

2016-2022年中国第三方物流市场发展态势及十三五投资方向研究报告

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《2016-2022年中国第三方物流市场发展态势及十三五投资方向研究报告》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/243385243385.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

第三方物流（The Third party Logistics，简称3PL或TPL），是指生产经营企业为集中精力搞好主业，把原来属于自己处理的物流活动，以合同方式委托给专业物流服务企业，同时通过信息系统与物流服务企业保持密切联系，以达到对物流全程的管理和控制的一种物流运作与管理方式。因此第三方物流又叫合同制物流。

大力发展以第三方物流为特征的现代物流服务既是推动我国经济质量升级的一条重要渠道，也是我国传统运输物流企业转型的必然要求。自第三方物流伴随现代物流理念传入我国以来，已经有了长足发展，但尚处于初期阶段。

近年来，现代物流作为国家重点发展的战略性新兴产业得到了社会各界的广泛关注与支持，第三方物流发展进一步加快了进程，在服务内涵、经营模式、功能建设等方面发生了深远的变革，呈现出良好发展趋势，服务链不断延伸、专业化不断加强。外资对国内第三方物流企业并购明显升温，进一步加快了我国第三方物流企业的全球化进程，也使第三方物流企业竞争从服务竞争扩展到资本竞争，这也是一个显著的特征。资本手段越来越成为物流企业做强做大的重要途径。

在全球经济一体化影响下，中国正在成为第三方物流发展最迅速的国家之一。我国第三方物流处于发展初期，而且呈地域性集中分布，未来市场潜力很大。推动中国第三方物流发展的主要因素，首先在于跨国企业正在将更多的业务转向中国，并通过外包他们广泛的物流功能来降低供应链成本；其次是中国公司面临着降低成本而增加了物流外包的需求；最后是政府的激励措施也是刺激中国第三方物流市场迅速发展的重要因素。

《2016-2022年中国第三方物流市场发展态势及十三五投资方向研究报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一章 第三方物流定义及相关要素

