



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国第三方物流市场 调研及投资前景预测报告

一、调研说明

《2011-2015年中国第三方物流市场调研及投资前景预测报告》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/208883.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、第三方物流定义及相关要素

第一节、第三方物流的定义及本质

- 一、第三方物流的产生因素
- 二、第三方物流概念的辨析
- 三、第三方物流的特征
- 四、发展第三方物流的必然性

第二节、第三方物流的价值分析

- 一、成本价值
- 二、服务价值
- 三、风险分散价值
- 四、企业竞争力的提升价值
- 五、社会效益

第三节、从法律角度分析第三方物流

- 一、第三方物流经营业态类型的法律分类
- 二、从第三方物流的经营模式分析其法律性质
- 三、从商主体分析第三方物流企业的法律特征
- 四、从商行为分析第三方物流活动的法律特征

第二章、中国物流业的发展

第一节、中国物流业发展总体概况

- 一、中国物流业的发展背景
- 二、中国物流业进入高速发展阶段
- 三、中国物流业的布局特征分析
- 四、中国物流产业的政策体系

第二节、2008年中国物流行业的发展

- 一、2008年中国物流行业运行情况分析
- 二、2008年下半年金融危机冲击中国物流业
- 三、2008年中国物流市场发展分析
- 四、2008年我国物流业面临的机遇与挑战
- 五、2008年国内17个保税物流中心获批

第三节、2009年中国物流行业的发展

- 一、2009年中国物流业运行基本情况
- 二、2009年中国物流业的发展态势分析
- 三、2009年中国物流业发展遭遇的困难
- 四、2009年中国物流企业50强排名情况

第四节、2010年中国物流行业的发展

- 一、2010年物流业重回快速发展通道
- 二、2010年物流要素价格攀升成本压力加大
- 三、2010年现代物流示范城市建设加速
- 四、2010年中国物流业热点分析

第五节、2011年中国物流行业发展分析

- 一、2011年上半年我国物流行业运行特点
- 二、2011年1-8月我国物流行业发展综述
- 三、2011年1-8月我国社会物流总费用增长
- 四、2011年中国物流业迎来发展新契机
- 五、2011年中国物流行业发展形势分析

第六节、《物流业调整和振兴规划》解读

- 一、物流业振兴规划的影响及意义
- 二、物流业列入十大产业调整振兴规划的原因
- 三、《物流业调整和振兴规划》的框架结构
- 四、《物流业调整和振兴规划》的重点与亮点

第七节、中国物流业发展存在的问题

- 一、物流业发展存在的不足
- 二、制约中国物流产业发展的主要因素
- 三、中国物流业发展中存在的主要问题
- 四、中国物流行业发展面临的内忧外患

第八节、中国物流业的发展对策

- 一、中国物流业加速发展的新思路
- 二、中国物流业的发展建议
- 三、促进中国物流业发展的政策选择
- 四、跨区域物流服务发展的思路及措施

第三章、国际第三方物流的发展

第一节、世界第三方物流发展综述

- 一、全球第三方物流市场快速发展
- 二、欧美日第三方物流的发展特点
- 三、欧美日第三方物流发展的异同
- 四、欧美发达国家第三方物流发展经验探析

第二节、美国

- 一、美国第三方物流发展概况
- 二、美国第三方物流的广泛领域服务
- 三、美国第三方物流发展的新特点
- 四、美国第三方物流企业的服务
- 五、财政和金融成美国第三方物流拓展新方向

第三节、欧洲

- 一、欧洲第三方物流的分类
- 二、欧洲第三方物流业发展迅速
- 三、欧洲第三方物流的创新服务
- 四、欧洲大型第三方物流的五个优势
- 五、欧洲的地方性中小型企业第三方物流的优势

第四节、亚洲

- 一、第三方物流在亚洲发展概况
- 二、日本第三方物流受政府主导影响较大
- 三、韩国第三方物流行业发展壮大
- 四、亚洲第三方物流发展面临的问题
- 五、亚洲第三方物流业面临的竞争挑战
- 六、亚洲第三方物流的发展前景
- 七、亚洲第三方物流外包市场增长预测

