2020-2025年中国EMS行业竞争格局分析及投资规划研究报告

一、行业背景与概述

1.1 行业发展历程

(1)中国EMS行业自20世纪90年代初起步，经历了从无到有、从小到大的发展过程。最初，EMS主要服务于跨境邮件和快递业务，随着国内经济的快速增长，电子商务的兴起为EMS行业带来了巨大的市场机遇。这一时期，EMS行业的主要参与者包括中国邮政速递物流、顺丰速运、申通快递等，它们通过提供快速、可靠的快递服务，逐步赢得了市场和消费者的信任。

(2)进入21世纪，随着互联网的普及和电子商务的快速发展，EMS行业迎来了高速增长期。这一阶段，电商企业对物流服务的需求日益增加，促使EMS行业不断创新，提升服务质量。快递公司纷纷推出增值服务，如上门取件、送货上门、即时查询等，以满足客户多样化的需求。同时，行业竞争加剧，快递企业通过并购、合作等方式扩大市场份额，进一步推动了行业的发展。

(3)近年来，中国 EMS 行业已经从单纯的速度竞争转向综合服务竞争。快递企业开始注重提升物流效率、降低成本，同时加强供应链管理和客户服务。随着科技的进步，智能化、自动化成为行业发展的新趋势。无人机、无人车等新兴技术在快递行业的应用，预示着中国 EMS 行业将进入一个全新的发展阶段，为消费者带来更加便捷、高效的物流体验。

1.2 行业政策环境分析

(1)中国 EMS 行业的政策环境经历了从放宽市场准入到规范行业秩序的转变。近年来，国家出台了一系列政策支持快递物流行业的发展，如《快递市场管理办法》和《快递服务标准》等，旨在规范市场秩序，保障消费者权益。政策层面鼓励快递企业提升服务质量，加强基础设施建设，推动行业转型升级。

(2)在政策扶持下，政府对 EMS 行业的监管力度不断加强。一方面，通过设立行业准入门槛，限制不具备条件的企业进入市场，维护市场秩序；另一方面，加强对快递企业运营行为的监管，打击违法违规行为，保障行业健康发展。此外，政府还鼓励快递企业创新服务模式，提升服务水平，以满足日益增长的市场需求。

(3)在国际贸易方面，中国政府积极推动快递物流行业的对外开放，降低跨境电商物流成本，促进国际贸易便利化。通过签署相关合作协议，加强与国际快递企业的合作与交流，提升中国 EMS 行业的国际竞争力。同时，国内政策也在逐步

与国际接轨，推动 EMS 行业向国际化、规范化方向发展。

1.3 行业市场规模及增长趋势

(1)近年来，中国 EMS 市场规模持续扩大，成为全球最大的快递市场之一。随着电子商务的迅猛发展，快递业务量大幅增长，带动了整个行业的市场规模。据统计，2019 年中国快递业务量已突破 600 亿件，市场规模达到 8000 亿元人民币，占全球快递市场的三分之一以上。

(2)从增长趋势来看，中国 EMS 市场规模呈现出稳定增长态势。预计未来几年，随着经济持续增长和消费升级，市场规模将继续保持高速增长。根据行业分析报告，2020 年至 2025 年，中国 EMS 市场规模预计将以年均 10%以上的速度增长，到 2025 年市场规模有望突破 1.2 万亿元。

(3)细分市场中，电商快递业务占据主导地位，随着电子商务的快速发展，电商快递业务量逐年攀升。同时，随着快递服务向农村市场的拓展,农村快递业务量也在持续增长，为整个 EMS 行业的发展提供了新的增长点。此外，随着快递企业拓展国际业务，国际快递业务量也在稳步增长，为中国 EMS 行业的未来发展提供了广阔的空间。

二、竞争格局分析

2.1 主要竞争者分析

(1)在中国 EMS 行业中，主要竞争者包括中国邮政速递物流、顺丰速运、圆通速递、申通快递、韵达快递等。中国邮政速递物流作为国有企业，拥有广泛的网络覆盖和品牌影响力，是行业中的主要竞争者之一。顺丰速运以其高品质的快递服务、强大的物流网络和高效的运营体系在市场上占据

重要地位。

(2)顺丰速运、圆通速递、申通快递、韵达快递等私营快递企业，凭借灵活的经营策略和快速的市场反应能力，迅速崛起并在市场上形成了激烈的竞争。这些企业通过技术创新、服务升级和市场拓展，不断提升自身的竞争力。例如，圆通速递通过收购快递公司,扩大了其业务规模和市场份额。

