

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!