1.1 第三方物流的定义及本质

1.1.1 第三方物流的产生因素

1.1.2 第三方物流概念的辨析

1.1.3 第三方物流的特征

1.1.4 发展第三方物流的必然性

1.2 第三方物流的价值分析

1.2.1 成本价值

1.2.2 服务价值

1.2.3 风险分散价值

1.2.4 企业竞争力的提升价值

1.2.5 社会效益

1.3 从法律角度分析第三方物流

1.3.1 第三方物流经营业态类型的法律分类

1.3.2 从第三方物流的经营模式分析其法律性质

1.3.3 从商主体分析第三方物流企业的法律特征

1.3.4 从商行为分析第三方物流活动的法律特征

第二章 2013-2015年中国物流业的发展分析

2.1 中国物流业发展综述

2.1.1 中国物流业的发展背景

2.1.2 物流业对宏观经济具有拉动作用

2.1.3 中国物流行业发展态势

2.1.4 中国物流业的布局特征分析

2.1.5 中国物流产业的政策体系

2.1.6 物流平台投资热点分析

2.2 2013年中国物流行业的发展

2.2.1 2013年中国物流行业运行状况

2.2.2 2013年中国物流行业特点分析

2.2.3 2013年新政促进我国物流业发展

2.2.4 2013年物流业推行营业税改征增值税试点

2.3 2014年中国物流行业的发展

2.3.1 2014年中国物流行业运行现状

2.3.2 2014年中国物流业发展特点分析

2.3.3 2014年中国物流行业发展热点

2.3.4 2014年中国物流行业景气度分析

2.4 2015年中国物流行业的发展

2.4.1 2015年中国物流行业景气度分析

2.4.2 2015年中国物流行业发展态势

2.5 中国物流业发展存在的问题

2.5.1 物流业发展存在的不足

2.5.2 物流业存在的主要问题

2.5.3 物流行业面临的挑战

2.5.4 发展国际物流存在的问题

2.6 中国物流业的发展对策

2.6.1 中国物流业加速发展的新思路

2.6.2 中国物流业的发展建议

2.6.3 促进物流业发展的政策建议

2.6.4 跨区域物流服务发展的思路及措施

第三章 2013-2015年国际第三方物流的发展

3.1 2013-2015年世界第三方物流发展综述

3.1.1 全球第三方物流产业快速发展

3.1.2 全球第三方物流区域格局

3.1.3 全球第三方物流企业格局

3.1.4 欧美日第三方物流的发展特点

3.1.5 欧美日第三方物流发展异同

3.1.6 发达国家第三方物流发展经验

3.2 美国

3.2.1 北美第三方物流市场规模

3.2.2 美国第三方物流发展概况

3.2.3 美国第三方物流服务领域

3.2.4 美国第三方物流发展特点

3.2.5 美国第三方物流企业业务分析

3.2.6 美国第三方物流企业拓展方向

3.3 欧洲

3.3.1 欧洲第三方物流的分类

3.3.2 欧洲第三方物流市场规模

3.3.3 欧洲第三方物流发展迅速

3.3.4 欧洲第三方物流服务创新

3.3.5 欧洲大型供应商的优势

3.3.6 欧洲中小型企业的优势

3.4 亚洲

3.4.1 第三方物流在亚洲发展概况

3.4.2 日本第三方物流相关政策

3.4.3 韩国第三方物流业发展分析

3.4.4 亚洲第三方物流面临的问题

3.4.5 亚洲第三方物流业竞争挑战

3.4.6 亚洲第三方物流的发展前景

第四章 2013-2015年中国第三方物流发展总析

4.1 中国第三方物流产生的因素

4.1.1 中国国民经济的高速发展

4.1.2 改革开放的影响

4.1.3 中国物流学的发展

4.1.4 信息技术的发展

4.1.5 市场竞争的加剧

4.2 中国第三方物流的发展

4.2.1 发展变迁

4.2.2 市场发展现状

4.2.3 产业结构分析

4.2.4 市场发展特点

4.2.5 发展模式分析

4.2.6 市场鼓励政策

4.2.7 在外贸中的应用

4.3 中国第三方物流新服务模式分析

4.3.1 基于物流金融的第三方物流服务创新分析

4.3.2 基于连锁便利店的第三方物流模式

4.3.3 中国农产品第三方物流方兴未艾

4.3.4 中国成品油第三方物流发展分析

4.3.5 城乡一体的第三方物流服务模式

4.4 第三方物流业并购的原因与影响简析

4.4.1 第三方物流并购的必然性

4.4.2 第三方物流企业并购整合的方式

4.4.3 第三方物流业并购的影响

4.4.4 第三方物流业并购的趋势

4.5 中国发展第三方物流存在的问题

4.5.1 行业面临问题

4.5.2 企业存在的问题

4.5.3 物流商与使用方的互动问题

4.6 中国发展第三方物流的对策分析

4.6.1 中国第三方物流发展的对策

4.6.2 促进中国第三方物流发展的建议

4.6.3 中国政府对第三方物流市场发展的措施

4.6.4 中国第三方物流的市场细分和市场定位策略分析

4.6.5 中国第三方物流业发展的战略

4.6.6 中国第三方物流信息化建设策略

第五章 2013-2015年第三方物流的市场供需分析

5.1 第三方物流市场供需的总体概况