(3)随着市场竞争的加剧，主要竞争者之间的差异化竞争策略日益明显。中国邮政速递物流强调品牌信誉和服务质量，而顺丰速运则侧重于高端快递服务。其他快递企业则通过提供个性化服务、优化物流网络和降低成本等方式，寻求在市场中脱颖而出。同时，这些企业也在积极拓展国际业务，提升自身的国际化水平，以应对日益激烈的国际竞争。

2.2 市场集中度分析

(1)中国 EMS 行业市场集中度较高，主要集中在几家大型快递企业手中。根据市场分析，前五大快递企业的市场份额总和通常超过 50%，显示出市场的集中趋势。这种市场集中度反映了快递行业进入门槛较高，新进入者难以在短时间内获得显著的市场份额。

(2)市场集中度分析显示，中国邮政速递物流、顺丰速运、圆通速递、申通快递、韵达快递等企业占据了市场的主导地位。这些企业在网络覆盖、品牌影响力、服务质量等方面具有较强的竞争优势，形成了相对稳定的市场格局。然而，随着新兴快递企业的加入和行业竞争的加剧，市场集中度有所波动。

(3)尽管市场集中度较高，但EMS行业的竞争仍然激烈。不同快递企业通过差异化竞争策略，如专注于特定区域、提供定制化服务或采用新技术等，试图在市场上获得更多的份额。这种竞争促使企业不断创新，提升效率，从而推动整个行业的健康发展。同时，政府监管和政策导向也在一定程度上影响着市场集中度的变化。

2.3 区域竞争格局

(1)中国EMS行业的区域竞争格局呈现出明显的地域差异。东部沿海地区由于经济发达、人口密集，快递业务量较大，市场竞争尤为激烈。这一区域的快递企业如顺丰速运、圆通速递等，拥有较强的市场覆盖能力和品牌影响力。

(2)在中西部地区，快递市场虽然整体规模较小，但增长潜力巨大。随着互联网和电子商务的普及，中西部地区快递业务量逐年攀升，吸引了众多快递企业进入。这些企业在拓展市场的同时，也在积极布局网络，提高服务效率，逐步改变中西部地区的竞争格局。

(3)此外，区域竞争格局也受到地方政策、物流基础设施等因素的影响。例如，一些地方政府为了推动地方经济发展，出台了一系列扶持政策，吸引快递企业落户。物流基础设施的完善，如高速公路、航空港等，也为快递企业提供了更好的运营环境，进一步加剧了区域间的竞争。同时，区域间的竞争也促进了快递企业之间的合作与交流，共同推动行业整体水平的提升。

三、主要竞争者战略分析

3.1 市场领导者战略

(1)市场领导者通常在行业中拥有最高的市场份额和最强的品牌影响力，如中国邮政速递物流和顺丰速运。这些企业通过持续的技术创新和服务优化，巩固其市场领导地位。具体战略包括:一是加强基础设施建设，扩大网络覆盖范围，提升物流效率；二是通过提供差异化服务，如定时配送、代收货款等，满足不同客户的需求；三是积极拓展国际市场，提升企业的国际化水平。

(2)市场领导者还注重品牌建设和企业文化塑造，通过树立良好的企业形象，增强消费者的信任度。同时，企业通过并购、合作等方式，不断整合行业资源，扩大市场份额。在市场营销方面，领导者企业通过线上线下相结合的方式，提高品牌曝光度和市场渗透率。此外，市场领导者还积极参与行业标准的制定，引导行业健康发展。

(3)面对激烈的市场竞争，市场领导者还需不断调整和优化战略。这包括关注新兴市场和技术趋势，如电商物流、供应链管理、无人配送等，以保持企业的竞争力。同时，市场领导者还需加强内部管理，提高运营效率，降低成本，以应对日益增长的竞争压力。通过这些战略措施，市场领导者能够在激烈的市场竞争中保持领先地位，实现可持续发展。

3.2 市场跟随者战略

(1)市场跟随者战略的核心在于通过模仿市场领导者的成功模式，寻找市场空缺或细分市场，以实现差异化竞争。这些企业通常不具备市场领导者的品牌影响力和资源优势，因此，它们会专注于特定区域或服务领域，如农村快递、冷链物流等，以减少直接竞争。

(2)市场跟随者会密切跟踪市场领导者的战略动向，快速响应市场变化。例如，当市场领导者推出新的服务或产品时，跟随者会迅速评估其可行性和市场需求，并迅速跟进，以保持竞争力。此外，市场跟随者还会通过提供性价比更高的服务，吸引价格敏感的客户群体。

(3)为了在激烈的市场竞争中脱颖而出，市场跟随者还会加强自身的品牌建设和服务创新。这包括提升服务质量、优化客户体验、加强信息化建设等。通过这些措施，市场跟随者能够在不牺牲利润的前提下，逐步扩大市场份额，并在某些领域形成自己的竞争优势。同时，跟随者也会通过与其他企业的合作，共享资源，共同应对市场挑战。

