

2022年中国第三方物流行业分析报告- 行业全景评估与投资规划分析

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《2022年中国第三方物流行业分析报告-行业全景评估与投资规划分析》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/567554.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

合同物流（Contract Logistics）由于物流业的服务方式一般是与企业签订一定期限的物流服务合同，所以有人称第三方物流为“合同物流（contract Logistics）”。合同物流企业认为物流的关键不在于基础设施的投资和建设，而在网络的建设和信息的沟通，因此他们可以和各种仓储，运输和简单加工企业签订合同来保证为委托方提供物流服务。这类企业在经营上具有很大的灵活性，并且因其不进行具体的管理，因此能更加集中精力来注重提高物流服务质量。

现代社会，企业之间的竞争已跨越了相互对立性的一面，彼此之间的整合愈来愈得到企业家的重视。在这个聚集期，合同物流的出现为企业发展立下了汗马功劳。它的功能是把物流作业交由专业企业运作，双方以合同方式形成后勤结盟，既节约了资金，又使得货畅其流，以此创造出更大的经济效益，因而在国外也称为第三方物流或配送社会化。

20世纪90年代中期，第三方物流的概念开始传到我国，它是运输、仓储等基础服务行业的一个重要发展。近几年，随着市场经济体制的完善和企业改革的深入，企业自我约束机制增强，外购物流服务的需求日益增大。特别是随着外资企业的进入和市场竞争的加剧，企业对物流重要性的认识逐渐深化，视其为“第三利润源泉”，对专业化、多功能的第三方物流需求日渐增加。1999年—2001年，中国仓储协会对物流市场供求状况进行的三次抽样调查显示：在生产企业成品销售物流中，第三方物流所占的比重分别是9.1%、16.1%和21%，呈明显上升势头。

从第三方物流企业的形成结构看，大体分有四个途径：第一是传统仓储、运输企业经过改造转型而来的占主导地位，占据较大市场份额。中远国际货运公司、中国对外贸易运输（集团）总公司（简称中外运）、中国储运总公司等，凭借原有的物流业务基础和在市场、经营网络、设施、企业规模等方面的优势，不断拓展和延伸其他物流服务，向现代物流企业逐步转化。第二是新创办的国有或国有控股的新型物流企业，它们是现代企业改革的产物，管理机制比较完善，发展比较快。

从提供的服务范围和功能来看，我国的第三方物流企业仍以运输、仓储等基本物流业务为主，加工、配送、定制服务等增值服务功能处在发展完善阶段。像宝供、中海这样功能完善的第三方物流企业目前为数不多，规模也不是很大。中远集团、中外运集团、中国储运总公司这样大型的运输、仓储企业虽已向第三方物流企业转化，但它们的传统运输、仓储业务仍占主要部分，第三方物流的功能还不完善。中国仓储协会的调查也说明生产企业和商业企业的外包物流主要集中在市内配送、单纯仓储和干线运输。其中生产企业的外包物流中，单纯仓储占21%、干线运输36%、市内配送28%、包装4%；商业企业的外包物流中，单纯仓储占37%、干线运输21%、市内配送43%、包装14%。而且，生产企业使用第三方物流企业的数量通常有2—10家，商业企业使用第三方物流企业的数量一般在10家以上，可见生产企业和商业企业外包物流主要以“分包”为主，即将不同功能的业务分别委托给不同的企业，这从物流

供给的角度看，第三方物流企业为用户提供一揽子服务的比重不大。

近年来，中国经济保持平稳较快增长，为现代物流行业的快速发展提供了良好的宏观环境。根据观研天下数据中心整理统计显示，我国社会物流总额从2010年的125.4万亿元增长至2020年的300.1万亿元，复合增长率达9.12%，整体呈现上升趋势，反映出我国物流行业需求呈持续增长态势。

资料来源：国家统计局

我国第三方物流市场发展迅速，预计将由2020年的6.5万亿元增长至2025年的9.2万亿元，复合年增长率为7.1%，高于物流支出总额同期的年复合增长率（为5.3%）。

资料来源：观研天下数据中心整理

第三方物流服务渗透率（定义为第三方物流服务支出除以物流支出总额）预期由2020年的44.0%增长至2025年的48.0%，这显示我国第三方物流服务的普及程度日益提升。较第一方物流而言，通过利用第三方专业物流供应商在管理及整合其供应链中各个环节的专业知识，第三方物流服务使企业实现更高物流效率，同时避免了建造自有物流基础设施的巨大前期成本。

资料来源：观研天下数据中心整理

具体而言，位于生鲜、快消品、服装和医药等对物流能力提出更高要求的行业中的企业，更倾向于采用轻资产模式，将物流服务外包给专业物流服务商。于2020年，在所有垂直领域中，生鲜的第三方物流服务渗透率最高，达到85.0%，其次是医药、服装及快消品，渗透率分别为71.0%、67.0%、65.6%。

观研报告网发布的《2022年中国第三方物流行业分析报告-行业全景评估与投资规划分析》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。

行业报告是业内企业、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

国建筑、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。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国第三方物流行业发展概述

第一节 第三方物流行业发展情况概述

一、第三方物流行业相关定义

二、第三方物流行业基本情况介绍

三、第三方物流行业发展特点分析

四、第三方物流行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、第三方物流行业需求主体分析

第二节 中国第三方物流行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、第三方物流行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国第三方物流行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国第三方物流行业生命周期分析

