

2014-2019年中国第三方物流市场深度研究与市场竞争态势报告

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

《2014-2019年中国第三方物流市场深度研究与市场竞争态势报告》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/998477Z1V3.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

1.4 中国第三方物流行业相关政策分析

1.4.1 中华人民共和国邮政法（2013新修订）

1.4.2 中华人民共和国国家标准物流术语

1.4.3 国务院《关于促进流通业发展的若干意见》

1.4.4 新修订的《中国物流示范基地、中国物流实验基地评审验收办法》

1.4.5 交通行业标准水路货物运输质量考核指标和统计要求

1.4.6 水路重要物资运输管理办法（征求意见稿）

1.4.7 中国民用航空国内航线和航班经营管理规定

1.4.8 《统一国际航空运输某些规则的公约》

第二章 2011-2013年中国物流业营运态势分析

2.1 2011-2013年中国物流业发展总体概况

2.1.1 中国物流业的发展背景

- 2.1.2 中国物流业已经进入高速发展阶段
- 2.1.3 中国物流业的布局特征分析
- 2.1.4 中国物流产业的政策体系
- 2.2 2011-2013年中国物流行业的发展动态分析
 - 2.2.1 中国物流业运行基本情况
 - 2.2.2 中国物流业发展遭遇的困难
 - 2.2.3 2013年中国物流企业50强排名情况
- 2.3 2013年《物流业调整和振兴规划》解读
 - 2.3.1 2013年国家将物流业列入十大产业振兴规划
 - 2.3.2 物流业列入十大产业调整振兴规划的原因
 - 2.3.3 《物流业调整和振兴规划》的框架结构
 - 2.3.4 《物流业调整和振兴规划》的重点与亮点
- 2.4 2011-2013年中国物流业发展存在的问题分析
 - 2.4.1 物流业发展存在的不足
 - 2.4.2 制约中国物流产业发展的主要因素
 - 2.4.3 中国物流业发展中存在的主要问题
 - 2.4.4 中国物流行业发展面临的内忧外患
- 2.5 2011-2013年中国物流业的发展对策分析
 - 2.5.1 中国物流业加速发展的新思路
 - 2.5.2 中国物流业的发展建议
 - 2.5.3 促进中国物流业发展的政策选择
 - 2.5.4 跨区域物流服务发展的思路及措施

第三章 2011-2013年国际第三方物流市场运行概述

- 3.1 2011-2013年世界第三方物流发展综述
 - 3.1.1 全球第三方物流市场快速发展
 - 3.1.2 欧美日第三方物流的发展特点
 - 3.1.3 欧美日第三方物流发展的异同
 - 3.1.4 欧美发达国家第三方物流发展经验探析
- 3.2 美国
 - 3.2.1 美国第三方物流发展概况
 - 3.2.2 美国第三方物流的广泛领域服务

- 3.2.3 美国第三方物流发展的新特点
- 3.2.4 美国第三方物流企业的服务
- 3.2.5 财政和金融成为美国第三方物流公司业务拓展新方向
- 3.3 欧洲
 - 3.3.1 欧洲第三方物流的分类
 - 3.3.2 欧洲第三方物流业发展迅速
 - 3.3.3 欧洲第三方物流的创新服务
 - 3.3.4 欧洲大型第三方物流的五个优势
 - 3.3.5 欧洲的地方性中小型企业第三方物流的优势
- 3.4 亚洲
 - 3.4.1 第三方物流在亚洲发展概况
 - 3.4.2 日本第三方物流受政府主导影响较大
 - 3.4.3 韩国第三方物流业的发展现状
 - 3.4.4 亚洲第三方物流发展面临的问题
 - 3.4.5 亚洲第三方物流业面临的竞争挑战
 - 3.4.6 亚洲第三方物流的发展前景
 - 3.4.7 亚洲第三方物流外包市场增长预测

第四章 2011-2013年中国第三方物流产业发展综述

- 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 2011-2013年中国第三方物流业发展形势解析
 - 4.2.1 中国第三方物流的发展变迁
 - 4.2.2 中国第三方物流的发展现状
 - 4.2.3 中国第三方物流的产业结构
 - 4.2.4 中国第三方物流发展的特点
 - 4.2.5 中国第三方物流呈现出良好发展趋势
 - 4.2.6 中国第三方物流发展的模式

