

2016-2022年中国第三方物流 市场调查与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国第三方物流市场调查与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/6684770EF7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

第三方物流（The Third party Logistics，简称3PL或TPL），是由相对“第一方”发货人和“第二方”收货人而言的第三方专业企业来承担企业物流活动的一种物流形态。它为顾客提供以合同为约束、以结盟为基础的，系列化、个性化、信息化的物流代理服务。随着信息技术的发展和经济全球化趋势，越来越多的产品在世界范围内流通、生产、销售和消费，物流活动日益庞大和复杂，而第一、二方物流的组织和经营方式已不能完全满足社会需要；同时，为参与世界性竞争，企业必须确立核心竞争力，加强供应链管理，降低物流成本，把不属于核心业务的物流活动外包出去。于是，第三方物流应运而生。

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，并呈现出较为明显的特征。在欧美等发达国家，第三方物流业一般处于产品生命周期的成长期。

近年来，现代物流作为国家重点发展的战略性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，进一步加快了中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。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国第三方物流市场调查与投资战略研究报告》。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、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研究分析。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。

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行

业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 第三方物流行业发展分析

第一章 第三方物流定义及相关要素

第一节 第三方物流的定义及本质

一、第三方物流的产生因素

二、第三方物流概念的辨析

三、第三方物流的基本特征

四、运用第三方物流的优越性

第二节 第三方物流的价值分析

一、成本价值

二、服务价值

三、风险分散价值

四、企业竞争力的提升价值

五、社会效益

第三节 从法律角度分析第三方物流

一、第三方物流经营业态类型的法律分类

二、从第三方物流的经营模式分析其法律性质

三、从商主体分析第三方物流企业的法律特征

四、从商行为分析第三方物流活动的法律特征

第二章 关注重点分析

第一节 以广东为主的华南地区第三方公路运输市场的相关数据

一、2015年公路货物运输量情况

二、广东第三方物流发展情况分析

三、广西物流业发展情况分析

四、广西“两区一带”第三方物流研究

第二节 国内其他地区与华南地区的异同及相关数据

一、产业集群协同背景下第三方物流发展探析

二、甘肃省第三方物流发展现状与前景

三、山东省第三方物流企业的发展现状及对策分析

四、河南省第三方物流企业效益提升的国际比较与借鉴

第三节 移动互联网高速发展背景下的第三方物流的新形势

一、物流业迈入移动互联网时代

二、移动互联网推进物流行业转型升级

三、移动互联网提高物流行业信息化管理水平

四、物流移动互联应用在四川启动推广

五、双十一快递业搭车移动互联网

六、抓住4G带来的物流行业变革

第四节 应用的O2O技术的新型物流企业的现状及竞争

一、O2O的概念与特点

二、O2O模式下电商物流现状和困境

三、2015年线下O2O物流配送

四、顺丰嘿店：物流借道O2O逆袭电商

五、O2O模式下电商物流对策

第三章 中国物流业的发展

第一节 中国物流业发展总体概况

一、物流产业在中国的兴起以及产业规模

二、十二五时期中国现代物流业取得巨大进展

三、中国物流业发展进入高速发展期

四、2015年我国物流业发展特征

第二节 2015-2016年中国物流业的运行分析及预测

一、2015年我国物流行业运行状况

(一) 2015年我国物流行业发展综述

(二) 2015年物流行业社会物流总额情况

(三) 2015年物流行业总费用增长情况

(四) 2015年物流行业增加值增幅情况

(五) 2015年我国物流业发展亮点纷呈

(六) 2015年中国物流行业十件大事

(七) 2015年我国物流业发展趋势分析

二、2016年我国物流行业运行分析及趋势预测

(一) 物流运行特点

(二) 2016年后物流走势预测

第三节 中国物流业发展中存在的问题

一、制约中国物流产业发展的主要因素

二、2016年中国物流业发展中存在的主要问题

三、2016年中国物流业发展面临的困难

第四节 中国物流业发展的对策

一、中国物流业的发展建议

二、中国物流业中长期发展形势与趋势

三、中国物流业中长期发展战略思路

五、传统物流企业向现代物流企业转型研究分析

六、现代物流管理与成本控制探讨

七、中国物流园区亟待解决的问题及对策

第五节 物流业发展中长期规划(2014-2020年)

