

2017-2022年中国到户配送市场发展态势及发展策略分析报告

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《2017-2022年中国到户配送市场发展态势及发展策略分析报告》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/287260287260.html>

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

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

到户配送指的是指根据客户的需求，将货物送至客户处，实现门到门服务。也指人自愿送上门来承担某种结果。经济是行业驱动的根本力量。快递业作为第三产业服务业，依赖于整个经济的发展和提升而增加服务产值，行业水平与社会发展的程度呈现正相关。其内在逻辑在于，经济的发展会产生货物位移需求，随着生活水平提高，对于位移服务的时效、安全性等因素的考量也逐渐提升。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

资料来源：公开资料，中国报告网整理

1 快递行业发展趋势与对策

1.1 行业格局——竞争加剧，整合时代即将到来随着我国快递产业的快速发展，行业的格局也在悄悄发生转变。行业规模增速正逐步放缓，并正式进入整合期，随之而来的会是更加激烈的竞争以及大鱼吃小鱼的并购浪潮。在顺丰依靠完善的网店布局和航空机队抢占了中高端市场之后，主打中低端电商件的“三通一达”也逐步建立了自己完善的配送网络。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

资料来源：公开资料，中国报告网整理

1.2 人员的素质与人员服务

快递业的竞争力来源于快递业的人才，企业应该重视人才的培养，提高企业人员的素质，增强企业的竞争能力。快递企业需要的是复合型人才。一是学校人才培养模式要紧跟企业需要，培养既懂理论又具有一定知识迁移能力的技能型人才；同时，企业也要采用多样的培养方式，建立完善企业人力资源制度和培训制度，注重岗位能力培养，引进国内玩先进物流企业管理经验，建立一套强有力的物流人才保障体系，加强对现有从业人员进行培训，提高快递人员服务能力，以适应现代物流业发展的需要。

1.3 快递法律法规制定

随着快递行业近年飞速发展，快递行业也逐渐暴露出其法律问题。对于快递行业中监守自盗、顺手牵羊的行为，无法得到快速及时的解决。为了电子商务又快又好的发展，维护消费者的利益，需要政府部门制定及时有效的相关法律政策，不断完善已有的邮政法，对快递服务发展的相关问题做出明确的法律界定，使快递服务中出现的法律问题，能有法可依，执法必严，为快递业的发展创造良好的宏观环境。

1.4信息化的建设

加快速递行业的信息化建设，提高快递行业的信息化水平，是提高快递行业时效性、缩短快递业务流程，提高快递行业工作效率的主要手段。积极提高快递企业信息化水平，转变工作传统观念，充分认识到信息化对快递行业发展的重要性，逐步适应快速增长的电子商务规模，是快递企业当前发展的重要节点。

由于快递行业对时效性的要求，企业必须尽快提高物流信息系统的使用水平，加大信息系统的成本投入，充分应用先进的现代化物流信息技术，如自动立体化仓库、视频识别、电子数据交换技术、地理信息系统等，通过先进技术的使用，能提高单位时间处理包裹的能力，避免出现快件爆仓滞后等电商快递问题，提升企业的工作效率，降低快递成本。

2小结

随着互联网技术和电子商务的发展以及消费者购物方式变化，网络购物已成为消费者主要生活方式，作为相辅相成的物流快递行业，已成为制约电子商务规模发展的瓶颈，因此企业必须加快改革的步伐，抓住电商飞速发展的机遇，迎接挑战，不断整合企业资源，吸取国内外先进经验，完善企业制度，争取又快又好的发展。

中国报告网发布的《2017-2022年中国到户配送市场发展态势及发展策略分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

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、配送作业流程及其管理
- 三、物流配送系统信息化管理
- 四、物流配送中心

第二节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

第二章中国到户配送行业影响因素透析

第一节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实施细则
- 四、《反垄断法》的物流解读
- 五、《关于加强和改进城市配送管理工作的意见》

第二节中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析

第三节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

第三章中国物流配送行业运行新形势透析

第一节中国物流配送行业特点分析

- 一、自营配送模式占主导地位
- 二、物流配送在行业间发展不均衡

三、快递市场竞争度加剧、开放力度加大

四、城市物流配送业发展迅速

五、制造企业与物流企业通过战略合作，聚集物流需求

第二节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、物流配送市场动态分析

三、物流配送发展面临的新机遇

四、现代物流配送模式发展走向

第三节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、加工型配送发展缓慢

四、配送的集约化程度低

五、对物资配送的认识有待提高

第四节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、宅配服务特点

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

第五章中国到户配送业细分市场运行新格局透析

第一节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、中外巨头分食中国快递市场
- 五、各地区快运快递发展分析
 - (一) 长三角快运发展分析
 - (二) 浙江快递服务业发展分析
 - (三) 安徽快递业发展分析
 - (四) 湖南民营快递服务业发展分析
 - (五) 北京邮政速递的发展策略
- 六、邮政速递发展分析
 - (一) 邮政EMS现状分析
 - (二) 邮政速递业务发展电子商务分析
 - (三) 邮政速递市场定制服务分析
 - (四) 中国邮政速递发展对策

第二节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、中国网络购物用户规模分析
- 三、网上购物发展模式分析
- 四、网络购物交易额各地区分布状况
- 五、网购的营销模式探究
- 六、网络购物消费者分析
- 七、网络购物环境下的物流配送
- 八、电子商务物流配送体系的发展
- 九、网上购物配送存在问题分析

第三节中国电视购物配送到户发展分析

- 一、电视购物业发展概况
- 二、电视购物的经营模式
- 三、电视购物市场规模分析
- 四、电视购物消费行为影响因素
- 五、电视购物物流配送发展分析

第四节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

第六章中国到户配送行业运作模式解析

第一节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

第三节中国配送到户发展策略分析

- 一、降低配送成本的配送策略分析
- 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

第七章中国物流配送业竞争新格局分析

第一节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分析

第二节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

第三节中国物流配送企业竞争策略分析

第四节中国物流配送业竞争趋势探析

第八章中国到户配送行业竞争态势分析

第一节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格局

第二节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、中小物流企业生存现状

三、中小物流企业竞争力构建的途径分析

第三节中国到户配送未来的竞争重点分析

第九章到户配送国际主体企业运行浅析

第一节UPS

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争力分析

四、UPS的现代物流信息技术成为其竞争优势

五、企业发展战略分析

第二节FedEx

一、企业概况

二、企业服务情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业在华情况分析

五、企业亚太发展历程分析

第三节DHL

一、企业概况

二、企业服务情况分析

三、企业在华情况分析

四、企业创新情况分析

第四节TNT

一、企业概况

二、企业竞争优势分析

三、企业在华情况分析

四、企业发展战略分析

第十章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

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第二节北京宅急送快运股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第三节中国民航快递有限责任公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第四节中国邮政速递物流股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第十一章2017-2022年中国到户配送行业前景预测分析

第一节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、物流配送国际化趋势分析

四、物流配送的规模化与集团化

第十二章中国到户配送产业投资分析

第一节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

第三节中国到户配送投资风险及防范

一、宏观经济风险

二、市场竞争风险

三、市场需求风险

四、成本上升风险

五、其他风险分析

第四节中国到户配送投资策略及建议

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/287260287260.html>