

2020-2026年中国零担快运 行业市场分析与发展机遇预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国零担快运行业市场分析与发展机遇预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qita/Y1618928OE.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2017年我国零担快运规模1.25万亿，占公路运输市场的24%。2017年我国社会物流费用达12.1万亿，其中物流运输费用为6.6万亿，按照公路货运量在总货运量的比例为78%，可估算公路货运市场规模约为5.1万亿，根据行业数据测算零担行业市场规模为1.25万亿，快递、零担、整车运输的市场规模占比分别为10%、24%、66%。2017年公路货运细分市场数据来源于：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国零担快运行业市场分析与发展机遇预测报告》共九章。首先介绍了中国零担快运行业市场发展环境、零担快运整体运行态势等，接着分析了中国零担快运行业市场运行的现状，然后介绍了零担快运市场竞争格局。随后，报告对零担快运做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国零担快运行业发展趋势与投资预测。您若想对零担快运产业有个系统的了解或者想投资中国零担快运行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章中国零担快运企业竞争背景分析

1.1 中国零担快运业发展现状分析

目前在快运业务领域，顺丰、百世、德邦业务推进最快——顺丰2017年电商大件业务实现44亿元营收，同比大幅增长80%；百世快递货运业务实现32亿元，同比76%；德邦则是从零担业务切入快运业务，2017年实现快运营收69亿元，同比增长69%。电商大件和零担件由于存在重量重，产品价值高，在运输途中如若出现纰漏会造成严重损失等特点，所以我们认为在电商大件市场中（电商大件+零担）具有一定知名度、服务质量优秀、经营效率较高、网络布局完善的公司将逐步替代中小微企业，实现业务继续增长。各家快递公司布局快运业务情况

快递公司

布局快运业务方式

快运业务布局

百世快递

收购

2012年收购全际通布局快运业务，网点数量超过6500个

顺丰速运

自建

2015年起正式推出电商大件运输产品；截至2017年12月31日，顺丰控股拥有717个电商大件网点和21个电商大件中转场，场地总面积超过67万平方米，覆盖全国31个省289个主要城市及地区，车辆4000余台。

中通快递

自建

2016年8月，中通快运开业运营，针对20-300kg大件；截至2017年8月，网点数量2400余个，区县覆盖率78%，36个集配站、51个直营中心，日峰值达5300吨；

圆通速递

收购失败，自建

2016年底，公告拟收购国内最大公路快运网络之一的物流企业，后未能达成交易；

韵达快递

自建

2017年10月，韵达快运正式开始运营

申通快递

合资

2017年11月，宣布与快捷快递合资成立第三方公司申通岑达，布局申通快运业务。但是快捷快递的业务目前基本处于半停滞状态，申通暂缓推行快运业务。 数据来源：公开资料整理

