



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电商物流管理模式的创新

#### 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电商物流管理模式的创新

#### 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](http://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提供专业投资咨询报告、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。