2013-2017年中国网络购物物流配送市场调研与投资战略规划分析报告（2013版）

目 录

CONTENTS

第1章：中国快递业的发展综述

1.1 快递业对国民经济的影响

1.1.1 快递业的相关概述

（1）快递业的界定

（2）快递业的分类

（3）快递业的特征

（4）快递市场结构

1.1.2 快递业对全球经济的作用

（1）促进贸易和提高竞争力

（2）提高劳动生产效率

（3）减少公司库存成本

（4）刺激外商直接投资

1.1.3 快递业对中国经济的影响

（1）调整国民经济的产业结构

（2）改善出口产业的投资环境

（3）解决不断增长的就业压力

（4）推动垄断行业的市场改革

1.2 中国快递业发展环境分析

1.2.1 快递业政策环境分析

（1）快递行业管理体制

（2）快递行业相关政策

（3）快递行业相关标准

1.2.2 快递业经济环境分析

（1）国际宏观经济环境

（2）国内宏观经济环境

1.2.3 快递业社会环境分析

（1）电子商务行业发展迅速

（2）电子商务行业面临形势

（3）电子商务行业规模预测

（4）快递与电子商务协调发展

1.2.4 快递业技术环境分析

（1）RFID技术在快递业的应用

（2）J2EE技术对快递业的作用

（3）其他IT技术对快递业的作用

1.3 中国快递业发展规划解读

1.3.1 全国快递服务“十二五”规划

（1）全国快递服务的发展目标

（2）全国快递服务的主要任务

（3）全国快递服务的政策措施

（4）全国快递服务发展规划评析

1.3.2 长江三角洲地区快递服务发展规划

（1）长三角快递服务的发展目标

（2）长三角快递服务的主要任务

（3）长三角快递服务的政策措施

（4）长三角快递服务发展规划评析

1.3.3 珠江三角洲地区快递服务发展规划

（1）珠三角快递服务的发展目标

（2）珠三角快递服务的主要任务

（3）珠三角快递服务的重点工程

（4）珠三角快递服务的政策措施
（5）珠三角快递服务发展规划评析
1.3.4 京津冀地区快递服务发展规划
（1）京津冀快递服务的发展目标
（2）京津冀快递服务的主要任务
（3）京津冀快递服务的重点工程
（4）京津冀快递服务的政策措施
（5）京津冀快递服务发展规划评析
1.3.5 海峡西岸经济区快递服务发展规划
（1）海峡西岸经济区快递服务发展目标
（2）海峡西岸经济区快递服务主要任务
（3）海峡西岸经济区快递服务保障措施
（4）海峡西岸经济区快递服务规划评析
第2章：中国快递业发展状况分析
2.1 中国物流行业总体发展情况
2.1.1 物流总额增幅及其构成情况
2.1.2 物流总费用增幅及构成情况
2.1.3 物流业增加值增幅及贡献情况
2.1.4 物流固定资产投资及增长情况
2.1.5 全国重点企业物流统计调查情况
2.2 中国快递业经营情况分析
2.2.1 中国快递业的发展概况分析
（1）快递业的发展历程分析
（2）快递市场发展规模分析
（3）快递企业从业人员规模
2.2.2 中国快递业的经营情况分析
（1）快递企业经营产品分析
（2）快递行业客户结构分析
（3）快递企业快递价格分析
（4）快递企业服务能力分析
2.2.3 中国快递业营销策略分析
（1）国际快递巨头营销策略
（2）快递企业经营战略分析
（3）快递企业营销案例分析
2.3 中国快递业运行情况分析
2.3.1 快递业务量完成情况分析
（1）快递业务量完成情况
（2）快递业务量结构分析
（3）分地区快递业务量结构
2.3.2 快递业务收入情况分析
（1）快递业务收入情况
（2）各月快递业务收入
（3）快递业务收入结构
（4）分地区快递收入结构
2.4 中国快递业消费者申诉情况
2.4.1 2012年快递业消费者申诉情况
（1）2012年消费者申诉的主要问题
（2）2012年消费者对企业申诉情况
2.4.2 2012年快递业消费者申诉情况
（1）2012年消费者申诉的主要问题
（2）2012年消费者对企业申诉情况
第3章：中国网络购物物流配送分析
3.1 中国网络购物市场分析
3.1.1 网络购物市场发展概况
（1）网购用户规模及渗透率
（2）网购商品类别及频次
（3）网购市场地区差异分析
（4）网购消费动机和消费水平
（5）网购用户消费预期分析

