



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国电商物流市场 运行监测及投资方向研究报告

一、调研说明

《2011-2015年中国电商物流市场运行监测及投资方向研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/208984.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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、2009年新《邮政法》加速民营快递转型
- 二、2010年国家政策力推物流标准化建设
- 三、2011年《商贸物流发展专项规划》解读
- 四、2011年"国八条"出台提振物流业利润空间
- 五、2011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、2010年中国宏观经济发展势头良好
- 二、2011年前三季度中国经济发展简况
- 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、2010年中国物流行业运行特征
- 三、2011年前三季度物流业发展简析
- 四、2010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、2010年我国电商物流行业发展特征
- 五、2011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、2010年第1季度电子商务平台合作物流企业排名
- 二、2010年第2季度电子商务平台合作物流企业排名
- 三、2010年第3季度电子商务平台合作物流企业排名
- 四、2010年第4季度电子商务平台合作物流企业排名
- 五、2011年第1季度电子商务平台合作物流企业排名
- 六、2011年第2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、2010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、2010年顺丰速运推出B2C平台
- 四、2011年顺丰速运建设华中货航枢纽港
- 五、2011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、2010年申通快速华北分拨中心建成
- 三、2011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、2010年底圆通速递快件价格上涨
- 三、2011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、2010年海航集团并购天天快递
- 三、2011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、2011年宅急送与快钱合作助力电商发展

第七章、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、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、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

附录

附录一：中华人民共和国邮政法

附录二：商贸物流发展专项规划

图表目录：

- 图表1 2006-2010年国内生产总值及其增长速度
- 图表2 2006-2010年我国粮食产量及其增长速度
- 图表3 2006-2010年我国全部工业增加值及其增长速度
- 图表4 2006-2010年我国全社会固定资产投资及其增长速度
- 图表5 2010年我国社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表6 2011年1-9月中国经济主要指标环比增速
- 图表7 2011年1-9月中国主要工业产品产量及增长情况
- 图表8 2010年1-12月我国社会物流总额及增长变化情况
- 图表9 2010年我国社会物流总额及增减变化情况
- 图表10 2010年1-12月我国物流实物量增减变化情况
- 图表11 2010年我国社会物流总费用构成情况
- 图表12 2010年1-12月我国物流业固定资产投资增长情况
- 图表13 2010年1-12月我国沿海（散货）综合运价指数CCBFI走势
- 图表14 2010年1-12月我国物流业PMI指数走势情况
- 图表15 2010年-2011年9月我国社会物流总额及增长情况
- 图表16 2011年前三季度我国社会物流总额及增减情况
- 图表17 2010年-2011年9月我国物流业固定资产投资及增长情况
- 图表18 2006-2010年规模以上快递企业增长情况
- 图表19 2010年第1季度电子商务平台合作物流企业排名情况
- 图表20 2010年第2季度电子商务平台合作物流企业排名情况
- 图表21 2010年第3季度电子商务平台合作物流企业排名情况
- 图表22 2010年第4季度电子商务平台合作物流企业排名情况
- 图表23 2011年第1季度电子商务平台合作物流企业排名情况
- 图表24 2011年第2季度电子商务平台合作物流企业排名情况
- 图表25 2006-2010年中国网购交易金额及增长率
- 图表26 2010年网购各类商品的网民比例

图表27 2010年网购交易额中各类商品所占比例
图表28 2009-2010年网民半年网购次数
图表29 2010年七大区域网络购物渗透率
图表30 2010年部分城市网络购物规模和渗透率
图表31 2008-2014年中国网购市场用户规模
图表32 2010年用户网购的主要原因
图表33 2010年网购用户每月平均网购消费金额
图表34 2010年网购用户的未来网购意向
图表35 2010年非用户的未来网购意向
图表36 2010年购物网站部分相关配套服务一览表
图表37 2010年国内主要购物网站分类
图表38 2010年网购市场主要B2C市场份额
图表39 2010年网购市场C2C市场份额
图表40 2010年购物网站用户渗透率
图表41 2010年购物网站品牌转化率
图表42 快递公司的物流成本
图表43 B2C、C2C电商自营物流的发货模式
图表44 传统C2C物流模式运作路径
图表45 淘宝大物流模式运作路径
图表46 传统C2C物流模式与"淘宝大物流"模式的比较
图表47 2006-2010年我国货运运输量增长情况
图表48 2006-2010年我国货运周转量增长情况
图表49 2006-2010年我国物流行业VC/PE投资情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/208984.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法

- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司）

，艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。