

# 2017-2022年中国电商物流行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告

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市场运行态势及投资战略咨询研究报告》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/294899.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](mailto: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

电子商务物流又称网上物流，就是基于互联网技术，旨在创造性的推动物流行业发展的新商业模式；通过互联网，物流公司能够被更大范围内的货主客户主动找到，能够在全国乃至世界范围内拓展业务；贸易公司和工厂能够更加快捷的找到性价比最适合的物流公司；网上物流致力把世界范围内最大数量的有物流需求的货主企业和提供物流服务的物流公司都吸引到一起，提供中立、诚信、自由的网上物流交易市场，帮助物流供需双方高效达成交易。目前已经有越来越多的客户通过网上物流交易市场找到了客户，找到了合作伙伴，找到了海外代理。网上物流提供的最大价值，就是更多的机会。

### 电子商务物流的特点

#### 1.信息化

电子商务时代，物流信息化是电子商务的必然要求。物流信息化表现为物流信息的商品化、物流信息收集的数据库化和代码化、物流信息处理的电子化和计算机化、物流信息传递的标准化和实时化、物流信息存储的数字化等。因此，条码技术(BarCode)、数据库技术(Data base)、电子定货系统(EOS: Electronic Ordering System)、电子数据交换(Electronic DataInter change, EDI)、快速反应 (Quick Response, QR)及有效的客户反映(Effective Customer Response, ECR)、企业资源计划 (Enterprise Resource Planning, ERP)等技术与观念在我国的物流中将会得到普遍的应用。信息化是一切的基础，没有物流的信息化，任何先进的技术设备都不可能应用于物流领域，信息技术及计算机技术在物流中的应用将会彻底改变世界物流的面貌。

#### 2.自动化

自动化的基础是信息化，自动化的核心是机电一体化，自动化的外在表现是无人化，自动化的效果是省力化，另外还可以扩大物流作业能力、提高劳动生产率、减少物流作业的差错等。物流自动化的设施非常多，如条码/语音/射频自动识别系统、自动分拣系统、自动存取系统、自动导向车、货物自动跟踪系统等。这些设施在发达国家已普遍用于物流作业流程中，而在我国由于物流业起步晚，发展水平低，自动化技术的普及还需要相当长的时间。

#### 3.网络化

物流领域网络化的基础也是信息化，这里指的网络化有两层含义：一是物流配送系统的计算机通信网络，包括物流配送中心与供应商或制造商的联系要通过计算机网络，另外与下游顾客之间的联系也要通过计算机网络通信，比如物流配送中心向供应商提出定单这个过程，就可以使用计算机通信方式，借助于增值网 (Value Added Network, VAN)上的电子定货系统(EOS)和电子数据交换技术(EDI)来自动实现，物流配送中心通过计算机网络收集下游客户的定货的过程也可以自动完成；二是组织的网络化，即所谓的企业内部网(Intranet)。比如，台湾的电脑业在90年代创造出了“全球运筹式产销模式”，这种模式的基本点是按照客户定单组织生产，生产采取分散形式，即将全世界的电脑资源都利用起来，采取外包的形式将一台

电脑的所有零部件、元器件、芯片外包给世界各地的制造商去生产，然后通过全球的物流网络将这些零部件、元器件和芯片发往同一个物流配送中心进行组装，由该物流配送中心将组装的电脑迅速发给订户。这一过程需要有高效的物流网络支持，当然物流网络的基础是信息、电脑网络。

物流的网络化是物流信息化的必然，是电子商务下物流活动的主要特征之一。当今世界Internet等全球网络资源的可用性及网络技术的普及为物流的网络化提供了良好的外部环境，物流网络化不可阻挡。

#### 4. 智能化

这是物流自动化、信息化的一种高层次应用，物流作业过程大量的运筹和决策，如库存水平的确定、运输(搬运)路径的选择、自动导向车的运行轨迹和作业控制、自动分拣机的运行、物流配送中心经营管理的决策支持等问题都需要借助于大量的知识才能解决。在物流自动化的进程中，物流智能化是不可回避的技术难题。好在专家系统、机器人等相关技术在国际上已经有比较成熟的研究成果。为了提高物流现代化的水平，物流的智能化已成为电子商务下物流发展的一个新趋势。

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 电商物流相关发展简况分析 1

#### 第一节 物流与电商物流 1

##### 一、物流的基本理念 1

##### 二、电子商务的基本理念 1

##### 三、电子商务对物流的影响 3

##### 四、电子商务物流的发展史 9

#### 第二节 电商物流概念及特征 10

##### 一、电子商务物流的定义 10

##### 二、电子商务物流的特点 11

##### 三、电子商务物流的优势 15

#### 第三节 电子商务环境下的物流模式 16

##### 一、自营物流模式 16

##### 二、第三方物流模式 17

##### 三、物流战略联盟模式 18

### 第二章 2014年电商物流行业面临的发展环境 20

#### 第一节 政策环境 20

## 第二节 经济环境 32

- 一、中国宏观经济发展势头良好 32
- 二、中国经济发展简况 38
- 三、我国积极推进经济结构转型升级 56
- 四、中国消费品市场平稳健康发展 67
- 五、中国宏观经济发展形势 68

