

2018年中国物流行业分析报告- 市场深度调研与投资前景研究

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《2018年中国物流行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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/329213329213.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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、行业竞争格局和市场化程度 物流行业目前参与者较多，行业集中度较低，市场化程度较高，竞争较大。按目前我国物流行业的竞争特点，目前行业中主要有三种类型的参与竞争者：第一类是大型国有物流企业；第二类是国外大型物流企业；第三类是民营物流企业。

图表：物流行业参与竞争者具体情况

二、行业进入主要壁垒 1、资质要求壁垒

跨境物流属于涉及国家经济、社会安全的行业，因此各国均对跨境物流企业的资质进行了要求。我国规定对于从事国际货运代理业务的公司，需于商务局进行国际货运代理登记备案，同时需要办理海关报关单位注册登记、自理/代理报检单位注册登记证书；从事仓储业务需要取得相关监管场所注册登记证书和保税仓库注册登记证书；从事项目大件物流业务需要取得道路运输经营许可证资质等，上述资质要求提高了行业的准入门槛。

2、客户认可度壁垒

下游客户对进出口货物运输的安全性、及时性等方面有较高要求。物流服务商在成为知名优质客户的服务商之前，需要长时间的市场拓展和运营实践，经历客户严格的技术和安全管理体系审核，达到客户的严格要求，才有可能成为其合格服务商。一个受到客户认可的卓越品牌需要长时间的积累和成功的运作经验，因此，对于拟进入物流服务市场的企业构成了较强的客户认可度壁垒。

3、人才壁垒

我国现代物流行业的发展历史较短，缺乏专业型的高素质人才，国内高等学府只是在近十年来才开设了物流专业，而跨境物流和供应链贸易服务行业的发展速度很快、知识和技能的更新较快，高素质专业人才和复合型人才的培养需要一定时间，从而形成了我国跨境综合物流和供应链管理服务行业的人才壁垒。

4、技术壁垒

跨境多式联运综合物流业务涉及境内境外多个环节，如何整合这些流程，使货物安全、准确、及时到达目的地，需要借助于强大的现代通信和信息技术，以及先进的硬件支持和较强的软件开发及应用能力。

三、行业的周期性、季节性和区域性 1、周期性

物流行业与宏观经济景气程度密切相关，受经济周期的影响相对较大。当全球经济上升，进出口贸易活跃时，跨境物流服务需求和供应链贸易服务需求均将出现增长；当全球经济下滑，进出口贸易低迷时，跨境物流服务需求和供应链贸易服务需求则将下降，从而影响整个行业的盈利水平。

2、季节性

物流行业覆盖的下游行业范围很广，各下游行业季节性各有不同。总体而言，一季度

受传统节假日的影响，市场需求相对较少，其他季度下游行业对供应链管理服务行业的需求保持稳定，受季节性影响波动较小。

3、区域性

物流行业具有一定的区域性，各地区因经济发展方式、产业发展重点的不同而有着不同的物流需求。在经济发达地区、交通枢纽城市和边境口岸城市，具有一定实力的物流企业容易凭借所拥有的港口、保税仓库、监管场所等具有区域内货物集散地以及资源分配枢纽功能的物流资源，形成区域性的物流中心。

观研天下发布的《2018年中国物流行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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统计局规模企业统计数据库及物流交易所等，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、物流T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 2015-2017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 国中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 2015-2017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 2018-2024年世界物流行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球物流行业市场规模预测

第三章 2015-2017年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、物流环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年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、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

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 2015-2017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 2015-2017年中国物流行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国物流行业消费特点

第二节 中国物流行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第二节 物流行业成本分析

第三节 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

第四节 中国物流行业价格现状分析

第五节 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 2015-2017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

第九章 2015-2017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（物流T）

- 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
 - 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024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 2018-2024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

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 2018-2024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的重点客户战略实施

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 2018-2024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

第二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

第三节中国物流行业价格策略

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（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/329213329213.html>