

2024-2029年中国互联网+物流行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

作为国家的支柱产业之一，物流业在国民经济中占据重要地位。我国物流产业连接上下游多个产业，对经济带动性强，处于快速发展的阶段。然而，我国物流业存在着信息化程度低、行业分散、效率较低、中间环节多等诸多不足。在此背景下，用互联网整合物流业成为必然之举。

物流行业起源早于互联网行业，但是其发展却远远落后于互联网的突飞猛进。长期以来，物流都属于规模经济，只有实现产品的批量生产，形成规模，才能达到规模经济所要求的最低生产成本要求。而物流行业缓慢发展过程中，散、乱、小、差等问题已成为其破茧过程中的重重障碍。车和货难以高效整合匹配，货车的空载率居高不下，这些都成为物流行业难以解决的痛点。

当互联网的影响力日益彰显，尤其是O2O模式的出现，让互联网对传统物流产业的重构成为了可能。互联网在减少信息不对称，释放潜在市场活力，凸显个性化产品需求方面有着得天独厚的优势。消费者在同样的产品面前，有了更多的选择和比较。物流行业的竞争，已从单纯的货源竞争上升为服务的竞争，体验的竞争。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、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，对我国互联网+物流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，并重点分析了我国互联网+物流行业发展状况和特点，以及中国互联网+物流行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球互联网+物流行业发展态势作了详细分析，并对互联网+物流行业进行了趋向研判，是互联网+物流经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前互联网+物流行业发展动态，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 产业环境透视

第一章 电子商务与物流行业概况

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 互联网+的相关概述

一、互联网+的提出

二、互联网+的内涵

三、互联网+的发展

四、互联网+的评价

五、互联网+的趋势

第三节 物流行业发展概况

一、物流行业发展现状

二、互联网趋势下物流行业面临的机遇与挑战

三、物流行业发展趋势

第二章 互联网+环境下物流行业的机会与挑战

第一节 2019-2023年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

1、总体网民规模分析

2、分省网民规模分析

3、手机网民规模分析

4、网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

1、信息获取情况分析

2、商务交易发展情况

3、交流沟通现状分析

4、网络娱乐应用分析

第二节 互联网+环境下物流行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网+物流行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 物流与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第二部分 行业深度分析

第三章 物流行业发展现状分析

第一节 物流行业发展现状分析

一、物流行业产业政策分析

二、物流行业发展现状分析

三、物流行业主要企业分析

四、物流行业市场规模分析

第二节 物流行业市场前景分析

一、物流行业发展机遇分析

二、物流行业市场规模预测

三、物流行业发展前景分析

第四章 物流行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 互联网+物流市场规模与渗透率

一、互联网+物流总体开展情况

二、互联网+物流交易规模分析

三、互联网+物流渠道渗透率分析

第二节 互联网+物流行业盈利能力分析

一、互联网+物流发展有利因素

二、互联网+物流发展制约因素

三、互联网+物流行业经营成本分析

四、互联网+物流行业盈利模式分析

五、互联网+物流行业盈利水平分析

第三节 互联网+物流行业未来前景及趋势预测

一、互联网+物流行业市场空间测算

二、互联网+物流市场规模预测分析

三、互联网+物流发展趋势预测分析

第五章 物流企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 物流企业转型电商构建分析

一、互联网+物流关键环节分析

1、产品采购与组织

2、电商网站建设

3、网站品牌建设及营销

4、服务及物流配送体系

5、网站增值服务

二、物流企业电子商务网站构建

- 1、网站域名申请
- 2、网站运行模式
- 3、网站开发规划
- 4、网站需求规划

第二节 物流企业转型电商发展途径

- 一、电商B2B发展模式
- 二、电商B2C发展模式
- 三、电商C2C发展模式
- 四、电商O2O发展模式

第三节 物流企业转型电商平台选择分析

- 一、物流企业电商建设模式
- 二、自建商城网店平台
 - 1、自建商城概况分析
 - 2、自建商城优势分析
- 三、借助第三方网购平台
 - 1、第三方网购平台的优劣势
 - 2、第三方网购平台盈利模式
- 四、电商服务外包模式分析
 - 1、电商服务外包的优势
 - 2、电商服务外包可行性
 - 3、电商服务外包前景
- 五、物流企业电商平台选择策略

第六章 互联网+物流运营模式分析

第一节 互联网+物流B2C模式分析

- 一、互联网+物流B2C市场概况
- 二、互联网+物流B2C市场规模
- 三、互联网+物流B2C盈利模式
- 四、互联网+物流B2C物流模式
- 五、互联网+物流B2C物流模式选择

第二节 互联网+物流C2C模式分析

- 一、互联网+物流C2C市场概况
- 二、互联网+物流C2C盈利模式
- 三、互联网+物流C2C信用体系
- 四、互联网+物流C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

