

2014-2018年中国电商物流 市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国电商物流市场竞争力分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/wuliu1401/W450434KLE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-01-02

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国电商物流市场竞争力分析及投资前景研究报告》共八章。首先介绍了电商物流相关概述、中国电商物流市场运行环境等，接着分析了中国电商物流市场发展的现状，然后介绍了中国电商物流重点区域市场运行形势。随后，报告对中国电商物流重点企业经营状况分析，最后分析了中国电商物流行业发展趋势与投资预测。您若想对电商物流产业有个系统的了解或者想投资电商物流行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

据资料显示，目前我国的电子商务与现代物流业各自都还处于不成熟的起步阶段，正处于大变革和大发展的时期，更需要观念的融合与沟通，彼此相互促进，共同提高。2012年3月，国家工业和信息化部发布《电子商务“十二五”发展规划》，规划提出，到2015年，电子商务交易额翻两番，突破18万亿元。其中，企业间电子商务交易规模超过15万亿元。

电子商务作为数字化生存方式，代表着未来的贸易方式、消费方式和服务方式。因此要求打破原有物流行业的传统格局，建设和发展以商品代理和配送为主要特征，物流、商流、信息流有机结合的社会化物流配送中心，建立电子商务物流体系。

电子商务最大的优势在于高效，这无疑对物流的效率提出了很高的要求，物流的滞后已经给我国电子商务的发展带来了一定的影响。电子商务把物流业提升到了前所未有的高度，为其提供了空前发展的机遇。

2013年中国电子商务市场交易规模达9.9万亿元，同比增长21.3%；2014年一季度中国电子商务市场交易规模为2.57万亿元，同比增长15.0%。对于快速发展的电子商务，作为重要一环的物流行业是否能够满足市场需求，是否能够在良性的市场竞争格局中服务好电子商务，都成为影响电子商务发展的重要因素。然而现在的快递物流企业过于分散、低价竞争，这不但制约了行业的发展，也有损消费者的权益。对于电子商务公司来说，筹集资金自建物流、并购第三方物流公司等，已经成为解决物流瓶颈的重要举措。目前，京东商城、苏宁易购、阿里巴巴等电商已纷纷筹集重金投资物流。

2012年3月，国家工业和信息化部发布《电子商务“十二五”发展规划》，规划提出，到2015年，电子商务交易额翻两番，突破18万亿元。其中，企业间电子商务交易规模超过15万亿元。

随着电子商务市场的扩大，商品配送需求正在快速膨胀。快递行业的处理能力已经难以跟上货物的激增，网上订购的商品发生配送延迟的情况时有发生。从这一方面看，中国的电子商务行业已经进入仅凭价格低廉和产品种类丰富难以脱颖而出的时代，物流建设才是电商竞争的关键。