5.1.1 第三方物流的服务内容及国内外需求对比

5.1.2 发达国家对第三方物流服务的需求

5.1.3 中国第三方物流市场需求状况

5.1.4 中国第三方物流市场的各类需求分析

5.1.5 我国企业对第三方物流服务的需求

5.1.6 造成中国第三方物流需求不足的原因

5.1.7 中国第三方物流需求不足的对策

5.2 第三方物流市场供需联盟的博弈简析

5.2.1 企业核心竞争力与外包的关系

5.2.2 基于第三方物流外包的弊端

5.2.3 基于第三方物流外包的优势

5.2.4 建立第三方物流供需联盟的必要性

5.3 拉动第三方物流需求的模式演进

5.3.1 第三方物流需求概况

5.3.2 第三方物流需求不足的原因

5.3.3 拉动第三方物流需求的可行性

5.3.4 拉动第三方物流需求的政策建议

5.4 中国第三方物流的供给策略

5.4.1 主动开拓市场

5.4.2 进行准确的市场定位

5.4.3 制定灵活的定价及结算体系

5.4.4 传统储运企业向第三方物流企业转型

5.4.5 建设实体网络

5.4.6 加强信息化建设

第六章 2013-2015年运输业与第三方物流分析

6.1 第三方物流运力的组建和管理

6.1.1 运输车队的组建模式

6.1.2 社会协议运力签约的条件

6.1.3 社会协议运力的管理和核查

6.1.4 随车搬运作业人员的管理和核查

6.2 第三方物流与运输业概述

6.2.1 2013年中国交通运输业运行分析

6.2.2 2014-2015年中国交通运输业运行分析

6.2.3 第三方物流与传统运输企业的区别

6.2.4 第三方物流对运输企业发展的影响

6.2.5 第三方物流发展给运输业带来的变化

6.2.6 中国外贸运输业向第三方物流转型分析

6.3 铁路运输与第三方物流

6.3.1 发展铁路物流的优劣与模式

6.3.2 铁路运输第三方物流模式的建立

6.3.3 行包运输是铁路发展第三方物流的切入点

6.3.4 铁路物资企业开展第三方物流的优势及策略

6.3.5 铁路货运代理企业发展第三方物流的策略

6.3.6 铁路运输发展第三方物流的建议

6.4 公路运输与第三方物流

6.4.1 公路运输企业发展第三方物流的重要意义

6.4.2 公路运输业发展第三方物流面临的问题

6.4.3 公路运输企业向第三方物流企业转变的对策

6.4.4 中小型公路运输企业向第三方物流的转型

6.4.5 公路运输业发展第三方物流服务的建议

6.4.6 公路运价对发展第三方物流的影响及建议

6.5 港口与第三方物流

6.5.1 港口与第三方物流的关系

6.5.2 第三方物流是港口发展的新方向

6.5.3 港口发展第三方物流可提升核心竞争力

6.5.4 中国港口发展第三方物流的形式和途径

6.5.5 中国港口第三方物流实现增效的策略

6.5.6 港口企业发展第三方物流剖析

6.5.7 港口物流企业发展第三方物流的策略

6.6 航空业与第三方物流

6.6.1 第三方物流航空平台的建立

6.6.2 中国航空物流链一体化经营分析

6.6.3 中国航空快递企业第三方物流运作模式

6.6.4 中国航空快递企业必须开展第三方物流的因素

6.6.5 航空业发展第三方物流的战略

第七章 2013-2015年邮政业与第三方物流分析

7.1 中国邮政物流的发展概况

7.1.1 2013年我国邮政行业运行分析

7.1.2 2014-2015年中国邮政行业运行分析

7.1.3 中国邮政发展物流的SWOT分析

7.1.4 我国出台政策发展农村邮政物流

7.1.5 中国邮政物流业务统计指标体系的建立

7.2 2013-2015年邮政业第三方物流的发展

7.2.1 国外邮政业进入第三方物流的特点

7.2.2 中国邮政开展第三方物流的现状

7.2.3 邮政业发展第三方物流的SWOT分析

7.2.4 邮政业第三方物流创新模式的架构

7.2.5 中国邮政物流电子化信息化发展分析

7.3 中国邮政发展第三方物流面临的问题

7.3.1 邮政发展第三方物流亟待解决的问题

7.3.2 邮政发展第三方物流面临的挑战

7.3.3 邮政企业发展物流业务存在的困惑浅析

7.3.4 邮政物流行业发展存在的不足

7.4 中国邮政第三方物流发展对策

7.4.1 中国邮政发展第三方物流的主要措施

7.4.2 中国邮政参与第三方物流市场竞争的策略

7.4.3 完善邮政物流发展的措施

7.4.4 邮政业开展电子商务第三方物流的思路

7.4.5 国内邮政物流企业发展的策略

第八章 2013-2015年连锁经营行业与第三方物流分析

8.1 零售业的连锁经营分析

8.1.1 零售业连锁发展内涵和价值观

8.1.2 现代连锁店对中国零售业模式的影响

8.1.3 中国连锁业成为零售业发展的主导趋势

8.1.4 中国品牌专卖连锁成为零售业的亮点

8.2 2013-2015年商业连锁企业与第三方物流企业的合作

8.2.1 商业连锁企业物流的发展概况

8.2.2 中国第三方物流企业的发展状况

8.2.3 商业连锁企业与第三方物流优势互补

8.2.4 对企业进行组织合作与专业领导

