

# 2020-2026年中国电商物流 行业发展趋势与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国电商物流行业发展趋势与投资方向研究报告》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/202001/147947.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

报告目录：

### 第一章 电商物流相关概述

#### 1.1 物流与电商物流

##### 1.1.1 物流的基本理念

##### 1.1.2 电子商务的基本理念

##### 1.1.3 电子商务对物流的影响

##### 1.1.4 电子商务物流的发展史

#### 1.2 电商物流概念及特征

##### 1.2.1 电子商务物流的定义

##### 1.2.2 电子商务物流的特点

##### 1.2.3 电子商务物流的优势

### 第二章 中国电商物流发展面临的外部环境

#### 2.1 政策环境

##### 2.1.1 物流信息互联共享标准出台

##### 2.1.2 物流业发展中长期规划发布

##### 2.1.3 首个电商物流发展文件出台

##### 2.1.4 “互联网+流通”计划发布

##### 2.1.5 电商物流发展专项规划发布

#### 2.2 经济环境

##### 2.2.1 经济发展综合情况

##### 2.2.2 固定资产投资分析

##### 2.2.3 国内贸易发展分析

##### 2.2.4 交通运输发展情况

##### 2.2.5 宏观经济发展走势

#### 2.3 社会环境

##### 2.3.1 中国居民收入稳定增长

##### 2.3.2 中国居民消费结构转变

##### 2.3.3 “一带一路”推动物流发展

##### 2.3.4 城镇化改善中西部物流水平

## 2.4 行业环境

### 2.4.1 电子商务发展模式分析

### 2.4.2 中国电商市场继续扩张

### 2.4.3 中国物流行业运行良好

### 2.4.4 电商物流合作联盟成立

### 2.4.5 中国商贸物流发展良好

## 第三章 2014-2019年中国电商物流行业总体分析

### 3.1 2014-2019年中国电商物流行业发展状况

#### 3.1.1 国外电商物流经验借鉴

#### 3.1.2 电商物流市场格局分析

#### 3.1.3 电商物流发展动态分析

#### 3.1.4 电商物流发展迎来拐点

#### 3.1.5 电商物流项目建设情况

### 3.2 电商企业物流模式分析

#### 3.2.1 自建物流SWOT分析

#### 3.2.2 第三方物流SWOT分析

#### 3.2.3 电商物流模式选择分析

#### 3.2.4 众包物流新模式分析

### 3.3 不同规模电商企业配送模式比较

#### 3.3.1 小型电商的物流配送模式

#### 3.3.2 中型电商的物流配送模式

#### 3.3.3 大型电商的物流配送模式

### 3.4 不同运输方式电商物流发展态势

#### 3.4.1 铁路电商物流配送模式

#### 3.4.2 铁路电商物流发展动态

#### 3.4.3 铁路电商物流发展策略

#### 3.4.4 公路电商物流发展瓶颈

#### 3.4.5 航空电商物流平台启用

### 3.5 电子商务逆向物流发展状况

#### 3.5.1 电子商务逆向物流运营模式

#### 3.5.2 电子商务逆向物流存在问题

- 3.5.3 电子商务逆向物流发展策略
- 3.5.4 规避退货逆向物流的措施建议
- 3.6 电商物流发展中存在的问题及对策
  - 3.6.1 国内电商物流发展困境
  - 3.6.2 国内电商物流发展瓶颈
  - 3.6.3 电商物流行业发展建议

#### 第四章 2014-2019年不同电商模式的物流配送分析

- 4.1 B2B电商物流
  - 4.1.1 B2B电商主要物流模式
  - 4.1.2 B2B电商第三方物流分析
  - 4.1.3 B2B电商第四方物流分析
  - 4.1.4 医药B2B电商物流的发展
- 4.2 B2C电商物流
  - 4.2.1 B2C电商物流配送模式
  - 4.2.2 B2C电商物流模式成本比较
  - 4.2.3 B2C电商物流配送瓶颈分析
  - 4.2.4 B2C电商逆向物流存在问题
  - 4.2.5 B2C电商物流配送发展对策
  - 4.2.6 B2C电商逆向物流发展策略
- 4.3 C2C电商物流
  - 4.3.1 C2C电商物流的配送模式
  - 4.3.2 C2C配送模式的影响因素
  - 4.3.3 C2C电商物流存在问题
  - 4.3.4 C2C物流配送发展对策

