

2025-2031年中国第三方物流行业发展趋势与市场需求预测报告

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

《2025-2031年中国第三方物流行业发展趋势与市场需求预测报告》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/202503/481634.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

中企顾问网发布的《2025-2031年中国第三方物流行业发展趋势与市场需求预测报告》共十七章。首先介绍了第三方物流的概念、特征及价值等，接着分析了国际国内第三方物流业的发展概况，并具体分析了第三方物流与运输业、邮政业、连锁零售业、电子商务等行业的相互关系。随后，报告对第三方物流行业做了区域发展分析、国内外重点企业运营状况分析、行业竞争分析和投资分析。最后，报告对第三方物流行业的发展前景进行科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、交通运输部、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国物流与采购联合会、中国物流行业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对第三方物流行业有个系统深入的了解、或者想投资第三方物流行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

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

第二章 2020-2024年中国物流业的发展分析

2.1 中国物流业发展综述

- 2.1.1 中国物流业的发展背景
- 2.1.2 物流业对宏观经济具有拉动作用
- 2.1.3 中国物流行业发展态势
- 2.1.4 中国物流业的布局特征分析
- 2.1.5 中国物流产业的政策体系
- 2.1.6 物流平台投资热点分析
- 2.2 2020-2024年中国物流行业发展现状分析
 - 2.2.1 物流业景气指数
 - 2.2.2 社会物流总额
 - 2.2.3 行业收入规模
 - 2.2.4 物流成本分析
 - 2.2.5 物流需求结构
 - 2.2.6 物流运行效率
- 2.3 中国物流业发展存在的问题
 - 2.3.1 物流业发展存在的不足
 - 2.3.2 物流业存在的主要问题
 - 2.3.3 物流行业面临的挑战
 - 2.3.4 发展国际物流存在的问题
- 2.4 中国物流业的发展对策
 - 2.4.1 中国物流业加速发展的新思路
 - 2.4.2 中国物流业的发展建议
 - 2.4.3 促进物流业发展的政策建议
 - 2.4.4 跨区域物流服务发展的思路及措施

第三章 2020-2024年国际第三方物流的发展

- 3.1 2020-2024年世界第三方物流发展综述
 - 3.1.1 全球第三方物流产业快速发展
 - 3.1.2 全球第三方物流区域格局
 - 3.1.3 全球第三方物流企业格局
 - 3.1.4 欧美日第三方物流的发展特点
 - 3.1.5 欧美日第三方物流发展异同
 - 3.1.6 发达国家第三方物流发展经验
- 3.2 美国

- 3.2.1 北美第三方物流市场规模
- 3.2.2 美国第三方物流发展概况
- 3.2.3 美国第三方物流服务领域
- 3.2.4 美国第三方物流发展特点
- 3.2.5 美国第三方物流企业业务分析
- 3.2.6 美国第三方物流企业拓展方向

3.3 欧洲

- 3.3.1 欧洲第三方物流的分类
- 3.3.2 欧洲第三方物流市场规模
- 3.3.3 欧洲第三方物流发展迅速
- 3.3.4 欧洲第三方物流服务创新
- 3.3.5 欧洲大型供应商的优势
- 3.3.6 欧洲中小型企业优势

3.4 亚洲

- 3.4.1 第三方物流在亚洲发展概况
- 3.4.2 日本第三方物流相关政策
- 3.4.3 韩国第三方物流业发展分析
- 3.4.4 亚洲第三方物流面临的问题
- 3.4.5 亚洲第三方物流业竞争挑战
- 3.4.6 亚洲第三方物流的发展前景

第四章 2020-2024年中国第三方物流发展总析

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 中国第三方物流的发展

- 4.2.1 发展变迁
- 4.2.2 市场发展现状
- 4.2.3 产业结构分析
- 4.2.4 市场发展特点

- 4.2.5 发展模式分析
- 4.2.6 市场鼓励政策
- 4.2.7 在外贸中的应用
- 4.3 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
 - 4.3.5 城乡一体的第三方物流服务模式
- 4.4 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 中国发展第三方物流存在的问题
 - 4.5.1 行业面临问题
 - 4.5.2 企业存在的问题
 - 4.5.3 物流商与使用方的互动问题
- 4.6 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
 - 4.6.6 中国第三方物流信息化建设策略

第五章 2020-2024年第三方物流的市场供需分析

- 5.1 第三方物流市场供需的总体概况
 - 5.1.1 第三方物流的服务内容及国内外需求对比
 - 5.1.2 发达国家对第三方物流服务的需求
 - 5.1.3 中国第三方物流市场需求状况
 - 5.1.4 中国第三方物流市场的各类需求分析
 - 5.1.5 我国企业对第三方物流服务的需求