第三节 互联网+物流O2O模式分析

- 一、互联网+物流O2O市场概况
- 二、互联网+物流O2O优势分析
- 三、互联网+物流O2O营销模式
- 四、互联网+物流O2O潜在风险

第三部分 竞争格局分析

第七章 物流主流网站平台分析

第一节 菜鸟网络科技公司

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站对物流行业的影响
- 三、网站发展策略分析

第二节 物流中国

一、网站发展基本概述

二、网站对物流行业的影响

三、网站发展策略分析

第三节 苏宁物流云综合服务平台

一、网站发展基本概述

二、网站对物流行业的影响

三、网站发展策略分析

第四节 中国物流金融服务平台

一、网站发展基本概述

二、网站对物流行业的影响

三、网站发展策略分析

第五节 oTMS物流平台

一、网站发展基本概述

二、网站对物流行业的影响

三、网站发展策略分析

第八章 物流企业竞争格局分析

第一节 德邦物流

一、企业基本概况

二、企业物流网络覆盖分析

三、互联网+应用分析

四、未来发展方向分析

第二节 天地华宇物流

一、企业基本概况

二、企业物流网络覆盖分析

三、互联网+应用分析

四、未来发展方向分析

第三节 佳吉快运

一、企业基本概况

二、企业物流网络覆盖分析

三、互联网+应用分析

四、未来发展方向分析

第四节 UPS物流

一、企业基本概况

二、企业物流网络覆盖分析

三、互联网+应用分析

四、未来发展方向分析

第五节 联邦物流

一、企业基本概况

二、企业物流网络覆盖分析

三、互联网+应用分析

四、未来发展方向分析

第六节 中储股份

一、企业基本概况

二、企业物流网络覆盖分析

三、互联网+应用分析

四、未来发展方向分析

第七节 龙邦物流

一、企业基本概况

二、企业物流网络覆盖分析

三、互联网+应用分析

四、未来发展方向分析

第八节 中远物流

一、企业基本概况

二、企业物流网络覆盖分析

三、互联网+应用分析

四、未来发展方向分析

第九节 南方物流

一、企业基本概况

二、企业物流网络覆盖分析

三、互联网+应用分析

四、未来发展方向分析

第十节 中铁快运

一、企业基本概况

二、企业物流网络覆盖分析

三、互联网+应用分析

四、未来发展方向分析

第四部分 行业投资分析

第九章 物流企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 物流企业电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 物流企业转型电商物流投资分析

一、物流企业电商自建物流分析

1、电商自建物流的优势分析

2、电商自建物流的负面影响

二、物流企业电商外包物流分析

1、物流业务量完成情况

2、物流业务的收入情况

3、物流业竞争格局分析

第三节 物流企业电商市场策略分析

第十章 2024-2029年互联网+物流行业投资机会与风险防范

第一节 互联网+物流行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、互联网+物流行业投资现状分析

1、互联网+物流产业投资经历的阶段

2、2019-2023年互联网+物流行业投资状况回顾

3、2019-2023年中国互联网+物流行业风险投资状况

4、2024-2029年我国互联网+物流行业的投资态势

第二节 2024-2029年互联网+物流行业投资机会

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

四、互联网+物流行业投资机遇

第三节 2024-2029年互联网+物流行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国互联网+物流行业投资建议

一、互联网+物流行业未来发展方向

二、互联网+物流行业主要投资建议

三、中国互联网+物流企业融资分析

1、中国互联网+物流企业IP公融资分析

2、中国互联网+物流企业再融资分析

第五部分 发展战略研究

第十一章 2024-2029年互联网+物流行业面临的困境及对策

第一节 2019-2023年互联网+物流行业面临的困境

一、互联网+发展制约因素

二、物流行业面临困境

第二节 互联网+物流企业面临的困境

一、互联网+物流企业面临的困境

二、中小互联网+物流企业发展困境

三、国内互联网+物流企业的出路分析

第三节 中国互联网+物流行业的发展对策

一、中国互联网+发展对策

二、互联网+物流行业发展的建议对策

- 1、把握国家投资的契机
- 2、竞争性战略联盟的实施
- 3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第十二章 互联网+物流行业发展战略研究

第一节 互联网+物流行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国互联网+物流品牌的战略思考

- 一、互联网+物流品牌的重要性
- 二、互联网+物流实施品牌战略的意义
- 三、互联网+物流企业品牌的现状分析

四、我国互联网+物流企业的品牌战略

五、互联网+物流品牌战略管理的策略

第三节 互联网+物流经营策略分析

一、互联网+物流市场细分策略

二、互联网+物流市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、互联网+物流新产品差异化战略

第四节 互联网+物流行业投资战略研究

一、2019-2023年互联网+物流行业投资战略

二、2024-2029年互联网+物流行业投资战略

图表目录

图表：互联网+物流行业生命周期

图表：互联网+物流行业产业链结构

图表：2019-2023年全球互联网+物流行业市场规模

图表：2019-2023年中国互联网+物流行业市场规模

图表：2019-2023年互联网+物流行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国互联网+物流市场占全球份额比较

图表：2019-2023年互联网+物流行业销售收入

图表：2019-2023年互联网+物流行业利润总额

图表：2019-2023年互联网+物流行业资产总计

图表：2019-2023年互联网+物流行业负债总计

图表：2019-2023年互联网+物流行业竞争力分析

图表：2019-2023年互联网+物流市场价格走势

图表：2019-2023年我国网民数量及同比增速

图表：2019-2023年我国物流企业数量及同比增速

图表：2019-2023年我国物流企业网点分析

图表：2019-2023年我国电子商务规模及同比增速

图表：2019-2023年我国电子商务网民数量增加情况

图表：2019-2023年德邦物流网点分析

图表：2019-2023年德邦物流市场规模分析

图表：2019-2023年天地华宇物流网点分析

图表：2019-2023年天地华宇市场规模分析

图表：2019-2023年全球互联网+物流市场规模及同比增速

图表：2019-2023年中国互联网+物流交易规模及同比增速

图表：2024-2029年国内互联网+物流市场规模预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170125/12431.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)