#### 第五章 2014-2019年不同电商品类的物流配送分析

- 5.1 生鲜电商物流
  - 5.1.1 生鲜电商物流配送模式
  - 5.1.2 物流配送模式对比分析
  - 5.1.3 生鲜电商物流发展状况
  - 5.1.4 生鲜电商物流发展趋势

- 5.2 农产品电商物流
  - 5.2.1 农产品电商物流配送特点
  - 5.2.2 农产品电商物流配送模式
  - 5.2.3 物流配送模式对比分析
  - 5.2.4 农产品电商物流存在问题
  - 5.2.5 农产品电商物流发展对策
- 5.3 体育用品电商物流
  - 5.3.1 体育用品电商物流模式比较
  - 5.3.2 体育用品电商物流发展特点
  - 5.3.3 体育用品电商物流发展策略
- 5.4 其他品类电商物流
  - 5.4.1 家居电商物流发展情况
  - 5.4.2 医药电商物流模式分析
  - 5.4.3 钢铁电商物流发展方向
  - 5.4.4 奢侈品电商物流发展瓶颈

## 第六章 2014-2019年不同区域电商物流发展分析

- 6.1 城市电商物流
  - 6.1.1 城市电商物流配送系统
  - 6.1.2 城市电商物流配送问题
  - 6.1.3 城市电商物流发展对策
  - 6.1.4 城市电商物流发展机遇
- 6.2 农村电商物流
  - 6.2.1 农村电商物流市场空间
  - 6.2.2 农村电商物流成本分析
  - 6.2.3 农村电商物流发展瓶颈
  - 6.2.4 农村电商物流发展对策
  - 6.2.5 农村电商物流发展机遇
- 6.3 跨境电商物流
  - 6.3.1 跨境电商与物流的关系
  - 6.3.2 跨境电商物流模式分析
  - 6.3.3 跨境电商物流发展态势

- 6.3.4 跨境电商物流发展问题
- 6.3.5 跨境电商物流发展策略
- 6.3.6 跨境电商物流企业措施

## 第七章 2014-2019年网络购物物流市场发展分析

- 7.1 2014-2019年中国网络购物市场发展现状
  - 7.1.1 网购市场规模
  - 7.1.2 网购市场结构
  - 7.1.3 网购市场格局
  - 7.1.4 移动网购市场
  - 7.1.5 本地生活O2O市场
- 7.2 2014-2019年网络购物物流业的发展态势
  - 7.2.1 网购快递市场规模
  - 7.2.2 网购快递共同发展
  - 7.2.3 网购物流发展趋势
- 7.3 网购物流发展面临的挑战及对策
  - 7.3.1 网购物流存在的问题
  - 7.3.2 农村网购物流发展缓慢
  - 7.3.3 发展网购物流的措施思路

## 第八章 2014-2019年电商物流行业运作策略分析

- 8.1 电商物流成本控制策略
  - 8.1.1 B2C电商物流成本构成
  - 8.1.2 电商物流成本控制问题
  - 8.1.3 电商物流降低成本策略
  - 8.1.4 电商物流降低成本措施
- 8.2 电商物流服务水平提升策略
  - 8.2.1 电商物流服务特点
  - 8.2.2 电商物流服务存在问题
  - 8.2.3 电商物流服务改进策略
  - 8.2.4 客户满意度提升策略
- 8.3 电商物流折扣期间分销策略

- 8.3.1 建立物流服务分流体系
- 8.3.2 建立细化物流配送中心
- 8.3.3 完善物流分流体系软件
- 8.4 电商物流大数据应用策略
  - 8.4.1 电商物流大数据应用优势
  - 8.4.2 中型电商物流大数据运作策略
  - 8.4.3 大型电商物流大数据运作策略
- 8.5 电商物流三网合一体系构建策略
  - 8.5.1 搭建公共信息平台
  - 8.5.2 设计模块化信息系统
  - 8.5.3 构建物流联盟平台
  - 8.5.4 无线技术的应用

## 第九章 2014-2019年电子商务行业第三方物流企业分析

- 9.1 中国邮政速递物流
  - 9.1.1 中邮速递企业发展概况
  - 9.1.2 中邮抢占跨境快递市场
  - 9.1.3 包裹快递业务发展动态
  - 9.1.4 中邮布局跨境电商实体
  - 9.1.5 中邮与贝因美战略合作
  - 9.1.6 中邮推出“云仓京融”
- 9.2 顺丰速运
  - 9.2.1 顺丰企业发展概况
  - 9.2.2 顺丰谋求IPO上市
  - 9.2.3 顺丰电商物流个性化服务
  - 9.2.4 顺丰推仓配一口价服务
  - 9.2.5 顺丰进军综合电商平台
  - 9.2.6 顺丰金融助力电商发展
- 9.3 申通快递
  - 9.3.1 申通快递企业发展概况
  - 9.3.2 申通快递开拓国际市场
  - 9.3.3 申通管理大区改革升级