## 第三节 社会环境 72

- 一、国内居民消费模式转型分析 72
- 二、后危机时代的居民消费观念 76
- 三、电子商务力推中小企业发展 80
- 四、通胀背景下网购市场不断升温 82

## 第四节 行业环境 85

- 一、中国物流需求持续快速增长 85
- 二、中国物流行业运行特征 85
- 三、物流业发展简析 87
- 四、我国电子商务市场继续扩张 90
- 五、电子商务对物流活动的要求 91
- 六、电子商务对物流业发展的影响 92

## 第三章 2014年电商物流行业总体发展状况 104

### 第一节 中国电商物流行业发展概况 104

- 一、国外电商物流发展经验借鉴 104
- 二、中国电子商务物流逐步走向正轨 108
- 三、我国电子商务物流行业发展现状 109
- 四、我国电商物流行业发展特征 111
- 五、物流服务商进军电子商务市场 117
- 六、国内电子商务物流行业发展态势 121

### 第二节 电商物流市场的竞争态势 123

- 一、物流企业与电商企业间竞争激烈 123
- 二、电商发展加速物流行业格局调整 124
- 三、各路资本争相发力电商物流市场 128
- 四、国内电商企业自建物流竞争加剧 132

### 第三节 电子商务物流市场的企业格局 133

### 第四节 不同规模电商企业物流模式比较 135

- 一、小型电商的物流配送模式 135
- 二、中型电商的物流配送模式 136

### 三、大型电商的物流配送模式 138

#### 第五节 电商物流发展中存在的问题 141

- 一、制约我国电子商务物流发展的因素 141
- 二、我国电商物流行业面临的主要挑战 145
- 三、影响电商物流发展的"瓶颈"及其成因 147

#### 第六节 发展电商物流行业的对策措施 153

- 一、推动我国电子商务物流发展的对策 153
- 二、多措并举促进电商物流业健康发展 155
- 三、发展壮大中国电商物流行业的思路 160
- 四、加快国内电商物流行业发展的建议 163

### 第四章 2014年电商物流细分市场分析 166

#### 第一节 B2B电商物流 166

- 一、我国B2B电商第三方物流发展简况 166
- 二、我国B2B电商第四方物流发展综述 173
- 三、B2B电商物流配送体系亟待健全 180
- 四、B2B电商物流管理模式创新 181

#### 第二节 B2C电商物流 181

- 一、我国B2C电商物流市场竞争激烈 181
- 二、国内B2C电商企业加速自建物流步伐 183
- 三、B2C电子商务的主要物流配送模式 188
- 四、B2C电子商务配送模式的选择 189
- 五、B2C电商物流管理模式创新 193

#### 第三节 C2C电商物流 195

- 一、我国C2C电商物流的配送模式 195
- 二、C2C电子商务的后向物流模式分析 197
- 三、国内C2C电商物流存在的主要问题 204

### 第五章 2013年网络购物物流市场发展分析 207

#### 第一节 中国网络购物市场发展现状 207

- 一、网购市场规模 207
- 二、网购需求状况 207
- 三、网购市场供给情况 209
- 四、网购市场竞争格局 210

#### 第二节 网络购物物流业的发展 214

- 一、中国网络购物物流行业发展迅猛 214
- 二、网购兴起带动物流配送市场蓬勃发展 215

- 三、国内网络购物快递市场规模简析 217
- 四、我国网络购物中的物流配送模式简述 223
- 五、国内网购物流市场价格竞争难以持续 226
- 六、网购物流配送中民营快递业成本与服务分析 227
- 第三节 购物网站自建物流分析 229
  - 一、国内网店地面发货模式介绍 229
  - 二、购物网站自建物流效益明显 234
  - 三、购物网站争相建设自营物流平台 234
  - 四、传统电商物流与淘宝"大物流"模式比较 238
- 第四节 网购物流发展面临的挑战及对策 242
  - 一、制约网购物流发展的因素及原因 242
  - 二、网购物流发展中的问题及对策 245
  - 三、发展我国网购物流的措施思路 250
- 第六章 电商物流行业重点企业经营状况 253
  - 第一节 顺丰速运 253
    - 一、企业发展简况分析 253
    - 二、企业经营情况分析 254
    - 三、企业经营优劣势分析 254
    - 四、企业偿债能力分析 254
    - 五、企业运营能力分析 255
    - 六、企业发展能力分析 255
  - 第二节 申通快递 255
    - 一、企业发展简况分析 255
    - 二、企业经营情况分析 256
    - 三、企业经营优劣势分析 257
    - 四、企业偿债能力分析 257
    - 五、企业运营能力分析 257
    - 六、企业发展能力分析 257
  - 第三节 圆通速递 258
    - 一、企业发展简况分析 258
    - 二、企业经营情况分析 258
    - 三、企业经营优劣势分析 259
    - 四、企业偿债能力分析 259
    - 五、企业运营能力分析 259
    - 六、企业发展能力分析 260