1.1.1 零担快运业发展历程分析

1.1.2 零担快运业存在问题分析

1.1.3 零担快运业发展驱动因素

(1) 商业活动

(2) 私人消费

1.2 中国零担快运业经营情况分析

1.2.1 零担快运业经营现状分析

(1) 零担快运企业经营产品分析

(2) 零担快运行业客户结构分析

(3) 零担快运企业服务价格分析

(4) 零担快运企业服务能力分析

1.2.2 零担快运业务完成情况分析

- (1) 业务量情况分析
- (2) 业务量业务结构分析
- (3) 业务量区域结构分析
- (4) 业务量企业结构分析

1.2.3 零担快运业务收入情况分析

- (1) 收入情况分析
- (2) 收入业务结构分析
- (3) 收入区域结构分析
- (4) 收入企业结构分析

1.2.4 零担快运行业业务量与收入对比

- (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

1.2.5 中国零担快运行业市场地位分析

- (1) 零担快运行业占邮政业收入比重分析
- (2) 零担快运行业占GDP比重走势

1.3 国际零担快运业发展情况分析

1.3.1 国际零担快运市场总体竞争状况

1.3.2 国际零担快运市场发展趋势分析

1.3.3 国际零担快运巨头在华竞争策略

- (1) 战略联盟
- (2) 收购兼并
- (3) 可持续发展

1.4 中国零担快运业物流环境分析

1.4.1 物流总额增幅及其构成情况

1.4.2 物流总费用增幅及构成情况

1.4.3 物流业增加值增幅及贡献情况

1.4.4 物流固定资产投资及增长情况

1.4.5 全国重点企业物流统计调查情况

1.5 中国零担快运业宏观环境分析

1.5.1 零担快运业政策环境分析

- (1) 零担快运业管理体制

(2) 零担快运行业相关政策法规汇总

(3) 零担快运业相关政策规划解读

(4) 法规政策环境对行业的影响

1.5.2 零担快运业经济环境分析

(1) 国内生产总值 (GDP) 分析

(2) 制造业发展情况分析

(3) 国际贸易情况分析

(4) 居民人均收入情况分析

(5) 2014年国内宏观经济走势预测

1.5.3 零担快运业社会环境分析

(1) 城市化进程的加快

(2) 生活节奏和社会效率的提高

(3) 沟通与交流方式的转变

(4) 消费方式的转变

1.5.4 零担快运业技术环境分析

(1) RFID技术在零担快运行业的应用

(2) J2EE技术对零担快运行业的作用

(3) 其他IT技术对零担快运行业的应用

(4) 行业专利技术情况分析

第二章中国零担快运企业细分市场竞争分析

2.1 零担快运业务竞争层次分析

2.2 高端零担快运市场竞争分析

2.2.1 高端零担快运市场价格竞争分析

2.2.2 高端零担快运市场服务竞争分析

2.2.3 高端零担快运市场主要竞争对手

2.2.4 高端零担快运市场市场份额分析

2.2.5 高端零担快运市场竞争策略与建议

2.3 中高端零担快运市场竞争分析

2.3.1 中高端零担快运市场价格竞争分析

2.3.2 中高端零担快运市场服务竞争分析

2.3.3 中高端零担快运市场主要竞争对手

- 2.3.4 中高端零担快运市场市场份额分析
- 2.3.5 中高端零担快运市场竞争策略与建议
- 2.4 普通零担快运件市场竞争分析
 - 2.4.1 普通零担快运件市场价格竞争分析
 - 2.4.2 普通零担快运件市场服务竞争分析
 - 2.4.3 普通零担快运件市场主要竞争对手
 - 2.4.4 普通零担快运件市场市场份额分析
 - 2.4.5 普通零担快运件市场竞争策略与建议

第三章中国零担快运企业网购市场竞争分析

- 3.1 中国电子商务市场分析
 - 3.1.1 电子商务交易规模
 - 3.1.2 电子商务区域分布
 - 3.1.3 电子商务行业分布
 - 3.1.4 移动电子商务市场现状
 - (1) 移动电子商务交易规模
 - (2) 移动电子商务用户规模
 - 1) 移动互联网流量
 - 2) 移动电子商务用户数量
 - 3.1.5 电子商务发展规划分析
 - 3.1.6 电子商务发展趋势分析
- 3.2 中国网络购物市场分析
 - 3.2.1 网络购物市场发展概况
 - (1) 网购用户规模及渗透率
 - (2) 网络零售市场规模分析
 - (3) 网络零售企业规模分析
 - (4) 网购行业细分商品分析
 - (5) 网购消费动机和消费水平
 - 3.2.2 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

