

2016-2022年中国电商物流ERP产业运营现状及十三五投资前景预测报告

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《2016-2022年中国电商物流ERP产业运营现状及十三五投资前景预测报告》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/247555247555.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

电子商务ERP把传统ERP中的采购、生产、xiao售、库存管理等物liu及资金liu模块与电子商务中的网上采购、网上xiao售、资金支付等模块整合在一起，以电子及电子技术为手段，以商务为核心，打破国家与地区有形无形的壁垒，让企业从传统的注重内部资源管理利用转向注重外部资源管理利用，从企业内的业务集成转向企业间的业务协同。

中国报告网发布的《2016-2022年中国电商物liuERP产业运营现状及十三五投资前景预测报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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liu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liu与电商物liu

- 一、物liu的基本理念
- 二、电子商务的基本理念
- 三、电子商务对物liu的影响
- 四、电子商务物liu的发展史

第三节 电商物liu概念及特征

- 一、电子商务物liu的新特点
- 二、电子商务物liu的优势
- 三、电子商务物liu源起和发展
- 四、物liu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 2015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、2015年《商贸物流发展专项规划》解读
- 四、2015年“国八条”出台提振物流业利润空间
- 五、2015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 2015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)
- 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 2015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 2015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、2015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、2014年第1季度电子商务平台合作物流企业排名

二、2014年第2季度电子商务平台合作物流企业排名

三、2014年第3季度电子商务平台合作物流企业排名

四、2014年第4季度电子商务平台合作物流企业排名

五、2015年第1季度电子商务平台合作物流企业排名

六、2015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 2015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电商物流管理模式的创新

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电商物流管理模式的创新

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 2015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

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liu市场价格竞争难以持续

六、网购物liu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liu分析

一、国内网店地面发货模式介绍

二、购物网站自建物liu效益明显

三、购物网站争相建设自营物liu平台

四、传统电商物liu与淘宝“大物liu”模式比较

第四节 网购物liu发展面临的挑战及对策

一、制约网购物liu发展的因素及原因

二、网购物liu发展中的问题及对策

三、发展我国网购物liu的措施思路

第六章 2015年中国电商物liu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、2015年顺丰速运建设华中货航枢纽港

五、2015年顺丰速运进军高端物liu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、2015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、2015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、2015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、2015年宅急送与快钱合作助力电商发展

第七章 2015年中国电商物流关联产业分析——电子商务

第一节 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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瞻及趋势预测分析

第一节 2016-2022年中国电商物流行业发展趋势

- 一、多功能化
- 二、物流的服务水平
- 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：（部分）

图表：2014-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2014-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2014-2015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：2011.12-2015.7年我国工业增加值增速统计

图表：2014-2015年我国全社会固定资产投资额走势图（2015年不含农户）

图表：2014-2015年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2014-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2014-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2014-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2015年各月社会物流总额及增长变化情况

图表：2015年社会物流总额及增减变化情况

图表：2015年国内物流实物量增减变化情况

图表：2015年我国社会物流总费用构成情况

图表：2015年我国物流业固定资产投资增长情况

图表：2015年中国沿海（散货）综合运价指数CCBFI

- 图表：2015年物流业PMI指数变化情况
- 图表：2016-2022年规模以上快递企业增长情况
- 图表：2014年第1季度电子商务平台合作物流企业排名情况
- 图表：2014年第2季度电子商务平台合作物流企业排名情况
- 图表：2014年第3季度电子商务平台合作物流企业排名情况
- 图表：2014年第4季度电子商务平台合作物流企业排名情况
- 图表：2015年第1-2季度电子商务平台合作物流企业排名情况
- 图表：2016-2022年中国网购交易金额及增长率
- 图表：2015年网购各类商品的网民比例
- 图表：2015年网购交易额中各类商品所占比例
- 图表：2010-2015年网民半年网购次数
- 图表：2015年七大区域网络购物渗透率
- 图表：2015年部分城市网络购物规模和渗透率
- 图表：2009-2015年中国网购市场用户规模
- 图表：2015年用户网购的主要原因
- 图表：2015年网购用户每月平均网购消费金额
- 图表：2015年网购用户的未来网购意向
- 图表：2015年非用户的未来网购意向
- 图表：2015年购物网站部分相关配套服务一览表
- 图表：2015年国内主要购物网站分类
- 图表：2015年网购市场主要B2C市场份额
- 图表：2015年网购市场C2C市场份额
- 图表：2015年购物网站用户渗透率
- 图表：2015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：2016-2022年我国货运运输量增长情况
- 图表：2016-2022年我国货运周转量增长情况
- 图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行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，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/247555247555.html>