



zhongguo

Kuaidi Shichang Fazhan Yanjiu Baogao

中国快递市场 发展研究报告

中国快递市场发展研究课题组 / 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中国快递市场 发展研究报告

中国快递市场发展研究课题组 著



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

• 北 京 •

图书在版编目(CIP)数据

中国快递市场发展研究报告/中国快递市场发展研究课题组著. —北京:中国经济出版社,2006.4

ISBN 7-5017-7422-6

I. 中… II. 中… III. 物流服务-交通运输-经济发展-研究报告-中国
IV. F632.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 020552 号

出版发行: 中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 彭彩霞(电话: 010-68354371, E-mail: winterpeng@126.com)

责任印制: 张江虹

封面设计: 红色方块封面设计/谭雄军

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京君升印刷有限公司印刷

开 本: 787mm×1092mm 1/16 印 张: 24.75 字 数: 392千字

版 次: 2006年4月第1版 印 次: 2006年4月第1次印刷

书 号: ISBN 7-5017-7422-6/F·5978 定 价: 60.00元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68369586 68346406 68309176

编 委 会

顾 问：李炳坤 魏耀荣

主 编：陈文敬

副主编：赵玉敏 施禹之 张洪斌

编 委：卫建民 周喜安 张 毅 蔡家祥 刘建新

胡仙芝 程大为 余忠宁 徐 迅 高 兮

姓 名	工作单位	职称、职务
李炳坤	国务院研究室	副主任
魏耀荣	全国人大法工委	咨询委员
陈文敬	商务部研究院	副院长、研究员、博导
卫建民	国务院发展研究中心	《中国发展观察》常务副社长
赵玉敏	商务部研究院	研究员
周喜安	国家发改委政策法规司	副司长
张 毅	信息产业部综合调研室	副主任
施禹之	全国人大财经委	高级经济师
蔡家祥	中国外经贸企业协会	副会长
程大为	中国人民大学	教授
胡仙芝	中国行政管理学会	副研究员
刘建新	中国货代协会快递 工作委员会	秘书长

张洪斌	中信集团	高级战略研究员、博士
余忠宁	泰科特信息咨询公司	高级顾问
徐 迅	国务院发展研究中心	编辑部主任
高 兮	中国道路运输协会	高级工程师



序言——

加快改革开放，促进快递业 全面协调可持续发展

快递业是服务业的重要组成部分。改革开放后，我国快递业开始起步，快递市场日益扩大，快递企业逐步成长，取得了显著成效。快递行业在加速商品流通、促进对外贸易、服务各行各业、满足居民消费、提升第三产业、扩大人口就业等方面，为国民经济作出了重要贡献。进入新世纪，在改革开放的新形势下，快递业如何把握新的机遇、迎接新的挑战，已经引起了社会各界的广泛关注。

2005年7月，我国推出了邮政体制改革方案。2006年，全国人大常委会将修改《邮政法》纳入今年立法计划。今年全国人大通过的国民经济和社会发展“十一五”规划，提出了未来五年的发展目标、指导方针和总体部署，这是全面建设小康社会进程中的重要规划，对快递业发展具有方向性的指导意义。按照中国的入世承诺，进入后过渡期，快递市场已经更加开放。在波澜壮阔的国内国际背景下，我们要以高度的历史责任、宽阔的发展视野，充分认识快递业发展的重要作用 and 深远意义，全面贯彻落实科学发展观，加快改革开放步伐，促进快递业全面协调可持续发展。

快递业在中国大有发展前途。改革开放以来，我国经济迅速发展，GDP增速在9%以上。“十一五”规划提出，我们要在优化结构、提高效益、降低消耗的基础上，实现2010年人均GDP比2000年翻一番。这意味着国民经济将继续保持较快增长势头，人民生活将跃上一个新台阶。经济总量的增长，必然带来经济活动的增加、信息交流的增加。快递业面临广阔的发展空间，快递蛋糕必然越做越大。



快递业发展是服务业发展的重要内容。在中国经济发展过程中,长期以来制造业发展较快,服务业发展较慢。按国家统计局过去的统计数据,2004年,第一产业占GDP比重为15%,第二产业占53%,第三产业占32%。依照国际上经济发展的规律,发达经济体的第三产业比重一般在60%以上。我国第三产业发展明显滞后。当然这也是由于我国常规的统计方法有遗漏问题,特别是新兴服务业难以准确统计。经过第一次全国经济普查,2004年第三产业比重实际已经达到41%,比原来的统计提高近9个百分点。但总体来看,我国服务业比重仍然偏低。服务业是我国“十一五”发展的重点,服务业涉及范围广,就业容量大,环境损害小,资源消耗少,产业调整机制相对灵活,比制造业更具独特优势,我国服务业必然要加快发展。快递业是服务业发展中的重要组成部分,目前在发展过程中存在各种制约因素。从提升服务业特别是发展现代物流的要求看,快递需求越来越大,快递市场必将呈现加速发展态势。