- 4.3 2011-2013年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
- 4.4 2011-2013年中国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 2011-2013年中国发展第三方物流存在的问题
 - 4.5.1 中国第三方物流发展的主要问题
 - 4.5.2 中国第三方物流业面临的五大矛盾
 - 4.5.3 中国第三方物流的发展急待提速
 - 4.5.4 中国第三方物流商与使用方互动有待提升
- 4.6 2011-2013年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

第五章 2011-2013年中国第三方物流的市场供需分析

- 5.1 2011-2013年中国第三方物流市场供需的总体概况
 - 5.1.1 第三方物流市场的服务内容及国内外需求内容的对比
 - 5.1.2 中国第三方物流市场需求状况
 - 5.1.3 中国第三方物流市场的各类需求分析
 - 5.1.4 造成中国第三方物流需求不足的原因
 - 5.1.5 中国第三方物流需求不足的对策
- 5.2 2011-2013年中国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 2011-2013年中国拉动第三方物流需求的模式演进简析
 - 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分析
 - 5.3.3 “拉动”的可行性
 - 5.3.4 “拉动”中的政策建议
- 5.4 2011-2013年中国第三方物流的供给策略
 - 5.4.1 树立以客户为中心的经营观念，主动开拓市场
 - 5.4.2 物流企业如何正确市场定位
 - 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 2011-2013年中国第三方物流紧密相关行业发展分析--运输业

- 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 2011-2013年中国第三方物流与运输业概述
 - 6.2.1 中国交通运输行业运行概况
 - 6.2.2 第三方物流与传统运输企业之间的区别
 - 6.2.3 第三方物流对运输企业发展的影响
 - 6.2.4 第三方物流发展给运输业带来的变化
 - 6.2.5 中国外贸运输业向第三方物流转型的分析
- 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 铁路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 铁路货运代理企业向第三方物流发展的策略
- 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 公路运价对公路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能提高企业核心竞争力
 - 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 2011-2013年中国第三方物流紧密相关行业发展分析--邮政业

- 7.1 2011-2013年中国邮政物流的发展概况
 - 7.1.1 中国邮政行业运行概述
 - 7.1.2 邮政物流推动新农村的发展建设
 - 7.1.3 我国农村邮政物流发展政策出台
 - 7.1.4 中国邮政物流业务统计指标体系的建立
- 7.2 2011-2013年中国邮政业第三方物流的发展现状
 - 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 国内邮政发展第三方物流的SWOT分析
- 7.2.4 邮政业第三方物流创新模式的架构
- 7.3 2011-2013年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
- 7.4 2011-2013年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 中国邮政业开展电子商务第三方物流的思路分析
 - 7.4.4 国内邮政物流企业发展的策略

第八章 2011-2013年中国第三方物流紧密相关行业发展分析--连锁经营行业

- 8.1 2011-2013年中国零售业连锁经营形势分析
 - 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 2011-2013年中国商业连锁企业与第三方物流企业的合作发展分析
 - 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的优势互补分析
 - 8.2.4 对商业连锁企业与第三方物流企业进行组织合作与专业领导
- 8.3 2011-2013年中国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 2011-2013年中国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 2011-2013年中国第三方物流进入连锁零售业领域面临的挑战
 - 8.5.1 双方企业对物流成本的理解存在歧义
 - 8.5.2 连锁企业把物流外包所产生的信用风险比较大
 - 8.5.3 连锁企业的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的难度较大
- 8.6 2011-2013年中国第三方物流进入连锁零售业市场的策略
 - 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新的发展机会

第九章 2011-2013年中国第三方物流紧密相关行业发展分析--电子商务

- 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、竞争以及有效性的分析
 - 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分析
 - 9.1.5 电子商务时代的现代物流业
- 9.2 2011-2013年中国第三方物流与电子商务的发展
 - 9.2.1 第三方物流和电子商务之间的关系
 - 9.2.2 电子商务下第三方物流实施模式
 - 9.2.3 电子商务的发展对第三方物流的要求
 - 9.2.4 电子商务交易模式下的第三方物流
 - 9.2.5 电子商务中企业第三方物流模式分析
- 9.3 2011-2013年中国第三方物流业开展电子商务的SWOT分析
 - 9.3.1 优势分析
 - 9.3.2 弱点分析
 - 9.3.3 机会分析

