

中国快递企业市场调查研究与发展前景预测报告（2024-2030年）

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国快递企业市场调查研究与发展前景预测报告（2024-2030年）

报告编号： 1A5A316 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：10200 元 纸质+电子版：10500 元

优惠价格： 电子版：9100 元 纸质+电子版：9400 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/6/31/KuaiDiQiYeShiChangXingQingFenXi.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

快递行业在过去几年经历了快速增长，尤其是在电子商务的推动下，快递业务量呈现爆发式增长。随着物流技术的进步，快递企业正朝着智能化、信息化的方向发展，例如采用自动化分拣系统、无人机配送等先进技术，以提高配送效率和服务质量。此外，快递企业也在加强自身的网络布局和服务体系建设，以满足不同客户群体的需求。

未来，快递企业的发展将主要围绕以下几个方面：一是通过技术创新，进一步提升物流效率，比如通过物联网技术实现全程可视化追踪；二是随着绿色环保理念的普及，快递企业将更加注重绿色包装和节能减排，推动可持续发展；三是随着消费者需求的多样化，快递企业将提供更多定制化服务，如定时配送、逆向物流等；四是随着跨境电子商务的发展，快递企业将加强国际物流网络建设，提升国际物流服务能力。

自上世纪80年代以来，中国快递行业取得了长足的发展，尤其是近三年来，全国快递业业务收入以17%以上的速度增长，其中2011年更是高达39.22%的增速，达到1055.3亿元。《快递业服务“十二五”规划》提出到2015年，快递业务量要达到61亿件以上，年均增长21%；快递业务收入超过1430亿元，年均增长20%。此外，电子商务、网络购物等新型服务业态的迅猛发展，将促进网购快递需求快速增长。

巨大的市场底下蕴含着残酷的蛋糕争夺战，中国物流业是几乎全面对外开放的领域，几大国际快递巨头早已将触角伸经中国市场的各个领域。市场上形成了外资品牌、国有企业、民营快递企业三股主要的竞争力量。外资品牌通过兼并合资、申请牌照等方式不断抢占中国快递市场；国有企业通过政策、资金实力等不断扩张；民营企业在特定环境下发展迅速，已涌现顺丰速递、“四通一达”等品牌快递企业，其他中小民营快递企业在保存实力的同时也力图扩张做大做强。

群雄纷争下，快递企业如何把握局势，认清对手？本报告最大的特点就是预测性和适时性。报告通过对大量一手市场调研数据的预测性分析，深入而客观地剖析中国快递行业的竞争充分度、竞争层次及

排名情况、区域性竞争力格局、行业并购整合及竞争趋势、国内品牌快递企业、国外品牌快递企业、国内区域性快递企业，并根据快递行业的发展轨迹及多年的实践经验，对快递行业的竞争格局做出审慎分析。是快递企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动态，把握市场机会，做出正确经营决策和明确企业发展方向不可多得的精品。

第1章 中国快递企业竞争背景分析

第一节 中国快递业发展现状分析

一、快递业发展历程分析

二、快递业存在问题分析

三、快递业发展驱动因素

1、商业活动

2、私人消费

第二节 中国快递业经营情况分析

一、快递业经营现状分析

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

二、快递业务完成情况分析

1、2023年业务量情况分析

2、2018-2023年业务量情况分析

3、业务量业务结构分析

4、业务量区域结构分析

5、业务量企业结构分析

三、快递业务收入情况分析

1、2023年收入情况分析

2、2018-2023年收入情况分析

3、收入业务结构分析

4、收入区域结构分析

5、收入企业结构分析

四、中国快递行业业务量与收入对比分析

1、业务量与收入增长率对比分析

2、业务量与收入结构对比分析

五、中国快递行业市场地位分析

1、快递行业占邮政业收入比重分析

2、快递行业占邮政业经营规模比重分析

第三节 国际快递业发展情况分析

- 一、国际快递市场总体竞争状况
- 二、国际快递市场发展趋势分析
 - 1、以先进技术为保障，实施服务领先战略
 - 2、强强联合，建立战略联盟
 - 3、加大资金和科技投入，进入全球物流市场
- 三、国际快递巨头在华竞争策略
 - 1、战略联盟
 - 2、收购兼并
 - 3、可持续发展

