



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国电商物流市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国电商物流市场分析及投资策略研究报告》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/27822/>

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

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。

随着电子商务的兴起，也迅速拉动物流行业的发展。在2010年，物流行业已经挤进了中国十大热门行业之一，但是中国物流行业的发展速度还赶不上电子商务的发展速度，由于巨大的需求量，因此在未来的几年里，中国物流行业势必要得到巨大的发展。

随着电子商务行业竞争的白热化，物流——这个电子商务中的瓶颈环节，已经成为电商巨头们决心打造的新的核心竞争力，甚至一度有人喊出，“得物流者得天下”。

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 电商物流相关概述

第一节 电子商务

- 一、电子商务类别及发展
- 二、电子商务盈利模式
- 三、电子商务主要应用系统
- 四、电子商务发展的支撑环境

第二节 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

第三节 电商物流概念及特征

- 一、电子商务物流的新特点
- 二、电子商务物流的优势
- 三、电子商务物流源起和发展
- 四、物流电子商务化带来的改变
- 五、电子商务物流解决方案

第四节 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

第五节 电子商务物流发展的必然性

第二章 2016年中国电商物流产业运营环境解析

第一节 政策环境

- 一、新《邮政法》加速民营快递转型
- 二、国家政策力推物流标准化建设
- 三、2016年《商贸物流发展专项规划》解读
- 四、2016年"国八条"出台提振物流业利润空间
- 五、2016年加快快递企业兼并重组指导意见出台
- 六、"十三五"期间中国物流业发展的政策导向
- 七、中华人民共和国邮政法
- 八、商贸物流发展专项规划

第二节 2016年中国宏观经济指标分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新) 2008-2015年全国GDP及同比增速
- 二、消费价格指数CPI、PPI (按月度更新)
- 三、全国居民收入情况 (季度更新)
- 四、恩格尔系数 (年度更新)
- 五、工业发展形势 (季度更新)
- 六、固定资产投资情况 (季度更新)
- 七、社会消费品零售总额
- 八、对外贸易&进出口
- 九、我国积极推进经济结构转型升级

十、中国宏观经济"十三五"发展形势分析

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

第四节产业环境

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

第五节2016年中国电商物流行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、中国城镇化率
- 五、居民的各种消费观念和习惯

第三章 2016年中国电商物流产业整体发展态势分析

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、我国电商物流行业发展特征
- 五、2016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、2015年第1季度电子商务平台合作物流企业排名
- 二、2015年第2季度电子商务平台合作物流企业排名
- 三、2015年第3季度电子商务平台合作物流企业排名
- 四、2015年第4季度电子商务平台合作物流企业排名
- 五、2016年第1季度电子商务平台合作物流企业排名
- 六、2016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 2016年中国电商物流细分市场探析

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 2016年中国网络购物物流市场发展探析

第一节中国网络购物市场发展现状

一、网购市场规模

2015年中国网络购物市场数据，2015年中国网络购物市场交易规模达3.8万亿元，较去年增长36.2%，继续保持稳定的增长水平。

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，这些将成为网络购物市场发展新的促进点。

2011-2018年中国网络购物市场交易规模及增长率

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、2011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 2016年中国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、顺丰速运推出B2C平台

四、2016年顺丰速运建设华中货航枢纽港

五、2016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、申通快速华北分拨中心建成

三、2016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、圆通速递快件价格上涨

三、2016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、公司概况

二、海航集团并购天天快递

三、2016年天天快递实现台湾地区无盲区配送

第五节宅急送

一、公司概况

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、2016年宅急送与快钱合作助力电商发展

第七章2016年中国电商物流关联产业分析——电子商务

第一节2016年中国电子商务发展综述

- 一、中国电子商务行业大事盘点
- 二、国内电子商务进入了一个高速发展的阶段
- 三、电子商务市场规模增长迅猛
- 四、中国电子商务企业用户数量
- 五、中国网络购物交易额占社会消费品零售总额
- 六、中国企业应用电子商务应用情况

第二节2016年电子商务网站发展分析

- 一、电子商务行业站点数量增长
- 二、电子商务网站访客行为分析
- 三、电子商务站点经营模式分析

第三节 电子商务安全及诚信体系

- 一、电子商务应具备的安全要素
- 二、电子商务的诚信体系
- 三、电子商务安全的现状
- 四、电子商务主要的安全问题
- 五、电子商务网络信息安全
- 六、企业电子商务网站的安全
- 七、移动电子商务安全

