# 2016-2022年中国物流电商市场现状专项调研及十三五未来前景预测报告

## 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《2016-2022年中国物流电商市场现状专项调研及十三五未来前景预测报告》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**：https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/243099243099.html

**报告价格：**电子版: 7200元　纸介版：7200元　电子和纸介版: 7500

**订购电话:** 400-007-6266 010-86223221

**电子邮箱:** sales@chinabaogao.com

**联 系 人 :** 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

# 二、报告目录及图表目录

《2016-2022年中国物流电商市场现状专项调研及十三五未来前景预测报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者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。

【报告大纲】

第一部分 产业环境篇
第一章 物流电商行业发展综述
1.1 物流电商行业定义及分类
1.1.1 行业定义
1.1.2 主要产品/服务分类
1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位
1.2 物流电商行业统计标准
1.2.1 统计部门和统计口径
1.2.2 主要统计方法介绍
1.2.3 行业涵盖数据种类介绍
1.3 最近3-5年中国物流电商行业经济指标分析
1.3.1 赢利性
1.3.2 成长速度
1.3.3 附加值的提升空间
1.3.4 进入壁垒／退出机制
1.3.5 风险性
1.3.6 行业周期
1.3.7 竞争激烈程度指标
1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析
1.4 物流电商行业产业链分析
1.4.1 产业链结构分析
1.4.2 主要环节的增值空间
1.4.3 与上下游行业之间的关联性
1.4.4 行业产业链上游相关行业分析

1.4.5 行业下游产业链相关行业分析
1.4.6 上下游行业影响及风险提示

第二章 物流电商行业市场环境及影响分析（PEST）
2.1 物流电商行业政治法律环境（P）
2.1.1 行业管理体制分析
2.1.2 行业主要法律法规
2.1.3 行业相关发展规划
2.1.4 政策环境对行业的影响
2.2 行业经济环境分析（E）
2.2.1 宏观经济形势分析
2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析
2.3 行业社会环境分析（S）
2.3.1 物流电商产业社会环境
2.3.2 社会环境对行业的影响
2.3.3 物流电商产业发展对社会发展的影响
2.4 行业技术环境分析（T）
2.4.1 物流电商技术分析
（1）技术水平总体发展情况
（2）我国物流电商行业新技术研究
2.4.2 物流电商技术发展水平
（1）我国物流电商行业技术水平所处阶段
（2）与国外物流电商行业的技术差距
2.4.3 2015年物流电商技术发展分析
2.4.4 行业主要技术发展趋势
2.4.5 技术环境对行业的影响

第三章 国际物流电商行业发展分析及经验借鉴
3.1 全球物流电商市场总体情况分析
3.1.1 全球物流电商行业发展特点
3.1.2 全球物流电商市场结构分析
3.1.3 全球物流电商行业发展分析
3.1.4 全球物流电商行业竞争格局
3.1.5 全球物流电商市场区域分布
3.1.6 国际重点物流电商企业运营分析

3.2 全球主要国家（地区）市场分析
3.2.1 欧洲
（1）欧洲物流电商行业发展概况
（2）欧洲物流电商市场结构及产销情况
（3）2016-2022年欧洲物流电商行业发展前景预测
3.2.2 北美
（1）北美物流电商行业发展概况
（2）北美物流电商市场结构及产销情况
（3）2016-2022年北美物流电商行业发展前景预测
3.2.3 日本
（1）日本物流电商行业发展概况
（2）日本物流电商市场结构及产销情况
（3）2016-2022年日本物流电商行业发展前景预测
3.2.4 韩国
（1）韩国物流电商行业发展概况
（2）韩国物流电商市场结构及产销情况
（3）2016-2022年韩国物流电商行业发展前景预测
3.2.5 其他国家地区

第四章 中国物流电商行业的国际比较分析
4.1 中国物流电商行业的国际比较分析
4.1.1 中国物流电商行业竞争力指标分析
4.1.2 中国物流电商行业经济指标国际比较分析
4.1.3 物流电商行业国际竞争力比较
（1）生产要素
（2）需求条件
（3）支援与相关产业
（4）企业战略、结构与竞争状态
（5）政府的作用
4.2 全球物流电商行业市场需求分析
4.2.1 市场规模现状
4.2.2 需求结构分析
4.2.3 重点需求客户
4.2.4 市场前景展望
4.3 全球物流电商行业市场供给分析

