

2019-2025年中国电商物流行业市场研究及发展趋势研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国电商物流行业市场研究及发展趋势研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201907/757070.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

由于现阶段电商快递是快递最主要的构成，电商的相对景气必然也将帮助快递行业增长实现相对较高速的增长。由于电商竞争格局集中，按照电商主体分类，对 2019 年我国快递业务量增长进行预测。公式如下：

$$\begin{aligned} \text{快递行业业务量} &= \text{商务及个人件} + \text{网购件} = \text{商务及个人件} + \text{网购件} \\ &= \text{商务及个人件} + (\text{电商件} + \text{微商件}) = \text{商务及个人件} + (\text{阿里平台件} + \text{京东平台件} + \text{拼多多平台件} + \text{其他平台件}) + \text{微商件} \end{aligned}$$

核心假设如下：1) 商务及个人件 2019 年同比增长 10%左右；2) 阿里的中国零售平台 2019 年 GMV 同比增长 17%左右，平均每单 GMV 保持稳定；3) 京东平台 2019 年 GMV 同比增长 22%左右，平均每单 GMV 同比增长 6%左右；4) 拼多多平台 2019 年实际的实物 GMV 同比增长 90%左右，平均每单 GMV 为 48 元左右；5) 其他电商及微商整体 2019 年 GMV 维持稳定增长水平，平均每单 GMV 稳步提升。

最后测算结果如下，2019 年快递业务量仍然可维持 20%以上的较高速增长，将有望超过 610 亿件。

2019 年我国快递业务量预测结果 序号 项目 2018年 2019年 1

总业务量 (亿件)	507.6	619	- yoy	26.7%	22%	1.1	商务件+个人散件 (亿件)	76.8	83	- yoy	12%	10%						
1.2	网购件 (亿件)	432.5	536.8	- yoy	30%	26%	1.2.1	阿里平台件 (亿件)	263.3	309	-	阿里实物GMV (万亿元)	5.1	36	-	每单GMV (元)	195	195
1.2.2	京东平台件 (亿件)	32.3	37	-	京东实物GMV (万亿元)	1.5	1.8	-	每单GMV (元)	464	489							
1.2.3	拼多多平台件 (亿件)	86	137	-														

1.2.4	拼多多GMV (万亿元, 剔除取消订单等情况)	0.36	0.66	-	每单GMV (元)	42	48				
	其他电商+微商件 (亿件)	51	52.5	-	其他GMV (万亿元)	0.85	0.91	-	每单GMV (元)	167	173

智研咨询发布的《2019-2025年中国电商物流行业市场研究及发展趋势研究报告》共十一章。首先介绍了中国电商物流行业市场发展环境、电商物流整体运行态势等，接着分析了中国电商物流行业市场运行的现状，然后介绍了电商物流市场竞争格局。随后，报告对电商物流做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电商物流行业发展趋势与投资预测。您若想对电商物流产业有个系统的了解或者想投资中国电商物流行业，本报告是您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 2014-2018年中国电商物流所属行业总体分析

3.1 2014-2018年中国电商物流行业发展状况

短期，EPS 稳增长，估值低，具有投资吸引力。预计2019年通达系龙头继续抢占二三线快递企业的市场份额，行业价格战持续但不恶化，预计A股韵达、圆通、申通 2019 年业务量增速仍然会明显高于预测的 23%左右的行业增速，但是通达系公司单票收入仍然会呈下滑趋势，且下滑幅度有望高于单票成本下滑幅度，毛利率有下行压力，预计韵达、圆通、申通 2019 年收入增速略高于行业量的增速，2019年扣非净利润增速与行业量的增速在同一水平区间。以2019年1月18日股价为基准，韵达、圆通、申通三者的2019年扣非净利润对应的PE分别为13倍、14倍、21倍；以2019年扣非利润增速g来看，三者PEG均低于1，估值具有吸引力。

2019/1/18市值公司盈利市值

2019年公司扣非净利润预测及估值

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 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018年网络购物物流市场发展分析

7.1 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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(ZYGXH)

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 2019-2025年中国电商物流行业预测分析(ZYGXH)

图表目录：

图表 2011-2018年国内生产总值及其增长速度

图表 2011-2018年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2018年年末全国人口数及其构成

图表 2011-2018年城镇新增就业人数

- 图表 2011-2018年国家全员劳动生产率
- 图表 2018年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表 2011-2018年全国一般公共预算收入
- 图表 2011-2018年年末国家外汇储备
- 图表 2011-2018年全社会固定资产投资
- 图表 2018年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比
- 图表 2018年分行业固定资产投资（不含农户）及其增速
- 图表 2011-2018年社会消费品零售总额
- 图表 2018年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表 2018年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
- 图表 2011-2018年全国居民人均可支配收入及其增长速度
- 图表 2018年全国居民人均消费支出及其构成
- 图表 2018年中国八大经济区货运量增长
- 图表 2011-2018年中国电子商务市场交易规模
- 图表 2018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 2014-2018年中国网络购物/手机网络购物用户规模及使用率
- 图表 2011-2018年中国网络购物市场交易规模
- 图表 2011-2018年中国网络购物市场交易规模结构
- 图表 2018年中国B2C购物网站交易规模市场份额
- 图表 2018年中国自主销售为主B2C网站交易规模市场份额
- 图表 2011-2018年中国移动网购市场交易规模
- 图表 2011-2018年中国网购交易额PC端和移动端占比
- 图表 2011-2018年年中国本地生活O2O市场规模
- 图表 2013-2018年中国快递业务收入情况
- 图表 2011-2018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 2018年中国电子商务行业风险投资领域分布
- 图表 2018年中美两国智能交通行业风险投资数量对比
- 图表 2019-2025年中国网购交易规模预测
- 图表 2019-2025年中国快递业务收入预测
- 图表 2019-2025年中国快递业务量预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201907/757070.html>