

2012-2016年第三方物流行业调研及市场前景预测研究报告

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

《2012-2016年第三方物流行业调研及市场前景预测研究报告》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.chinairr.org/report/R11/R1105/201112/22-88786.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

进入21世纪，随着作为新兴产业之一现代物流业的迅猛发展，国内的物流公司如雨后春笋般涌现，进而形成了第三方物流产业。想比传统的物流公司，第三方物流更专业化，综合成本更低，配送效率更高，已经成为国际物流业发展的趋势、社会化分工和现代物流发展的方向。目前，我国的第三方物流在物流市场中所占的比例仅为10%。还没有太多大型专业的第三方物流企业，这是当前物流发展中最薄弱的环节，也制约了我国经济的发展。我国第三方物流市场规模在600亿元~700亿元，不仅规模小，而且高度分散，在1万至1.5万家第三方物流企业中，没有一家企业能占到2%以上的市场份额，大多数物流公司只是局限在供应链功能的一小部分，无法满足客户的一体化物流服务需求。中国最大的物流供应链管理软件供应商博科资讯总裁沈国康指出，由于大部分物流企业是从原来的储运业转型而来，大都未形成核心竞争力，企业的技术水平与管理水平不高，缺乏公认的物流服务标准。虽然各地的物流企业数量与基础投资猛增，但低价恶性竞争严重扰乱了市场秩序，造成物流企业普遍业绩不佳，发展后劲不足。运用信息化手段提高运输质量和运输效率，提高客户服务能力，从而提高核心竞争力，是很多第三方物流企业应对市场竞争的必然选择。