快递业在开放和竞争的环境下将发展得更加成熟。未来五年,开放经济要提高到一个新水平,市场竞争格局将发生变化。快递行业打破垄断、引入竞争是必然的方向。服务业是我国新一轮开放的重点,包括快递业。按照中国的入世承诺,2005年12月11日以后,快递市场已经更加开放。快递是在市场条件下形成的,更具有商业化特色。我国邮政由国家垄断经营,快递与传统邮政有一个摩擦冲突的过程。二者相互依存,各自发展。在快递市场上,目前国内业务以邮政占主体,国际业务以商业化为主导,今后国内业务商业化比例亦将呈上升趋势。

快递业发展要注重培育快递骨干企业,国内快递企业要尽快成长。既不排除国外企业,更要加快发展国内企业。一方面要遵循执行入世承诺,开放市场;另一方面要加快发展自己的企业,平等竞争,提高效率。同时,国内企业要加快体制改革,找到自己优势所在,提高企业的核心竞争力,在快递市场上占据更大的份额,在竞争中提高快递业效率,促进快递业的健康发展。改革开放以来,我国很多产业都经历了开放的过程,开放前都曾有过担忧,但开放后形成了许多有竞争力的企业。我们应该相信,快递业开放会形成很多有竞争力的企业,并且能够走出去。快递业发展必须兼顾国家的角



度、社会的角度和企业的角度，既要考虑承担国家普遍服务责任和国家安全，又要满足社会对快递的多样化需求，还要促进快递企业持续稳步协调高效发展。

应该对快递发展采取有效的支持促进政策。快递业发展的支持促进政策包括：放宽市场准入；完善政策法规；深化体制改革；加快对外开放；转变政府职能，完善监管体制；发挥行业协会作用；促进企业结构调整；培养企业核心竞争力等等。在中国全面建设小康社会、构筑和谐社会、加快实现现代化的进程中，快递业必将发挥更加重要而积极的作用，取得更大的发展成就。



目 录

第一篇 总报告

1 中国快递市场发展现状	3
1.1 快递定义与行业定位	3
1.2 中国快递发展历程	5
1.2.1 快递业是改革开放催生的行业	5
1.2.2 快递业是社会分工深化、产业结构升级形成的行业	6
1.3 中国快递市场结构	7
1.3.1 国际快递	8
1.3.2 国内异地快递	10
1.3.3 同城快递	12
2 中国经济与快递市场发展前景	13
2.1 快递业对中国经济的影响	13
2.1.1 提升服务业,促进国民经济产业结构的调整	13
2.1.2 提高出口部门的竞争力,改善高技术出口产业投资环境	15
2.1.3 扩大就业	17
2.1.4 推动垄断行业的改革	18
2.2 中国快递市场发展预测	19
2.2.1 宏观经济形势与供需分析	19
2.2.2 快递市场发展预测分析	27
3 中国快递业发展面临的主要问题	32
3.1 快递业务准入限制过严,邮政专营范围界定过宽	32



3.2 行业管理体制不顺, 监管主体有待明确	33
3.3 市场管理偏重行政手段, 邮政执法不够规范	34
3.4 市场主体政策待遇不同, 快递市场尚未统一	35
3.5 社会配送环境协调性差, 企业经营管理水平需要提升	36
4 中国快递市场发展的对策建议	38
4.1 完善政策法规, 建立统一开放竞争有序的快递市场	38
4.2 转变政府职能, 搞好行业监管	40
4.3 放宽市场准入, 科学划分快递和邮政经营范围	41
4.4 统筹协调, 促进普遍服务业务和市场竞争业务共同发展	44
4.4.1 准确把握普遍服务的性质	44
4.4.2 合理界定邮政普遍服务范围	44
4.4.3 建立邮政普遍服务补偿机制	45
4.5 加快结构调整, 优化行业布局	45

