



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国第三方物流产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国第三方物流产业发展现状及市场监测报告》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/273454.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

第三方物流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企业保持密切联系，以达到对物流全程管理控制的一种物流运作与管理方式。

第三方物流内部的构成一般可分为两类：资产基础供应商和非资产基础供应商。对于资产基础供应商而言，他们有自己的运输工具和仓库，他们通常实实在在地进行物流操作。而非资产基础供应商则是管理公司，不拥有或租赁资产，他们提供人力资源和先进的物流管理系统，专业管理顾客的物流功能。

广义的第三方物流可定义为两者结合。第三方物流因其所具有的专业化、规模化等优势在分担企业风险、降低经营成本、提高企业竞争力、加快物流产业的形成和再造等方面所发挥的巨大作用，已成为21世纪物流发展的主流。

狭义的第三方物流是指能够提供现代化的、系统的物流服务的第三方的物流活动。

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。

报告目录：

第一章 第三方物流定义及相关要素 25

第一节 第三方物流的定义及本质 25

一、第三方物流的产生因素 25

二、第三方物流概念的辨析 26

三、第三方物流的特征 27

四、发展第三方物流的必然性 28

第二节 第三方物流的价值分析 29

一、成本价值 29

二、服务价值 29

三、风险分散价值 30

四、企业竞争力的提升价值 31

五、社会效益 31

第三节 从法律角度分析第三方物流 32

一、第三方物流经营业态类型的法律分类 32

二、从第三方物流的经营模式分析其法律性质	33
三、从商主体分析第三方物流企业的法律特征	34
四、从商行为分析第三方物流活动的法律特征	35
第二章 2013-2015年中国物流业的发展分析	37
第一节 中国物流业发展综述	37
一、中国物流业的发展背景	37
二、物流业对宏观经济具有拉动作用	40
三、中国物流行业发展态势	41
四、中国物流业的布局特征分析	43
五、中国物流产业的政策体系	45
六、物流平台投资热点分析	47
第二节 2013年中国物流行业的发展	49
一、2013年中国物流行业运行状况	49
二、2013年中国物流行业特点分析	49
三、2013年新政促进我国物流业发展	53
四、2013年物流业推行营业税改征增值税试点	54
第三节 2015年中国物流行业的发展	55
一、2015年中国物流行业运行现状	55
二、2015年中国物流业发展特点分析	56
三、2015年中国物流行业发展热点	57
四、2015年中国物流行业景气度分析	62
第四节 2015年中国物流行业的发展	63
一、2015年中国物流行业景气度分析	63
二、2015年中国物流行业发展态势	64
第五节 中国物流业发展存在的问题	65
一、物流业发展存在的不足	65
二、物流业存在的主要问题	65
三、物流行业面临的挑战	67
四、发展国际物流存在的问题	68
第六节 中国物流业的发展对策	71
一、中国物流业加速发展的新思路	71
二、中国物流业的发展建议	73

三、促进物流业发展的政策建议	74
四、跨区域物流服务发展的思路及措施	74
第三章 2013-2015年国际第三方物流的发展	78
第一节 2013-2015年世界第三方物流发展综述	78
一、全球第三方物流产业快速发展	78
二、全球第三方物流区域格局	78
三、全球第三方物流企业格局	79
四、欧美日第三方物流的发展特点	81
五、欧美日第三方物流发展异同	83
六、发达国家第三方物流发展经验	87
第二节 美国	93
一、北美第三方物流市场规模	93
二、美国第三方物流发展概况	94
三、美国第三方物流服务领域	95
四、美国第三方物流发展特点	95
五、美国第三方物流企业业务分析	96
六、美国第三方物流企业拓展方向	100
第三节 欧洲	102
一、欧洲第三方物流的分类	102
二、欧洲第三方物流市场规模	102
三、欧洲第三方物流发展迅速	104
四、欧洲第三方物流服务创新	106
五、欧洲大型供应商的优势	107
六、欧洲中小型企业优势	108
第四节 亚洲	110
一、第三方物流在亚洲发展概况	110
二、日本第三方物流相关政策	112
三、韩国第三方物流业发展分析	112
四、亚洲第三方物流面临的问题	114
五、亚洲第三方物流业竞争挑战	115
六、亚洲第三方物流的发展前景	115
第四章 2013-2015年中国第三方物流发展总析	116