8.3 2013-2015年餐饮连锁企业的第三方物流模式分析

8.3.1 物流与连锁餐饮概述

8.3.2 物流对餐饮连锁企业作用重要

8.3.3 麦当劳的第三方物流模式

8.3.4 麦当劳第三方物流模式优势分析

8.4 连锁零售企业利用第三方物流的风险

8.4.1 物流外包市场不成熟的风险

8.4.2 第三方物流服务商选择不当的风险

8.4.3 财务风险

8.4.4 控制力丧失的风险

8.4.5 沟通协商及客户关系管理上的风险

8.5 第三方物流进入连锁零售业面临的挑战

8.5.1 双方企业对物流成本的理解存在歧义

8.5.2 连锁企业物流外包产生信用风险

8.5.3 连锁企业物流成本存在不确定性

8.5.4 为连锁企业提供个性化服务难度较大

8.6 第三方物流进入连锁零售业的策略

8.6.1 选择合适的时机

8.6.2 选准合适的业态

8.6.3 选择特定的产品

8.6.4 选择合适的市场

8.6.5 抓住购物中心发展的浪潮

8.6.6 网上购物给第三方物流提供发展机会

8.6.7 连锁零售业与第三方物流企业的合作策略

第九章 2013-2015年电子商务与第三方物流分析

9.1 电子商务与物流

9.1.1 电子商务概述

9.1.2 电子商务与传统商务的关联及竞争分析

9.1.3 电子商务与物流的相互关系

9.1.4 电子商务环境对物流系统的影响

9.1.5 电子商务时代的现代物流业

9.2 中国电子商务物流行业的发展

9.2.1 电子商务物流的特征及优势

9.2.2 我国电子商务物流行业发展现状

9.2.3 我国电子商务物流市场态势分析

- 9.2.4 电商物流的相关政策
- 9.2.5 电子商务物流模式分析
- 9.2.6 电商企业物流选择的思考
- 9.3 2013-2015年第三方物流与电子商务的发展
 - 9.3.1 第三方物流和电子商务之间的关系
 - 9.3.2 电子商务对第三方物流的影响
 - 9.3.3 电子商务下第三方物流实施模式
 - 9.3.4 电子商务的发展对第三方物流的要求
 - 9.3.5 电子商务交易模式下的第三方物流
 - 9.3.6 电子商务中企业第三方物流模式分析
 - 9.3.7 第三方物流与电商物流共同发展
 - 9.3.8 电商自建物流向社会化及第三方物流转型
- 9.4 第三方物流业开展电子商务的SWOT分析
 - 9.4.1 优势分析
 - 9.4.2 弱点分析
 - 9.4.3 机会分析
 - 9.4.4 威胁分析
- 9.5 跨境电子商务第三方物流模式分析
 - 9.5.1 物流对跨境电子商务的意义
 - 9.5.2 现有跨境电子商务物流模式概述
 - 9.5.3 跨境第三方物流模式解析
 - 9.5.4 中国跨境电子商务发展的物流问题
 - 9.5.5 中国跨境第三方物流企业的发展建议
- 9.6 第三方物流开展电子商务的对策与趋势
 - 9.6.1 第三方物流业发展电子商务的竞争战略
 - 9.6.2 电子商务背景下第三方物流业的发展思路
 - 9.6.3 电子商务环境下第三方物流企业的对策
 - 9.6.4 中国电子商务行业未来发展趋势
- 第十章 2013-2015年其它行业与第三方物流分析
 - 10.1 医药行业第三方物流
 - 10.1.1 可行性与必要性
 - 10.1.2 行业发展动力
 - 10.1.3 相关推动政策
 - 10.1.4 市场参与主体
 - 10.1.5 成立公共平台

- 10.1.6 行业投资动态
- 10.1.7 未来发展前景
- 10.1.8 行业发展障碍
- 10.1.9 行业发展对策
- 10.2 汽车行业第三方物流
 - 10.2.1 汽车工业第三方物流分析
 - 10.2.2 汽车第三方物流的效益
 - 10.2.3 第三方物流和汽车企业合作利弊
 - 10.2.4 发展零部件第三方物流的必要性
 - 10.2.5 汽车企业第三方物流应用模式
 - 10.2.6 第三方汽车物流企业信息化建设
 - 10.2.7 汽车第三方物流企业发展策略
- 10.3 家电行业第三方物流
 - 10.3.1 家电物流市场竞争格局
 - 10.3.2 家电企业供应链发展变革
 - 10.3.3 第三方物流在行业中的意义
 - 10.3.4 家电企业第三方物流模式
 - 10.3.5 第三方物流市场开拓障碍
- 10.4 建材行业第三方物流
 - 10.4.1 建材物流特点及流通模式
 - 10.4.2 建材企业利用第三方物流的优势
 - 10.4.3 建材企业与第三方物流企业合作
 - 10.4.4 第三方建材物流发展方向
- 第十一章 2013-2015年中国部分地区第三方物流的发展
 - 11.1 北京
 - 11.1.1 第三方物流产业发展空间大
 - 11.1.2 第三方物流服务社区商业
 - 11.1.3 试点医疗器械第三方物流
 - 11.1.4 第三方物流资源亟待整合
 - 11.1.5 第三方物流资源整合瓶颈
 - 11.2 上海
 - 11.2.1 第三方物流发展战略意义
 - 11.2.2 第三方物流市场需求分析
 - 11.2.3 第三方物流企业发展概况
 - 11.2.4 第三方物流发展存在的问题

