



艾凯咨询
ICAN Consulting

2014-2018年中国第三方物流市场深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2014-2018年中国第三方物流市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/240469.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

随着世界经济形势的变化和经济的发展，第三方物流(会同物流或配送社会化)在国际物流业的发展中占有日趋重要的地位，而且适应了交通条件与生态环境不断恶化的形势。使用第三方物流可减少生产企业自身的派送中心，把更多的业务转交给社会配送中心。这样做不但节省了营运成本，更为重要的则是减少了交通拥挤，节约了能源，保护了环境。同时，可增加生产企业经营柔性，提高其生产效率，集中其主业，改进其服务质量具有显著效用。

目前，第三方物流已经在全球物流产业中占据一定市场份额，并成为衡量现代物流业发展水平的重要标志。据统计2012年全球第三方物流市场规模为7028亿美元，增速略高于2011年，达14.1%。

亚洲及拉美第三方物流市场的快速发展以及市场规模的增加是推动全球第三方物流产业增长的主要动力。2012年亚洲地区第三方物市场规模为2215亿美元，同比增长15.9%，占全球第三方物流总量的31.5%；北美市场规模为1707亿美元，占全球总量的24.3%。

近年来中国第三方物流产业保持快速增长的态势，年均增速在20%左右，中国第三方物流市场规模从2009的610亿美元上升至2012年的1060亿美元，全球市场占比亦从09年的12.03%上升至12年的15.08%。

艾凯咨询集团发布的《2014-2018年中国第三方物流市场深度分析与投资前景预测报告》共十七章。首先介绍了第三方物流行业的概念，接着分析了中国第三方物流行业发展环境，然后对中国第三方物流行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国第三方物流行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国第三方物流行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

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（2012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 锻聘还际航空运输某些规则的公约》

第二章 2013年中国物流业营运态势分析

- 2.1 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 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 2012年中国物流企业50强排名情况

- 2.3 2012年《物流业调整和振兴规划》解读
 - 2.3.1 2012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 段懿馨档髡和振兴规划》的框架结构
 - 2.3.4 段懿馨档髡和振兴规划》的重点与亮点
- 2.4 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 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 2013年全球第三方物流市场运行概述

- 3.1 全球第三方物流环境概述
 - 3.1.1 全球第三方物流发展概况及特征
 - 3.1.2 欧美日第三方物流发展特点和异同
 - 3.1.3 世界第三方物流的发展前景
- 3.2 全球主要国家和地区第三方物流分析
 - 3.2.1 美国第三方物流市场概况
 - 3.2.2 欧洲第三方物流市场概况
 - 3.2.3 亚洲第三方物流市场概况

第四章 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 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 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 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 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 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 2013年中国第三方物流的市场供需分析

- 5.1 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 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 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 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 2013年中国第三方物流紧密相关行业发展分析--邮政业

- 6.1 2013年中国邮政物流的发展概况
 - 6.1.1 中国邮政行业运行概述
 - 6.1.2 邮政物流推动新农村的发展建设
 - 6.1.3 我国农村邮政物流发展政策出台
 - 6.1.4 中国邮政物流业务统计指标体系的建立
- 6.2 2013年中国邮政业第三方物流的发展现况
 - 6.2.1 国外邮政业进入第三方物流的特点
 - 6.2.2 中国邮政开展第三方物流的现状

- 6.2.3 国内邮政发展第三方物流的SWOT分析
- 6.2.4 邮政业第三方物流创新模式的架构
- 6.3 2013年中国邮政发展第三方物流面临的问题
 - 6.3.1 邮政发展第三方物流亟待解决的问题
 - 6.3.2 邮政发展第三方物流面临的挑战
 - 6.3.3 邮政企业发展物流业务存在的困惑浅析
- 6.4 2013年中国邮政第三方物流发展对策
 - 6.4.1 中国邮政发展第三方物流的主要措施
 - 6.4.2 中国邮政参与第三方物流市场竞争的策略
 - 6.4.3 中国邮政业开展电子商务第三方物流的思路分析
 - 6.4.4 国内邮政物流企业发展的策略

