2015-2020年中国电商物流行业发展模式与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国电商物流行业发展综述
1.1 报告研究范围与工具介绍
1.1.1 报告专业名词解释
1.1.2 报告研究范围界定
1.1.3 报告分析工具介绍
1.2 电商物流行业定义及分类
1.2.1 电商物流行业概念
1.2.2 电商物流流程分析
1.3 电商物流行业宏观环境分析
1.3.1 电商物流行业政策环境分析
1.3.2 电商物流行业经济环境分析
（1）GDP增长状况
（2）居民收入增长情况
（3）区域经济发展情况
1.3.3 电商物流行业社会环境分析
（1）城镇化进程不断加深
（2）电子商务市场日益成熟
1.3.4 电商物流行业技术环境分析
（1）条形码技术
（2）EDI（电子数据交换）技术
（3）RFID（射频识别）技术
（4）EOS（电子订货系统）技术
（5）GPS（全球定位系统）技术
（6）GIS（地理信息系统）技术
第2章：国外电商物流行业发展经验借鉴
2.1 美国电商物流行业发展经验与启示
2.1.1 美国电商物流行业运作模式分析
2.1.2 美国电商物流行业运作案例分析
2.1.3 美国电商物流行业发展经验分析
2.2 日本电商物流行业发展经验与启示
2.2.1 日本电商物流行业运作模式分析
2.2.2 日本电商物流行业运作案例分析
2.2.3 日本电商物流行业发展经验分析
2.3 法国电商物流行业发展经验与启示
2.3.1 法国电商物流行业发展现状分析
2.3.2 法国电商物流行业运作案例分析
2.3.3 法国电商物流行业发展经验分析
第3章：中国电商物流行业市场发展现状
3.1 中国电子商务行业发展现状分析
3.1.1 电子商务行业市场现状分析
（1）中国电子商务交易规模
（2）中国电子商务区域分布
（3）中国电子商务行业分布
（4）中国电子商务从业人员规模
3.1.2 移动电子商务市场现状分析
（1）中国移动电子商务交易规模
（2）中国移动电子商务用户规模
（3）中国移动互联网流量规模
3.1.3 电子商务行业竞争格局分析
（1）B2B电子商务竞争格局分析
（2）网络零售市场竞争格局分析

（3）网络团购市场竞争格局分析
3.1.4 电子商务行业发展前景预测
（1）中国电子商务行业发展趋势
（2）中国电子商务行业前景预测
3.2 中国物流行业整体发展现状分析
3.2.1 物流行业市场运行分析
（1）物流总额增幅及其构成情况
（2）物流总费用增幅及构成情况
（3）物流业增加值增幅及贡献情况
（4）物流固定资产投资及增长情况
3.2.2 物流行业竞争格局分析
（1）物流市场整体竞争格局
（2）高端物流市场竞争结构
3.2.3 物流行业发展前景预测
3.3 中国电商物流行业发展现状分析
3.3.1 电商物流行业发展规模分析
3.3.2 电商物流行业发展特征分析
（1）自建物流模式得到资本市场认可
（2）电商促销竞争常态化引发物流“竞速”
（3）O2O升温，物流迎来新挑战
（4）跨境电商成行业热点，物流服务有待升级
（5）电商物流差异化服务成竞争焦点
3.3.3 电商物流行业竞争情况分析
（1）物流企业与电商企业间竞争激烈
（2）电商物流企业区域竞争格局分析
（3）电商发展加速物流行业格局调整
3.3.4 电商物流行业发展前景预测
（1）电子商务物流发展趋势
（2）电子商务物流前景预测
第4章：中国电商物流行业运营成本分析
4.1 电商物流的运输配送成本分析
4.1.1 运输配送成本的费用分析
4.1.2 运输配送成本的费用走势
4.1.3 运输配送成本的控制措施
4.2 电商物流的人力成本分析
4.2.1 人力成本的费用分析
4.2.2 人力成本的费用走势
4.2.3 人力成本的控制措施
4.3 电商物流的库房仓储成本分析
4.3.1 库房租建成本的费用分析
4.3.2 库房租赁成本的费用走势
4.3.3 库房仓储成本的控制措施
4.4 电商物流的包装耗材成本分析
4.4.1 包装耗材成本的费用分析
4.4.2 包装耗材成本的费用走势
第5章：中国电商物流行业运作环节分析
5.1 电商物流行业的物流仓储环节分析
5.1.1 物流仓储行业的经营状况分析
（1）仓储行业增加值
（2）仓储业保管费用
（3）仓储业经营情况
5.1.2 物流仓储行业的竞争格局分析
（1）仓储行业集中度分析
（2）进入和退出壁垒分析
5.1.3 物流仓储行业的发展前景预测
（1）仓储业存在的主要问题
（2）仓储业的发展对策分析
（3）2015-2020年仓储业前景预测
5.1.4 电子商务企业仓储的运作现状

