

2013-2018年中国第三方物流市场全景调查与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2013-2018年中国第三方物流市场全景调查与未来发展趋势报告》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.cction.com/report/201310/98874.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

我国的第三方物流在物流市场中所占的比例仅为10%。还没有太多大型专业的第三方物流企业，这是当前物流发展中最薄弱的环节，也制约了我国经济的发展。我国第三方物流市场规模在600亿元~700亿元，不仅规模小，而且高度分散，在1万至1.5万家第三方物流企业，没有一家企业能占到2%以上的市场份额，大多数物流公司只是局限在供应链功能的一小部分，无法满足客户的一体化物流服务需求。中国最大的物流供应链管理软件供应商博科资讯总裁沈国康指出，由于大部分物流企业是从原来的储运业转型而来，大都未形成核心竞争力，企业的技术水平与管理水平不高，缺乏公认的物流服务标准。虽然各地的物流企业数量与基础投资猛增，但低价恶性竞争严重扰乱了市场秩序，造成物流企业普遍业绩不佳，发展后劲不足。运用信息化手段提高运输质量和运输效率，提高客户服务能力，从而提高核心竞争力，是很多第三方物流企业应对市场竞争的必然选择。

近几年，我国的第三方物流市场以每年16%~25%的速度增长。虽然我国物流行业发展很快，但目前我国第三方物流信息化应用的水平还比较低。据统计，大量第三方物流企业的信息化水平还停留于GPS、RFID等初级阶段，有的企业甚至连办公套件、企业邮箱都还不具备。这类企业占第三方物流企业总数的50%以上。我国的物流企业中，中小企业占了大部分。绝大多数中小物流企业尚不具备运用信息技术处理物流信息的能力。拥有信息系统的企业，其信息化需求也多数属于底层需求，基础信息系统建设是现信息化建设的主要内容。同时，中小企业在选购物流信息化系统时，虽然最主要考虑的是成本问题，但还要考虑企业未来的需求。大多数物流信息系统的成本较高，很多功能又用不上，但企业发展壮大之后有可能就非常需要，这就要求产品拥有全生命周期的特性，可以随着企业自身的发展和业务拓展而进化。当今市场上，除了博科资讯，其他物流供应链管理软件厂商还不具备提供此类产品的能力，缺少适合中小物流企业的信息系统严重制约了这类企业信息化的普及。

此外，还有一部分已经初具规模的物流企业，信息化基础相比来说已经有了一定的基础，都已经开始考虑业务流程与管理流程的优化问题。这也是来自降低成本、加快周转等经济上的压力，目的是帮助企业提高自己的核心竞争力。这些优化通常集中在几个最能产生效益的环节，比如仓储管理、运输管理、订单管理等局部环节。这类规模较大的物流企业占物流企业总数的30%左右。但沈国康指出，这种只针对局部供应链流程的信息化建设，结果通常表现为一些孤立的信息系统，难以互联互通，实现整合。供应链的信息化整合不能仅仅满足

于提供精细的分别针对分销、零售、仓储、运输等环节的软件产品，而是要旗帜鲜明地贯彻供应链一体化的思想。通过“操作层”、“决策层”和“供应链电子商务层”这一结构清晰的框架，为物流企业提供着眼于全面资源整合的信息化解决方案。这样才能从上至下解决企业所存在的问题，而不是隔鞋搔痒。已经形成系统化的物流综合管理平台的物流企业可谓寥寥无几，仅占总数的5%左右。

第三方物流企业的信息化建设目标应是针对整个企业的供应链综合管理，实施企业级的信息系统建设。这样才能跨越部门的界限，实现各个部门的数据和信息的互联互通，并在此基础上，实现信息的集中查询和集中发放。我国第三方物流企业应在借鉴西方发达国家的第三方物流发展经验的基础上，广泛运用计算机技术以及通信技术提高企业自身的运输效率和服务能力，增强核心竞争力，也只有这样，才能在市场竞争中将企业做大做强。

中企顾问发布的《2013-2018年中国第三方物流市场全景调查与未来发展趋势报告》，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，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。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。

第一章 第三方物流概论

第一节 第三方物流的定义及本质

一、第三方物流概念

二、第三方物流的基本特征

三、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、第三方物流价值因素

二、第三方物流价值作用

第三节 从经济和法律角度分析第三方物流

一、经济角度分析

二、法律角度分析

第二章 全球第三方物流的发展分析

第一节 全球第三方物流环境概述

一、全球第三方物流发展概况及特征

二、欧美日第三方物流发展特点和异同

三、世界第三方物流的发展前景

四、2012年世界第三方物流公司20强

第二节全球主要国家和地区第三方物流分析

一、美国

二、欧洲

三、亚洲

第三章 2012年中国第三方物流运行分析

第一节中国第三方物流概况

一、中国第三方物流产生的因素

二、中国第三方物流业发展的概述

第二节中国第三方物流发展状况分析

一、我国第三方物流发展现状分析

二、中国第三方物流发展的特点

三、中国第三方物流存在的问题

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

第四章 2012年中国第三方物流的市场供需分析

第一节中国第三方物流市场供需的总体概况

一、第三方物流的服务内容

二、国内外第三方物流市场需求对比分析

三、中国第三方物流市场需求分析

第二节中国第三方物流市场存在问题及发展对策

一、中国第三方物流需求不足的原因

二、中国第三方物流需求不足的对策

三、中国第三方物流企业发展策略

第五章 2012年中国运输业与第三方物流关联性分析

第一节第三方物流与运输业概述

- 一、2012年上半年中国交通运输行业运行情况
- 二、第三方物流与传统运输企业之间的区别
- 三、第三方物流发展给运输业带来的变化

第二节铁路运输与第三方物流

- 一、发展铁路物流的优劣
- 二、铁路运输第三方物流模式的建立
- 三、2011-2012年中国铁路货车产量分析
- 四、铁路运输开展第三方物流的对策

第三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、公路运输业发展第三方物流分析
- 三、公路运输业发展第三方物流服务的建议