5.1.6 造成中国第三方物流需求不足的原因

5.1.7 中国第三方物流需求不足的对策

5.2 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 拉动第三方物流需求的模式演进

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

5.3.3 拉动第三方物流需求的可行性

5.3.4 拉动第三方物流需求的政策建议

5.4 中国第三方物流的供给策略

5.4.1 主动开拓市场

5.4.2 进行准确的市场定位

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 2020-2024年运输业与第三方物流分析

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 2020-2024年第三方物流与运输业概述

6.2.1 中国交通运输业运行综合分析

6.2.2 第三方物流与传统运输企业的区别

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 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 铁路货运代理企业发展第三方物流的策略
- 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可提升核心竞争力
 - 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 港口企业发展第三方物流剖析
 - 6.5.7 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 2020-2024年邮政业与第三方物流分析
 - 7.1 中国邮政物流的发展概况
 - 7.1.1 2024年我国邮政行业运行分析
 - 7.1.2 2020-2024年中国邮政行业运行分析
 - 7.1.3 中国邮政发展物流的SWOT分析

- 7.1.4 我国出台政策发展农村邮政物流
- 7.1.5 中国邮政物流业务统计指标体系的建立
- 7.2 2020-2024年邮政业第三方物流的发展
 - 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 邮政业发展第三方物流的SWOT分析
 - 7.2.4 邮政业第三方物流创新模式的架构
 - 7.2.5 中国邮政物流电子信息化发展分析
- 7.3 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
 - 7.3.4 邮政物流行业发展存在的不足
- 7.4 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 完善邮政物流发展的措施
 - 7.4.4 邮政业开展电子商务第三方物流的思路
 - 7.4.5 国内邮政物流企业发展的策略

第八章 2020-2024年连锁经营行业与第三方物流分析

- 8.1 零售业的连锁经营分析
 - 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 2020-2024年商业连锁企业与第三方物流企业的合作
 - 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优势互补
 - 8.2.4 对企业进行组织合作与专业领导
- 8.3 2020-2024年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 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 第三方物流进入连锁零售业面临的挑战
 - 8.5.1 双方企业对物流成本的理解存在歧义
 - 8.5.2 连锁企业物流外包产生信用风险
 - 8.5.3 连锁企业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难度较大
- 8.6 第三方物流进入连锁零售业的策略
 - 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发展机会
 - 8.6.7 连锁零售业与第三方物流企业的合作策略
- 第九章 2020-2024年电子商务与第三方物流分析
 - 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及竞争分析
 - 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
 - 9.1.5 电子商务时代的现代物流业
 - 9.2 中国电子商务物流行业的发展
 - 9.2.1 电子商务物流的特征及优势
 - 9.2.2 我国电子商务物流行业发展现状

- 9.2.3 我国电子商务物流市场态势分析
- 9.2.4 电商物流的相关政策
- 9.2.5 电子商务物流模式分析
- 9.2.6 电商企业物流选择的思考
- 9.3 2020-2024年第三方物流与电子商务的发展
 - 9.3.1 第三方物流和电子商务之间的关系
 - 9.3.2 电子商务对第三方物流的影响
 - 9.3.3 电子商务下第三方物流实施模式
 - 9.3.4 电子商务的发展对第三方物流的要求
 - 9.3.5 电子商务交易模式下的第三方物流
 - 9.3.6 电子商务中企业第三方物流模式分析
 - 9.3.7 第三方物流与电商物流共同发展
 - 9.3.8 电商自建物流向社会化及第三方物流转型
- 9.4 第三方物流业开展电子商务的SWOT分析
 - 9.4.1 优势分析
 - 9.4.2 弱点分析
 - 9.4.3 机会分析
 - 9.4.4 威胁分析
- 9.5 跨境电子商务第三方物流模式分析
 - 9.5.1 物流对跨境电子商务的意义
 - 9.5.2 现有跨境电子商务物流模式概述
 - 9.5.3 跨境第三方物流模式解析
 - 9.5.4 中国跨境电子商务发展的物流问题
 - 9.5.5 中国跨境第三方物流企业的发展建议
- 9.6 第三方物流开展电子商务的对策与趋势
 - 9.6.1 第三方物流业发展电子商务的竞争战略
 - 9.6.2 电子商务背景下第三方物流业的发展思路
 - 9.6.3 电子商务环境下第三方物流企业的对策
 - 9.6.4 中国电子商务行业未来发展趋势
- 第十章 2020-2024年其它行业与第三方物流分析
 - 10.1 医药行业第三方物流
 - 10.1.1 可行性与必要性

