

2020年中国无车承运人行业分析报告- 行业深度分析与发展趋势分析

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《2020年中国无车承运人行业分析报告-行业深度分析与发展趋势分析》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://baogao.chinabaogao.com/qiche/397934397934.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

无车承运人与承运人不同在于身份不同、收费性质不同等，是货运物流行业和互联网技术进行融合后产生的一种新经营模式，主要是指在公路运输中没有自营运输车辆，但可以以承运人的身份承揽运输业务的单位或个人。具有资源整合能力强、品牌效应广、网络效应明显等特点。

无车承运人与承运人区别分析

法律地位不同

“无车承运人”属于承运人的范畴，其业务活动是以承运人的身份接受货载，并以托运人的身份向实际承运人委托承运，签发自己的提单，并对货物的安全负责。在“无车承运人”与实际承运人对货物的损失都负有赔偿责任的情况下，二者要承担连带责任；而货运代理人则是受货方委托，代货方办理货物运输的人，属代理人范畴，其业务活动是代理货主办理订舱、报关等业务，不对货物的安全运输承担责任。

身份不同

二者虽然都是中介组织，但“无车承运人”是处于中介组织与实际承运人之间的一种业态形式，兼具二者的共同特性。“无车承运人”与托运人是承托关系，与收货人是提单签发人与持有人的关系。即对于托运人而言，他是承运人；而对于实际承运人来讲，他又是托运人。货运代理是受他人委托办理服务事务，与托运人是被委托方与委托方的关系，与收货人则不存在任何关系，而在托运人与收货人之间承担的只是介绍人的角色。

收费性质不同

“无车承运人”是以承运人的身份向货主收取运费。在整个运输过程中，“无车承运人”在收取货主运费后，需委托实际承运人完成运输，并向其支付运费，赚取两者的运费差价；货运代理人收取的是服务中介费。因此，是否赚取运费差价，是判断经营者是否承揽无车承运业务的重要依据。

成立的条件及审批程序不同

按照规定，我国对成立货运代理企业实行审批制，对注册资本规模上做出了严格的要求。其中，经营海上国际货物运输代理业务的，注册资本最低限额为500

万元人民币；经营航空国际货物运输代理业务的，注册资本最低限额为300

万元人民币；经营陆路国际货运代理业务或者国际快递业务的，注册资本最低限额为200万人民币。如果货物运输代理企业要设立分支机构，则每设立一个分支机构，应当增加注册资本50 万元。然而，我国对于无车承运企业实行的是登记制，而不是审批制，要想成立无车承运企业只需要交纳一定数额的保证金。 资料来源：公开资料整理

自2013年提出，2016年方案落地以来，随着国家及地方政策的不断发布，我国无车承

运人市场得到了良好的发展。例如江苏省在2019年3月13日，发布的《关于进一步推进道路货运无车承运人试点工作的通知》中，进一步推进道路货运无车承运人试点工作方向；陕西省在2019年4月12日，也印发了《陕西省无车承运人省级试点工作实施方案》的通知等等。

自2019年以来我国部分省市及地区发布有关无车承运人的相关政策

时间

省市、部门

政策

具体内容

3月13日

江苏省交通厅

《关于进一步推进道路货运无车承运人试点工作的通知》

文件根据交通运输部“在相关文件出台前，各省交通运输主管部门可视情况继续开展试点工作”的精神，明确进一步推进道路货运无车承运人试点工作方向。其中表示原有试点企业的评估与试点资格将延续至2019年12月31日，并开启第二批试点企业申报与审核。

3月21日

河南省

《关于开展无车承运试点企业运行考核工作的通知》

通知显示，考核按照《无车承运人试点运行考核标准》（附件1）实施，考核总分达到60分以上（含60分）的为合格，低于60分的为不合格。对考核合格的试点企业，试点期延续至2019年12月31日。

3月25日

湖南省

《湖南省道路运输管理局关于进一步推进道路货运无车承运人试点工作的通知》

原试点企业试点资格将延续，并开启省级试点。

4月3日

大连市交通运输局

《开展全市无车承运人摸底工作的通知》

对全省从事无车承运人业务的企业情况进行摸底调查，请各区市县运管部门对此次调查工作广泛宣传。

4月12日

陕西省交通运输厅

《陕西省无车承运人省级试点工作实施方案》

率先在西安国际港务区、安康高新技术产业开发区、延安市宝塔区、宝鸡市眉县、榆林市绥德县开展省级试点，总结积累无车承运人安全监管、企业偿付能力制度建设、运输过程监控

、组织效率提升等方面的制度经验，推动大数据在传统货运领域的广泛应用。

福建省交通运输厅办公室

《福建省交通运输厅关于延续无车承运人试点工作的通知》

通知显示，根据《交通运输部运输服务司关于请核实无车承运试点企业监测数据的函》（交运便〔2019〕61号）有关“在正式政策文件出台前，各省交通运输主管部门可视情况继续开展试点工作”，将给予换发经营许可证，并加强试点管理。资料来源：公开资料整理

但目前我国无车承运人的发展尚处于起步探索阶段，在许可准入、运营监管、诚信考核、税收征管等环节的制度规范还有待探索完善。而预计随着市场不断完善并规范化，以及行业相关政策的利好，我国无车承运人将迎来黄金发展期，并逐渐成为拉动物流行业的快速转型发展新动力。（WWJP）

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。《2020年中国无车承运人行业分析报告-行业深度分析与发展趋势分析》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。