第一节 中国第三方物流产生的因素 116

一、中国国民经济的高速发展 116

二、改革开放的影响 116

三、中国物流学的发展 117

四、信息技术的发展 118

五、市场竞争的加剧 118

第二节 中国第三方物流的发展 119

一、发展变迁 119

二、市场发展现状 121

三、产业结构分析 122

四、市场发展特点 124

五、发展模式分析 125

六、市场鼓励政策 126

七、在外贸中的应用 127

第三节 中国第三方物流新服务模式分析 129

一、基于物流金融的第三方物流服务创新分析 129

二、基于连锁便利店的第三方物流模式 130

三、中国农产品第三方物流方兴未艾 133

四、中国成品油第三方物流发展分析 135

五、城乡一体的第三方物流服务模式 140

第四节 第三方物流业并购的原因与影响简析 143

一、第三方物流并购的必然性 143

二、第三方物流企业并购整合的方式 145

三、第三方物流业并购的影响 146

四、第三方物流业并购的趋势 147

第五节 中国发展第三方物流存在的问题 148

一、行业面临问题 148

二、企业存在的问题 150

三、物流商与使用方的互动问题 151

第六节 中国发展第三方物流的对策分析 156

一、中国第三方物流发展的对策 156

二、促进中国第三方物流发展的建议 157

三、 中国对第三方物流市场发展的措施	158
四、 中国第三方物流的市场细分和市场定位策略分析	161
五、 中国第三方物流业发展的战略	163
六、 中国第三方物流信息化建设策略	167
第五章 2013-2015年第三方物流的市场供需分析	169
第一节 第三方物流市场供需的总体概况	169
一、 第三方物流的服务内容及国内外需求对比	169
二、 发达国家对第三方物流服务的需求	173
三、 中国第三方物流市场需求状况	173
四、 中国第三方物流市场的各类需求分析	174
五、 我国企业对第三方物流服务的需求	181
六、 造成中国第三方物流需求不足的原因	181
七、 中国第三方物流需求不足的对策	183
第二节 第三方物流市场供需联盟的博弈简析	184
一、 企业核心竞争力与外包的关系	184
二、 基于第三方物流外包的弊端	185
三、 基于第三方物流外包的优势	185
四、 建立第三方物流供需联盟的必要性	187
第三节 拉动第三方物流需求的模式演进	187
一、 第三方物流需求概况	187
二、 第三方物流需求不足的原因	188
三、 拉动第三方物流需求的可行性	189
四、 拉动第三方物流需求的政策建议	189
第四节 中国第三方物流的供给策略	190
一、 主动开拓市场	190
二、 进行准确的市场定位	192
三、 制定灵活的定价及结算体系	195
四、 传统储运企业向第三方物流企业转型	196
五、 建设实体网络	198
六、 加强信息化建设	198
第六章 2013-2015年运输业与第三方物流分析	200
第一节 第三方物流运力的组建和管理	200

- 一、运输车队的组建模式 200
- 二、社会协议运力签约的条件 200
- 三、社会协议运力的管理和核查 201
- 四、随车搬运作业人员的管理和核查 201
- 第二节 第三方物流与运输业概述 202
 - 一、2013年中国交通运输业运行分析 202
 - 二、2014-2015年中国交通运输业运行分析 220
 - 三、第三方物流与传统运输企业的区别 222
 - 四、第三方物流对运输企业发展的影响 223
 - 五、第三方物流发展给运输业带来的变化 224
 - 六、中国外贸运输业向第三方物流转型分析 225
- 第三节 铁路运输与第三方物流 229
 - 一、发展铁路物流的优劣与模式 229
 - 二、铁路运输第三方物流模式的建立 231
 - 三、行包运输是铁路发展第三方物流的切入点 233
 - 四、铁路物资企业开展第三方物流的优势及策略 237
 - 五、铁路货运代理企业发展第三方物流的策略 239
 - 六、铁路运输发展第三方物流的建议 242
- 第四节 公路运输与第三方物流 244
 - 一、公路运输企业发展第三方物流的重要意义 244
 - 二、公路运输业发展第三方物流面临的问题 246
 - 三、公路运输企业向第三方物流企业转变的对策 247
 - 四、中小型公路运输企业向第三方物流的转型 248
 - 五、公路运输业发展第三方物流服务的建议 251
 - 六、公路运价对发展第三方物流的影响及建议 252
- 第五节 港口与第三方物流 254
 - 一、港口与第三方物流的关系 254
 - 二、第三方物流是港口发展的新方向 256
 - 三、港口发展第三方物流可提升核心竞争力 256
 - 四、中国港口发展第三方物流的形式和途径 258
 - 五、中国港口第三方物流实现增效的策略 259
 - 六、港口企业发展第三方物流剖析 260