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。

目录

第一部分 发展现状与前景分析 1

第一章 全球第三方物流行业发展分析 1

第一节 2009-2010年全球第三方物流市场分析 1

一、2009年全球第三方物流市场回顾 1

二、2009年全球第三方物流市场环境 1

三、2008-2009年全球物流发展特点分析 2

四、2010年全球第三方物流市场规模 3

第二节 部分国家地区第三方物流行业发展状况 3

一、2009-2010年美国第三方物流行业发展分析 3

二、2009-2010年欧洲第三方物流行业发展分析 4

三、2009-2010年日本第三方物流行业发展分析 8

四、2009-2010年全球物流市场发展热点 9

五、2009-2010年韩国第三方物流行业发展分析 10

第二章 我国第三方物流行业发展现状 12

第一节 我国第三方物流行业发展状况 12

一、2009年中国第三方物流行业发展回顾 12

二、2009年第三方物流行业发展情况分析 13

三、2009年我国第三方物流市场特点分析 14

四、2010年我国第三方物流市场发展分析 15

第二节 中国第三方物流行业供需分析 18

一、2009年中国第三方物流市场供给总量分析 18

二、2009年中国第三方物流市场供给结构分析 18

三、2010年中国第三方物流市场需求总量分析 19

四、2010年中国第三方物流市场需求结构分析 20

五、生产企业对第三方物流需求趋势 22

六、工商企业目前需求的第三方物流服务 23

七、2010年中国第三方物流市场供需平衡分析 24

第三章 运输业与第三方物流 26

第一节 公路与第三方物流 26

一、公路运输企业发展第三方物流的必要性 26

二、我国公路第三方物流企业的物流策略选择 30

三、公路运输企业向第三方物流企业转变分析 32

四、2010年公路运输价格指数分析 35

第二节 铁路运输与第三方物流 35

一、铁路物资企业开展第三方物流分析 35

二、铁路第三方物流模式分析 38

三、铁路货运物流与第三方物流的比较 42

四、铁路货运代理企业向第三方物流发展的策略 43

五、铁路运输发展第三方物流的建议 46

第三节 水运与第三方物流 50

一、中国水运和第三方物流分析 50

二、港口开展第三方物流服务分析 53

三、港口物流企业发展第三方物流的模式 54

第四节 航运与第三方物流 58

一、航空快递业的第三方物流发展分析 58

二、航空快递企业第三方物流模式分析 60

第四章 邮政业与第三方物流 63

第一节 邮政物流发展分析 63

一、邮政物流发展概况 63

二、2009年农村邮政第三方物流发展现状 64

三、中国邮政物流配送能力分析 64

第二节 邮政第三方物流经营策略分析 66

一、邮政第三方物流模式分析 66

二、中国邮政物流业务统计指标体系的建立 70

三、邮政物流发展战略分析 73

第五章 其他行业与第三方物流 75

第一节 医药第三方物流发展分析 75

一、医药第三方物流的发展现状 75

二、药品挂网采购新政策对第三方药品物流影响 76

三、医药流通物流形式分析 77

四、我国医药流通领域物流企业发展的制约因素 80

五、第三方物流托管在医药流通行业的运用分析 81

第二节 家电第三方物流发展分析 85

一、我国家电第三方物流发展状况 85

二、家电行业与第三方物流合作应对困境分析 95

三、我国家电第三方物流战略选择 95

第三节 其他行业物流发展分析 99

一、橱柜销售与第三方物流的合作 99

二、汽车第三方物流 103

三、国内汽车企业第三方物流应用模式 111

第二部分 市场竞争格局与形势 114

第六章 第三方物流行业竞争格局分析	114
第一节 第三方物流行业集中度分析	114
一、第三方物流市场集中度分析	114
二、第三方物流企业集中度分析	114
三、第三方物流区域集中度分析	115
第二节 第三方物流行业主要企业竞争力分析	115
一、重点企业资产总计对比分析	115
二、物流业从业人员分析	116
三、重点企业全年营业收入对比分析	119
四、影响中国物流业的新因素	120
五、重点企业综合竞争力对比分析	121
第三节 第三方物流行业竞争格局分析	122
一、2009年第三方物流行业竞争分析	122
二、2009年中外第三方物流产品竞争分析	122
三、2009-2010年我国第三方物流市场竞争分析	123
四、2009-2010年我国第三方物流市场整合分析	124
五、2010-2015年国内主要第三方物流企业整合需考虑因素	124
六、2010-2012年物流竞争趋势	125
第四节 民营第三方物流竞争力分析	127
一、民营企业在第三方物流市场竞争中的优势与劣势	127
二、民营企业在第三方物流市场竞争中的机遇与挑战	128
三、中国民营企业在第三方物流市场竞争中的对策建议	129
第七章 2010-2015年中国第三方物流行业发展形势分析	130
第一节 第三方物流行业发展概况	130
一、第三方物流行业发展特点分析	130
二、第三方物流行业总产值分析	131
三、第三方物流行业技术发展分析	132
第二节 2009-2010年第三方物流行业市场情况分析	134
一、第三方物流行业市场发展分析	134
二、第三方物流市场存在的问题	135
三、第三方物流市场企业数量规模分析	136

第三节 中国第三方物流市场发展对策 137

- 一、发展中国第三方物流市场的思路 137
- 二、中国第三方物流市场发展策略分析 138
- 三、中国第三方物流市场发展的新思路 139

第三部分 赢利水平与企业分析 143

第八章 中国第三方物流行业整体运行指标分析 143

第一节 2009-2010年中国第三方物流行业投资企业结构 143

- 一、国有大中型第三方物流企业 143
- 二、民营第三方物流企业 144
- 三、外资、中外合资第三方物流企业 144

第二节 2009-2010年中国物流行业发展现状分析 145

- 一、国务院发布《物流业调整和振兴规划》 145
- 二、物流市场总体上企稳回暖 145
- 三、物流企业向规模化经营和专业化服务扩展 145
- 四、产业物流加快融合互动 146
- 五、物流基础设施建设分析 146
- 六、物流行业基础 146

第九章 第三方物流行业发展环境分析 148

第一节 政策分析 148

- 一、2009年国家将物流业列入十大产业振兴规划 148
- 二、物流业列入十大产业调整振兴规划的原因 148
- 三、《物流业调整和振兴规划》的框架结构 150
- 四、《物流业调整和振兴规划》的重点与亮点 152

第二节 宏观环境分析 153

- 一、中国宏观经济发展分析 153
- 二、进出口贸易环境分析 156
- 三、社会零售市场分析 157
- 四、城镇化率 158

第十章 第三方物流行业盈利能力分析 159

第一节 2009-2010年中国第三方物流行业利润总额分析 159

- 一、作业利益 159
- 二、经济利益 159
- 三、衡量物流效率的指标 159
- 四、物流效率提高策略 160

第二节 2009-2010年中国第三方物流行业利润提升途径 161

- 一、优化流程 161
- 二、建立双赢的合作关系 162
- 三、优化车辆获得方式 162
- 四、司机关系建设 163
- 五、信息化建设 164

第三节 2009-2010年中国第三方物流行业盈利模式选择 164

- 一、影响因素对盈利途径选择的分析 164
- 二、控制变量对盈利途径选择的分析 165
- 三、盈利途径选择的建议 166

第十一章 国外重点企业分析 169

第一节 UPS (UNITEDPARCELSERVICE) 169

- 一、公司简介 169
- 二、UPS (UNITEDPARCELSERVICE) 经营状况 170
- 三、UPS完成上海和深圳双中心的运作布局 170
- 四、UPS的运作模式及经营管理策略分析 171