（1）电子商务企业仓库运作模式
（2）电子商务企业仓库数量分析
（3）电子商务企业库房面积分析
5.1.5 电子商务企业仓储的发展前景
（1）电子商务企业仓储模式趋势
（2）电子商务企业仓储发展趋势
（3）电子商务企业仓储投资前景
5.2 电商物流行业的干线运输环节分析
5.2.1 电子商务对干线运输的影响
5.2.2 电子商务干线运输的运作模式
5.2.3 电商干线运输投资机会分析
5.2.4 电商自建干线运输的发展动态
5.3 电商物流行业的配送服务环节分析
5.3.1 配送服务行业的经营状况分析
（1）终端物流配送运作模式
（2）快递行业务量完成情况
（3）快递行业务的收入情况
（4）快递行业消费者申诉情况
5.3.2 配送服务行业的竞争格局分析
（1）快递行业竞争特点分析
（2）国内快递行业竞争格局
5.3.3 配送服务行业的市场规模预测
5.3.4 电子商务配送服务的市场份额
第6章：中国电商物流行业运作模式分析
6.1 电商物流行业的自建物流配送模式分析
6.1.1 自建物流配送模式的流程解析
6.1.2 自建物流配送模式的发展现状
（1）自建物流配送模式分析
（2）自建物流配送成本分析
（3）电商自建物流发展现状
6.1.3 自建物流配送模式的优劣势分析
6.1.4 自建物流配送模式的前景预测
6.2 电商物流行业的第三方物流配送模式分析
6.2.1 第三方物流配送模式的流程解析
6.2.2 第三方物流配送模式的发展现状
（1）电商选择物流商的因素
（2）电商对第三方物流影响
（3）快递企业服务能力分析
（4）第三方物流配送模式不足
6.2.3 第三方物流配送模式的优劣势分析
6.2.4 第三方物流配送模式的前景预测
（1）第三方物流行业发展趋势分析
（2）第三方物流行业发展前景预测
（3）电子商务第三方物流发展前景展望
6.3 电商物流行业的第四方物流模式分析
6.3.1 第四方物流配送模式的流程解析
6.3.2 第四方物流配送模式的发展现状
（1）第四方物流配送模式发展现状
（2）第四方物流配送模式发展对策
6.3.3 第四方物流配送模式的优劣势分析
6.3.4 第四方物流配送模式的前景预测
6.4 电商物流行业的物流联盟配送模式分析
6.4.1 物流联盟配送模式的流程解析
6.4.2 物流联盟配送模式的发展现状
（1）物流联盟配送模式背景
（2）物流联盟配送模式分类
6.4.3 物流联盟配送模式的优劣势分析
6.4.4 物流联盟配送模式的前景预测
6.5 电商物流行业的物流一体化模式分析

6.5.1 物流一体化模式的发展分析
6.5.2 物流一体化配送的运营模式
（1）纵向一体化
（2）横向一体化
（3）网络一体化
6.5.3 物流一体化模式的运作分析
6.5.4 物流一体化模式的前景预测
6.6 电商物流行业的“O-S-O”物流模式分析
6.6.1 “O-S-O”物流模式的内涵分析
6.6.2 物流联盟配送模式的优劣势分析
6.6.3 “O-S-O”物流模式的发展建议
第7章：中国电商自建物流模式及案例剖析
7.1 中国电商自建物流的动因分析
7.2 中国电商自建物流的影响分析
7.2.1 对电商的影响分析
7.2.2 对物流商的影响分析
7.2.3 对消费者的影响分析
7.3 中国电商自建物流的问题分析
7.3.1 资金方面存在的问题分析
7.3.2 人员方面存在的问题分析
7.3.3 合作方面存在的问题分析
7.4 中国电商自建物流的案例剖析
7.4.1 京东商城的自建物流案例剖析
7.4.2 苏宁云商的自建物流案例剖析
7.4.3 凡客诚品的自建物流案例剖析
7.4.4 卓越亚马逊自建物流案例剖析
7.4.5 1号店的自建物流案例剖析
7.4.6 唯品会的自建物流案例剖析
第8章：中国电商物流行业重点企业经营分析
8.1 电商行业重点企业经营状况分析
8.1.1 天猫商城
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
（8）网站最新发展动向分析
8.1.2 京东商城
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
（8）网站最新发展动向分析
8.1.3 凡客诚品
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
（8）网站最新发展动向分析
8.1.4 亚马逊中国
（1）网站简介

