

2024-2030年中国电商物流 行业发展态势与投资前景预测报告

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

《2024-2030年中国电商物流行业发展态势与投资前景预测报告》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/202310/415729.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

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。

中国物流与采购联合会和京东集团联合调查的2023年3月中国电商物流指数为108.3点，比上月提高1.1个点。9个分项指数中，除人员指数有所回落外，总业务量指数、农村业务量指数、实载率指数、履约率指数、成本指数、库存周转指数、物流时效指数和满意率指数均有所上涨。

2021年，中国物流科技热门融资行业融资额分别为网络货运783.5亿元、第三方快递592.9亿元、物流网络332.6亿元、电商自建物流171.2亿元、同城配送157.1亿元、智能快递柜100.17亿元、仓储物流93.2亿元。

2022年618同城好物节，“直播购物小时达”首次升级为“万店直播小时达”。线下就近配送，一小时内快速送达的“即时零售”，正在迎来电商巨头的加速布局。根据达达集团研究院和罗戈研究院联合出品的《2022即时零售履约配送服务白皮书》，2021年中国即时履约配送订单量破300亿单，用户规模超6亿，预计2022年订单量将破400亿单，用户规模将破7.5亿。

近年来，国家十分重视跨境物流行业的发展，政府工作报告、国务院常务会议以及商务部、国家邮政局、海关总署等多次出台相关政策文件，鼓励跨境电商企业和跨境寄递服务企业在境外建立海外仓，出台了一系列政策推动我国跨境电商物流建设。2023年2月1日，中国财政部、海关总署、国家税务总局联合发布《关于跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》，降低跨境电商企业出口退运成本，积极支持外贸新业态发展。2023年2月13日，新华社受权发布《中共中央 国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》，文件提出要加快完善县乡村电子商务和快递物流配送体系，建设县域集采集配中心，推动农村客货邮融合发展，大力发展共同配送、即时零售等新模式，推动冷链物流服务网络向乡村下沉。随着跨境电商物流需求的快速增长，跨境电商物流行业将吸引更多的企业参与，行业竞争将愈发激烈，然而，跨境电商物流的难度相对较大，客户对跨境电商物流的清关效率和保险能力要求的提高需要行业参与者不断增强自身服务能力，借用信息技术推动效率的提升，这种情况下，行业也将加速洗牌。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国电商物流行业发展态势与投资前景预测报告》共十一章

。首先介绍了电子商务物流的概念、发展环境，接着全面分析了中国电商物流行业的总体发展状况。随后，报告详细阐述了不同电商模式、不同电商品类、不同区域的电商物流发展情况，接下来介绍网络购物物流的发展和中國电商物流运作策略，并对电子商务物流行业第三方物流企业及自建物流企业的经营状况做出分析。最后，报告对电商物流行业的投资潜力及发展前景进行分析和预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、国家邮政局、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对电商物流行业有个系统深入的了解、或者想投资电商物流行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

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

第二章 中国电商物流发展面临的外部环境

2.1 政策环境

2.1.1 物流信息互联共享标准出台

2.1.2 物流业发展中长期规划发布

2.1.3 首个电商物流发展文件出台

2.1.4 “互联网+流通”计划发布

2.1.5 电商物流发展专项规划发布

2.2 经济环境

2.2.1 经济发展综合情况

2.2.2 固定资产投资分析

- 2.2.3 国内贸易发展分析
- 2.2.4 交通运输发展情况
- 2.2.5 宏观经济发展走势
- 2.3 社会环境
 - 2.3.1 中国居民收入稳定增长
 - 2.3.2 中国居民消费结构转变
 - 2.3.3 “一带一路”推动物流发展
 - 2.3.4 城镇化改善中西部物流水平
- 2.4 行业环境
 - 2.4.1 电子商务发展模式分析
 - 2.4.2 中国电商市场继续扩张
 - 2.4.3 中国物流行业运行良好
 - 2.4.4 电商物流合作联盟成立
 - 2.4.5 中国商贸物流发展良好

第三章 2021-2023年中国电商物流行业总体分析

- 3.1 2021-2023年中国电商物流行业发展状况
 - 3.1.1 国外电商物流经验借鉴
 - 3.1.2 电商物流市场格局分析
 - 3.1.3 电商物流发展动态分析
 - 3.1.4 电商物流发展迎来拐点
 - 3.1.5 电商物流项目建设情况
- 3.2 电商企业物流模式分析
 - 3.2.1 自建物流SWOT分析
 - 3.2.2 第三方物流SWOT分析
 - 3.2.3 电商物流模式选择分析
 - 3.2.4 众包物流新模式分析
- 3.3 不同规模电商企业配送模式比较
 - 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 不同运输方式电商物流发展态势

