



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022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

《2017-2022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/285422.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

我国快递业务发展迅猛，快递业务量仍2009年的18.6亿件增长到2015年的207亿件，短短6年时间翻了10余倍，尤其是2011年之后，网上购物的爆发式增长，快递包裹平均每年保持54%以上的高速增长。2015年全年规模以上快递业务量207亿件，首次突破200亿大关，2016年前三季度业务量已经超过去年全年业务量，达到211亿件。在快递服务中，客户申诉的问题主要有投递服务、延误、丢失短少、损毁等问题，根据国家邮政局最新统计数据，2016年9月，快递行业有效投诉数量达到15002件，比去年同期增加6%，在有效投诉中，投递服务最多，占比39.4%，其次是延误，占比达到30.1%，由此我们发现，顾客在购物体验中，服务的质量和投递的速度是顾客特别看重的两方面，快递服务链条中，分拣效率对投递速度影响最大，发展自动化分拣设备是快递公司必然的选择。 2011-2016年我国规模以上快递业务量及增速  
2011-2016年我国规模以上快递收入及增速

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 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

###### 2) 居民收入增长情况 24

### 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

电子商务主要包括B2B、B2C、C2C等，其中B2C、C2C直接面向个人消费者，统一归为网络零售。我国网络零售发展迅速，2011年网络零售额仅为8019亿元，到2015年已经超过3.8万元，2016年预计将超过5.2万亿，近五年平均增幅45.8%，预计未来网络零售还将保持较高的增速。2016年全球网络零售额有望达到1.9万亿美元，按照1:6.7汇率折算，全球2016年零售总额为12.8万亿，中国约占据全球41%的从额。同时，我国网络零售额占社会消费品零售额的比例进进高于世界水平，2016年上半年中国占比15.1%，美国占比8.1%，世界平均水平8.7%。中

国的电子商务发展势头迅猛，领跑全球。 2011-2016年我国电子商务规模及增速 2011-2016年我国网络零售构成结构

(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
  - 7.4.71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135
  - 8.1.1天猫商城136
    - (1) 企业发展简况分析137

- (2) 企业经营情况分析138
- (3) 企业经营优劣势分析139

#### 8.1.2京东商城140

- (1) 企业发展简况分析141
- (2) 企业经营情况分析142
- (3) 企业经营优劣势分析143

#### 8.1.3凡客诚品144

- (1) 企业发展简况分析145
- (2) 企业经营情况分析146
- (3) 企业经营优劣势分析147

#### 8.1.4亚马逊中国148

- (1) 企业发展简况分析149
- (2) 企业经营情况分析150
- (3) 企业经营优劣势分析析151

#### 8.1.5当当网152

- (1) 企业发展简况分析153
- (2) 企业经营情况分析154
- (3) 企业经营优劣势分析155

#### 8.2配送行业领先企业经营状况分析156

##### 8.2.1中邮速递EMS 157

- (1) 企业发展简况分析158
- (2) 企业经营情况分析159
- (3) 企业经营优劣势分析160

##### 8.2.2民航快递161

- (1) 企业发展简况分析162
- (2) 企业经营情况分析163
- (3) 企业经营优劣势分析164

##### 8.2.3中铁快运165

- (1) 企业发展简况分析166
- (2) 企业经营情况分析167
- (3) 企业经营优劣势分析168

##### 8.2.4顺丰速运169

(1) 企业发展简况分析	170
(2) 企业经营情况分析	171
(3) 企业经营优劣势分析	172
8.2.5 申通快递	173
(1) 企业发展简况分析	174
(2) 企业经营情况分析	175
(3) 企业经营优劣势分析	176
8.3 仓储行业领先企业经营状况分析	177
8.3.1 中储发展股份有限公司	178
(1) 企业发展简况分析	179
(2) 企业经营情况分析	180
(3) 企业经营优劣势分析	181
8.3.2 江苏新宁现代物流股份有限公司	182
(1) 企业发展简况分析	183
(2) 企业经营情况分析	184
(3) 企业经营优劣势分析	185
8.3.3 山东盖世国际物流集团有限公司	186
(1) 企业发展简况分析	187
(2) 企业经营情况分析	188
(3) 企业经营优劣势分析	189
8.4 运输行业领先企业经营状况分析	190
8.4.1 德邦物流股份有限公司经营情况分析	191
(1) 企业发展简况分析	192
(2) 企业经营情况分析	193
(3) 企业经营优劣势分析	194
8.4.2 天地华宇物流有限公司经营情况分析	195
(1) 企业发展简况分析	196
(2) 企业经营情况分析	197
(3) 企业经营优劣势分析	198
8.4.3 上海佳吉快运有限公司经营情况分析	199
(1) 企业发展简况分析	200
(2) 企业经营情况分析	201

### (3) 企业经营优劣势分析202

## 第九章中国电商物流行业发展前景预测203 (AKLT)

### 9.1 电商物流行业的发展趋势分析204

#### 9.1.1 电商物流的多功能化趋势分析205

#### 9.1.2 电商物流的服务化趋势分析206

#### 9.1.3 电商物流的信息化趋势分析207

#### 9.1.4 电商物流的全球化趋势分析208

### 9.2 电商物流行业投资风险分析209

#### 9.2.1 电商物流行业的政策风险210

#### 9.2.2 电商物流行业的竞争风险211

#### 9.2.3 电商物流企业的自身风险212

### 9.3 电商物流行业投资潜力与建议213

#### 9.3.1 电商物流行业投资机会剖析214

#### 9.3.2 电商物流行业投资建议215

## 部分图表目录：

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5：2014-2016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6：2014-2016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9：2014-2016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12：2014-2016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18：2014-2016年中国电子商务交易规模（单位：万亿元） 41

图表19：2016中国电子商务区域分布情况（单位：%） 42

图表20：2016年中国电子商务行业分布情况（单位：%） 42

图表21：2014-2016年中国电子商务直接从业人员规模（单位：万人） 43

图表22：2014-2016年中国电子商务带动从业人员规模（单位：万人） 43

图表23：2014-2016年中国移动电子商务交易规模（单位：亿元） 44

图表24：2014-2016年中国移动电子商务用户规模（单位：万人） 45

图表25：2014-2016年中国电子商务B2B企业规模（单位：亿元） 45

图表26：2016年中国电子商务B2B企业市场份额（单位：%） 46

图表27：2014-2016年中国网络购物市场交易结构（单位：%） 47

图表28：2016年中国B2C购物网站市场份额（单位：%） 48

图表29：2016年中国C2C购物网站市场份额（单位：%） 49

图表30：2016年中国网络商店区域分布图 49

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285422.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。