



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国电商物流市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国电商物流市场需求及投资前景分析报告》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/284045.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

跨境电商产业链主要包括三个部分：跨境电商、物流以及支付。物流环节主要包含两大类的企业，1) 综合物流服务商，提供一整套的跨境物流服务，涵盖海外物流仓储、通关、国内物流仓储等所有环节，比如出口易；2) 一般物流服务商，特指提供跨境物流中快递环节的企业，比如 UPS。 中国跨境电商产业链

在国内市场，电商的核心竞争力是流量，得流量者得天下，而且先发优势明显，后来者难以撼动。因此，天猫、淘宝和京东三大主流电商占据整个市场 90% 以上的份额，其中阿里巴巴集团旗下的天猫和淘宝占了 80% 左右。而“三通一达”为主的快递企业尽管在快递市场的占有率也有约 60%，但一家独大的需求方使得双方的议价能力差距悬殊，唯有低成本、拼价格竞争方能立足；在跨境 B2C 市场，由于海外市场（尤其是发达国家）的货物流通渠道已经形成多年，原本的代理商格局即使是电商巨头也很难打破，因此即使是天猫国际这样的行业先驱，市占率也就 1%。与之对应的，在跨境电商物流市场，因为跨境两字赋予了物流企业更多的职责——通关，物流环节的痛点给予了行业更高的门槛，所以相关企业的议价能力和市场份额也更高。国内与跨境电商市场上，电商企业与物流企业议价能力对比

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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：

第一章中国电商物流行业发展综述	20
1.1 报告研究范围与工具介绍	20
1.1.1 报告专业名词解释	20
1.1.2 报告研究范围界定	20
1.1.3 报告分析工具介绍	20
1.2 电商物流行业定义及分类	21
1.2.1 电商物流行业概念	21
1.2.2 电商物流流程分析	21
1.3 电商物流行业宏观环境分析	22
1.3.1 电商物流行业政策环境分析	22

1.3.2 电商物流行业经济环境分析 24

(1) GDP增长状况 24

过去 10 年各季度中国 GDP 增长速度可以明显看出，目前中国在“调结构、促转型”的经济软着陆情况下，经济增速出现明显下降。政府工作报告指出，2016 年经济增长预期目标 6.5%-7%，国家宏观经济增速明显趋缓，而 GDP 增速与钢材需求存在相关性，增速下降意味着市场对钢材需求强度可能减弱，这也将会影响到作为基础工业原材料生产环节钢铁企业的生存环境。过去 10 年中国 GDP 增速情况（%）

(2) 居民收入增长情况 24

2015 年我国城镇居民人均可支配收入 3.12 万元，2010-2015 年复合增速 10.30%，2015 年我国农村居民人均可支配收入 1.14 万元，2010-2015 年复合增速 14.05%，我国居民收入仍保持较快增长。城镇居民人均可支配收入近 5 年复合增速 10% 农村居民人均可支配收入近 5 年复合增速 14%

