

2015-2020年中国电商物流 行业监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国电商物流行业监测及投资前景研究报告》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.cction.com/report/201507/123498.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

电子商务作为数字化生存方式，代表着未来的贸易方式、消费方式和服务方式。因此要求打破原有物流行业的传统格局，建设和发展以商品代理和配送为主要特征，物流、商流、信息流有机结合的社会化物流配送中心，建立电子商务物流体系。

电子商务最大的优势在于高效，这无疑对物流的效率提出了很高的要求，物流的滞后已经给我国电子商务的发展带来了一定的影响。电子商务把物流业提升到了前所未有的高度，为其提供了空前发展的机遇。

2012年中国电子商务市场整体交易规模为8.1万亿元，增长27.9%。2013年中国电子商务市场交易规模9.9万亿元,同比增长21.3%。对于快速发展的电子商务，作为重要一环的物流行业是否能够满足市场需求，是否能够在良性的市场竞争格局中服务好电子商务，都成为影响电子商务发展的重要因素。然而现在的快递物流企业过于分散、低价竞争，这不但制约了行业的发展，也有损消费者的权益。对于电子商务公司来说，筹集资金自建物流、并购第三方物流公司等，已经成为解决物流瓶颈的重要举措。目前，京东商城、苏宁易购、阿里巴巴等电商已纷纷筹集重金投资物流。

2012年3月，国家工业和信息化部发布《电子商务“十二五”发展规划》，规划提出，到2015年，电子商务交易额翻两番，突破18万亿元。其中，企业间电子商务交易规模超过15万亿元。

随着规模越来越大，国内电商巨头认为通过自建物流不但能解决发展中遇到的瓶颈，提升自身竞争力，而且这个市场本身潜力巨大。近年来，京东自建物流，淘宝推出“大物流”战略，其他电商企业也不甘示弱，诸如当当、红孩子等B2C企业纷纷借助物流优势圈地。

本行业报告主要依据国家统计局、国家商务部、国内外相关刊物的基础信息以及电商物流行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料。

本电商物流行业报告，首先介绍了电子商务物流的概念、发展环境，接着全面分析了中国电商物流行业的总体发展状况。随后，报告详细阐述了电商物流细分市场、网络购物物流的发展，并对电商物流行业的重点企业经营状况做出分析，并对未来电商物流行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了电商物流行业今后的发展与投资策略。报告对电商物流企业在市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 电商物流相关概述

第一节 物流与电商物流

- 一、物流的基本理念
- 二、电子商务的基本理念
- 三、电子商务对物流的影响
- 四、电子商务物流的发展史

第二节 电商物流概念及特征

- 一、电子商务物流的定义
- 二、电子商务物流的特点
- 三、电子商务物流的优势

第三节 电子商务环境下的物流模式

- 一、自营物流模式
- 二、第三方物流模式
- 三、物流战略联盟模式

第二章 电商物流行业面临的发展环境

第一节 政策环境

- 一、新《邮政法》加速民营快递转型
- 二、2012年国家政策力推物流标准化建设
- 三、2013年《商贸物流发展专项规划》解读
- 四、2013年“国八条”出台提振物流业利润空间
- 五、2013年加快快递企业兼并重组指导意见出台
- 六、“十二五”期间电商物流发展的政策导向

第二节 经济环境

- 一、2013年中国宏观经济发展势头良好
- 二、2014年中国经济发展简况
- 三、我国积极推进经济结构转型升级
- 四、中国消费品市场平稳健康发展
- 五、中国宏观经济“十二五”发展形势

第三节 社会环境

- 一、国内居民消费模式转型分析
- 二、后危机时代的居民消费观念
- 三、电子商务力推中小企业发展

四、通胀背景下网购市场不断升温

第四节 行业环境

- 一、中国物流需求持续快速增长
- 二、2013年中国物流行业运行特征
- 三、2013年物流业发展简析
- 四、2013年我国电子商务市场继续扩张
- 五、电子商务对物流活动的要求
- 六、电子商务对物流业发展的影响

