



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2017年公路物流市场深度 分析与投资前景预测报告

# 一、调研说明

《2013-2017年公路物流市场深度分析与投资前景预测报告》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/236585.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

公路物流是以公路运输企业为服务主体，以生产企业、商业企业以及其他物流需求者为服务对象，树立以“客户为中心”的服务理念，采用先进的组织与管理技术和手段，在货物运输业务基础上，开展多样化、综合化、一体化物流服务。公路物流系统主要有以下几个方面的优点：擅长门到门服务；运作方便灵活；规模小、运距短；公路物流系统的建设费用较少、运输过程中中间环节少，因而相比其他运输方式而言物流成本较低；作为其他几种运输方式的重要补充和衔接，公路物流有良好的衔接功能；公路运输和仓储、装卸、搬运等关系密切，有很好的融合性，有利于其实现与各行业资源的整合，提供专业化物流服务。同时公路物流也有其不足：其主要物流装备汽车是以燃油为主要动力，存在耗能与空气、噪声等污染问题；其相对的灵活性而导致管理控制相对困难，诸如驾驶员的组织监督、线路的优化调度、业务的远程控制、车辆的合理利用、交通事故的处理等问题的控制及合理解决。我国公路货运行业可大致分为零担快运、专业物流、专线、合约物流、快递、最后一公里配送等六大业态。目前，我国公路物流行业处于生命周期中的成长期，在这一时期，行业的下游制造业、零售业等的发展和广阔的市场给我国公路物流行业带来巨大的发展空间。目前，我国公路物流行业增长速度快，发展前景广阔。

2012年末全国公路总里程达423.75万公里，比上年末增加13.11万公里。全国高速公路里程达9.62万公里，比上年末增加1.13万公里。2012年末，全国等级公路里程360.96万公里，比2011年末增加15.60万公里。等级公路占公路总里程的85.2%，提高1.1个百分点。其中，二级及以上公路里程50.19万公里，增加2.83万公里，占公路总里程的11.8%，提高0.3个百分点。全国高速公路里程达9.62万公里，比2011年末增加1.13万公里。全国高速公路车道里程42.46万公里，增加4.87万公里。未来我国运输车辆将围绕提高运输效率、降低能耗、确保运输安全三大目标发展，路网建设将得到进一步加强，形成以高速公路为骨架、主要公路客货运输站为枢纽，将全国重要城市、工农业中心、交通枢纽和主要陆上口岸连接起来，并通过发达的干、支线公路和农村公路，构成主干线、干线、支线相衔接的、高效便捷、四通八达的全国公路网，物流配套设施如物流中心、货场等也将得到发展。

艾凯集团发布的《2013-2017年公路物流市场深度分析与投资前景预测报告》共十二章，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合公司对公路物流相关企业和科研单位等的实地调查，对国内外公路物流行业的供给与需求状况、相关行业的发展状况、市场消费变化等进行了分析。重点研究了主要公路物流品

牌的发展状况，以及未来中国公路物流行业将面临的机遇以及企业的应对策略。报告还分析了公路物流市场的竞争格局，行业的发展动向，并对行业相关政策进行了介绍和政策趋向研判，是公路物流生产企业、科研单位、零售企业等单位准确了解目前公路物流行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 第一部分 产业深度分析