(3) 区域经济发展情况 26

1.3.3 电商物流行业社会环境分析 27

(1) 城镇化进程速度的加快 27

(2) 电子商务市场日益成熟 28

1.3.4 电商物流行业技术环境分析 31

(1) 电子商务新、热技术分析 31

(2) 物流快递新、热技术分析 31

第二章 国外电商物流行业发展经验借鉴 33

2.1 美国电商物流行业发展经验与启示 33

2.1.1 美国电商物流行业运作模式分析 33

2.1.2 美国电商物流行业运作案例分析 33

2.1.3 美国电商物流行业发展经验分析 35

2.2 日本电商物流行业发展经验与启示 35

2.2.1 日本电商物流行业运作模式分析 35

2.2.2 日本电商物流行业运作案例分析 36

2.2.3 日本电商物流行业发展经验分析 37

2.3 法国电商物流行业发展经验与启示 37

2.3.1 法国电商物流行业发展现状分析 37

2.3.2 法国电商物流行业运作案例分析 38

2.3.3 法国电商物流行业发展经验分析 38

第三章中国电商物流行业市场发展现状 40

3.1 中国电子商务行业发展现状分析 40

3.1.1 电子商务行业市场现状分析 40

(1) 中国电子商务交易规模 40

(2) 中国电子商务区域分布 41

(3) 中国电子商务行业分布 41

(4) 中国电子商务从业人员规模 42

3.1.2 移动电子商务市场现状分析 42

(1) 中国移动电子商务交易规模 43

(2) 中国移动电子商务用户规模 43

3.1.3 电子商务行业竞争格局分析 44

(1) B2B电子商务竞争格局分析 44

(2) 网络零售市场竞争格局分析 46

(3) 网络团购市场竞争格局分析 48

3.1.4 电子商务行业发展前景预测 50

(1) 中国电子商务行业发展趋势 50

(2) 中国电子商务行业前景预测 52

3.2 中国物流行业整体发展现状分析 53

3.2.1 物流行业市场运行分析 53

(1) 物流总额增幅及其构成情况 53

(2) 物流总费用增幅及构成情况 55

(3) 物流业增加值增幅及贡献情况 56

(4) 物流固定资产投资及增长情况 57

3.2.2 物流行业竞争格局分析 58

(1) 物流市场整体竞争格局 58

(2) 高端物流市场竞争结构 61

3.2.3 物流行业发展前景预测 62

3.3 中国电商物流行业发展现状分析 63

3.3.1 电商物流行业发展规模分析 63

3.3.2 电商物流行业发展特征分析 64

(1) 兼并重组常态化 64

(2) 仓储资源网络化 64

(3) 用户结构多样化 64

(4) 物流业务增值化 64

3.3.3 电商物流行业竞争情况分析 64

(1) 物流企业与电商企业间竞争激励 65

(2) 电商物流企业区域竞争格局分析 65

(3) 电商发展加速物流行业格局调整 66

3.3.4 电商物流行业发展前景预测 66

(1) 电子商务物流发展动态 66

(2) 电子商务物流前景预测 67

第四章中国电商物流行业运营成本分析 69

4.1 电商物流的运输配送成本分析 69

4.1.1 运输配送成本的费用分析 69

4.1.2 运输配送成本的费用走势 70

4.1.3 运输配送成本的控制措施 70

4.2 电商物流的人力成本分析 71

4.2.1 人力成本的费用分析 71

4.2.2 人力成本的费用走势 72

4.2.3 人力成本的控制措施 72

4.3 电商物流的库房仓储成本分析 74

4.3.1 库房租建成本的费用分析 74

4.3.2 库房租赁成本的费用走势 74

4.3.3 库房仓储成本的控制措施 75

4.4 电商物流的包装耗材成本分析 76

4.4.1 包装耗材成本的费用分析 76

4.4.2 包装耗材成本的费用走势 77

第五章中国电商物流行业运作环节分析 79

5.1 电商物流行业的物流仓储环节分析 79

5.1.1 物流仓储行业的经营状况分析 79

- (1) 仓储行业增加值 79
- (2) 仓储业保管费用 80
- (3) 仓储业经营情况 80
- 5.1.2 物流仓储行业的竞争格局分析 81
 - (1) 仓储行业集中度分析 81
 - (2) 仓储业市场竞争分析 82
- 5.1.3 物流仓储行业的发展前景预测 84
- 5.1.4 电子商务企业仓储的运作现状 85
 - (1) 电子商务企业仓库运作模式 85
 - (2) 电子商务企业仓库数量分析 86
 - (3) 电子商务企业库房面积分析 86