第二节 联邦快递 (FEDEXCORPORATION) 171

- 一、公司简介 171
- 二、联邦快递经营状况 172
- 三、联邦快递首次在中国推出快递服务 172
- 四、联邦快递在中国最大的地面操作站投入运营 172

第三节 DHL 173

- 一、公司简介 173
- 二、德国邮政集团 (DPWN) 经营状况 174
- 三、创立之初至2009年DHL发展大事记 174
- 四、DHL执行“中国优先”战略加快发展中国业务 176

第四节 其他公司 177

一、MAERSK/A.P.MOELLER 177

二、NIPPONEXPRESS (日通) 177

第十二章 我国重点企业分析 179

第一节 中远航运股份有限公司 600428 179

一、企业概况 179

二、公司主要经济指标分析 179

三、公司成长性分析 180

四、公司经营能力分析表 181

五、公司盈利能力分析 182

六、公司偿债能力分析 183

第二节 宝供物流企业集团有限公司 184

一、企业概况 184

二、2009-2010年经营状况 184

三、盈利能力 185

四、核心业务及运作分析 185

第三节 招商局物流集团有限公司 186

一、企业概况 186

二、2009-2010年经营状况 186

三、盈利能力 186

四、企业分支机构 187

第四节 中外运空运发展股份有限公司 600270 189

一、企业概况 189

二、2009-2010年经营状况 189

三、企业股份构成 190

四、投资战略 191

第五节 中化国际(控股)股份有限公司 600500 192

一、企业概况 192

二、公司主要经济指标分析 193

三、公司成长性分析 194

四、公司经营能力分析表 195

- 五、公司盈利能力分析 195
- 六、公司偿债能力分析 197
- 第六节 中邮物流有限责任公司 198
 - 一、企业概况 198
 - 二、2009-2010年经营状况 198
 - 三、企业业务板块 199
 - 四、业务网络分析 200
- 第七节 中储发展股份有限公司 600787 200
 - 一、企业概况 200
 - 二、公司主要经济指标分析 201
 - 三、公司成长性分析 202
 - 四、公司经营能力分析表 203
 - 五、公司盈利能力分析 204
 - 六、公司偿债能力分析 205
- 第八节 江苏澳洋顺昌金属材料股份有限公司 002245 206
 - 一、企业概况 206
 - 二、公司主要经济指标分析 207
 - 三、公司成长性分析 208
 - 四、公司经营能力分析表 209
 - 五、公司盈利能力分析 209
 - 六、公司偿债能力分析 211
- 第九节 深圳市怡亚通供应链股份有限公司 002183 211
 - 一、企业概况 211
 - 二、公司主要经济指标分析 212
 - 三、公司成长性分析 213
 - 四、公司经营能力分析表 214
 - 五、公司盈利能力分析 215
 - 六、公司偿债能力分析 216
- 第十节 北海市北海港股份有限公司 000582 217
 - 一、企业概况 217
 - 二、公司主要经济指标分析 218
 - 三、公司成长性分析 219

- 四、公司经营能力分析表 220
- 五、公司盈利能力分析 220
- 六、公司偿债能力分析 222
- 第十一节 重庆港九股份有限公司 600279 223
 - 一、企业概况 223
 - 二、公司主要经济指标分析 224
 - 三、公司成长性分析 225
 - 四、公司经营能力分析表 226
 - 五、公司盈利能力分析 226
 - 六、公司偿债能力分析 227
- 第十二节 秦皇岛渤海物流控股股份有限公司 000889 228
 - 一、企业概况 228
 - 二、公司主要经济指标分析 229
 - 三、公司成长性分析 230
 - 四、公司经营能力分析表 231
 - 五、公司盈利能力分析 232
 - 六、公司偿债能力分析 233
- 第十三节 江苏新宁现代物流股份有限公司 300013 234
 - 一、企业概况 234
 - 二、公司主要经济指标分析 235
 - 三、公司成长性分析 236
 - 四、公司经营能力分析表 237
 - 五、公司盈利能力分析 237
 - 六、公司偿债能力分析 238
- 第十四节 招商局能源运输股份有限公司 601872 239
 - 一、企业概况 239
 - 二、公司主要经济指标分析 240
 - 三、公司成长性分析 241
 - 四、公司经营能力分析表 242
 - 五、公司盈利能力分析 243
 - 六、公司偿债能力分析 244
- 第十五节 中铁铁龙集装箱物流股份有限公司 600125 245