第一章 电商物流相关概述

1.1 物流与电商物流

1.1.1 物流的基本理念

1.1.2 电子商务的基本理念

1.1.3 电子商务对物流的影响

1.1.4 电子商务物流的发展史

1.2 电商物流概念及特征

1.2.1 电子商务物流的定义

1.2.2 电子商务物流的特点

1.2.3 电子商务物流的优势

1.3 电子商务环境下的物流模式

1.3.1 自营物流模式

1.3.2 第三方物流模式

1.3.3 物流战略联盟模式

第二章 2012-2014年电商物流行业面临的发展环境

2.1 政策环境

2.1.1 《商贸物流发展专项规划》解读

2.1.2 2012年《快递服务》新标准生效实施

2.1.3 2013年国家下发文件推进物流信息化

2.1.4 2013年快递市场管理新政开始实施

2.1.5 2014年商务部规划电子商务重点任务

2.1.6 “十二五”期间电商物流发展的政策导向

2.2 经济环境

2.2.1 中国经济社会发展成就综述

2.2.2 2013年中国国民经济运行状况

2.2.3 2014年上半年中国经济运行现状

2.2.4 未来中国宏观经济政策走势预测

2.3 社会环境

2.3.1 中国居民消费情况分析

2.3.2 中国居民消费理念分析

2.3.3 电子商务力推中小企业发展

2.3.4 我国网购消费市场迅速升温

2.4 行业环境

2.4.1 中国电子商务市场持续扩张

2.4.2 2013年中国物流行业运行状况

2.4.3 2014年上半年中国物流业运行状况

2.4.4 电子商务对物流活动的要求

2.4.5 电子商务对物流业发展的影响

第三章 2012-2014年电商物流行业总体发展状况

3.1 2012-2014年中国电商物流行业发展概况

3.1.1 国外电商物流发展经验借鉴

3.1.2 中国电子商务步入物流竞争时代

3.1.3 中国电子商务物流逐步走向正轨

3.1.4 国内电子商务物流行业发展态势分析

3.1.5 我国电商物流发展重要动态分析

3.2 电商企业自建物流分析

3.2.1 电商企业纷纷自建物流网络

3.2.2 电子商务企业自建物流的原因阐述

3.2.3 电子商务企业自建物流的利弊分析

3.2.4 结论分析

3.3 不同规模电商企业物流模式比较

3.3.1 小型电商的物流配送模式

3.3.2 中型电商的物流配送模式

3.3.3 大型电商的物流配送模式

3.4 电商物流发展中存在的问题

3.4.1 制约我国电子商务物流发展的因素

3.4.2 我国电商物流行业面临的主要挑战

3.4.3 影响电商物流发展的“瓶颈”及其成因

3.5 发展电商物流行业的对策措施

3.5.1 推动我国电子商务物流发展的对策

3.5.2 多措并举促进电商物流业健康发展

3.5.3 促进电子商务物流配送业发展的主要对策

3.5.4 加快国内电商物流行业发展的建议

第四章 2012-2014年电商物流细分市场分析

4.1 B2B电商物流

4.1.1 B2B主要物流模式分析

4.1.2 我国B2B电商第三方物流发展简况

4.1.3 我国B2B电商第四方物流发展综述

4.1.4 B2B电商物流配送体系亟待健全

4.1.5 B2B电商物流管理模式的创新

4.2 B2C电商物流

4.2.1 我国B2C电商物流市场竞争激烈

4.2.2 B2C电子商务配送模式的选择

4.2.3 B2C电子商务主要物流模式成本比较

4.2.4 B2C电商物流管理模式的创新

4.2.5 我国一线B2C电商物流服务能力比较

4.2.6 酒类B2C电商自建物流遭遇挑战

4.3 C2C电商物流

4.3.1 我国C2C电商物流的配送模式

4.3.2 C2C电子商务的后向物流模式分析

4.3.3 国内C2C电商物流存在的主要问题

4.3.4 C2C电商物流行业未来发展方向

第五章 2012-2014年网络购物物流市场发展分析

5.1 2012-2014年中国网络购物市场发展现状

5.1.1 网购市场规模

5.1.2 网购市场结构

5.1.3 网购市场格局

5.1.4 网购商品类别

5.1.5 网购消费能力

5.1.6 网购地区差异

5.2 2012-2014年网络购物物流业的发展

5.2.1 中国网络购物物流行业发展迅猛

- 5.2.2 网购兴起带动物流配送市场蓬勃发展
- 5.2.3 国内网络购物快递市场规模简析
- 5.2.4 我国网络购物中的物流配送模式简述
- 5.2.5 国内网购物流市场价格竞争难以持续
- 5.2.6 网购物流配送中民营快递业成本与服务分析
- 5.3 网购物流发展面临的挑战及对策
 - 5.3.1 制约网购物流发展的因素及原因
 - 5.3.2 网购物流发展中的问题及对策
 - 5.3.3 发展我国网购物流的措施思路

第六章 2012-2014年电子商务行业第三方物流企业分析

- 6.1 顺丰速运
 - 6.1.1 公司简介
 - 6.1.2 顺丰速运公司发展模式分析
 - 6.1.3 顺丰速运进军高端物流市场
 - 6.1.4 2012年顺丰速运国际化运营取得新成果
 - 6.1.5 2012年顺丰速运正式踏足电商行业
 - 6.1.6 2013年顺丰速运开启平价快递服务
 - 6.1.7 2014年顺丰速运电商快件实现跨省全覆盖
- 6.2 申通快递
 - 6.2.1 公司简介
 - 6.2.2 2012年申通快递跨界进入电商领域
 - 6.2.3 2012年申通快递大手笔并购天天快递
 - 6.2.4 2013年申通快递与上汽集团进行合作
 - 6.2.5 2014年申通快递与深圳国际合谋跨境电商
 - 6.2.6 申通快递试行总部直营管理模式
 - 6.2.7 申通快递为电商提供仓储一体化服务
- 6.3 圆通速递
 - 6.3.1 公司简介
 - 6.3.2 圆通大型集散中心落户淮安
 - 6.3.3 圆通速递试水空运业务
 - 6.3.4 圆通速递航空总部项目签约

