

2010-2015年到户配送行业发展前景分析及投资风险预测报告

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《2010-2015年到户配送行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/8822688226.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

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

随着近几年电子商务的快速发展，给到户配送提供了一个优良的信息平台，在此基础上，网上采购、在线拍卖、B2C、E物流公司等如雨后春笋般不断涌现，出现了一批以网络为依据实行直接面对消费者的网上配送公司，也因此促进了更多的企业对该类渠道的关注。到户配送作为一个正在悄悄崛起的渠道模式基本遵循了以上原则，适应了未来渠道发展趋势的所向，现有的直接入户渠道主要有邮政的配送系统、报社的送报上户、乳品企业的订奶入户、桶装水的送水到家、粮油的送货上门、网上订购以及各商超或卖场的送货上门等等。到户配送无所不在的网络、面对面的交流、最快的信息反馈、良好的现金流、几十万乃至几百万的家庭客户资料构成了其它渠道无法比拟的优势。到户配送面对着海量的直接家庭消费群体，这其实对快速消费品来讲更是一个很好的销售渠道。越来越多的企业认识到到户配送的重要性，从最早的可乐、娃哈哈、啤酒等企业 与邮政配送网络实施合作以后，出现了很多的企业与配送机构的合作，到户配送也从过去的单一品种向多元化发展，甚至有的企业已经开始了自建配送网络。在市场快速发展的今天，除了配送企业自身在培养到户配送的渠道之外，一只行业的巨鳄也已经盯上了这块蛋糕——那就是物流企业，携其强大的资本、丰富的物流经验打造配送行业的航母。当然物流企业的目的是控制渠道，其最后的目标也还是利用渠道的优势与有需求的企业的进行合作从而获取利润。另外我们不可忽视的还有外来资本的进入后，他们要操作中国市场不可能或者很难从头再开辟一个新的渠道，不管是实施收购还是进行整合，都不会对这块蛋糕不理不睬，这是值得引起重视的问题。

2010年5月份，国家邮政局18家快递企业颁发国际快递业务经营许可证。加上此前国家邮政局向9家企业核准颁发的国际快递业务经营许可证、各省（市）邮政管理局向99家快递企业颁发的省（市）内快递业务经营许可证，到目前全国获颁快递业务经营许可证的企业已达126家。中国快递行业初步呈现出有序发展态势。《快递业务经营许可管理办法》与新修订的《邮政法》自2009年10月1日起正式施行。从近一年来的情况看，这对有效规范快递业务经营、让快递行业更加有序健康发展、广大消费者更多受益起到了非常积极的作用。近年来，我国快递市场发展迅速。到目前，在邮政管理部门备案的经营快递业务的企业已有2000多家，企业分支机构有5000多家，从业人员40万人以上，年产值超过500亿元，年业务增长速度达20%以上。为促进经济社会发展和方便人民生活做出了重要贡献。但客观上，快递市场迅速发展的同时，也存在服务质量不高、缺乏准入门槛、安全隐患较多等突出问题。与国际快递巨头相比差距较大。实施快递业务经营许可管理制度根本目的就是为了推动我国快递企业转变发展方式，实现可持续发展。

2010年十一之后，证照齐全便成为快递业务经营的硬条件。但目前成功取得经营许可的企业却寥寥无几，取得营业执照的企业更是几乎没有。《新邮政法》规定，2010年10月1日以后，快递公司需要先取得《快递业务经营许可证》再办理《工商营业执照》才能合法经营。其中，要取得《许可证》，有三大硬指标是门槛的主要高度，也是促成快递行业洗牌的主要推力，即：