第四节 中国快递业物流环境分析

- 一、物流总额增幅及其构成情况
- 二、物流总费用增幅及构成情况
- 三、物流业增加值增幅及贡献情况
- 四、物流固定资产投资及增长情况
- 五、全国重点企业物流统计调查情况

第五节 中国快递业宏观环境分析

- 一、快递业政策环境分析
 - 1、快递业管理体制
 - 2、快递行业相关政策法规汇总
 - 3、快递业相关政策
 - 4、快递业发展规划
- 二、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
 - 3、宏观经济环境对行业的影响
- 三、快递业社会环境分析
 - 1、电子商务行业发展分析
 - 2、快递与电子商务协调发展
- 四、快递业技术环境分析
 - 1、RFID技术在快递行业的应用
 - 2、J2EE技术对快递行业的作用
 - 3、其他IT技术对快递行业的应用

第2章 中国快递企业细分市场竞争分析

第一节 快递业务竞争层次分析

第二节 高端快递市场竞争分析

- 一、高端快递市场价格竞争分析

二、高端快递市场服务竞争分析

三、高端快递市场主要竞争对手

四、高端快递市场份额分析

五、高端快递市场竞争策略与建议

第三节 中高端快递市场竞争分析

一、中高端快递市场价格竞争分析

二、中高端快递市场服务竞争分析

三、中高端快递市场主要竞争对手

四、中高端快递市场份额分析

五、中高端快递市场竞争策略与建议

第四节 普通快递件市场竞争分析

一、普通快递件市场价格竞争分析

二、普通快递件市场服务竞争分析

三、普通快递件市场主要竞争对手

四、普通快递件市场份额分析

五、普通快递件市场竞争策略与建议

第3章 中国快递企业网购市场竞争分析

第一节 中国网络购物市场分析

一、网络购物市场发展概况

1、网购用户规模及渗透率

2、网购市场规模及预测

3、网购行业细分商品分析

4、网购消费动机和消费水平

二、网购市场竞争状况分析

1、网络购物市场竞争业态

2、购物网站市场结构分析

3、购物网站市场份额分析

4、购物网站用户渗透率

5、购物网站用户转化率

三、中国网购用户情况分析

1、城市网购环境分析

2、网购下单网站分析

四、中国网络商店分布分析

1、网络商店规模趋势分析

2、网络商店区域布局分析

五、2023年网商发展指数分析

- 1、2023年网商综合指数排名
- 2、2023年网商发展规模排名
- 3、2023年网商分布密度排名
- 4、2023年网商经营水平排名
- 5、2023年网商生态指数排名
- 6、2023年网商增长趋势排名

第二节 快递企业网购市场竞争分析

- 一、快递企业网购市场规模与前景
 - 1、中国网购市场交易规模
 - 2、中国网购市场发展预测
- 二、快递企业网购市场主要竞争对手
- 三、快递企业网购市场存在问题分析
 - 1、物流配送费用高
 - 2、异地物流配送时间长
 - 3、物流客户服务单一
 - 4、物流配送方面的人才短缺
- 四、快递企业进军网购市场相关建议
 - 1、网络购物本地配送措施
 - 2、网络购物异地配送措施

第三节 快递企业网购市场竞争策略分析

- 一、网购市场与配送市场匹配度分析
 - 1、物流配送在网购中的价值分析
 - 2、物流配送是网络购物的短板
- 二、电子商务企业物流配送策略分析
 - 1、自建物流与外包物流对比分析
 - 2、电子商务企业自建物流发展分析
 - 3、电子商务企业外包物流发展分析
 - 4、电子商务企业免运费策略分析
- 三、快递企业网购物流配送策略分析
 - 1、网络购物快递订单规模分析
 - 2、个人卖家快递服务需求分析
 - 3、快递企业网购配送策略分析