第四章、中国第三方物流的综述

第一节、中国第三方物流产生的因素

- 一、中国国民经济的高速发展
- 二、改革开放的影响
- 三、中国物流学的发展

四、信息技术的发展

五、市场竞争的加剧

第二节、中国第三方物流的发展

一、中国第三方物流的发展变迁

二、中国第三方物流的发展现状

三、中国第三方物流的产业结构

四、中国第三方物流发展的特点

五、中国第三方物流发展的模式

第三节、中国第三方物流新服务模式分析

一、基于物流金融的第三方物流服务创新分析

二、基于连锁便利店的第三方物流模式

三、中国农产品第三方物流方兴未艾

四、中国成品油第三方物流发展分析

第四节、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

第五节、中国发展第三方物流存在的问题

一、中国第三方物流发展的主要问题

二、中国第三方物流业面临的五大矛盾

三、中国第三方物流的发展急待提速

四、中国第三方物流商与使用方互动有待提升

第六节、中国发展第三方物流的对策分析

一、中国第三方物流发展的对策

二、促进中国第三方物流发展的建议

三、中国政府对第三方物流市场发展的措施

四、中国第三方物流的市场细分和市场定位策略分析

五、中国第三方物流业发展的战略

第五章、第三方物流的市场供需分析

第一节、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及国内外需求对比
- 二、中国第三方物流市场需求状况
- 三、中国第三方物流市场的各类需求分析
- 四、造成中国第三方物流需求不足的原因
- 五、中国第三方物流需求不足的对策

第二节、第三方物流市场供需联盟的博弈简析

- 一、企业核心竞争力与外包的关系
- 二、基于第三方物流外包的弊端
- 三、基于第三方物流外包的优势
- 四、建立第三方物流供需联盟的必要性

第三节、拉动第三方物流需求的模式演进

- 一、第三方物流需求概况
- 二、第三方物流需求不足的原因
- 三、拉动第三方物流需求的可行性
- 四、拉动第三方物流需求的政策建议

第四节、中国第三方物流的供给策略

- 一、主动开拓市场
- 二、进行准确的市场定位
- 三、制定灵活的定价及结算体系
- 四、传统储运企业向第三方物流企业转型
- 五、建设实体网络
- 六、加强信息化建设

第六章、运输业与第三方物流

第一节、第三方物流运力的组建和管理

- 一、运输车队的组建模式
- 二、社会协议运力签约的条件
- 三、社会协议运力的管理和核查
- 四、随车搬运作业人员的管理和核查

第二节、第三方物流与运输业概述

- 一、2010年中国交通运输行业发展综述
- 二、2011年1-8月中国交通运输业运行特征

- 三、第三方物流与传统运输企业的区别
- 四、第三方物流对运输企业发展的影响
- 五、第三方物流发展给运输业带来的变化
- 六、中国外贸运输业向第三方物流转型分析

第三节、铁路运输与第三方物流

- 一、发展铁路物流的优劣与模式
- 二、铁路运输第三方物流模式的建立
- 三、行包运输是铁路发展第三方物流的切入点
- 四、铁路物资企业开展第三方物流的优势及策略
- 五、铁路货运代理企业发展第三方物流的策略
- 六、铁路运输发展第三方物流的建议

第四节、公路运输与第三方物流

- 一、公路运输企业发展第三方物流的重要意义
- 二、公路运输业发展第三方物流面临的问题
- 三、公路运输企业向第三方物流企业转变的对策
- 四、中小型公路运输企业向第三方物流的转型
- 五、公路运输业发展第三方物流服务的建议
- 六、公路运价对发展第三方物流的影响及建议

第五节、港口与第三方物流

- 一、港口与第三方物流的关系
- 二、第三方物流是港口发展的新方向
- 三、港口发展第三方物流可提升核心竞争力
- 四、中国港口发展第三方物流的形式和途径
- 五、中国港口第三方物流实现增效的策略
- 六、港口物流企业发展第三方物流的策略

第六节、航空业与第三方物流

- 一、第三方物流航空平台的建立
- 二、中国航空物流链一体化经营分析
- 三、中国航空快递企业第三方物流运作模式
- 四、中国航空快递企业必须开展第三方物流的因素
- 五、航空业发展第三方物流的战略