11.2.5 第三方物流发展对策建议

11.3 广东省

11.3.1 广东省第三方物流发展现状

11.3.2 广东省第三方物流模式创新

11.3.3 珠三角物流一体化发展计划

11.3.4 深圳第三方物流业发展综述

11.3.5 广东省第三方物流发展问题

11.3.6 广东省第三方物流发展对策

11.3.7 广东省第三方物流发展趋势

11.4 福建省

11.4.1 福建省第三方物流发展状况

11.4.2 泉州鞋服企业涉水第三方物流

11.4.3 第三方医药物流企业投资动态

11.4.4 福建省第三方物流存在的问题

11.4.5 福建省第三方物流发展策略

11.5 四川省

11.5.1 四川省第三方物流发展概况

11.5.2 四川省第三方物流发展环境

11.5.3 四川省第三方物流发展特点

11.5.4 四川第三方物流发展政策

11.5.5 四川省第三方物流发展方案

11.5.6 四川省第三方物流发展展望

11.6 其他地区

11.6.1 青海省

11.6.2 浙江省

11.6.3 重庆市

11.6.4 河南省

11.6.5 河北省

11.6.6 安徽省

11.6.7 山东省

11.6.8 沈阳市

11.6.9 扬州市

11.6.10 青岛市

第十二章 2013-2015年中国第三方物流企业的发展

12.1 2013-2015年物流企业的品牌分析

- 12.1.1 中国本地物流企业品牌的分析
- 12.1.2 中国物流企业品牌创建的道路
- 12.1.3 第三方物流企业基于供应链的品牌价值
- 12.1.4 特快专递的品牌战略分析
- 12.2 2013-2015年中国第三方物流企业概况
- 12.2.1 国内第三方物流企业的市场合理定位
- 12.2.2 中国第三方物流企业发展现状与需求分析
- 12.2.3 中国第三方物流企业的运作模式
- 12.2.4 实施SOA架构逐渐成为第三方物流企业最佳选择
- 12.2.5 第三方物流企业直送工位成为供应链协同运作的新模式
- 12.2.6 第三方物流企业SWOT分析
- 12.2.7 第三方物流企业经营的战略分析
- 12.3 第三方物流企业核心经营层面选择探析
- 12.3.1 运作层
- 12.3.2 管理层
- 12.3.3 规划层
- 12.4 2013-2015年民营第三方物流企业发展综述
- 12.4.1 民营第三方物流企业SWOT分析
- 12.4.2 民营第三方物流企业的市场占有率分析
- 12.4.3 民营第三方物流企业信息化水平提升策略
- 12.4.4 民营第三方物流发展趋势分析
- 12.5 第三方物流企业存在的问题及对策
- 12.5.1 国内企业实施第三方物流的障碍
- 12.5.2 我国第三方物流企业发展存在的问题
- 12.5.3 以顾客价值为导向的第三方物流企业经营战略
- 12.5.4 中国第三方物流企业个性化发展策略分析
- 12.5.5 第三方物流企业的风险应对策略
- 12.5.6 中国中小型第三方物流企业的发展对策
- 12.5.7 第三方物流企业营销策略细分与原则
- 第十三章 国内外知名第三方物流企业发展分析
- 13.1 UPS (United Parcel Service)
- 13.1.1 企业发展概况
- 13.1.2 2013年UPS经营状况分析
- 13.1.3 2014年UPS经营状况分析
- 13.1.4 2015年UPS经营状况分析

13.1.5 企业运作模式分析

13.1.6 企业经营管理策略

13.2 联邦快递 (FEDEX CORPORATION)

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 2013财年联邦快递经营状况

13.2.3 2014财年联邦快递经营状况

13.2.4 2015财年联邦快递经营状况

13.2.5 企业收购动态

13.3 德国邮政DHL (Deutsche Post DHL)

