

2022-2028年中国互联网+ 航空物流行业前景展望与投资前景预测报告

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

《2022-2028年中国互联网+航空物流行业前景展望与投资前景预测报告》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/202204/280571.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

我国航空物流行业的发展经历了三个阶段。第一阶段是以“专业化分工”为主导的发展过程，此阶段以2002年东航集团、中航集团和南航集团三大航空集团重组为起点，航空公司推进“客货并举”的战略，纷纷成立专业化的货运公司或货运部，开展航空货运与航空快递服务，同时空中服务与地面服务相结合，推动物流环节专业化发展。

第二阶段是2007年开始的航空快递与航空货运的竞争加速，航空货运向航空快递看齐，实施“快运化融合”的战略发展阶段，其特征主要为航空货运管理的精细化、关注服务时效性与地空资源整合的服务链延伸。第三阶段则是以跨境电商开始发展的2012年为起点，开始关注用户体验零售化、时效标准化与竞争性、便捷化与贸易便利化等关键成功因素。近年海关主要出口商品包括机电产品（电器及电子产品、仪器仪表等）、高新技术产品（电子技术产品、生命科学技术产品等）和农产品（肉类、水海产品等）。

该阶段以“垂直化整合”为关键特征，要求传统航空物流服务商加速转型，由重点关注商流与物流管理向关注资金流与信息流重要性转变，转向“快供给、链集成与专业化”的方向发展，其主要特征为：消费特征呈现“品色鲜美、时尚风潮、经济便捷”的要求。跨境电商“垂直整合”，从供应链的角度极大缩短了供应链条，产品与消费之间的互动关系也由单一的企业间互动逐渐演变为企业直接面向消费者；

航空物流服务由关注流程质量与效率，转变为高度关注消费者的服务体验方面，包括消费群体的大众化与多样性需求及个性化需求；服务产品变得更为复杂，“多批次、小批量、快运输、快通关、快报检、快退税”的特征显著提升；机场服务由节点功能朝向系统集成功能转变，传统的货站服务，正在通过产品定义、流程优化、空间布局拓展、多式联运等服务与管理变革，开始呈现集成的特征。我国航空物流发展阶段数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+航空物流行业前景展望与投资前景预测报告》共七章。首先介绍了互联网+航空物流行业市场发展环境、互联网+航空物流整体运行态势等，接着分析了互联网+航空物流行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+航空物流市场竞争格局。随后，报告对互联网+航空物流做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+航空物流行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+航空物流产业有个系统的了解或者想投资互联网+航空物流行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据

主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 我国互联网+航空物流行业发展综述

1.1 “互联网+航空物流”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

(1) “互联网+”的提出

(2) “互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+航空物流”行业的内涵

1.1.3 本报告的研究范围

1.2 我国互联网+航空物流行业发展背景

1.2.1 我国互联网+航空物流行业政策背景分析

(1) 行业管理体制分析

(2) 行业发展规划分析

(3) 行业政策动向分析

(4) 政策环境对行业的影响

1.2.2 我国互联网+航空物流行业经济背景分析

(1) 宏观经济环境分析

1) 国际宏观经济运行分析

2) 国内宏观经济运行分析

3) 宏观经济发展对行业的影响

(2) 关联产业发展背景

1) 我国电子商务发展状况分析

中国电子商务交易规模持续扩大，稳居全球网络零售市场首位，跨境电子商务再上新台阶。2019年全国电子商务交易额为34.81万亿元，比上年增长6.7%。其中商品、服务类电商交易额33.76万亿元，增长6.6%；合约类电商交易额1.05万亿元，增长10.1%。2012-2019年中国电子商务交易总额数据来源：公开资料整理