### 第一章 公路物流行业发展综述 1

#### 第一节 公路物流行业定义及分类 1

##### 一、行业定义 1

##### 二、行业主要分类 1

#### 第二节 公路物流行业特征分析 2

##### 一、产业链分析 2

##### 二、公路物流行业在国民经济中的地位 2

##### 三、公路物流行业生命周期分析 4

###### 1、行业生命周期理论基础 4

###### 2、公路物流行业生命周期 9

#### 第三节 最近3-5年中国公路物流行业经济指标分析 9

##### 一、赢利性 9

##### 二、成长速度 9

##### 三、发展空间 10

##### 四、进入壁垒 / 退出机制 11

##### 五、风险性 12

##### 六、行业周期 13

##### 七、竞争激烈程度指标 13

##### 八、行业及其主要子行业成熟度分析 14

### 第二章 我国公路物流行业运行分析 15

#### 第一节 我国公路物流行业发展状况分析 15

##### 一、我国公路物流行业发展阶段 15

##### 二、我国公路物流行业发展总体概况 16

##### 三、我国公路物流行业发展特点分析 17

##### 四、我国公路物流行业商业模式分析 19

## 第二节 2012-2013年公路物流行业发展现状 20

### 一、2012-2013年我国公路物流行业市场规模 20

### 二、2012-2013年我国公路物流行业发展分析 21

### 三、2012-2013年中国公路物流企业发展分析 22

## 第三节 区域市场分析 26

### 一、区域市场分布总体情况 26

### 二、2012-2013年重点城市市场分析 26

## 第四节 公路物流细分市场分析 30

### 一、细分市场特色 30

### 二、重点细分市场前景预测 31

## 第三章 我国公路物流行业供求分析 34

### 第一节 国内市场需求分析 34

#### 一、需求规模 34

#### 二、需求结构 36

#### 三、区域市场 36

### 第二节 国内市场供给分析 37

#### 一、供给规模 37

#### 二、供给结构 38

#### 三、区域分布 39

## 第二部分 产业结构分析

## 第四章 公路物流行业产业结构分析 42

### 第一节 公路物流产业结构分析 42

#### 一、市场细分充分程度分析 42

#### 二、市场细分的必要性分析 42

#### 三、领先企业的结构分析（所有制结构） 44

### 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 44

#### 一、产业价值链的构成 44

#### 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 46

### 第三节 产业结构发展预测 46

#### 一、产业结构调整指导政策分析 46

- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 49
- 三、中国公路物流行业参与国际竞争的战略市场定位 50
- 四、产业结构调整方向分析 54

## 第五章 我国公路物流行业产业链分析 57

### 第一节 公路物流行业产业链分析 57

- 一、产业链结构分析 57
- 二、主要环节的增值空间 57
- 三、与上下游行业之间的关联性 58

### 第二节 公路物流上游行业分析 61

- 一、公路物流成本构成 61
- 二、2012-2013年上游行业发展现状 63
- 三、2013-2017年上游行业发展趋势 79
- 四、上游行业对公路物流行业的影响 86

### 第三节 公路物流下游行业分析 87

- 一、公路物流下游行业分布 87
- 二、2012-2013年下游行业发展现状 89
- 三、2013-2017年下游行业发展趋势 103
- 四、下游需求对公路物流行业的影响 113

## 第三部分 竞争格局分析

## 第六章 我国公路物流行业竞争形势及策略 116

### 第一节 行业总体市场竞争状况分析 116

- 一、公路物流行业竞争结构分析 116
  - 1、现有企业间竞争 116
  - 2、潜在进入者分析 116
  - 3、替代品威胁分析 116
  - 4、供应商议价能力 117
  - 5、客户议价能力 117
  - 6、竞争结构特点总结 117
- 二、公路物流行业企业间竞争格局分析 118
- 三、公路物流行业集中度分析 118