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 2017-2020年中国无车承运人行业发展概述

第一节 无车承运人行业发展情况概述

- 一、无车承运人行业相关定义
- 二、无车承运人行业基本情况介绍
- 三、无车承运人行业发展特点分析

第二节 中国无车承运人行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、无车承运人行业产业链条分析
- 三、中国无车承运人行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国无车承运人行业生命周期分析

- 一、无车承运人行业生命周期理论概述
- 二、无车承运人行业所属的生命周期分析

第四节 无车承运人行业经济指标分析

- 一、无车承运人行业的赢利性分析
- 二、无车承运人行业的经济周期分析
- 三、无车承运人行业附加值的提升空间分析

第五节 中国无车承运人行业进入壁垒分析

- 一、无车承运人行业资金壁垒分析
- 二、无车承运人行业技术壁垒分析
- 三、无车承运人行业人才壁垒分析
- 四、无车承运人行业品牌壁垒分析
- 五、无车承运人行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球无车承运人行业市场发展现状分析

第一节 全球无车承运人行业发展历程回顾

第二节 全球无车承运人行业市场区域分布情况

第三节 亚洲无车承运人行业地区市场分析

- 一、亚洲无车承运人行业市场现状分析
- 二、亚洲无车承运人行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲无车承运人行业市场前景分析

第四节 北美无车承运人行业地区市场分析

- 一、北美无车承运人行业市场现状分析
- 二、北美无车承运人行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美无车承运人行业市场前景分析
- 第五节 欧盟无车承运人行业地区市场分析
- 一、欧盟无车承运人行业市场现状分析
- 二、欧盟无车承运人行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟无车承运人行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界无车承运人行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球无车承运人行业市场规模预测

第三章 中国无车承运人产业发展环境分析

- 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、全社会消费品无车承运人总额
- 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 中国无车承运人行业政策环境分析
- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国无车承运人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 中国无车承运人行业运行情况

- 第一节 中国无车承运人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 中国无车承运人行业市场规模分析

第三节 中国无车承运人行业供应情况分析

第四节 中国无车承运人行业需求情况分析

第五节 中国无车承运人行业供需平衡分析

第六节 中国无车承运人行业发展趋势分析

第五章 中国无车承运人所属行业运行数据监测

第一节 中国无车承运人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 中国无车承运人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 中国无车承运人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 2017-2020年中国无车承运人市场格局分析

第一节 中国无车承运人行业竞争现状分析

一、中国无车承运人行业竞争情况分析

二、中国无车承运人行业主要品牌分析

第二节 中国无车承运人行业集中度分析

一、中国无车承运人行业市场集中度分析

二、中国无车承运人行业企业集中度分析

第三节 中国无车承运人行业存在的问题

第四节 中国无车承运人行业解决问题的策略分析

第五节 中国无车承运人行业竞争力分析

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 2017-2020年中国无车承运人行业需求特点与动态分析

第一节 中国无车承运人行业消费市场动态情况

第二节 中国无车承运人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 无车承运人行业成本分析

第四节 无车承运人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 中国无车承运人行业价格现状分析

第六节 中国无车承运人行业平均价格走势预测

一、中国无车承运人行业价格影响因素

二、中国无车承运人行业平均价格走势预测

三、中国无车承运人行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国无车承运人行业区域市场现状分析

第一节 中国无车承运人行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区无车承运人市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区无车承运人市场规模分析

四、华东地区无车承运人市场规模预测

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、华中地区无车承运人市场规模分析

四、华中地区无车承运人市场规模预测

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、华南地区无车承运人市场规模分析

四、华南地区无车承运人市场规模预测

第九章 2017-2020年中国无车承运人行业竞争情况

第一节 中国无车承运人行业竞争结构分析（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 中国无车承运人行业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 中国无车承运人行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 无车承运人行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国无车承运人行业发展前景分析与预测

第一节 中国无车承运人行业未来发展前景分析

一、无车承运人行业国内投资环境分析

二、中国无车承运人行业市场机会分析

三、中国无车承运人行业投资增速预测

第二节 中国无车承运人行业未来发展趋势预测

第三节 中国无车承运人行业市场发展预测

一、中国无车承运人行业市场规模预测

二、中国无车承运人行业市场规模增速预测

三、中国无车承运人行业产值规模预测

四、中国无车承运人行业产值增速预测

五、中国无车承运人行业供需情况预测

第四节 中国无车承运人行业盈利走势预测

一、中国无车承运人行业毛利润同比增速预测

二、中国无车承运人行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国无车承运人行业投资风险与营销分析

第一节 无车承运人行业投资风险分析

一、无车承运人行业政策风险分析

二、无车承运人行业技术风险分析

三、无车承运人行业竞争风险分析

四、无车承运人行业其他风险分析

第二节 无车承运人行业企业经营发展分析及建议

一、无车承运人行业经营模式

二、无车承运人行业销售模式

三、无车承运人行业创新方向

第三节 无车承运人行业应对策略

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 2021-2026年中国无车承运人行业发展战略及规划建议

第一节 中国无车承运人行业品牌战略分析

一、无车承运人企业品牌的重要性

二、无车承运人企业实施品牌战略的意义

三、无车承运人企业品牌的现状分析

四、无车承运人企业的品牌战略

五、无车承运人品牌战略管理的策略

第二节 中国无车承运人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 中国无车承运人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 2021-2026年中国无车承运人行业发展策略及投资建议

第一节 中国无车承运人行业产品策略分析

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 中国无车承运人行业定价策略分析

第三节 中国无车承运人行业营销渠道策略

一、无车承运人行业渠道选择策略

二、无车承运人行业营销策略

第四节 中国无车承运人行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国无车承运人行业重点投资区域分析

二、中国无车承运人行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/397934397934.html>