



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国到户配送行业 竞争格局调查及未来前景预测分 析报告

一、调研说明

《2011-2015年中国到户配送行业竞争格局调查及未来前景预测分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/176895.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国到户配送行业竞争格局调查及未来前景预测分析报告》共十二章。首先介绍了中国到户配送行业的概念，接着分析了中国到户配送行业发展环境，然后对中国到户配送行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国到户配送行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国到户配送行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本报告为艾凯数据研究中心所有,为确保您购买报告数据的准确、权威以及真实性，请直接与我单位联系购买即可。近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录或改头换面或原样挂在其网站及一些博客中进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本中心郑重声明：本报告为艾凯数据研究中心原创，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！该份报告为多用户报告，如果针对本报告有添加需求或特别需求的，您可以和我们联系，我们会根据您的相应修订报告研究框架，并给出合理的报价。

第一章 到户配送行业基础概况

第一节 物流配送简述

一、配送功能要素

二、配送的流程

三、物流配送系统信息化管理

四、物流配送中心

第二节 2010-2011年中国物流行业运行总况

一、中国物流发展分析

二、铁路运输指标分析

三、航空运输指标分析

四、全国分地区水运货物统计

五、公路货物运输量分析

六、第三方物流的发展分析

第二章 2010-2011年中国到户配送行业影响因素透析

第一节 2010-2011年中国到户配送行业政府和法规因素分析

一、《快递服务标准》分析

二、关于空运进口货物管理办法

三、中华人民共和国邮政法细则

四、《反垄断法》的物流解读

第二节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第三节2010-2011年中国到户配送行业技术因素分析

一、物流配送系统的应用

二、配送型物流中心的核心技术

三、生产型物流中心的核心技术

第三章 2010-2011年中国物流配送行业运行新形势透析

第一节 2010-2011年中国物流配送行业特点分析

一、配送业总体水平有所提高

二、自营配送模式占主导地位

三、行业统筹规划

四、物流配送在行业间发展不均衡

五、第三方物流配送发展不成熟

六、快递市场竞争度加剧、开放力度加大

七、城市物流配送业发展迅速

八、物流配送设备应用更广泛

九、制造企业与物流企业通过战略合作，聚集物流需求

第二节 2010-2011年中国物流配送行业运行综述

一、物流配送信息化建设情况

二、2010年物流配送市场动态分析

三、物流配送主要品牌的发展

四、物流配送市场的走向分析

第三节2010-2011年中国物流配送行业存在问题分析

一、配送的服务核心作用难以发挥

二、配送行业技术发展水平相对落后

三、配送与企业扩张不平衡

四、加工型配送发展缓慢

五、没有建立现代化的配送流程

第四节 2010-2011年中国物流配送行业成长动因分析

- 一、市场供求关系发生重大变化，市场竞争加剧
- 二、企业改革日益深化
- 三、现代信息技术的发展
- 四、政府对物流配送的政策支持
- 五、配送主体的实力有所增强
- 六、企业追求第三利润源
- 七、物资供应模式的转变

第四章 2010-2011年中国到户配送行业市场运行态势分析

第一节 宅配业市场概述

- 一、宅配涵盖
- 二、宅配服务分类
- 三、宅配业与其它货物运送业的比较

第二节 2010-2011年世界到户配送业发达地区运行分析

- 一、日本宅配便发展分析
- 二、宅配业在台湾发展分析

第三节 2010-2011年中国配送到户透析

- 一、配送到户发展背景
- 二、配送到户渠道分析
- 三、配送到户发展潜力

第五章 2010-2011年中国到户配送业细分市场运行新格局透析

第一节 2010-2011年中国快运快递行业分析

- 一、本土快递业的发展现状
- 二、我国快运速递企业物流服务水平
- 三、快递行业盈利的关键要素分析
- 四、中国速递行业告别EMS垄断时代
- 五、各地区快运快递发展分析
 - 1、长三角快运发展分析
 - 2、浙江快递服务业发展分析
 - 3、安徽快递业发展分析