#### 四、公路物流行业SWOT分析 119

#### 第二节 中国公路物流行业竞争格局综述 122

##### 一、公路物流行业竞争概况 122

###### 1、中国公路物流行业竞争格局 122

###### 2、公路物流行业未来竞争格局和特点 122

###### 3、公路物流市场进入及竞争对手分析 124

##### 二、中国公路物流行业竞争力分析 126

###### 1、我国公路物流行业竞争力剖析 126

###### 2、我国公路物流企业市场竞争的优势 128

###### 3、国内公路物流企业竞争能力提升途径 130

##### 三、公路物流市场竞争策略分析 131

#### 第七章 公路物流行业领先企业经营形势分析 137

##### 第一节 德邦物流股份有限公司 137

###### 一、企业概况 137

###### 二、企业优势分析 137

###### 三、2012-2013年经营状况 138

###### 四、2013-2017年发展规划 138

##### 第二节 天地华宇物流有限公司 139

###### 一、企业概况 139

###### 二、企业优势分析 140

###### 三、2012-2013年经营状况 140

###### 四、2013-2017年发展规划 141

##### 第三节 上海佳吉快运有限公司 142

###### 一、企业概况 142

###### 二、企业优势分析 142

###### 三、2012-2013年经营状况 143

###### 四、2013-2017年发展规划 143

##### 第四节 新时代通成（上海）物流集团有限公司 144

###### 一、企业概况 144

###### 二、企业优势分析 144

###### 三、2012-2013年经营状况 145

四、2013-2017年发展规划 145

第五节 天津大田集团有限公司 146

一、企业概况 146

二、企业优势分析 147

三、2012-2013年经营状况 148

四、2013-2017年发展规划 149

第六节 江苏新宁现代物流股份有限公司 149

一、企业概况 149

二、企业优势分析 150

三、2012-2013年经营状况 152

四、2013-2017年发展规划 155

第七节 远成物流股份有限公司 156

一、企业概况 156

二、企业优势分析 157

三、2012-2013年经营状况 158

四、2013-2017年发展规划 159

第八节 芜湖安得物流股份有限公司 162

一、企业概况 162

二、企业优势分析 162

三、2012-2013年经营状况 164

四、2013-2017年发展规划 166

第九节 宝供物流企业集团有限公司 167

一、企业概况 167

二、企业优势分析 168

三、2012-2013年经营状况 170

四、2013-2017年发展规划 171

第十节 上海盛辉物流有限公司 171

一、企业概况 171

二、企业优势分析 172

三、2012-2013年经营状况 173

四、2013-2017年发展规划 173



#### 第四部分 投资价值研究

#### 第八章 2013-2017年公路物流行业投资前景 174

##### 第一节 2013-2017年公路物流市场发展前景 174

- 一、2013-2017年公路物流市场发展潜力 174
- 二、2013-2017年公路物流市场发展前景展望 177
- 三、2013-2017年公路物流细分行业发展前景分析 179

##### 第二节 2013-2017年公路物流市场发展趋势预测 181

- 一、2013-2017年公路物流行业发展趋势 181
- 二、2013-2017年公路物流企业发展趋势预测 182

##### 第三节 2013-2017年中国公路物流行业供需预测 183

- 一、2013-2017年中国公路物流行业供给预测 183
- 二、2013-2017年中国公路物流行业需求预测 184

##### 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势 185

- 一、市场整合成长趋势 185
- 二、重卡轻量化产品领航公路物流市场 187
- 三、专线市场向公路快运的转型。 189
- 四、影响企业销售与服务方式的关键趋势 190

#### 第九章 2013-2017年公路物流行业投资环境分析 193

##### 第一节 公路物流行业政治法律环境分析 193

- 一、行业管理体制分析 193
- 二、行业主要法律法规 201
- 三、行业相关发展规划 205

##### 第二节 公路物流行业经济环境分析 207

- 一、国际宏观经济形势分析 207
- 二、国内宏观经济形势分析 219
- 三、产业宏观经济环境分析 235

##### 第三节 公路物流行业社会环境分析 238

- 一、公路物流产业社会环境 238
- 二、社会环境对行业的影响 248
- 三、公路物流产业发展对社会发展的影响 249

## 第十章 2013-2017年公路物流行业投资机会与风险 251

### 第一节 公路物流行业投融资情况 251

#### 一、行业资金渠道分析 251

#### 二、固定资产投资分析 251

#### 三、兼并重组情况分析 253

### 第二节 2013-2017年公路物流行业投资机会 262

#### 一、产业链投资机会 262

#### 二、细分市场投资机会 263

#### 三、重点区域投资机会 264

### 第三节 2013-2017年公路物流行业投资风险及防范 266

#### 一、政策风险及防范 266

#### 二、供求风险及防范 267

#### 三、宏观经济波动风险及防范 267

#### 四、关联产业风险及防范 268

#### 五、其他风险及防范 269

## 第十一章 公路物流行业投资战略研究 271

### 第一节 公路物流行业发展战略研究 271

#### 一、战略综合规划 271

#### 二、业务组合战略 272

#### 三、区域战略规划 273

#### 四、产业战略规划 273

#### 五、营销品牌战略 273

#### 六、竞争战略规划 274

### 第二节 对我国公路物流品牌的战略思考 276

#### 一、公路物流品牌的重要性 276

#### 二、公路物流实施品牌战略的意义 278

#### 三、公路物流企业品牌的现状分析 279

#### 四、我国公路物流企业的品牌战略 279

#### 五、公路物流品牌战略管理的策略 281

### 第三节 公路物流经营策略分析 282

#### 一、公路物流市场细分策略 282

二、公路物流市场创新策略	284
三、品牌定位与品类规划	290
四、公路物流新产品差异化战略	291
第四节 公路物流行业投资战略研究	293
一、2013年公路物流行业投资战略	293
二、2013-2017年公路物流行业投资战略	295
三、2013-2017年中小公路物流企业投资战略	298
第五节 高速公路物流园投资分析	299
一、高速公路服务区发展物流的优势	299
二、高速公路物流园发展构想	301