- 5.1.5 电子商务企业仓储的发展前景 87
 - (1) 电子商务企业仓储模式趋势 87
 - (2) 电子商务企业仓储发展趋势 87
 - (3) 电子商务企业仓储投资前景 88
- 5.2 电商物流行业的干线运输环节分析 89
 - 5.2.1 电子商务对干线运输的影响 89
 - 5.2.2 电子商务干线运输的运作模式 89
 - 5.2.3 电商干线运输投资机会分析 90
 - 5.2.4 电商自建干线运输的发展动态 90
- 5.3 电商物流行业的配送服务环节分析 91
 - 5.3.1 配送服务行业的经营状况分析 91
 - (1) 终端物流配送运作模式 91
 - (2) 快递行业业务量完成情况 91
 - (3) 快递行业业务的收入情况 93
 - (4) 快递行业消费者申诉情况 95
 - 5.3.2 配送服务行业的竞争格局分析 97
 - (1) 快递行业竞争特点分析 97
 - (2) 国内快递行业竞争格局 98
 - 5.3.3 配送服务行业的市场规模预测 99
 - 5.3.4 电子商务配送服务的市场份额 100
 - 5.3.5 电子商务配送业务的发展趋势 101

第六章中国电商物流行业运作模式分析	103
6.1 电商物流行业的自建物流配送模式分析	103
6.1.1 自建物流配送模式的流程解析	103
6.1.2 自建物流配送模式的发展现状	104
(1) 自建物流配送模式分析	104
(2) 自建物流配送成本分析	104
(3) 电商自建物流发展现状	106
6.1.3 自建物流配送模式的优劣势分析	107
6.1.4 自建物流配送模式的前景预测	108
6.2 电商物流行业的第三方物流配送模式分析	109
6.2.1 第三方物流配送模式的流程解析	109
6.2.2 第三方物流配送模式的发展现状	109
(1) 电商选择物流商的因素	109
(2) 电商对第三方物流影响	110
(3) 快递企业服务能力分析	111
(4) 第三方物流配送模式不足	111
6.2.3 第三方物流配送模式的优劣势分析	112
6.2.4 第三方物流配送模式的前景预测	113
6.3 电商物流行业的第四方物流模式分析	114
6.3.1 第四方物流配送模式的流程解析	114
6.3.2 第四方物流配送模式的发展现状	114
(1) 第四方物流配送模式发展现状	114
(2) 第四方物流配送模式发展对策	114
6.3.3 第四方物流配送模式的优劣势分析	116
6.3.4 第四方物流配送模式的前景预测	117
6.4 电商物流行业的物流联盟配送模式分析	117
6.4.1 物流联盟配送模式的流程解析	117
6.4.2 物流联盟配送模式的发展现状	118
(1) 物流联盟配送模式背景	118
(2) 物流联盟配送模式分类	118
6.4.3 物流联盟配送模式的优劣势分析	120

- 6.4.4 物流联盟配送模式的前景预测 121
- 6.5 电商物流行业的物流一体化模式分析 121
 - 6.5.1 物流一体化模式的发展分析 121
 - 6.5.2 物流一体化配送的运营模式 122
 - (1) 纵向一体化 123
 - (2) 横向一体化 123
 - (3) 网络一体化 123
 - 6.5.3 物流一体化模式的运作分析 124
 - 6.5.4 物流一体化模式的前景预测 126
- 6.6 电商物流行业的"O-S-O"物流模式分析 126
 - 6.6.1 "O-S-O"物流模式的内涵分析 126
 - 6.6.2 "O-S-O"物流模式的发展建议 127

第七章中国电商自建物流模式及案例剖析 128

- 7.1 中国电商自建物流的动因分析 128
- 7.2 中国电商自建物流的影响分析 128
 - 7.2.1 对电商的影响分析 128
 - 7.2.2 对物流商的影响分析 129
 - 7.2.3 对消费者的影响分析 129
- 7.3 中国电商自建物流的问题分析 129
 - 7.3.1 资金方面存在的问题分析 129
 - 7.3.2 人员方面存在的问题分析 129
 - 7.3.3 合作方面存在的问题分析 130
- 7.4 中国电商自建物流的案例剖析 130
 - 7.4.1 阿里巴巴的自建物流案例剖析 130
 - 7.4.2 京东商城的自建物流案例剖析 130
 - 7.4.3 苏宁云商的自建物流案例剖析 131
 - 7.4.4 凡客诚品的自建物流案例剖析 132
 - 7.4.5 卓越亚马逊自建物流案例剖析 132
 - 7.4.6 当当网的自建物流案例剖析 132
 - 7.4.7 1号店的自建物流案例剖析 133