第七章、邮政业与第三方物流

第一节、中国邮政物流的发展概况

- 一、2010年中国邮政行业运行状况
- 二、2011年1-8月邮政行业运行简况
- 三、中国邮政发展物流的SWOT分析
- 四、我国出台政策发展农村邮政物流
- 五、中国邮政物流业务统计指标体系的建立

第二节、邮政业第三方物流的发展

- 一、国外邮政业进入第三方物流的特点
- 二、中国邮政开展第三方物流的现状
- 三、邮政业发展第三方物流的SWOT分析
- 四、邮政业第三方物流创新模式的架构

第三节、中国邮政发展第三方物流面临的问题

- 一、邮政发展第三方物流亟待解决的问题
- 二、邮政发展第三方物流面临的挑战
- 三、邮政企业发展物流业务存在的困惑浅析

第四节、中国邮政第三方物流发展对策

- 一、中国邮政发展第三方物流的主要措施
- 二、中国邮政参与第三方物流市场竞争的策略
- 三、邮政业开展电子商务第三方物流的思路
- 四、国内邮政物流企业发展的策略

第八章、连锁经营行业与第三方物流

第一节、零售业的连锁经营

- 一、零售业连锁发展内涵和价值观
- 二、现代连锁店对中国零售业模式的影响
- 三、中国连锁业成为零售业发展的主导趋势
- 四、中国品牌专卖连锁成为零售业的亮点

第二节、商业连锁企业与第三方物流企业的合作

- 一、商业连锁企业物流的发展概况
- 二、中国第三方物流企业的发展状况
- 三、商业连锁企业与第三方物流优势互补

四、对企业进行组织合作与专业领导

第三节、餐饮连锁企业的第三方物流模式分析

一、物流与连锁餐饮概述

二、物流对餐饮连锁企业作用重要

三、麦当劳的第三方物流模式

四、麦当劳第三方物流模式优势分析

第四节、连锁零售企业利用第三方物流的风险

一、物流外包市场不成熟的风险

二、第三方物流服务商选择不当的风险

三、财务风险

四、控制力丧失的风险

五、沟通协商及客户关系管理上的风险

第五节、第三方物流进入连锁零售业面临的挑战

一、双方企业对物流成本的理解存在歧义

二、连锁企业物流外包产生较信用风险

三、连锁企业物流成本存在不确定性

四、为连锁企业提供个性化服务难度较大

第六节、第三方物流进入连锁零售业的策略

一、选择合适的时机

二、选准合适的业态

三、选择特定的产品

四、选择合适的市场

五、抓住购物中心发展的浪潮

六、网上购物给第三方物流提供发展机会

第九章、电子商务与第三方物流

第一节、电子商务与物流

一、电子商务概述

二、电子商务与传统商务的关联及竞争分析

三、电子商务与物流的相互关系

四、电子商务环境对物流系统的影响

五、电子商务时代的现代物流业

第二节、第三方物流与电子商务的发展

- 一、第三方物流和电子商务之间的关系
- 二、电子商务下第三方物流实施模式
- 三、电子商务的发展对第三方物流的要求
- 四、电子商务交易模式下的第三方物流
- 五、电子商务中企业第三方物流模式分析

第三节、第三方物流业开展电子商务的SWOT分析

- 一、优势分析
- 二、弱点分析
- 三、机会分析
- 四、威胁分析

第四节、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、电子商务背景下第三方物流业的发展思路
- 三、电子商务环境下第三方物流企业的对策
- 四、中国电子商务行业未来发展趋势

第十章、其它行业与第三方物流

第一节、医药业与第三方物流

- 一、社会物流企业看重医药的第三方物流市场
- 二、中国药品市场发展第三方物流的可行性和必要性
- 三、第三方医药物流行业竞争的外部环境分析
- 四、第三方物流托管在医药流通行业的运用
- 五、第三方医药物流企业的SWOT分析
- 六、第三方医药物流企业发展对策

第二节、汽车行业与第三方物流

- 一、汽车工业中的第三方物流分析
- 二、第三方物流和汽车企业合作的利弊分析
- 三、第三方物流是汽车零部件产业发展的必然选择
- 四、国内汽车企业第三方物流的应用模式
- 五、第三方汽车物流企业的信息化建设