- 10.1.2 行业发展动力
- 10.1.3 相关推动政策
- 10.1.4 市场参与主体
- 10.1.5 成立公共平台
- 10.1.6 行业投资动态
- 10.1.7 未来发展前景
- 10.1.8 行业发展障碍
- 10.1.9 行业发展对策
- 10.2 汽车行业第三方物流
 - 10.2.1 汽车工业第三方物流分析
 - 10.2.2 汽车第三方物流的效益
 - 10.2.3 第三方物流和汽车企业合作利弊
 - 10.2.4 发展零部件第三方物流的必要性
 - 10.2.5 汽车企业第三方物流应用模式
 - 10.2.6 第三方汽车物流企业信息化建设
 - 10.2.7 汽车第三方物流企业发展策略
- 10.3 家电行业第三方物流
 - 10.3.1 家电物流市场竞争格局
 - 10.3.2 家电企业供应链发展变革
 - 10.3.3 第三方物流在行业中的意义
 - 10.3.4 家电企业第三方物流模式
 - 10.3.5 第三方物流市场开拓障碍
- 10.4 建材行业第三方物流
 - 10.4.1 建材物流特点及流通模式
 - 10.4.2 建材企业利用第三方物流的优势
 - 10.4.3 建材企业与第三方物流企业合作
 - 10.4.4 第三方建材物流发展方向

第十一章 2020-2024年中国部分地区第三方物流的发展

- 11.1 北京
 - 11.1.1 第三方物流产业发展空间大
 - 11.1.2 第三方物流服务社区商业
 - 11.1.3 试点医疗器械第三方物流

- 11.1.4 第三方物流资源亟待整合
- 11.1.5 第三方物流资源整合瓶颈
- 11.2 上海
 - 11.2.1 第三方物流发展战略意义
 - 11.2.2 第三方物流市场需求分析
 - 11.2.3 第三方物流企业发展概况
 - 11.2.4 第三方物流发展存在的问题
 - 11.2.5 第三方物流发展对策建议
- 11.3 广东省
 - 11.3.1 广东省第三方物流发展现状
 - 11.3.2 广东省第三方物流模式创新
 - 11.3.3 珠三角物流一体化发展计划
 - 11.3.4 深圳第三方物流业发展综述
 - 11.3.5 广东省第三方物流发展问题
 - 11.3.6 广东省第三方物流发展对策
 - 11.3.7 广东省第三方物流发展趋势
- 11.4 福建省
 - 11.4.1 福建省第三方物流发展状况
 - 11.4.2 泉州鞋服企业涉水第三方物流
 - 11.4.3 第三方医药物流企业投资动态
 - 11.4.4 福建省第三方物流存在的问题
 - 11.4.5 福建省第三方物流发展策略
- 11.5 四川省
 - 11.5.1 四川省第三方物流发展概况
 - 11.5.2 四川省第三方物流发展环境
 - 11.5.3 四川省第三方物流发展特点
 - 11.5.4 四川第三方物流发展政策
 - 11.5.5 四川省第三方物流发展方案
 - 11.5.6 四川省第三方物流发展展望
- 11.6 其他地区
 - 11.6.1 青海省
 - 11.6.2 浙江省

- 11.6.3 重庆市
- 11.6.4 河南省
- 11.6.5 河北省
- 11.6.6 安徽省
- 11.6.7 山东省
- 11.6.8 沈阳市
- 11.6.9 扬州市
- 11.6.10 青岛市

第十二章 2020-2024年中国第三方物流企业的发展

- 12.1 2020-2024年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 2020-2024年中国第三方物流企业概况
 - 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SWOT分析
 - 12.2.7 第三方物流企业经营的战略分析
- 12.3 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 2020-2024年民营第三方物流企业发展综述
 - 12.4.1 民营第三方物流企业SWOT分析
 - 12.4.2 民营第三方物流企业的市场占有率分析
 - 12.4.3 民营第三方物流企业信息化水平提升策略
 - 12.4.4 民营第三方物流发展趋势分析
- 12.5 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 我国第三方物流企业发展存在的问题
- 12.5.3 以顾客价值为导向的第三方物流企业经营战略
- 12.5.4 中国第三方物流企业个性化发展策略分析
- 12.5.5 第三方物流企业的风险应对策略
- 12.5.6 中国中小型第三方物流企业的发展对策
- 12.5.7 第三方物流企业营销策略细分与原则

第十三章 国内外知名第三方物流企业发展分析

13.1 UPS (UnitedParcelService)

- 13.1.1 企业发展概况
- 13.1.2 2024年UPS经营状况分析
- 13.1.3 2024年UPS经营状况分析
- 13.1.4 2024年UPS经营状况分析
- 13.1.5 企业运作模式分析
- 13.1.6 企业经营管理策略

