

2026-2031年中国物流O2O行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

当前整个国内的货运O2O平台已经多达200家，还有很多同城、长途兼做的货运O2O平台，市场的竞争将十分惨烈，很难想象这个地方又将血海一片。物流是O2O的核心竞争力。物流速度是决定消费者决策的重要原因，同城快送和货运市场只有具有强大的物流能力和良好的服务体验，那么其在O2O上可拓展的想象空间才会更大。

即时物流：围绕O2O兴起，借力众包模式。O2O行业的发展带动了一批配送平台，如美团外卖、蜂鸟专送、百度外卖、达达等，这些平台围绕短距离、速度快的配送需求，提供点对点的配送服务。点我达率先提出了即时物流概念，与闪送、UU跑腿、极客快运等同城配送平台同场竞技。在运力组织形式方面，自营、加盟、代理模式为主导逐渐演变为众包模式主导。众包模式以高效的资源配置能力和广泛的社会运力基础成为普遍的选择。

传统的同城快送和货运市场存在着信息化不完整，服务缺乏标准化，效率低下等诸多问题。在互联网思维改造传统企业大浪潮下，同城快递和货运市场有着更为广阔的发展空间，快速、安全、便捷的物流会给用户带来更好的线下体验。

从整个物流行业的大形势来看，虽然目前各类物流O2O都面临着一定的挑战，但是线上与线下结合的物流O2O最终仍然将是大势所趋。传统物流将会继续借助电商在未来的物流格局中继续占有一定的市场份额，但正在受到来自众包模式和借助O2O服务兴起的物流平台冲击，未来的物流O2O将会形成电商系、O2O服务系以及货运系三大阵营。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、物流行业网、中国快递协会、51行业报告网、中国海关总署全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国物流O2O行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分

析，并重点分析了我国物流O2O行业发展状况和特点，以及中国物流O2O行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球物流O2O行业发展态势作了详细分析，并对物流O2O行业进行了趋向研判，是物流O2O生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前物流O2O行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分行业发展综述

第一章 O2O发展概述

第一节 O2O的相关概述

- 一、O2O的基本概念
- 二、O2O模式的发展
- 三、O2O营销的特点
- 四、O2O的优势分析
- 五、O2O模式的多元化

第二节 O2O营销模式分析

- 一、O2O的广场模式
- 二、O2O的代理模式
- 三、O2O的商城模式

第三节 O2O营销主要方式

- 一、体验营销
- 二、直复营销
- 三、情感营销
- 四、数据库营销

第四节 物流O2O行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游发展现状及影响分析

四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章 中国物流O2O行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、全球宏观经济环境

二、国家宏观经济环境

三、经济环境对行业发展的影响

第二节 社会环境分析

一、行业社会环境

二、网民用户分析

三、社会环境对行业的影响

第三节 政策环境分析

一、行业政策法规

二、行业监管体制

三、行业政策规划

第四节 技术环境分析

一、信息技术水平分析

二、客户端软件分析

三、技术发展趋势分析

第三章 国际物流O2O行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球物流O2O市场总体情况分析

- 一、全球物流O2O行业的发展概况及特点
- 二、全球物流O2O市场结构
- 三、全球物流O2O行业竞争格局
- 四、全球物流O2O市场区域分布

第二节 全球主要国家和地区物流O2O市场发展分析

一、欧洲地区物流O2O市场发展分析

- 1、欧洲地区物流O2O行业发展概况
- 2、欧洲地区物流O2O市场覆盖率
- 3、欧洲地区物流O2O市场运行效果

二、美国物流O2O市场发展分析

- 1、美国物流O2O行业发展概况
- 2、美国物流O2O市场覆盖率
- 3、美国物流O2O市场运行效果

三、日本物流O2O市场发展分析

- 1、日本物流O2O行业发展概况
- 2、日本物流O2O市场覆盖率
- 3、日本物流O2O市场运行效果

第三节 国外物流O2O行业发展经验借鉴

- 一、国外物流O2O模式特点
- 二、国外物流O2O运行模式

三、国外物流O2O成功秘诀

第二部分 行业深度分析

第四章 中国物流O2O行业运行现状分析

第一节 我国物流O2O行业发展状况分析

- 一、我国物流O2O行业发展历程和阶段
- 二、我国物流O2O行业发展概况及特点
- 三、我国物流O2O行业发展存在的问题及对策

第二节 2021-2026年物流O2O行业运行现状分析

- 一、我国物流O2O行业资产规模分析
- 二、我国物流O2O行业市场规模分析
- 三、中国物流O2O行业市场发展特点

第三节 2021-2026年物流O2O市场经营情况分析

- 一、中国物流O2O行业交易总额分析
- 二、中国物流O2O行业订单量分析
- 三、中国物流O2O行业利润总额分析

第四节 2021-2026年中国物流O2O行业企业分析

- 一、企业数量变化分析分析
- 二、不同规模企业结构分析
- 三、网络平台数量分析
- 四、从业人员数量分析

第五节 2021-2026年中国物流O2O行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 物流O2O行业发展模式分析

