中国互联网+物流行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国物流行业发展现状分析
1.1 物流基础设施建设情况
1.1.1 交通基础设施建设情况
（1）全国公路建设情况分析
（2）全国铁路建设情况分析
（3）全国水路建设情况分析
（4）全国航空建设情况分析
1.1.2 物流运输装备配套情况
（1）载货汽车保有量分析
（2）铁路货车拥有量分析
（3）水运船舶拥有量分析
（4）运输飞机的在册架数
1.2 中国物流行业的发展概况
1.2.1 物流行业的产业阶段分析
1.2.2 物流企业的竞争状况分析
（1）中国物流企业50强
（2）中国物流企业结构
1.2.3 物流行业的盈利能力分析
1.3 中国物流行业的运行指标
1.3.1 物流总额增幅及其构成情况
1.3.2 物流总费用增幅及构成情况
1.3.3 物流业增加值增幅及贡献情况
1.3.4 物流固定资产投资及增长情况
1.3.5 物流业景气情况分析
第2章：中国物流行业转型升级分析
2.1 物流行业转型升级必然性分析
2.1.1 传统物流系统性弱
2.1.2 传统物流效率低下
2.1.3 传统物流国际化能力不强
2.1.4 传统物流创新能力较弱
2.2 互联网时代物流行业的变化
2.2.1 物流需求变化
2.2.2 物流载体变化
2.2.3 物流上游商业变化
2.3 互联网+带给物流行业的机遇
2.3.1 互联网+联动物流系统
2.3.2 互联网+提高物流效率
2.3.3 互联网+扩大物流范围
2.4 互联网+下物流行业发展空间
第3章：“互联网+”物流行业电子商务运营模式
3.1 物流电子商务B2B运营模式
3.1.1 物流电子商务B2B市场概况
3.1.2 物流电子商务B2B市场规模
3.1.3 物流电子商务B2B盈利模式
3.1.4 物流电子商务B2B物流模式
3.1.5 物流电子商务B2B运营模式方向
3.2 物流电子商务B2C运营模式
3.2.1 物流电子商务B2C市场概况
3.2.2 物流电子商务B2C市场规模
3.2.3 物流电子商务B2C盈利模式
3.2.4 物流电子商务B2C物流模式

3.2.5 物流电子商务B2C运营模式方向
3.3 物流电子商务C2C运营模式
3.3.1 物流电子商务C2C市场概况
3.3.2 物流电子商务C2C市场规模
3.3.3 物流电子商务C2C盈利模式
3.3.4 物流电子商务C2C物流模式
3.3.5 物流电子商务C2C运营模式方向
3.4 物流电子商务O2O运营模式
3.4.1 物流电子商务O2O市场概况
3.4.2 物流电子商务O2O市场规模
3.4.3 物流电子商务O2O盈利模式
3.4.4 物流电子商务O2O物流模式
3.4.5 物流电子商务O2O运营模式方向
第4章：物流企业切入互联网路径与模式选择
4.1 自建网上营业平台
4.1.1 自建网上营业平台系统结构
4.1.2 自建网上营业平台盈利模式
4.1.3 自建网上营业平台运营成本
4.1.4 自建网上营业平台经营风险
4.1.5 自建网上营业平台面对客户
4.1.6 自建网上营业平台优劣势分析
4.2 与第三方平台合作
4.2.1 与第三方平台合作系统结构
4.2.2 与第三方平台合作盈利模式
4.2.3 与第三方平台合作运营成本
4.2.4 与第三方平台合作经营风险
4.2.5 与第三方平台合作面对客户
4.2.6 与第三方平台合作优劣势分析
4.3 电商物流典型案例
4.3.1 德邦物流
（1）企业发展基本情况
（2）企业主营业务分析
（3）企业经营效益分析
（4）企业品牌格局分析
（5）企业切入互联网分析
1）企业自营网站
2）企业合作平台
（6）企业线上线下融合路径
（7）企业电商物流运营模式
（8）企业客户群体分析
1）客户群体范围
2）客户群体规模
4.3.2 顺丰
（1）企业发展基本情况
（2）企业主营业务分析
（3）企业经营效益分析
（4）企业品牌格局分析
（5）企业切入互联网分析
1）企业自营网站
2）企业合作平台
（6）企业线上线下融合路径
（7）企业电商物流运营模式
（8）企业客户群体分析
1）客户群体范围
2）客户群体规模
4.3.3 科捷物流
（1）企业发展基本情况
（2）企业主营业务分析
（3）企业经营效益分析

（4）企业品牌格局分析
（5）企业切入互联网分析
1）企业自营网站
2）企业合作平台
（6）企业线上线下融合路径
（7）企业电商物流运营模式
（8）企业客户群体分析
1）客户群体范围
2）客户群体规模
4.3.4 京东物流
（1）企业发展基本情况
（2）企业主营业务分析
（3）企业经营效益分析
（4）企业品牌格局分析
（5）企业物流系统分析
（6）企业物流发展战略
（7）企业电商物流运营模式
（8）企业客户群体分析
1）客户群体范围
2）客户群体规模
4.3.5 苏宁易购
（1）企业发展基本情况
（2）企业主营业务分析
（3）企业经营效益分析
（4）企业品牌格局分析
（5）企业物流系统分析
（6）企业物流发展战略
（7）企业电商物流运营模式
（8）企业客户群体分析
1）客户群体范围
2）客户群体规模
4.3.6 亚马逊中国
（1）企业发展基本情况
（2）企业主营业务分析
（3）企业经营效益分析
（4）企业品牌格局分析
（5）企业物流系统分析
（6）企业物流发展战略
（7）企业电商物流运营模式
（8）企业客户群体分析
1）客户群体范围
2）客户群体规模
4.3.7 当当网
（1）企业发展基本情况
（2）企业主营业务分析
（3）企业经营效益分析
（4）企业品牌格局分析
（5）企业物流系统分析
（6）企业物流发展战略
（7）企业电商物流运营模式
（8）企业客户群体分析
1）客户群体范围
2）客户群体规模
4.3.8 唯品会
（1）企业发展基本情况
（2）企业主营业务分析
（3）企业经营效益分析
（4）企业品牌格局分析
（5）企业物流系统分析