法人条件、注册资本、从业人员持证率。这些证照的取得需要快递企业跨过三大硬指标加高的门槛:法人条件、注册资本和从业人员持证率。10月1日后,快递业或将面临一次大的洗牌。快递业务是竞争性业务,快递市场是一个发展迅速、潜力巨大、竞争激烈的市场。据不完全统计,2009年中国13亿多人口全年快递业务消费量共20亿件,而美国3亿人口全年快递业务消费量却达75亿件。与中国人口基数相比,中国快递业还有巨大的发展潜力。随着快递业务许可证制度的施行,之前一系列关乎快递物流规划的政策也将助力快递行业发展。国家邮政局关于落实物流业调整和振兴规划实施意见;国家邮政局与中国民用航空局联合下发了加强邮件航空运输工作的通知;重点区域快递服务发展规划已经编制完成。这种环境下,我国邮政快递业的发展应该走上一条兼顾企业与行业、兼顾规模与效益、兼顾眼前与长远的发展之路。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家商务部、中国交通运输部、中国物流行业协会、中国仓储协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及到户配送研究单位等公布和提供的大量资料,结合对到户配送相关企业的实地调查,对我国到户配送行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究,并重点分析了到户配送行业的前景与风险。报告揭示了到户配送市场潜在需求与潜在机会,为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据,同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球到户配送行业发展分析

第一节 2009-2010年全球到户配送市场分析

一、2009年全球到户配送市场回顾

二、2009年全球到户配送市场环境

三、2010年全球到户配送需求分析

四、2010年全球到户配送市场规模

第二节 部分国家地区到户配送行业发展状况

一、2009-2010年美国到户配送行业发展分析

二、2009-2010年欧洲到户配送行业发展分析

三、2009-2010年日本到户配送行业发展分析

四、2009-2010年韩国到户配送行业发展分析

第二章 我国到户配送行业发展现状

第一节 我国到户配送行业发展状况

一、2009年中国到户配送行业发展回顾

二、2009年到户配送行业发展情况分析

三、2009年我国到户配送市场特点分析

四、2010年我国到户配送市场发展分析

第二节 中国到户配送行业供需分析

一、2009年中国到户配送市场供给总量分析

二、2009年中国到户配送市场供给结构分析

三、2010年中国到户配送市场需求总量分析

四、2010年中国到户配送市场需求结构分析

五、2010年中国到户配送市场供需平衡分析

第三章 到户配送行业市场状况分析

第一节 宅配业市场发展概况

一、宅配的定义

二、宅配服务分类

三、宅配业与其它货物运送业的比较

第二节 世界到户配送业发展分析

一、日本宅配便发展分析

二、宅配业在台湾发展分析

第三节 中国配送到户发展分析

一、配送到户渠道分析

二、配送到户发展背景

三、配送到户发展潜力

四、配送到户发展趋势

五、配送到户发展机遇

第四章 中国到户配送业细分市场状况分析

第一节 中国快运快递行业发展分析

一、我国快运快递行业发展现状

二、我国快运速递业格局现状

三、快递行业盈利的关键要素分析

四、快递行业发展的影响因素分析

第二节 网络购物配送到户分析

一、网上购物发展模式分析

二、网络购物消费者分析

三、网上购物配送存在问题分析

四、电子商务物流配送体系的发展

第三节 电视购物配送到户发展分析

- 一、电视购物发展现状
- 二、电视购物的经营模式
- 三、电视购物配送的发展分析
- 第四节 零售业配送到户发展分析
 - 一、便利店的配送系统分析
 - 二、网络零售配送市场分析
 - 三、连锁超市物流配送发展分析
 - 四、连锁零售业物流配送现状分析
- 第五章 中国到户配送行业运作模式分析
 - 第一节 到户配送模式分析
 - 一、D2D配送模式典型案例分析
 - 二、电子配送模式分析
 - 三、共同配送模式分析
 - 第二节 典型案例分析
 - 一、当当网配送模式分析
 - 二、卓越网的物流配送发展分析
 - 第三节 配送到户发展策略分析
 - 一、降低配送成本的策略分析
 - 二、高科技产品配送入户策略
 - 三、基于SCM下的物流配送网络规划
- 第六章 到户配送行业投资与发展前景分析
 - 第一节 2009年到户配送行业投资情况分析
 - 一、2009年到户配送行业总体投资结构
 - 二、2009年到户配送行业投资规模情况
 - 三、2009年到户配送行业投资增速情况
 - 四、2009年到户配送分行业投资分析
 - 五、2009年到户配送分地区投资分析
 - 第二节 到户配送行业投资机会分析
 - 一、到户配送投资项目分析
 - 二、可以投资的到户配送模式
 - 三、2010年到户配送投资机会
 - 四、2010年到户配送细分行业投资机会
 - 五、2010年到户配送投资新方向
 - 第三节 到户配送行业发展前景分析
 - 一、到户配送市场发展前景分析

