



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年汽车物流市场运营 态势及战略咨询研究报告

一、调研说明

《2012-2016年汽车物流市场运营态势及战略咨询研究报告》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/204318.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

汽车产业的高速发展为汽车物流行业提供了巨大的增长空间。国际汽车物流巨头纷纷抢滩中国汽车物流市场。同时一批国有大型企业，如中远、中海、中邮、中铁也纷纷将业务扩展到汽车物流领域。中国现代汽车物流的发展已进入以整车物流为主、向零部件入厂物流、零部件售后物流以及进出口物流方向延伸的竞争新格局。

汽车产销是汽车物流行业的服务主体，其市场规模及变化情况直接影响着汽车物流行业的发展变化。据中国汽车工业协会统计，我国2011年累计生产汽车1841.89万辆，同比增长0.8%，销售汽车1850.51万辆，同比增长2.5%。

虽然再次稳居全球第一大汽车市场，但增长幅度明显下降，主要原因是2009年起实行的包括购置税优惠、汽车下乡及以旧换新等各类优惠和刺激政策全面退出，同时以北京限购为代表的抑制政策的出台也对全国市场产生了较大影响。

2011年整个汽车物流市场总量小幅增长，汽车进出口物流业务和售后服务备件物流业务增长幅度较大，商用车物流市场较往年下降，二手车、报废汽车的物流市场平稳增长。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年汽车物流市场运营态势及战略咨询研究报告》共十二章。首先介绍了中国汽车物流行业的概念，接着分析了中国汽车物流行业发展环境，然后对中国汽车物流行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国汽车物流行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国汽车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。

第一章 汽车物流概述

第一节 汽车物流相关介绍

一、汽车物流的概念

二、汽车物流行业的特点

三、中国汽车产业物流配送的三大主要模式

四、中国汽车物流现行的主体模式

第二节 汽车物流的四个环节

一、供应链采购下的零部件供应物流

- 二、实现精益生产的生产物流
- 三、实施柔性化管理的销售物流
- 四、实现"绿色物流"目标的回收物流

第二章 汽车物流业运行环境析

第一节 2011年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 汽车物流业政策环境分析

第三章 中国汽车行业的发展

第一节 2011-2012年中国汽车行业发展分析

- 一、2011年我国汽车工业总体发展状况
- 二、2012年我国汽车工业总体发展状况

第二节 中国自主品牌汽车发展分析

- 一、中国汽车产业的格局
- 二、发展自主品牌的四种技术开发模式
- 三、四种技术开发模式的比较研究
- 四、中国自主品牌汽车发展展望

第三节 中国汽车行业存在的问题及发展对策

- 一、中国汽车工业发展中遭遇的瓶颈
- 二、中国汽车行业管理上存在的五大问题
- 三、中国汽车企业面临的困境与发展对策
- 四、中国发展节能环保汽车行业的几个政策建议

第四章 汽车物流行业分析

第一节 国际汽车物流行业发展分析

- 一、国际汽车行业物流管理的提升之路
- 二、国际汽车物流供应链应用上RFID技术
- 三、德国汽车物流行业发展分析

第二节 中国汽车物流行业发展分析

- 一、中国汽车物流业发展概况
- 二、国内汽车物流市场竞争情况分析
- 三、中国汽车物流将迈入水运时代
- 四、中国汽车物流标准体系建设情况

第三节 部分地区汽车物流业发展分析

- 一、广东南海崛起汽车物流经济圈
- 二、广州港已成华南地区最大汽车物流枢纽
- 三、广州芳村构筑汽车物流基地
- 四、吉林省汽车物流行业发展现状
- 五、国际汽车物流巨头涌进武汉经济开发区
- 六、天津亟待给汽车物流业运输松绑

第四节 汽车物流行业成本分析

- 一、物流成本的概念
- 二、中国汽车物流行业成本过高
- 三、以资源整合来降低汽车物流成本
- 四、中国汽车物流企业降低成本策略
- 五、上海通用汽车物流成本管理三大策略

