

中国网络购物物流配送行业发展状况及前景方向分析报告2024-2030年

产品名称	中国网络购物物流配送行业发展状况及前景方向分析报告2024-2030年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国网络购物物流配送行业发展状况及前景方向分析报告2024-2030年【报告编号】:415097【出版时间】:2023年12月【出版机构】:中研智业研究院【交付方式】:EMIL电子版或特快专递【报告价格】:【纸质版】:6500元【电子版】:6800元【纸质+电子】:7000元
免费售后服务一年，具体内容及订流程欢迎咨询客服人员。

第一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“十四五”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

第二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2.4.12023年快递业消费者申诉情况 (1) 2023年消费者申诉的主要问题 (2) 2023年消费者对企业申诉情况2.4.22023年快递业消费者申诉情况 (1) 2023年消费者申诉的主要问题 (2) 2023年消费者对企业申诉情况

第三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

第四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22016-2023年全国规模以上快递企业月业务量（单位:万件）

图表32016-2023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42023年美国制造业PMI分项指数概览（单位:%）

图表52023年美国非农就业人数概览（单位:万人）

图表62015-2023年美国新增非农就业人数（单位:千人）

图表72015-2023年美国失业率变化趋势（单位:%）

图表82015-2023年欧元区PMI走势（单位:%）

图表92016-2023年法国及德国PMI走势比较（单位:%）

图表102015-2023年欧央行基准利率变化趋势（单位:%）

图表112015-2023年欧元区CPI走势（单位:%）

图表122015-2023年中国国内生产总值同比增长速度（单位:亿元，%）

图表132015-2023年中国全部工业增加值及其增速（单位:亿元，%）

图表142015-2023年中国粮食产量及其增长速度（单位:万吨，%）

图表152015-2023年全社会固定资产投资及其增速（单位:亿元，%）

图表162015-2023年社会消费品零售总额及其增速（单位:亿元，%）

图表172015-2023年中国货物进出口总额变化情况（单位:亿美元）

图表182015-2023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192015-2023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202015-2023年中国电子商务市场交易规模（单位:万亿元）

图表212023年中国电子商务服务企业区域分布情况（单位:%）

图表222023年中国电子商务服务企业行业分布情况（单位:%）

图表232015-2023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242015-2023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252015-2023年中国网络购物快递企业规模（单位:家）

图表26RFID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282015-2023年中国物流行业三大指标运行状况（单位:亿元）

图表292015-2023年中国社会物流总额及增长情况（单位:亿元，%）

图表302023年社会物流总额及增减变化情况（单位:万亿元，%）

图表312015-2023年中国社会物流总费用（单位:亿元，%）

图表322015-2023年中国物流业增加值统计（单位:亿元，%）

图表332017-2023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522016-2023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532023年中国快递业务量结构图（单位：%） 图表542023年中国东、中、西部快递业务量结构图（单位：%） 图表552016-2023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562017-2023年中国快递业务收入情况（按月份）（单位：亿元） 图表572017-2023年中国快递业分专业快递业务收入比较（单位：亿元） 图表582023年中国快递业务收入结构图（分专业）（单位：%） 图表592023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632017-2023年快递业务有效申诉分月图（单位：件） 图表642023年与2022年快递业务有效申诉问题比较表（单位：件，%） 图表652023年与2022年快递服务申诉分类比较图（单位：件，%） 图表662021与2022年主要快递企业全年平均百万件快件有效申诉比较表 图表672015-2023年中国网民规模与普及率（单位：万人，%） 图表682017-2023年网络购物用户数及使用率（单位：万人，%） 图表692023年中国网络购物市场各商品品类市场份额（单位：%） 图表702017-2023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782016-2023年中国网络购物市场交易规模结构（单位：%） 图表792023年C2C购物网站市场份额（单位：%） 图表802023年中国含平台式B2C购物网站市场份额（单位：%） 图表812023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842017.12-2022.12网民性别结构（单位：%） 图表852017.12-2022.12网民年龄结构（单位：%） 图表862017.12-2022.12网民学历结构（单位：%） 图表872020.6网民职业结构（单位：%） 图表882017.12-2022.12网民个人月收入结构（单位：%） 图表892017.12-2022.12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1032017Q1-2023年中国网购市场交易规模及其增长情况（单位：亿元，%） 图表1042013-2023年中国网购市场交易规模及其增长情况（单位：亿元，%） 图表105B2C网购市场产业链 图表106C2C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） 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1152015-2023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1172015-2023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1182015-2023年全国高速公路里程（单位：万公里） 图表1192024-2030年全球快递业增长预测（单位：%）