- 3.4.1 铁路电商物流配送模式
- 3.4.2 铁路电商物流发展动态
- 3.4.3 铁路电商物流发展策略
- 3.4.4 公路电商物流发展瓶颈
- 3.4.5 航空电商物流平台启用
- 3.5 电子商务逆向物流发展状况
 - 3.5.1 电子商务逆向物流运营模式
 - 3.5.2 电子商务逆向物流存在问题
 - 3.5.3 电子商务逆向物流发展策略
 - 3.5.4 规避退货逆向物流的措施建议
- 3.6 电商物流发展中存在的问题及对策
 - 3.6.1 国内电商物流发展困境
 - 3.6.2 国内电商物流发展瓶颈
 - 3.6.3 电商物流行业发展建议

第四章 2021-2023年不同电商模式的物流配送分析

- 4.1 B2B电商物流
 - 4.1.1 B2B电商主要物流模式
 - 4.1.2 B2B电商第三方物流分析
 - 4.1.3 B2B电商第四方物流分析
 - 4.1.4 医药B2B电商物流的发展
- 4.2 B2C电商物流
 - 4.2.1 B2C电商物流配送模式
 - 4.2.2 B2C电商物流模式成本比较
 - 4.2.3 B2C电商物流配送瓶颈分析
 - 4.2.4 B2C电商逆向物流存在问题
 - 4.2.5 B2C电商物流配送发展对策
 - 4.2.6 B2C电商逆向物流发展策略
- 4.3 C2C电商物流
 - 4.3.1 C2C电商物流的配送模式
 - 4.3.2 C2C配送模式的影响因素
 - 4.3.3 C2C电商物流存在问题

4.3.4 C2C物流配送发展对策

第五章 2021-2023年不同电商品类的物流配送分析

5.1 生鲜电商物流

5.1.1 生鲜电商物流配送模式

5.1.2 物流配送模式对比分析

5.1.3 生鲜电商物流发展状况

5.1.4 生鲜电商物流发展趋势

5.2 农产品电商物流

5.2.1 农产品电商物流配送特点

5.2.2 农产品电商物流配送模式

5.2.3 物流配送模式的对比分析

5.2.4 农产品电商物流存在问题

5.2.5 农产品电商物流发展对策

5.3 体育用品电商物流

5.3.1 体育用品电商物流模式比较

5.3.2 体育用品电商物流发展特点

5.3.3 体育用品电商物流发展策略

5.4 其他品类电商物流

5.4.1 家居电商物流发展情况

5.4.2 医药电商物流模式分析

5.4.3 钢铁电商物流发展方向

5.4.4 奢侈品电商物流发展瓶颈

第六章 2021-2023年不同区域电商物流发展分析

6.1 城市电商物流

6.1.1 城市电商物流配送系统

6.1.2 城市电商物流配送问题

6.1.3 城市电商物流发展对策

6.1.4 城市电商物流发展机遇

6.2 农村电商物流

6.2.1 农村电商物流市场空间

- 6.2.2 农村电商物流成本分析
- 6.2.3 农村电商物流发展瓶颈
- 6.2.4 农村电商物流发展对策
- 6.2.5 农村电商物流发展机遇
- 6.3 跨境电商物流
 - 6.3.1 跨境电商与物流的关系
 - 6.3.2 跨境电商物流模式分析
 - 6.3.3 跨境电商物流发展态势
 - 6.3.4 跨境电商物流发展问题
 - 6.3.5 跨境电商物流发展策略
 - 6.3.6 跨境电商物流企业措施

第七章 2021-2023年网络购物物流市场发展分析

- 7.1 2021-2023年中国网络购物市场发展现状
 - 7.1.1 网购市场规模
 - 7.1.2 网购市场结构
 - 7.1.3 网购市场格局
 - 7.1.4 移动网购市场
 - 7.1.5 本地生活O2O市场
- 7.2 2021-2023年网络购物物流业的发展态势
 - 7.2.1 网购快递市场规模
 - 7.2.2 网购快递共同发展
 - 7.2.3 网购物流发展趋势
- 7.3 网购物流发展面临的挑战及对策
 - 7.3.1 网购物流存在的问题
 - 7.3.2 农村网购物流发展缓慢
 - 7.3.3 发展网购物流的措施思路

第八章 2021-2023年电商物流行业运作策略分析

- 8.1 电商物流成本控制策略
 - 8.1.1 B2C电商物流成本构成
 - 8.1.2 电商物流成本控制问题

- 8.1.3 电商物流降低成本策略
- 8.1.4 电商物流降低成本措施
- 8.2 电商物流服务水平提升策略
 - 8.2.1 电商物流服务特点
 - 8.2.2 电商物流服务存在问题
 - 8.2.3 电商物流服务改进策略
 - 8.2.4 客户满意度提升策略
- 8.3 电商物流折扣期间分销策略
 - 8.3.1 建立物流服务分流体系
 - 8.3.2 建立细化物流配送中心
 - 8.3.3 完善物流分流体系软件
- 8.4 电商物流大数据应用策略
 - 8.4.1 电商物流大数据应用优势
 - 8.4.2 中型电商物流大数据运作策略
 - 8.4.3 大型电商物流大数据运作策略
- 8.5 电商物流三网合一体系构建策略
 - 8.5.1 搭建公共信息平台
 - 8.5.2 设计模块化信息系统
 - 8.5.3 构建物流联盟平台
 - 8.5.4 无线技术的应用

