

中国到户配送行业发展趋势及投资风险预警研究报告（2011-2015年）

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《中国到户配送行业发展趋势及投资风险预警研究报告（2011-2015年）》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/qitafuwu/115263115263.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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。

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家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。

第一章 到户配送行业基础概况

第一节 物流配送简述

- 一、配送功能要素
- 二、配送的流程
- 三、物流配送系统信息化管理
- 四、物流配送中心

第二节 2010-2011年中国物流行业运行总况

- 一、中国物流发展分析
- 二、铁路运输指标分析
- 三、航空运输指标分析
- 四、全国分地区水运货物统计
- 五、公路货物运输量分析
- 六、第三方物流的发展分析

第二章 2010-2011年中国到户配送行业影响因素透析

第一节 2010-2011年中国宏观经济因素分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节2010-2011年中国到户配送行业政府和法规因素分析

一、《快递服务标准》分析

二、关于空运进口货物管理办法

三、中华人民共和国邮政法细则

四、《反垄断法》的物流解读

第三节2010-2011年中国到户配送行业技术因素分析

一、物流配送系统的应用

二、配送型物流中心的核心技术

三、生产型物流中心的核心技术

第三章 2010-2011年中国物流配送行业运行新形势透析

第一节 2010-2011年中国物流配送行业特点分析

一、配送业总体水平有所提高

二、自营配送模式占主导地位

三、行业统筹规划

四、物流配送在行业间发展不均衡

五、第三方物流配送发展不成熟

六、快递市场竞争度加剧、开放力度加大

七、城市物流配送业发展迅速

八、物流配送设备应用更广泛

九、制造企业与物流企业通过战略合作，聚集物流需求

第二节 2010-2011年中国物流配送行业运行综述

一、物流配送信息化建设情况

二、2010年物流配送市场动态分析

三、物流配送主要品牌的发展

四、物流配送市场的走向分析

第三节2010-2011年中国物流配送行业存在问题分析

一、配送的服务核心作用难以发挥

二、配送行业技术发展水平相对落后

三、配送与企业扩张不平衡

四、加工型配送发展缓慢

五、没有建立现代化的配送流程

第四节 2010-2011年中国物流配送行业成长动因分析

- 一、市场供求关系发生重大变化，市场竞争加剧
- 二、企业改革日益深化
- 三、现代信息技术的发展
- 四、政府对物流配送的政策支持
- 五、配送主体的实力有所增强
- 六、企业追求第三利润源
- 七、物资供应模式的转变

第四章 2010-2011年中国到户配送业细分市场运行新格局透析

第一节 2010-2011年中国快运快递行业分析

- 一、本土快递业的发展现状
- 二、我国快运速递企业物流服务水平
- 三、快递行业盈利的关键要素分析
- 四、中国速递行业告别EMS垄断时代
- 五、各地区快运快递发展分析
 - 1、长三角快运发展分析
 - 2、浙江快递服务业发展分析
 - 3、安徽快递业发展分析
 - 4、湖南民营快递服务业发展分析
 - 5、北京邮政速递的发展策略
- 六、邮政速递发展分析
 - 1、邮政EMS现状分析
 - 2、邮政速递业务发展电子商务分析
 - 3、邮政速递市场定制服务分析
 - 4、中国邮政速递发展对策

第二节 2010-2011年中国网络购物配送到户分析

- 一、中国网络购物市场规模迅速增长
- 二、网上购物发展模式分析
- 三、网络购物交易额各地区分布状况
- 四、网购的营销模式探究
- 五、网络购物消费者分析
- 六、网络购物支付与物流配送分析
- 七、电子商务物流配送体系的发展
- 八、网上购物配送存在问题分析

第三节 2010-2011年中国电视购物配送到户发展分析

一、中国电视购物产业已进入新一轮崛起

二、电视购物的经营模式

三、近三年中国电视购物市场规模同比分析

四、电视购物消费者分析

五、电视购物配送的分析

第四节 2010-2011年中国零售业配送到户分析

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2010-2011年中国到户配送行业市场运行态势分析

第一节 宅配业市场概述

一、宅配涵盖

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 2010-2011年世界到户配送业发达地区运行分析

一、日本宅配便发展分析

二、宅配业在台湾发展分析

第三节2010-2011年中国配送到户透析

一、配送到户发展背景

二、配送到户渠道分析

三、配送到户发展潜力

第六章 2010-2011年中国到户配送行业运作模式解析

第一节 2010-2011年中国到户配送模式分析

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2010-2011年中国典型案例分析

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 2010-2011年中国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

