

2019年中国物流行业分析报告- 行业运营态势与发展战略规划

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国物流行业分析报告-行业运营态势与发展战略规划》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/422750422750.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、供应商的议价能力

物流企业的供应商主要是运输类、软件技术类和人力资源。运输是物流最基本的内容。物流业需要与铁道部门和航空部分密切的合作。而这些企业有垄断性质，议价能力非常高。如果公司自己购买飞机等设备，成本相当高，对小的企业来说是不现实。软件技术提供对整个物流数据的录入，跟踪，查找和处理，通过必要的硬件技术和软件平台，实现对物流信息的集成式共享，优化物流配送以及质量评价。软件的开发成本非常高，可能给物流公司造成沉重的财政负担。随着中国经济的发展，人民生活水平的提高，员工的工资水平也越来越高，这就增加了物流公司的成本。

2012-2016年我国物流总额比较（单位：万亿元） 来源:国家发改委，观研天下数据中心整理

二、购买者的议价能力

由于我国各地区经济发展不平衡，物流行业服务的购买者相对分散，较多的分布于经济发展快速，经济发达的地方，分散的购买者降低了他们的讨价还价的能力。面对众多的物流服务企业，购买者的更换物流服务企业的转换成本低提高了购买者的讨价还价的能力。购买者对于物流企业的服务质量要求高，准时、及时、安全、高效的物流派送服务，降低了它们的讨价还价的能力。对顾客来说，价格和服务质量是其最关心的问题。民营物流的价格在市场竞争激烈的情况下调整很快。对于散户来说，其议价能力不高。但是对于大的公司客户，比如淘宝之类的，其议价能力相当高，使公司的利润率降低。

2008-2015中国社会物流总费用情况分析

来源:公开资料，观研天下数据中心整理

三、新进入者的威胁

当前物流行业的利润较低，进入壁垒比较高。当前的威胁主要主要新加入者的威胁来自外资企业。随着中国对外开放的进一步深入，越来越多的外资物流公司进入中国市场。外资公司凭借雄厚的资金和科技实力成为国内民营物流企业最大的威胁。

四、替代品的威胁

对于当前快速发展的物流行业而言，因为物流行业是服务性质的行业，所以其他行业还没有出现能够替代像快递运输，大型货运运输等物流服务的替代品。物流业正处于发展阶段，其替代品较少。但是，随着科学技术的发展，网络虚拟交易的增加会导致物流业务量有所下降。

五、同业竞争者的竞争程度

同行业的主要竞争者有邮政的EMS、外资物流企业。EMS在国内有完整的网络，能到达全国的绝大多数地方，这是国内民营快递公司所无法达到的。但是EMS得价格过高，这是其劣势。外资物流企业实力雄厚，有充足的资金和先进的技术，是国内民营快递公司的有力竞争对手。如联邦快递等跨国物流企业，依托长期的积累以及现代化的管理和信息技术

的应用，使得跨国物流企业具有较强的规模化、网络化、集约化和国际化运作的优势。我国放宽外资企业进入中国物流市场的政策限制，外资企业将被获准运营“异地快递”“同城快递”，包括快递业在内的中国的物流行业竞争将会继续加剧。虽然其在中国的网络还不够完善，但是已经在逐步提高当中。总体来看，物流行业存在这么几个问题：软硬件设施不到位，人才缺失；当前物流行业的利润较低，进入壁垒比较高；但物流行业属于近些年兴起的朝阳行业，所以发展前景还是很好的。（XZJ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国物流行业分析报告-行业运营态势与发展战略规划》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国物流、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国物流行业发展概述

第一节 物流行业发展情况概述

- 一、物流行业相关定义
- 二、物流行业基本情况介绍
- 三、物流行业发展特点分析

第二节 中国 物流行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、物流行业产业链条分析
- 三、中国 物流行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国 物流行业生命周期分析

- 一、物流行业生命周期理论概述
- 二、物流行业所属的生命周期分析

第四节 物流行业经济指标分析

- 一、物流行业的赢利性分析
- 二、物流行业的经济周期分析
- 三、物流行业附加值的提升空间分析

第五节 中国 物流行业进入壁垒分析

- 一、物流行业资金壁垒分析
- 二、物流行业技术壁垒分析
- 三、物流行业人才壁垒分析
- 四、物流行业品牌壁垒分析
- 五、物流行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球 物流行业市场发展现状分析