4、湖南民营快递服务业发展分析

5、北京邮政速递的发展策略

六、邮政速递发展分析

1、邮政EMS现状分析

2、邮政速递业务发展电子商务分析

3、邮政速递市场定制服务分析

4、中国邮政速递发展对策

第二节 2010-2011年中国网络购物配送到户分析

一、中国网络购物市场规模迅速增长

二、网上购物发展模式分析

三、网络购物交易额各地区分布状况

四、网购的营销模式探究

五、网络购物消费者分析

六、网络购物支付与物流配送分析

七、电子商务物流配送体系的发展

八、网上购物配送存在问题分析

第三节 2010-2011年中国电视购物配送到户发展分析

一、中国电视购物产业已进入新一轮崛起

二、电视购物的经营模式

三、近三年中国电视购物市场规模同比分析

四、电视购物消费者分析

五、电视购物配送的分析

第四节 2010-2011年中国零售业配送到户分析

一、便利店的配送系统分析

二、网络零售配送市场分析

三、连锁超市物流配送发展分析

四、连锁零售业物流配送现状分析

第六章 2010-2011年中国到户配送行业运作模式解析

第一节 2010-2011年中国到户配送模式分析

一、D2D配送模式典型案例分析

二、电子配送模式分析

三、共同配送模式分析

第二节 2010-2011年中国典型案例分析

一、当当网配送模式分析

二、卓越网的物流配送发展分析

第三节 2010-2011年中国配送到户发展策略分析

一、降低配送成本的策略分析

二、高科技产品配送入户策略

三、基于SCM下的物流配送网络规划

第七章 2010-2011年中国物流配送业竞争新格局分析

第一节 2010-2011年国际物流配送市场竞争分析

一、全球物流业竞争力排行

二、国际物流市场竞争方式

第二节 2010-2011年跨国竞争条件下中国物流配送市场的竞争分析

一、国际企业进入中国物流配送市场的动机分析

二、跨国竞争条件下中国物流配送业竞争态势分析

三、物流配送企业并购整合分析

四、中国物流配送企业的整体性与相机性策略

第三节 2010-2011年中国物流配送企业竞争策略分析

第四节 2011-2015年中国物流配送业竞争趋势探析

第八章 2010-2011年中国到户配送行业竞争态势分析

第一节 2010-2011年中国到户配送市场竞争总况

一、到户配送企业并购整合分析

二、宅配送借助网络异军突起

三、我国到户配送市场竞争力分析

第二节 2010-2011年中国到户配送中小企业竞争分析

一、到户配送中小企业的生存竞争分析

二、金融危机下中小物流企业生存现状

三、中小物流企业竞争力分析

第三节 2010-2011年中国到户配送竞争趋势分析

第九章 2010-2011年到户配送国际主体企业运行浅析

第一节 UPS

- 一、企业概况
- 二、竞争竞争力分析
- 三、UPS在资源整合过程中快速成长
- 四、UPS成功转型为整体化物流企业
- 五、UPS的现代物流信息技术成为其竞争优势
- 六、UPS给中国物流企业的启示
- 七、未来企业发展战略分析

第二节 FedEx

- 一、企业概况
- 二、FedEx的延伸
- 三、FedEx的管理原则
- 四、联邦快递在中国的经营之道
- 五、FedEx在中国成功的策略
- 六、未来企业发展战略分析

第三节 DHL

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况分析
- 四、未来企业发展战略分析

第四节 TNT

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况分析
- 四、未来企业发展战略分析

第十章 2010-2011年到户配送中国主体企业运行竞争力分析

第一节 中铁快运股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、中铁快运物流服务的资源和能力
- 三、中铁快运的综合运输服务

四、中铁快运在不断的创新中前进

第二节 北京宅急送快运股份有限公司

一、企业概况

二、宅急送的信息化进程

三、宅急送在夹缝中发展的更好

四、宅急送化险:突围内热外寒

五、宅急送:信心战略是突围关键

第三节 中国民航快递

一、企业概况

二、中国民航快递:着力打造快递强势品牌

三、企业经营状况

四、企业发展战略分析

第四节 EMS

一、EMS概况

二、EMS动态分析

三、EMS业务竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十一章 2011-2015年中国到户配送行业前景预测分析

