

2014-2020年中国电商物流 市场调研与发展前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国电商物流市场调研与发展前景研究报告》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.cction.com/report/201404/103823.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

《2014-2020年中国电商物流市场调研与发展前景研究报告》报告主要分析了电商物流的市场规模、电商物流产品供需状况、电商物流竞争状况和电商物流主要经营情况、电商物流主要企业的市场占有率，同时对电商物流的未来发展做出科学的预测。

【报告目录】：

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 2014-2020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 2014-2020年电商物流行业总体发展状况

3.1 2014-2020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 2012年我国电商物流发展动态分析

- 3.2 2014-2020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 2014-2020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 2014-2020年网络购物物流市场发展分析

5.1 2014-2020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 2014-2020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 2014-2020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 2011年顺丰速运建设华中货航枢纽港
- 6.1.4 2011年顺丰速运进军高端物流市场
- 6.1.5 2012年顺丰速运国际化运营取得新成果
- 6.1.6 2012年顺丰速运正式踏足电商行业
- 6.2 申通快递
 - 6.2.1 公司简介
 - 6.2.2 2011年申通快递涉足网上零售市场
 - 6.2.3 2012年申通快递跨界进入电商领域
 - 6.2.4 2012年申通快递大手笔并购天天快递
 - 6.2.5 申通快递试行总部直营管理模式
 - 6.2.6 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 2011年圆通大型集散中心落户淮安
 - 6.3.3 2011年圆通速递试水空运业务
 - 6.3.4 2012年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 2011年宅急送与快钱合作助力电商发展
 - 6.5.4 2012年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 2014-2020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 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 2014-2020年中国电商物流未来发展前景预测分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103823.html>