第三节、家电行业与第三方物流

- 一、中国家电物流市场的概况分析
- 二、中国家电企业物流供应链的变革
- 三、第三方物流在家电物流中的重要作用
- 四、家电物流开拓第三方物流市场的障碍及建议

第四节、建材行业与第三方物流

- 一、国内建材物流特点及主要流通模式
- 二、建材企业利用第三方物流的优势分析
- 三、建材企业与第三方物流企业合作的注重点
- 四、我国第三方建材物流的发展方向

第十一章、中国部分地区第三方物流的发展

第一节、北京

- 一、北京第三方物流产业发展空间大
- 二、第三方物流成北京社区商业重要组成部分
- 三、北京第三方物流资源较分散亟待整合
- 四、北京市整合第三方物流资源存在的瓶颈

第二节、上海

- 一、上海大力发展第三方物流的战略意义
- 二、上海物流市场对第三方物流的需求分析
- 三、上海第三方物流企业的发展概况
- 四、上海市第三方物流发展中存在的问题
- 五、上海市发展第三方物流的对策建议

第三节、珠三角地区

- 一、珠三角地区第三方物流的发展现状
- 二、珠三角地区第三方物流发展的局限性
- 三、珠三角地区第三方物流发展的对策
- 四、深圳第三方物流业的发展综述
- 五、东莞市扶持第三方物流企业发展

第四节、福建省

- 一、福建省第三方物流发展概况
- 二、泉州鞋服企业涉水第三方物流应用
- 三、福建省第三方物流发展的主要问题

四、福建省第三方物流发展的对策分析

第五节、四川省

- 一、四川省第三方物流发展概况
- 二、四川省第三方物流发展特点
- 三、2010年四川出台政策加快第三方物流发展
- 四、四川省第三方物流发展展望

第六节、其他地区

- 一、2010年江苏加强第三方药品物流企业监管
- 二、山东省第三方物流企业面临的挑战及对策
- 三、宁波北仑区第三方物流发展迅速
- 四、南通市发展第三方物流的分析
- 五、重庆第三方物流业亟需加快发展
- 六、湖南岳阳市第三方物流发展状况及对策

第十二章、中国第三方物流企业的发展

第一节、物流企业的品牌分析

- 一、中国本地物流企业品牌的分析
- 二、中国物流企业品牌创建的道路
- 三、第三方物流企业基于供应链的品牌价值
- 四、特快专递的品牌战略分析

第二节、中国第三方物流企业概况

- 一、国内第三方物流企业的市场合理定位
- 二、中国第三方物流企业发展现状与需求分析
- 三、中国第三方物流企业的运作模式
- 四、实施SOA架构逐渐成为第三方物流企业最佳选择
- 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
- 六、第三方物流企业经营的战略种类

第三节、第三方物流企业核心经营层面选择探析

- 一、运作层
- 二、管理层
- 三、规划层

第四节、民营第三方物流企业发展综述

- 一、影响民营第三方物流发展的环境变化分析
- 二、民营第三方物流企业SWOT分析
- 三、民营第三方物流企业的市场占有率分析

第五节、第三方物流企业存在的问题及对策

- 一、国内企业实施第三方物流的障碍
- 二、以顾客价值为导向的第三方物流企业经营战略
- 三、中国第三方物流企业个性化发展策略分析
- 四、中国中小型第三方物流企业的发展对策
- 五、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

第一节、UPS (UNITED PARCEL SERVICE)

- 一、公司简介
- 二、2009年UPS经营状况
- 三、2010年UPS经营状况
- 四、2011年上半年UPS经营状况
- 五、UPS的运作模式及经营管理策略分析

第二节、联邦快递 (FEDEX CORPORATION)

- 一、公司简介
- 二、2009财年联邦快递经营状况
- 三、2010财年联邦快递经营状况
- 四、2011财年联邦快递经营状况
- 五、2012财年第一季度联邦快递经营状况