第一节 全民众包模式

一、模式介绍

二、模式优缺点

三、模式适用范围

四、模式企业案例

五、模式发展趋势

第二节 物流公司众包模式

一、模式介绍

二、模式利弊分析

三、模式应用要求

四、模式企业案例

五、模式发展趋势

第三节 自建物流模式

一、模式介绍

二、模式优缺点

三、模式适用范围

四、模式企业案例

五、模式发展趋势

第四节 货运O2O模式

一、模式介绍

1、同城货运

2、抢单模式

3、跨城货运

二、模式面临的问题

三、模式竞争格局

四、模式企业案例

五、模式发展趋势

第三部分 竞争格局分析

第六章 2026-2031年物流O2O行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、物流O2O行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、物流O2O行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

三、物流O2O行业SWOT分析

1、物流O2O行业优势分析

2、物流O2O行业劣势分析

3、物流O2O行业机会分析

4、物流O2O行业威胁分析

第二节 中国物流O2O行业竞争格局综述

一、物流O2O行业竞争概况

1、行业品牌竞争格局

2、行业企业竞争格局

二、中国物流O2O行业竞争力分析

1、我国物流O2O行业竞争力剖析

2、我国物流O2O企业市场竞争的优势

3、国内物流O2O企业竞争能力提升途径

三、中国物流O2O竞争力优势分析

1、整体产品竞争力评价

2、产品竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

第三节 物流O2O行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业升级途径及并购重组风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

第七章 物流O2O成功案例分析

第一节 趣活美食送

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第二节 快收

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第三节 骡迹物流

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第四节 达达

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第五节 云鸟配送

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第六节 货拉拉

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第七节 oTMS

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第八节 GoGoVan

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第九节 福佑卡车

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第十节 运策网

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第四部分 投资发展前景

第八章 2026-2031年物流O2O行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年物流O2O市场发展趋势预测

- 一、2026-2031年物流O2O行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2026-2031年物流O2O市场规模预测

1、物流O2O行业市场容量预测

2、物流O2O行业销售收入预测

三、2026-2031年物流O2O行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第二节 2026-2031年中国物流O2O行业供需预测

一、2026-2031年中国物流O2O行业供给预测

二、2026-2031年中国物流O2O行业产量预测

三、2026-2031年中国物流O2O市场销量预测

四、2026-2031年中国物流O2O行业需求预测

五、2026-2031年中国物流O2O行业供需平衡预测

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第九章 物流O2O行业面临的机遇与挑战

第一节 物流O2O行业面临的机遇分析

一、互联网+

二、“一带一路”

三、智能化数据时代

第二节 中国物流O2O面临的挑战

一、线上线下企业的需求存在脱节

二、线下物流企业的服务质量很难保障

三、O2O物流平台爆食品安全问题

四、O2O平台不完善

三、行业发展建议

第三节 中国物流O2O行业发展对策

一、加强平台建设

二、加强线上线下合作

三、重视用户体验

四、保障药品安全

第十章 2026-2031年物流O2O行业投资机会与风险防范

第一节 中国物流O2O行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利模式分析

三、影响行业的盈利因素分析

第二节 中国物流O2O行业投资风险

一、行业政策险

二、行业关联产业风险

三、行业技术风险

四、行业其他风险

第三节 物流O2O行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第四节 对我国物流O2O品牌的战略思考

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第五节 物流O2O行业投资战略及建议

一、2026-2031年行业投资战略

二、2026-2031年行业投资方式建议

三、2026-2031年行业投资方向建议

图表目录

图表：2021-2026年我国GDP季度累计增长图

图表：2021-2026年我国物流O2O行业资产规模分析

图表：2021-2026年我国物流O2O行业市场规模分析

图表：2021-2026年中国物流O2O行业市场发展特点

图表：2021-2026年中国物流O2O行业交易总额分析

图表：2021-2026年中国物流O2O行业订单量分析

图表：2021-2026年中国物流O2O行业利润总额分析

图表：2021-2026年我国物流O2O企业数量变化分析

图表：2021-2026年我国物流O2O不同规模企业结构分析

图表：2021-2026年我国物流O2O网络平台数量分析

图表：2021-2026年我国物流O2O从业人员数量分析

图表：2021-2026年我国物流O2O行业盈利能力分析

图表：2021-2026年我国物流O2O行业营运能力分析

图表：2021-2026年我国物流O2O行业偿债能力分析

图表：2021-2026年我国物流O2O行业发展能力分析

图表：2021-2026年我国物流O2O市场集中度分析

图表：2021-2026年我国物流O2O企业集中度分析

图表：2021-2026年我国物流O2O区域集中度分析

图表：2021-2026年我国物流O2O行业企业竞争格局

图表：2026-2031年物流O2O行业市场容量预测

图表：2026-2031年物流O2O行业销售收入预测

图表：2026-2031年中国物流O2O行业供给预测

图表：2026-2031年中国物流O2O行业产量预测

图表：2026-2031年中国物流O2O市场销量预测

图表：2026-2031年中国物流O2O行业需求预测

图表：2026-2031年中国物流O2O行业供需平衡预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：9704

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170112/9704.shtml>

在线订购：[点击这里](#)