3.2.3 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

3.3 网购零担快运市场发展分析

3.3.1 网购零担快运市场规模分析

3.3.2 网购零担快运市场竞争分析

3.3.3 网购零担快运市场存在问题

3.3.4 零担快运与网购协调发展

3.3.5 网购零担快运市场转型升级

(1) 网购零担快运市场转型方向

(2) 零担快运市场转型动向分析

3.4 零担快运企业网购市场竞争策略分析

3.4.1 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

3.4.2 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

3.4.3 零担快运企业网购物流配送策略分析

(1) 个人卖家零担快运服务需求分析

(2) 零担快运企业网购配送策略分析

第四章 中国零担快运企业区域市场竞争分析

4.1 零担快运业区域集中度分析

4.1.1 东中西部区域市场集中度

(1) 业务量集中度走势分析

(2) 业务收入集中度走势分析

4.1.2 细分区域市场集中度

(1) 业务量集中度走势分析

(2) 业务收入集中度走势分析

4.2 长三角零担快运市场竞争分析

4.2.1 长三角地区零担快运业发展基础

(1) 长三角经济基础分析

(2) 长三角物流基础分析

4.2.2 长三角零担快运业市场发展情况

(1) 零担快运市场发展政策规划

(2) 零担快运市场发展现状

(3) 零担快运市场业务量走势

(4) 零担快运市场业务量结构走势

(5) 零担快运市场业务收入走势

(6) 零担快运市场业务收入结构走势

4.2.3 本土品牌零担快运长三角竞争状况

(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

4.2.4 外地品牌零担快运长三角竞争分析

(1) 外地品牌零担快运企业网络布局

(2) 外地品牌零担快运企业服务分析

(3) 外地品牌零担快运企业资源分析

4.2.5 外/合资零担快运企业长三角竞争分析

(1) 外/合资零担快运企业网络布局

(2) 外/合资零担快运企业服务分析

4.2.6 长三角区域内零担快运企业竞争分析

(1) 区域内主要零担快运企业分析

(2) 区域内零担快运企业网络布局

(3) 区域内零担快运企业服务分析

4.3 珠三角零担快运市场竞争分析

4.3.1 珠三角地区零担快运业发展基础

(1) 珠三角经济基础分析

(2) 珠三角物流基础分析

4.3.2 珠三角零担快运业市场发展分析

(1) 零担快运市场发展政策规划

- (2) 零担快运市场发展现状
- (3) 零担快运市场业务量走势
- (4) 零担快运市场业务量结构走势
- (5) 零担快运市场业务收入走势
- (6) 零担快运市场业务收入结构走势
- 4.3.3 本土品牌零担快运珠三角竞争状况
 - (1) 顺丰珠三角网络布局
 - (2) 顺丰珠三角服务分析
- 4.3.4 外地品牌零担快运珠三角竞争分析
 - (1) 外地品牌零担快运企业网络布局
 - (2) 外地品牌零担快运企业服务分析
 - (3) 外地品牌零担快运企业资源分析
- 4.3.5 外/合资零担快运企业珠三角竞争分析
 - (1) 外/合资零担快运企业网络布局
 - (2) 外/合资零担快运企业服务分析
- 4.3.6 珠三角区域内零担快运企业竞争分析
 - (1) 区域内主要零担快运企业分析
 - (2) 区域内零担快运企业网络布局
 - (3) 区域内零担快运企业服务分析
- 4.4 京津冀零担快运市场竞争分析
 - 4.4.1 京津冀地区零担快运业发展基础
 - (1) 京津冀经济基础分析
 - (2) 京津冀物流基础分析
 - 4.4.2 京津冀零担快运业市场发展分析
 - (1) 零担快运市场发展政策规划
 - (2) 零担快运市场发展现状
 - (3) 零担快运市场业务量走势
 - (4) 零担快运市场业务量结构走势
 - (5) 零担快运市场业务收入走势
 - (6) 零担快运市场业务收入结构走势
 - 4.4.3 本土品牌零担快运京津冀竞争状况
 - (1) 本土品牌企业网络布局