第九章 2021-2023年电子商务行业第三方物流企业分析

- 9.1 中国邮政速递物流
 - 9.1.1 中邮速递企业发展概况
 - 9.1.2 中邮抢占跨境快递市场
 - 9.1.3 包裹快递业务发展动态
 - 9.1.4 中邮布局跨境电商实体
 - 9.1.5 中邮与贝因美战略合作
 - 9.1.6 中邮推出“云仓京融”
- 9.2 顺丰速运
 - 9.2.1 顺丰企业发展概况
 - 9.2.2 顺丰谋求IPO上市

9.2.3 顺丰电商物流个性化服务

9.2.4 顺丰推仓配一口价服务

9.2.5 顺丰进军综合电商平台

9.2.6 顺丰金融助力电商发展

9.3 申通快递

9.3.1 申通快递企业发展概况

9.3.2 申通快递开拓国际市场

9.3.3 申通管理大区改革升级

9.3.4 申通战略入股微快递

9.3.5 申通天天战略重组

9.3.6 申通快递借壳上市

9.4 圆通速递

9.4.1 圆通速递企业发展概况

9.4.2 阿里战略投资圆通速递

9.4.3 圆通速递获航空运输许可

9.4.4 圆通速递推进信息化建设

9.4.5 圆通速递借壳上市动态

9.5 宅急送

9.5.1 宅急送企业发展概况

9.5.2 宅急送转型发展战略

9.5.3 宅急送整合跨境业务

9.5.4 华北分拨配送基地启动

9.5.5 宅急送拆分垂直业务

9.5.6 宅急送战略合作动态

第十章 2021-2023年电子商务自建物流企业分析

10.1 京东

10.1.1 京东企业发展概况

10.1.2 京东打造智慧电商物流网络

10.1.3 京东发展众包物流新模式

10.1.4 京东开发俄罗斯电商市场

10.1.5 京东物流探索无人机配送

- 10.1.6 京东DHL跨境物流合作
- 10.2 苏宁易购
 - 10.2.1 苏宁易购企业发展概况
 - 10.2.2 苏宁获取国际快递牌照
 - 10.2.3 苏宁自建物流转型加速
 - 10.2.4 苏宁物流开放存在问题
 - 10.2.5 苏宁助力农村电商发展
 - 10.2.6 苏宁物流战略合作安得

第十一章 中国电商物流行业投资分析及前景展望

- 11.1 投资分析
 - 11.1.1 投资潜力
 - 11.1.2 投资机遇
 - 11.1.3 投资建议
- 11.2 中国电商物流行业发展趋势
 - 11.2.1 电商物流未来发展趋势
 - 11.2.2 跨境电商物流发展趋势
 - 11.2.3 电商智慧物流发展方向
- 11.3 中国电商物流行业前景预测
 - 11.3.1 电商物流发展空间广阔
 - 11.3.2 铁路电商物流前景乐观
 - 11.3.3 跨境电商物流前景广阔
 - 11.3.4 对2024-2030年中国电商物流行业预测分析

附录

附录一：中华人民共和国邮政法

附录二：“互联网+流通”行动计划

图表目录

- 图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2017-2021年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表 2021年年末人口数量及构成
- 图表 2015-2021年城镇新增就业人数

图表 2015-2021年国家全员劳动生产率

图表 2021年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2015-2021年全国一般公共预算收入

图表 2020-2021年全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2014-2021年社会消费品零售总额

图表 中国八大经济区货运量增长

图表 2014-2021年中国电子商务市场交易规模

图表 2021年中国电子商务市场细分行业构成

图表 传统及电商模式下体育用品物流模式对比

图表 电子商务下城市物流配送系统框架

图表 2019-2021年中国网络购物/手机网络购物用户规模及使用率

图表 2014-2021年中国网络购物市场交易规模

图表 中国B2C购物网站交易规模市场份额

图表 中国自主销售为主B2C网站交易规模市场份额

图表 2014-2021年中国移动网购市场交易规模

图表 2014-2021年中国网购交易额PC端和移动端占比

图表 2014-2021年年中国本地生活O2O市场规模

图表 中国快递业务收入情况

图表 2014-2021年快递业务量及其增长速度

图表 B2C电商企业物流成本分解

图表 电商自营与外包物流服务的比较

图表 冲绳在申通快递中的战略地位

图表 对2024-2030年中国网购交易规模预测

图表 对2024-2030年中国快递业务收入预测

图表 对2024-2030年中国快递业务量预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/415729.html>