



物流IT周报：快递件量维持 高增速 单票价格稳定上行



行业综述：

从交运各子板块相对沪深 300 的表现来看，本周（2 月 21 日-2 月 25 日）交运板块整体有所回调。本周快递、物流综合板块分别下跌 0.20% 和 1.12%，表现较为稳定。

快递：受春节错期影响，业务量仍维持较高增速受春节错期影响，业务量同比增速有所放缓，但从春运期间业务量增速来看，仍维持较高增速。据国家邮政局数据，2022 年 1 月，全国快递服务企业业务量完成 87.7 亿件，同比增长 3.3%；业务收入完成 917.3 亿元，同比增长 5.7%；行业单票收入 10.46 元，同比增长 2.4%。从春节期间快递包裹件量增速来看，2022 年春节期间（1 月 31 日至 2 月 6 日），全国邮政快递业共揽收和投递快递包裹 7.49 亿件，较去年同期增长 16%。自 1 月 17 日春运开始以来，截至 2 月 6 日，全国邮政快递业已累计揽收快递包裹 38.9 亿件，较去年农历同期增长 34.1%；投递快递包裹 44.6 亿件，增长 36.94%。

快递行业竞争格局持续优化，各快递企业单票价格持续修复。

2022 年 1 月，顺丰、韵达、申通、圆通快单票收入分别为 17.47 元/票、2.62 元/票、2.72 元/票、2.59 元/票，分别同比增长 1.2%、17.5%、14.3% 和 3.2%；市场占有率分别为 9.38%、18.36%、11.53%、15.82%，环比上升 0.99%、7.82%、7.86%、0.25%。

快递公司能否摆脱“囚徒困境”而提升价格，依赖于其能否提供更高

的服务质量，中通推出“快递来了”聚焦中高端时效件市场，有望进一步提升中通品牌形象。中通快递方面近期正式上线全球跨域即时快递物流共享平台“快递来了”，该平台是中通面向社会化物流资源开放的即时快递物流共享平台，将聚焦中高端时效件市场，旨在为用户提供极致时效快递物流服务，目前主推的是跨省 24 小时时效件服务，服务范围已覆盖北京、上海、广州、深圳等 37 个城市。将采取“运营直营+末端服务众包”的模式，为客户提供面向周边城市需求的城市共配服务和高速时效两种类型服务产品。

从长期视角看，随着中国制造业的转型升级，能够提供质量标准更高、定制差异化服务的头部企业将脱颖而出。建议关注顺丰控股、中通快递、京东物流。

关键词：物流

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_38639