(2) 本土品牌企业服务分析

4.4.4 外地品牌零担快运京津冀市场格局

(1) 网络布局

(2) 服务分析

4.4.5 外/合资零担快运企业京津冀市场格局

4.4.6 京津冀区域内零担快运企业市场格局

(1) 区域内主要零担快运企业分析

(2) 区域内零担快运企业服务分析

4.5 东三省零担快运市场竞争分析

4.5.1 东三省地区零担快运业发展基础

(1) 东三省经济基础分析

(2) 东三省物流基础分析

4.5.2 东三省零担快运业市场发展

(1) 零担快运市场业务量走势

(2) 零担快运市场业务量结构走势

(3) 零担快运市场业务收入走势

(4) 零担快运市场业务收入结构走势

(5) 零担快运市场服务价格走势

(6) 各省份发展趋势对比

4.5.3 本土品牌零担快运东三省竞争状况

4.5.4 外地品牌零担快运东三省网络布局

4.5.5 外/合资零担快运企业东三省市场格局

第五章 中国零担快运企业间竞争分析

5.1 中国零担快运企业总体竞争情况

5.1.1 零担快运业总体竞争情况

(1) 国际零担快运企业的竞争

(2) 国内零担快运企业的竞争

5.1.2 外资零担快运品牌国内竞争分析

(1) 外资零担快运市场占有率

(2) 外资零担快运品牌的筹码

(3) 外资品牌的中国并购

(4) 外资品牌申请国内牌照

5.1.3 民营零担快运品牌竞争分析

(1) 民营零担快运市场占有率

(2) 顺丰速递的扩张分析

(3) “四通一达”竞争情况

(4) 中小民营零担快运竞争情况

5.1.4 国有零担快运的先天竞争优势

(1) 国有零担快运市场占有率

(2) 邮政速递的竞争优势

(3) 民航零担快运的竞争优势

(4) 中铁快运的竞争优势

5.1.5 零担快运企业竞争地位划分依据

5.2 第一阵营零担快运企业竞争分析

5.2.1 第一阵营企业经营分析

(1) 零担快运业务量

(2) 企业经营收入

5.2.2 第一阵营企业排名情况

(1) 网点规模排名

(2) 从业人员排名

5.2.3 第一阵营企业特色业务分析

5.3 第二阵营零担快运企业竞争分析

5.3.1 第二阵营企业经营分析

(1) 零担快运业务量

(2) 企业经营收入

5.3.2 第二阵营企业排名情况

(1) 网点规模排名

(2) 从业人员排名

5.3.3 第二阵营企业特色业务分析

5.4 第三阵营零担快运企业竞争分析

5.4.1 第三阵营零担快运企业经营分析

5.4.2 第三阵营零担快运企业排名情况

(1) 网点规模排名

(2) 从业人员排名

5.4.3 第三阵营零担快运企业特色业务分析

第六章中国领先零担快运企业竞争力分析

6.1 国际零担快运巨头在华经营情况

6.1.1 DHL经营情况分析

(1) DHL简介

(2) DHL发展规模分析

(3) DHL在华产品结构分析

(4) DHL在华经营情况分析

(5) DHL在华经营策略分析

(6) DHL最新发展动向分析

6.1.2 FedEx经营情况分析

(1) FedEx简介

(2) FedEx发展规模分析

(3) FedEx在华业务结构分析

(4) FedEx在华经营情况分析

(5) FedEx在华经营策略分析

(6) FedEx对中国零担快运行业启示

(7) FedEx的标准化作业管理分析

(8) FedEx最新发展动向分析

6.1.3 UPS经营情况分析

(1) UPS简介

(2) UPS发展规模分析

(3) UPS服务网络分析

(4) UPS在华业务结构分析

(5) UPS在华经营情况分析

(6) UPS在华经营策略分析

(7) UPS最新发展动向分析

6.1.4 TNT经营情况分析

(1) TNT简介

(2) TNT发展规模分析

(3) TNT在华业务结构分析

(4) TNT在华经营情况分析

(5) TNT在华经营策略分析

(6) TNT最新发展动向分析

6.1.5 大零担快运公司对比

6.2 中国零担快运行业领先企业分析

6.2.1 顺丰速运有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业服务网络分析

(3) 企业服务产品分析

(4) 企业增值服务分析

6.2.2 申通快递

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业服务网络分析

(3) 企业技术水平分析

(4) 企业服务产品分析

6.2.3 上海圆通速递有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营网络分析

(3) 企业服务产品分析

(4) 企业增值服务分析

6.2.4 中通快递

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业服务网络分析

(3) 企业服务产品分析

(4) 企业增值服务分析

6.2.5 百世快运

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业服务网络分析

(3) 企业服务产品分析

(4) 企业增值服务分析

6.2.6 上海韵达速递有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业服务网络分析
- (3) 企业产品与服务分析
- (4) 企业融资情况分析

第七章中国零担快运企业投资兼并与重组分析

7.1 零担快运企业并购整合背景分析

7.1.1 零担快运企业并购整合的政策机遇

- (1) 新《邮政法》解读
- (2) 《零担快运业务经营许可管理办法》
- (3) 《零担快运业务员国家职业标准》
- (4) 《关于零担快运企业兼并重组的指导意见》

