



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国第三方物流行业调研及投资咨询报告

一、调研说明

《2008-2010年中国第三方物流行业调研及投资咨询报告》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/44884.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

2008年，对于第三方物流来说，过去的许多不利因素将继续存在，但新的机遇也在不断涌现。2008年，各级政府主管部门将加大对物流业发展的重视和支持力度，第三方物流服务日益得到社会重视和认可，生产及制造业企业也更多的开始尝试进行物流业务外包，促使物流外包业务发展不断加快，区域物流联动发展趋势也将日益显现。同时，物流服务逐步由单一运输向配送、仓储、包装、加工、金融服务一体化发展，向供应链整合与一体化管理发展；国内传统运输企业向现代物流企业转型速度加快；国内市场全面开放，中国日益成为世界制造中心、生产中心。这些因素都为第三方物流的发展创造了机会。

在机遇凸现的同时，来自多个层面的挑战仍影响着第三方物流。2008年，由于对国外物流企业的市场进入壁垒和对国内物流企业的保护不复存在，国外物流巨头将依托其国际网络和整体优势，加强对国内物流企业的收购和整合，以抢占国内高端物流服务市场和中小客户市场，开始正式进入国内物流和快递市场竞争。同时，随着物流服务信息化水平不断提高，增值物流内容更加完善，物流网络竞争、人才竞争、技术竞争、价值竞争等将给国内物流企业发展带来更大压力。另外，第三方物流面临的挑战也将具体表现在条块管理模式的制约、城市交通管理的制约、专业人才不足的制约、物流技术应用和服务标准滞后的制约方面。

预计2008年，市场集中度将会进一步提高，管理也将更加规范。“网络、成本、竞争的压力，管理能力、服务能力的考验，将促使市场进一步分化，实力弱、网络小、服务能力差的物流企业将大量被兼并、整合、重组，市场集中度进一步提高。同时，市场规范管理力度将进一步加大，品牌影响力大、网络全、服务能力强的物流企业必将得到更多的关注和政策支持，强者愈强、大者逾大的现象将更加突出。”

从长远来看，中国的第三方物流产业尚处于起步阶段，迫切需要政府部门的大力支持和推动，为现代物流的发展创造良好的宏观环境。目前中国第三方物流市场规模还较小，而且高度分散，面对庞大的物流市场需求和弱小的供应能力国外物流企业早已跃跃欲试。预测未来几年中国物流业将保持快速增长态势，中国物流市场发展前景广阔，给了投资者一个发挥的空间。预测到2010年中国物流行业的产值将达到12000亿元。那么，在当前第三方物流行业发展形势下，我国第三方物流企业该如何分析当前行业发展形势、把握未来市场发展方向，根据行业趋势制定发展战略呢？

本报告主要国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、中国交通运输部、中国物流行业协会、中国仓储协会、国内外相关刊物的基础信息以及第三方物流行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界第三方物流行业整体发展大势，对中国第三方物流行业的发展情况、相关行业、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来第三方物流行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了第三方物流行业今后的发展与投资策略，为第三方物流企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【 目 录 】

第一部分 行业发展分析

第一章 第三方物流定义及相关要素 1

第一节 第三方物流的定义及本质 1

一、第三方物流的产生因素 1

二、第三方物流概念的辨析 2

三、第三方物流的基本特征 3

四、运用第三方物流的优越性 3

第二节 第三方物流的价值分析 4

一、成本价值 4

二、服务价值 5

三、风险分散价值 6

四、企业竞争力的提升价值 7

五、社会效益 7

第三节 从法律角度分析第三方物流 8

一、第三方物流经营业态类型的法律分类 8

二、从第三方物流的经营模式分析其法律性质 9

三、从商主体分析第三方物流企业的法律特征 12

四、从商行为分析第三方物流活动的法律特征 13

第二章 国际第三方物流的发展	16
第一节 第三方物流世界环境概述	16
一、欧美日第三方物流的发展特点	16
二、欧美日第三方物流发展的异同	18
三、世界第三方物流的发展前景	21
第二节 美国	22
一、美国第三方物流发展概况	22
二、美国第三方物流的产业结构	23
三、美国第三方物流的发展的特征	24
四、美国第三方物流企业的服务	25
五、财政和金融成为美国第三方物流公司业务拓展新方向	27
第三节 欧洲	30
一、欧洲第三方物流的分类	30
二、欧洲第三方物流发展概述	31
三、欧洲第三方物流发展速度迅猛	33
四、欧洲大型第三方物流的五个优势	37
五、欧洲的地方性中小型企业第三方物流的优势	39
第四节 亚洲	42
一、第三方物流在亚洲发展概况	42
二、亚洲第三方物流发展面临的问题	45
三、亚洲第三方物流的发展前景	46
第三章 中国物流业的发展	47
第一节 中国物流业发展总体概况	47
一、物流产业在中国的兴起以及产业规模	47
二、十五时期中国现代物流业取得巨大进展	49
三、中国物流业发展进入高速发展期	52
四、中国物流业的布局特征	52
第二节 2003-2008年中国物流业的运行	56
一、2003年中国社会物流总值增长情况	56
二、2004年中国物流行业的运行	57

