

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(单位:元/件)
- 图表37: 2016-2021年快递行业占邮政业收入比重(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!