- 9.3.4 申通战略入股微快递
- 9.3.5 申通天天战略重组
- 9.3.6 申通快递借壳上市
- 9.4 圆通速递
  - 9.4.1 圆通速递企业发展概况
  - 9.4.2 阿里战略投资圆通速递
  - 9.4.3 圆通速递获航空运输许可
  - 9.4.4 圆通速递推进信息化建设
  - 9.4.5 圆通速递借壳上市动态
- 9.5 宅急送
  - 9.5.1 宅急送企业发展概况
  - 9.5.2 宅急送转型发展战略
  - 9.5.3 宅急送整合跨境业务
  - 9.5.4 华北分拨配送基地启动
  - 9.5.5 宅急送拆分垂直业务
  - 9.5.6 宅急送战略合作动态

## 第十章 2014-2019年电子商务自建物流企业分析

- 10.1 京东
  - 10.1.1 京东企业发展概况
  - 10.1.2 京东打造智慧电商物流网络
  - 10.1.3 京东发展众包物流新模式
  - 10.1.4 京东开发俄罗斯电商市场
  - 10.1.5 京东物流探索无人机配送
  - 10.1.6 京东DHL跨境物流合作
- 10.2 苏宁易购
  - 10.2.1 苏宁易购企业发展概况
  - 10.2.2 苏宁获取国际快递牌照
  - 10.2.3 苏宁自建物流转型加速
  - 10.2.4 苏宁物流开放存在问题
  - 10.2.5 苏宁助力农村电商发展
  - 10.2.6 苏宁物流战略合作安得

## 第十一章 中国电商物流行业投资分析及前景展望（）

### 11.1 投资分析

#### 11.1.1 投资潜力

#### 11.1.2 投资机遇

#### 11.1.3 投资建议

### 11.2 中国电商物流行业发展趋势

#### 11.2.1 电商物流未来发展趋势

#### 11.2.2 跨境电商物流发展趋势

#### 11.2.3 电商智慧物流发展方向

### 11.3 中国电商物流行业前景预测

#### 11.3.1 电商物流发展空间广阔

#### 11.3.2 铁路电商物流前景乐观

#### 11.3.3 跨境电商物流前景广阔

#### 11.3.4 2020-2026年中国电商物流行业预测分析

附录：

附录一：中华人民共和国邮政法

附录二：物流业发展中长期规划（2014-2020年）

附录三：“互联网+流通”行动计划

附录四：全国电子商务物流发展专项规划（2020-2026年）

部分图表目录：

图表：2011-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2011-2019年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表：2019年全国人口数及其构成

图表：2011-2019年城镇新增就业人数

图表：2011-2019年国家全员劳动生产率

图表：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2011-2019年全国一般公共预算收入

图表：2011-2019年国家外汇储备

图表：2011-2019年全社会固定资产投资

图表：2019年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比  
图表：2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增速  
图表：2011-2019年社会消费品零售总额  
图表：2019年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度  
图表：2019年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度  
图表：2011-2019年全国居民人均可支配收入及其增长速度  
图表：2019年全国居民人均消费支出及其构成  
图表：2019年中国八大经济区货运量增长  
图表：2011-2019年中国电子商务市场交易规模  
图表：2019年中国电子商务市场细分行业构成  
图表：传统及电商模式下体育用品物流模式对比  
图表：电子商务下城市物流配送系统框架  
图表：2014-2019年中国网络购物/手机网络购物用户规模及使用率  
图表：2011-2019年中国网络购物市场交易规模  
图表：2011-2019年中国网络购物市场交易规模结构  
图表：2019年中国B2C购物网站交易规模市场份额  
图表：2019年中国自主销售为主B2C网站交易规模市场份额  
图表：2011-2019年中国移动网购市场交易规模  
图表：2011-2019年中国网购交易额PC端和移动端占比  
图表：2011-2019年年中国本地生活O2O市场规模  
图表：2013-2019年中国快递业务收入情况  
图表：2011-2019年快递业务量及其增长速度  
图表：B2C电商企业物流成本分解  
图表：电商自营与外包物流服务的比较  
图表：冲绳在申通快递中的战略地位  
图表：2019年中国电子商务行业风险投资领域分布  
图表：2019年中美两国智能交通行业风险投资数量对比  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/147947.html>