第八章中国电商物流行业领先企业经营分析 134

8.1 电商行业领先企业经营状况分析 134

8.1.1 天猫商城 134

- (1) 网站简介 134
- (2) 网站会员规模 134
- (3) 网站主营业务分析 134
- (4) 网络营销策略 134
- (5) 网站盈利模式 135
- (6) 网站经营状况分析 135
- (7) 网站经营优劣势分析 135
- (8) 网站最新发展动向分析 136

8.1.2 京东商城 137

- (1) 网站简介 137
- (2) 网站会员规模 137
- (3) 网站主营业务分析 137
- (4) 网络营销策略 137
- (5) 网站盈利模式 137
- (6) 网站经营状况分析 138
- (7) 网站经营优劣势分析 138
- (8) 网站最新发展动向分析 139

8.1.3 凡客诚品 139

- (1) 网站简介 139
- (2) 网站会员规模 139
- (3) 网站主营业务分析 139
- (4) 网络营销策略 140
- (5) 网站盈利模式 140
- (6) 网站经营状况分析 140
- (7) 网站经营优劣势分析 141
- (8) 网站最新发展动向分析 141

8.1.4 亚马逊中国 142

- (1) 网站简介 142
- (2) 网站会员规模 142

- (3) 网站主营业务分析 142
- (4) 网络营销策略 142
- (5) 网站盈利模式 142
- (6) 网站经营状况分析 142
- (7) 网站经营优劣势分析 143
- (8) 网站最新发展动向分析 143

8.1.5 当当网 143

- (1) 网站简介 143
- (2) 网站会员规模 143
- (3) 网站主营业务分析 143
- (4) 网络营销策略 144
- (5) 网站盈利模式 144
- (6) 网站经营状况分析 144
- (7) 网站经营优劣势分析 144
- (8) 网站最新发展动向分析 145

8.2 配送行业领先企业经营状况分析 168

8.2.1 中邮速递EMS 168

- (1) 企业发展简况分析 168
- (2) 企业服务内容分析 169
- (3) 企业主要经济指标分析 170
- (4) 企业偿债能力分析 171
- (5) 企业运营能力分析 171
- (6) 企业盈利能力分析 171
- (7) 企业发展能力分析 172
- (8) 企业经营网络分析 172
- (9) 企业经营战略分析 173
- (10) 企业经营优劣势分析 175
- (11) 企业投资兼并与重组分析 176
- (12) 企业最新发展动向分析 176

8.2.2 民航快递 176

- (1) 企业发展简况分析 176
- (2) 企业服务内容分析 177

- (3) 企业经营情况分析 178
- (4) 企业经营网络分析 178
- (5) 企业经营战略分析 178
- (6) 企业经营优劣势分析 178
- (7) 企业最新发展动向分析 179

8.2.3 中铁快运 179

- (1) 企业发展简况分析 179
- (2) 企业服务内容分析 180
- (3) 企业经营情况分析 180
- (4) 企业经营网络分析 180
- (5) 企业经营战略分析 181
- (6) 企业经营优劣势分析 181

8.2.4 顺丰速运 182

- (1) 企业发展简况分析 182
- (2) 企业服务内容分析 183
- (3) 企业经营情况分析 183
- (4) 企业经营网络分析 183
- (5) 企业经营战略分析 184
- (6) 企业经营优劣势分析 185
- (7) 企业最新发展动向分析 185

