

2017-2022年中国电商物流行业分析及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国电商物流行业分析及发展趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/314778.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

电子商务主要包括B2B、B2C、C2C等，其中B2C、C2C直接面向个人消费者，统一归为网络零售。我国网络零售发展迅速，2011年网络零售额仅为8019亿元，到2015年已经超过3.8万亿元，2016年预计将超过5.2万亿，近五年平均增幅45.8%，预计未来网络零售还将保持较高的增速。2016年全球网络零售额有望达到1.9万亿美元，按照1:6.7汇率折算，全球2016年零售总额为12.8万亿，中国约占据全球41%的份额。同时，我国网络零售额占社会消费品零售额的比例远远高于世界水平，2016年上半年中国占比15.1%，美国占比8.1%，世界平均水平8.7%。中国的电子商务发展势头迅猛，领跑全球。

我国快递业务发展迅猛，快递业务量仍2009年的18.6亿件增长到2015年的207亿件，短短6年时间翻了10余倍，尤其是2011年之后，网上购物的爆发式增长，快递包裹平均每年保持54%以上的高速增长。2015年全年规模以上快递业务量207亿件，首次突破200亿大关，2016年前三季度业务量已经超过去年全年业务量，达到211亿件。在快递服务中，客户申诉的问题主要有投递服务、延误、丢失短少、损毁等问题，根据国家邮政局最新统计数据，2016年9月，快递行业有效投诉数量达到15002件，比去年同期增加6%，在有效投诉中，投递服务最多，占比39.4%，其次是延误，占比达到30.1%，由此我们发现，顾客在购物体验中，服务的质量和投递的速度是顾客特别看重的两方面，快递服务链条中，分拣效率对投递速度影响最大，发展自动化分拣设备是快递公司必然的选择。

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家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：

第一章电商物流相关概述 12

第一节电子商务 12

一、电子商务类别及进展 12

二、电子商务盈利模式 15

三、电子商务主要应用系统 15

四、电子商务进展的支撑环境条件 16

第二节物流与电商物流 17

一、物流的基本理念 17

二、电子商务的基本理念 18

三、电子商务对物流的影响 19

四、电子商务物流的进展史 28

第三节电商物流概念及特征 29

一、电子商务物流的新特征 29

二、电子商务物流的优点 31

三、电子商务物流源起和进展 32

四、物流电子商务化带来的改变 33

五、电子商务物流解决方案 35

第四节电子商务环境条件下的物流模式 36

一、自营物流模式 36

二、第三方物流模式 38

三、物流策略联盟模式 57

第五节电子商务物流进展的必然性 60

第二章2016年国内电商物电物流业营销环境条件解析 62

第一节政策环境条件 62

一、新<邮政法>加速民营快递转型 62

二、国家政策力推物流标准化建设 62

三、2016年<商贸物流进展专项规划>解读 63

四、2016年“国八条”出台提振物流业利润空间 69

五、2016年加快快递公司兼并重组指导建议出台 70

六、“十三五”期间国内物流业进展的政策导向 72

七、中华人民共和国邮政法 74

八、商贸物流进展专项规划 88

第二节2016年国内宏观经济指标分析 96

第三节社会环境条件 102

一、中国居民消费模式转型预测 102

二、后危机时代的居民消费观念 108

三、电子商务力推中小公司进展 111

四、通胀背景下网购市场不断升温 111

第四节产业环境条件 112

一、国内物流需求持续快速增长 112

二、国内物流行业运行特征 112

三、我国电子商务市场继续扩张 117

四、电子商务对物流活动的要求 118

五、电子商务对物流业进展的影响 119

第五节2016年国内电商物流行业社会环境条件分析 119

- 一、人口环境条件分析 119
- 二、教育环境条件分析 120
- 三、文化环境条件分析 121
- 四、国内城镇化率 121
- 五、居民的各种消费观念和习惯 122