（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
（8）网站最新发展动向分析
8.1.5 当当网
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
（8）网站最新发展动向分析
8.1.6 1号店
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
（8）网站最新发展动向分析
8.1.7 橡果国际
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
8.1.8 苏宁易购
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
（8）网站最新发展动向分析
8.1.9 国美在线
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网络营销策略
（4）网站盈利模式
（5）网站经营状况分析
（6）网站经营优劣势分析
（7）网站最新发展动向分析
8.1.10 麦考林
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
（8）网站最新发展动向分析

8.1.11 麦包包
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
8.1.12 钻石小鸟
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
（8）网站最新发展动向分析
8.1.13 芒果网
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
（8）网站最新发展动向分析
8.1.14 返利网
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
8.1.15 美团网
（1）网站简介
（2）网站会员规模
（3）网站主营业务分析
（4）网络营销策略
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
（7）网站经营优劣势分析
（8）网站最新发展动向分析
8.2 配送行业重点企业经营状况分析
8.2.1 中邮速递EMS
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）企业主要经济指标分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业运营能力分析
（6）企业盈利能力分析
（7）企业发展能力分析
（8）企业经营网络分析
（9）企业经营战略分析
（10）企业经营优劣势分析
（11）企业投资兼并与重组分析
（12）企业最新发展动向分析
8.2.2 民航快递
（1）企业发展简况分析

（2）企业服务内容分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营网络分析
（5）企业经营战略分析
（6）企业经营优劣势分析
8.2.3 中铁快运
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营网络分析
（5）企业经营战略分析
（6）企业经营优劣势分析
8.2.4 顺丰速运
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营网络分析
（5）企业经营战略分析
（6）企业经营优劣势分析
8.2.5 申通快递
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营网络分析
（5）企业经营战略分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动向
8.2.6 圆通速递
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营网络分析
（5）企业经营战略分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动向
8.2.7 中通快递
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营网络分析
（5）企业经营优劣势分析
8.2.8 百世汇通
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营网络分析
（5）企业经营优劣势分析
8.2.9 韵达快递
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）企业运营网络分析
（4）企业经营战略分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
8.2.10 宅急送
（1）企业发展简况分析
（2）企业服务内容分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营网络分析

（5）企业经营战略分析
（6）企业经营优劣势分析
8.3 仓储行业重点企业经营状况分析
8.3.1 中储发展股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
8.3.2 江苏新宁现代物流股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务分析
（3）企业业务网络分布
（4）企业经营情况分析
（5）企业最新发展动向分析
8.3.3 山东盖世国际物流集团有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务分析
（3）企业业务网络分布
（4）企业仓储设施分析
（5）企业经营情况分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
8.3.4 深圳国际控股有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）企业经营优劣势分析
（5）企业最新发展动向分析
8.3.5 江苏飞力达国际物流股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务分析
（3）企业业务网络分布
（4）企业经营情况分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
8.4 运输行业重点企业经营状况分析
8.4.1 德邦物流股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业运营网点分析
（4）企业运送方式分析
（5）企业运送能力分析
（6）企业特色业务分析
（7）企业经营优劣势分析
（8）企业最新发展动向分析
8.4.2 天地华宇集团经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业运营网点分析
（4）企业运送能力分析
（5）企业特色业务分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
8.4.3 上海佳吉快运有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业运营网络分析