7.1.2 零担快运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

7.1.3 全球零担快运企业并购整合动向分析

7.2 零担快运企业并购整合现状分析

7.2.1 零担快运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

7.2.2 零担快运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

7.2.3 零担快运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

7.3 中国民营零担快运企业并购重组分析

7.3.1 中国民营零担快运企业发展现状分析

- (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

7.3.2 民营零担快运企业并购重组可行性分析

- (1) 民营零担快运企业突破发展瓶颈的有效途径
- (2) 民营零担快运企业并购重组的驱动力

7.3.3 民营零担快运企业并购重组的具体实施

- (1) 民营零担快运的三类并购对象
- (2) 民营零担快运并购重组的障碍

7.4 零担快运企业并购整合趋势分析

7.4.1 横向并购整合趋势分析

7.4.2 纵向并购整合趋势分析

7.4.3 资本市场并购整合分析

7.4.4 并购整合业务因素分析

第八章 中国零担快运企业竞争策略分析

8.1 零担快运企业发展趋势与竞争战略

8.1.1 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

8.1.2 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

8.1.3 企业人力资源战略趋势

8.1.4 企业业务扩展战略趋势

8.2 零担快运企业的发展方向分析

8.2.1 战略联盟发展方向分析

8.2.2 服务专业化发展方向分析

8.2.3 技术现代化发展方向分析

- 8.2.4 服务多元化发展方向分析
- 8.3 零担快运企业总体竞争策略
 - 8.3.1 加强与相关产业结合
 - 8.3.2 零担快运业务服务专业化
 - 8.3.3 管理运营模式转型
 - 8.3.4 开展高附加值服务
 - 8.3.5 中小型零担快运企业竞争策略
 - 8.3.6 零担快运业总体发展策略分析
- 8.4 零担快运企业产品竞争策略
 - 8.4.1 零担快运产品多元化策略
 - 8.4.2 零担快运产品特色化策略
 - 8.4.3 零担快运产品人性化策略
- 8.5 零担快运企业价格竞争策略
 - 8.5.1 同城零担快运价格分析与建议
 - 8.5.2 异地零担快运价格分析与建议
 - (1) 省内价格分析与建议
 - (2) 跨省价格分析与建议
 - 8.5.3 国际零担快运价格分析与建议
- 8.6 零担快运企业服务竞争策略
 - 8.6.1 零担快运企业送达时间对比分析
 - 8.6.2 零担快运企业收发货件对比分析
 - 8.6.3 零担快运企业相关赔偿对比分析
 - 8.6.4 零担快运企业服务态度对比分析
 - 8.6.5 其他零担快运企业服务对比分析
 - 8.6.6 零担快运企业服务竞争建议
- 8.7 零担快运企业售后服务策略
 - 8.7.1 零担快运企业售后服务现状
 - (1) 零担快运投诉总量分析
 - (2) 零担快运有效投诉分析
 - (3) 零担快运投诉主要问题分析
 - (4) 消费者对企业申诉情况
 - (5) 零担快运投诉满意度分析

- 8.7.2 零担快运服务质量发展目标
- 8.7.3 零担快运服务质量建设分析
 - (1) 零担快运服务质量建设重点项目
 - (2) 零担快运服务质量建设动态
- 8.8 零担快运企业营销竞争策略
 - 8.8.1 国际零担快运巨头营销策略借鉴
 - 8.8.2 中国零担快运企业经营战略剖析
 - (1) 成本领先战略
 - (2) 差异化竞争战略
 - 8.8.3 零担快运企业营销案例分析

第九章中国民营零担快运企业竞争策略分析

- 9.1 中国民营零担快运企业竞争背景分析
 - 9.1.1 中国民营零担快运业发展概况
 - (1) 民营零担快运行业产生的背景
 - (2) 民营零担快运行业的发展历程
 - (3) 民营零担快运发展的制约因素
 - 9.1.2 中国民营零担快运发展现状分析
 - (1) 民营零担快运市场规模分析
 - (2) 民营零担快运扩张模式分析
 - (3) 民营零担快运比较优势分析
 - (4) 民营零担快运市场环境分析
- 9.2 中国民营零担快运企业竞争策略分析
 - 9.2.1 民营零担快运企业产品竞争策略
 - 9.2.2 民营零担快运企业定价竞争策略
 - 9.2.3 民营零担快运企业服务网络竞争策略
- 9.3 中国民营零担快运特许加盟模式转型分析
 - 9.3.1 民营零担快运特许加盟模式发展现状分析
 - (1) 特许加盟零担快运企业的市场地位
 - (2) 主要特许加盟民营零担快运品牌企业
 - 9.3.2 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

9.3.3 特许加盟模式转型发展的必要性分析

9.3.4 特许加盟模式与自营模式的比较分析

9.3.5 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

9.3.6 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

图表目录：

图表：零担快运需求的驱动因素

图表：高端零担快运市场份额（单位：%）

图表：中高端零担快运价格比较（单位：元/KG）

图表：中高端零担快运业务资费情况（单位：元）

图表：我国中高端零担快运市场服务内容

图表：我国中高端零担快运市场主要企业

图表：中高端零担快运市场份额（单位：%）

图表：普通零担快运件价格比较（单位：元/KG）

图表：中国零担快运企业普通零担快运件业务

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/Y1618928OE.html>