

2017-2022年中国无车承运 人行业深度调研与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国无车承运人行业深度调研与投资前景预测报告》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.chinairr.org/report/R05/R0501/201709/22-239200.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

2016年1-7月全国公路完成货运量180.2亿吨，比2015年同期增长4.6%，其中7月货运量28.3亿吨。1-7月公路货物周转量32830亿吨公里，同比增长3.7%。我国公路运输行业市场规模巨大，超过2万亿，且近年呈上升趋势，截止2015年年底，规模达到了2.6万亿。

由于现代物流信息的不对称，社会物品流通环节增加，导致了现代的中国货物周转量在不断地急剧增加，这样的同时也相应的增加了无效的物流作业，从而增加了成本。物流总额是指第一次进入全社会物流系统的货物总价值，远高于社会物品总价值的物流总额不是一个好现象，它表明物品流通环节多，倒运次数多，物品价值被重复计算，它更代表了社会物流效率低下。严重影响了交通运输行业的健康发展。

“无车承运人”拥有较强的低成本扩张能力，能够快速扩大其在货运市场的辐射范围。道路运输企业向“无车承运人”的转变，可以使企业在更大范围内整合资源，提高物流效率，推动物流业的转型升级，促进物流业的繁荣发展。无车承运能够有效降低物流成本，继而降低社会生产成本，必将进一步提高我国的产品和服务的竞争优势，推动经济又好又快发展。

我国无车承运人行业还处于发展的起步阶段，目前仅有罗技物流、易配卡航、中储智运平台等少数企业在尝试和摸索，国家相关部门也在政策上面给予了很大的支持，如《“互联网+”高效物流实施意见》鼓励依托互联网平台的无车承运人模式发展，通过开展试点，对符合条件的无车承运企业赋予运输经营资质。“无车承运人”试点近在眼前，相信在政策的肯定之下，以沃车港为主的这批无车承运平台将会通过各自努力，构建出国内“无车承运人”的美好未来。

中国产业研究报告网发布的《2017-2022年中国无车承运人行业深度调研与投资前景预测报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中国产业研究报告网是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 无车承运人概述

第一节 道路货运代理现状

一、发展现状

二、存在问题

第二节 无车承运概述

一、无车承运含义

二、无车承运人与货运代理人比较分析

第二章 无车承运人发展分析

第一节 无车承运人形势分析

一、无车承运的发展优势

二、无车承运的必要性

三、无车承运的可行性

第二节 无车承运人经济分析

一、国内经济状况分析

二、国内经济状况对行业的影响

第三节 无车承运人政策分析

一、无车承运人相关政策

二、无车承运人相关政策影响

第三章 无车承运人市场规模

第一节 公路货运现状

一、2012-2016年公路运输行业产量情况

二、2012-2016年公路运输行业需求情况

三、2012-2016年公路运输行业市场规模

第二节 无车承运人现状

一、2012-2016年无车承运人行业产量情况

二、2012-2016年无车承运人行业需求情况

三、2012-2016年无车承运人行业市场规模

第三节 2017-2022年无车承运人需求预测

第四章 无车承运人主体分析

第一节 IT公司

一、阿里巴巴集团

二、京东集团

三、苏宁云商集团股份有限公司

第二节 LBS公司

一、汇通天下

二、易流科技

三、维天运通

四、中交兴路

第三节 卡车制造公司

一、东风

二、上汽

三、陕汽

第四节 快运公司

一、德邦

二、天地华宇

三、佳吉

第五节 运营平台

一、传化公路港

二、林安物流园

三、天地汇公路港

四、易配卡航

五、罗计物流

第六节 3PL公司

一、罗宾逊公司

二、新杰物流

第五章 无车承运人经营模式分析

第一节 无车承运人经营模式

一、罗宾逊格式

二、甩挂模式

第二节 无车承运人的瓶颈与建议

一、制约无车承运人的瓶颈

二、发展无车承运人的建议

第三节 无车承运人未来发展模式趋势分析

第六章 无车承运人行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力分析

五、客户议价能力分析

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第七章 无车承运人企业竞争策略分析

第一节 无车承运人市场竞争策略分析

一、2016年无车承运人市场增长潜力分析

二、2016年无车承运人主要潜力品牌分析

三、现有无车承运人市场竞争策略分析

四、无车承运人竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 无车承运人企业竞争策略分析

一、2017-2022年我国无车承运人市场竞争趋势

二、2017-2022年无车承运人行业竞争格局展望

三、2017-2022年无车承运人行业竞争策略分析

第三节 无车承运人行业发展机会分析

第四节 无车承运人行业发展风险分析

第八章 无车承运人行业发展趋势与投资战略研究

第一节 无车承运人市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、高科技应用带来新生机

第二节 无车承运人行业发展战略研究

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

第三节 对我国无车承运人品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、无车承运人实施品牌战略的意义

三、无车承运人企业品牌的现状分析

四、我国无车承运人企业的品牌战略

五、无车承运人品牌战略管理的策略

第九章 投资建议

第一节 行业研究结论

第二节 行业发展建议

图表目录：

图表：2015年道路货运百强名单一览表

图表：无车承运人与货运代理人特点对比一览表

图表：2011年-2015年我国国内生产总值及其增长率

图表：2011年-2015年我国三次产业增加值占国内总值比重示意图

图表：2015年末人口数及其构成

图表：2011年-2015年我国城镇新增就业人数示意图

图表：2011年-2015年我国全员劳动生产率示意图

图表：2015年我国居民消费价格月度涨跌示意图

图表：2014年-2015年我国居民消费价格涨跌示意图

图表：2015年我国新建商品住宅月度变化示意图

图表：2010年-2015年我国公共预算收入示意图

图表：2010年-2015年我国外汇储备示意图

图表：2010年-2015年我国粮食产量示意图

图表：2010年-2015年我国全部工业增加值及其增长速度示意图

图表：2015年我国主要工业产品产值及其增长速度示意图

图表：2011年-2015年我国建筑业增加值及其增长速度示意图

图表：2011年-2015年我国全社会投资示意图

图表：2016年我国部分公司轻型货车（分车型）销售

图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0501/201709/22-239200.html>