（4）企业运送能力分析
（5）企业特色业务分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业发展战略及规划
8.4.4 盛丰物流集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业运营网点分析
（4）企业运送能力分析
（5）企业特色业务分析
（6）企业经营优劣势分析
8.4.5 天津大田集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业运营网点分析
（4）企业运送能力分析
（5）企业特色业务分析
（6）企业经营优劣势分析
第9章：中国电商物流行业发展前景预测
9.1 电商物流行业的发展趋势分析
9.1.1 电商物流的多功能化趋势分析
9.1.2 电商物流的服务化趋势分析
9.1.3 电商物流的智能化趋势分析
9.1.4 电商物流的全球化趋势分析
9.2 电商物流行业投资风险分析
9.2.1 电商物流行业的政策风险
9.2.2 电商物流行业的竞争风险
9.2.3 电商物流企业的自身风险
9.3 电商物流行业投资潜力与建议
9.3.1 电商物流行业投资机会剖析
9.3.2 前瞻电商物流行业投资建议

图表目录

图表1：专用名词解释
图表2：中国电子商务物流流程示意图
图表3：电商物流行业政策汇总
图表4：2010-2015年我国GDP增长情况（单位：亿元，%）
图表5：2008-2014年我国城镇居民人均可支配收入（单位：元）
图表6：2008-2014年我国农村居民人均纯收入（单位：元）
图表7：2001-2014年中国城镇化率情况（单位：%）
图表8：2013-2014年网络购物用户数及渗透率（单位：万人，%）
图表9：EDI技术作用
图表10：RFID系统结构
图表11：RFID与其他系统的比较
图表12：RFID的行业应用
图表13：GPS技术在电商物流领域的应用
图表14：GIS技术在电商物流领域的应用
图表15：美国福来明公司食品配送中心管理经验
图表16：美国电商物流行业发展经验列表
图表17：日本电商物流行业发展经验列表
图表18：法国电商物流行业发展经验列表
图表19：2010-2015年上半年中国电子商务交易规模（单位：万亿元，%）
图表20：中国电子商务区域分布情况（单位：%）
图表21：2012年中国电子商务行业分布情况（单位：%）
图表22：2008-2015年6月中国电子商务直接从业人员规模（单位：万人）

图表23：2011-2015年上半年中国移动购物市场交易规模走势图（单位：亿元）
图表24：2007-2015年我国手机网民规模及占网民比例（单位：亿人，%）
图表25：2014-2015年移动互联网流量走势图（单位：亿G，M）
图表26：2010-2015年上半年中国电子商务B2B市场交易规模走势图（单位：亿元）
图表27：2010-2014年中国电子商务B2B企业规模走势图（单位：家）
图表28：2010-2015年上半年中国电子商务B2B企业营收规模走势图（单位：亿元）
图表29：2014年中国电子商务B2B企业市场份额占比（单位：%）
图表30：2014年国内主要B2B服务商在线交易化动态列表
图表31：2010-2015年上半年中国网络零售市场交易规模（单位：亿元）
图表32：2014年中国B2C购物网站市场份额（单位：%）
图表33：2010-2015年上半年中国网购规模占社会消费品零售总额比例（单位：%）
图表34：2014年中国网络团购市场交易数据统计图（单位：亿元，亿人次、万期）
图表35：2014年中国主流团购网站交易规模（单位：亿元）
图表36：2011-2014年中国TOP5团购网站销售数据（单位：亿元）
图表37：2014年中国各团购品类销售数据分析图（单位：亿元，%）
图表38：2015-2020年中国电子商务交易规模预测（单位：万亿元）
图表39：2005-2014年中国社会物流总额及增长情况统计表（单位：亿元，%）
图表40：2005-2014年中国社会物流总额及增长情况（单位：万亿元，%）
图表41：2014年社会物流总额及增减变化情况（单位：万亿元，%）
图表42：2005-2014年中国社会物流总费用统计表（单位：万亿元，%）
图表43：2005-2014年中国社会物流总费用统计图（单位：万亿元，%）
图表44：2005-2014年中国物流业增加值统计表（单位：万亿元，%）
图表45：2005-2014年中国物流业增加值统计图（单位：万亿元，%）
图表46：2005-2014年交通运输、物流与邮政业固定资产投资走势图（单位：万亿元，%）
图表47：2014年中国物流企业50强排名（单位：万元）
图表48：中国物流市场结构分析图
图表49：高端物流市场竞争格局分析表
图表50：高端物流企业的优劣势分析
图表51：“十二五”期间中国物流行业细分领域增速预测（单位：%）
图表52：2008-2014年中国电商物流市场规模（单位：亿元）
图表53：2014年中国快递企业业务量区域结构图（单位：%）
图表54：2014年中国快递企业业务收入区域结构图（单位：%）
图表55：2015-2020年中国电商物流市场规模前景预测（单位：亿元）
图表56：2015年2-8月国内0#柴油经销均价走势图（单位：元/吨，%）
图表57：2015年2-8月国内93#汽油经销均价走势图（单位：元/吨，%）
图表58：电商物流运输配送成本控制策略
图表59：2014年全国主要城市物流用地价格抽样调查结果（万元/亩）
图表60：调查企业物流用地平均价格与往年同期相比（单位：%）
图表61：2014年主要城市仓库平均租金抽样调查结果（元/平方米/天）
图表62：调查企业物流用地投资强度与去年同期相比
图表63：先进先出方式分析
图表64：2014年中国箱板纸价格变化（单位：元/吨）
图表65：2008-2014年中国仓储业增加值走势图（单位：亿元，%）
图表66：2007-2014年仓储业增加值占物流业增加值的比重走势图（单位：%）
图表67：2008-2014年中国仓储业保管费用走势图（单位：万亿元，%）
图表68：2013年大型仓储企业经济指标统计（单位：亿元，万吨，%）
图表69：仓储行业的企业结构和资产规模结构对比图（单位：%）
图表70：仓储行业进入壁垒分析表
图表71：仓储行业退出壁垒分析表
图表72：我国仓储业存在的问题一览表
图表73：我国仓储业发展对策一览表
图表74：2015-2020年大型仓储企业主营业务收入预测（单位：亿元）
图表75：电子商务企业仓库运作模式占比图（单位：%）
图表76：电子商务企业仓库数量分布图（单位：%）
图表77：电子商务企业仓库数量分布图（单位：%）
图表78：自动化分拣系统应用占比图（单位：%）
图表79：2015年电商企业仓库数量预测图（单位：%）
图表80：电子商务企业干线运输营运模式占比图（单位：%）
图表81：电商干线运输供应商问题