一、发展现状与面临的形势

二、总体要求

三、发展重点

四、主要任务

五、重点工程

六、保障措施

七、组织实施

第四章 中国第三方物流的综述

第一节 中国第三方物流产生的因素

一、中国国民经济的高速发展

二、改革开放的影响

三、中国物流学的发展

四、信息技术的发展

五、市场竞争的加剧

第二节 中国第三方物流的发展

一、第三方物流发展概况及特征

二、中国第三方物流业发展的概况

三、中国第三方物流发展的特点

四、中国第三方物流发展的模式

五、2015年我国第三方物流发展现状

六、2016年第三方物流发展展望

第三节 中国第三方物流业并购的原因与影响简析

一、第三方物流并购的必然性

二、第三方物流企业并购整合的方式

三、第三方物流业并购的影响

四、第三方物流业并购的趋势

第五章 中国第三方物流企业的发展

第一节 物流企业的品牌分析

一、中国本地物流企业品牌的分析

二、中国物流企业品牌创建的道路

三、第三方物流企业基于供应链的品牌价值

四、特快专递的品牌战略分析

第二节 中国第三方物流企业概况

一、从新的角度理解第三方物流公司

二、中国第三方物流企业发展的分类

三、第三方物流企业经营的战略种类

四、第三方物流企业的资源整合分析

五、国内第三方物流企业的市场合理定位

六、第三方物流企业的虚拟化

第三节 第三方物流企业核心经营层面选择探析

一、运作层

二、管理层

三、规划层

第四节 民营第三方物流企业发展综述

一、影响民营第三方物流发展的环境变化分析

二、民营第三方物流企业SWOT分析

三、民营第三方物流企业的市场占有率分析

第六章 第三方物流的市场供需分析

第一节 第三方物流市场供需的总体概况

- 一、第三方物流市场的服务内容及国内外需求内容的对比
- 二、中国第三方物流市场的各类需求
- 三、造成中国第三方物流需求不足的原因
- 四、中国第三方物流需求不足的对策

第二节 第三方物流市场供需联盟的博弈简析

- 一、企业核心竞争力与外包的关系
- 二、基于第三方物流外包的弊端
- 三、基于第三方物流外包的优势
- 四、建立第三方物流供需联盟的必要性

第三节 拉动第三方物流需求的模式演进简析

- 一、第三方物流需求概况
- 二、第三方物流需求不足的原因分析
- 三、“拉动”的可行性
- 四、“拉动”中的政策建议

第四节 中国第三方物流的供给策略

- 一、树立以客户为中心的经营观念，主动开拓市场
- 二、物流企业如何正确市场定位
- 三、制定灵活的定价及结算体系
- 四、传统储运企业向第三方物流企业转型
- 五、建设实体网络
- 六、加强信息化建设