第二篇 专题研究

研究报告之一: 快递发展的国际经验	48
1 建立有利于快递业发展的体制环境	48
1.1 自主的开放措施	48
1.2 双边自由贸易协议下的开放措施	51
1.3 区域市场开放措施	51
2 普遍服务的界定及补偿机制的建立是市场进一步开放的决定性因素 ..	54
3 发展中国家积极面对快递业的发展	55
研究报告之二: 快递行业定位	58
1 快递业是市场经济的产物	58
2 快递服务与邮政普遍服务业务的不同性质及主要区别	59
2.1 快递服务与邮政普遍服务业务的不同性质	59
2.2 快递服务与邮政普遍服务业务的主要区别	60
2.3 邮政进入快递领域并未改变快递服务的商业性质	61

3 邮政信件专营与快递服务中商务信函寄递的关系	61
3.1 邮政信件寄递专营权的本质与作用	61
3.2 缩小邮政信件专营权的社会条件与发展趋势	62
4 快递服务与邮政服务的国际国内法规	64
4.1 有关快递服务与邮政服务的国际规制	64
4.2 我国有关快递服务与邮政服务法规的比较	65
研究报告之三：中国快递业务市场准入和行业管理	68
1 快递业务市场准入限制过严，邮政专营范围界定过于宽泛	68
2 行业管理体制不顺，监管主体有待明确	70
3 市场管理重行政手段，邮政执法不够规范	72
4 市场主体面临不同的政策待遇，缺乏公平透明的竞争环境	74
5 行业竞争无序，缺乏自律性组织	75
6 社会配送环境协调性差，企业经营管理和技术水平需要提升	77
研究报告之四：中国快递市场发展的三次论战	80
1 第一次论战：80年代初至1986年，“专营之争”	80
2 第二次论战：1992年至1995年，“监管之争”	81
3 第三次论战：2001年至2002年，“委托之争”	82
研究报告之五：关于邮政专营问题的分析	83
1 邮政专营制度的现状	83
1.1 现行法律法规的规定	83
1.2 现行邮政专营制度存在的主要问题	84
1.3 现行邮政专营制度导致的主要争论和冲突	86
2 国外邮政专营的情况	89
3 关于邮政专营的修改	90
3.1 继续保留邮政专营制度的必要性	90
3.2 邮政专营修改的进展情况	91
4 邮政专营范围的界定及建议	92
4.1 邮政专营范围界定方案的比较	92
4.2 对专营范围的建议	95



附表：各国邮政专营业务范围	98
研究报告之六：快递业发展与邮政普遍服务	100
1 中国邮政普遍服务和快递业的发展	100
1.1 普遍服务的定义、特点和性质	100
1.2 中国邮政普遍服务状况	101
1.3 邮政普遍服务和快递业的竞争性发展	102
2 影响快递业发展的制度性难点	104
2.1 普遍服务的业务范围	105
2.2 邮政专营与普遍服务	106
2.3 普遍服务的补偿机制	107
3 主要建议	109
研究报告之七：中国民营快递企业发展状况	112
1 起步与发展	112
1.1 市场分布和规模	113
1.2 低成本扩张模式	114
1.3 运营模式	115
1.4 竞争态势	116
2 法律政策环境	116
3 发展动向	120
研究报告之八：WTO 与中国快递市场的开放	122
1 中国加入 WTO 前对国外快递企业开放了什么？	122
2 中国在世界贸易组织承诺了什么？	124
2.1 WTO 涉及快递业的规定和原则	124
2.2 中国有关快递业的承诺	127
3 加入 WTO 后中国有关快递业的政策法规的变化及动向	130
3.1 履行 WTO 的相关承诺，扩大外资的商业存在	130
3.2 邮政委托	130
3.3 邮政法修改	132
4 WTO 有关快递业谈判动向	137

4.1 重新定义快递业	137
4.2 扩大快递领域的承诺	139
4.3 建议实施参考文件方式	140
研究报告之九：2005 年中国快递行业发展与 2006 年展望	141
1 2005 年中国快递行业的发展	141
1.1 国有快递企业	143
1.2 民营快递	146
1.3 外资快递板块	148
2 2006 年我国快递行业的展望	152

第三篇 政策法规

1 概 述	158
1.1 建国以来至改革开放前的有关政策法规	158
1.2 改革开放以来的有关政策法规	159
1.3 简要述评	162
2 快递快件类	163
3 国际货物运输代理类	188
4 物流类	264
5 邮政类	277
6 地方类	319
7 其他 (WTO 等)	354