第一节 2011-2015年中国物流业趋势预测分析

一、企业物流社会化与专业化的趋势

二、物流企业规模化与个性化的趋势

三、物流市场细分化与国际化的趋势

四、区域物流集聚与扩散的趋势

五、物流经营成本进一步上升的趋势

第二节 2011-2015年中国到户配送企业发展走势分析

一、企业整合趋势分析

二、外商合资发展分析

三、企业特许经营发展分析

四、企业自营网络的发展

第三节 2011-2015年中国配送物流业预测分析

一、物流配送的电子商务趋势

- 二、发展物资配送的基本设想
- 三、物流配送的电子化与数字化

第十二章 2011-2015年中国到户配送产业投资分析

第一节 2011-2015年中国到户配送行业投资概况

- 一、到户配送行业投资特性
- 二、到户配送具有良好的投资价值
- 三、到户配送投资环境利好

第二节 2011-2015年中国到户配送投资机会分析

- 一、到户配送投资热点
- 二、到户配送投资吸引力分析

第三节 2011-2015年中国到户配送投资风险及防范

- 一、市场运营机制风险
- 二、金融风险分析
- 三、政策风险分析
- 四、竞争风险分析

第四节 专家建议

图表目录：(部分)

图表：2006-2010年国内生产总值

图表：2006-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2010年年末国家外汇储备

图表：2006-2010年财政收入

图表：2006-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：宅配业之输配送系统

图表：宅配服务业流通图

图表：宅配业与其它运送业之比较表

图表：供给企业的物流作业指标

图表：物流设备利用率

图表：物流信息系统拥有状况

图表：物流信息系统业务模块

图表：物流信息系统功能

图表：未来物流服务内容

图表：B2C与C2C的比较

图表：2010年B2C整体市场规模预测

图表：消费者进行过网络购物的比例

图表：有过网络购物经历的网民结构

图表：网民选择网络购物的原因分布

图表：没有尝试网络购物的原因分布

图表：网民网络购物频率分布

图表：网民平均每次购买金额分布

图表：不同频率的网络购物客单价分布

图表：网络购物的付款方式分布

图表：网民未来是否会进行网络购物

图表：网民期望网络购物商品价格

图表：网民对网络购物各个环节评价的平均值

图表：网络购物应该改进方面分布

图表：网民网络购物满意度

图表：上海卖家异地配送在销售中所占比例对总销售量的影响

图表：TNT公司现状一览表

图表：2008-2009年物流业对国民经济发展的贡献

图表：2008-2009年中国国内生产总值与社会物流总额

图表：民营物流企业人数

图表：民营物流企业成立时间

图表：2008年中国最具竞争力50强物流企业中的民营企业

图表：民营物流企业资产总额

图表：民营物流企业网点数

图表：民营物流企业服务内容

图表：民营物流企业信息系统

图表：民营物流企业的企业性质

图表：2009年1季度公路货物运输市场价格

图表：2009年1季度公路货物运输市场价格指数示意图

图表：2009年1季度公路货物运输市场价格指数表

图表：2009年2季度路货物运输市场价格

图表：2009年2季度公路货物运输市场价格示意图

图表：2009年2季度公路货物运输市场价格表

图表：邮政物流信息系统总体构架图

图表：第三方企业物流模式

图表：第三方物流服务对客户企业物流成本影响因子的概念模型

图表：第三方物流服务对客户企业供应物流成本管理绩效决定因子

图表：传统物流模式与现代物流模式特征对比

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
图表：2004-2008年年末电话用户数
图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度
图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度
图表：2004-2008年年末各类教育招生人数
图表：2008年人口数及其构成
图表：2004-2008年农村居民收入及其增长速度
图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度
图表：2009年1-3月工业生产主要指标
图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数
图表：2008-2009年3月工业品出厂价格指数
图表：2008年1-12月主要行业累计亏损总额同比增长显著上升
图表：2008年1-12月主要行业累计从业人员同比增长回落
图表：2006-2009年美国ABCP市场余额
图表：2006-2009年美国的季度GDP增速以及各部分的贡献
图表：2004-2009年美国商业银行坏帐率
图表：2004-2009年美国商业银行逾期率
图表：略……
更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/176895.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。