9.3.4 威胁分析

9.4 2011-2013年中国第三方物流开展电子商务的对策

9.4.1 第三方物流业发展电子商务的竞争战略

9.4.2 中国电子商务下第三方物流发展的思路及对策

9.4.3 电子商务环境下第三方物流企业的对策

9.4.4 中国电子商务的发展趋势

第十章 2011-2013年中国第三方物流紧密相关行业发展分析--其它行业

10.1 医药业与第三方物流

10.1.1 社会物流企业看重医药的第三方物流市场

10.1.2 中国药品市场发展第三方物流的可行性和必要性

10.1.3 中国医药第三方物流发展价值初显

10.1.4 中国药品冷链第三方物流备受关注

10.1.5 第三方物流托管在医药流通行业的运用分析

10.1.6 第三方医药物流企业的SWOT分析

10.1.7 第三方医药物流企业发展对策

10.2 汽车行业与第三方物流

10.2.1 汽车工业中的第三方物流分析

10.2.2 第三方物流和汽车企业合作的利弊分析

10.2.3 第三方物流是汽车零部件产业发展的必然选择

10.2.4 国内汽车企业第三方物流应用模式

10.2.5 第三方汽车物流企业的信息化建设分析

10.3 家电行业与第三方物流

10.3.1 中国家电物流市场的概况分析

10.3.2 浅析中国家电企业物流供应链的变革

10.3.3 第三方物流在家电物流中的重要作用

10.3.4 中国家电物流开拓第三方物流市场的障碍及建议

10.4 建材行业与第三方物流

10.4.1 国内建材物流特点及主要流通模式

10.4.2 建材企业利用第三方物流的优势分析

10.4.3 建材企业与第三方物流企业合作的注重点

10.4.4 我国第三方建材物流发展方向

第十一章 2011-2013年中国部分地区第三方物流市场格局分析

11.1 北京

- 11.1.1 北京第三方物流市场发展潜力巨大
- 11.1.2 第三方物流成为北京社区商业发展的重要部分
- 11.1.3 北京第三方物流资源较分散亟待整合
- 11.1.4 北京市整合第三方物流资源存在的瓶颈

11.2 上海

- 11.2.1 上海大力发展第三方物流的战略意义
- 11.2.2 上海物流市场对第三方物流的需求分析
- 11.2.3 上海第三方物流企业的发展概况
- 11.2.4 上海第三方物流外资企业优势明显
- 11.2.5 上海市第三方物流发展中存在的问题
- 11.2.6 上海市发展第三方物流的建议

11.3 珠三角地区

- 11.3.1 珠三角地区第三方物流的发展现状
- 11.3.2 珠三角地区第三方物流发展的局限性
- 11.3.3 珠三角地区第三方物流发展的对策
- 11.3.4 深圳第三方物流业的发展综述

11.4 福建省

- 11.4.1 福建省第三方物流发展概况
- 11.4.2 福建省第三方物流发展环境逐步改善
- 11.4.3 泉州鞋服企业涉水第三方物流应用
- 11.4.4 福建省第三方物流发展的主要问题
- 11.4.5 福建省第三方物流发展的对策分析

11.5 四川省

- 11.5.1 四川省第三方物流发展概况
- 11.5.2 四川第三方物流企业稳步发展
- 11.5.3 四川出台第三方物流体系建设规划

11.6 其他地区

- 11.6.1 2013年江苏出台政策扶持第三方物流企业发展
- 11.6.2 2013年山东开始试点第三方药品物流

- 11.6.3 宁波北仑区第三方物流发展迅速
- 11.6.4 南通市发展第三方物流的分析
- 11.6.5 重庆第三方物流业亟需加快发展
- 11.6.6 湖南岳阳市第三方物流发展现状及对策建议

第十二章 2011-2013年中国第三方物流企业经营状态分析

- 12.1 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 2011-2013年中国第三方物流企业营运概况
 - 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 第三方物流企业经营的战略种类
- 12.3 2011-2013年中国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 2011-2013年中国民营第三方物流企业发展综述
 - 12.4.1 影响民营第三方物流发展的环境变化分析
 - 12.4.2 民营第三方物流企业SWOT分析
 - 12.4.3 民营第三方物流企业的市场占有率分析
- 12.5 2011-2013年中国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 以顾客价值为导向的第三方物流企业经营战略
 - 12.5.3 中国第三方物流企业个性化发展策略分析
 - 12.5.4 中国中小型第三方物流企业的发展对策
 - 12.5.5 第三方物流企业营销策略细分与原则

