

2022-2028年中国互联网+ 物流运输行业发展趋势与投资方向研究报告

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

《2022-2028年中国互联网+物流运输行业发展趋势与投资方向研究报告》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/202205/287618.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

物流运输技术主要包括运输设施和运输作业两大类，前者属于运输硬技术，后者属于运输软技术。运输硬技术主要包括运输基础设施，如公路，铁路，海运，运输车等基础设施的完善，运输软技术则包括管理方法，物流技术，物流人员素养等。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+物流运输行业发展趋势与投资方向研究报告》共八章。首先介绍了互联网+物流运输行业市场发展环境、互联网+物流运输整体运行态势等，接着分析了互联网+物流运输行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+物流运输市场竞争格局。随后，报告对互联网+物流运输做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+物流运输行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+物流运输产业有个系统的了解或者想投资互联网+物流运输行业，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：

第一章 电子商务与“互联网+物流”

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

（一）电子商务分类

（二）电子商务功能

（三）电子商务运营模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+物流”的相关概述

一、“互联网+物流”的界定

（一）“互联网+”的提出

（二）“互联网+物流”的概念

二、“互联网+物流”的特征分析

- (一) 物流资源整合
- (二) 价值链的重构
- (三) 去中介化功能

三、“互联网+物流”的模式分析

- (一) 平台模式
- (二) 众包模式
- (三) 跨界模式

第二章 互联网环境下物流运输行业的机会与挑战

第一节 2019年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

- (一) 总体网民规模
- (二) 手机网民规模
- (三) 城乡网民规模
- (四) 非网民现状分析

二、网民互联网应用状况

- (一) 信息获取情况分析
- (二) 商务交易发展情况
- (三) 交流沟通现状分析
- (四) 网络金融应用分析
- (五) 网络娱乐应用分析
- (六) 公共服务应用分析

第二节 “互联网+”浪潮下物流运输业的发展机遇

一、“互联网+”下新物流的十大特征

二、“互联网+”浪潮下物流业向智能化方向发展

三、“互联网+物流”新技术成为创新的“核”动力

第三节 大数据时代将“革新”物流业

一、大数据分析给物流业带来新的变革

二、大数据在物流业中的发力点

三、大数据在物流业中的展望

第四节 移动互联网将和物流行业深度整合

- 一、公路港平台化方兴未艾
- 二、同城物流配送平台百花争艳
- 三、社区化物流平台成为资本新宠
- 四、物流金融平台逐渐浮出水面

第三章 物流运输行业发展现状分析

第一节 物流运输行业发展现状

- 一、中国社会物流总额
- 二、中国社会物流总费用
- 三、中国社会物流运输费用
- 四、中国物流企业五十强

第二节 公路运输行业发展现状

- 一、公路建设投资
- 二、公路通车里程
- 三、公路货物运输量

第三节 铁路运输行业发展现状

- 一、铁路建设投资
- 二、铁路营业里程
- 三、铁路货物运输量

第四节 水路运输行业发展现状

- 一、水运建设投资
- 二、内河通航里程
- 三、港口泊位数量
- 四、水路货物运输量
- 五、港口货物吞吐量

第五节 航空运输行业发展现状

- 一、民航建设投资
- 二、通用航空机场数量
- 三、民航货邮周转量
- 四、民航货邮运输量
- 五、机场货邮吞吐量

第四章 物流运输电商市场发展态势分析

第一节 互联网物流市场发展分析

- 一、互联网物流概述
- 二、互联网物流发展因素
- 三、互联网物流发展模式

第二节 物流运输电商市场发展现状

- 一、物流电商平台相关概述
- 二、物流电商平台发展优势
- 三、物流电商平台发展现状
- 四、物流运输电商发展态势

第三节 货运O2O市场发展状况分析

- 一、货运O2O市场竞争激烈
- 二、货运O2O商业模式盘点

第四节 物流运输电商发展规模分析

- 一、物流电商平台交易情况
- 二、物流运输电商运费总额

第五节 物流电商平台发展存在的问题及对策

- 一、物流电商平台存在的问题
- 二、物流电商平台发展对策

第六节 物流运输电商行业未来前景分析

- 一、物流电商市场发展前景分析
- 二、跨境物流电商平台发展机遇
- 三、货运O2O市场发展潜力分析
- 四、物流电商市场交易规模预测

第五章 物流运输企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 物流运输企业转型电商构建分析

- 一、物流运输电子商务关键环节分析
 - (一) 产品采购与组织
 - (二) 电商网站建设
 - (三) 网站品牌建设及营销
 - (四) 服务及物流配送体系

(五) 网站增值服务

二、物流运输企业电子商务网站构建

(一) 网站域名申请

(二) 网站运行模式

(三) 网站开发规划

(四) 网站需求规划

第二节 物流运输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 物流运输企业转型电商平台选择分析

一、物流运输企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

(一) 自建商城概况分析

(二) 自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

(一) 电商平台的优劣势

(二) 电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

(一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

(三) 电商服务外包前景

五、物流运输企业电商平台选择策略

第六章 物流运输行业电子商务运营模式分析

第一节 物流运输电子商务B2B模式分析

一、物流运输电子商务B2B盈利模式

二、物流运输电子商务B2B客户分析

三、物流运输电子商务B2B采购分析

四、物流运输电子商务B2B物流分析

第二节 物流运输电子商务B2C模式分析

一、物流运输电子商务B2C盈利模式

二、物流运输电子商务B2C物流模式

三、物流运输电商B2C物流模式选择

第三节 物流运输电子商务C2C模式分析

一、物流运输电子商务C2C盈利模式

二、物流运输电子商务C2C信用体系

三、物流运输电子商务C2C物流特征

第四节 物流运输电子商务O2O模式分析

一、物流运输电子商务O2O优势分析

二、物流运输电子商务O2O营销模式

三、物流运输电子商务O2O潜在风险

第七章 物流运输网站平台比较及企业入驻选择

第一节 中储智运

一、平台发展基本概述

二、平台服务内容分析

三、平台运营模式分析

四、平台核心技术分析

第二节 中国物通网

一、网站发展基本概述

二、网站服务内容分析

三、网站发展优势分析

第三节 锦程物流网

一、网站发展基本概述

二、网站服务内容分析

三、网站发展优势分析

第四节 乐舱网

一、网站发展基本概述

二、平台业务模式分析

三、网站业务流程分析

四、平台核心技术分析

第五节 路歌物流电商平台

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站行业地位分析
- 三、企业核心优势分析

第六节 联运通

- 一、平台发展基本概述
- 二、平台宜通关系统
- 三、平台E箱管系统
- 四、平台结算系统
- 五、平台进口辅助系统

第七节 飞啊网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站运营模式分析
- 三、网站发展优势分析

第八章 物流运输企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 物流运输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 物流运输企业转型电商物流投资分析

- 一、物流运输企业电商自建物流分析
 - (一) 电商自建物流的优势分析
 - (二) 电商自建物流的负面影响
- 二、物流运输企业电商外包物流分析
 - (一) 快递业务量完成情况
 - (二) 快递业务的收入情况
- 三、物流运输电商物流构建策略分析
 - (一) 入库质量检查
 - (二) 在库存储管理
 - (三) 出库配货管理
 - (四) 发货和派送

(五) 退货处理

第三节 物流运输企业电商市场策略分析

一、电商化总策略

二、O2O电商模式

三、专业B2B网站

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/287618.html>