第4章 中国快递企业区域市场竞争分析

第一节 快递业区域集中度分析

- 一、全球快递市场集中度分析
- 二、中国快递区域市场集中度分析

- 1、快递业收入集中度
- 2、快递业网点集中度
- 3、快递业从业人员集中度
- 三、中国快递业务市场集中度分析
- 1、同城快递市场集中度
- 2、异地快递市场集中度
- 3、国际快递市场集中度

第二节 长三角快递市场竞争分析

- 一、长三角地区快递业发展基础
- 1、长三角经济基础分析
- 2、长三角物流基础分析
- 二、长三角快递业市场规模
- 三、本土品牌快递长三角竞争状况
- 1、本土品牌企业网络布局
- 2、本土品牌企业服务分析
- 3、本土品牌企业资源分析
- 四、外地品牌快递长三角竞争分析
- 1、外地品牌快递企业网络布局
- 2、外地品牌快递企业服务分析
- 3、外地品牌快递企业资源分析
- 五、外/合资快递企业长三角竞争分析
- 1、外/合资快递企业网络布局
- 2、外/合资快递企业服务分析
- 六、长三角区域内快递企业竞争分析
- 1、区域内主要快递企业分析
- 2、区域内快递企业网络布局
- 3、区域内快递企业服务分析

第三节 珠三角快递市场竞争分析

- 一、珠三角地区快递业发展基础
- 1、珠三角经济基础分析
- 2、珠三角物流基础分析
- 二、珠三角快递业市场规模
- 三、本土品牌快递珠三角竞争状况
- 1、顺丰珠三角网络布局
- 2、顺丰珠三角服务分析
- 四、外地品牌快递珠三角竞争分析

- 1、外地品牌快递企业网络布局
- 2、外地品牌快递企业服务分析
- 3、外地品牌快递企业资源分析
- 五、外/合资快递企业珠三角竞争分析
- 1、外/合资快递企业网络布局
- 2、外/合资快递企业服务分析
- 六、珠三角区域内快递企业竞争分析
- 1、区域内主要快递企业分析
- 2、区域内快递企业网络布局
- 3、区域内快递企业服务分析

第四节 京津冀快递市场竞争分析

- 一、京津冀地区快递业发展基础
- 1、京津冀经济基础分析
- 2、京津冀物流基础分析
- 二、京津冀快递业市场规模
- 三、本土品牌快递京津冀竞争状况
- 1、本土品牌企业网络布局
- 2、本土品牌企业服务分析
- 四、外地品牌快递京津冀市场格局
- 1、网络布局
- 2、服务分析
- 五、外/合资快递企业京津冀市场格局
- 六、京津冀区域内快递企业市场格局
- 1、区域内主要快递企业分析
- 2、区域内快递企业网络布局
- 3、区域内快递企业服务分析

第五节 长株潭快递市场竞争分析

- 一、长株潭地区快递业发展基础
- 1、长株潭经济基础分析
- 2、长株潭物流基础分析
- 二、长株潭快递业市场规模
- 三、本土品牌快递长株潭竞争状况
- 四、外地品牌快递长株潭竞争分析
- 五、外/合资快递企业长株潭市场格局

第六节 东三省快递市场竞争分析

- 一、东三省地区快递业发展基础

- 1、东三省经济基础分析
- 2、东三省物流基础分析
- 二、东三省快递业市场规模
- 三、本土品牌快递东三省竞争状况
- 四、外地品牌快递东三省网络布局
- 五、外/合资快递企业东三省市场格局