- 二、我国到户配送市场蕴藏的商机
- 三、后危机时代到户配送市场的发展前景
- 四、2010年到户配送市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年到户配送市场面临的发展商机
- 第二部分 市场竞争格局与形势
- 第七章 到户配送行业竞争格局分析
- 第一节 到户配送行业集中度分析
- 一、到户配送市场集中度分析
- 二、到户配送企业集中度分析
- 三、到户配送区域集中度分析
- 第二节 到户配送行业主要企业竞争力分析
- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析
- 第三节 到户配送行业竞争格局分析
- 一、2009年到户配送行业竞争分析
- 二、2009年中外到户配送产品竞争分析
- 三、2009-2010年国内外到户配送竞争分析
- 四、2009-2010年我国到户配送市场竞争分析
- 五、2009-2010年我国到户配送市场集中度分析
- 六、2010-2015年国内主要到户配送企业动向
- 第八章 2010-2015年中国到户配送行业发展形势分析
- 第一节 到户配送行业发展概况
- 一、到户配送行业发展特点分析
- 二、到户配送行业投资现状分析
- 三、到户配送行业总产值分析
- 四、到户配送行业技术发展分析
- 第二节 2009-2010年到户配送行业市场情况分析
- 一、到户配送行业市场发展分析
- 二、到户配送市场存在的问题
- 三、到户配送市场规模分析
- 第三节 中国到户配送市场发展对策
- 一、发展中国到户配送市场的思路

二、中国到户配送市场发展策略分析

三、中国到户配送市场发展的新思路

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国到户配送行业整体运行指标分析

第一节 2009-2010年中国到户配送行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业市场规模分析

第二节 2009-2010年中国到户配送行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 到户配送行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年到户配送价格走势分析

二、2009-2010年到户配送行业成本分析

第二节 盈利水平分析

一、2009-2010年到户配送行业价格走势

二、2009-2010年到户配送行业营业收入情况

三、2009-2010年到户配送行业毛利率情况

四、2009-2010年到户配送行业赢利能力

五、2009-2010年到户配送行业赢利水平

六、2010-2015年到户配送行业赢利预测

第十一章 到户配送行业盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国到户配送行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009-2010年中国到户配送行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009-2010年中国到户配送行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第十二章 重点到户配送企业分析

第一节 UPS

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第二节 FedEx

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第三节 DHL

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四节 TNT

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第五节 中铁快运股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第六节 北京宅急送快运股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第七节 中国民航快递

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 到户配送行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 到户配送行业投资效益分析

一、2009年到户配送行业投资状况分析

二、2009年到户配送行业投资效益分析

三、2010-2015年到户配送行业投资方向

四、2010-2015年到户配送行业投资建议

第四节 到户配送行业投资策略研究

一、2009年到户配送行业投资策略

二、2010年到户配送行业投资策略

三、2010-2015年到户配送行业投资策略

四、2010-2015年到户配送细分行业投资策略

第十四章 到户配送行业投资风险预警

第一节 影响到户配送行业发展的主要因素

一、2010年影响到户配送行业运行的有利因素

二、2010年影响到户配送行业运行的稳定因素

三、2010年影响到户配送行业运行的不利因素

四、2010年我国到户配送行业发展面临的挑战

五、2010年我国到户配送行业发展面临的机遇

第二节 到户配送行业投资风险预警

一、2010-2015年到户配送行业市场风险预测

二、2010-2015年到户配送行业政策风险预测

三、2010-2015年到户配送行业经营风险预测

四、2010-2015年到户配送行业竞争风险预测

五、2010-2015年到户配送行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 到户配送行业发展趋势分析