3.1.2 网购市场竞争状况分析
（1）网络购物市场竞争业态
（2）购物网站市场结构分析
（3）购物网站用户渗透率
（4）购物网站品牌转化率
3.1.3 网民属性与行为分析
（1）网购属性分析
（2）商品浏览方式
（3）网购支付方式
3.1.4 网络购物用户满意度分析
（1）网络购物满意度
（2）购物网站满意度
（3）用户不满意原因
3.2 网络购物物流配送发展分析
3.2.1 网购市场发展现状及前景分析
（1）中国网购市场交易规模
（2）中国网购市场发展预测
3.2.2 网购市场与配送市场匹配度分析
（1）物流配送在网购中的价值分析
（2）物流配送是网络购物的短板
3.2.3 网购用户对配送服务满意度分析
（1）满意度评价体系构建
（2）网购配送服务满意度
3.2.4 电子商务企业物流配送策略分析
（1）自建物流与外包物流对比分析
（2）电子商务企业自建物流发展分析
（3）电子商务企业外包物流发展分析
（4）电子商务企业免运费策略分析
3.2.5 快递企业网购物流配送策略分析
（1）快递业来自网络购物的订单规模
（2）个人卖家对快递公司的需求分析
（3）快递企业网购物流配送策略分析
第4章：中国快递业市场前景预测
4.1 中国快递业投资风险分析
4.1.1 中国快递业政策风险分析
4.1.2 中国快递业法律风险分析
4.1.3 中国快递业监管风险分析
4.1.4 宏观经济波动带来的风险
4.1.5 中国快递业市场竞争风险
4.1.6 中国快递业扩张风险分析
4.1.7 中国快递业运营风险分析
4.1.8 中国快递业管理风险分析
4.1.9 快递业应收账款风险分析
4.2 中国快递业发展策略分析
4.2.1 快递行业发展的影响因素分析
（1）进入快递行业的主要影响因素
（2）影响快递行业发展的有利因素
（3）影响快递行业发展的不利因素
4.2.2 中国快递业发展策略分析
（1）快递业总体发展策略分析
（2）中小型快递企业发展策略
（3）快递企业的发展方向分析
4.3 中国快递业前景预测分析
4.3.1 中国快递业发展趋势分析
4.3.2 全球快递业发展前景展望
4.3.3 中国快递业市场规模预测

图表目录

图表1：快递企业分类（按资本属性划分）
图表2：2009-2012年全国规模以上快递企业月业务量（单位：万件）
图表3：2009-2012年全国规模以上快递服务企业业务收入地区分布（单位：%）
图表4：2012年美国制造业PMI分项指数概览（单位：%）
图表5：2012年美国非农就业人数概览（单位：万人）
图表6：2004-2012年美国新增非农就业人数（单位：千人）
图表7：2008-2012年美国失业率变化趋势（单位：%）
图表8：2007-2012年欧元区PMI走势（单位：%）
图表9：2009-2012年法国及德国PMI走势比较（单位：%）
图表10：1999-2012年欧央行基准利率变化趋势（单位：%）
图表11：2006-2012年欧元区CPI走势（单位：%）
图表12：2006-2012年中国国内生产总值同比增长速度（单位：亿元，%）
图表13：2006-2012年中国全部工业增加值及其增速（单位：亿元，%）
图表14：2006-2012年中国粮食产量及其增长速度（单位：万吨，%）
图表15：2006-2012年全社会固定资产投资及其增速（单位：亿元，%）
图表16：2006-2012年社会消费品零售总额及其增速（单位：亿元，%）
图表17：2006-2008年中国货物进出口总额变化情况（单位：亿美元）
图表18：2006-2012年中国农村居民人均纯收入及其实际增长速度（单位：元，%）
图表19：2006-2012年中国城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度（单位：元，%）
图表20：2008-2014年中国电子商务市场交易规模（单位：万亿元）
图表21：2012年中国电子商务服务企业区域分布情况（单位：%）
图表22：2012年中国电子商务服务企业行业分布情况（单位：%）
图表23：2008-2014年中国电子商务服务企业直接从业人员规模（单位：万人）
图表24：2008-2014年中国电子商务服务企业带动从业人员规模（单位：万人）
图表25：2008-2014年中国网络购物快递企业规模（单位：家）
图表26：RFID在各国快递业的应用情况
图表27：通信技术在快递业的应用情况
图表28：2005-2012年中国物流行业三大指标运行状况（单位：亿元）
图表29：2005-2012年中国社会物流总额及增长情况（单位：亿元，%）
图表30：2012年社会物流总额及增减变化情况（单位：万亿元，%）
图表31：2005-2012年中国社会物流总费用（单位：亿元，%）
图表32：2005-2012年中国物流业增加值统计（单位：亿元，%）
图表33：2010-2012年物流业固定资产投资及增长变化情况（单位：亿元，%）
图表34：重点调查企业行业分布情况（单位：%）
图表35：重点调查企业登记注册类型分布情况（单位：%）
图表36：重点调查企业物流成本增长情况（单位：%）
图表37：重点调查企业物流成本构成情况（单位：%）
图表38：重点调查企业物流费用率情况（单位：%）
图表39：重点调查企业物流费用率情况（单位：%）
图表40：重点调查企业物流外包情况（单位：%）
图表41：重点调查企业平均仓储面积情况（一）（单位：%）
图表42：重点调查企业平均仓储面积情况（二）（单位：%）
图表43：重点调查物流企业收入规模分布情况（单位：%）
图表44：重点调查物流企业主要经营指标增长情况（按物流企业类型分）（单位：%）
图表45：重点调查物流企业主要经营指标增长情况（按登记注册类型分）（单位：%）
图表46：重点调查物流企业收入利润率分布情况（单位：%）
图表47：重点调查物流企业资产规模分布情况（单位：%）
图表48：中国快递企业经营产品情况（单位：%）
图表49：中国消费者快递产品使用状况调查（单位：%）
图表50：中国消费者快递产品类别调查（单位：%）
图表51：中国快递行业客户结构图（单位：%）
图表52：2009-2012年全国规模以上快递企业实现业务量及增长情况（单位：亿件，%）
图表53：2012年中国快递业务量结构图（单位：%）