8.2.5 申通快递 186

- (1) 企业发展简况分析 186
- (2) 企业服务内容分析 187
- (3) 企业经营情况分析 187
- (4) 企业经营网络分析 187
- (5) 企业经营战略分析 188
- (6) 企业经营优劣势分析 188
- (7) 企业最新发展动向 189

8.3 仓储行业领先企业经营状况分析 204

8.3.1 中储发展股份有限公司 204

- (1) 企业发展简况分析 204
- (2) 企业主营业务分析 205

- (3) 企业经营情况分析 207
- (4) 企业销售渠道与网络 210
- (5) 企业经营优劣势分析 211
- (6) 企业最新发展动向分析 212
- 8.3.2 江苏新宁现代物流股份有限公司 212
 - (1) 企业发展简况分析 212
 - (2) 企业主营业务分析 213
 - (3) 企业业务网络分布 214
 - (4) 企业经营情况分析 214
 - (5) 企业经营优劣势分析 218
 - (6) 公司发展动态分析 219
- 8.3.3 山东盖世国际物流集团有限公司 219
 - (1) 企业发展简况分析 219
 - (2) 企业主营业务分析 220
 - (3) 企业业务网络分布 221
 - (4) 企业仓储设施分析 221
 - (5) 企业经营情况分析 221
 - (6) 企业经营优劣势分析 222
 - (7) 企业最新发展动向分析 222
- 8.4 运输行业领先企业经营状况分析 234
 - 8.4.1 德邦物流股份有限公司经营情况分析 234
 - (1) 企业发展简况分析 234
 - (2) 企业经营情况分析 235
 - (3) 企业运营网点分析 235
 - (4) 企业运送方式分析 235
 - (5) 企业运送能力分析 235
 - (6) 企业特色业务分析 235
 - (7) 企业经营优劣势分析 236
 - (8) 企业投资兼备与重组分析 236
 - 8.4.2 天地华宇物流有限公司经营情况分析 237
 - (1) 企业发展简况分析 237
 - (2) 企业经营情况分析 237

- (3) 企业运营网点分析 237
 - (4) 企业运送能力分析 237
 - (5) 企业特色业务分析 238
 - (6) 企业经营优劣势分析 239
 - (7) 企业发展战略及规划 239
- 8.4.3 上海佳吉快运有限公司经营情况分析 239
- (1) 企业发展简况分析 239
 - (2) 企业经营情况分析 240
 - (3) 企业运营网络分析 240
 - (4) 企业运送能力分析 240
 - (5) 企业特色业务分析 241
 - (6) 企业经营优劣势分析 242
 - (7) 企业发展战略及规划 243

第九章中国电商物流行业发展前景预测 249

- 9.1 电商物流行业的发展趋势分析 249
 - 9.1.1 电商物流的多功能化趋势分析 249
 - 9.1.2 电商物流的服务化趋势分析 249
 - 9.1.3 电商物流的信息化趋势分析 250
 - 9.1.4 电商物流的全球化趋势分析 251
- 9.2 电商物流行业投资风险分析 252
 - 9.2.1 电商物流行业的政策风险 252
 - 9.2.2 电商物流行业的竞争风险 252
 - 9.2.3 电商物流企业的自身风险 253
- 9.3 电商物流行业投资潜力与建议 253
 - 9.3.1 电商物流行业投资机会剖析 253
 - 9.3.2 电商物流行业投资建议 255