第三章 电商物流行业总体发展状况

第一节 中国电商物流行业发展概况

- 一、国外电商物流发展经验借鉴
- 二、中国电子商务物流逐步走向正轨
- 三、我国电子商务物流行业发展现状
- 四、2013年我国电商物流行业发展特征
- 五、2014年物流服务商进军电子商务市场
- 六、国内电子商务物流行业发展态势

第二节 电商物流市场的竞争态势

- 一、物流企业与电商企业间竞争激烈
- 二、电商发展加速物流行业格局调整
- 三、各路资本争相发力电商物流市场
- 四、国内电商企业自建物流竞争加剧

第三节 电子商务物流市场的企业格局

- 一、2013年第1季度电子商务平台合作物流企业排名
- 二、2013年第2季度电子商务平台合作物流企业排名
- 三、2013年第3季度电子商务平台合作物流企业排名
- 四、2013年第4季度电子商务平台合作物流企业排名
- 五、2014年第1季度电子商务平台合作物流企业排名

第四节 不同规模电商企业物流模式比较

- 一、小型电商的物流配送模式
- 二、中型电商的物流配送模式
- 三、大型电商的物流配送模式

第五节 电商物流发展中存在的问题

- 一、制约我国电子商务物流发展的因素
- 二、我国电商物流行业面临的主要挑战
- 三、影响电商物流发展的“瓶颈”及其成因

第六节 发展电商物流行业的对策措施

- 一、推动我国电子商务物流发展的对策
- 二、多措并举促进电商物流业健康发展
- 三、发展壮大中国电商物流行业的思路
- 四、加快国内电商物流行业发展的建议

第四章 电商物流细分市场分析

第一节 B2B电商物流

- 一、我国B2B电商第三方物流发展简况
- 二、我国B2B电商第四方物流发展综述
- 三、B2B电商物流配送体系亟待健全
- 四、B2B电商物流管理模式的创新

第二节 B2C电商物流

- 一、我国B2C电商物流市场竞争激烈
- 二、国内B2C电商企业加速自建物流步伐
- 三、B2C电子商务的主要物流配送模式
- 四、B2C电子商务配送模式的选择
- 五、B2C电商物流管理模式的创新

第三节 C2C电商物流

- 一、我国C2C电商物流的配送模式
- 二、C2C电子商务的后向物流模式分析
- 三、国内C2C电商物流存在的主要问题
- 四、C2C电商物流行业未来发展方向

第五章 网络购物物流市场发展分析

第一节 中国网络购物市场发展现状

- 一、网购市场规模
- 二、网购需求状况
- 三、网购市场供给情况
- 四、网购市场竞争格局

第二节 网络购物物流业的发展

- 一、中国网络购物物流行业发展迅猛
- 二、网购兴起带动物流配送市场蓬勃发展
- 三、2013年国内网络购物快递市场规模简析
- 四、我国网络购物中的物流配送模式简述
- 五、国内网购物流市场价格竞争难以持续
- 六、网购物流配送中民营快递业成本与服务分析

第三节 购物网站自建物流分析

- 一、国内网店地面发货模式介绍
- 二、购物网站自建物流效益明显
- 三、购物网站争相建设自营物流平台
- 四、传统电商物流与淘宝“大物流”模式比较

第四节 网购物流发展面临的挑战及对策

- 一、制约网购物流发展的因素及原因
- 二、网购物流发展中的问题及对策
- 三、发展我国网购物流的措施思路

第六章 电商物流行业重点企业经营状况

第一节 顺丰速运

- 一、公司简介
- 二、顺丰速运公司发展模式分析
- 三、2013年顺丰速运推出B2C平台
- 四、2014年顺丰速运建设华中货航枢纽港
- 五、2014年顺丰速运进军高端物流市场