4.3.1 生产规模现状
4.3.2 产能规模分布
4.3.3 市场价格走势
4.3.4 重点厂商分布

第二部分 深度分析篇
第五章 我国物流电商行业运行现状分析
5.1 我国物流电商行业发展状况分析
5.1.1 我国物流电商行业发展阶段
5.1.2 我国物流电商行业发展总体概况
5.1.3 我国物流电商行业发展特点分析
5.1.4 我国物流电商行业商业模式分析
5.2 物流电商行业发展现状
5.2.1 我国物流电商行业市场规模
5.2.2 我国物流电商行业发展分析
5.2.3 中国物流电商企业发展分析
5.3 物流电商市场情况分析
5.3.1 中国物流电商市场总体概况
5.3.2 中国物流电商产品/服务分析
5.4 我国物流电商市场价格走势分析
5.4.1 物流电商市场定价机制组成
5.4.2 物流电商市场价格影响因素
5.4.3 物流电商产品价格走势分析
5.4.4 2016-2022年物流电商价格走势预测

第六章 我国物流电商行业整体运行指标分析
6.1 中国物流电商行业总体规模分析
6.1.1 企业数量结构分析
6.1.2 人员规模状况分析
6.1.3 行业资产规模分析
6.1.4 行业市场规模分析
6.2 中国物流电商行业产销情况分析
6.2.1 我国物流电商行业产值
6.2.2 我国物流电商行业收入
6.2.3 我国物流电商行业产销率

6.3 中国物流电商行业财务指标总体分析
6.3.1 行业盈利能力分析
6.3.2 行业偿债能力分析
6.3.3 行业营运能力分析
6.3.4 行业发展能力分析

第七章 2016-2022年我国物流电商市场供需形势分析
7.1 我国物流电商市场供需分析
7.1.1 我国物流电商行业供给情况
（1）我国物流电商行业供给分析
（2）物流电商重点企业供给及占有份额
7.1.2 我国物流电商行业需求情况
（1）物流电商行业需求市场
（2）物流电商行业客户结构
（3）物流电商行业需求的地区差异
7.1.3 我国物流电商行业供需平衡分析
7.2 物流电商行业进出口结构及面临的机遇与挑战
7.2.1 物流电商行业进出口市场分析
（1）物流电商行业进出口综述
（2）物流电商行业出口市场分析
（3）物流电商行业进口市场分析
7.2.2 2016-2022年中国物流电商出口面临的挑战及对策
（1）中国物流电商出口面临的挑战
（2）中国物流电商行业未来出口展望
（3）物流电商行业进出口前景及建议
7.3 2016-2022年物流电商市场应用及需求预测
7.3.1 物流电商应用市场总体需求分析
（1）物流电商应用市场需求特征
（2）物流电商应用市场需求总规模
7.3.2 2016-2022年物流电商行业领域需求量预测
（1）2016-2022年物流电商行业领域需求产品功能预测
（3）2016-2022年物流电商行业领域需求市场格局预测
7.3.3 2016-2022年重点行业物流电商产品需求分析预测

第三部分 全景调研篇

第八章 物流电商行业产业结构分析
8.1 物流电商产业结构分析
8.1.1 市场细分充分程度分析
8.1.2 各细分市场领先企业排名
8.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
8.1.4 领先企业的结构分析
8.2 产业价值链条的结构分析及整体竞争优势分析
8.2.1 产业价值链条的构成
8.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析
8.3 产业结构发展预测
8.3.1 产业结构调整指导政策分析
8.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素
8.3.3 中国物流电商行业参与国际竞争的战略市场定位
8.3.4 产业结构调整方向分析

第九章 我国物流电商行业营销趋势及策略分析
9.1 物流电商行业销售渠道分析
9.1.1 营销分析与营销模式推荐
（1）渠道构成
（2）销售贡献比率
（3）覆盖率
（4）销售渠道效果
（5）价值流程结构
（6）渠道建设方向
9.1.2 物流电商营销环境分析与评价
（1）国际环境下的物流电商
（2）企事业需求下的物流电商
（3）观研网评价
9.1.3 销售渠道存在的主要问题
9.1.4 营销渠道发展趋势与策略
9.2 物流电商行业营销策略分析
9.2.1 中国物流电商营销概况
9.2.2 物流电商营销策略探讨
（1）中国物流电商产品/服务营销策略浅析
（2）物流电商新产品/服务的市场推广策略

9.3 物流电商营销的发展趋势
9.3.1 未来物流电商市场营销的出路
9.3.2 中国物流电商营销的趋势预测
第四部分 竞争格局分析
第十章 物流电商行业区域市场分析
10.1 行业总体区域结构特征及变化
10.1.1 行业区域结构总体特征
10.1.2 行业区域集中度分析
10.1.3 行业区域分布特点分析
10.1.4 行业规模指标区域分布分析
10.1.5 行业效益指标区域分布分析
10.1.6 行业企业数的区域分布分析
10.2 物流电商区域市场分析
10.2.1 东北地区物流电商市场分析
10.2.2 华北地区物流电商市场分析
10.2.3 华东地区物流电商市场分析
10.2.4 华南地区物流电商市场分析
10.2.5 华中地区物流电商市场分析
10.2.6 西南地区物流电商市场分析
10.2.7 西北地区物流电商市场分析

