

中国电子商务物流行业调研与投资方向分析报告 (2015-2020)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国电子商务物流行业调研与投资方向分析报告（2015-2020）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/200921200921.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

据资料显示，目前我国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。

中国报告网发行的报告书《中国电子商务物流行业调研与投资方向分析报告（2015-2020）》主要研究行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

调研方式和数据来源：中国报告网有自己独立研发部门。部门成员分别擅长在中国宏观经济、食品、医药、机械、IT通讯、能源化工等领域进行深入调查研究。定期不定期采访各行业资深人士，并进行约稿。各行业公开信息：业内企业及上、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；数据部分来自国家统计局数据，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。

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 2013-2014年中国电商物流行业发展环境分析

2.1 政策环境

2.2 经济环境

第三章 2013-2014年电商物流行业总体发展状况

3.1 2013-2014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 我国电商物流发展动态分析

3.2 2013-2014年电子商务物流市场的企业格局

3.3 电商企业自建物流分析

3.3.1 电商企业纷纷自建物流网络

3.3.2 电子商务企业自建物流的原因阐述

3.3.3 电子商务企业自建物流的利弊分析

3.3.4 结论分析

3.4 不同规模电商企业物流模式比较

3.4.1 小型电商的物流配送模式

3.4.2 中型电商的物流配送模式

3.4.3 大型电商的物流配送模式

3.5 电商物流发展中存在的问题

3.5.1 制约我国电子商务物流发展的因素

3.5.2 我国电商物流行业面临的主要挑战

3.5.3 影响电商物流发展的“瓶颈”及其成因

3.6 发展电商物流行业的对策措施

3.6.1 推动我国电子商务物流发展的对策

3.6.2 多措并举促进电商物流业健康发展

3.6.3 促进电子商务物流配送业发展的主要对策

3.6.4 加快国内电商物流行业发展的建议

第四章 2013-2014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 2013-2014年网络购物物流市场发展分析

5.1 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年电子商务行业第三方物流企业分析

6.1 顺丰速运

6.2 申通快递

6.3 圆通速递

6.4 中国邮政速递物流

6.5 宅急送

第七章 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 2012年京东商城试水新盈利模式

7.1.5 2012年京东商城开放物流配送服务

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 中国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 2013年中国电商物流发展走势展望

8.3.5 2015-2020年中国电商物流未来发展前景预测分析

图表详见正文

特别说明：报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/200921200921.html>