第十二章 研究结论及投资建议	304
第一节 公路物流行业研究结论	304
第二节 公路物流行业投资价值评估	305
第三节 公路物流行业投资建议	307
一、行业发展策略建议	307
二、行业投资方向建议	310
三、行业投资方式建议	312

## 图表目录

图表：行业生命周期图表分析	5
图表：我国高端与低端物流市场进入与退出壁垒比较	12
图表：我国公路物流产业阶段及特点分析	15
图表：2013年1-6月我国公路货运量及增长情况（亿吨）	20
图表：2013年1-6月我国公路货物周转量及增长情况	21
图表：2013年1-6月我国公路货运量总计	21
图表：2013年1-6月我国公路货物周转量总计	21
图表：国内生产和商贸企业选择3PL意愿比较图	35
图表：工业企业和商贸企业外包比例对比	35
图表：公路物流行业产业链结构图	57
图表：2013年6月交通固定资产投资完成情况（万元）	63
图表：2008-2012年我国公路总里程及公路密度情况	63

图表：2013年1-6月中国石油和化工主要子行业固定资产投资情况 64

图表：2013年1-6月中国石油和化工三大子行业固定资产投资结构图 65

图表：2006-2012年我国社会消费品零售总额 96

图表：2006-2012年我国批发和零售业固定资产投资总额 96

图表：2006-2011年我国批发业和零售业平均毛利率 97

图表：2012年批发零售业上市公司所属细分行业分布情况 98

图表：2008-2013年我国网购规模占社会消费品零售总额比例 99

图表：2012-2013年我国中小企业B2B电子商务总营收规模 100

图表：2012-2013年我国电子商务市场交易规模 100

图表：2012-2013年我国中小企业B2B电子商务运营平台服务营收市场份额 101

图表：公路物流低碳化发展的运行模式 127

图表：2012年江苏新宁现代物流股份有限公司按行业构成经营状况 152

图表：2012年江苏新宁现代物流股份有限公司按产品构成经营状况 152

图表：2012年江苏新宁现代物流股份有限公司按地区构成经营状况 152

图表：2012-2013年江苏新宁现代物流股份有限公司偿债能力分析 153

图表：2012-2013年江苏新宁现代物流股份有限公司资本结构分析 153

图表：2012-2013年江苏新宁现代物流股份有限公司经营效率分析 153

图表：2012-2013年江苏新宁现代物流股份有限公司获利能力分析 154

图表：2012-2013年江苏新宁现代物流股份有限公司发展能力分析 154

图表：2012-2013年江苏新宁现代物流股份有限公司现金流量分析 154

图表：2012-2013年江苏新宁现代物流股份有限公司投资收益分析 155

图表：2013年第一季度主要经济体GDP增速（%） 218

图表：2013年4月份二十国集团CPI变化情况 218

图表：2013年4月份中美日欧制造业PMI（%） 218

图表：2013年5月份中美日欧零售变化情况（%） 218

图表：2013年5月份美日欧等发达经济体失业率（%） 219

图表：2008-2012年中国国内生产总值增长速度 219

图表：2012年中国国内生产总值 220

图表：2011-2012年全国产业增长值及变化 220

图表：2012年季度国内生产总值环比增长速度 221

图表：2011-2012年全国消费价格同比变化情况 223

图表：2011-2012年居民消费价格同比上涨情况 223

图表：2012年居民消费价格比2010年涨跌幅度 224

图表：2011-2012社会消费品零售总额比较 224

图表：2012年消费零售总额城乡比较 225

图表：2011-2012年社会消费零售总额名义增速 225

图表：2013年1-5月社会消费品零售总额增长率概况 226

图表：2013年1-5月份社会消费品零售总额主要数据 226

图表：2011年中国城镇居民人均可支配收入增速 228

图表：2012年中国城镇居民人均可支配收入增速 228

图表：2013年城镇居民人均可支配收入 229

图表：2011年固定资产投资同比增速情况 230

图表：2011年固定资产投资同比增速情况 231

图表：2011-2012年房地产开发投资同比增速情况 231

图表：2008-2012年人口及其自然增长率变化情况 239

图表：2011-2012年中国人口性别变化 240

图表：2011-2012年中国人口各年龄段变化 240

图表：2011-2012年全国人户分离人口变化 241

图表：2011-2012年全国流动人口变化 241

图表：2011-2012年全国各类型教育在校生情况 243

图表：2011-2012年全国各类型教育毕业生情况 244

图表：2012年5月-2013年5月固定资产投资（不含农户）同比增速 252

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/236585.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。