第三节、德国邮政敦豪集团

- 一、公司简介
- 二、2009年德国邮政DHL经营状况
- 三、2010年德国邮政DHL经营状况
- 四、2011年上半年德国邮政DHL经营状况

第四节、TNT

- 一、公司简介
- 二、2009年TNT经营状况
- 三、2010年TNT经营状况

四、2011年上半年TNT经营状况

第五节、中储发展股份有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月中储股份经营状况分析

三、2010年1-12月中储股份经营状况分析

四、2011年1-6月中储股份经营状况分析

第六节、中国远洋物流有限公司

一、公司简介

二、中远物流抢占第三方物流市场

三、中远物流的高利润率分析

四、中国远洋物流公司的信息化建设

第七节、宝供物流企业集团有限公司

一、公司简介

二、宝供物流集团的竞争力不断增强

三、宝供物流集团创新发展模式剖析

四、宝供物流第三方物流产业的发展经验

五、企业发展战略

第八节、招商局物流集团有限公司

一、公司简介

二、招商局对物流产业的发展高度重视

三、招商局集团现代物流业发展迅速

四、招商局物流和宝洁公司合作共建分发中心

第十四章、第三方物流信息系统的发展

第一节、第三方物流系统的分析

一、第三方物流系统的概念

二、第三方物流系统的构成要素

三、第三方物流系统的特征

四、发展第三方物流系统的益处

第二节、第三方物流信息化发展概况

一、中国第三方物流管理信息系统开发与应用

二、信息化带动第三方物流业务的扩展

三、中国第三方物流信息化亟需发展

第三节、第三方物流信息系统设计分析

- 一、物流信息系统的基本功能
- 二、第三方物流信息系统的设计目标
- 三、第三方物流信息系统的设计
- 四、第三方物流信息系统建设中应注意的问题

第四节、第三方物流管理信息系统方案的设计

- 一、供应链角度下第三方物流业务运作模式分析
- 二、物流管理信息系统的主要功能及结构
- 三、第三方物流管理信息系统总体规划设计

第十五章、第三方物流竞争分析

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竞争者构成
- 三、中国第三方物流市场的竞争状况
- 四、国内第三方物流企业和国外企业相抗衡的局面
- 五、中国第三方物流中小企业的特点和竞争状态

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解析

- 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

第四节、提升第三方物流竞争力的对策

- 一、第三方物流重塑企业竞争力的一些建议
- 二、中国第三方物流业竞争策略分析
- 三、增值服务铸就第三方物流核心竞争力
- 四、第三方物流企业的市场环境及竞争战略选择

第十六章、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、医药企业运输外包成为新的趋势
- 三、家电流通转向第三方物流
- 四、第三方物流行业有望迈进黄金发展期

第二节、投资风险

- 一、第三方物流企业面临的纯粹风险及管理
- 二、交易费用的过高抑制了市场的需求
- 三、企业管理者缺乏物流外包的动力
- 四、第三方物流企业成本偏高的风险
- 五、政府管理体制的制约

第三节、我国企业投资第三方物流的建议

- 一、兼顾自身业务和社会资源的优势
- 二、分清业务重点
- 三、整合社会资源
- 四、规模经营

第四节、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

第十七章、第三方物流发展预测

第一节、中国物流业的发展前景及趋势

- 一、中国物流业未来发展展望
- 二、中国物流市场将进一步加强整合
- 三、中国物流行业的发展趋势
- 四、国内外物流企业将呈现"双向发展"