第5章 中国快递企业间竞争分析

第一节 中国快递企业总体竞争情况

- 一、快递业总体竞争情况
 - 1、国际快递企业的竞争
 - 2、国内快递企业的竞争
- 二、外资快递品牌国内竞争分析
 - 1、外资快递市场占有率
 - 2、外资快递品牌的筹码
 - 3、外资品牌的中国并购
 - 4、外资品牌申请国内牌照
- 三、民营快递品牌竞争分析
 - 1、民营快递市场占有率
 - 2、顺丰速递的扩张分析
 - 3、“四通一达”竞争情况
 - 4、中小民营快递竞争情况
- 四、国有快递的先天竞争优势
 - 1、国有快递市场占有率
 - 2、邮政速递的竞争优势
 - 3、民航快递的竞争优势
 - 4、中铁快运的竞争优势
- 五、快递企业竞争地位划分依据

第二节 第一阵营快递企业竞争分析

- 一、第一阵营企业经营分析
 - 1、快递日处理量
 - 2、企业经营收入
 - 3、客户投诉情况
- 二、第一阵营企业排名情况
 - 1、业务量排名
 - 2、网点规模排名
 - 3、从业人员排名

三、第一阵营企业特色业务分析

第三节 第二阵营快递企业竞争分析

一、第二阵营企业经营分析

- 1、快递日处理量
- 2、企业经营收入
- 3、客户投诉情况

二、第二阵营企业排名情况

- 1、网点规模排名
- 2、从业人员排名

三、第二阵营企业特色业务分析

第四节 第三阵营快递企业竞争分析

一、第三阵营快递企业经营分析

二、第三阵营快递企业排名情况

- 1、网点规模排名
- 2、从业人员排名

三、第三阵营快递企业特色业务分析

第6章 中国领先快递企业竞争力分析

第一节 国际快递巨头在营情况

一、DHL在营情况分析

- 1、DHL在华业务结构分析
- 2、DHL在营情况分析
- 3、DHL在营策略分析

二、FedEx在营情况分析

- 1、FedEx在华业务结构分析
- 2、FedEx在营情况分析
- 3、FedEx在营策略分析
- 4、FedEx对中国快递行业的启示
- 5、FedEx的标准化作业管理分析

三、UPS在营情况分析

- 1、UPS在华业务结构分析
- 2、UPS在营情况分析
- 3、UPS在营策略分析

四、TNT在营情况分析

- 1、TNT在华业务结构分析
- 2、TNT在营情况分析
- 3、TNT在营策略分析

第二节 中国快递行业领先企业分析

一、中国邮政速递物流股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业服务内容分析
- 3、主要经济指标分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业盈利能力分析
- 7、企业发展能力分析
- 8、企业经营网络分析
- 9、企业经营战略分析
- 10、企业经营优劣势分析
 - (1) 企业投资兼并与重组分析
 - (2) 企业最新发展动向分析

二、民航快递有限责任公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业服务内容分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业经营网络分析
- 5、企业经营战略分析
- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业最新发展动向分析

三、中铁快运股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业服务内容分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业经营网络分析
- 5、企业经营战略分析
- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业最新发展动向分析

四、顺丰速运（集团）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业服务内容分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业经营网络分析
- 5、企业经营战略分析

- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业最新发展动向分析

五、申通快递有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业服务内容分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业经营网络分析
- 5、企业经营战略分析
- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业最新发展动向

第7章 中国快递企业投资兼并与重组分析

第一节 快递企业并购整合背景分析

- 一、快递企业并购整合的政策机遇
 - 1、新《邮政法》解读
 - 2、《快递业务经营许可管理办法》
 - 3、《快递业务员国家职业标准》
 - 4、《关于快递企业兼并重组的指导意见》
- 二、快递企业并购整合的行业动力
 - 1、行业规模经济特征使然
 - 2、行业乱象环生，重组势在必行
 - 3、行业同质化竞争导致价格战
 - 4、民营企业的“融资难”困惑
 - 5、外资品牌进入中国市场的途径
- 三、全球快递企业并购整合动向分析