第七章 第三方物流信息系统的发展

第一节 第三方物流系统的分析

- 一、第三方物流系统的概念
- 二、第三方物流系统的构成要素
- 三、第三方物流系统的特征
- 四、发展第三方物流系统的益处

第二节 第三方物流信息化发展概况

- 一、中国第三方物流管理信息系统开发与应用

- 二、信息化带动第三方物流业务的扩展
- 三、中国第三方物流信息化亟需发展
- 四、商务部：将重点扶持十家左右第三方物流信息化平台

第三节 第三方物流信息系统设计分析

- 一、物流信息系统的基本功能
- 二、第三方物流信息系统的设计目标
- 三、第三方物流信息系统的设计
- 四、第三方物流信息系统建设中应注意的问题

第四节 第三方物流管理信息系统方案的设计

- 一、供应链角度下第三方物流业务运作模式分析
- 二、物流管理信息系统的主要功能及结构
- 三、第三方物流管理信息系统总体规划设计

第二部分 第三方物流相关行业发展分析

第八章 运输业与第三方物流

第一节 第三方物流运力的组建和管理

- 一、运输车队的组建模式
- 二、社会协议运力签约的条件
- 三、社会协议运力的管理和核查
- 四、随车搬运作业人员的管理和核查

第二节 第三方物流与运输业概述

- 一、2016年中国交通运输行业的运行
- 二、第三方物流与传统运输企业之间的区别
- 三、第三方物流对运输企业发展的影响
- 四、第三方物流发展给运输业带来的变化
- 五、中国外贸运输业向第三方物流转型的分析

第三节 铁路运输与第三方物流

- 一、发展铁路物流的优劣与模式
- 二、国内铁路物流人才需求与培养的简析
- 三、铁路运输第三方物流模式的建立
- 四、铁路行包运输发展第三方物流的可行性及对策
- 五、铁路物资企业开展第三方物流的优势及策略

六、铁路货运代理企业向第三方物流发展的策略

七、铁路运输发展第三方物流的建议

第四节 公路与第三方物流

一、中小型公路运输企业向第三方物流的转型

二、公路运价对公路发展第三方物流的影响及建议

三、公路运输业发展第三方物流面临的问题

四、公路运输业发展第三方物流服务的建议

第五节 港口与第三方物流

一、集装箱逆向物流系统的设计与优化分析

二、港口与第三方物流的关系

三、港口拓展第三方物流正恰时

四、港口第三方物流发展策略分析

第六节 航空业与第三方物流

一、第三方物流航空平台的建立

二、中国航空快递企业第三方物流运作模式

三、中国航空快递企业必须开展第三方物流的因素

四、航空业发展第三方物流的战略

第九章 邮政业与第三方物流

第一节 中国邮政物流的发展概况

一、2016年中国邮政业运行情况

二、邮政物流推动新农村的发展建设

三、中国邮政物流业务统计指标体系的建立

第二节 邮政业第三方物流的发展

一、国外邮政业进入第三方物流的特点

二、中国邮政发展第三方物流的SWOT分析

三、邮政业第三方物流创新模式的架构

四、中国邮政参与第三方物流市场竞争的策略

第三节 中国邮政发展第三方物流面临的问题

一、邮政企业发展物流业务存在的困惑浅析

二、邮政物流同城配送业务经营中的问题

三、中国邮政第三方物流面临的挑战

第四节 中国邮政第三方物流发展对策

- 一、国内邮政物流企业发展的策略
- 二、中国邮政发展第三方物流的突破口与路线

第十章 连锁零售业与第三方物流

第一节 零售业的连锁经营

- 一、零售业连锁发展内涵和价值观
- 二、现代连锁店对中国零售业模式的影响
- 三、连锁业成为零售业发展的主导趋势

第二节 商业连锁企业与第三方物流企业的合作发展分析

- 一、商业连锁企业物流的发展概况
- 二、中国第三方物流企业的发展状况
- 三、商业连锁企业与第三方物流的优势互补

第三节 第三方物流进入连锁零售业领域面临的挑战

- 一、双方企业对物流成本的理解存在歧义
- 二、连锁企业把物流外包所产生的信用风险比较大
- 三、连锁企业的物流成本存在不确定性
- 四、为连锁企业提供个性化服务的难度较大

第四节 第三方物流进入连锁零售业市场的策略

- 一、选择合适的时机
- 二、选准合适的业态
- 三、选择特定的产品
- 四、选择合适的市场
- 五、抓住购物中心发展的浪潮
- 六、网上购物给第三方物流提供新的发展机会