第五节 汽车逆向物流分析

- 一、汽车逆向物流的概念及产生
- 二、汽车逆向物流的作用及意义
- 三、中国汽车逆向物流存在的三个问题
- 四、提高汽车逆向物流服务水平的发展措施

第六节 汽车物流行业组建战略联盟分析

- 一、战略联盟的概念
- 二、汽车物流与生产企业的主要战略联盟形式
- 三、汽车物流企业之间的主要战略联盟形式
- 四、国外汽车物流巨头纷纷到中国组建战略联盟

第七节 部分汽车制造企业物流运作管理情况

- 一、一汽大众首创国内第三方物流备件供应售后模式
- 二、长安汽车零部件物流的管理运作模式
- 三、BMW公司汽车物流运作管理的优化研究

四、上汽集团物流业务外包运行分析

第五章 整车物流

第一节 整车物流概述

- 一、整车物流的概念
- 二、汽车整车物流的基本特点
- 三、国内整车制造商的两大物流运作模式

第二节 中国整车物流行业发展概况

- 一、中国整车物流业的发展特点
- 二、中国整车物流发展模式探析
- 三、中国整车物流运作与发达国家的比较分析

第三节 港口整车物流发展分析

- 一、港口整车物流的介绍及主要特点
- 二、中国港口整车物流面临的主要问题
- 三、国外港口整车物流发展的经验启示
- 四、中国港口整车物流的发展建议

第四节 整车物流行业的竞争与合作分析

- 一、整车物流行业竞合概述
- 二、从价格竞争向综合竞争转变
- 三、整车物流行业的合作分析
- 四、整车物流行业已进入资本整合时代

第五节 中国整车物流行业发展面临的问题

- 一、中国整车物流存在的主要问题
- 二、中国整车物流遭遇机制困局
- 三、制约中国整车物流的几个因素

第六节 整车物流行业的发展对策及趋势

- 一、中国整车物流的发展建议
- 二、构建汽车行业整车物流体系的措施
- 三、中国整车物流业的发展趋势

第六章 汽车零部件物流

第一节 零部件物流概述

一、汽车零部件的种类

二、汽车零部件物流的分类

三、汽车零部件物流的主要运作模式

第二节 中国汽车零部件物流发展分析

一、中国汽车零部件物流发展现状

二、汽车零部件物流市场需求分析

三、中国汽车零部件业的物流商机

第三节 中国汽车零部件物流与整车物流的比较

一、研究汽车零部件物流与整车物流的意义

二、整车与零部件功能特性的差别

三、汽车物流服务模式的区别

四、汽车物流管理过程的比较

第四节 汽车零部件物流发展模式分析

一、中国汽车零部件"主机厂中心型"供应物流模式解析

二、汽车配件物流模式的改进

三、中国汽车零配件产业JIT管理物流模式分析

四、第三方汽车零配件供应物流及其发展模式分析

第五节 中国汽车零部件物流业存在的问题、对策及发展趋势

一、中国汽车零部件物流存在的主要问题

二、汽车零部件物流企业的发展建议

三、中国汽车零部件物流的三大发展趋势

第七章 第三方汽车物流

第一节 第三方物流概述

一、第三方物流的基础优势

二、第三方物流的增值优势

三、成为优秀的第三方物流企业的条件

第二节 第三方汽车物流发展概况

一、第三方物流对汽车制造企业发展的有利作用

二、国外汽车行业第三方物流的应用

三、中国汽车第三方物流企业发展现状

四、中国汽车第三方物流已进入快速发展阶段

五、中国汽车制造企业应用第三方物流主要模式

第三节 中国第三方汽车物流行业面临的问题

- 一、中国汽车第三方物流行业存在的主要问题
 - 二、中国第三方汽车物流行业面临的挑战
 - 三、中国汽车行业第三方物流应用中存在的障碍
- ### 第四节 中国汽车第三方物流行业发展对策及趋势

- 一、中国第三方汽车物流行业改革策略
- 二、三方联动共同推动汽车第三方物流发展
- 三、汽车第三方物流企业的发展策略
- 四、第三方将成为中国汽车物流未来发展趋势