#### 第四节 海航天天快递 260

- 一、企业发展简况分析 260
- 二、企业经营情况分析 261
- 三、企业经营优劣势分析 261
- 四、企业偿债能力分析 261
- 五、企业运营能力分析 262
- 六、企业发展能力分析 262

#### 第五节 宅急送 262

- 一、企业发展简况分析 262
- 二、企业经营情况分析 263
- 三、企业经营优劣势分析 264
- 四、企业偿债能力分析 264
- 五、企业运营能力分析 264
- 六、企业发展能力分析 264

#### 第六节 汇通快递 265

- 一、企业发展简况分析 265
- 二、企业经营情况分析 266
- 三、企业经营优劣势分析 266
- 四、企业偿债能力分析 266
- 五、企业运营能力分析 267
- 六、企业发展能力分析 267

#### 第七节 韵达快递 267

- 一、企业发展简况分析 267
- 二、企业经营情况分析 268
- 三、企业经营优劣势分析 269
- 四、企业偿债能力分析 269
- 五、企业运营能力分析 269
- 六、企业发展能力分析 269

#### 第八节 中通快递 270

- 一、企业发展简况分析 270
- 二、企业经营情况分析 270
- 三、企业经营优劣势分析 271
- 四、企业偿债能力分析 271
- 五、企业运营能力分析 271
- 六、企业发展能力分析 272

## 第九节 速尔快递 272

- 一、企业发展简况分析 272
- 二、企业经营情况分析 273
- 三、企业经营优劣势分析 273
- 四、企业偿债能力分析 273
- 五、企业运营能力分析 273
- 六、企业发展能力分析 274

## 第十节 德邦快递 274

- 一、企业发展简况分析 274
- 二、企业经营情况分析 275
- 三、企业经营优劣势分析 275
- 四、企业偿债能力分析 275
- 五、企业运营能力分析 276
- 六、企业发展能力分析 276

## 第十一节 中铁快递 276

- 一、企业发展简况分析 276
- 二、企业经营情况分析 278
- 三、企业经营优劣势分析 278
- 四、企业偿债能力分析 278
- 五、企业运营能力分析 279
- 六、企业发展能力分析 279

## 第十二节 全一快递 279

- 一、企业发展简况分析 279
- 二、企业经营情况分析 280
- 三、企业经营优劣势分析 280
- 四、企业偿债能力分析 281
- 五、企业运营能力分析 281
- 六、企业发展能力分析 281

## 第七章 2015-2020年中国电商物流行业投资分析及前景展望 282 (AK-GS)

### 第一节 投资分析 282

- 一、投资潜力 282
- 二、投资热点 283
- 三、投资风险 283
- 四、投资建议 284

### 第二节 中国电商物流行业发展趋势 286

- 一、 多功能化 286
- 二、 一流的服务水平 287
- 三、 信息化 287
- 四、 全球化 287
- 第三节 中国电商物流行业前景预测 288
- 一、 我国电商物流市场发展前景乐观 288
- 二、 中国电子商务物流发展未来前景预测 289
- 三、 跨行业合作或将引领电商物流业发展 289

部分图表目录：

- 图表 1：条码技术流程图 12
- 图表 2：电子订货系统流程图 12
- 图表3：2014年1-4季度GDP初步核算数据 38
- 图表4：GDP环比和同比增长速度 39
- 图表5：社会消费品零售总额分月份同比增长速度 40
- 图表6：2014年12月份社会消费品零售总额主要数据 41
- 图表7：全国房地产开发投资增速 42
- 图表8：全国房地产开发企业土地购置面积增速 43
- 图表9：全国商品房销售面积及销售额增速 44
- 图表10：2014年全国房地产开发和销售情况 45
- 图表11：民间固定资产投资和全国固定资产投资增速 46
- 图表12：2014年民间固定资产投资主要数据 47
- 图表13：固定资产投资（不含农户）同比增速 48
- 图表14：固定资产投资到位资金同比增速 50
- 图表15：规模以上工业增加值同比增速 51
- 图表16：各月累计主营业务收入与利润总额同比增速% 54
- 图表17：各月累计利润与每百元主营业务收入中的成本 54
- 图表18：2014年分经济类型主营业务收入与利润总额同比增速 55
- 图表19：2014年规模以上工业企业主要财务指标 55
- 图表20：2014年规模以上工业企业经济效益指标 56
- 图表 21：网购物流服务满意度 108
- 图表 22：网购物流服务时效现状 109
- 图表 23：B2C交易模式 194
- 图表 24：c2c电子商务物流价值实现流程 198
- 图表 25：c2c的后向物流的交易进程 200

图表 26：2010-2015年上半年我国电子商务交易市场规模变化 207

图表 27：2010-2015年上半年我国电子商务B2B交易市场规模变化 208

图表 28：2010-2015年上半年我国电子商务C2C交易市场规模变化 208

图表 29：2010-2015年上半年我国电子商务B2C交易市场规模变化 209

图表 30：2010-2015年上半年我国电子商务服务企业数量变化 209

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/294899.html>