七、港口物流企业发展第三方物流的策略	262
第六节 航空业与第三方物流	266
一、第三方物流航空平台的建立	266
二、中国航空物流链一体化经营分析	267
三、中国航空快递企业第三方物流运作模式	272
四、中国航空快递企业必须开展第三方物流的因素	274
五、航空业发展第三方物流的战略	274
第七章 2013-2015年邮政业与第三方物流分析	276
第一节 中国邮政物流的发展概况	276
一、2013年我国邮政行业运行分析	276
二、2014-2015年中国邮政行业运行分析	280
三、中国邮政发展物流的SWOT分析	289
四、我国出台政策发展农村邮政物流	293
五、中国邮政物流业务统计指标体系的建立	293
第二节 2013-2015年邮政业第三方物流的发展	296
一、国外邮政业进入第三方物流的特点	296
二、中国邮政开展第三方物流的现状	297
三、邮政业发展第三方物流的SWOT分析	298
四、邮政业第三方物流创新模式的架构	300
五、中国邮政物流电子信息化发展分析	303
第三节 中国邮政发展第三方物流面临的问题	305
一、邮政发展第三方物流亟待解决的问题	305
二、邮政发展第三方物流面临的挑战	306
三、邮政企业发展物流业务存在的困惑浅析	306
四、邮政物流行业发展存在的不足	310
第四节 中国邮政第三方物流发展对策	310
一、中国邮政发展第三方物流的主要措施	310
二、中国邮政参与第三方物流市场竞争的策略	311
三、完善邮政物流发展的措施	313
四、邮政业开展电子商务第三方物流的思路	314
五、国内邮政物流企业发展的策略	316
第八章 2013-2015年连锁经营行业与第三方物流分析	318