2) 我国大数据产业发展状况分析

3) 我国互联网产业发展状况分析

4) 关联产业发展对行业的影响

1.2.3 我国互联网+航空物流行业技术背景分析

(1) 云计算技术发展现状及未来趋势分析

- (2) 物联网技术发展现状及未来趋势分析
- (3) 通信技术的发展现状及未来趋势分析
- (4) 互联网相关技术对行业的影响总结

第二章 我国互联网+航空物流行业发展现状及前景

2.1 我国互联网+航空物流行业市场发展阶段分析

2.1.1 互联网+航空物流行业发展阶段的研究

2.1.2 我国互联网+航空物流行业细分阶段发展特点

2.2 互联网给航空物流行业带来的冲击和变革分析

2.2.1 互联网时代航空物流行业大环境变化分析

2.2.2 互联网给航空物流行业带来的突破机遇分析

2.2.3 互联网给航空物流行业带来的挑战分析

2.2.4 互联网+航空物流行业融合创新机会分析

2.3 我国互联网+航空物流行业市场发展现状分析

2.3.1 我国互联网+航空物流行业投资布局分析

(1) 我国互联网+航空物流行业投资切入方式

(2) 我国互联网+航空物流行业投资规模分析

(3) 我国互联网+航空物流行业投资业务布局

2.3.2 航空物流行业目标客户互联网渗透率分析

2.3.3 我国互联网+航空物流行业市场规模分析

2.3.4 我国互联网+航空物流行业竞争格局分析

(1) 我国互联网+航空物流行业参与者结构

(2) 我国互联网+航空物流行业竞争者类型

(3) 我国互联网+航空物流行业市场占有率

2.4 我国互联网+航空物流行业市场发展前景分析

2.4.1 我国互联网+航空物流行业市场增长动力分析

2.4.2 我国互联网+航空物流行业市场发展瓶颈剖析

2.4.3 我国互联网+航空物流行业市场发展趋势分析

2.5 我国航空物流行业电商发展现状及前景预测

2.5.1 我国航空物流行业电商总体开展情况

2.5.2 我国航空物流行业电商交易规模分析

2.5.3 我国航空物流行业电商产品/服务品类

- 2.5.4 我国航空物流行业电商盈利情况分析
- 2.5.5 我国航空物流行业电商市场现存问题
- 2.5.6 我国航空物流行业电商市场趋势分析
- 2.5.7 我国航空物流行业电商市场规模预测

第三章 我国互联网+航空物流行业商业模式创新策略

- 3.1 关于商业模式研究的基本思想介绍
 - 3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
 - 3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
- 3.2 我国互联网+航空物流行业市场定位创新分析
 - 3.2.1 我国航空物流行业消费者特征分析
 - 3.2.2 我国航空物流行业企业主流的市场定位分析
 - 3.2.3 互联网对航空物流行业市场定位的变革分析
 - 3.2.4 互联网下航空物流行业市场定位优秀案例分析
- 3.3 我国互联网+航空物流行业价值主张创新分析
 - 3.3.1 我国航空物流行业主要的客户价值主张要素分析
 - 3.3.2 互联网+航空物流行业价值主张创新策略分析
 - (1) 航空物流行业企业如何利用互联网升级产品使用体验
 - (2) 航空物流行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验
 - (3) 航空物流行业企业如何利用互联网节约客户成本
 - 3.3.3 互联网+航空物流行业价值主张创新优秀案例
- 3.4 我国互联网+航空物流行业渠道通路创新分析
 - 3.4.1 我国航空物流行业渠道通路的主要类别及特点分析
 - (1) 价值传递通路的定义及特点
 - (2) 产品销售渠道的定义及特点
 - (3) 现有渠道通路特点的优势及不足
 - (4) 互联网对渠道通路的改造分析
 - 3.4.2 互联网对航空物流行业渠道通路的颠覆性变革分析
 - 3.4.3 互联网+航空物流行业网络媒体航空物流宣传策略分析
 - 3.4.4 互联网+航空物流行业电商渠道构建策略分析
 - 3.4.5 互联网+航空物流行业渠道通路创新优秀案例
- 3.5 我国互联网+航空物流行业客户关系创新分析