第三章2016年国内电商物电商物流业整体进展态势分析 125

第一节国内电商物流行业进展概况 125

- 一、国外电商物流进展经验借鉴 125
- 二、国内电子商务物流逐步走向正轨 126
- 三、我国电子商务物流行业进展现状 127
- 四、我国电商物流行业进展特征 129
- 五、2016年物流服务商进军电子商务市场 130
- 六、中国电子商务物流行业进展态势 131

第二节电商物流市场的竞争态势 133

- 一、物流公司与电商公司间竞争激烈 133
- 二、电商进展加速物流行业格局调整 135
- 三、各路资本争相发力电商物流市场 137
- 四、中国电商公司自建物流竞争加剧 139

第三节电子商务物流市场的公司格局 140

- 一、2015年电子商务平台合作物流公司排名 140
- 二、2016年电子商务平台合作物流公司排名 140
- 三、2016年电子商务平台合作物流公司排名 141

第四节不同范围电商公司物流模式比较 142

- 一、小型电商的物流配送模式 142
- 二、中型电商的物流配送模式 143
- 三、大型电商的物流配送模式 144

第五节电商物流进展中存在的问题 146

- 一、制约我国电子商务物流进展的因素 146
- 二、我国电商物流行业面临的主要挑战 148
- 三、影响电商物流进展的“瓶颈”及其成因 149

第六节进展电商物流行业的对策措施 152

- 一、推动我国电子商务物流进展的对策 152
- 二、多措并举促进电商物流业健康进展 153

三、进展壮大国内电商物流行业的思路 154

四、加快中国电商物流行业进展的意见 156

第四章2016年国内电商物流细分市场探析 158

第一节b2b电商物流 158

一、我国b2b电商第三方物流进展简况 158

二、我国b2b电商第四方物流进展综述 159

三、b2b电商物流配送体系亟待健全 160

四、b2b电商物流管理模式创新 161

第二节b2c电商物流 163

一、我国b2c电商物流市场竞争激烈 163

二、中国b2c电商公司加速自建物流步伐 164

三、b2c电子商务的主要物流配送模式 164

四、b2c电子商务配送模式的选择 165

第三节c2c电商物流 168

一、我国c2c电商物流的配送模式 168

二、c2c电子商务的后向物流模式预测 169

三、中国c2c电商物流存在的主要问题 171

四、c2c电商物流行业前景进展方向 172

第五章2016年国内网络购物物流市场进展探析 175

第一节国内网络购物市场进展现状 175

2016Q1中国网络购物市场交易规模达9715.8亿元，环比下降21.8%，主要是由于Q4的大促。行业较去年同比增长27.9%，继续保持良好的增长水平。根据国家统计局发布的数据显示，2016Q1我国社会消费品零售总额达到7.8万亿元，网络购物在社会消费品零售总额中的占比为12.5%，较去年同期提高1.7%。网络购物行业发展日益成熟，各家电商企业除了继续不断扩充品类、优化物流及售后服务外，也在积极发展跨境网购、下沉渠道发展农村电商。在综合电商格局已定的情况下，一些企业瞄准母婴、医疗、家装等垂直电商领域深耕，这些领域将成为网络购物市场发展新的促进点。2015Q1-2016Q1中国网络购物市场交易规模

一、网购市场范围 175

二、网购需求趋势 176

三、网购市场供给情况 178

四、网购市场竞争格局 179

第二节网络购物物流业的进展 181

一、国内网络购物物流行业进展迅猛 181

- 二、网购兴起带动物流配送市场蓬勃进展 181
- 三、2016年中国网络购物快递市场范围简析 182
- 四、我国网络购物中的物流配送模式简述 184
- 五、中国网购物流市场价格竞争难以持续 185
- 六、网购物流配送中民营快递业成本与服务分析 186
- 第三节购物网站自建物流预测 187
 - 一、中国网店地面发货模式介绍 187
 - 二、购物网站自建物流效益明显 189
 - 三、购物网站争相建设自营物流平台 190
 - 四、传统电商物流与淘宝“大物流”模式比较 191
- 第四节网购物流进展面临的挑战及对策 194
 - 一、制约网购物流进展的因素及理由 194
 - 二、网购物流进展中的问题及对策 195
 - 三、进展我国网购物流的措施思路 199