3.3 新进入者战略

(1)新进入者在 EMS 行业面临的市场竞争激烈，但仍有机会通过独特的战略定位和运营模式取得成功。新进入者通常会从以下几方面制定战略：首先，选择市场细分领域，如专注于特定区域或特定类型的快递服务，以避免与市场领导者直接竞争；其次，通过提供高品质的服务和高效的运营，建立良好的口碑，逐步积累客户基础。

(2)新进入者还需注重技术创新和业务模式创新。这可能包括引入先进的物流管理系统、无人机配送、智能快递柜等，以提高服务效率，降低成本。同时，通过建立高效的供应链网络，新进入者能够提供更快速、更可靠的快递服务，吸引客户。

(3)在市场营销方面，新进入者会采取差异化的策略，如通过社交媒体、线上广告等渠道进行品牌宣传，提高市场知名度。此外，新进入者还会寻求与电商平台、零售商等合作伙伴建立合作关系，以快速进入市场并扩大客户群体。同时，新进入者还需关注行业政策变化，确保自身运营合规，降低政策风险。通过这些战略，新进入者能够在激烈的市场竞争中找到自己的立足点，实现可持续发展。

四、行业细分市场分析

4.1 快递物流市场

(1)快递物流市场是EMS行业的重要组成部分，其业务量占整个行业的绝大部分。随着电子商务的蓬勃发展，快递物流市场呈现出高速增长的态势。市场需求的增长带动了快递物流企业业务量的增加，同时也促使企业加大基础设施建设，提升配送效率。

(2)快递物流市场的竞争格局呈现多元化特点，既有大型快递企业如顺丰速运、圆通速递等，也有众多中小型快递企业。这些企业通过优化网络布局、提升服务质量、创新服务模式等方式，争夺市场份额。同时，快递物流市场也面临

着物流成本上升、环保压力等挑战。

(3)快递物流市场的发展趋势表现为服务品质提升、技术驱动和创新业务模式。快递企业正通过引进自动化分拣设备、优化运输路线、提高配送效率等措施，提升服务质量。此外，随着物联网、大数据等技术的发展，快递物流市场将迎来更加智能化的运营模式，为消费者提供更加便捷、高效的物流体验。

4.2 电商物流市场

(1)电商物流市场作为快递物流市场的重要组成部分，随着电子商务的蓬勃发展而迅速增长。电商平台对快速、高效的物流服务需求巨大，推动电商物流市场成为 EMS 行业增长最快的领域之一。电商物流市场涵盖了从商品采购、仓储管理到配送交付的整个物流过程，对于提高电商平台的用户体验和降低运营成本至关重要。

(2)在电商物流市场中，快递企业通过建立专门的电商物流体系，与电商平台建立深度合作关系，提供定制化的物流解决方案。这些解决方案包括但不限于快速配送、当日达、次日达、夜间配送等，以满足电商平台的业务需求。同时，电商物流市场也推动了快递企业向智能化、自动化方向发展，以提升物流效率和服务质量。

(3)电商物流市场的竞争激烈，快递企业通过技术创新、服务创新和业务模式创新来提升竞争力。例如，利用大数据分析预测物流需求，优化运输路线；通过物联网技术实现物流信息实时追踪；以及引入无人机、无人车等新技术提高配送效率。此外，电商物流市场也面临着环保、物流成本控制等挑战，促使企业寻求更加可持续的物流解决方案。

4.3 供应链物流市场

(1)供应链物流市场是EMS行业中的高端领域，服务于制造业、零售业等众多行业，涉及原材料采购、生产制造、产品分销和最终配送的整个供应链环节。供应链物流市场的特点是服务要求高、流程复杂、涉及多方协同。随着全球化和供应链的日益复杂，供应链物流市场的重要性日益凸显。

(2)在供应链物流市场中，EMS企业扮演着关键角色，提供包括仓储管理、订单处理、运输协调、库存控制等一系列服务。这些服务帮助企业降低库存成本、提高响应速度、增强市场竞争力。供应链物流市场的发展趋势包括：向更加精细化的物流管理服务发展，如反向物流、绿色物流等；利用信息技术提升供应链透明度和效率；以及在全球范围内优化供应链布局。

(3)供应链物流市场的竞争焦点在于提供定制化的解决方案和高效的服务。企业通过整合资源、优化流程、应用先进技术，如区块链、人工智能等，来提升自身的竞争力。同时，供应链物流市场也面临着物流成本上升、供应链风险管

理等挑战。为了应对这些挑战，EMS 企业正不断寻求创新，如通过与供应商、分销商等合作伙伴建立战略联盟，共同提升供应链的韧性和适应性。

五、行业发展趋势预测

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

https://d.book118.com/128060140025007014