第二节 快递企业并购整合现状分析

- 一、快递企业横向并购整合模式
 - 1、横向并购整合的定义
 - 2、横向并购整合案例分析
 - 3、横向并购整合的问题
- 二、快递企业纵向并购整合模式
 - 1、纵向并购整合的定义
 - 2、纵向并购整合案例分析
 - 3、纵向并购整合的问题
- 三、快递企业多元化并购整合模式
 - 1、多元化并购整合的定义
 - 2、多元化并购整合案例分析

3、多元化并购整合的问题

第三节 中国民营快递企业并购重组分析

一、中国民营快递企业发展现状分析

1、业务面临更复杂的竞争

2、民营企业亟待解决的发展瓶颈

二、民营快递企业并购重组可行性分析

1、民营快递企业突破发展瓶颈的有效途径

2、民营快递企业并购重组的驱动力

三、民营快递企业并购重组的具体实施

1、民营快递的三类并购对象

2、民营快递并购重组的障碍

第四节 快递企业并购整合趋势分析

一、横向并购整合趋势分析

二、纵向并购整合趋势分析

三、资本市场并购整合分析

四、并购整合业务因素分析

第8章 中国快递企业竞争策略分析

第一节 快递企业发展趋势与竞争战略

一、企业经营管理战略趋势

1、总体发展战略

2、业务竞争战略

3、经营方式战略

二、企业技术装备战略趋势

1、通信技术

2、管理信息化

3、物流设备

三、企业人力资源战略趋势

四、企业业务扩展战略趋势

第二节 快递企业的发展方向分析

一、战略联盟发展方向分析

二、服务专业化发展方向分析

三、技术现代化发展方向分析

四、服务多元化发展方向分析

第三节 快递企业总体竞争策略

一、加强与相关产业结合

二、快递业务服务专业化

三、管理运营模式转型

四、开展高附加值服务

五、中小型快递企业竞争策略

六、快递业总体发展策略分析

第四节 快递企业产品竞争策略

一、快递产品多元化策略

二、快递产品特色化策略

三、快递产品人性化策略

第五节 快递企业价格竞争策略

一、同城快递价格分析与建议

二、异地快递价格分析与建议

1、省内价格分析与建议

2、跨省价格分析与建议

三、国际快递价格分析与建议

第六节 快递企业服务竞争策略

一、快递企业送达时间对比分析

二、快递企业收发货件对比分析

三、快递企业相关赔偿对比分析

四、快递企业服务态度对比分析

五、其他快递企业服务对比分析

六、快递企业服务竞争建议

第七节 快递企业售后服务策略

一、消费者申诉的主要问题

二、消费者对企业申诉情况

第八节 快递企业营销竞争策略

一、国际快递巨头营销策略借鉴

二、中国快递企业经营战略剖析

1、成本领先战略

2、差异化竞争战略

三、快递企业营销案例分析

第9章 中国民营快递企业竞争策略分析

第一节 中国民营快递企业竞争背景分析

一、中国民营快递业发展概况

1、民营快递行业产生的背景

2、民营快递行业的发展历程

3、民营快递发展的制约因素

二、中国民营快递发展现状分析

- 1、民营快递企业规模分析
- 2、民营快递扩张模式分析
- 3、民营快递比较优势分析
- 4、民营快递市场环境分析

第二节 中国民营快递企业竞争策略分析

- 一、民营快递企业产品竞争策略
- 二、民营快递企业定价竞争策略
- 三、民营快递企业服务网络竞争策略

第三节 中智林：济研：中国民营快递特许加盟模式转型分析

- 一、民营快递特许加盟模式发展现状分析
 - 1、特许加盟快递企业的市场地位
 - 2、主要特许加盟民营快递品牌企业
- 二、特许加盟模式存在的缺陷与原因分析
 - 1、“重利益轻服务质量”
 - 2、同质竞争现象突出
 - 3、“大而不强、小而差”
 - 4、基础设施建设滞后
 - 5、尚未建立法人治理结构
- 三、特许加盟模式转型发展的必要性分析
- 四、特许加盟模式与自营模式的比较分析
- 五、特许加盟模式转型发展的目标和原则
 - 1、特许加盟模式转型发展的目标
 - 2、特许加盟模式转型发展的原则
- 六、特许加盟模式转型发展风险管理分析
 - 1、转型发展风险因素分析
 - 2、转型发展风险管理对策