第二节、第三方物流发展的前景及趋势

- 一、中国第三方物流市场发展前景广阔
- 二、2011-2015年中国第三方物流市场规模预测分析
- 三、第三方物流商趋向多元化的发展

四、第三方物流变革的主要趋势

五、第三方物流发展的新趋势

附录

附录一：物流业调整和振兴规划

附录二：中华人民共和国邮政法（2009新修订）

附录三：中华人民共和国国家标准物流术语

附录四：国务院《关于促进流通业发展的若干意见》

附录五：新修订的《中国物流示范基地、中国物流实验基地评审验收办法》

附录六：铁路货物运价规则

附录七：中华人民共和国交通行业标准水路货物运输质量考核指标和统计要求

附录八：水路重要物资运输管理办法（征求意见稿）

附录九：中国民用航空国内航线和航班经营管理规定

附录十：《统一国际航空运输某些规则的公约》

图表目录：

图表1 2008年社会物流总额构成及增长变动情况

图表2 2008年中国社会物流总费用构成

图表3 2008年中国物流业运行情况统计表

图表4 2009中国物流企业50强企业名单

图表5 2010-2011年上半年我国社会物流总额及增长情况

图表6 2011年上半年我国社会物流总额及增长变化情况指标

图表7 2011年上半年我国社会物流总费用构成情况

图表8 2010-2011年上半年我国物流相关行业固定资产投资及变化情况

图表9 2010-2011年上半年我国公路综合运价指数

图表10 2010-2011年上半年中国沿海散货运价指数CCBFI

图表11 2011年1-8月社会物流总额及增长变化情况

图表12 日本的和平岛货物中心建设各投资方投资所占比例

图表13 增值物流服务种类

图表14 美国企业有关IT技术支持外包给3PL的比例

图表15 美国企业在关联经济环境中物流运作的变化

图表16 美国3PL中电子商务个状态所占的比重

图表17 从不同的角度分析中国物流所占的比例

- 图表18 第三方物流商与使用方在六个方面的差距分析表
- 图表19 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20 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21 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22 第三方物流可以选择不同的市场定位策略
- 图表23 欧美国家使用第三方物流服务情况表
- 图表24 中国企业对第三方物流的服务需求分析
- 图表25 中国企业对新型物流服务的需求情况
- 图表26 中国产品线对库存量的影响
- 图表27 运输成本与储存成本关系曲线图
- 图表28 运输成本与储存成本变动图
- 图表29 流通加工类型表
- 图表30 各行业对物流作业的满意程度表
- 图表31 物流供需双方一次博弈的支付矩阵
- 图表32 影响第三方物流企业成功的因素
- 图表33 物流企业市场定位步骤图
- 图表34 物流企业市场定位策略比较表
- 图表35 企业物流费用结算方式表
- 图表36 传统储运企业转型途径表
- 图表37 宝供信息化建设历程表
- 图表38 2006-2010年全国公路总里程及公路密度
- 图表39 2006-2010年全国高速公路里程
- 图表40 2010年全国各行政等级公路里程构成情况
- 图表41 2010年全国港口万吨级及以上泊位
- 图表42 2010年全国万吨级及以上泊位构成（按主要用途分）
- 图表43 2006-2010年全国公路、水路客运量
- 图表44 2006-2010年全国公路、水路货运量
- 图表45 2006-2010年全国港口货物吞吐量
- 图表46 2006-2010年全国港口旅客吞吐量
- 图表47 2006-2010年全国港口集装箱吞吐量
- 图表48 2006-2010年交通固定资产投资额及增长速度
- 图表49 2011年1-8月全国公路旅客运输量情况