第一节 零售业的连锁经营分析 318

一、零售业连锁发展内涵和价值观 318

二、现代连锁店对中国零售业模式的影响 319

三、中国连锁业成为零售业发展的主导趋势 320

四、中国品牌专卖连锁成为零售业的亮点 322

第二节 2013-2015年商业连锁企业与第三方物流企业的合作 325

一、商业连锁企业物流的发展概况 325

二、中国第三方物流企业的发展状况 326

三、商业连锁企业与第三方物流优势互补 327

四、对企业进行组织合作与专业领导 328

第三节 2013-2015年餐饮连锁企业的第三方物流模式分析 329

一、物流与连锁餐饮概述 329

二、物流对餐饮连锁企业作用重要 330

三、麦当劳的第三方物流模式 330

四、麦当劳第三方物流模式优势分析 332

第四节 连锁零售企业利用第三方物流的风险 332

一、物流外包市场不成熟的风险 333

二、第三方物流服务商选择不当的风险 333

三、财务风险 333

四、控制力丧失的风险 333

五、沟通协商及客户关系管理上的风险 334

第五节 第三方物流进入连锁零售业面临的挑战 334

一、双方企业对物流成本的理解存在歧义 334

二、连锁企业物流外包产生信用风险 335

三、连锁企业物流成本存在不确定性 335

四、为连锁企业提供个性化服务难度较大 335

第六节 第三方物流进入连锁零售业的策略 336

一、选择合适的时机 336

二、选准合适的业态 336

三、选择特定的产品 337

四、选择合适的市场 337

五、抓住购物中心发展的浪潮 338

六、 网上购物给第三方物流提供发展机会	338
七、 连锁零售业与第三方物流企业的合作策略	339
第九章 2013-2015年电子商务与第三方物流分析	341
第一节 电子商务与物流	341
一、 电子商务概述	341
二、 电子商务与传统商务的关联及竞争分析	342
三、 电子商务与物流的相互关系	346
四、 电子商务环境对物流系统的影响	347
五、 电子商务时代的现代物流业	351
第二节 中国电子商务物流行业的发展	352
一、 电子商务物流的特征及优势	352
二、 我国电子商务物流行业发展现状	355
三、 我国电子商务物流市场态势分析	359
四、 电商物流的相关政策	361
五、 电子商务物流模式分析	363
六、 电商企业物流选择的思考	371
第三节 2013-2015年第三方物流与电子商务的发展	372
一、 第三方物流和电子商务之间的关系	372
二、 电子商务对第三方物流的影响	373
三、 电子商务下第三方物流实施模式	374
四、 电子商务的发展对第三方物流的要求	374
五、 电子商务交易模式下的第三方物流	376
六、 电子商务中企业第三方物流模式分析	377
七、 第三方物流与电商物流共同发展	380
八、 电商自建物流向社会化及第三方物流转型	381
第四节 第三方物流业开展电子商务的SWOT分析	383
一、 优势分析	383
二、 弱点分析	384
三、 机会分析	385
四、 威胁分析	386
第五节 跨境电子商务第三方物流模式分析	386
一、 物流对跨境电子商务的意义	386

二、	现有跨境电子商务物流模式概述	387
三、	跨境第三方物流模式解析	387
四、	中国跨境电子商务发展的物流问题	389
五、	中国跨境第三方物流企业的发展建议	390
第六节	第三方物流开展电子商务的对策与趋势	391
一、	第三方物流业发展电子商务的竞争战略	391
二、	电子商务背景下第三方物流业的发展思路	392
三、	电子商务环境下第三方物流企业的对策	392
四、	中国电子商务行业未来发展趋势	393
第十章	2013-2015年其它行业与第三方物流分析	396
第一节	医药行业第三方物流	396
一、	可行性与必要性	396
二、	行业发展动力	397
三、	相关推动政策	398
四、	市场参与主体	399
五、	成立公共平台	400
六、	行业投资动态	401
七、	未来发展前景	402
八、	行业发展障碍	402
九、	行业发展对策	404
第二节	汽车行业第三方物流	406
一、	汽车工业第三方物流分析	406
二、	汽车第三方物流的效益	408
三、	第三方物流和汽车企业合作利弊	410
四、	发展零部件第三方物流的必要性	411
五、	汽车企业第三方物流应用模式	413
六、	第三方汽车物流企业信息化建设	414
七、	汽车第三方物流企业发展策略	417
第三节	家电行业第三方物流	418
一、	家电物流市场竞争格局	418
二、	家电企业供应链发展变革	420
三、	第三方物流在行业中的意义	422

四、 家电企业第三方物流模式	424
五、 第三方物流市场开拓障碍	427
第四节 建材行业第三方物流	428
一、 建材物流特点及流通模式	428
二、 建材企业利用第三方物流的优势	429
三、 建材企业与第三方物流企业合作	430
四、 第三方建材物流发展方向	430
第十一章 2013-2015年中国部分地区第三方物流的发展	431
第一节 北京	431
一、 第三方物流产业发展空间大	431
二、 第三方物流服务社区商业	432
三、 试点医疗器械第三方物流	432
四、 第三方物流资源亟待整合	433
五、 第三方物流资源整合瓶颈	434
第二节 上海	434
一、 第三方物流发展战略意义	434
二、 第三方物流市场需求分析	436
三、 第三方物流企业发展概况	437
四、 第三方物流发展存在的问题	441
五、 第三方物流发展对策建议	444
第三节 广东省	446
一、 广东省第三方物流发展现状	446
二、 广东省第三方物流模式创新	449
三、 珠三角物流一体化发展计划	450
四、 深圳第三方物流业发展综述	451
五、 广东省第三方物流发展问题	454
六、 广东省第三方物流发展对策	461
七、 广东省第三方物流发展趋势	464
第四节 福建省	465
一、 福建省第三方物流发展状况	465
二、 泉州鞋服企业涉水第三方物流	467
三、 第三方医药物流企业投资动态	468