第七章 2013年中国第三方物流紧密相关行业发展分析--运输业

- 7.1 第三方物流运力的组建和管理
 - 7.1.1 运输车队的组建模式
 - 7.1.2 社会协议运力签约的条件
 - 7.1.3 社会协议运力的管理和核查
 - 7.1.4 随车搬运作业人员的管理和核查
- 7.2 2013年中国第三方物流与运输业概述
 - 7.2.1 中国交通运输行业运行概况
 - 7.2.2 第三方物流与传统运输企业之间的区别
 - 7.2.3 第三方物流对运输企业发展的影响
 - 7.2.4 第三方物流发展给运输业带来的变化
 - 7.2.5 中国外贸运输业向第三方物流转型的分析
- 7.3 铁路运输与第三方物流
 - 7.3.1 发展铁路物流的优劣与模式
 - 7.3.2 铁路运输第三方物流模式的建立
 - 7.3.3 铁路行包运输是铁路发展第三方物流的切入点
 - 7.3.4 铁路物资企业开展第三方物流的优势及策略
 - 7.3.5 铁路货运代理企业向第三方物流发展的策略
 - 7.3.6 铁路运输发展第三方物流的建议
- 7.4 公路运输与第三方物流

- 7.4.1 公路运输企业发展第三方物流的重要意义
- 7.4.2 公路运输业发展第三方物流面临的问题
- 7.4.3 公路运输企业向第三方物流企业转变的对策
- 7.4.4 中小型公路运输企业向第三方物流的转型
- 7.4.5 公路运输业发展第三方物流服务的建议
- 7.4.6 公路运价对公路发展第三方物流的影响及建议
- 7.5 港口与第三方物流
 - 7.5.1 港口与第三方物流的关系
 - 7.5.2 第三方物流是港口发展的新方向
 - 7.5.3 港口发展第三方物流能提高企业核心竞争力
 - 7.5.4 中国港口发展第三方物流的形式和途径
 - 7.5.5 中国港口第三方物流实现增效的策略
 - 7.5.6 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
 - 7.6.1 第三方物流航空平台的建立
 - 7.6.2 中国航空物流链一体化经营分析
 - 7.6.3 中国航空快递企业第三方物流运作模式
 - 7.6.4 中国航空快递企业必须开展第三方物流的因素
 - 7.6.5 航空业发展第三方物流的战略

第八章 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 2011年江苏出台政策扶持第三方物流企业发展
 - 11.6.2 2011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 2013年中国第三方物流企业经营态势分析

- 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 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 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 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 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 2013年国内外知名第三方物流企业经营动态分析

- 13.1 UPS (UNITEDPARCELSERVICE)
 - 13.1.1 公司简介
 - 13.1.2 2011-2013年UPS (UnitedParcelService) 经营状况
- 13.2 联邦快递 (FEDEXCORPORATION)
 - 13.2.1 公司简介
 - 13.2.2 2011-2013年联邦快递经营状况
- 13.3 DHL
 - 13.3.1 公司简介
 - 13.3.2 2011-2013年DHL经营状况
- 13.4 中储发展股份有限公司
 - 13.4.1 公司简介
 - 13.4.2 2011-2013年中储股份经营状况分析
- 13.5 中国远洋物流有限公司
 - 13.5.1 公司简介
 - 13.5.2 2011-2013年中国远洋物流有限公司经营分析
- 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 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 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 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 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 2013年中国第三方物流竞争格局分析

- 15.1 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 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 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 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 2014-2018年中国第三方物流行业投资潜力分析

- 16.1 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018年中国第三方物流产业发展趋势预测分析

- 17.1 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018年中国第三方物流发展预测分析

图表目录：部分

图表：2009-2012年中国第三方物流市场规模：亿美元

图表：2009-2012年中国第三方物流产业全球市场份额变动分析

图表：2010-2012年全球第三方物流市场规模：亿美元

图表：2010-2012年全球第三方物流市场规模及增速统计：亿美元；%

图表：2012年全球第三方物流市场格局

图表：2013-2017年全球第三方物流市场规模预测：亿美元

图表：2012年世界第三方物流公司20强（收入：百万美元）

图表：1996-2013年美国第三方物流市场规模：十亿美元

图表：2012年美国第三方物流细分市场概况：十亿美元

图表：2010-2012年欧洲第三方物流市场规模：亿美元

图表：2012年欧洲第三方物流市场格局

图表：2010-2012年亚洲第三方物流市场规模：亿美元

图表：2012年亚洲第三方物流市场格局

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/240469.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。