图表50 2011年1-8月全国水路旅客运输量情况

图表51 2011年1-8月全国公路货物运输量情况

图表52 2011年1-8月全国水路货物运输量情况

图表53 2011年1-8月全国公路水路固定资产投资情况

图表54 航空物流链构成的示意图

图表55 2010年1-12月全国邮政行业发展情况

图表56 2010年1-12月我国快递业务月度收入情况

图表57 2010年我国快递业务收入结构情况

图表58 2010年我国东、中、西部快递业务收入结构

图表59 2011年1-8月我国快递业务月度收入情况

图表60 2011年1-8月我国分专业快递业务收入情况

图表61 2011年1-8月我国东、中、西部快递业务收入结构

图表62 2011年1-8月全国邮政行业发展情况

图表63 邮政物流业务统计指标体系结构

图表64 世界著名邮政企业业务的本土化程度分析

图表65 邮政第三方物流模式的构架图

图表66 麦当劳的物流营运流程图

图表67 企业竞争规则的变迁

图表68 汽车工业制造—销售—服务供应链示意图

图表69 没有3PL的运输和仓储模式

图表70 3PL加入后的运输和仓储模式

图表71 分布式数据库示意图

图表72 中国工业企业原材料物流的各方分担

图表73 中国产成品销售物流的各方分担

图表74 中国商业流通企业物流的各方分担

图表75 第三方物流企业的组合分类矩阵

图表76 物流服务集成内容阶梯图

图表77 2007-2009年UPS综合损益表

图表78 2007-2009年UPS不同类型业务收入情况

图表79 2007-2009年UPS不同部门收入和营业损益情况

图表80 2006-2010年UPS综合损益表

图表81 2008-2010年UPS不同类型业务收入情况

图表82 2010-2011年上半年UPS综合损益表

图表83 2010-2011年上半年UPS不同部门收入和营业损益情况

图表84 2007-2009财年联邦快递下属快递部门运营数据

图表85 2007-2009财年联邦快递综合损益表

图表86 2007-2009财年联邦快递不同部门收入细分情况

图表87 2008-2010财年联邦快递主要财务指标

图表88 2008-2010财年联邦快递收入细分情况

图表89 2010-2011财年联邦快递综合损益表(未审计)

图表90 2010-2011财年联邦快递不同部门收入细分情况

图表91 2011-2012财年第一季度联邦快递综合损益表(未审计)

图表92 2011-2012财年第一季度联邦快递不同部门收入细分情况

图表93 2008-2009年德国邮政DHL综合损益表

图表94 2008-2009年德国邮政DHL综合不同部门收入情况

图表95 2008-2009年德国邮政DHL综合不同部门收入情况

图表96 2009-2010年德国邮政DHL综合损益表

图表97 2009-2010年德国邮政DHL综合不同部门收入情况

图表98 2009-2010年德国邮政DHL不同地区外部收入情况

图表99 2010-2011年上半年德国邮政DHL综合损益表

图表100 2010-2011年上半年德国邮政DHL不同部门收入及利润情况

图表101 2010-2011年上半年德国邮政DHL不同地区外部收入情况

图表102 2008-2009年TNT综合损益表

图表103 2008-2009年TNT不同业务部门营业收入

图表104 2008-2009年TNT不同业务部门营业利润

图表105 2008-2009年TNT快递部门主要运营数据统计

图表106 2008-2009年TNT快递部门主要财务数据统计

图表107 2008-2009年TNT邮政部门主要财务数据统计

图表108 2009-2010年TNT邮件业务综合损益表

图表109 2009-2010年TNT快递业务综合损益表

图表110 2010年TNT邮件业务收入细分情况

图表111 2009-2010年TNT不同地区邮件业务收入分地区情况

图表112 2009-2010年TNT不同地区快递业务收入分地区情况

图表113 2010-2011年上半年TNT快递综合损益表

图表114 2011年上半年TNT快递收入及营业利润细分情况

图表115 2009年1-12月中储股份主要财务数据

图表116 2009年1-12月中储股份非经常性损益项目及金额

图表117 2007年-2009年中储股份主要会计数据

图表118 2007年-2009年中储股份主要财务指标

图表119 2009年1-12月中储股份主营业务分行业、产品情况

图表120 2009年1-12月中储股份主营业务分地区情况

图表121 2010年1-12月中储股份主要财务数据

图表122 2010年1-12月中储股份非经常性损益项目及金额

图表123 2008年-2010年中储股份主要会计数据

图表124 2008年-2010年中储股份主要财务指标

图表125 2010年1-12月中储股份主营业务分行业、产品情况

图表126 2010年1-12月中储股份主营业务分地区情况

图表127 2011年1-6月中储股份主要会计数据及财务指标

图表128 2011年1-6月中储股份非经常性损益项目及金额

图表129 2011年1-6月中储股份主营业务分行业、产品情况

图表130 2011年1-6月中储股份主营业务分地区情况

图表131 第三方物流基本作业流程

图表132 第三方物流管理系统的业务流程

图表133 第三方物流的物流管理信息系统总体功能结构

图表134 专业性强的物流企业表

图表135 物流企业规模和经营模式

图表136 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137 不同第三方物流供应商的优劣势和目标

图表138 2011-2015年全国社会物流总额预测

图表139 2011-2015年全国物流业增加值预测

图表140 物流市场的解析图

图表141 财富500强公司物流外包的比例

图表142 General Motors的物流矢量图

图表143 General Motors一次运输交易的各项成本

图表144 《铁路运输规则》中的整车货物规定计费重量表

图表145 《铁路运输规则》中的零担货物规定计费重量表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/208883.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。