四、福建省第三方物流存在的问题	469
五、福建省第三方物流发展策略	470
第五节 四川省	471
一、四川省第三方物流发展概况	471
二、四川省第三方物流发展环境	471
三、四川省第三方物流发展特点	472
四、四川第三方物流发展政策	473
五、四川省第三方物流发展方案	474
六、四川省第三方物流发展展望	475
第六节 其他地区	475
一、青海省	475
二、浙江省	477
三、重庆市	478
四、河南省	478
五、河北省	478
六、安徽省	479
七、山东省	481
八、沈阳市	484
九、扬州市	485
十、青岛市	487
第十二章 2013-2015年中国第三方物流企业的发展	493
第一节 2013-2015年物流企业的品牌分析	493
一、中国本地物流企业品牌的分析	493
二、中国物流企业品牌创建的道路	494
三、第三方物流企业基于供应链的品牌价值	496
四、特快专递的品牌战略分析	496
第二节 2013-2015年中国第三方物流企业概况	498
一、国内第三方物流企业的市场合理定位	498
二、中国第三方物流企业发展现状与需求分析	501
三、中国第三方物流企业的运作模式	502
四、实施SOA架构逐渐成为第三方物流企业最佳选择	503
五、第三方物流企业直送工位成为供应链协同运作的新模式	506

六、 第三方物流企业SWOT分析	509
七、 第三方物流企业经营的战略分析	511
第三节 第三方物流企业核心经营层面选择探析	513
一、 运作层	513
二、 管理层	513
三、 规划层	513
第四节 2013-2015年民营第三方物流企业发展综述	517
一、 民营第三方物流企业SWOT分析	517
二、 民营第三方物流企业的市场占有率分析	518
三、 民营第三方物流企业信息化水平提升策略	519
四、 民营第三方物流发展趋势分析	520
第五节 第三方物流企业存在的问题及对策	521
一、 国内企业实施第三方物流的障碍	521
二、 我国第三方物流企业发展存在的问题	524
三、 以顾客价值为导向的第三方物流企业经营战略	525
四、 中国第三方物流企业个性化发展策略分析	527
五、 第三方物流企业的风险应对策略	531
六、 中国中小型第三方物流企业的发展对策	532
七、 第三方物流企业营销策略细分与原则	533
第十三章 国内外知名第三方物流企业发展分析	536
第一节 UPS (United Parcel Service)	536
一、 企业发展概况	536
二、 2013年UPS经营状况分析	537
三、 2015年UPS经营状况分析	541
四、 2015年UPS经营状况分析	545
五、 企业运作模式分析	546
六、 企业经营管理策略	550
第二节 联邦快递 (FEDEX CORPORATION)	552
一、 企业发展概况	552
二、 2013财年联邦快递经营状况	553
三、 2014财年联邦快递经营状况	555
四、 2015财年联邦快递经营状况	557