第十一章 2016-2022年物流电商行业竞争形势及策略
11.1 行业总体市场竞争状况分析
11.1.1 物流电商行业竞争结构分析
（1）现有企业间竞争
（2）潜在进入者分析
（3）替代品威胁分析
（4）供应商议价能力
（5）客户议价能力
（6）竞争结构特点总结
11.1.2 物流电商行业企业间竞争格局分析
11.1.3 物流电商行业集中度分析
11.1.4 物流电商行业SWOT分析
（1）物流电商行业优势分析
（2）物流电商行业劣势分析

（3）物流电商行业机会分析
（4）物流电商行业威胁分析
11.2 中国物流电商行业竞争格局综述
11.2.1 物流电商行业竞争概况
（1）中国物流电商行业品牌竞争格局
（2）物流电商业未来竞争格局和特点
（3）物流电商市场进入及竞争对手分析
11.2.2 中国物流电商行业竞争力分析
（1）我国物流电商行业竞争力剖析
（2）我国物流电商企业市场竞争的优势
（3）民企、国企、外企比较分析
（4）物流电商企业竞争能力提升途径
11.2.3 中国物流电商产品竞争力优势分析
（1）整体产品竞争力评价
（2）产品竞争力评价结果分析
（3）竞争优势评价及构建建议
11.2.4 物流电商行业主要企业竞争力分析
11.3 物流电商行业竞争格局分析
11.3.1 国内外物流电商竞争分析
11.3.2 我国物流电商市场竞争分析
11.3.3 我国物流电商市场集中度分析
11.3.4 国内主要物流电商企业动向
11.3.5 国内物流电商企业拟在建项目分析
11.4 物流电商行业并购重组分析
11.4.1 跨国公司在华投资兼并与重组分析
11.4.2 本土企业投资兼并与重组分析
11.4.3 行业投资兼并与重组趋势分析
11.5 物流电商市场竞争策略分析
11.5.1 产品策略
11.5.2 技术策略
11.5.3 服务策略
11.5.4 品牌策略

第十二章 2016-2022年物流电商行业领先企业经营形势分析
12.1 中国物流电商企业总体发展状况分析

12.1.1 物流电商企业主要类型
12.1.2 物流电商企业资本运作分析
12.1.3 物流电商企业创新及品牌建设
12.1.4 物流电商企业国际竞争力分析
12.1.5 2015年物流电商行业企业排名分析
12.2 中国领先物流电商企业经营形势分析

第五部分 前景展望篇
第十三章 2016-2022年物流电商行业前景及趋势预测
13.1 物流电商行业五年规划现状及未来预测
13.1.1 “十二五”期间物流电商行业运行情况
13.1.2 “十二五”规划对行业发展的影响
13.1.3 物流电商行业“十三五”发展方向预测
（1）物流电商行业“十三五”规划制定进展
（2）物流电商行业“十三五”规划重点指导
（3）物流电商行业在“十三五”规划中重点部署
（4）“十三五”时期物流电商行业发展方向及热点
13.2 2016-2022年物流电商市场发展前景
13.2.1 2016-2022年物流电商市场发展潜力
13.2.2 2016-2022年物流电商市场发展前景展望
13.2.3 2016-2022年物流电商细分行业发展前景分析
13.3 2016-2022年物流电商市场发展趋势预测
13.3.1 2016-2022年物流电商行业发展趋势
13.3.2 2016-2022年物流电商市场规模预测
（1）物流电商行业市场容量预测
（2）物流电商行业销售收入预测
13.3.3 2016-2022年物流电商行业应用趋势预测
13.3.4 2016-2022年细分市场发展趋势预测
13.4 2016-2022年中国物流电商行业供需预测
13.4.1 2016-2022年中国物流电商行业供给预测
13.4.2 2016-2022年中国物流电商行业需求预测
13.4.3 2016-2022年中国物流电商行业供需平衡预测
13.5 影响企业生产与经营的关键趋势
13.5.1 市场整合成长趋势
13.5.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

13.5.3 企业区域市场拓展的趋势
13.5.4 科研开发趋势及替代技术进展
13.5.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章 2016-2022年物流电商行业投资价值评估分析
14.1 物流电商行业投资特性分析
14.1.1 物流电商行业进入壁垒分析
14.1.2 物流电商行业盈利因素分析
14.1.3 物流电商行业盈利模式分析
14.2 2016-2022年物流电商行业发展的影响因素
14.2.1 有利因素
14.2.2 不利因素
14.3 2016-2022年物流电商行业投资价值评估分析
14.3.1 行业投资效益分析
14.3.2 产业发展的空白点分析
14.3.3 投资回报率比较高的投资方向
14.3.4 新进入者应注意的障碍因素