附录 A 交通运输、仓储和邮政业 (第一次全国 经济普查数据摘要)	357
附录 B 主要快递公司介绍	360
参考文献	370
后记	381



第一篇

总 报 告



中国快递市场发展研究报告

改革开放以来，中国快递市场迅速发展。进入新世纪，中国经济继续保持高速增长，对物流产业和现代流通方式产生更大的需求和更高的要求。中国改革进程进入攻坚阶段，垄断行业和公用事业改革不断深化。中国进入WTO后过渡期，服务领域更加开放。中国快递市场将进入新的发展阶段。本报告从国内国际发展背景出发，研究中国快递市场发展的现状和前景，分析存在的主要障碍和问题，提出可操作的对策建议。

1 中国快递市场发展现状

1.1 快递定义与行业定位

快递（速递）是指文件、包裹和物品的快速递送服务。本质上是高速的物质流（含部分信息流）。快递业属服务业，即第三产业。

快递业是一个新兴的行业。对快递的界定是一个非常重要的问题，不仅涉及对该行业现状和前景的评估，更重要的是关系到对行业的监管和开放等一系列重大的政策问题。国内对此问题一直存在争论，引起业内外广泛的关注。快递行业定位的争论焦点是：快递业务是否属于邮政业务。对此，邮政企业和非邮政企业有完全不同的看法。本报告认为，快递业是一个新兴的独立的行业，快递业与传统邮政业有本质的区别。

快递业是 20 世纪 60 年代末在美国诞生的一个新的行业。美国国际贸易委员会 2004 年报告对快递业定义如下：（1）快速收集、运输、递送文件、印刷品、包裹和其他物品，全过程跟踪这些物品并对其保持控制；（2）提供与上述过程相关的其他服务，如清关和物流服务。

从表面上看，快递业和传统邮政业，都是通过网络提供文件和物品的递送服务。它们的递送对象都是文件和物品，都含有信息传递和实物递送的成分，似乎属于同一行业（在国民经济分类中，交通运输、仓储和邮电通信业为同一大类，快递业和邮政业均属同一大类）。但透过现象看本质，快递业以实物递送为主，传统邮政业以信息传递为主，说明快递业与传统邮政业有本质区别。快递业本质上倾向于物质流，接近交通运输业或现代物流；邮政业本质上倾向于信息流，属邮电通信业。进一步分析，快递业和传统邮政业



的产业特性存在显著差异。这些差异既体现在它们各自提供的服务的档次上(快递业提供门到门的取、送件服务;客户查询服务、严格的时限服务,这些均是传统邮政服务所不具备的),更主要体现在这是两个产生在不同的社会发展阶段,为满足不同的生产力发展水平的社会的需要、在完全不同的制度安排和机制下实现的不同的服务。

现代邮政的基本模式,即政府专营、均一资费、发行邮票、邮资预付、向所有用户开放服务等,始于1840年英国的邮政改革,距今已有165年的历史。在当时及以后的大部分时间里,邮政通信是最主要的通信手段,关系到国家安全和社会发展,因此政府筹资铺建网络,为大众提供基本的、固定资费的通邮服务,这有利于国家的统一、政权的巩固和经济活动的开展和交流。此后被世界各国广泛复制的上述模式,集中体现了邮政的社会公益性质,使邮政服务无可争议地成为社会公共产品。

快递业的产生逻辑与邮政寄递业完全不同。首先,快递业的产生和发展,依赖于对此高增值业务有巨大需求的经济部门的成长和扩大。从世界范围来看,快递业诞生于20世纪60年代末的美国。当时,美国经济规模日益庞大、运行节奏不断加快、竞争性日趋强化、工商业高度发达。从中国来看,第一家快递企业诞生于1979年。这绝非偶然,快递业无疑是中国改革开放的产物。如果没有中国的改革开放,没有改革开放带来的中国外向型经济的发展和扩张,不论是国际快递业还是国内快递业都不可能如此迅猛地开展起来。其次,快递业的发展,依托于航空等快捷交通工具和信息技术的发展普及。因为没有快捷的交通工具,没有先进的信息技术,要承诺向客户提供比传统邮政更加快捷、安全、可靠、全程跟踪、监控的递送服务几乎是不可能的。特别重要的是,从内在市场需求看,快递业寄递的物品主要是商务文件、小包裹和样品等,而在传统邮政寄递业务中占绝大比重的是私人信函等信件。本课题组对某快递企业快递件进行了随机抽样调查,结果显示:物品类快递件(样品、小件货物等)占93.1%,文件类(商务文件、贸易单据等)快递件占6.9%。说明物质流在快递件中占主导地位。

快递业的内在性质与邮政寄递业完全不同。快递业务是一种市场竞争性业务,具有私人产品性质。快递业源于现代社会市场竞争的需要,其本身的