图表54：2012年中国东、中、西部快递业务量结构图（单位：%）
图表55：2009-2012年全国规模以上快递企业实现业务收入及增长率（单位：亿元，%）
图表56：2010-2012年中国快递业务收入情况（按月份）（单位：亿元）
图表57：2010-2012年中国快递业分专业快递业务收入比较（单位：亿元）
图表58：2012年中国快递业务收入结构图（分专业）（单位：%）
图表59：2012年中国东、中、西部快递业务收入结构图（单位：%）
图表60：快递业务有效申诉分月图（单位：件）
图表61：消费者申诉的主要问题及所占比例统计（单位：件，%）
图表62：主要快递企业有效申诉率统计表（单位：万分之一）
图表63：2010-2012年快递业务有效申诉分月图（单位：件）
图表64：2012年与2010年快递业务有效申诉问题比较表（单位：件，%）
图表65：2012年与2010年快递服务申诉分类比较图（单位：件，%）
图表66：2011与2010年主要快递企业全年平均百万件快件有效申诉比较表（单位：件申诉/百万件快件）
图表67：2004-2012年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）
图表68：2010-2012年网络购物用户数及使用率（单位：万人，%）
图表69：2012年中国网络购物市场各商品品类市场份额（单位：%）
图表70：2010-2012年网民网购频率比较（单位：%）
图表71：七大区域网络购物渗透率（单位：%）
图表72：部分城市网络购物规模和渗透率（单位：%）
图表73：用户网购的原因（单位：%）
图表74：网购用户每月平均网购消费金额（单位：元，%）
图表75：网购用户未来网购意向（单位：%）
图表76：非网购网民未来网购意向（单位：%）
图表77：主要购物网站分类
图表78：2009-2015年中国网络购物市场交易规模结构（单位：%）
图表79：2012年C2C购物网站市场份额（单位：%）
图表80：2012年中国含平台式B2C购物网站市场份额（单位：%）
图表81：2012年中国自主销售为主B2C购物网站市场份额（单位：%）
图表82：主要购物网站用户渗透率（单位：%）
图表83：主要购物网站品牌转化率（单位：%）
图表84：2010.12-2012.12网民性别结构（单位：%）
图表85：2010.12-2012.12网民年龄结构（单位：%）
图表86：2010.12-2012.12网民学历结构（单位：%）
图表87：2011.12网民职业结构（单位：%）
图表88：2010.12-2012.12网民个人月收入结构（单位：%）
图表89：2010.12-2012.12网民城乡结构（单位：%）
图表90：用户网购时商品查找方式（单位：%）
图表91：不同网购年限的用户网购商品查找方式（单位：%）
图表92：用户网购使用的支付类型（单位：%）
图表93：用户使用的主要的电子支付类型（单位：%）
图表94：网上购物与网下购物的满意度比较（单位：%）
图表95：用户对网络购物各环节满意度评价（单位：%）
图表96：用户对主要购物网站的整体满意度（单位：%）
图表97：用户对网站的满意度（单位：%）
图表98：用户对商品的满意度（单位：%）
图表99：用户对支付的满意度（单位：%）
图表100：用户对配送的满意度（单位：%）
图表101：用户对售后的满意度（单位：%）
图表102：用户网络购物不满意的原因（单位：%）
图表103：2010Q1-2011年中国网购市场交易规模及其增长情况（单位：亿元，%）
图表104：2006-2015年中国网购市场交易规模及其增长情况（单位：亿元，%）
图表105：B2C网购市场产业链
图表106：C2C网购市场产业链
图表107：网购行业对快递企业的需求分析
图表108：网购用户对配送服务的满意度评价体系
图表109：自建与外包物流配送服务的优劣势对比
图表110：主要电子商务企业自建物流发展状况
图表111：电子商务企业自建物流覆盖区域
图表112：吸引网民眼球的促销活动对比（单位：%）

图表113：电子商务企业免运费活动的效果分析（覆盖人数、访问次数）（单位：万人，万次）
图表114：电子商务企业免运费活动的效果分析（订单数量、下单转化率）（单位：万人，%）
图表115：2008-2014年中国网络购物快递企业营收规模（单位：亿元）
图表116：淘宝网个人卖家选择快递公司考虑因素对比（单位：%）
图表117：2006-2012年全国公路总里程及公路密度（单位：万公里，公里/百平方公里）
图表118：2006-2012年全国高速公路里程（单位：万公里）
图表119：2008-2018年全球快递业增长预测（单位：%）

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！