图表 1 中国快递行业的发展图谱

图表 2 快递需求的驱动因素

图表 3 快递行业的经营范围

图表 4 不同业务的快递企业比例（单位 %）

图表 5 中国快递行业客户结构图（单位 %）

图表 6 中国快递行业企业客户结构图（单位 %）

图表 7 国内主要快递公司价格变化

图表 8 中国主要快递企业服务和网络覆盖坐标图

图表 9 2023年中国快递行业业务总量（按月）趋势图（单位 亿件）

- 图表 10 中国快递行业业务总量趋势图（单位 亿件，%）
- 图表 11 快递业务量业务结构图（单位 %）
- 图表 12 快递业务量区域结构图（单位 %）
- 图表 13 快递业务量企业结构图（单位 %）
- 图表 14 2023年中国快递行业收入（按月）趋势图（单位 亿元）
- 图表 15 中国快递行业收入趋势图（单位 亿元，%）
- 图表 16 快递收入业务结构图（单位 %）
- 图表 17 快递收入区域结构图（单位 %）
- 图表 18 快递收入企业结构图（单位 %）
- 图表 19 快递业务量与收入增长率对比图（单位 %）
- 图表 20 快递业务量与收入业务结构对比图（单位 %）
- 图表 21 快递业务量与收入区域结构对比图（单位 %）
- 图表 22 快递业务量与收入企业结构对比图（单位 %）
- 图表 23 快递行业占邮政业收入比重图（单位 亿元，%）
- 图表 24 快递行业占邮政业营业网点比重图（单位 万处，%）
- 图表 25 美国快递市场格局（单位 %）
- 图表 26 近几年国际四大快递企业巨头并购整合情况
- 图表 27 中国社会流通总额趋势图（单位 万亿元，%）
- 图表 28 中国社会流通总费用趋势图（单位 万亿元，%）
- 图表 29 中国社会物流总费用构成长情况（单位 %）
- 图表 30 中国物流业增加值趋势图（单位 万亿元，%）
- 图表 31 物流业固定资产投资趋势图（单位 亿元，%）
- 图表 32 2018-2023年中国物流业景气指数趋势图（单位 %）
- 图表 33 中国快递行业的管制程度和管理体制变化
- 图表 34 快递行业主要政策法规汇总表
- 图表 35 新《邮政法》解读
- 图表 36 《快递行业业务经营许可管理办法》解读
- 图表 37 《关于快递企业兼并重组的指导意见》解读
- 图表 38 《关于促进快递服务于网络零售协同发展的指导意见》解读
- 图表 39 新《快递服务》解读
- 图表 40 以来快递业相关发展规划汇总
- 图表 41 《邮政业发展“十三五”规划》解读
- 图表 42 《长江三角洲地区快递服务发展规划（2009-2013）》解读
- 图表 43 《珠江三角洲地区快递服务发展规划（2010-2014）》解读
- 图表 44 《京津冀地区快递服务发展规划（2010-2014）》解读
- 图表 45 《海峡西岸经济区快递服务发展规划（2014-2015）》解读

