



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国汽车物流行业 市场调查及投资预测报告

一、调研说明

《2009-2012年中国汽车物流行业市场调查及投资预测报告》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/138175.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

第一章 2009-2010年中国汽车物流行业发展环境分析 1

一、2009-2010年中国经济发展环境分析 1

(一) 2009年上半年中国宏观经济运行情况 1

(二) 全球金融危机对中国产业格局影响 6

(三) 中国应对金融危机的措施 10

二、2009-2010年中国汽车物流行业发展政策分析 15

(一) 《商用车运输服务规范》 15

(二) 《乘用车水路运输服务规范》 17

(三) 相关产业政策影响分析 18

三、2009-2010年中国汽车物流行业发展社会环境分析 20

第二章 汽车物流行业相关概述 38

一、汽车物流相关介绍 38

(一) 汽车物流的概念 38

(二) 汽车物流行业的特点 38

(三) 中国汽车产业物流配送的三大主要模式 39

(四) 中国汽车物流现行的主体模式 40

二、汽车物流的四个环节 42

(一) 供应链采购下的零部件供应物流 42

(二) 实现精益生产的生产物流 42

(三) 实施柔性化管理的销售物流 43

(四) 实现"绿色物流"目标的回收物流 43

三、汽车逆向物流分析 44

(一) 汽车逆向物流的概念 44

(二) 汽车逆向物流的产生 44

(三) 汽车逆向物流的作用及意义 46

(四) 中国汽车逆向物流存在的三个问题 47

(五) 提高汽车逆向物流服务水平的发展措施 49

第三章 2009-2010年全球汽车物流行业发展状况分析 51

一、2009-2010年全球汽车物流行业发展综述 51

- (一) 国际汽车行业物流管理的提升之路 51
- (二) 国际汽车物流供应链应用上RFID技术 54
- (三) 全球汽车物流行业特点分析 58
- 二、2009-2010年全球主要国家汽车物流行业发展情况分析 59
 - (一) 德国汽车物流行业发展分析 59
 - (二) 美国汽车物流行业发展分析 64
 - (三) 日本汽车物流行业发展分析 65
- 三、2009-2012年全球汽车物流行业发展趋势分析 68

第四章 2009-2010年中国汽车物流行业运行形势分析 70

- 一、2009-2010年中国汽车物流行业发展概况 70
 - (一) 中国汽车物流市场呈现快速增长趋势 70
 - (二) 中国汽车物流将迈入水运时代 71
 - (三) 中国汽车物流标准体系建设情况 73
- 二、2009-2010年中国汽车物流行业发展存在的问题 76
 - (一) 中国汽车物流行业与国外存在巨大差距 76
 - (二) 中国汽车物流行业存在的主要问题 77
 - (三) 中国汽车物流亟待升级 79
 - (四) 雪灾暴露中国汽车物流行业存在的短板 80
 - (五) 中国汽车出口物流不畅存在的主要原因 81
- 三、2009-2010年汽车物流行业的发展对策探讨 82
 - (一) 中国汽车物流行业发展策略 82
 - (二) 发展中国汽车物流行业的调整思路 83
 - (三) 中国汽车物流业的五个发展措施 85
 - (四) 建立汽车物流标准化体系的思路探索 86
 - (五) 解决中国汽车出口物流不畅的主要对策 90

第五章 2009-2010年中国汽车物流行业企业运营管理及成本分析 92

- 一、2009-2010年中国部分汽车制造企业物流运作管理情况 92
 - (一) 一汽大众首创国内第三方物流备件供应售后模式 92
 - (二) 长安汽车零部件物流的管理运作模式 93
 - (三) BMW公司汽车物流运作管理的优化研究 96