五、企业收购动态 560

第三节 德国邮政DHL (Deutsche Post DHL) 561

一、企业发展概况 561

二、2013年德国邮政DHL经营状况 561

三、2015年德国邮政DHL经营状况 563

四、2015年德国邮政DHL经营状况 565

五、企业项目建设动态 568

六、打造仓储信息平台 569

第四节 TNT 569

一、企业发展概况 569

二、2013年TNT经营状况 570

三、2015年TNT经营状况 573

四、2015年TNT经营状况 575

第五节 中储发展股份有限公司 578

一、企业发展概况 578

二、经营效益分析 579

三、业务经营分析 582

四、财务状况分析 583

五、未来前景展望 589

第六节 中国远洋物流有限公司 590

一、企业发展概况 590

二、成立物流电商平台 591

三、企业战略合作发展 591

四、积极发展GMS区域业务 592

五、企业信息化建设 593

第七节 宝供物流企业集团有限公司 595

一、企业发展概况 595

二、企业发展战略 595

三、创新发展模式剖析 596

四、建立物流资源平台 598

五、企业核心竞争力分析 598

六、第三方物流发展经验 601

第八节 招商局物流集团有限公司 602

一、企业发展概况 602

二、企业资本规模 603

三、现代物流业务发展迅速 603

四、试点医药第三方物流 603

五、项目落户宁波保税区 604

六、新能源项目建设合作 604

第十四章 2013-2015年第三方物流信息系统的发展 605

第一节 第三方物流系统的分析 605

一、第三方物流系统的概念 605

二、第三方物流系统的构成要素 605

三、第三方物流系统的特征 606

四、发展第三方物流系统的益处 606

第二节 2013-2015年第三方物流信息化发展概况 606

一、第三方物流信息化的必要性分析 606

二、中国第三方物流管理信息系统开发与应用 607

三、信息化带动第三方物流业务的扩展 608

四、中国第三方物流信息化亟需发展 612

第三节 第三方物流信息系统设计分析 613

一、物流信息系统的基本功能 613

二、第三方物流信息系统的设计目标 614

三、第三方物流信息系统的设计 615

四、第三方物流信息系统建设中应注意的问题 616

第四节 第三方物流管理信息系统方案的设计 616

一、供应链角度下第三方物流业务运作模式分析 616

二、物流管理信息系统的主要功能及结构 618

三、第三方物流管理信息系统总体规划设计 619

第十五章 2013-2015年第三方物流市场竞争分析 624

第一节 2013-2015年中国第三方物流的竞争格局 624

一、第三方物流与企业竞争力概况 624

二、中国第三方物流市场竞争者构成 628

三、中国第三方物流市场的竞争状况 629

四、国内第三方物流企业和国外企业相抗衡的局面 630

五、中国第三方物流中小企业的特点和竞争状态 630

第二节 第三方物流竞争力评估与简析 631

一、第三方物流竞争力综合体系评估 631

二、中国物流业竞争力的宏观分析 632

三、中国物流业竞争力的微观分析 634

第三节 第三方物流企业核心竞争力建设解析 635

一、第三方物流企业核心竞争力的内涵 635

二、第三方物流企业核心竞争力存在的问题 636

三、第三方物流企业培育核心竞争力的战略选择 636

第四节 提升第三方物流竞争力的对策 638

一、第三方物流重塑企业竞争力的建议 638

二、中国第三方物流业竞争策略分析 639

三、增值服务铸就第三方物流核心竞争力 641

四、第三方物流企业的市场环境及竞争战略选择 643

第十六章 中国第三方物流行业投资分析 647

第一节 投资机会 647

一、零售企业开始把物流配送外包 647

二、家电流通转向第三方物流 647

三、第三方煤炭物流迎来机遇 648

四、政府引导民间资本投资第三方物流 650

五、第三方物流业有望迈进黄金发展期 651

第二节 投资风险 651

一、第三方物流企业面临的纯粹风险及管理 651

二、交易费用的过高抑制了市场的需求 654

三、企业管理者缺乏物流外包的动力 656

四、第三方物流企业成本偏高的风险 657

五、政府管理体制的制约 659

第三节 投资建议 660

一、兼顾自身业务和社会资源的优势 660

二、分清业务重点 661

三、整合社会资源 661

四、规模经营 661

第四节 投资第三方物流企业的战略选择 662

一、成本领先战略适合拥有实力的企业 662

二、集中化战略适合具有一定自身优势的企业 663

三、起步较晚的企业可以运用差异化战略 663

第十七章 中国第三方物流行业发展前景预测 666

第一节 中国物流业的发展前景及趋势 666

一、中国物流行业发展前景广阔 666

二、中国物流行业未来发展趋势 668

三、中国物流市场将进一步加强整合 670

四、“十三五”期间物流业主要任务 670

第二节 第三方物流发展的前景及趋势 672

一、中国第三方物流市场发展前景 672

二、中国第三方物流行业发展空间分析 675

三、中国第三方物流市场规模预测分析 675

四、中国第三方物流的发展趋势 677

五、我国第三方物流的发展方向 678