图表目录：

- 图表1：专用名词解释 21
- 图表2：中国电子商务物流流程示意图 22
- 图表3：物流行业政策汇总 23

- 图表4：快递行业政策汇总 24
- 图表5：2010-2015年中国城乡居民人均收入与人均GDP增长情况（单位：元，%） 26
- 图表6：2010-2015年国内各区域经济总量增速对比（单位：%） 27
- 图表7：中国制造业向内陆转移导致物流中心向中西部和北部转移 28
- 图表8：中国城镇化率变化分析图（单位：%） 28
- 图表9：2012-2015年网络购物用户数及渗透率（单位：万人，%） 29
- 图表10：中国电子商务细分品类成熟度分析 29
- 图表11：主要购物网站分类 30
- 图表12：2013-2015年选择网络购物的原因（单位：%） 31
- 图表13：RFID在各国快递行业的应用情况 33
- 图表14：美国福来明公司食品配送中心管理经验 35
- 图表15：美国电商物流行业发展经验列表 36
- 图表16：日本电商物流行业发展经验列表 38
- 图表17：法国电商物流行业发展经验列表 39
- 图表18：2010-2015年中国电子商务交易规模（单位：万亿元） 41
- 图表19：2015年中国电子商务区域分布情况（单位：%） 42
- 图表20：2015年中国电子商务行业分布情况（单位：%） 42
- 图表21：2010-2015年中国电子商务直接从业人员规模（单位：万人） 43
- 图表22：2010-2015年中国电子商务带动从业人员规模（单位：万人） 43
- 图表23：2010-2015年中国移动电子商务交易规模（单位：亿元） 44
- 图表24：2010-2015年中国移动电子商务用户规模（单位：万人） 45
- 图表25：2010-2015年中国电子商务B2B企业规模（单位：亿元） 45
- 图表26：2015年中国电子商务B2B企业市场份额（单位：%） 46
- 图表27：2010-2015年中国网络购物市场交易结构（单位：%） 47
- 图表28：2015年中国B2C购物网站市场份额（单位：%） 48
- 图表29：2015年中国C2C购物网站市场份额（单位：%） 49
- 图表30：2015年中国网络商店区域分布图 49
- 图表31：2015年中国网络团购行业交易规模（单位：亿元） 50
- 图表32：2015年中国网络团购产品类型交易规模占比（单位：%） 51
- 图表33：2015年中国网络团购网站市场份额（单位：%） 51
- 图表34：2013-2018年中国电子商务交易规模（单位：亿元，%） 54
- 图表35：2010-2015年中国社会物流总额及增长情况统计表（单位：亿元，%） 55

