



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国汽车物流市场 运营态势及投资战略咨询报告

# 一、调研说明

《2012-2016年中国汽车物流市场运营态势及投资战略咨询报告》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/208979.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、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、中国汽车行业的发展

#### 第一节、2008-2011年中国汽车行业发展分析

- 一、2008年中国汽车工业运行状况分析
- 二、2009年中国汽车工业运行状况分析
- 三、2010年中国汽车工业运行状况分析
- 四、2011年中国汽车工业运行状况分析

#### 第二节、中国汽车进出口情况分析

- 一、2008年中国汽车进出口状况
- 二、2009年中国汽车进出口状况
- 三、2010年中国汽车进出口状况
- 四、2011年中国汽车进出口状况

#### 第三节、中国自主品牌汽车发展分析

- 一、中国汽车发展自主品牌的必要性
- 二、2009-2011年我国自主品牌发展概况
- 三、中国汽车自主品牌的发展模式
- 四、跨国公司对中国汽车自主品牌发展的影响

#### 第四节、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、中国汽车市场存在的主要问题
- 三、中国汽车品牌国际化的对策分析
- 四、中国汽车产业竞争力提升的组织关系策略

### 第三章、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综述

- 一、中国汽车物流行业发展特征
- 二、汽车物流越来越受到汽车企业重视
- 三、中国汽车物流行业稳定快速发展
- 四、中国汽车物流业发展环境逐步完善

#### 第三节、2010年中国汽车物流行业发展分析

- 一、基本状况及发展特点
- 二、行业发展外延继续拓宽
- 三、行业标准制定工作稳步推进
- 四、信息化仍是行业发展热点

#### 第四节、汽车滚装物流发展分析

- 一、汽车滚装物流的概念
- 二、汽车滚装物流的特点
- 三、国内汽车滚装物流资源分析
- 四、我国汽车滚装企业物流发展的重点

#### 第五节、汽车逆向物流分析

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

#### 第六节、汽车物流行业成本分析

- 一、物流成本的概念

二、中国汽车物流行业成本较高

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

#### 第七节、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

#### 第八节、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

#### 第九节、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

#### 第十节、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

### 第四章、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、2010年汽车整车物流行业发展热点
- 三、中国整车物流发展模式探析
- 四、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

- 一、中国整车物流的发展建议
- 二、我国整车物流行业资源整合对策分析
- 三、构建汽车行业整车物流体系的措施

### 第七节、中国整车物流业的发展趋势

- 一、汽车运输资源控制趋于集中
- 二、公路运输仍是整车物流的主流
- 三、将涌现更多动态及社会化的信息平台
- 四、整车物流内涵及竞争方式将发生变化
- 五、整车物流团队将从作业型向方案和策划型转变
- 六、未来整车物流的关键能力在于合作

## 第五章、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概况

#### 二、2010年汽车零部件物流行业发展特点

#### 三、2011年汽车零部件物流导入循环取货方式

#### 四、我国汽车零部件供应物流发展概况

#### 五、第三方物流是汽车零部件产业发展的必然选择

### 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

## 第六章、第三方汽车物流

### 第一节、第三方物流概述

#### 一、第三方物流概念的辨析

#### 二、第三方物流的特征

#### 三、发展第三方物流的必然性

#### 四、第三方物流的价值分析

### 第二节、第三方汽车物流发展概况

#### 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、中国汽车第三方物流已进入快速发展阶段

四、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

## 第七章、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

## 第八章、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、流程重构达到汽车物流一体化的综述
- 四、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、汽车物流供应链的优化与管理
- 二、汽车物流供应链管理的发展对策
- 三、供应链管理情况下汽车物流的创新对策
- 四、供应链管理下中国汽车业应采用的物流模式

# 第九章、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、第三方汽车物流企业的信息化建设分析

- 一、第三方汽车物流企业信息化建设的层次
- 二、第三方汽车物流企业信息化建设的技术手段
- 三、第三方汽车物流企业信息化建设应注意的问题

## 第四节、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

# 第十章、重点企业

## 第一节、上海安吉汽车零部件物流有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年上海安吉发展经营状况
- 三、2010年上海安吉7号滚装船启航投运
- 四、2011年上海安吉经营概况及发展动态

## 第二节、重庆长安民生物流有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月长安民生物流经营状况分析
- 三、2010年1-12月长安民生物流经营状况分析
- 四、2011年1-9月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、长久集团发展历程
- 三、长久集团业务发展的四大系统
- 四、长久集团扎根汽车物流产业

## 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

# 第十一章、中国汽车物流业前景趋势分析

## 第一节、中国汽车物流市场前景预测

- 一、未来中国汽车物流市场将依旧繁荣
- 二、"十二五"我国汽车物流业将加快发展
- 三、2012-2016年中国汽车物流业发展预测分析
- 四、未来汽车物流企业或将大规模重组