第十五章 2016-2022年物流电商行业投资机会与风险防范
15.1 物流电商行业投融资情况
15.1.1 行业资金渠道分析
15.1.2 固定资产投资分析
15.1.3 兼并重组情况分析
15.1.4 物流电商行业投资现状分析
（1）物流电商产业投资经历的阶段
（2）2015年物流电商行业投资状况回顾
（3）中国物流电商行业风险投资状况
（4）我国物流电商行业的投资态势
15.2 2016-2022年物流电商行业投资机会
15.2.1 产业链投资机会
15.2.2 细分市场投资机会
15.2.3 重点区域投资机会
15.2.4 物流电商行业投资机遇
15.3 2016-2022年物流电商行业投资风险及防范
15.3.1 政策风险及防范

15.3.2 技术风险及防范
15.3.3 供求风险及防范
15.3.4 宏观经济波动风险及防范
15.3.5 关联产业风险及防范
15.3.6 产品结构风险及防范
15.3.7 其他风险及防范
15.4 中国物流电商行业投资建议
15.4.1 物流电商行业未来发展方向
15.4.2 物流电商行业主要投资建议
15.4.3 中国物流电商企业融资分析

第六部分 战略研究篇
第十六章 2016-2022年物流电商行业面临的困境及对策
16.1 物流电商行业面临的困境
16.2 物流电商企业面临的困境及对策
16.2.1 重点物流电商企业面临的困境及对策
16.2.2 中小物流电商企业发展困境及对策
16.3 中国物流电商行业存在的问题及对策
16.3.1 中国物流电商行业存在的问题
16.3.2 物流电商行业发展的建议对策
16.3.3 市场的重点客户战略实施
（1）实施重点客户战略的必要性
（2）合理确立重点客户
（3）重点客户战略管理
（4）重点客户管理功能
16.4 中国物流电商市场发展面临的挑战与对策
16.4.1 中国物流电商市场发展面临的挑战
16.4.1 中国物流电商市场发展对策

第十七章 物流电商行业发展战略研究
17.1 物流电商行业发展战略研究
17.1.1 战略综合规划
17.1.2 技术开发战略
17.1.3 业务组合战略
17.1.4 区域战略规划

17.1.5 产业战略规划
17.1.6 营销品牌战略
17.1.7 竞争战略规划
17.2 对我国物流电商品牌的战略思考
17.2.1 物流电商品牌的重要性
17.2.2 物流电商实施品牌战略的意义
17.2.3 物流电商企业品牌的现状分析
17.2.4 我国物流电商企业的品牌战略
17.2.5 物流电商品牌战略管理的策略
17.3 物流电商经营策略分析
17.3.1 物流电商市场细分策略
17.3.2 物流电商市场创新策略
17.3.3 品牌定位与品类规划
17.3.4 物流电商新产品差异化战略
17.4 物流电商行业投资战略研究
17.4.1 物流电商行业投资战略
17.4.2 2016-2022年物流电商行业投资战略
17.4.3 2016-2022年细分行业投资战略

第十八章 研究结论及发展建议
18.1 物流电商行业研究结论及建议
18.2 物流电商子行业研究结论及建议
18.3 观研网物流电商行业发展建议
18.3.1 行业发展策略建议
18.3.2 行业投资方向建议
18.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表1：物流电商行业生命周期
图表2：物流电商行业产业链结构
图表3：2013-2015年全球物流电商行业市场规模
图表4：2013-2015年中国物流电商行业市场规模
图表5：2013-2015年物流电商行业重要数据比较
图表6：2013-2015年中国物流电商市场占全球份额比较
图表7：2013-2015年物流电商行业工业总产值

图表8：2013-2015年物流电商行业销售收入
图表9：2013-2015年物流电商行业利润总额
图表10：2013-2015年物流电商行业资产总计
图表11：2013-2015年物流电商行业负债总计
图表12：2013-2015年物流电商行业竞争力分析
图表13：2013-2015年物流电商市场价格走势
图表14：2013-2015年物流电商行业主营业务收入
图表15：2013-2015年物流电商行业主营业务成本
图表16：2013-2015年物流电商行业销售费用分析
图表17：2013-2015年物流电商行业管理费用分析
图表18：2013-2015年物流电商行业财务费用分析
图表19：2013-2015年物流电商行业销售毛利率分析
图表20：2013-2015年物流电商行业销售利润率分析
图表21：2013-2015年物流电商行业成本费用利润率分析
图表22：2013-2015年物流电商行业总资产利润率分析
……
图表177：2013-2015年物流电商行业集中度
图表178：2016-2022年中国物流电商行业供给预测
图表179：2016-2022年中国物流电商行业需求预测
图表180：2016-2022年中国物流电商行业市场容量预测
图表详见正文·····(GY XFT)

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/243099243099.html