第八章 汽车物流企业分析

第一节 汽车物流企业的品牌建设情况分析

- 一、中国汽车物流品牌发展现状
- 二、汽车物流企业品牌建设的主要内容
- 三、汽车物流企业品牌建设实施与维护措施

第二节 汽车物流企业绩效评估管理分析

- 一、中国汽车物流企业进行绩效评估的必要性
- 二、汽车物流企业绩效评估指标选取方法
- 三、汽车物流企业主要绩效评估方法

第三节 汽车物流企业面临的问题及对策

- 一、中国汽车物流企业面临的主要挑战
- 二、中国汽车物流企业的整合机遇及对策
- 三、中国汽车物流企业降本增效措施分析
- 四、汽车物流企业应当构筑的四项核心能力
- 五、汽车物流企业成功的两大方面关键因素

第九章 汽车物流与供应链分析

第一节 汽车供应链概述

- 一、供应链管理的概念
- 二、供应链管理的主要理念
- 三、汽车企业的供应链

四、汽车行业供应链的主要特点

五、影响汽车供应链运作的因素

六、汽车供应链的纵向及横向整合

第二节 供应链角度上的汽车物流改善

一、现代物流演变的原因和走向分析

二、汽车行业物流向供应链的演变分析

三、汽车制造企业应保持供应链的主导地位

第三节 汽车企业集团应用集成供应链物流模式分析

一、集成供应链物流模式的内涵

二、集成供应链物流模式具有的主要特点

三、集成供应链物流模式的应用分析

第四节 汽车供应链与第三方物流

一、运用现代物流整合汽车行业供应链

二、第三方物流在汽车供应链管理中的作用

三、第三方汽车物流供应链发展分析

第五节 汽车物流与供应链的发展策略

一、金融危机下汽车行业应加强物流供应链管理

二、汽车物流供应链的优化与管理

三、汽车物流供应链管理的发展对策

四、供应链管理情况下汽车物流的创新对策

五、供应链管理下中国汽车业应采用的物流模式

第十章 汽车物流的信息化

第一节 汽车物流信息化发展概况

一、信息化对法国汽车物流业产生的影响

二、汽车物流行业信息化的作用

三、搭建汽车物流信息平台的重要性

四、中国汽车物流信息化发展现状

第二节 中国整车物流管理信息化分析

一、中国汽车业面临着整车物流管理的变革

二、整车企业对商品车运输管理系统的需求

三、整车物流管理系统实例分析

第三节 汽车物流行业信息化发展策略

- 一、中国汽车物流信息化的发展对策
- 二、汽车物流业发展信息化应当先发展信息平台

第十一章 重点企业

第一节 上海安吉天地汽车物流有限公司

- 一、公司简介
- 二、安吉天地致力打造中国汽车物流王牌
- 三、安吉天地调整零部件配送业务提升企业竞争力
- 四、安吉天地构筑一体化汽车物流平台

第二节 重庆长安民生物流有限公司

- 一、公司简介
- 二、长安民生物流瞄上高端汽车物流市场
- 三、长安民生物流快速发展主要因素分析
- 四、长安民生物流进军保税物流业
- 五、2008年长安民生物流经营状况分析
- 六、2011年长安民生物流经营状况分析

第三节 吉林省长久实业集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、长久集团扎根汽车物流产业
- 三、2008年长久与捷富凯达成汽车出口物流合作协议

第四节 北京福田物流有限公司

- 一、公司简介
- 二、福田物流快速发展策略
- 三、透视福田物流运行的五层次管理模式
- 四、信息化成福田物流发展的原动力

第十二章 2012-2016年汽车物流行业前景及趋势

第一节 汽车物流行业发展存在的问题

- 一、中国汽车物流行业与国外存在巨大差距
- 二、中国汽车物流行业存在的主要问题
- 三、我国汽车物流领域存在的四个突出问题

- 四、中国汽车物流面临的挑战
- 五、中国汽车出口物流不畅存在的主要原因
- 第二节 汽车物流行业的发展对策
 - 一、中国汽车物流行业发展策略
 - 二、发展中国汽车物流行业应调整思路
 - 三、中国汽车物流业的五个发展措施
 - 四、建立汽车物流标准化体系的思路探索
 - 五、解决中国汽车出口物流不畅的主要对策
- 第三节 中国汽车物流业前景趋势分析
 - 一、中国汽车物流行业商机无限
 - 二、中国汽车物流业的发展趋势
 - 三、未来汽车物流行业或将大规模重组

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

通过《2012-2016年汽车物流市场运营态势及战略咨询研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/204318.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。