## 第二节、中国汽车物流行业发展趋势分析

- 一、品牌和个性化服务创造竞争优势
- 二、服务的标准化和资源的整合
- 三、汽车整车物流的稳定增长
- 四、汽车零部件物流的兴盛

附录：

附录一：《商用车运输服务规范》（WB/T1032-2006）说明

附录二：《商用车运输服务规范》（WB/T1032-2006）

附录三：《乘用车水路运输服务规范》（WB/T1033-2006）说明

附录四：《乘用车水路运输服务规范》（WB/T1033-2006）

图表目录：

图表1 2007-2009年月度汽车销量情况

图表2 2007-2009年月度汽车销量同比增长情况

图表3 2008-2009年月度乘用车销量及同比变化情况

图表4 2008-2009年月度商用车销量及同比变化情况

图表5 2008-2009年第六节、L及以下排量乘用车月度销量情况

图表6 2009年汽车工业经济指标同比变化情况

图表7 2009年国内汽车销售市场占有率

图表8 2008-2010年月度汽车销量变化情况

图表9 2008-2010年月度汽车销量同比变化情况

图表10 2009-2010年月度乘用车销量及同比变化情况

图表11 2009-2010年商用车月度销量及同比变化情况

图表12 2010年第六节、L及以下乘用车销量及同比变化情况

图表13 2010年汽车工业重点企业经济指标同比变化情况

图表14 2010年国内汽车销售市场占有率

图表15 2009-2011年月度汽车销量及同比变化情况

- 图表16 2009-2011年月度乘用车销量变化情况
- 图表17 2009-2011年月度商用车销量变化情况
- 图表18 2009-2011年第六节、L及以下乘用车销量变化情况
- 图表19 2011年国内汽车销售市场占有率
- 图表20 2005-2011年中国汽车及零部件进出口走势
- 图表21 2005-2011年中国汽车及零部件进出口结构
- 图表22 2007-2011年中国汽车及零部件进出口逐季度走势
- 图表23 2005-2011年中国汽车整车进出口走势
- 图表24 2005-2011年汽车整车进口数量逐季走势
- 图表25 2008-2011年汽车整车进口数量逐月走势
- 图表26 2007-2011年汽车整车各车型进口走势
- 图表27 2007-2011年热点车型季度进口量走势对比
- 图表28 2009-2011年进口轿车各排量区间季度进口量走势
- 图表29 2009-2011年进口SUV各排量季度走势对比
- 图表30 2006-2011年轿车进口来源国数量分析
- 图表31 2009-2011年轿车进口国别分析
- 图表32 2006-2011年进口SUV数量及份额分析
- 图表33 2009-2011年SUV进口国别特征分析
- 图表34 2011年1-9月进口品牌表现
- 图表35 2004-2011年整车出口总体走势分析
- 图表36 2008-2011年汽车整车出口逐月走势
- 图表37 2006-2011年整车出口结构特征分析
- 图表38 2006-2011年汽车热点车型出口量季度走势对比
- 图表39 2007-2011年轿车各排量区间季度出口量走势
- 图表40 2006-2011年轿车出口目标市场分析
- 图表41 2007-2011年四驱SUV各排量季度出口走势对比
- 图表42 2006-2011年四驱SUV出口目标市场分析
- 图表43 2006-2011年卡车出口热点市场走势分析
- 图表44 2006-2010年国内轿车市场份额变化比较
- 图表45 2007-2011年国内轿车市场份额变化比较
- 图表46 汽车滚装物流全过程示意图
- 图表47 2009年调查汽车企业物流成本构成

- 图表48 2008-2009年中日调查汽车企业物流费用率比较
- 图表49 设备与前置运送成本与送货频率之关系
- 图表50 物流成本最佳化之潜能
- 图表51 BMW公司某厂房送货过程的物流成本
- 图表52 3个BMW工厂的供货商的4种最佳化替代方案
- 图表53 中国汽车物流业的三种模式
- 图表54 最佳库存决策模型
- 图表55 主要国家或地区汽车制造企业物流成本占销售额百分比
- 图表56 A公司部分主要业务流程示意图
- 图表57 A公司的部分主要作业流程示意图
- 图表58 TPL企业发展汽车零配件供应物流运作的模式一
- 图表59 TPL企业发展汽车零配件供应物流运作的模式二
- 图表60 TPL企业发展汽车零配件供应物流运作的模式三
- 图表61 汽车工业制造&mdash;销售&mdash;服务供应链示意图
- 图表62 没有3PL的运输和仓储模式
- 图表63 3PL加入后的运输和仓储模式
- 图表64 汽车物流企业绩效评估指标体系
- 图表65 汽车供应链整体流程
- 图表66 分布式数据库示意图
- 图表67 2009年1-12月长安民生物流主要财务数据
- 图表68 2009年1-12月长安民生物流主营业务分行业情况
- 图表69 2010年1-12月长安民生物流合并综合收益表
- 图表70 2010年1-12月长安民生物流主营业务分部资料
- 图表71 2011年1-9月长安民生物流合并综合收益表
- 图表72 2011年1-9月长安民生物流非经常性损益项目及金额
- 图表73 2012-2016年中国汽车行业销售收入预测
- 图表74 2012-2016年中国汽车物流行业市场规模预测
- 图表75 商用车运输质损代码表
- 图表76 商用车运输质损类型解析表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/208979.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。