一、第三方物流行业生命周期理论概述

二、第三方物流行业所属的生命周期分析

第四节 第三方物流行业经济指标分析

- 一、第三方物流行业的赢利性分析
- 二、第三方物流行业的经济周期分析
- 三、第三方物流行业附加值的提升空间分析

第五节 中国第三方物流行业进入壁垒分析

- 一、第三方物流行业资金壁垒分析
- 二、第三方物流行业技术壁垒分析
- 三、第三方物流行业人才壁垒分析
- 四、第三方物流行业品牌壁垒分析
- 五、第三方物流行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球第三方物流行业市场发展现状分析

第一节 全球第三方物流行业发展历程回顾

第二节 全球第三方物流行业市场区域分布情况

第三节 亚洲第三方物流行业地区市场分析

- 一、亚洲第三方物流行业市场现状分析
- 二、亚洲第三方物流行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲第三方物流行业市场前景分析

第四节 北美第三方物流行业地区市场分析

- 一、北美第三方物流行业市场现状分析
- 二、北美第三方物流行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美第三方物流行业市场前景分析

第五节 欧洲第三方物流行业地区市场分析

- 一、欧洲第三方物流行业市场现状分析
- 二、欧洲第三方物流行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲第三方物流行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界第三方物流行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球第三方物流行业市场规模预测

第三章 中国第三方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、全社会消费品零售总额

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 中国第三方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 中国第三方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 中国第三方物流行业运行情况

第一节 中国第三方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 中国第三方物流行业市场规模分析

第三节 中国第三方物流行业供应情况分析

第四节 中国第三方物流行业需求情况分析

第五节 我国第三方物流行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国第三方物流行业供需平衡分析

第七节 中国第三方物流行业发展趋势分析

第五章 中国第三方物流所属行业运行数据监测

第一节 中国第三方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 中国第三方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 中国第三方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2018-2022年中国第三方物流市场格局分析

第一节 中国第三方物流行业竞争现状分析

一、中国第三方物流行业竞争情况分析

二、中国第三方物流行业主要品牌分析

第二节 中国第三方物流行业集中度分析

一、中国第三方物流行业市场集中度影响因素分析

二、中国第三方物流行业市场集中度分析

第三节 中国第三方物流行业存在的问题

第四节 中国第三方物流行业解决问题的策略分析

第五节 中国第三方物流行业钻石模型分析

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2018-2022年中国第三方物流行业需求特点与动态分析

第一节 中国第三方物流行业消费市场动态情况

第二节 中国第三方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 第三方物流行业成本结构分析

第四节 第三方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 中国第三方物流行业价格现状分析

第六节 中国第三方物流行业平均价格走势预测

一、中国第三方物流行业价格影响因素

二、中国第三方物流行业平均价格走势预测

三、中国第三方物流行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国第三方物流行业区域市场现状分析

第一节 中国第三方物流行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区第三方物流市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区第三方物流市场规模分析

四、华东地区第三方物流市场规模预测

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、华中地区第三方物流市场规模分析

四、华中地区第三方物流市场规模预测

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、华南地区第三方物流市场规模分析

四、华南地区第三方物流市场规模预测

第五节 华北地区第三方物流市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区第三方物流市场规模分析

四、华北地区第三方物流市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区第三方物流市场规模分析

四、东北地区第三方物流市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、西部地区第三方物流市场规模分析
- 四、西部地区第三方物流市场规模预测

第九章2018-2022年中国第三方物流行业竞争情况

第一节 中国第三方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 中国第三方物流行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国第三方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 第三方物流行业企业分析（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2022-2027年中国第三方物流行业发展前景分析与预测

第一节 中国第三方物流行业未来发展前景分析

一、第三方物流行业国内投资环境分析

二、中国第三方物流行业市场机会分析

三、中国第三方物流行业投资增速预测

第二节 中国第三方物流行业未来发展趋势预测

第三节 中国第三方物流行业市场发展预测

一、中国第三方物流行业市场规模预测

二、中国第三方物流行业市场规模增速预测

三、中国第三方物流行业产值规模预测

四、中国第三方物流行业产值增速预测

五、中国第三方物流行业供需情况预测

第四节 中国第三方物流行业盈利走势预测

- 一、中国第三方物流行业毛利润同比增速预测
- 二、中国第三方物流行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国第三方物流行业投资风险与营销分析

第一节 第三方物流行业投资风险分析

- 一、第三方物流行业政策风险分析
- 二、第三方物流行业技术风险分析
- 三、第三方物流行业竞争风险分析
- 四、第三方物流行业其他风险分析

第二节 第三方物流行业应对策略

- 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2022-2027年中国第三方物流行业发展战略及规划建议

第一节 中国第三方物流行业品牌战略分析

- 一、第三方物流企业品牌的重要性
- 二、第三方物流企业实施品牌战略的意义
- 三、第三方物流企业品牌的现状分析
- 四、第三方物流企业的品牌战略
- 五、第三方物流品牌战略管理的策略

第二节 中国第三方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 中国第三方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2022-2027年中国第三方物流行业发展策略及投资建议

第一节 中国第三方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 中国第三方物流行业营销渠道策略

一、第三方物流行业渠道选择策略

二、第三方物流行业营销策略

第三节 中国第三方物流行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国第三方物流行业重点投资区域分析

二、中国第三方物流行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/567554.html>