第四节港口与第三方物流

- 一、港口发展第三方物流趋势
- 二、港口发展第三方物流的方向
- 三、港口发展第三方物流的战略措施

第五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、航空业企业发展第三方物流的策略

第六章 2012年中国邮政业与第三方物流研究分析

第一节中国邮政物流的发展分析

- 一、2011年中国邮政业运行情况
- 二、国外邮政进入第三方物流的特点
- 三、邮政业第三方物流创新模式的架构
- 四、邮政业发展物流业务存在的问题

第二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、中国邮政参与第三方物流市场竞争的策略

第七章 2012年中国连锁零售业与第三方物流分析

第一节连锁企业与第三方物流企业发展分析

- 一、零售业连锁发展内涵和价值观
- 二、商业连锁企业物流发展现状
- 三、商业连锁企业与第三方物流的优势互补
- 四、第三方物流进入商业连锁面临的问题

第二节第三方物流进入连锁零售业市场的对策

- 一、第三方物流进入连锁零售业市场的发展方向
- 二、第三方物流进入连锁零售业市场的发展战略

第八章 2012年中国电子商务与第三方物流分析

第一节第三方物流与电子商务的发展分析

- 一、电子商务与第三方物流之间的关系
- 二、电子商务的发展对第三方物流的要求
- 三、第三方物流与电子商务的整合模式
- 四、电子商务对第三方物流的影响

第二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

第九章 2012年中国其它行业与第三方物流分析

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、医药物流外资企业在中国受挫
- 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、2011年药品流通规划推动第三方物流

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、2011-2012年中国载货汽车产量分析
- 三、第三方物流在汽车工业中的重要性概述
- 四、国内汽车企业第三方物流应用模式

五、第三方物流应用中存在的障碍及对策

六、中国汽车物流发展趋势及展望

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、浅析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

第四节农业与第三方物流

一、我国农业物流特点分析

二、现代农业发展第三方物流面临的问题

三、实施现代农业需要的第三方物流发展战略

第十章 2012年中国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、中国中小型企业第三方物流概述

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

四、第三方物流企业培育核心竞争力的发展方向

第十一章 2012年中国第三方物流重点企业财务指标分析

第一节中国远洋运输(集团)总公司

一、企业概况

二、公司价值观及经营理念

三、2011-2012年财务分析

四、企业经营状况

第二节中海集装箱运输股份有限公司

一、企业概况

二、公司产品与服务

三、2011-2012年财务分析

四、企业经营状况

第三节厦门象屿集团有限公司

一、企业概况

二、公司经营策略及发展方向

三、2011-2012年财务分析

四、企业经营状况

第四节中储发展股份有限公司

一、企业概况

二、公司业务

三、2011-2012年财务分析

四、企业经营状况

第五节中铁铁龙集装箱物流股份有限公司

一、企业概况

二、公司经营范围及情况

三、2011-2012年财务分析

四、企业经营状况

第六节中国外运股份有限公司

一、企业概况

二、公司发展历程

三、2011-2012年财务分析

四、企业经营状况

第七节中国国际航空股份有限公司

一、企业概况

二、公司业务

三、2011-2012年财务分析

四、企业经营状况

第八节五矿物流集团有限公司

一、企业概况

二、公司职能部门与企业成员

三、2011-2012年财务分析

四、企业经营状况

第九节宁波海运股份有限公司

一、企业概况

二、公司产品及服务

三、2011-2012年财务分析

四、企业经营状况

第十节长航凤凰股份有限公司

一、企业概况

二、公司业务及优势

三、2011-2012年财务分析

四、企业经营状况

第十二章 2013-2018年中国第三方物流发展方向及发展前景分析

第一节中国发展第三方物流存在的问题及对策

一、中国第三方物流发展面临的难题

二、中国第三方物流的发展战略

三、完善我国第三方物流的措施

四、中国第三方物流发展方向

第二节中国第三方物流发展趋势及前景

一、中国第三方物流的发展趋势

二、中国第三方物流发展的新思路

三、第三方物流商趋向多元化的发展

四、第三方物流发展的新趋势

五、中国第三方物流市场发展的前景广阔

第十三章 2013-2018年第三方物流的投资分析

第一节投资机会

一、零售企业开始把物流配送外包

- 二、"十二五"加快发展第三方物流
- 三、第三方物流助力基本药物配送
- 四、十二部委引导民间资本投资第三方物流服务领域
- 五、冷链物流加强与第三方物流合作

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、企业缺乏物流外包的动力
- 四、第三方物流发展仍然面临体制性的制约

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

报告图表摘要

图表：社会物流总额构成及增长变动情况

图表：中国社会物流总费用构成

图表：中国物流业运行情况统计表

图表：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：2008-2012年中国邮政行业业务收入分月情况

图表：2008-2012年中国快递业务收入分月情况

图表：2012年中国快递业收入结构

图表：2012年中国快递业务量结构

图表：2012年东、中、西部快递业务收入结构

图表：2012年东、中、西部快递业务量结构

图表：2012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：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：中储发展股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中储发展股份有限公司经营收入走势图

图表：中储发展股份有限公司盈利指标走势图

图表：中储发展股份有限公司负债情况图

图表：中储发展股份有限公司负债指标走势图

图表：中储发展股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中储发展股份有限公司成长能力指标走势图

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.cction.com/report/201310/98874.html>