图表 47 2018-2023年中国国内生产总值增长速度趋势图（单位 %）

图表 48 2023年中国国内生产总值结构图（单位 %）

图表 49 中国国内生产总值趋势图（单位 亿元，%）

图表 51 居民人均可支配收入趋势图（单位 亿元，%）

图表 52 各区域增速对比（单位 %）

图表 53 中国制造业向内陆转移导致物流中心向中西部和北部转移

图表 54 国际经济环境对快递业的影响分析

图表 55 国愉经济环境对快递业的影响分析

图表 56 中国电子商务市场交易规模（单位 万亿元，%）

图表 57 中国电子商务服务企业区域分布情况（单位 %）

图表 60 RFID在各国快递行业的应用情况

图表 61 通信技术在快递行业的应用情况

图表 62 快递业务市场分层次情况

图表 63 顺丰特安资费情况

图表 64 我国高端快递市场服务内容

图表 65 顺丰特安服务情况

图表 66 四大快递巨头退出中国高端快递市场

图表 67 高端快递市场份额（单位 %）

图表 68 中高端快递价格比较（单位 元/KG）

图表 69 中高端快递业务资费情况（单位 元）

图表 70 我国中高端快递市场服务内容

图表 71 我国中高端快递市场主要企业

图表 72 中高端快递市场份额（单位 %）

图表 73 普通快递件价格比较（单位 元/KG）

图表 74 我国普通快递件市场主要企业

图表 75 普通快递件市场份额（单位 %）

图表 76 网络购物用户数及渗透率（单位 万人，%）

图表 77 中国网络购物市场规模（单位 亿元，%）

图表 78 中国网络购物细分品类成熟度分析

图表 79 选择网络购物的原因（单位 %）

图表 80 主要购物网站分类

图表 81 中国网络购物市场交易规模结构（单位 %）

图表 82 C2C购物网站市场份额对比（单位 %）

图表 83 中国含平台式B2C购物网站市场份额（单位 %）

图表 84 中国自主销售为主B2C购物网站市场份额（单位 %）

图表 85 主要购物网站用户渗透率（单位 %）

图表 86 主要购物网站用户转化率（单位 %）

图表 87 中国城市网购环境级别分布图

图表 88 网民中淘宝网购买用户占比（单位 %）

图表 89 各级别城市月均首次购买用户增幅（单位 %）

图表 90 月均下单人数前十名B2C电子商务网站名单（单位 万人）

图表 91 订单量月复合增长率前十名B2C电子商务网站名单（单位 %）

图表 92 中国个人网店数量规模（单位 万家）

图表 93 中国网络商店区域分布图

图表 94 中国网商发展综合指数排名

图表 95 中国网商发展规模指数排名

图表 96 中国网商普及程度指数排名

图表 97 中国网商经营水平指数排名

图表 98 中国网商生态指数排名

图表 99 中国网络商店增长趋势指数排名

图表 100 中国网购市场交易规模及其增长情况（单位 亿元，%）

图表 101 2024-2030年中国网购市场交易规模预测（单位 亿元，%）

图表 102 快递企业三足鼎立竞争格局表

图表 103 当当网物流配送服务价格表（单位 元/单）

图表 104 B2C网购市场产业链

图表 105 C2C网购市场产业链

图表 106 网购不满意原因分布（单位 %）

图表 107 网购行业对快递企业的需求分析

图表 108 自建与外包物流配送服务的优劣势对比

图表 109 主要网商物流配送状况

图表 110 主要电子商务企业自建物流发展状况

图表 111 电子商务企业自建物流覆盖区域

图表 112 京东商城自建物流覆盖区域

图表 113 电子商务企业选择物流商的考虑因素（单位 %）

图表 114 吸引网民眼球的促销活动对比（单位 %）

图表 115 电子商务企业免运费活动的效果分析（覆盖人数、访问次数）（单位 万人，万次）

图表 116 电子商务企业免运费活动的效果分析（订单数量、下单转化率）（单位 万人，%）

图表 118 淘宝网个人卖家选择快递公司考虑因素对比（单位 %）

略……

订阅“中国快递企业市场调查研究与发展前景预测报告（2024-2030年）”，编号：1A5A316，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱: kf@Cir.cn

详细内容: <https://www.cir.cn/6/31/KuaiDiQiYeShiChangXingQingFenXi.html>

了解更多, 请访问上述链接, 以下无内容!!