第六章2016年国内电商物流行业重点公司经营趋势 201

第一节顺丰速运 201

- 一、企业简介 201
- 二、顺丰速运企业进展模式预测 201
- 三、顺丰速运推出b2c平台 202
- 四、2016年顺丰速运建设华中货航枢纽港 203
- 五、2016年顺丰速运进军高端物流市场 204

第二节申通快递 204

- 一、企业简介 204
- 二、申通快速华北分拨中心建成 206
- 三、2016年申通快递涉足网上零售市场 206
- 四、申通快递企业加盟模式隐忧渐显 209

第三节圆通速递 210

- 一、企业简介 210
- 二、圆通速递快件价格上涨 212
- 三、2016年圆通大型集散中心落户淮安 212
- 四、圆通速递企业实施人才兴企策略 213

第四节海航天天快递 214

- 一、企业概况 214
- 二、海航集团并购天天快递 215

三、2016年天天快递实现台湾区域无盲区配送 215

第五节宅急送 216

一、企业概况 216

二、宅急送积极加快信息化建设 217

三、宅急送与南方航空深化货运业务合作 217

四、2016年宅急送与快钱合作助力电商进展 217

第七章2016年国内电商物流关联产业预测——电子商务 220

第一节2016年国内电子商务进展综述 220

一、国内电子商务行业大事盘点 220

二、中国电子商务进入了一个高速进展的阶段 220

三、电子商务市场范围增长迅猛 221

四、国内电子商务公司用户数量 222

五、国内网络购物交易额占社会消费品零售总额 222

六、国内公司应用电子商务应用情况 222

第二节2016年电子商务网站进展预测 223

一、电子商务行业站点数量增长 223

二、电子商务网站访客行为预测 224

三、电子商务站点经营模式预测 225

第三节电子商务安全及诚信体系 226

一、电子商务应具备的安全要素 226

二、电子商务的诚信体系 228

三、电子商务安全的现状 229

四、电子商务主要的安全问题 230

五、电子商务网络信息安全 231

六、公司电子商务网站的安全 232

七、移动电子商务安全 236

第四节2016年电子商务热点问题探讨 239

一、我国电子商务中的诚信问题及对策 239

二、我国电子商务税收问题研究 241

三、电子商务网络信息安全问题研究 246

第八章2016年国内电商物流关联产业剖析——物流业 250

第一节国内物电商物流业进展概述 250

一、国内物流业的进展背景 250

- 二、国内物流行业的进展特征 254
- 三、物流业对振兴国民经济具有拉动用处 256
- 四、国内物电商物流业的政策体系 257
- 五、政府在物流业中的用处 261
- 六、跨国企业与国内的物电商物流业 267

第二节2016年国内物电商物流业进展现状 273

- 一、我国物流业继续保持较快增长 273
- 二、中国17个保税物流中心获批 274
- 三、国内物流业进展趋于规范 274
- 四、振兴规划有力助推我国物流业进展 274
- 五、现代物流示范城市建设加速 275
- 六、我国物流业面临的机遇与挑战 275

第三节我国物流公司进展综述 277

- 一、国内物流公司的经营模式 277
- 二、物流公司资产范围继续扩张 278
- 三、物流公司的品牌预测 279
 - 1、第三方物流公司基于供应链的品牌价值 279
 - 2、本土物流公司加快品牌建设的思路 283
- 四、民营物流公司的进展 287
- 五、国内中小物流公司的进展 288