3.5.1 我国航空物流行业客户关系的类别及关系成本分析

(1) 航空物流行业客户关系的类别分析

(2) 航空物流行业客户关系成本分析

3.5.2 我国互联网+航空物流行业客户关系创新路径分析

3.5.3 我国互联网+航空物流行业客户关系创新优秀案例

3.6 我国互联网+航空物流行业收入来源创新分析

3.6.1 我国航空物流行业收入的主要来源渠道及特点

3.6.2 我国互联网+航空物流行业收入来源的创新分析

3.6.3 我国互联网+航空物流行业收入来源创新优秀案例

3.7 我国互联网+航空物流行业合作伙伴创新分析

3.7.1 我国航空物流行业主要的合作伙伴及其特点分析

3.7.2 互联网如何改变航空物流行业合作伙伴结构

3.7.3 互联网下航空物流行业新增合作伙伴的特点

3.7.4 互联网下航空物流行业新增合作伙伴优秀案例

3.8 我国互联网+航空物流行业成本机构优化分析

3.8.1 我国航空物流行业主要成本结构及特点分析

3.8.2 互联网如何改变航空物流行业成本结构

3.8.3 互联网下航空物流行业成本结构的优化路径

3.8.4 互联网下航空物流行业成本结构优化优秀案例

3.9 国外互联网+航空物流行业商业模式创新经验

3.9.1 国外互联网+航空物流行业商业模式优秀案例剖析

(1) 案例一

1) 案例一基本信息分析

2) 案例一经营情况分析

3) 案例一盈利模式分析

4) 案例一商业模式评价

(2) 案例二

1) 案例二基本信息分析

2) 案例二经营情况分析

3) 案例二盈利模式分析

4) 案例二商业模式评价

(3) 案例三

- 1) 案例三基本信息分析
- 2) 案例三经营情况分析
- 3) 案例三盈利模式分析
- 4) 案例三商业模式评价

3.9.2 国外互联网+航空物流行业商业模式创新经验借鉴

第四章 我国航空物流行业企业电商战略规划及模式选择

4.1 我国航空物流行业企业电商战略规划分析

4.1.1 航空物流企业电商如何正确定位

4.1.2 航空物流电商核心业务确定策略

4.1.3 航空物流企业电商化组织变革策略

4.2 我国航空物流行业典型电商发展模式总体分析

4.2.1 我国电子商务主流模式分析

4.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析

- (1) B2B电商模式的特点
- (2) B2B电商模式的适用范围
- (3) B2B电商模式的优秀案例
- (4) B2B电商模式的优劣势

4.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析

- (1) B2C电商模式的特点
- (2) B2C电商模式的适用范围
- (3) B2C电商模式的优秀案例
- (4) B2C电商模式的优劣势

4.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析

- (1) C2C电商模式的特点
- (2) C2C电商模式的适用范围
- (3) C2C电商模式的优秀案例
- (4) C2C电商模式的优劣势

4.2.5 O2O电商模式及其优劣势分析

- (1) O2O电商模式的特点
- (2) O2O电商模式的适用范围
- (3) O2O电商模式的优秀案例

(4) O2O电商模式的优劣势

4.2.6 我国航空物流行业最优电商模式的选择

4.3 我国航空物流行业企业电商切入模式及发展路径

4.3.1 模式一

(1) 模式一的特点及优劣势

(2) 模式一的业务布局分析

(3) 模式一的渠道通路分析

(4) 模式一的收入来源分析

(5) 模式一的关键资源能力分析

(6) 模式一的经营风险分析

(7) 模式一的优秀案例分析

4.3.2 模式二

(1) 模式二的特点及优劣势

(2) 模式二的业务布局分析

(3) 模式二的渠道通路分析

(4) 模式二的收入来源分析

(5) 模式二的关键资源能力分析

(6) 模式二的经营风险分析

(7) 模式二的优秀案例分析

4.4 我国航空物流行业移动电商切入路径及典型产品

4.4.1 我国航空物流行业移动电商的商业价值分析

(1) 移动电商的商业价值分析

(2) 我国移动互联网发展现状

(3) 我国移动互联网前景预测

4.4.2 我国航空物流行业移动电商市场发展现状

4.4.3 我国航空物流行业移动电商市场切入路径

4.4.4 我国航空物流行业移动电商典型产品形式

4.4.5 我国航空物流行业移动电商发展趋势及前景

第五章 我国互联网+航空物流商业模式创新优秀案例剖析

5.1 案例一

5.1.1 案例一基本信息分析

- 5.1.2 案例一经营情况分析
- 5.1.3 案例一产品/服务分析
- 5.1.4 案例一盈利模式分析
- 5.1.5 案例一渠道通路分析