第一节 全球 物流行业发展历程回顾

第二节 全球 物流行业市场区域分布情况

第三节 亚洲 物流行业地区市场分析

- 一、亚洲 物流行业市场现状分析
- 二、亚洲 物流行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲 物流行业市场前景分析

第四节 北美 物流行业地区市场分析

- 一、北美 物流行业市场现状分析
- 二、北美 物流行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美 物流行业市场前景分析

第五节 欧盟 物流行业地区市场分析

- 一、欧盟 物流行业市场现状分析
- 二、欧盟 物流行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟 物流行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界 物流行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球 物流行业市场规模预测

第三章 中国 物流产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品 物流总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国 物流行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国 物流产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国 物流行业运行情况

第一节 中国 物流行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国 物流行业市场规模分析

第三节 中国 物流行业供应情况分析

第四节 中国 物流行业需求情况分析

第五节 中国 物流行业供需平衡分析

第六节 中国 物流行业发展趋势分析

第五章 中国 物流所属行业运行数据监测

第一节 中国 物流所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 物流所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 物流所属行业财务指标分析

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

第六章 2016-2018年中国 物流市场格局分析

第一节 中国 物流行业竞争现状分析

一、中国 物流行业竞争情况分析

二、中国 物流行业主要品牌分析

第二节 中国 物流行业集中度分析

一、中国 物流行业市场集中度分析

二、中国 物流行业企业集中度分析

第三节 中国 物流行业存在的问题

第四节 中国 物流行业解决问题的策略分析

第五节 中国 物流行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国 物流行业需求特点与动态分析

第一节 中国 物流行业消费市场动态情况

第二节 中国 物流行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 物流行业成本分析

第四节 物流行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国 物流行业价格现状分析

第六节 中国 物流行业平均价格走势预测

一、中国 物流行业价格影响因素

二、中国 物流行业平均价格走势预测

三、中国 物流行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国 物流行业区域市场现状分析

第一节 中国 物流行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区 物流市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 物流市场规模分析

四、华东地区 物流市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区 物流市场规模分析

四、华中地区 物流市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 物流市场规模分析

四、华南地区 物流市场规模预测

第九章 2016-2018年中国 物流行业竞争情况

第一节 中国 物流行业竞争结构分析（波特五力模型）

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

五、客户议价能力

第二节 中国 物流行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国 物流行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 物流行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国 物流行业发展前景分析与预测

第一节 中国 物流行业未来发展前景分析

一、 物流行业国内投资环境分析

二、中国 物流行业市场机会分析

三、中国 物流行业投资增速预测

第二节 中国 物流行业未来发展趋势预测

第三节 中国 物流行业市场发展预测

一、中国 物流行业市场规模预测

二、中国 物流行业市场规模增速预测

三、中国 物流行业产值规模预测

四、中国 物流行业产值增速预测

五、中国 物流行业供需情况预测

第四节 中国 物流行业盈利走势预测

一、中国 物流行业毛利润同比增速预测

二、中国 物流行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国 物流行业投资风险与营销分析

第一节 物流行业投资风险分析

一、 物流行业政策风险分析

二、 物流行业技术风险分析

三、 物流行业竞争风险分析

四、 物流行业其他风险分析

第二节 物流行业企业经营发展分析及建议

一、 物流行业经营模式

二、 物流行业销售模式

三、 物流行业创新方向

第三节 物流行业应对策略

一、 把握国家投资的契机

二、 竞争性战略联盟的实施

三、 企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国 物流行业发展战略及规划建议

第一节 中国 物流行业品牌战略分析

一、 物流企业品牌的重要性

二、 物流企业实施品牌战略的意义

三、 物流企业品牌的现状分析

四、 物流企业的品牌战略

五、 物流品牌战略管理的策略

第二节 中国 物流行业市场重点客户战略实施

一、 实施重点客户战略的必要性

二、 合理确立重点客户

三、 对重点客户的营销策略

四、 强化重点客户的管理

五、 实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国 物流行业战略综合规划分析

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

第十四章 2019-2025年中国 物流行业发展策略及投资建议

第一节 中国 物流行业产品策略分析

一、 服务产品开发策略

二、 市场细分策略

三、 目标市场的选择

第二节 中国 物流行业定价策略分析

第三节 中国 物流行业营销渠道策略

一、 物流行业渠道选择策略

二、 物流行业营销策略

第四节 中国 物流行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、 中国 物流行业重点投资区域分析

二、 中国 物流行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/422750422750.html>