13.2 联邦快递 (FEDEXCORPORATION)

- 13.2.1 企业发展概况
- 13.2.2 2024财年联邦快递经营状况
- 13.2.3 2024财年联邦快递经营状况
- 13.2.4 2024财年联邦快递经营状况
- 13.2.5 企业收购动态

13.3 德国邮政DHL (DeutschePostDHL)

- 13.3.1 企业发展概况
- 13.3.2 2024年德国邮政DHL经营状况
- 13.3.3 2024年德国邮政DHL经营状况
- 13.3.4 2024年德国邮政DHL经营状况
- 13.3.5 企业项目建设动态
- 13.3.6 打造仓储信息平台

13.4 TNT

- 13.4.1 企业发展概况
- 13.4.2 2024年TNT经营状况
- 13.4.3 2024年TNT经营状况

13.4.4 2024年TNT经营状况

13.5 中储发展股份有限公司

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 经营效益分析

13.5.3 业务经营分析

13.5.4 财务状况分析

13.5.5 核心竞争力分析

13.5.6 公司发展战略

13.5.7 未来前景展望

13.6 中国远洋物流有限公司

13.6.1 企业发展概况

13.6.2 成立物流电商平台

13.6.3 企业战略合作发展

13.6.4 积极发展GMS区域业务

13.6.5 企业信息化建设

13.7 宝供物流企业集团有限公司

13.7.1 企业发展概况

13.7.2 企业发展战略

13.7.3 创新发展模式剖析

13.7.4 建立物流资源平台

13.7.5 企业核心竞争力分析

13.7.6 第三方物流发展经验

13.8 招商局物流集团有限公司

13.8.1 企业发展概况

13.8.2 企业资本规模

13.8.3 现代物流业务发展迅速

13.8.4 试点医药第三方物流

13.8.5 项目落户宁波保税区

13.8.6 新能源项目建设合作

第十四章 2020-2024年第三方物流信息系统的发展

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 2020-2024年第三方物流信息化发展概况
 - 14.2.1 第三方物流信息化的必要性分析
 - 14.2.2 中国第三方物流管理信息系统开发与应用
 - 14.2.3 信息化带动第三方物流业务的扩展
 - 14.2.4 中国第三方物流信息化亟需发展
- 14.3 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 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 2020-2024年第三方物流市场竞争分析
 - 15.1 2020-2024年中国第三方物流的竞争格局
 - 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 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 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 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战略选择

第十六章 中国第三方物流行业投资分析

16.1 投资机会

16.1.1 零售企业开始把物流配送外包

16.1.2 家电流通转向第三方物流

16.1.3 第三方煤炭物流迎来机遇

16.1.4 政府引导民间资本投资第三方物流

16.1.5 第三方物流业有望迈进黄金发展期

16.2 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 投资建议

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 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 对中国第三方物流行业发展前景预测

17.1 中国物流业的发展前景及趋势

17.1.1 中国物流行业发展前景广阔

17.1.2 中国物流行业未来发展趋势

17.1.3 中国物流市场将进一步加强整合

17.1.4 “十四五”期间物流业主要任务

17.2 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

17.2.2 中国第三方物流行业发展空间分析

17.2.3 对2025-2031年中国第三方物流市场规模预测分析

17.2.4 中国第三方物流的发展趋势

17.2.5 我国第三方物流的发展方向

17.2.6 第三方物流商趋向多元化发展

17.2.7 第三方物流变革的主要趋势

附录

附录一：《中华人民共和国邮政法》（2024修正版）

附录二：《中华人民共和国国家标准物流术语》

附录三：《道路货物运输服务业管理办法》

附录四：《关于促进物流业健康发展政策措施的意见》

附录五：《关于鼓励和引导民间投资进入物流领域的实施意见》

附录六：《关于深化流通体制改革加快流通产业发展的意见》

附录七：《深化流通体制改革加快流通产业发展重点工作部门分工方案》

图表目录

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 北美三大国家第三方物流市场规模

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 欧洲部分国家第三方物流市场规模（按规模排序）

图表 欧洲部分国家第三方物流市场规模（按增速排序）

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 2024年我国快递业务收入结构

图表 2024年我国快递业务量结构图

图表 2024年我国各地区快递业务收入结构

图表 2024年我国各地区快递业务量结构

图表 2024年全国邮政行业发展情况表

图表 2024年分省快递服务企业业务量和业务收入情况表

图表 2024年快递业务量前50位城市情况表

图表 2024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 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 国际物流公司仓储集运

图表 外贸B2C电子商务平台仓储集运

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 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 广东省第三方物流企业在各市的分布图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202503/481634.html>