

2020-2026年中国到户配送 行业分析与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国到户配送行业分析与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/174233.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着配送行业的不断发展，用户对配送速度提出更高要求，即时配送平台不断发展成熟，配送模式增加，市场规模有望继续扩大。2018中国即时配送行业用户规模将达3.55亿人。用户消费升级，消费者对消费体验期望值增加，即时配送由于快捷、便利的优势受到消费者追捧，新零售的发展带动即时配送行业需求提升，未来即时配送行业用户规模仍有较大发展潜力。物流不仅是将货物由A点转移到B点，而是需要为货主提供完整的物流服务解决方案。比如，货主首先提出仓储服务需求，同时因为资金需求质押货物，就需要物流企业同步介入物流金融服务。2016年易货嘀城市配送平台日均物流需求类型分布

2017年同城配业务收入实现3.7亿元营收，同比大幅增长636%，是公司增长最快的子业务。2017年国内同城配市场竞争格局

中企顾问网发布的《2020-2026年中国到户配送行业分析与投资前景分析报告》共十六章。首先介绍了中国到户配送行业市场发展环境、到户配送整体运行态势等，接着分析了中国到户配送行业市场运行的现状，然后介绍了到户配送市场竞争格局。随后，报告对到户配送做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国到户配送行业发展趋势与投资预测。您若想对到户配送产业有个系统的了解或者想投资中国到户配送行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分发展现状与前景分析

第一章全球到户配送行业发展分析

第一节 2015-2019年全球到户配送市场分析

一、2017年全球到户配送市场回顾

二、2017年全球到户配送市场环境

三、2019年全球到户配送需求分析

四、2019年全球到户配送市场规模

第二节 部分国家地区到户配送行业发展状况

一、2015-2019年美国到户配送行业发展分析

- 二、2015-2019年欧洲到户配送行业发展分析
- 三、2015-2019年日本到户配送行业发展分析
- 四、2015-2019年韩国到户配送行业发展分析

第二章我国到户配送行业发展现状

第一节 我国到户配送行业发展状况

一、2017年中国到户配送行业发展回顾

二、2017年到户配送行业发展情况分析物流作为社会经济生活的基础设施，服务众多行业。按服务范围，可以分为干线、城配、整车；按服务领域，可以根据垂直细分领域划分出多种行业物流。比如电商、家装、生鲜完全是三个不同的行业，而其配送需求却完全不同。众所周知，生鲜产品会要求冷链、温库运输，电商及服装领域会涉及大量逆向物流，而家装配送更多要求送装一体，不同的行业有不同的配送需求。所以，城市配送需要的是针对不同垂直领域的物流解决方案，而不是仅仅利用互联网完成车货匹配。垂直细分领域配送需求差异

电商O2O 多批次小批量配送 家居建材 仓配送装一体化 品牌家电 需求季节性，配送分散性 3PL 干线运输+终端配送 制造业 多种车型配送 快消品 仓库到门店多点配送

三、2017年我国到户配送市场特点分析

四、2019年我国到户配送市场发展分析

第二节 中国到户配送行业供需分析

- 一、2017年中国到户配送市场供给总量分析
- 二、2017年中国到户配送市场供给结构分析
- 三、2019年中国到户配送市场需求总量分析
- 四、2019年中国到户配送市场需求结构分析
- 五、2019年中国到户配送市场供需平衡分析

第三章到户配送行业市场状况分析

第一节 宅配业市场发展概况

- 一、宅配的定义
- 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 世界到户配送业发展分析

一、日本宅配便发展分析

二、宅配业在台湾发展分析

第三节 中国配送到户发展分析

一、配送到户渠道分析

二、配送到户发展背景

三、配送到户发展潜力

四、配送到户发展趋势

五、配送到户发展机遇

第四章中国到户配送业细分市场状况分析

第一节 中国快运快递行业发展分析

一、我国快运快递行业发展现状

二、我国快运速递业格局现状

三、快递行业盈利的关键要素分析

四、快递行业发展的影响因素分析

第二节 网络购物配送到户分析

一、网上购物发展模式分析

二、网络购物消费者分析

三、网上购物配送存在问题分析

四、电子商务物流配送体系的发展

第三节 电视购物配送到户发展分析

一、电视购物发展现状

二、电视购物的经营模式

三、电视购物配送的发展分析

第四节 零售业配送到户发展分析

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

第五章中国到户配送行业运作模式分析

第一节 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 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 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