第十一章 电子商务与第三方物流

第一节 国内电子商务行业发展现状

- 一、中国电子商务行业交易规模
- 二、中国电子商务行业市场结构
- 三、中国电子商务竞争格局
- 四、中国网络零售市场交易规模

五、中国移动购物市场交易规模

六、电商物流自建还是第三方

第二节 2015-2016年中国电子商务物流发展的现状

一、2015年中国电子商务物流行业发展分析

二、2016年中国电子商务物流行业发展分析

第三节 电子商务的发展对第三方物流的要求分析

一、电子商务与物流的相互关系

二、电子商务的发展对第三方物流的要求

三、电子商务环境对物流系统的影响分析

第四节 第三方物流与电子商务的发展

一、第三方物流和电子商务之间的关系

二、中国第三方物流业开展电子商务的SWOT分析

三、我国电子商务环境下第三方物流的发展趋势

第五节 第三方物流开展电子商务的对策与趋势

一、第三方物流业发展电子商务的竞争战略

二、电子商务环境下第三方物流企业的对策

三、中国电子商务的发展趋势

第十二章 其它行业与第三方物流

第一节 医药业与第三方物流

一、第三方物流给医药流通带来的改变

二、社会物流企业看重医药的第三方物流市场

三、医药批发企业转向第三方物流的建议

四、中国药品市场发展第三方物流的可行性和必要性

五、第三方物流托管在医药流通行业的运用分析

六、医药第三方物流发展存在的困惑

七、新版GSP、医药电商为第三方医药物流带来契机

第二节 汽车行业与第三方物流

一、中国汽车物流业的总体发展概况

二、第三方物流在汽车工业中的重要性概述

三、国内汽车企业第三方物流应用模式

第三节 家电行业与第三方物流

- 一、家电物流的发展概况
- 二、中国家电物流模式运营比较
- 三、中国家电企业物流供应链的变革
- 四、家电流通业期待第三方物流

第三部分 第三方物流行业竞争格局

第十三章 第三方物流竞争格局分析

第一节 中国第三方物流的竞争格局

- 一、第三方物流与企业竞争力概况
- 二、中国第三方物流市场中的竞争企业的分析
- 三、中国第三方物流中小企业的特点和竞争状态
- 四、连锁超市物流系统竞争力的建设概况

第二节 第三方物流竞争力评估与简析

- 一、第三方物流竞争力综合体系评估
- 二、中国物流业竞争力的宏观分析
- 三、中国物流业竞争力的微观分析

第三节 第三方物流企业核心竞争力建设分析

- 一、第三方物流企业核心竞争力的内涵
- 二、第三方物流企业核心竞争力存在的问题
- 三、第三方物流企业培育核心竞争力的战略选择

第十四章 中国部分地区第三方物流的发展

第一节 北京

- 一、北京第三方物流市场蕴藏着巨大的商机
- 二、北京市整合第三方物流资源存在的瓶颈
- 三、北京物流市场发展潜力巨大

第二节 上海

- 一、从经济战略角度分析上海市发展第三方物流的意义
- 二、上海第三方物流发展现状
- 三、上海市第三方物流发展中存在的问题
- 四、上海市发展第三方物流的建议
- 六、《上海市现代物流业发展“十三五”规划》