图表82：网商终端物流配送营运模式占比图（单位：%）
图表83：2005-2014年中国快递行业业务总量趋势图（单位：亿件，%）
图表84：2011-2014年中国快递行业业务总量（月度）趋势图（单位：亿件）
图表85：2014年业务量产品结构图（单位：%）
图表86：2014年业务量区域结构图（单位：%）
图表87：2005-2014年中国快递行业收入（年度）趋势图（单位：亿元，%）
图表88：2011-2014年中国快递行业收入（月度）趋势图（单位：亿元）
图表89：2014年快递收入产品结构图（单位：%）
图表90：2014年快递收入区域结构图（单位：%）
图表91：2013-2014年各月快递有效申诉数量走势图（单位：件）
图表92：2013-2014年快递业务有效申诉问题分析表（单位：件，%）
图表93：2009-2012年国内主要快递企业并购案例
图表94：快递企业三足鼎立竞争格局
图表95：2015-2020年中国快递行业业务量及增长趋势预测分析图（单位：亿件，%）
图表96：2015-2020年中国快递行业业务收入及增长趋势预测分析图（单位：亿元，%）
图表97：2014年按照快递业务量（内资主要快递企业）排名
图表98：2014年国有、民营、外资快递企业业务量市场份额（单位：%）
图表99：2014年国有、民营、外资快递企业业务收入市场份额（单位：%）
图表100：电子商务自建物流配送流程示意图
图表101：自建物流运营成本（单位：亩，平方米，万元）
图表102：自建物流运营成本（单位：%）
图表103：部分电子商务企业自建物流发展状况
图表104：电子商务企业自建物流覆盖区域
图表105：自建物流配送模式优势分析
图表106：自建物流配送模式劣势分析
图表107：电子商务第三方物流流程示意图
图表108：2012年电子商务企业选择物流商的考虑因素（单位：%）
图表109：中国主要快递企业服务和网络覆盖坐标图
图表110：第三方物流配送模式优势分析
图表111：第三方物流配送模式劣势分析
图表112：第三方物流发展的九大趋势
图表113：2015-2020年我国第三方物流行业市场规模预测（单位：万亿元）
图表114：第四方物流配送模式优势分析
图表115：第四方物流配送模式劣势分析
图表116：电子商务物流联盟配送流程示意图
图表117：物流联盟配送模式优势分析
图表118：物流联盟配送模式劣势分析
图表119：一体化运作方式分析
图表120：OSO模式的发展过程

……略

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！