有效申诉量结构图（单位：%）
图表41：2017-2021年快递行业有效申诉问题同比增长图（单位：件，%）
图表42：2016-2021年快递行业有效投诉总量走势图（单位：%）
图表43：2016-2021年快递行业有效投诉满意度走势图（单位：%）
图表44：特许加盟模式快递企业的市场地位表（单位：%）
图表45：快递行业特许加盟模式的优点表
图表46：快递行业特许加盟模式的缺点表
图表47：快递行业直营模式的优点表
图表48：快递行业直营模式的缺点表
图表49：快递行业两类混合模式对比表
图表50：并购前的产量和价格情况图
图表51：并购后的产量和价格情况图
图表52：快递企业基本价值链价值创造流程图
图表53：快递企业延伸价值链图
图表54：快递企业拓展价值链图
图表55：快递企业虚拟价值链图
图表56：快递企业价值网图
图表57：美国快递业发展简史图
图表58：三大快递巨头的发展路径图
图表59：快递物流企业发展的三大要素图
图表60：FedEx多层次产品线图
图表61：TNT多元化服务供应图
图表62：FedEx辐射型模式运输与传统法点对点型运输比较图
图表63：FedEx全球转运中心概况图
图表64：综合性物流链的建设所包括的四个环节表
图表65：综合性物流链流程图
图表66：FedEx隔夜送达业务收入所占比例图（单位：%）
图表67：DHL限时到达业务收入所占比例图（单位：%）
图表68：FedEx的技术创新史图
图表69：Fedex的发展历程表
图表70：FedEx的转运中心图
图表71：FedEx的主要机型图
图表72：FedEx的组织结构图
图表73：FedEx提供的产品与服务特色图
图表74：FedEx国际市场产品服务的速度图
图表75：FedEx国内市场产品服务速度图
图表76：FedEx公司的培训体系图
图表77：FedEx公司的激励员工的奖项设置图
图表78：Fedex的营销团队建设表
图表79：Fedex的主要优势表
图表80：Fedex的主要劣势表
图表81：Fedex的主要机会表
图表82：Fedex的主要威胁表
图表83：UPS的发展历程表
图表84：UPS发展大事记图
图表85：UPS的客运枢纽图
图表86：UPS的机队组成图
图表87：UPS的主要服务产品图
图表88：UPS的基本服务于增值服务图
图表89：UPS在中国的快递业务相应速度图
图表90：UPS的主要优势表
图表91：UPS的主要劣势表
图表92：UPS的主要机会表
图表93：UPS的主要威胁表
图表94：DHL的发展历程表

图表95：DHL在中国的快递产品结构表
图表96：DHL在中国的可选服务图
图表97：DHL在中国提供的产品与服务相应的速度图
图表98：DHL在中国的发展历程图
图表99：DHL在中国的市场地位图
图表100：DHL的主要优势表
图表101：DHL的主要劣势表
图表102：DHL的主要机会表
图表103：DHL的主要威胁表
图表104：TNT的发展历程表
图表105：TNT的企业文化分析图
图表106：TNT在中国的快递业务结构图
图表107：设备与技术表
图表108：TNT的主要优势表
图表109：TNT的主要劣势表
图表110：TNT的主要机会表
图表111：TNT的主要威胁表
图表112：顺丰速运有限公司基本信息表
图表113：顺丰快递发展大事记图
图表114：顺丰速运（集团）有限公司服务网络表
图表115：顺丰快递的组织结构图
图表116：顺丰速运有限公司服务产品表
图表117：顺丰速运有限公司增值服务表
图表118：顺丰快递的普快服务时间图
图表119：顺丰快递的作业流程图
图表120：顺丰快递的主管人员绩效考核表

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！