第二节 申通快递

- 一、公司简介
- 二、2013年申通快速华北分拨中心建成
- 三、2014年申通快递涉足网上零售市场
- 四、申通快递公司加盟模式隐忧渐显

第三节 圆通速递

- 一、公司简介
- 二、2013年底圆通速递快件价格上涨
- 三、2014年圆通大型集散中心落户淮安
- 四、圆通速递公司实施人才兴企战略

第四节 海航天天快递

- 一、公司简介
- 二、2013年海航集团并购天天快递
- 三、2014年天天快递实现台湾地区无盲区配送

第五节 宅急送

- 一、公司简介
- 二、宅急送积极加快信息化建设
- 三、宅急送与南方航空深化货运业务合作
- 四、2014年宅急送与快钱合作助力电商发展

第七章 2015-2020年中国电商物流行业投资分析及前景展望

第一节 投资分析

- 一、投资潜力
- 二、投资热点
- 三、投资风险
- 四、投资建议

第二节 2015-2020年中国电商物流行业发展趋势

- 一、多功能化
- 二、一流的服务水平
- 三、信息化
- 四、全球化

第三节 2015-2020年中国电商物流行业前景预测

- 一、我国电商物流市场发展前景乐观
- 二、中国电子商务物流发展未来前景预测
- 三、跨行业合作或将引领电商物流业发展

图表目录

图表：2006-2013年国内生产总值及其增长速度

图表：2006-2013年我国粮食产量及其增长速度

图表：2006-2013年我国全部工业增加值及其增长速度

图表：2006-2013年我国全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2013年我国社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2014年1-3月中国经济主要指标环比增速

图表：2014年1-3月中国主要工业产品产量及增长情况

图表：2013年1-12月我国社会物流总额及增长变化情况

图表：2013年我国社会物流总额及增减变化情况

图表：2013年1-12月我国物流实物量增减变化情况

图表：2013年我国社会物流总费用构成情况

图表：2013年1-12月我国物流业固定资产投资增长情况

图表：2013年1-12月我国沿海（散货）综合运价指数CCBFI走势

图表：2013年1-12月我国物流业PMI指数走势情况

图表：2013年-2014年3月我国社会物流总额及增长情况

图表：2014年我国社会物流总额及增减情况

图表：2013年-2014年3月我国物流业固定资产投资及增长情况

图表：2006-2013年规模以上快递企业增长情况

图表：2013年第1季度电子商务平台合作物流企业排名情况

图表：2013年第2季度电子商务平台合作物流企业排名情况

图表：2013年第3季度电子商务平台合作物流企业排名情况

图表：2013年第4季度电子商务平台合作物流企业排名情况

图表：2014年第1季度电子商务平台合作物流企业排名情况

图表：2006-2013年中国网购交易金额及增长率

图表：2013年网购各类商品的网民比例

图表：2013年网购交易额中各类商品所占比例

图表：2011-2013年网民半年网购次数

图表：2013年七大区域网络购物渗透率

图表：2013年部分城市网络购物规模和渗透率

图表：2009-2014年中国网购市场用户规模

图表：2013年用户网购的主要原因

图表：2013年网购用户每月平均网购消费金额

图表：2013年网购用户的未来网购意向

图表：2013年非用户的未来网购意向

图表：2013年购物网站部分相关配套服务一览表

图表：2013年国内主要购物网站分类

图表：2013年网购市场主要B2C市场份额

图表：2013年网购市场C2C市场份额

图表：2013年购物网站用户渗透率

图表：2013年购物网站品牌转化率

图表：快递公司的物流成本

图表：B2C、C2C电商自营物流的发货模式

图表：传统C2C物流模式运作路径

图表：淘宝大物流模式运作路径

图表：传统C2C物流模式与“淘宝大物流”模式的比较

图表：2006-2013年我国货运运输量增长情况

图表：2006-2013年我国货运周转量增长情况

图表：2006-2013年我国物流行业VCPE投资情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201507/123498.html>