|  |
| --- |
| [中国电商物流行业现状调研分析及发展趋势预测报告（2024版）](https://www.20087.com/M_ITTongXun/37/DianShangWuLiuHangYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国电商物流行业现状调研分析及发展趋势预测报告（2024版）](https://www.20087.com/M_ITTongXun/37/DianShangWuLiuHangYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html) |
| 报告编号： | 1856937　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9000 元 |
| 优惠价： | 电子版：7800 元　　纸介＋电子版：8100 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_ITTongXun/37/DianShangWuLiuHangYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　电商物流行业在全球范围内经历了爆炸性增长，尤其是在疫情背景下，线上购物成为常态。物流网络的优化、最后一公里配送的创新和仓储自动化的发展，极大地提升了配送速度和客户满意度。无人机和无人车的试点应用，预示着未来物流配送方式的变革。
　　未来，电商物流将更加依赖于数字化和自动化。通过大数据分析，物流公司能够预测消费趋势，优化库存管理和配送路线，减少物流成本。同时，区块链技术的应用将提高供应链的透明度和安全性，保障商品的真实性。此外，绿色物流将成为行业发展的重点，推动包装材料的循环利用和低碳运输方式的普及，以减少对环境的影响。
　　《[中国电商物流行业现状调研分析及发展趋势预测报告（2024版）](https://www.20087.com/M_ITTongXun/37/DianShangWuLiuHangYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html)》通过对行业现状的深入剖析，结合市场需求、市场规模等关键数据，全面梳理了电商物流产业链。电商物流报告详细分析了市场竞争格局，聚焦了重点企业及品牌影响力，并对价格机制和电商物流细分市场特征进行了探讨。此外，报告还对市场前景进行了展望，预测了行业发展趋势，并就潜在的风险与机遇提供了专业的见解。电商物流报告以科学、规范、客观的态度，为相关企业和决策者提供了权威的行业分析和战略建议。

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、电子商务基本定义
　　　　2、电子商务发展阶段
　　　　6、电子商务基本特征
　　　　4、电子商务支撑环境
　　　　5、电子商务基本模式
　　　　6、电子商务规模分析
　　　　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导向
　　2.2 经济环境
　　　　2.2.1 经济发展综合情况
　　　　1、中国GDP分析
　　　　2、工业发展形势
　　　　3、恩格尔系数分析
　　　　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 全球电商市场继续扩张
　　　　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 中国电商物流行业总体分析
　　3.1 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
　　　　1、“懒人经济”兴起“京东众包”上线
　　　　2、圆通获阿里数十亿战略投资站队“阿里系”
　　　　3、圆通成立航空货运公司购15架货机快递业打响空战
　　　　5、申通、天天抱团重组整合资源管理层打通
　　　　6、快递“实名制”正式推行理想很美好现实很骨感
　　　　7、申通拟169亿元借壳艾迪西上市冲刺民营快递第一股
　　　　8、货运O2O上演“跑马圈地”资本介入加速行业洗牌
　　　　9、中国快递进入“200亿件”时代稳坐全球第一
　　　　10、国家多次发文鼓励和规范快递行业发展
　　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 中小型电商的物流配送模式
　　　　3.3.2 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SWOT分析
　　　　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 公路电商物流发展动态
　　　　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 逆向物流模式选择分析
　　　　3.5.3 逆向物流模式选择策略
　　　　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 配送问题及对策
　　　　3.6.2 服务问题及对策
　　　　3.6.3 仓储问题及对策
　　3.7 企业电商外包物流分析
　　　　3.7.1 快递业务的收入情况
　　　　3.7.2 快递业竞争格局分析

第四章 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模式物流配送问题分析
　　　　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
　　　　4.1.5 B2B电商市场概况
　　　　4.1.6 B2B电商的供应链
　　4.2 B2C电商物流
　　　　4.2.1 B2C电商物流配送模式
　　　　4.2.2 B2C电子商务配送模式的探讨与选择
　　　　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
　　　　4.2.7 B2C电商市场概况
　　　　4.2.8 B2C电商盈利模式
　　　　4.2.9 B2C电商物流模式
　　　　4.2.10 B2C电商物流模式选择
　　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
　　　　4.3.5 C2C电商市场概况
　　　　4.3.6 C2C电商盈利模式
　　　　4.3.7 C2C电商信用体系
　　　　4.3.8 C2C电商物流特征
　　　　4.3.9 C2C电商企业发展示例分析