第四节2016年电子商务热点问题探讨

- 一、我国电子商务中的诚信问题及对策
- 二、我国电子商务税收问题研究
- 三、电子商务网络信息安全问题研究

第八章2016年中国电商物流关联产业剖析——物流业

第一节中国物流产业发展概述

- 一、中国物流业的发展背景
- 二、中国物流行业的发展特征
- 三、物流业对振兴国民经济具有拉动作用
- 四、中国物流产业的政策体系
- 五、政府在物流业中的作用

六、跨国公司与中国的物流产业

第二节2016年中国物流产业发展现状

- 一、我国物流业继续保持较快增长
- 二、国内17个保税物流中心获批
- 三、中国物流业发展趋于规范
- 四、振兴规划有力助推我国物流业发展
- 五、现代物流示范城市建设加速
- 六、物流成本层次性分析以及其优化途径
- 七、我国物流业面临的机遇与挑战

第三节我国物流企业发展综述

- 一、中国物流企业的经营模式
- 二、物流企业资产规模继续扩张
- 二、物流企业的品牌分析
 - 1、第三方物流企业基于供应链的品牌价值
 - 2、本土物流企业加快品牌建设的思路
- 三、民营物流企业的发展
- 四、中国中小物流企业的发展

第四节中国物流市场运营状况分析

- 一、物流市场的功能及结构
- 二、物流市场的容量
- 三、物流市场的交易方式
- 四、物流市场需求层次结构及生态结构模型
- 五、我国物流市场的竞争形式及策略
- 六、中国物流市场需求在调整中增长
- 七、产业经济发展与区域间物流需求简析

第九章 2016-2022年中国电商物流行业投资前景预测分析

第一节2016年中国电商物流产业投资概况

- 一、电商物流投资环境分析
- 二、电商物流投资特点
- 三、电商物流投资盈利预测

第二节2016年中国电商物流产业投资周期分析

一、经济周期

二、增长性与波动性

三、成熟度分析

第三节2016-2022年中国电商物流产业投资机会分析

一、投资潜力

二、投资热点

第四节2016-2022年中国电商物流产业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、技术与金融风险

四、市场运营机制风险

五、进退入风险

第五节专家投资建议

第十章 2016-2022年中国电商物流产业发展前景及趋势预测分析(AKWZY)

第一节2016-2022年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

第二节2016-2022年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

图表目录：

图表：2006-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2006-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2006-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2011中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2011.12-2015.12年我国工业增加值增速统计

图表：2006-2016年我国全社会固定资产投资额走势图（2016年不含农户）

图表：2006-2016年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2006-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2006-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2006-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2016年各月社会物流总额及增长变化情况

图表：2016年社会物流总额及增减变化情况

图表：2016年国内物流实物量增减变化情况

图表：2016年我国社会物流总费用构成情况

图表：2016年我国物流业固定资产投资增长情况

图表：2016年中国沿海（散货）综合运价指数CCBFI

图表：2016年物流业PMI指数变化情况

图表：2011-2016年规模以上快递企业增长情况

图表：2015年第1季度电子商务平台合作物流企业排名情况

图表：2015年第2季度电子商务平台合作物流企业排名情况

图表：2015年第3季度电子商务平台合作物流企业排名情况

图表：2015年第4季度电子商务平台合作物流企业排名情况

图表：2016年第1-2季度电子商务平台合作物流企业排名情况

图表：2011-2016年中国网购交易金额及增长率

图表：2016年网购各类商品的网民比例

图表：2016年网购交易额中各类商品所占比例

图表：2010-2016年网民半年网购次数

图表：2016年七大区域网络购物渗透率

图表：2016年部分城市网络购物规模和渗透率

图表：2009-2016年中国网购市场用户规模

图表：2016年用户网购的主要原因

图表：2016年网购用户每月平均网购消费金额

图表：2016年网购用户的未来网购意向

图表：2016年非用户的未来网购意向

图表：2016年购物网站部分相关配套服务一览表

图表：2016年国内主要购物网站分类

图表：2016年网购市场主要B2C市场份额

图表：2016年网购市场C2C市场份额

图表：2016年购物网站用户渗透率

图表：2016年购物网站品牌转化率

图表：B2C、C2C自营物流配送中心模式

图表：2011-2016年我国货运运输量增长情况

图表：2011-2016年我国货运周转量增长情况

图表：2011-2016年我国物流行业VC/PE投资情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/27822/>

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。