第七章 2010-2011年中国物流配送业竞争新格局分析

第一节 2010-2011年国际物流配送市场竞争分析

一、全球物流业竞争力排行

二、国际物流市场竞争方式

第二节 2010-2011年跨国竞争条件下中国物流配送市场的竞争分析

一、国际企业进入中国物流配送市场的动机分析

二、跨国竞争条件下中国物流配送业竞争态势分析

三、物流配送企业并购整合分析

四、中国物流配送企业的整体性与相机性策略

第三节 2010-2011年中国物流配送企业竞争策略分析

第四节 2011-2015年中国物流配送业竞争趋势探析

第八章 2010-2011年中国到户配送行业竞争态势分析

第一节 2010-2011年中国到户配送市场竞争总况

一、到户配送企业并购整合分析

二、宅配送借助网络异军突起

三、我国到户配送市场竞争力分析

第二节 2010-2011年中国到户配送中小企业竞争分析

一、到户配送中小企业的生存竞争分析

二、金融危机下中小物流企业生存现状

三、中小物流企业竞争力分析

第三节 2010-2011年中国到户配送竞争趋势分析

第九章 2010-2011年到户配送国际主体企业运行浅析

第一节 UPS

一、企业概况

二、竞争竞争力分析

三、UPS在资源整合过程中快速成长

四、UPS成功转型为整体化物流企业

五、UPS的现代物流信息技术成为其竞争优势

六、UPS给中国物流企业的启示

七、未来企业发展战略分析

第二节 FedEx

一、企业概况

二、FedEx的延伸

三、FedEx的管理原则

四、联邦快递在中国的经营之道

五、FedEx在中国成功的策略

六、未来企业发展战略分析

第三节 DHL

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来企业发展战略分析

第四节 TNT

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来企业发展战略分析

第十章 2010-2011年到户配送中国主体企业运行竞争力分析

第一节 中铁快运股份有限公司

一、企业概况

二、中铁快运物流服务的资源和能力

三、中铁快运的综合运输服务

四、中铁快运在不断的创新中前进

第二节 北京宅急送快运股份有限公司

一、企业概况

二、宅急送的信息化进程

三、宅急送在夹缝中发展的更好

四、宅急送化险:突围内热外寒

五、宅急送:信心战略是突围关键

第三节 中国民航快递

一、企业概况

二、中国民航快递:着力打造快递强势品牌

三、企业经营状况

四、企业发展战略分析

第四节 EMS

一、EMS概况

二、EMS动态分析

三、EMS业务竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十一章 2011-2015年中国到户配送产业投资分析

第一节 2011-2015年中国到户配送行业投资概况

一、到户配送行业投资特性

二、到户配送具有良好的投资价值

三、到户配送投资环境利好

第二节 2011-2015年中国到户配送投资机会分析

一、到户配送投资热点

二、到户配送投资吸引力分析

第三节 2011-2015年中国到户配送投资风险及防范

一、市场运营机制风险

二、金融风险分析

三、政策风险分析

四、竞争风险分析

第四节 权威投资专家建议

第十二章 2011-2015年中国到户配送行业前景预测分析

第一节 2011-2015年中国物流业趋势预测分析

一、企业物流社会化与专业化的趋势

二、物流企业规模化与个性化的趋势

三、物流市场细分化与国际化的趋势

四、区域物流集聚与扩散的趋势

五、物流经营成本进一步上升的趋势

第二节 2011-2015年中国到户配送企业发展走势分析

一、企业整合趋势分析

二、外商合资发展分析

三、企业特许经营发展分析

四、企业自营网络的发展

第三节 2011-2015年中国配送物流业预测分析

一、物流配送的电子商务趋势

二、发展物资配送的基本设想

三、物流配送的电子化与数字化

图表名称：部分

图表 2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表 2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表 2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表 2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表 2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表 2001-2009年中国外汇储备走势图

图表 2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表 2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表 2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表 2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表 2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2005-2009年中国就业人数走势图

图表 2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表 2009年人口数量及其构成

图表 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表 2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

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 2009年1季度公路货物运输市场价格

图表 2009年1季度公路货物运输市场价格指数示意图

图表 2009年1季度公路货物运输市场价格指数表

图表 2009年2季度路货物运输市场价格

图表 2009年2季度公路货物运输市场价格示意图

图表 2009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 2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表 2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表 2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2004-2008年年末国家外汇储备

图表 2004-2008年税收收入及其增长速度

图表 2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表 2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表 2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表 2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表 2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表 2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表 2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表 2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表 2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表 2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2008年货物进出口总额及其增长速度

图表 2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表 2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表 2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表 2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表 2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表 2004-2008年年末电话用户数

图表 2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表 2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表 2004-2008年年末各类教育招生人数

图表 2008年人口数及其构成

图表 2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表 2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表 2009年1-3月工业生产主要指标

图表 2008-2009年3月全国居民消费价格指数

图表 2008-2009年3月工业品出厂价格指数

图表 2008年1-12月主要行业累计亏损总额同比增长显著上升

图表 2008年1-12月主要行业累计从业人员同比增长回落

图表 2006-2009年美国ABCP市场余额

图表 2006-2009年美国的季度GDP增速以及各部分的贡献

图表 2004-2009年美国商业银行坏帐率

图表 2004-2009年美国商业银行逾期率

图表 略.....

《中国到户配送行业发展趋势及投资风险预警研究报告（2011-2015年）》系统全面的调研了到户配送的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/115263115263.html>