第五章 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 生鲜电商模式对比分析
　　　　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 我国体育用品企业的物流管理现状
　　　　5.3.2 体育用品企业物流管理的电子商务化途径
　　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 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 电子商务下的城市物流配送模式研究
　　　　1、电子商务下城市物流配送的优势
　　　　2、电子商务下城市物流配送系统框架
　　　　3、城市物流配送模式类型
　　　　4、四种城市物流配送模式的比较
　　　　5、结论
　　　　6.1.3 城市电商物流发展对策
　　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 跨境电商物流发展问题
　　　　6.3.4 跨境电商物流发展策略
　　　　6.3.5 跨境电商物流发展趋势

第七章 网络购物物流市场发展分析
　　7.1 中国网络购物市场发展现状
　　　　7.1.1 网民基本情况分析
　　　　1、总体网民规模分析
　　　　2、分省网民规模分析
　　　　3、手机网民规模分析
　　　　4、网民属性结构分析
　　　　5、网络购物市场规模分析
　　　　7.1.2 网民互联网应用状况
　　　　1、信息获取情况分析
　　　　2、商务交易发展情况
　　　　3、交流沟通现状分析
　　　　4、网络娱乐应用分析
　　　　7.1.3 网购消费特点
　　　　7.1.4 网购商品类别
　　　　7.1.5 网购消费习惯
　　7.2 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 网上购物发展趋势
　　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 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 电商物流成本控制研究背景及意义
　　　　8.1.3 电子商务和物流成本的基本内涵
　　　　8.1.4 电子商务企业物流成本控制现状分析
　　　　8.1.5 降低电子商务企业物流成本的几点建议
　　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 电子商务新物流时代的发展趋势
　　8.3 电商物流折扣期间分销策略
　　　　8.3.1 电商折扣活动期间物流体系的瓶颈问题
　　　　1、产品弹性大而物流供给弹性相对较小
　　　　2、电商折扣期物流体系较为混乱且整体信息化水平不高
　　　　3、物流供应链缺乏完备性
　　　　4、电商物流“最后一百米”存在问题
　　　　8.3.2 构建物流服务分流体系的建议
　　　　1、建立完备的物流服务分流体系
　　　　2、物流配送中心的建立和细化
　　　　3、完善物流分流体系的软件部分
　　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 电商物流运作策略分析
　　　　8.4.3 电商物流运作案例
　　　　8.4.4 电商物流大数据前景
　　8.5 电商物流三网合一体系构建策略
　　　　8.5.1 “三网合一”的电子商务物流配送网络体系
　　　　1、实体配送网
　　　　2、虚拟配送网
　　　　3、客户营销网
　　　　8.5.2 “三网合一”的构建策略
　　　　1、广泛采用无线技术
　　　　2、注重公共信息平台的搭建
　　　　3、注意标准的采用
　　　　4、注重信息系统的模块化设计
　　8.6 电商市场策略分析

第九章 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 中邮开通包裹自提业务
　　　　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
　　9.2 顺丰速运
　　　　9.2.1 顺丰速运企业发展概况
　　　　9.2.2 顺丰电商物流个性化服务
　　　　9.2.3 顺丰推仓配一口价服务
　　　　9.2.4 顺丰进军综合电商平台
　　　　9.2.5 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 申通快递开拓美国市场
　　　　9.3.3 申通管理大区改革升级
　　　　9.3.4 申通快递开通日本专线
　　　　9.3.5 申通快递驿马快递合作
　　　　9.3.6 申通快递上海片区工会联合会成立
　　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 圆通速递拟借壳大杨创世上市
　　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 宅急送将于2024年完成第二轮战略融资