第一节 2010-2015年中国到户配送市场趋势分析

一、2009-2010年我国到户配送市场趋势总结

二、2010-2015年我国到户配送发展趋势分析

第二节 2010-2015年到户配送产品发展趋势分析

一、2010-2015年到户配送产品开发趋势分析

二、2010-2015年到户配送产品价格趋势分析

第三节 2010-2015年中国到户配送行业供需预测

一、2008-2012年中国到户配送供给预测

二、2010-2015年中国到户配送需求预测

三、2010-2015年中国到户配送价格预测

第四节 2010-2015年到户配送行业规划建议

一、到户配送行业“十一五”整体规划

二、到户配送行业“十二五”规划预测

三、2010-2015年到户配送行业规划建议

第十六章 到户配送企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、到户配送价格策略分析

二、到户配送渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高到户配送企业竞争力的策略

一、提高中国到户配送企业核心竞争力的对策

二、到户配送企业提升竞争力的主要方向

三、影响到户配送企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高到户配送企业竞争力的策略

第四节 对我国到户配送品牌的战略思考

一、到户配送实施品牌战略的意义

二、到户配送企业品牌的现状分析

三、我国到户配送企业的品牌战略

四、到户配送品牌战略管理的策略

图表目录

图表：到户配送产业链分析

图表：到户配送行业生命周期

图表：2009-2010年中国到户配送行业市场规模

图表：2009-2010年全球到户配送产业市场规模

图表：宅配业之输配送系统

图表：宅配服务业流通图

图表：宅配业与其它运送业之比较表

图表：供给企业的物流作业指标

图表：物流设备利用率

图表：物流信息系统拥有状况

图表：物流信息系统业务模块

图表：物流信息系统功能

图表：未来物流服务内容

图表：B2C与C2C的比较

图表：2010年B2C整体市场规模预测

图表：消费者进行过网络购物的比例

图表：有过网络购物经历的网民结构

图表：网民选择网络购物的原因分布

图表：没有尝试网络购物的原因分布

图表：网民网络购物频率分布

图表：网民平均每次购买金额分布

图表：不同频率的网络购物客单价分布

图表：网络购物的付款方式分布

图表：网民未来是否会进行网络购物

图表：网民期望网络购物商品价格

图表：网民对网络购物各个环节评价的平均值

图表：网络购物应该改进方面分布

图表：网民网络购物满意度

图表：上海卖家异地配送在销售中所占比例对总销售量的影响

图表：TNT公司现状一览表

图表：2008-2009年物流业对国民经济发展的贡献

图表：2008-2009年中国国内生产总值与社会物流总额

图表：民营物流企业人数

- 图表：民营物流企业成立时间
- 图表：2008年中国最具竞争力50强物流企业中的民营企业
- 图表：民营物流企业资产总额
- 图表：民营物流企业网点数
- 图表：民营物流企业服务内容
- 图表：民营物流企业信息系统
- 图表：民营物流企业的企业性质
- 图表：2010年1季度公路货物运输市场价格
- 图表：2010年1季度公路货物运输市场价格指数示意图
- 图表：2010年1季度公路货物运输市场价格指数表
- 图表：2010年2季度路货物运输市场价格
- 图表：2010年2季度公路货物运输市场价格示意图
- 图表：2010年2季度公路货物运输市场价格表
- 图表：邮政物流信息系统总体构架图
- 图表：第三方企业物流模式
- 图表：第三方物流服务对客户企业物流成本影响因子的概念模型
- 图表：第三方物流服务对客户企业供应物流成本管理绩效决定因子
- 图表：传统物流模式与现代物流模式特征对比
- 图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表：2004-2009年年末国家外汇储备
- 图表：2004-2009年税收收入及其增长速度
- 图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度
- 图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度
- 图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度
- 图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度
- 图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度
- 图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度
- 图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力
- 图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况
- 图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表：2009年货物进出口总额及其增长速度
- 图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2009年年末电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2009年年末各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009-2010年5月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年5月工业品出厂价格指数

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/8822688226.html>