第六章到户配送行业投资与发展前景分析

第一节 2019年到户配送行业投资情况分析

一、2019年到户配送行业总体投资结构

二、2019年到户配送行业投资规模情况

三、2019年到户配送行业投资增速情况

四、2019年到户配送分行业投资分析

五、2019年到户配送分地区投资分析

第二节 到户配送行业投资机会分析

一、到户配送投资项目分析

二、可以投资的到户配送模式

三、2019年到户配送投资机会

四、2019年到户配送细分行业投资机会

五、2019年到户配送投资新方向

第三节 到户配送行业发展前景分析

一、到户配送市场发展前景分析

二、我国到户配送市场蕴藏的商机

三、后危机时代到户配送市场的发展前景

四、2019年到户配送市场面临的发展商机

五、2020-2026年到户配送市场面临的发展商机

第二部分市场竞争格局与形势

第七章到户配送行业竞争格局分析

第一节 到户配送行业集中度分析

一、到户配送市场集中度分析

二、到户配送企业集中度分析

三、到户配送区域集中度分析

第二节 到户配送行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 到户配送行业竞争格局分析

一、2019年到户配送行业竞争分析

二、2019年中外到户配送产品竞争分析

三、2015-2019年国内外到户配送竞争分析

四、2015-2019年我国到户配送市场竞争分析

五、2015-2019年我国到户配送市场集中度分析

六、2020-2026年国内主要到户配送企业动向

第八章 2015-2019年中国到户配送行业发展形势分析

第一节 到户配送行业发展概况

一、到户配送行业发展特点分析

二、到户配送行业投资现状分析

三、到户配送行业总产值分析

四、到户配送行业技术发展分析

第二节 2015-2019年到户配送行业市场情况分析

一、到户配送行业市场发展分析

二、到户配送市场存在的问题

三、到户配送市场规模分析

第三节 中国到户配送市场发展对策

一、发展中国到户配送市场的思路

二、中国到户配送市场发展策略分析

三、中国到户配送市场发展的新思路

第三部分赢利水平与企业分析

第九章中国到户配送行业整体运行指标分析

第一节 2015-2019年中国到户配送行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业市场规模分析

第二节 2015-2019年中国到户配送行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章到户配送行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2015-2019年到户配送价格走势分析

二、2015-2019年到户配送行业成本分析

第二节 盈利水平分析

一、2015-2019年到户配送行业价格走势

二、2015-2019年到户配送行业营业收入情况

三、2015-2019年到户配送行业毛利率情况

四、2015-2019年到户配送行业赢利能力

五、2015-2019年到户配送行业赢利水平

六、2020-2026年到户配送行业赢利预测

第十一章到户配送行业盈利能力分析

第一节 2015-2019年中国到户配送行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2015-2019年中国到户配送行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2015-2019年中国到户配送行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第十二章重点到户配送企业分析

第一节 UPS

一、企业概况

二、2015-2019年经营状况

三、2020-2026年盈利能力

四、2020-2026年投资风险

第二节 FedEx

一、企业概况

二、2015-2019年经营状况

三、2020-2026年盈利能力

四、2020-2026年投资风险

第三节 DHL

一、企业概况

二、2015-2019年经营状况

三、2020-2026年盈利能力

四、2020-2026年投资风险

第四节 TNT

一、企业概况

二、2015-2019年经营状况

三、2020-2026年盈利能力

四、2020-2026年投资风险

第五节 中铁快运股份有限公司

一、企业概况

二、2015-2019年经营状况

三、2020-2026年盈利能力

四、2020-2026年投资风险

第六节 北京宅急送快运股份有限公司

一、企业概况

二、2015-2019年经营状况

三、2020-2026年盈利能力

四、2020-2026年投资风险

第七节 中国民航快递

一、企业概况

二、2015-2019年经营状况

三、2020-2026年盈利能力

四、2020-2026年投资风险

第四部分投资策略与风险预警

第十三章 到户配送行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 到户配送行业投资效益分析

一、2019年到户配送行业投资状况分析

二、2019年到户配送行业投资效益分析

三、2020-2026年到户配送行业投资方向

四、2020-2026年到户配送行业投资建议

第四节 到户配送行业投资策略研究

一、2017年到户配送行业投资策略

二、2019年到户配送行业投资策略

三、2020-2026年到户配送行业投资策略

四、2020-2026年到户配送细分行业投资策略

第十四章到户配送行业投资风险预警

第一节 影响到户配送行业发展的主要因素

一、2019年影响到户配送行业运行的有利因素

二、2019年影响到户配送行业运行的稳定因素

三、2019年影响到户配送行业运行的不利因素

四、2019年我国到户配送行业发展面临的挑战

五、2019年我国到户配送行业发展面临的机遇

第二节 到户配送行业投资风险预警

一、2020-2026年到户配送行业市场风险预测

二、2020-2026年到户配送行业政策风险预测

三、2020-2026年到户配送行业经营风险预测

四、2020-2026年到户配送行业竞争风险预测

五、2020-2026年到户配送行业其他风险预测

第五部分发展趋势与规划建议

第十五章到户配送行业发展趋势分析

第一节 2020-2026年中国到户配送市场趋势分析

一、2015-2019年我国到户配送市场趋势总结

二、2020-2026年我国到户配送发展趋势分析

第二节 2020-2026年到户配送产品发展趋势分析

一、2020-2026年到户配送产品开发趋势分析

二、2020-2026年到户配送产品价格趋势分析

第三节 2020-2026年中国到户配送行业供需预测

一、2020-2026年中国到户配送供给预测

二、2020-2026年中国到户配送需求预测

三、2020-2026年中国到户配送价格预测

第四节 2020-2026年到户配送行业规划建议

一、到户配送行业“十二五”整体规划

二、到户配送行业“十三五”规划预测

三、2020-2026年到户配送行业规划建议

第十六章到户配送企业管理策略建议()

第一节 市场策略分析

一、到户配送价格策略分析

二、到户配送渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高到户配送企业竞争力的策略

一、提高中国到户配送企业核心竞争力的对策

二、到户配送企业提升竞争力的主要方向

三、影响到户配送企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高到户配送企业竞争力的策略

第四节 对我国到户配送品牌的战略思考

一、到户配送实施品牌战略的意义

二、到户配送企业品牌的现状分析

三、我国到户配送企业的品牌战略

四、到户配送品牌战略管理的策略()

图表目录：

图表：到户配送产业链分析

图表：到户配送行业生命周期

图表：2015-2019年中国到户配送行业市场规模

图表：2015-2019年全球到户配送产业市场规模

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：2019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：2008-2019年物流业对国民经济发展的贡献

图表：2008-2019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：2019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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174233.html>