二、2009-2010年中国汽车物流行业成本分析 101

（一）物流成本的概念 101

（二）中国汽车物流行业成本过高 103

（三）以资源整合来降低汽车物流成本 104

（四）中国汽车物流企业降低成本策略 107

（五）上海通用汽车物流成本管理三大策略 109

三、2009-2010年中国汽车物流行业组建战略联盟分析 112

（一）战略联盟的概念 112

（二）汽车物流与生产企业的主要战略联盟形式 113

（三）汽车物流企业之间的主要战略联盟形式 113

（四）国外汽车物流巨头纷纷到中国组建战略联盟 113

第六章 2009-2010年中国整车物流产业运行走势分析 115

一、2009-2010年中国整车物流行业发展概况 115

（一）中国整车物流业的发展特点 115

（二）中国整车物流发展模式探析 117

（三）中国整车物流运作与发达国家的比较分析 119

二、2009-2010年中国港口整车物流发展分析 120

（一）港口整车物流的介绍及主要特点 120

（二）中国港口整车物流面临的主要问题 121

（三）国外港口整车物流发展的经验启示 121

（四）中国港口整车物流的发展建议 123

三、2009-2010年中国中国整车物流行业发展面临的问题 123

（一）中国整车物流存在的主要问题 123

（二）中国整车物流遭遇机制困局 125

（三）制约中国整车物流的几个因素 126

四、2009-2010年中国整车物流行业的发展对策分析 127

（一）中国整车物流的发展建议 127

（二）构建汽车行业整车物流体系的措施 129

第七章 2009-2010年中国汽车零部件物流产业运行动态分析 131

一、2009-2010年中国汽车零部件物流发展分析 131

(一) 汽车零部件物流市场需求分析	131
(二) 中国汽车零部件业的物流商机	134
(三) 汽车零部件物流发展模式分析	137
二、2009-2010年中国汽车零部件物流与整车物流的比较	141
(一) 研究汽车零部件物流与整车物流的意义	141
(二) 整车与零部件功能特性的差别	142
(三) 汽车物流服务模式的区别	142
(四) 汽车物流管理过程的比较	144
三、2009-2010年中国汽车零部件物流业存在的问题、对策分析	147
(一) 中国汽车零部件物流存在的主要问题	147
(二) 汽车零部件物流企业的发展建议	148

图表目录：

图表 1：1992-2009年我国GDP增速走势	1
图表 2：工业增加值增速走势	2
图表 3：投资、消费、出口增长走势	3
图表 4：CPI、PPI走势图	4
图表 5：进出口贸易走势图	5
图表 6：货币供应量走势图	6
图表 7：新增贷款及增速	6
图表 8：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）	8
图表 9：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）	8
图表 10：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）	9
图表 11：近期公布的刺激经济的政策一览表	11
图表 12：乘用车03-08年表现对比分析（万台，%）	23
图表 13：04-08年汽车月度销售走势	24
图表 14：历年汽车大类车型走势对比	25
图表 15：中国汽车市场07-08年销量增长分析	26
图表 16：07-08年汽车主力车型走势	26
图表 17：08年12月主力车型产销特征	27
图表 18：全国汽车08年1-12月销售结构分析（万台，构成比）	28
图表 19：设备及前置运送成本与送货频率之关系	98

图表 20：物流成本最佳化之潜能 99

图表 21：BMW公司某厂房送货过程的物流成本 100

图表 22：3个BMW工厂的供货商的4种最佳化替代方案 100

2009-2010年中国汽车物流行业市场调查及投资发展预测报告（下册）

目 录

第八章 2009-2010年中国第三方汽车物流行业运行态势分析 151

一、2009-2010年中国第三方汽车物流发展概况 151

（一）第三方物流对汽车制造企业发展的有利作用 151

（二）国外汽车行业第三方物流的应用 152

（三）中国汽车第三方物流企业发展现状 155

（四）中国汽车第三方物流已进入快速发展阶段 157

（五）中国汽车制造企业应用第三方物流主要模式 163

二、2009-2010年中国第三方汽车物流行业面临的问题 164

（一）中国汽车第三方物流行业存在的主要问题 164

（二）中国第三方汽车物流行业面临的挑战 165

（三）中国汽车行业第三方物流应用中存在的障碍 168

三、2009-2010年中国汽车第三方物流行业发展对策分析 169

（一）中国第三方汽车物流行业改革策略 169

（二）三方联动共同推动汽车第三方物流发展 170

（三）汽车第三方物流企业的发展策略 171

第九章 2009-2010年中国汽车物流企业市场运营情况透析 173

一、2009-2010年汽车物流企业的品牌建设情况分析 173

（一）中国汽车物流品牌发展现状 173

（二）汽车物流企业品牌建设的主要内容 174

（三）汽车物流企业品牌建设实施与维护措施 175

二、2009-2010年中国汽车物流企业绩效评估管理分析 178

（一）中国汽车物流企业进行绩效评估的必要性 178

（二）汽车物流企业绩效评估指标选取方法 178

（三）汽车物流企业主要绩效评估方法 183

三、2009-2010年中国汽车物流企业面临的问题及对策 184

(一)	中国汽车物流企业面临的主要挑战	184
(二)	中国汽车物流企业的整合机遇及对策	187
(三)	中国汽车物流企业降本增效措施分析	188
(四)	汽车物流企业应当构筑的四项核心能力	190
(五)	汽车物流企业成功的两大方面关键因素	191
第十章	2009-2010年中国汽车物流与供应链产业运行分析	195
一、	2009-2010年中国供应链角度上的汽车物流改善	195
(一)	现代物流演变的原因和走向分析	195
(二)	汽车行业物流向供应链的演变分析	195
(三)	汽车制造企业应保持供应链的主导地位	197
二、	2009-2010年中国汽车企业集团应用集成供应链物流模式分析	197
(一)	集成供应链物流模式的内涵	197
(二)	集成供应链物流模式具有的主要特点	198
(三)	集成供应链物流模式的应用分析	199
三、	汽车供应链与第三方物流	206
(一)	运用现代物流整合汽车行业供应链	206
(二)	第三方物流在汽车供应链管理中的作用	207
(三)	第三方汽车物流供应链发展分析	207
四、	2009-2010年中国汽车物流与供应链的发展策略	212
(一)	汽车物流供应链的优化与管理	212
(二)	汽车物流供应链管理的发展对策	215
(三)	供应链管理情况下汽车物流的创新对策	219
(四)	供应链管理下中国汽车业应采用的物流模式	220
第十一章	2009-2010年中国汽车物流的信息化产业运行局势分析	222
一、	2009-2010年中国汽车物流信息化发展概况	222
(一)	信息化对法国汽车物流业产生的影响	222
(二)	汽车物流行业信息化的作用	223
(三)	搭建汽车物流信息平台的重要性	225
(四)	中国汽车物流信息化发展现状	226
二、	2009-2010年中国中国整车物流管理信息化分析	228
(一)	中国汽车业面临着整车物流管理的变革	228
(二)	整车企业对商品车运输管理系统的需求	228