第十三章 2011-2013年国内外知名第三方物流企业经营动态分析

13.1 UPS (UNITED PARCEL SERVICE)

13.1.1 公司简介

13.1.2 UPS (United Parcel Service) 经营状况

13.1.3 UPS上海国际航空转运中心启用

13.1.3 UPS的运作模式及经营管理策略分析

13.2 联邦快递 (FEDEX CORPORATION)

13.2.1 公司简介

13.2.2 联邦快递经营状况

13.2.3 联邦快递首次在中国推出快递服务

13.2.4 联邦快递在中国最大的地面操作站投入运营

13.3 DHL

13.3.1 公司简介

13.3.2 德国邮政集团 (DPWN) 经营状况

13.3.3 创立之初至2013年DHL发展大事记

13.3.4 DHL执行“中国优先”战略加快发展中国业务

13.4 中储发展股份有限公司

13.4.1 公司简介

13.4.2 中储股份经营状况分析

13.4.3 中储股份计划在襄樊建设大型物流项目

13.4.4 中储股份创木材物流业战略合作新模式

13.5 中国远洋物流有限公司

13.5.1 公司简介

13.5.2 中远物流抢占第三方物流市场

13.5.3 中远物流进入新疆开展物流业务

13.5.4 中国远洋物流公司的信息化建设

13.5.5 中远物流谋划绿色化发展

13.5.6 中远物流国际化经营之路的探索

13.6 宝供物流企业集团有限公司

13.6.1 公司简介

13.6.2 宝供物流集团的竞争力不断增强

- 13.6.3 宝供物流集团创新发展模式剖析
- 13.6.4 宝供物流第三方物流产业的发展经验
- 13.6.5 企业发展战略
- 13.7 招商局物流集团有限公司
 - 13.7.1 公司简介
 - 13.7.2 招商局对物流产业的发展高度重视
 - 13.7.3 招商局集团现代物流业发展迅速
 - 13.7.4 招商局物流和宝洁公司在南京再度合作共建分发中心

第十四章 2011-2013年中国第三方物流信息系统发展局势分析

- 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 2011-2013年中国第三方物流信息化发展概况
 - 14.2.1 中国第三方物流管理信息系统开发与应用
 - 14.2.2 信息化带动第三方物流业务的扩展
 - 14.2.3 中国第三方物流信息化亟需发展
- 14.3 2011-2013年中国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 2011-2013年中国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 2011-2013年中国第三方物流竞争格局分析

- 15.1 2011-2013年中国中国第三方物流的竞争格局分析
 - 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物流企业相抗衡的局面
- 15.1.5 中国第三方物流中小企业的特点和竞争状态
- 15.2 2011-2013年中国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 2011-2013年中国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 2011-2013年中国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一些建议
 - 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发展战略选择

第十六章 2014-2019年中国第三方物流行业投资潜力分析

- 16.1 2014-2019年中国第三方物流行业投资机会
 - 16.1.1 零售企业开始把物流配送外包
 - 16.1.2 医药企业运输外包成为新的趋势
 - 16.1.3 家电流通转向第三方物流
 - 16.1.4 第三方物流行业有望迈进黄金发展期
- 16.2 2014-2019年中国第三方物流行业投资风险
 - 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 2014-2019年我国企业投资第三方物流的建议
 - 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 2014-2019年中国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 2014-2019年中国第三方物流产业发展趋势预测分析

- 17.1 2014-2019年中国物流业的发展前景及趋势
 - 17.1.1 中国物流业未来发展形势分析
 - 17.1.2 中国物流业发展展望
 - 17.1.3 中国物流业面临成本压力
 - 17.1.4 中国物流行业的发展趋势
 - 17.1.5 中国物流市场将进一步加强整合
- 17.2 2014-2019年中国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广阔
 - 17.2.2 第三方物流商趋向多元化的发展
 - 17.2.3 第三方物流变革的主要趋势
 - 17.2.4 第三方物流发展的新趋势
 - 17.2.5 2014-2019年中国第三方物流发展预测分析