（6）企业物流发展战略
（7）企业电商物流运营模式
（8）企业客户群体分析
1）客户群体范围
2）客户群体规模
第5章：“互联网+”时代物流企业营销渠道分析
5.1 企业营销系统分析
5.1.1 企业分销渠道构成
（1）直接渠道
（2）间接渠道
5.1.2 企业营销系统构成
（1）垂直营销系统
1）公司式垂直营销系统
2）管理式垂直营销系统
3）合同式垂直营销系统
（2）横向营销系统
（3）多渠道营销系统
（4）网络化营销系统
5.2 企业网络营销分析
5.2.1 物流企业进行微信营销
（1）微信用户行为及营销现状
（2）微信主要营销模式分析
（3）物流企业微信营销成本
（4）物流企业微信营销效益
（5）物流企业微信营销案例
5.2.2 物流企业进行APP营销
（1）APP用户体验分析
（2）APP营销模式分析
（3）物流企业APP营销成本
（4）物流企业APP营销效益
（5）物流企业APP营销案例
5.2.3 物流企业进行微博营销
（1）微博用户行为及营销现状
（2）微博主要营销模式分析
（3）物流企业微博营销成本
（4）物流企业微博营销效益
（5）物流企业微博营销案例
第6章：互联网+物流行业投资机会分析
6.1 互联网+物流行业投资前景
6.2 互联网+物流行业投资热潮
6.2.1 互联网+物流行业投资方式
6.2.2 互联网+物流不同模式投资案例
6.3 互联网+物流行业投资机会

图表目录

图表1：2016-2023年全国公路建设投资额及增长速度（单位：亿元，%）
图表2：2017-2023年全国公路总里程及公路密度走势图（单位：万公里，公里/百平方公里）
图表3：2017-2023年全国高速公路里程（单位：万公里）
图表4：2018-2023年中国铁路营业、复线、电气化里程分析图表（单位：公里）
图表5：2023年铁路建设新开工项目情况概览（单位：亿元，公里）
图表6：2016-2023年中国水运建设投资额增长趋势图（单位：亿元）
图表7：2015-2023年全国生产用码头泊位规模趋势图（单位：个）
图表8：2023年全国港口万吨级及以上泊位统计表（单位：个）
图表9：2023年全国万吨级及以上泊位构成（按主要用途分）统计表（单位：个）
图表10：2017-2023年中国水运建设投资额增长趋势图（单位：亿元）

图表11：2023年末我国航空机场分布情况
图表12：2023年我国各地区运输机场数量（单位：个，%）
图表13：2018-2023年各地区运输机场建设项目
图表14：2017-2023年民航基本建设和技术改造投资额（单位：亿元，%）
图表15：2017-2023年中国载货汽车分类别保有量发展趋势图（单位：万辆，万吨位）
图表16：2017-2023年中国载货汽车分类别平均吨位发展趋势图（单位：吨/辆）
图表17：2023年中国铁路机、客、货车拥有量对比分析图（单位：台，辆，%）
图表18：2016-2023年国家铁路货车拥有量情况（单位：万辆）
图表19：2017-2023年全国水上运输船舶拥有量（单位：万艘，万吨）
图表20：2014-2023年民航运输飞机数量（单位：架）
图表21：2019-2023年中国民航飞机引进速度（单位：%）
图表22：物流行业的产业发展阶段趋势图
图表23：2023年中国物流企业50强排名
图表24：中国物流市场结构分析图
图表25：典型发达国家物流市场结构（单位：%）
图表26：2013-2023年中国物流行业三大指标运行状况统计表（单位：亿元）
图表27：2013-2023年中国社会物流总额走势表（单位：万亿元，%）
图表28：2013-2023年中国社会流通总额趋势图（单位：万亿元，%）
图表29：2013-2023年中国社会物流总费用统计表（单位：亿元，%）
图表30：2013-2023年中国社会流通总费用趋势图（单位：万亿元，%）
图表31：2013-2023年社会物流总费用构成情况图（单位：%）
图表32：2013-2023年中国物流业增加值统计表（单位：亿元，%）
图表33：2013-2023年中国物流业增加值及贡献情况趋势图（单位：万亿元，%）
图表34：2013-2023年物流业固定资产投资趋势图（单位：万亿元，%）
图表35：2013-2023年物流业固定资产投资占全社会固定资产投资比重趋势图（单位：%）
图表36：2013-2023年中国物流行业景气指数变化趋势图（单位：%）
图表37：国内六大B2C电商物流系统综合实力比较
图表38：德邦物流公司基本发展情况
图表39：顺丰公司基本发展情况
图表40：科捷物流公司基本发展情况
图表41：京东物流基本发展情况
图表42：苏宁易购基本发展情况
图表43：亚马逊中国公司基本发展情况
图表44：当当网公司基本发展情况
图表45：唯品会基本发展情况
图表46：物流企业微信营销模式
图表47：物流企业APP营销模式
图表48：物流企业微博营销模式
图表49：2018-2023年互联网+物流行业市场投资案例汇总

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！