图表36：2010-2015年中国社会物流总额及增长情况统计表（单位：亿元，%） 55

图表37：2013年社会物流总额及增减变化情况（单位：万亿元，%） 56

图表38：2010-2015年中国社会物流总费用统计表（单位：亿元，%） 57

图表39：2010-2015年中国社会物流总费用统计图（单位：万亿元，%） 57

图表40：2010-2015年中国物流业增加值统计表（单位：亿元，%） 58

图表41：2010-2015年中国物流业增加值统计图（单位：万亿元，%） 59

图表42：2012-2015年物流业固定资产投资及增长表（单位：万亿元，%） 59

图表43：2015年中国物流企业50强排名（单位：万元） 60

图表44：中国物流市场结构分析图 62

图表45："十三五"期间中国物流行业细分领域增速预测（单位：%） 64

图表46：2010-2015年中国电商物流市场规模（单位：亿元） 65

图表47：2015年中国快递企业业务量区域结构图（单位：%） 67

图表48：2015年中国快递企业业务收入区域结构图（单位：%） 67

图表49：2017-2022年中国电商物流市场规模前景预测（单位：亿元） 69

图表50：2012-2015年中国成品油价格变化（单位：元/吨） 72

图表51：2010-2015年中国箱板纸价格变化（单位：元/吨） 79

图表52：2010-2015年中国塑料包装原材料价格变化（单位：元/吨） 79

图表53：2010-2015年中国仓储业增加值（单位：亿元） 81

图表54：2010-2015年仓储业增加值占物流业增加值的比重（单位：%） 81

图表55：2010-2015年中国仓储业保管费用走势（单位：亿元） 82

图表56：2012-2015年大型仓储企业主营业务收入（单位：亿元，%） 83

图表57：2017-2022年大型仓储企业主营业务收入预测（单位：亿元，%） 86

图表58：电子商务企业仓库运作模式占比图（单位：%） 87

图表59：电子商务企业仓库数量分布图（单位：%） 87

图表60：电子商务企业仓库数量分布图（单位：%） 88

图表61：自动化分拣系统应用占比图（单位：%） 89

图表62：2015年电商企业仓库数量预测图（单位：%） 90

图表63：电子商务企业干线运输营运模式占比图（单位：%） 91

图表64：电商干线运输供应商问题 91

图表65：网商终端物流配送营运模式占比图（单位：%） 92

图表66：2010-2015年全国规模以上快递行业业务量（单位：亿件） 93

图表67：2013-2015年全国规模以上快递行业分月业务量情况（单位：亿件） 93

图表68：2015年全国规模以上不同类型快递业务量分布（单位：%） 94

图表69：2015年全国规模以上快递企业业务量地区分布（单位：%） 94

图表70：2010-2015年全国规模以上快递行业业务收入（单位：亿元） 95

图表71：2013-2015年全国规模以上快递行业分月业务收入情况（单位：亿元） 95

图表72：2015年全国规模以上不同快递业务收入分布（单位：%） 96

图表73：2015年全国规模以上快递企业业务收入地区分布（单位：%） 96

图表74：2013-2015年快递行业业务有效申诉分月图（单位：件） 96

图表75：2014年与2015年快递服务申诉分类比较图（单位：件，%） 97

图表76：2013-2015年主要快递企业有效申诉率统计表（单位：件申诉/百万件快件） 97

图表77：2012-2015年国内主要快递企业并购案例 99

图表78：快递企业三足鼎立竞争格局 100

图表79：2017-2022年中国快递行业业务量及增长趋势预测分析图（单位：亿件，%） 100

图表80：2017-2022年中国快递行业业务收入及增长趋势预测分析图（单位：亿元，%） 101

图表81：电商物流服务企业应用排序 101

图表82：电子商务物流企业市场份额（单位：%） 102

图表83：电子商务自建物流配送流程示意图 104

图表84：自建物流运营成本（单位：亩，平方米，万元） 105

图表85：自建物流运营成本（单位：%） 106

图表86：主要电子商务企业自建物流发展状况 106

图表87：电子商务企业自建物流覆盖区域 107

图表88：自建物流配送模式优势分析 108

图表89：自建物流配送模式劣势分析 108

图表90：电子商务第三方物流流程示意图 110

图表91：2013年电子商务企业选择物流商的考虑因素（单位：%） 111

图表92：中国主要快递企业服务和网络覆盖坐标图 112

图表93：第三方物流配送模式优势分析 113

图表94：第三方物流配送模式劣势分析 113

图表95：第四方物流配送模式优势分析 117

图表96：第四方物流配送模式劣势分析 117

图表97：电子商务物流联盟配送流程示意图 119

图表98：物流联盟配送模式优势分析 121

图表99：物流联盟配送模式劣势分析 121

图表100：OSO模式的发展过程 128
图表101：京东商城自建物流覆盖区域 132
图表102：天猫商城经营优劣势分析 136
图表103：2010-2015年京东商城交易额和增长率（单位：亿元，%） 139
图表104：京东商城经营优劣势分析 139
图表105：凡客诚品经营优劣势分析 141
图表106：亚马逊中国经营优劣势分析 143
图表107：当当网经营优劣势分析 145
图表108：1号店经营优劣势分析 146
图表109：橡果国际主要销售产品比重图（单位：%） 148
图表110：橡果国际经营优劣势分析 149
图表111：苏宁云商经营优劣势分析 151
图表112：国美在线经营优劣势分析 152
图表113：新蛋网经营优劣势分析 154
图表114：好乐买经营优劣势分析 156
图表115：麦考林经营优劣势分析 157
图表116：麦包包经营优劣势分析 158
图表117：乐蜂网经营优劣势分析 160
图表118：钻石小鸟经营优劣势分析 161
图表119：芒果网经营优劣势分析 163

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284045.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。