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 2013年德国邮政DHL经营状况

13.3.3 2014年德国邮政DHL经营状况

13.3.4 2015年德国邮政DHL经营状况

13.3.5 企业项目建设动态

13.3.6 打造仓储信息平台

13.4 TNT

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 2013年TNT经营状况

13.4.3 2014年TNT经营状况

13.4.4 2015年TNT经营状况

13.5 中储发展股份有限公司

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 经营效益分析

13.5.3 业务经营分析

13.5.4 财务状况分析

13.5.5 未来前景展望

13.6 中国远洋物流有限公司

13.6.1 企业发展概况

13.6.2 成立物流电商平台

13.6.3 企业战略合作发展

13.6.4 积极发展GMS区域业务

13.6.5 企业信息化建设

13.7 宝供物流企业集团有限公司

13.7.1 企业发展概况

13.7.2 企业发展战略

13.7.3 创新发展模式剖析

13.7.4 建立物流资源平台

13.7.5 企业核心竞争力分析

13.7.6 第三方物流发展经验

13.8 招商局物流集团有限公司

13.8.1 企业发展概况

13.8.2 企业资本规模

13.8.3 现代物流业务发展迅速

13.8.4 试点医药第三方物流

13.8.5 项目落户宁波保税区

13.8.6 新能源项目建设合作

第十四章 2013-2015年第三方物流信息系统的发展

14.1 第三方物流系统的分析

14.1.1 第三方物流系统的概念

14.1.2 第三方物流系统的构成要素

14.1.3 第三方物流系统的特征

14.1.4 发展第三方物流系统的益处

14.2 2013-2015年第三方物流信息化发展概况

14.2.1 第三方物流信息化的必要性分析

14.2.2 中国第三方物流管理信息系统开发与应用

14.2.3 信息化带动第三方物流业务的扩展

14.2.4 中国第三方物流信息化亟需发展

14.3 第三方物流信息系统设计分析

14.3.1 物流信息系统的基本功能

14.3.2 第三方物流信息系统的设计目标

14.3.3 第三方物流信息系统的设计

14.3.4 第三方物流信息系统建设中应注意的问题

14.4 第三方物流管理信息系统方案的设计

14.4.1 供应链角度下第三方物流业务运作模式分析

14.4.2 物流管理信息系统的主要功能及结构

14.4.3 第三方物流管理信息系统总体规划设计

第十五章 2013-2015年第三方物流市场竞争分析

15.1 2013-2015年中国第三方物流的竞争格局

15.1.1 第三方物流与企业竞争力概况

15.1.2 中国第三方物流市场竞争者构成

- 15.1.3 中国第三方物流市场的竞争状况
- 15.1.4 国内第三方物流企业和国外企业相抗衡的局面
- 15.1.5 中国第三方物流中小企业的特点和竞争状态
- 15.2 第三方物流竞争力评估与简析
 - 15.2.1 第三方物流竞争力综合体系评估
 - 15.2.2 中国物流业竞争力的宏观分析
 - 15.2.3 中国物流业竞争力的微观分析
- 15.3 第三方物流企业核心竞争力建设解析
 - 15.3.1 第三方物流企业核心竞争力的内涵
 - 15.3.2 第三方物流企业核心竞争力存在的问题
 - 15.3.3 第三方物流企业培育核心竞争力的战略选择
- 15.4 提升第三方物流竞争力的对策
 - 15.4.1 第三方物流重塑企业竞争力的建议
 - 15.4.2 中国第三方物流业竞争策略分析
 - 15.4.3 增值服务铸就第三方物流核心竞争力
 - 15.4.4 第三方物流企业的市场环境及竞争战略选择
- 第十六章 中国第三方物流行业投资分析
 - 16.1 投资机会
 - 16.1.1 零售企业开始把物流配送外包
 - 16.1.2 家电流通转向第三方物流
 - 16.1.3 第三方煤炭物流迎来机遇
 - 16.1.4 政府引导民间资本投资第三方物流
 - 16.1.5 第三方物流业有望迈进黄金发展期
 - 16.2 投资风险
 - 16.2.1 第三方物流企业面临的纯粹风险及管理
 - 16.2.2 交易费用的过高抑制了市场的需求
 - 16.2.3 企业管理者缺乏物流外包的动力
 - 16.2.4 第三方物流企业成本偏高的风险
 - 16.2.5 政府管理体制的制约
 - 16.3 投资建议
 - 16.3.1 兼顾自身业务和社会资源的优势
 - 16.3.2 分清业务重点
 - 16.3.3 整合社会资源
 - 16.3.4 规模经营
 - 16.4 投资第三方物流企业的战略选择