第十章 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 京东金融与益博睿合作研发防欺诈系统
　　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
　　10.3 淘宝网
　　　　10.3.1 网站发展基本概述
　　　　10.3.2 网站发展策略分析

第十一章 [中^智^林^]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 投资风险
　　　　1、政策风险
　　　　2、行业竞争风险
　　　　3、企业自身风险
　　　　11.1.4 投资案例
　　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 物流智能化发展空间广阔
　　　　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 中国电商物流行业预测分析
　　　　附录一：中华人民共和国邮政法
　　　　附录二：物流业发展中长期规划（2014-2020年）
　　　　附录三：“互联网+流通”行动计划

图表目录
　　图表 1 2019-2024年中国电子商务市场规模
　　图表 2 电商物流的发展经历了5个代纪
　　图表 3 2023-2024年国民生产总值（GDP）表
　　图表 4 2023-2024年份工业增加值增长
　　图表 5 2023-2024年中国固定资产投资情况
　　图表 6 2023-2024年中国海关进出口增减情况一览表
　　图表 7 2023-2024年全国社会物流总额及增长变化情况
　　图表 8 自建物流SWOT
　　图表 9 第三方物流SWOT
　　图表 10 电子商务配送方式的需求
　　图表 11 对物流服务的配送时效需求
　　图表 12 对电子商务物流服务履行承诺的需求
　　图表 13 对同一订单分次配送是否接受
　　图表 14 对自定义时段物流配送服务的需求情况
　　图表 15 对个性化与差异化物流配送服务的需求
　　图表 16 2019-2024年中国快递业务收入
　　图表 17 2023-2024年分专业快递业务收入比较分析表
　　图表 18 2024年中国分地区快递业务结构图
　　图表 19 2024年中国分地区快递业务分量结构图
　　图表 20 2024年中国医药电商销售占比
　　图表 21 中国医药批发竞争层次
　　图表 22 2019-2024年中国中小企业B2B电子商务市场营收规模及预测
　　图表 23 2019-2024年中国主要中小企业B2B电子商务运营商总营收市场份额
　　图表 24 B2B供应链管理系统框架图
　　图表 25 B2B系统供应链流程图
　　图表 26 2019-2024年中国电子商务B2C市场交易规模及预测
　　图表 27 2019-2024年中国电子商务C2C市场交易规模及预测
　　图表 28 2024年中国自主销售为主B2C网站交易规模市场份额
　　图表 29 企业自建虚拟物流系统和实物配送系统
　　图表 30 采用第三方虚拟物流系统，自建实物配送系统
　　图表 31 采用第三方实物配送系统，自建虚拟物流系统
　　图表 32 采用第三方虚拟物流系统和第三方实物配送系统
　　图表 33 2019-2024年中国总体网民规模及互联网普及率
　　图表 34 2024年中国内地分省网民规模及互联网普及率
　　图表 35 2019-2024年中国手机网民规模及网民比例
　　图表 36 2019-2024年中国网民城乡结构分析表
　　图表 37 折扣商品电商与物流情况
　　图表 38 商品流通图
　　图表 39 分流体系结合图
　　图表 40 电子商务新用户的获取途径
　　图表 41 电商市场推广常用策略结构图
　　图表 42 顺丰“电商专配”增加/减免项
　　图表 43 2019-2024年京东覆盖人数
　　图表 44 2019-2024年京东访问次数
　　图表 45 2024年淘宝用户网购时间分布
　　图表 46 2024年淘宝用户单个购物时长
　　图表 47 2024年淘宝集市网购路径分布
　　图表 48 2024年淘宝网不同单日网购行为的用户分类
　　图表 49 2019-2024年淘宝网覆盖人数
　　图表 50 2019-2024年淘宝网访问次数
　　图表 51 2024-2030年中国物流快递量走势预测
　　图表 52 2024-2030年中国电商物流行业产值预测
略……

了解《[中国电商物流行业现状调研分析及发展趋势预测报告（2024版）](https://www.20087.com/M_ITTongXun/37/DianShangWuLiuHangYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html)》，报告编号：1856937，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/M_ITTongXun/37/DianShangWuLiuHangYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！