第三节 深圳

一、深圳发展第三方物流业的需求分析

二、深圳第三方物流企业发展状况分析

三、深圳第三方物流业的发展措施

第十五章 国内外知名第三方物流企业

第一节 UPS

一、UPS公司的运作模式

二、2016年UPS的盈利分析

三、UPS物流抢滩中国医疗物流

四、UPS发力跨境电商

第二节 联邦快递

一、2015财年联邦快递的盈利分析

二、联邦快递在中国推出全新网上快捷寄件工具

三、联邦快递加紧布局冷链物流

第三节 DHL

一、中外运敦豪：从未撤出国内快递业务

二、DHL发布多式联运服务新业务

三、DHL供应链加码中国市场

第四节 中储发展

一、公司简介

二、2015年中储发展经营状况分析

三、2016年中储发展经营状况分析

四、2016年公司发展展望及策略

第五节 中远物流

一、公司简介

二、中远物流推出“无界”物流电商平台

三、中远物流西南总部落户两江新区

第六节 宝供物流

一、集团简介

二、宝供公司的优势

三、宝供物流企业集团的发展历程

四、宝供物流第三方物流产业的发展经验

五、企业发展战略

第七节 招商局物流

一、公司简介

二、招商局对物流产业的发展高度重视

第四部分 第三方物流行业发展趋势及战略

第十六章 第三方物流发展预测及对策

第一节 物流市场的发展趋势

一、行业集中度进一步提高

二、制造业物流外包持续加速

三、信息化程度日益提高

四、绿色物流受重视

第二节 第三方物流的发展前景

一、中国第三方物流市场发展的前景广阔

二、第三方物流商趋向多元化的发展

三、第三方物流变革的主要趋势

四、第三方物流发展的新趋势

第三节 中国发展第三方物流存在的问题

一、第三方物流发展面临的难题

二、我国发展第三方物流面临的问题

三、中国第三方物流的发展急待提速

三、第三方物流企业发展存在的主要问题

第四节 中国发展第三方物流的对策

一、中国第三方物流发展的建议

二、针对我国如何发展和完善第三方物流

三、中国政府对第三方物流市场发展的措施

四、中国第三方物流的市场细分和市场定位策略分析

第五节 第三方物流企业发展战略

一、中国第三方物流业发展的战略

二、企业拓展第三方物流的建议

三、中国第三方物流企业的国际化发展战略

四、第三方物流企业整合与改造发展建议

第六节 第三方物流企业的SWOT分析及其差异化战略

一、第三方物流企业的SWOT分析

二、第三方物流企业的差异化战略

第七节 我国第三方物流发展瓶颈与营销策略的创新

一、制约我国第三方物流发展的瓶颈

二、基于4Ps理论的第三方物流营销策略的创新

第八节 第三方物流服务创新研究

一、第三方物流企业服务创新及其必要性

二、第三方物流服务创新的路径模式

三、第三方物流服务创新的策略选择

四、结论

第十七章 第三方物流的投资分析

第一节 投资机会

一、第三方物流的未来盈利点

二、第三方物流有着巨大的投资潜力

三、第三方医药物流将成我国医药流通大势所趋

四、家电流通转向第三方物流

五、中国食品物流行业投资机会分析

第二节 投资风险

一、第三方物流本身存在的风险

二、交易费用的过高抑制了市场的需求

三、企业管理者缺乏物流外包的动力

四、政府管理体制的制约

五、我国第三方物流企业的外部风险刍议

第三节 投资第三方物流企业的战略选择

一、成本领先战略适合拥有实力的企业

二、集中化战略适合具有一定自身优势的企业

三、起步较晚的企业可以运用差异化战略

图表目录：

图表：2015年公路货物运输量

图表：2015年广东货物运输完成情况

图表：2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2011-2015年社会物流总成本与GDP的比例

图表：2015-2016年社会物流总额及可比变化情况

图表：2015-2016年中国沿海散货运价综合指数

图表：2015年社会物流总费用构成情况

图表：欧美国家使用第三方物流服务情况表

图表：我国企业第三方物流服务需求图

图表：流通加工类型表

图表：各行业对物流作业的满意程度表

图表：传统储运企业转型途径表

图表：宝供信息化建设历程表

图表：第三方物流信息流程图

图表：物流信息管理系统方案设计图

图表：2015年全国邮政行业发展情况表

图表：2015年分省快递服务企业业务量和业务收入情况表

图表：2015年快递业务量前50位城市情况表

图表：2015年快递业务收入前50位城市情况表

图表：邮政物流业务统计指标体系结构

图表：2010-2016年中国电子商务市场交易规模

图表：2015年中国电子商务市场细分行业构成图

图表：2015年中国电子商务市场细分行业构成图

图表：2010-2016年中国B2C、C2C电子商务企业数量增长图

图表：2015年中国B2C网络交易市场份额占比图

图表：2015年中国C2C平台网络交易市场份额占比图

图表：2010-2016中国网络零售市场交易规模

图表：2010-2016年网络规模占盛会消费品零售总额比例

图表：第三方物流可以选择不同的市场定位策略

图表：不同的第三方物流企业有不同的优势和劣势

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/6684770EF7.html>