- 一、企业概况 245
- 二、公司主要经济指标分析 245
- 三、公司成长性分析 246
- 四、公司经营能力分析表 247
- 五、公司盈利能力分析 248
- 六、公司偿债能力分析 249

第四部分 投资策略与风险预警 251

第十三章 第三方物流行业投资策略分析 251

第一节 行业发展特征 251

- 一、行业的周期性 251
- 二、行业的区域性 251
- 三、行业的上下游 253
- 四、行业运作模式 254

第二节 行业投资形势分析 257

- 一、行业发展格局 257
- 二、行业进入壁垒 258
- 三、行业SWOT分析 258
- 四、行业五力模型分析 259

第三节 第三方物流行业投资效益分析 260

- 一、2010年第三方物流行业最新投资状况分析 260
- 二、物流行业投资转型第三方物流分析 261
- 三、2010-2015年第三方物流行业投资业态分析 261
- 四、2010-2015年第三方物流运作价值 263

第四节 第三方物流行业投资战略研究 264

- 一、2009年第三方物流行业成本领先战略 264
- 二、第三方物流行业集中化战略 265
- 三、第三方物流行业差异化战略 266

第十四章 第三方物流行业投资风险预警 268

第一节 影响第三方物流行业发展的主要因素 268

- 一、2010年影响第三方物流行业运行的有利因素 268

二、2010年影响第三方物流行业运行的稳定因素 268
三、2010年影响第三方物流行业运行的不利因素 269
四、2010年我国第三方物流行业发展面临的挑战 270
五、2010年我国第三方物流行业发展面临的机遇 271
第二节 第三方物流行业投资风险预警 271

一、2010-2015年第三方物流行业市场风险预测 271
二、2010-2015年第三方物流行业政策风险预测 272
三、2010-2015年第三方物流行业经营风险预测 272
四、2010-2015年第三方物流行业竞争风险预测 272
五、2010-2015年第三方物流行业业务风险预测 273

第五部分 发展趋势与规划建议 275

第十五章 第三方物流行业发展趋势分析 275

第一节 2010-2015年中国第三方物流市场趋势分析 275

第二节 2010-2015年第三方物流产品发展趋势分析 276

一、2010-2015年第三方物流产品开发趋势分析 276

二、2010-2015年第三方物流产品价格趋势分析 279

第三节 2010-2015年中国第三方物流行业供需预测 279

一、2008-2012年中国第三方物流供给预测 279

二、2010-2015年中国第三方物流需求预测 280

第四节 2010-2015年第三方物流行业规划建议 280

一、第三方物流行业整体规划 280

二、上海现代物流业发展“十一五”规划 282

三、对不同类型对第三方物流企业业务发展的几点建议 294

第十六章 第三方物流企业管理策略建议 296

第一节 市场策略分析 296

一、第三方物流企业营销策略分析 296

二、工商企业推行第三方物流战略分析 299

第二节 发展战略分析 305

一、资源战略 305

二、联盟战略 305

三、服务战略 305

四、创新战略 306

第三节 提高第三方物流企业竞争力的策略 306

一、提高中国第三方物流企业核心竞争力的对策 306

二、第三方物流企业竞争力评价体系设计原则 308

三、影响第三方物流企业核心竞争力的因素及提升途径 308

四、个性化物流服务提升第三方物流企业核心竞争力 295 312

第四节 对我国第三方物流品牌的战略思考 313

一、第三方物流实施品牌战略的意义 313

二、第三方物流企业品牌的现状分析 314

三、我国第三方物流企业的品牌战略 315

四、第三方物流品牌战略管理案例 320

通过《2012-2016年中国有机食品行业市场行情动态与发展前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R11/R1105/201112/22-88786.html>