- 5.1.6 案例一合作伙伴分析
- 5.1.7 案例一融资情况分析
- 5.1.8 案例一商业模式评价
- 5.2 案例二
- 5.2.1 案例二基本信息分析
- 5.2.2 案例二经营情况分析
- 5.2.3 案例二产品/服务分析
- 5.2.4 案例二盈利模式分析
- 5.2.5 案例二渠道通路分析
- 5.2.6 案例二合作伙伴分析
- 5.2.7 案例二融资情况分析
- 5.2.8 案例二商业模式评价

第六章 我国互联网+航空物流行业市场投资机会及建议

- 6.1 我国互联网+航空物流行业投资特性及风险
- 6.1.1 互联网+航空物流行业投资壁垒分析
 - (1) 政策壁垒
 - (2) 技术壁垒
 - (3) 市场壁垒
- 6.1.2 互联网+航空物流行业投资特性分析
- 6.1.3 互联网+航空物流行业投资风险分析
- 6.2 我国互联网+航空物流行业投融资现状及趋势
- 6.2.1 我国互联网+航空物流行业投资现状及趋势
 - (1) 我国互联网+航空物流行业投资主体结构
 - (2) 各投资主体核心资源分析
 - (3) 各投资主体投资方式分析
 - (4) 各投资主体投资规模分析
 - (5) 2019年主要投资事件分析

(6) 各投资主体投资趋势分析

6.2.2 我国互联网+航空物流行业融资现状及趋势

(1) 我国互联网+航空物流行业融资主体构成

(2) 各融资主体核心资源分析

(3) 各融资主体融资方式分析

(4) 各融资主体融资规模分析

(5) 2019年主要融资事件及用途

(6) 各融资主体融资趋势分析

6.3 我国互联网+航空物流行业投资机会及建议

6.3.1 我国互联网+航空物流行业投资机会分析

6.3.2 于互联网+航空物流行业的投资建议

第七章 我国大型企业互联网+航空物流投资布局分析

7.1 相关上市公司“互联网+航空物流”投资布局

7.1.1 企业一

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+航空物流投资布局

(4) 企业互联网+航空物流产品/服务分析

7.1.2 企业二

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+航空物流投资布局

(4) 企业互联网+航空物流产品/服务分析

7.1.3 企业三

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+航空物流投资布局

(4) 企业互联网+航空物流产品/服务分析

7.1.4 企业四

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

- (3) 企业互联网+航空物流投资布局
- (4) 企业互联网+航空物流产品/服务分析

7.1.5 企业五

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+航空物流投资布局
- (4) 企业互联网+航空物流产品/服务分析

7.2 大型互联网企业“互联网+航空物流”投资布局

7.2.1 阿里巴巴

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+航空物流投资布局
- (4) 企业互联网+航空物流产品/服务分析

7.2.2 百度公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+航空物流投资布局
- (4) 企业互联网+航空物流产品/服务分析

7.2.3 腾讯公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+航空物流投资布局
- (4) 企业互联网+航空物流产品/服务分析

部分图表目录：

图表1：互联网+航空物流行业发展规划汇总表

图表2：互联网+航空物流行业主要政策汇总表

图表3：政策环境对行业的影响分析表

图表4：2015-2019年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表5：2015-2019年我国GDP增长率变化趋势图（单位：%）

图表6：2015-2019年我国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）

图表7：2015-2019年我国服务业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）

图表8：2015-2019年我国电商交易规模发展趋势（单位：亿元，%）

图表9：2022-2028年我国电商交易规模预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/280571.html>