第四节国内物流市场营销趋势预测 290

- 一、物流市场的功能及结构 290
- 二、物流市场的容量 290
- 三、物流市场需求层次结构及生态结构模型 291
- 四、我国物流市场的竞争形式及战略 299
- 五、国内物流市场需求在调整中增长 303
- 六、产业经济进展与地区间物流需求简析 304

第九章2016-2022年国内电商物流行业投资未来分析预测 311

第一节2016年国内电商物电商物流业投资概况 311

- 一、电商物流投资环境条件预测 311
- 二、电商物流投资特征 311
- 三、电商物流投资盈利分析 313

第二节2016年国内电商物电商物流业投资周期预测 314

- 一、经济周期 314

二、增长性与波动性 314

三、成熟度预测 316

第三节2016-2022年国内电商物电商物流业投资机会预测 318

一、投资潜力 318

二、投资热点 319

第四节2016-2022年国内电商物电商物流业投资风险预警 321

一、宏观调控政策风险 321

二、市场竞争风险 321

三、技能与金融风险 322

四、市场营销机制风险 322

五、进退入风险 323

第五节投资意见 324

第十章2016-2022年国内电商物电商物流业进展及状况预测 328 (AK LT)

第一节2016-2022年国内电商物流行业进展状况 328

一、多功能化 328

二、一流的服务水平 329

三、信息化 330

四、世界化 331

第二节2016-2022年国内电商物流行业未来分析 332

一、我国电商物流市场进展未来乐观 332

二、国内电子商务物流进展前景未来分析 334

三、跨行业合作或将引领电商物流业进展 336

部分图表目录：

图表1：2016年1-3季度国内生产总值初步核算数据 96

图表2：gdp环比增长速度 97

图表3：固定资产投资到位资金同比增长速度 99

图表4：全国居民消费价格涨跌幅度 101

图表5：工业生产者出厂价格涨跌幅度 102

图表6：2016年以来社会物流总额及可比变化情况 113

图表7：2016年8月份以来中国沿海干散货运价指数 114

图表8：2016年上半年社会物流总费用构成情况 115

图表9：2016年年末人口数及其构成 120

图表10：2008-2016年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 120

- 图表11：2015年电子商务平台合作物流公司排名 140
- 图表12：2016年电子商务平台合作物流公司排名 140
- 图表13：2016年电子商务平台合作物流公司排名 141
- 图表14：2011-2016年国内网购交易金额及增长率 175
- 图表15：2016年网购各类商品的网民比例 175
- 图表16：2016年网购交易额中各类商品所占比例 176
- 图表17：2011-2016年网民半年网购次数 176
- 图表18：2016年七大地地区网络购物渗透率 176
- 图表19：2011-2016年国内网购市场用户范围 176
- 图表20：2016年用户网购的主要理由 177
- 图表21：2016年网购用户每月平均网购消费金额 177
- 图表22：2016年网购用户的前景网购意向 177
- 图表23：2016年非用户的前景网购意向 178
- 图表24：2016年购物网站部分相关配套服务一览表 178
- 图表25：2016年中国主要购物网站种类 179
- 图表26：2016年网购市场主要b2c市场份额 179
- 图表27：2016年网购市场c2c市场份额 180
- 图表28：2016年购物网站用户渗透率 180
- 图表29：2016年购物网站品牌转化率 180
- 图表30：快递公司物流成本高的环节 187
- 图表31：b2c、c2c自营物流配送中心模式 187
- 图表32：传统c2c物流模式与“淘宝大物流”模式的比较： 192
- 图表33：物流市场生态位分离结构模型 297
- 图表34：2011-2016年中国物流行业投资区域分布情况 312
- 图表35：中国电商物流项目风险控制建议与收益潜力提升措施 324
- 图表36：电商物流品技术应用注意事项分析 324
- 图表37：电商物流品项目投资注意事项图 325
- 图表38：电商物流品行业生产开发注意事项 326
- 图表39：电商物流品销售注意事项 326

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/314778.html>