六、第三方物流商趋向多元化发展 680

七、第三方物流变革的主要趋势 681

图表目录：

图表 1 2011-2015年中国物流业景气指数 62

图表 2 2012年第三方物流提供商营业收入前50名 80

图表 3 2013年全球最大的第三方物流供应商营收规模 81

图表 4 2013年全球前十大第三方物流供应商市场份额 81

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 85

图表 6 增值物流服务种类 88

图表 7 2006-2017年北美三大国家第三方物流市场规模 93

图表 8 美国企业有关IT技术支持外包给3PL的比例 98

图表 9 美国企业在关联经济环境中物流运作的变化 99

图表 10 美国3PL中电子商务个状态所占的比重 100

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） 103

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） 103

图表 13	2009-2012年中国第三方物流市场规模情况	121
图表 14	第三方物流商与使用方在六个方面的差距分析表	152
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	153
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	155
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	155
图表 18	第三方物流可以选择不同的市场定位策略	163
图表 19	欧美国家使用第三方物流服务情况表	170
图表 20	中国企业对第三方物流的服务需求分析	171
图表 21	中国企业对新型物流服务的需求情况	172
图表 22	中国产品线对库存量的影响	175
图表 23	运输成本与储存成本关系曲线图	176
图表 24	运输成本与储存成本变动图	177
图表 25	流通加工类型表	178
图表 26	各行业对物流作业的满意程度表	179
图表 27	物流供需双方一次博弈的支付矩阵	186
图表 28	影响第三方物流企业成功的因素	191
图表 29	物流企业市场定位步骤图	192
图表 30	物流企业市场定位策略比较表	194
图表 31	企业物流费用结算方式表	196
图表 32	传统储运企业转型途径表	197
图表 33	宝供信息化建设历程表	199
图表 34	2009-2013年全国公路总里程及公路密度	203
图表 35	2013年全国各技术等级公路里程构成	203
图表 36	2009-2013年全国高速公路里程	204
图表 37	2013年全国农村公路里程构成	205
图表 38	2013年全国内河航道通航里程构成	206
图表 39	2013年全国港口万吨级及以上泊位	206
图表 40	2012-2013年全国万吨级及以上泊位构成（按主要用途分）	207
图表 41	2009-2013年全国水上运输船舶拥有量	209
图表 42	2013年水上运输船舶构成（按航行区域分）	210
图表 43	2013年城市客运系统客运量构成	212
图表 44	2009-2013年全国港口货物吞吐量	213

图表 45	2009-2013年全国港口外面货物吞吐量	213
图表 46	2009-2013年全国港口集装箱吞吐量	214
图表 47	2013年各形态货物吞吐量构成	214
图表 48	2013年规模以上港口各货类吞吐量及增长速度	215
图表 49	2009-2013年公路建设投资额及增长速度	217
图表 50	2009-2013年水运建设投资额	217
图表 51	2013年公路水路重点监测企业能源消耗情况	219
图表 52	航空物流链构成的示意图	268
图表 53	2012年、2013年快递业务收入增长情况	276
图表 54	2012年、2013年分专业快递业务收入	277
图表 55	2013年快递业务量结构图	277
图表 56	2013年快递业务收入结构图	278
图表 57	2013年东、中、西部快递业务量结构图	278
图表 58	2013年东、中、西部快递业务收入结构图	279
图表 59	2013年全国邮政行业发展情况表	279
图表 60	2013-2015年中国快递业务收入趋势图	280
图表 61	2013-2015年我国分专业快递业务收入比较	281
图表 62	2015年我国快递业务收入结构	281
图表 63	2015年我国快递业务量结构图	282
图表 64	2015年我国各地区快递业务收入结构	282
图表 65	2015年我国各地区快递业务量结构	283
图表 66	2015年全国邮政行业发展情况表	283
图表 67	2015年分省快递服务企业业务量和业务收入情况表	284
图表 68	2015年快递业务量前50位城市情况表	286
图表 69	2015年快递业务收入前50位城市情况表	288
图表 70	邮政物流业务统计指标体系结构	294
图表 71	世界著名邮政企业业务的本土化程度分析	297
图表 72	邮政第三方物流模式的构架图	301
图表 73	麦当劳的物流营运流程图	331
图表 74	企业竞争规则的变迁	343
图表 75	国际物流公司仓储集运	388
图表 76	外贸B2C电子商务平台仓储集运	389