图表名称：部分

图表 2013年社会物流总额构成及增长变动情况

图表 2013年中国社会物流总费用构成

图表 2013年中国物流业运行情况统计表

图表 2013中国物流企业50强企业名单

图表 日本的和平岛货物中心建设各投资方投资所占比例

图表 增值物流服务种类

图表 美国企业有关IT技术支持外包给3PL的比例

图表 美国企业在关联经济环境中物流运作的变化

图表 美国3PL中电子商务个状态所占的比重

图表 从不同的角度分析中国物流所占的比例

图表 第三方物流商与使用方在六个方面的差距分析表

图表 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 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 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 第三方物流可以选择不同的市场定位策略

图表 欧美国家使用第三方物流服务情况表

图表 中国企业对第三方物流的服务需求分析

图表 中国企业对新型物流服务的需求情况

图表 中国产品线对库存量的影响

图表 运输成本与储存成本关系曲线图

图表 运输成本与储存成本变动图

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 物流供需双方一次博弈的支付矩阵

图表 影响第三方物流企业成功的因素

图表 物流企业市场定位步骤图

图表 物流企业市场定位策略比较表

图表 企业物流费用结算方式表

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 航空物流链构成的示意图

图表 2011-2013年中国邮政行业业务收入分月情况

图表 2011-2013年中国快递业务收入分月情况

图表 2013年中国快递业收入结构

图表 2013年中国快递业务量结构

图表 2013年东、中、西部快递业务收入结构

图表 2013年东、中、西部快递业务量结构

图表 2013年全国邮政行业发展情况

图表 邮政物流业务统计指标体系结构

图表 世界著名邮政企业业务的本土化程度分析

图表 邮政第三方物流模式的构架图

图表 麦当劳的物流营运流程图

图表 企业竞争规则的变迁

图表 图书市场的价值曲线

图表 汽车工业制造—销售—服务供应链示意图

图表 没有3PL的运输和仓储模式

图表 3PL加入后的运输和仓储模式

图表 分布式数据库示意图

图表 北京货物的贸易值分析

图表 中国工业企业原材料物流的各方分担

图表 中国产成品销售物流的各方分担

图表 中国商业流通企业物流的各方分担

图表 第三方物流企业的组合分类矩阵

图表 物流服务集成内容阶梯图

图表 2003-2013年UPS (United Parcel Service) 简明损益表

图表 2006-2013年美国UPS不同部门收入及业务情况

图表 2007、2013年UPS (United Parcel Service) 简明损益表

图表 2007、2013年第四季度UPS (United Parcel Service) 简明损益表

图表 2011-2013年UPS综合损益表 (未审计)

图表 2011-2013年UPS不同类型业务收入情况

图表 2011-2013年UPS不同部门收入和营业利润情况

图表 2011-2013年UPS不同类型包裹平均每日数量情况

图表 2011-2013年UPS不同类型包裹每件平均收入情况

图表 2006-2013财年联邦快递主要财务数据

图表 2006-2013财年联邦快递分部门收入利润数据

图表 2006-2013财年联邦快递快递部门各项业务收入情况

图表 2007-2013财年联邦快递下属快递部门运营数据

图表 2007-2013财年联邦快递综合损益表

图表 2007-2013财年联邦快递不同部门收入细分情况

图表 2011-2013财年联邦快递综合损益表 (未审计)

图表 2011-2013财年联邦快递不同部门收入和营业利润细分情况

图表 2011-2013财年联邦快递下属快递部门收入细分情况

图表 2011-2013财年联邦快递下属快递部门运营数据

图表 2003-2013年DPWN.主要财务指标

图表 2003-2013年DPWN.各部门收入

图表 2013年DPWN.各部门收入所占比重

图表 2007-2013年德国邮政综合损益表

图表 2007-2013年德国邮政不同地区外部收入细分情况

图表 2007-2013年德国邮政不同部门收入和营业损益情况

图表 2011-2013年德国邮政综合损益表

图表 2011-2013年德国邮政不同部门收入情况

图表 2011-2013年德国邮政不同地区外部收入细分情况

图表 第三方物流基本作业流程

图表 第三方物流管理系统的业务流程

图表 第三方物流的物流管理信息系统总体功能结构

图表 专业性强的物流企业表

图表 物流企业规模和经营模式

图表 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 不同第三方物流供应商的优劣势和目标

图表 物流市场的解析图

图表 财富500强公司物流外包的比例

图表 General Motors的物流矢量图

图表 General Motors一次运输交易的各项成本

图表 《铁路运输规则》中的整车货物规定计费重量表

图表 《铁路运输规则》中的零担货物规定计费重量表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/998477Z1V3.html>