16.4.1 成本领先战略适合拥有实力的企业

16.4.2 集中化战略适合具有一定自身优势的企业

16.4.3 起步较晚的企业可以运用差异化战略

第十七章 观研网对中国第三方物流行业发展前景预测

17.1 中国物流业的发展前景及趋势

17.1.1 中国物流行业发展前景广阔

17.1.2 中国物流行业未来发展趋势

17.1.3 中国物流市场将进一步加强整合

17.1.4 “十三五”期间物流业主要任务

17.2 第三方物流发展的前景及趋势

17.2.1 中国第三方物流市场发展前景

17.2.2 中国第三方物流行业发展空间分析

17.2.3 观研网对2016-2022年中国第三方物流市场规模预测分析

17.2.4 中国第三方物流的发展趋势

17.2.5 我国第三方物流的发展方向

17.2.6 第三方物流商趋向多元化发展

17.2.7 第三方物流变革的主要趋势

附录

附录一：《中华人民共和国邮政法》（2012修正版）

附录二：《中华人民共和国国家标准物流术语》

附录三：《道路货物运输服务业管理办法》

附录四：《关于促进物流业健康发展政策措施的意见》

附录五：《关于鼓励和引导民间投资进入物流领域的实施意见》

附录六：《关于深化流通体制改革加快流通产业发展的意见》

附录七：《物流业发展中长期规划（2014-2020年）》

附录八：《深化流通体制改革加快流通产业发展重点工作部门分工方案》

图表目录

图表1 2011-2014年中国物流业景气指数

图表2 2012年第三方物流提供商营业收入前50名

图表3 2013年全球最大的第三方物流供应商营收规模

图表4 2013年全球前十大第三方物流供应商市场份额

图表5 日本的和平岛货物中心建设各投资方投资所占比例

图表6 增值物流服务种类

图表7 2006-2017年北美三大国家第三方物流市场规模

图表8 美国企业有关IT技术支持外包给3PL的比例

图表9 美国企业在关联经济环境中物流运作的变化

图表10 美国3PL中电子商务个状态所占的比重

图表11 2006-2017年欧洲部分国家第三方物流市场规模（按规模排序）

图表12 2006-2017年欧洲部分国家第三方物流市场规模（按增速排序）

图表13 2009-2012年中国第三方物流市场规模情况

图表14 第三方物流商与使用方在六个方面的差距分析表

图表15 第三方物流商与使用方对物流外包的重要因素与比较

图表16 物流服务使用方是否考虑请专业物流公司参与供应链设计的调查

图表17 第三方物流供应方是否希望参与使用方的供应链设计的调查

图表18 第三方物流可以选择不同的市场定位策略

图表19 欧美国家使用第三方物流服务情况表

图表20 中国企业对第三方物流的服务需求分析

图表21 中国企业对新型物流服务的需求情况

图表22 中国产品线对库存量的影响

图表23 运输成本与储存成本关系曲线图

图表24 运输成本与储存成本变动图

图表25 流通加工类型表

图表26 各行业对物流作业的满意程度表

图表27 物流供需双方一次博弈的支付矩阵

图表28 影响第三方物流企业成功的因素

图表29 物流企业市场定位步骤图

图表30 物流企业市场定位策略比较表

图表31 企业物流费用结算方式表

图表32 传统储运企业转型途径表

图表33 宝供信息化建设历程表

图表34 2009-2013年全国公路总里程及公路密度

图表35 2013年全国各技术等级公路里程构成

图表36 2009-2013年全国高速公路里程

图表37 2013年全国农村公路里程构成

图表38 2013年全国内河航道通航里程构成

图表39 2013年全国港口万吨级及以上泊位

图表40 2012-2013年全国万吨级及以上泊位构成（按主要用途分）

图表41 2009-2013年全国水上运输船舶拥有量

图表42 2013年水上运输船舶构成（按航行区域分）

图表43 2013年城市客运系统客运量构成

- 图表44 2009-2013年全国港口货物吞吐量
- 图表45 2009-2013年全国港口外面货物吞吐量
- 图表46 2009-2013年全国港口集装箱吞吐量
- 图表47 2013年各形态货物吞吐量构成
- 图表48 2013年规模以上港口各货类吞吐量及增长速度
- 图表49 2009-2013年公路建设投资额及增长速度
- 图表50 2009-2013年水运建设投资额
- 图表51 2013年公路水路重点监测企业能源消耗情况
- 图表52 航空物流链构成的示意图
- 图表53 2012年、2013年快递业务收入增长情况
- 图表54 2012年、2013年分专业快递业务收入
- 图表55 2013年快递业务量结构图
- 图表56 2013年快递业务收入结构图
- 图表57 2013年东、中、西部快递业务量结构图
- 图表58 2013年东、中、西部快递业务收入结构图
- 图表59 2013年全国邮政行业发展情况表
- 图表60 2013-2014年中国快递业务收入趋势图
- 图表61 2013-2014年我国分专业快递业务收入比较
- 图表62 2014年我国快递业务收入结构
- 图表63 2014年我国快递业务量结构图
- 图表64 2014年我国各地区快递业务收入结构
- 图表65 2014年我国各地区快递业务量结构
- 图表66 2014年全国邮政行业发展情况表
- 图表67 2014年分省快递服务企业业务量和业务收入情况表
- 图表68 2014年快递业务量前50位城市情况表
- 图表69 2014年快递业务收入前50位城市情况表
- 图表70 邮政物流业务统计指标体系结构
- 图表71 世界著名邮政企业业务的本土化程度分析
- 图表72 邮政第三方物流模式的构架图
- 图表73 麦当劳的物流营运流程图
- 图表74 企业竞争规则的变迁
- 图表75 国际物流公司仓储集运
- 图表76 外贸B2C电子商务平台仓储集运
- 图表77 汽车工业制造—销售—服务供应链示意图
- 图表78 没有3PL的运输和仓储模式