图表 77	汽车工业制造—销售—服务供应链示意图	407
图表 78	没有3PL的运输和仓储模式	408
图表 79	3PL加入后的运输和仓储模式	408
图表 80	分布式数据库示意图	416
图表 81	中国工业企业原材料物流的各方分担	441
图表 82	中国产成品销售物流的各方分担	442
图表 83	中国商业流通企业物流的各方分担	442
图表 84	广东省第三方物流企业在各市的分布图	446
图表 85	广东省第三方物流运输方式分布情况	446
图表 86	营业额达10亿元以上的第三方物流企业	447
图表 87	广东省信息化水平初具规模的企业	448
图表 88	广东省第三方物流市场份额占有率情况	453
图表 89	广东省第三方物流占总体物流百分比	454
图表 90	广东各市物流园区数量一览表	455
图表 91	广东各市区物流园区功能分类一览表	455
图表 92	广东各大物流园区面积概况	457
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	459
图表 94	2015年福建省各种运输方式完成货物运输量	465
图表 95	第三方物流企业的组合分类矩阵	513
图表 96	物流服务集成内容阶梯图	514
图表 97	2012-2013年UPS综合损益表	537
图表 98	2011-2013年UPS分部信息	538
图表 99	2011-2013年UPS不同类型业务收入情况	539
图表 100	2011-2013年UPS不同地区收入情况	540
图表 101	2012-2015年UPS综合损益表	541
图表 102	2012-2015年UPS不同部门收入情况	542
图表 103	2012-2015年UPS不同类型业务收入情况	543
图表 104	2012-2015年UPS不同地区收入情况	543
图表 105	2014-2015年UPS综合收益表	544
图表 106	2014-2015年UPS分部资料	545
图表 107	2011-2013财年联邦快递综合损益表	553
图表 108	2011-2013财年联邦快递收入细分情况	554

图表 109	2012-2014财年联邦快递综合损益表	555
图表 110	2012-2014财年联邦快递收入细分情况	556
图表 111	2013-2015财年联邦快递综合收益表	557
图表 112	2013-2015财年联邦快递分部资料	559
图表 113	2012-2013年德国邮政DHL综合损益表	561
图表 114	2013-2015年德国邮政DHL综合损益表	563
图表 115	2013-2015年德国邮政DHL不同地区外部收入情况	564
图表 116	2014-2015年德国邮政DHL综合收益表	564
图表 117	2014-2015年德国邮政DHL分部资料	566
图表 118	2014-2015年德国邮政DHL收入分地区资料	566
图表 119	2012-2013年TNT综合损益表	570
图表 120	2012-2013年TNT分部资料	572
图表 121	2013-2015年TNT综合损益表	573
图表 122	2013-2015年TNT不同地区收入细分情况	574
图表 123	2014-2015财年TNT综合收益表	576
图表 124	2014-2015财年TNT分部资料	577
图表 125	2013-2015年中储发展股份有限公司总资产和净资产	578
图表 126	2013-2015年中储发展股份有限公司营业收入和净利润	579
图表 127	2015年中储发展股份有限公司营业收入和净利润	579
图表 128	2013-2015年中储发展股份有限公司现金流量	580
图表 129	2015年中储发展股份有限公司现金流量	580
图表 130	2015年中储发展股份有限公司主营业务收入分行业、产品	581
图表 131	2015年中储发展股份有限公司主营业务收入分区域	582
图表 132	2013-2015年中储发展股份有限公司成长能力	583
图表 133	2015年中储发展股份有限公司成长能力	583
图表 134	2013-2015年中储发展股份有限公司短期偿债能力	584
图表 135	2015年中储发展股份有限公司短期偿债能力	584
图表 136	2013-2015年中储发展股份有限公司长期偿债能力	585
图表 137	2015年中储发展股份有限公司长期偿债能力	585
图表 138	2013-2015年中储发展股份有限公司运营能力	586
图表 139	2015年中储发展股份有限公司运营能力	586
图表 140	2013-2015年中储发展股份有限公司盈利能力	587

图表 141	2015年中储发展股份有限公司盈利能力	588
图表 142	第三方物流基本作业流程	616
图表 143	第三方物流管理系统的业务流程	620
图表 144	第三方物流的物流管理信息系统总体功能结构	621
图表 145	专业性强的物流企业表	628
图表 146	物流企业规模和经营模式	630
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	664
图表 148	不同第三方物流供应商的优劣势和目标	673
图表 149	中国第三方物流市场规模预测	676
图表 150	物流市场的解析图	680
图表 151	财富500强公司物流外包的比例	682
图表 152	General Motors的物流矢量图	683
图表 153	General Motors一次运输交易的各项成本	684

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/273454.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。