(三) 整车物流管理系统实例分析	230
三、2009-2010年中国汽车物流行业信息化发展策略	232
(一) 中国汽车物流信息化的发展对策	232
(二) 汽车物流业发展信息化应当先发展信息平台	233
第十二章 2009-2010年中国汽车物流行业市场竞争格局分析	235
一、2009-2010年中国汽车物流行业竞争现状分析	235
(一) 汽车物流品牌竞争分析	235
(二) 汽车物流行业成本竞争分析	235
(三) 汽车物流行业价格竞争分析	238
二、2009-2010年中国部分地区汽车物流业格局分析	239
(一) 广东南海崛起汽车物流经济圈	239
(二) 广州港已成华南地区最大汽车物流枢纽	240
(三) 广州芳村构筑汽车物流基地	240
(四) 吉林省汽车物流行业发展现状	241
(五) 国际汽车物流巨头涌进武汉经济开发区	242
(六) 天津亟待给汽车物流业运输松绑	243
三、2009-2010年中国汽车物流行业提升竞争力分析	244
第十三章 中国汽车物流重点企业分析	247
一、中外运空运发展股份有限公司	247
(一) 企业概况	247
(二) 企业财务分析	247
二、上海安吉天地汽车物流有限公司	250
(一) 企业基本概况	250
(二) 企业提升竞争力策略分析	252
(三) 企业核心业务范围分析	254
三、重庆长安民生物流有限公司	258
(一) 企业基本概况	258
(二) 企业最新资讯分析	260
(三) 企业高端汽车物流市场分析	260
四、吉林省长久实业集团有限公司	262
(一) 企业基本概况	262
(二) 长久集团扎根汽车物流行业	262

(三) 2008年长久与捷富凯达成汽车出口物流合作协议 263

五、北京福田物流有限公司 266

(一) 企业基本概况 266

(二) 福田物流快速发展策略 267

(三) 透视福田物流运行的五层次管理模式 269

(四) 信息化成福田物流发展的原动力 273

六、武汉中原发展汽车物流有限公司 275

(一) 企业基本概况 275

(二) 企业业务范围分析 275

(三) 企业运输装备分析 276

(四) 企业物流网络分析 276

第十四章 2009-2012年中国汽车物流行业发展及投资分析 277

一、2009-2012年中国汽车物流行业发展前景分析 277

(一) 中国整车物流业的发展趋势 277

(二) 中国汽车零部件物流的三大发展趋势 282

(三) 第三方将成为中国汽车物流未来发展趋势 285

二、2009-2012年中国汽车物流行业投资分析 287

(一) 中国汽车物流行业投资环境分析 287

(二) 中国汽车物流行业投资机会分析 289

(三) 中国汽车物流行业投资风险分析 290

图表目录：

图表 23：汽车物流企业绩效评估指标体系表 183

图表 24：集成供应链物流模式 202

图表 25：集成供应链物流标准化平台 202

图表 26：中外运空运发展股份有限公司主营构成（元） 247

图表 27：中外运空运发展股份有限公司每股指标 249

图表 28：中外运空运发展股份有限公司获利能力 249

图表 29：中外运空运发展股份有限公司经营能力 249

图表 30：中外运空运发展股份有限公司偿债能力 250

图表 31：中外运空运发展股份有限公司资本结构 250

图表 32：中外运空运发展股份有限公司发展能力 250

图表 33：中外运空运发展股份有限公司现金流量分析 250

图表 34：安吉物流的物流资源与能力 252

图表 35：CEVA(原TNT)物流资源与能力 252

图表 36：整车物流一体化服务简介 255

图表 37：整车物流管理架构 255

图表 38：入厂物流 256

图表 39：进出口物流 257

图表 40：CKD项目实施 257

图表 41：售后物流 257

图表 42：运输管理系统 258

图表 43：售后仓库管理系统 258

图表 44：近年汽车产销量（万辆） 289

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/138175.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提供投资咨询报告、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。