



中国快递业迎来改革发展 新纪元



创造了世界快递业发展史奇迹的中国快递业，迎来转型竞争最为激烈的一年。

刚完成更名的顺丰控股，3月1日开盘再次实现涨停，临近尾盘开板跳水，截至收盘，股价报70元，成交额逾26亿元。顺丰控股董事长王卫身价逼近2000亿元。

这是民营快递巨头顺丰2月24日正式登陆资本市场以来的抢眼表现。至此，国内主要民营快递企业基本完成上市，标志着中国快递业进入提质增效发展的新阶段。

此前，国家邮政局发布《快递业发展“十三五”规划》，提出在产业能力上快递市场规模要稳居世界首位，到2020年快递业务收入达到8000亿；提出要积极打造“快递航母”，形成三到四家年业务量超百亿件或年业务收入超千亿元的快递企业集团；培育两个以上具有国际竞争力和良好商誉度的世界知名快递品牌。

观察人士指出，在消费碎片化、农村网购渗透率提升和跨境电商的推动下，快递业将是中国下一个可预见的“万亿级产业”。借助资本市场力量，中国快递行业迎来发展新机遇，也迎来更为迫切的考验。

近年来，中国快递业持续高速发展，已连续6年保持50%左右的爆发式增速，成为中国经济的一匹“黑马”。2016年业务量突破300亿件大关，快递业务收入完成4005亿元，同比增长44.6%，这个数字在十年前

还“不到 300 亿元”。

国家邮政局局长马军胜接受新华社专访指出，在中国经济增速放缓的背景下，以快递业为支撑的网络零售模式走到台前，成为新的增长点，表明中国经济的新结构、新模式、新动能等一系列新特征正在形成，并成为推动经济发展的崭新力量。

2015 年 10 月，国务院专门就促进快递业发展出台指导意见，明确提出鼓励各类资本依法进入快递领域，支持快递企业兼并重组、上市融资。此后，申通、中通、圆通、韵达、顺丰等纷纷投入资本市场。

马军胜评价顺丰等一批快递企业的集中上市“具有里程碑式的意义”。“资本助力下快递行业竞争进入新阶段，行业格局进入重新布局阶段，综合类的大巨头会加快形成，服务领域会进一步拓宽。”

资本的不断介入提高了行业门槛，加之行业微利化、无利化的趋势逐渐明显，大部分快递企业面临被兼并或淘汰的局面。

数据显示，快递行业毛利率已从 2007 年约 30% 的水平，下滑至目前 5% 至 10% 的水平。快递件均收入从 2005 年的 27.7 元/件降至 2015 年的 13 元/件左右。随着行业的洗牌加剧，利润还将不断压缩。

中国目前约有快递企业 1.9 万家，主要品牌 27 个，快递企业多而散、小而弱的问题依然存在，产品同质化现象明显，风险防范能力较弱。

春节后，圆通北京花园桥网点出现快件积压情况，引发人们对快递业

问题的诟病。尴尬局面背后是快递公司的加盟模式和竞争引发的持续价格战，加之成本的上涨，快递公司陷入管理困境。

北京邮电大学邮政发展研究中心主任赵国君认为，中国约 65% 的快件来自电商包裹及其附属品，电商商品同质化使快递服务供给同质化，导致竞争激烈；与此同时，需求旺盛的冷链、个性化服务等却少有企业可胜任。

“中国企业在规模上可以弯道超车，但在品牌价值和客户关系等方面还任重道远。”中国物流学会特约研究员杨达卿说，中国快递企业亟需建立与市场、国家战略匹配的品牌形象。

马军胜调研梳理了国内快递行业存在的问题，主要包括：行业整体供给结构不合理，末端服务问题有待系统性解决，安全风险隐患不断增加，信息科技应用水平不高，绿色低碳发展仍处于起步阶段，行业人才建设保护相对滞后等。

他提出，必须加快快递业供给侧结构性改革，打造若干具备国际竞争力的航母级快递企业，扩大快递有效供给，带动快递业转型升级提质增效，

更好进口，更好满足人民群众的需求。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_32567