- 6.3.5 圆通速递加快直营改革力争上市
- 6.4 中国邮政速递物流
 - 6.4.1 公司简介
 - 6.4.2 2012年中国邮政速递物流获准上市
 - 6.4.3 中国邮政速递物流主营业务状况
 - 6.4.4 中国邮政速递物流的境外经营情况
 - 6.4.5 中国邮政速递物流的市场竞争地位
- 6.5 宅急送
 - 6.5.1 公司简介
 - 6.5.2 宅急送积极加快信息化建设
 - 6.5.3 宅急送与快钱合作助力电商发展
 - 6.5.4 宅急送携手外企开展中欧快递服务
 - 6.5.5 2013年宅急送重点开拓电商物流市场

第七章 2012-2014年电子商务自建物流企业分析

- 7.1 京东商城
 - 7.1.1 公司简介
 - 7.1.2 京东商城凭借独特营销模式迅速壮大
 - 7.1.3 自建物流模式助京东商城取得良好业绩
 - 7.1.4 京东商城试水新盈利模式
 - 7.1.5 京东商城开放物流配送服务
 - 7.1.6 京东商城继续加强物流体系建设
- 7.2 麦考林
 - 7.2.1 公司简介
 - 7.2.2 麦考林经营现状分析
 - 7.2.3 麦考林的物流模式解析
 - 7.2.4 未来麦考林物流发展重点
- 7.3 凡客诚品
 - 7.3.1 公司简介
 - 7.3.2 凡客诚品逐步缩减物流业务
 - 7.3.3 凡客诚品调整赢利模式与供应链体系
 - 7.3.4 深刻解读凡客诚品的战略转型

第八章 博思数据关于电商物流行业投资分析及前景展望

8.1 投资分析

8.1.1 投资潜力

8.1.2 投资热点

8.1.3 投资风险

8.1.4 投资建议

8.2 中国电商物流行业发展趋势

8.2.1 多功能化

8.2.2 一流的服务水平

8.2.3 信息化

8.2.4 全球化

8.3 中国电商物流行业前景预测

8.3.1 我国电商物流市场发展前景乐观

8.3.2 中国电子商务物流发展未来前景预测

8.3.3 跨行业合作或将引领电商物流业发展

8.3.4 2014-2020年中国电商物流未来发展前景预测分析

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 2012-2013年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2012-2013年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2012-2013年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表 2012-2013年房地产开发投资增速（累计同比）

图表 2012-2013年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表 2012-2013年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表 2012-2013年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表 2013-2014年6月国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2013-2014年6月规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2013-2014年6月固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

- 图表 2013-2014年6月社会消费品零售总额名义增速（月度同比）
- 图表 2013-2014年6月居民消费价格上涨情况（月度同比）
- 图表 2013-2014年6月城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）
- 图表 2013-2014年6月农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）
- 图表 2011-2012年分季度中国电子商务市场交易规模
- 图表 2012年中国电子商务市场交易规模细分行业构成
- 图表 2012-2013年社会物流总额及可比变化情况
- 图表 2013年社会物流总费用构成
- 图表 2013-2014年6月社会物流总额及增长变化情况
- 图表 2014年1-6月社会物流总费用构成情况
- 图表 2012年物流快递TOP10企业排行榜
- 图表 主要B2C网站物流服务对比
- 图表 2013-2014年6月中国网络购物市场交易额
- 图表 中国邮政速递物流的速递业务产品体系
- 图表 2014-2020年中国网购交易规模预测
- 图表 2014-2020年中国快递业务收入预测
- 图表 2014-2020年中国快递业务量预测
- 图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/wuliu1401/W450434KLE.html>