- 图表79 3PL加入后的运输和仓储模式
- 图表80 分布式数据库示意图
- 图表81 中国工业企业原材料物流的各方分担
- 图表82 中国产成品销售物流的各方分担
- 图表83 中国商业流通企业物流的各方分担
- 图表84 广东省第三方物流企业在各市的分布图
- 图表85 广东省第三方物流运输方式分布情况
- 图表86 营业额达10亿元以上的第三方物流企业
- 图表87 广东省信息化水平初具规模的企业
- 图表88 广东省第三方物流市场份额占有率情况
- 图表89 广东省第三方物流占总体物流百分比
- 图表90 广东各市物流园区数量一览表
- 图表91 广东各市区物流园区功能分类一览表
- 图表92 广东各大物流园区面积概况
- 图表93 广东省物流企业和发达国家物流企业所提供的服务对比
- 图表94 2014年福建省各种运输方式完成货物运输量
- 图表95 第三方物流企业的组合分类矩阵
- 图表96 物流服务集成内容阶梯图
- 图表97 2012-2013年UPS综合损益表
- 图表98 2011-2013年UPS分部信息
- 图表99 2011-2013年UPS不同类型业务收入情况
- 图表100 2011-2013年UPS不同地区收入情况
- 图表101 2012-2014年UPS综合损益表
- 图表102 2012-2014年UPS不同部门收入情况
- 图表103 2012-2014年UPS不同类型业务收入情况
- 图表104 2012-2014年UPS不同地区收入情况
- 图表105 2014-2015年UPS综合收益表
- 图表106 2014-2015年UPS分部资料
- 图表107 2011-2013财年联邦快递综合损益表
- 图表108 2011-2013财年联邦快递收入细分情况
- 图表109 2012-2014财年联邦快递综合损益表
- 图表110 2012-2014财年联邦快递收入细分情况
- 图表111 2013-2015财年联邦快递综合收益表
- 图表112 2013-2015财年联邦快递分部资料
- 图表113 2012-2013年德国邮政DHL综合损益表

- 图表114 2013-2014年德国邮政DHL综合损益表
- 图表115 2013-2014年德国邮政DHL不同地区外部收入情况
- 图表116 2014-2015年德国邮政DHL综合收益表
- 图表117 2014-2015年德国邮政DHL分部资料
- 图表118 2014-2015年德国邮政DHL收入分地区资料
- 图表119 2012-2013年TNT综合损益表
- 图表120 2012-2013年TNT分部资料
- 图表121 2013-2014年TNT综合损益表
- 图表122 2013-2014年TNT不同地区收入细分情况
- 图表123 2014-2015财年TNT综合收益表
- 图表124 2014-2015财年TNT分部资料
- 图表125 2013-2015年中储发展股份有限公司总资产和净资产
- 图表126 2013-2014年中储发展股份有限公司营业收入和净利润
- 图表127 2015年中储发展股份有限公司营业收入和净利润
- 图表128 2013-2014年中储发展股份有限公司现金流量
- 图表129 2015年中储发展股份有限公司现金流量
- 图表130 2014年中储发展股份有限公司主营业务收入分行业、产品
- 图表131 2014年中储发展股份有限公司主营业务收入分区域
- 图表132 2013-2014年中储发展股份有限公司成长能力
- 图表133 2015年中储发展股份有限公司成长能力
- 图表134 2013-2014年中储发展股份有限公司短期偿债能力
- 图表135 2015年中储发展股份有限公司短期偿债能力
- 图表136 2013-2014年中储发展股份有限公司长期偿债能力
- 图表137 2015年中储发展股份有限公司长期偿债能力
- 图表138 2013-2014年中储发展股份有限公司运营能力
- 图表139 2015年中储发展股份有限公司运营能力
- 图表140 2013-2014年中储发展股份有限公司盈利能力
- 图表141 2015年中储发展股份有限公司盈利能力
- 图表142 第三方物流基本作业流程
- 图表143 第三方物流管理系统的业务流程
- 图表144 第三方物流的物流管理信息系统总体功能结构
- 图表145 专业性强的物流企业表
- 图表146 物流企业规模和经营模式
- 图表147 物流企业依据其差异化战略可以把顾客分类的各类比例
- 图表148 不同第三方物流供应商的优劣势和目标

图表149 观研网对2016-2022年中国第三方物流市场规模预测

图表150 物流市场的解析图

图表151 财富500强公司物流外包的比例

图表152 General Motors的物流矢量图

图表153 General Motors一次运输交易的各项成本

图表详见正文 • • • • • (GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/243385243385.html>