三、2005年中国物流经济的整体运行	59
四、2006年中国物流行业运行分析	61
五、2007年物流业发展概况	75
六、2008年物流业发展情况分析	78
第三节 中国物流业发展存在的问题	81
一、物流业发展存在的不足	81
二、中国物流业发展中存在的主要问题	82
三、影响中国物流产业发展的因素	84
四、中国物流行业发展面临的内忧外患	86
第四节 中国物流业的发展对策	87
一、中国物流业发展应该重视的方面	87
二、促进物流业发展的对策	94
三、中国物流业发展的建议	95
四、加快中国物流业发展的六大攻略	96
第四章 中国第三方物流的综述	103
第一节 中国第三方物流产生的因素	103
一、中国国民经济的高速发展	103
二、改革开放的影响	104
三、中国物流学的发展	104
四、信息技术的发展	106
五、市场竞争的加剧	106
第二节 中国第三方物流的发展	107
一、中国第三方物流发展回顾	107
二、中国第三方物流业发展的概况	112
三、中国第三方物流发展的特点	114
四、中国第三方物流发展的模式	117
五、2008年第三方物流新局	119
第三节 中国第三方物流业并购的原因与影响简析	123
一、第三方物流并购的必然性	123
二、第三方物流企业并购整合的方式	126
三、第三方物流业并购的影响	127

四、	第三方物流业并购的趋势	129
第五章	中国第三方物流企业的发展	130
第一节	物流企业的品牌分析	130
一、	中国本地物流企业品牌的分析	130
二、	中国物流企业品牌创建的道路	131
三、	第三方物流企业基于供应链的品牌价值	133
四、	特快专递的品牌战略分析	135
第二节	中国第三方物流企业概况	137
一、	从新的角度理解第三方物流公司	137
二、	中国第三方物流企业发展的分类	141
三、	第三方物流企业经营的战略种类	141
四、	第三方物流企业的资源整合分析	143
五、	国内第三方物流企业的市场合理定位	149
六、	第三方物流企业的虚拟化	154
第三节	第三方物流企业核心经营层面选择探析	155
一、	运作层	156
二、	管理层	156
三、	规划层	157
第四节	民营第三方物流企业发展综述	160
一、	影响民营第三方物流发展的环境变化分析	161
二、	民营第三方物流企业SWOT分析	162
三、	民营第三方物流企业的市场占有率分析	164
第六章	第三方物流的市场供需分析	167
第一节	第三方物流市场供需的总体概况	167
一、	第三方物流市场的服务内容及国内外需求内容的对比	167
二、	中国第三方物流市场的各类需求	172
三、	造成中国第三方物流需求不足的原因	175
四、	中国第三方物流需求不足的对策	176
第二节	第三方物流市场供需联盟的博弈简析	178
一、	企业核心竞争力与外包的关系	178

二、基于第三方物流外包的弊端	178
三、基于第三方物流外包的优势	179
四、建立第三方物流供需联盟的必要性	180
第三节 拉动第三方物流需求的模式演进简析	180
一、第三方物流需求概况	180
二、第三方物流需求不足的原因分析	181
三、“拉动”的可行性	182
四、“拉动”中的政策建议	183
第四节 中国第三方物流的供给策略	184
一、树立以客户为中心的经营观念，主动开拓市场	184
二、物流企业如何正确市场定位	186
三、制定灵活的定价及结算体系	188
四、传统储运企业向第三方物流企业转型	189
五、建设实体网络	190
六、加强信息化建设	191
第七章 第三方物流信息系统的发展	194
第一节 第三方物流系统的分析	194
一、第三方物流系统的概念	194
二、第三方物流系统的构成要素	194
三、第三方物流系统的特征	195
四、发展第三方物流系统的益处	196
第二节 第三方物流信息化发展概况	196
一、中国第三方物流管理信息系统开发与应用	196
二、信息化带动第三方物流业务的扩展	198
三、中国第三方物流信息化亟需发展	203
第三节 第三方物流信息系统设计分析	210
一、物流信息系统的基本功能	210
二、第三方物流信息系统的设计目标	211
三、第三方物流信息系统的设计	212
四、第三方物流信息系统建设中应注意的问题	214
第四节 第三方物流管理信息系统方案的设计	215

- 一、供应链角度下第三方物流业务运作模式分析 215
- 二、物流管理信息系统的主要功能及结构 217
- 三、第三方物流管理信息系统总体规划设计 225

第二部分 相关行业发展分析

第八章 运输业与第三方物流 229

第一节 第三方物流运力的组建和管理 229

- 一、运输车队的组建模式 229
- 二、社会协议运力签约的条件 229
- 三、社会协议运力的管理和核查 230
- 四、随车搬运作业人员的管理和核查 231

第二节 第三方物流与运输业概述 233

- 一、2007年中国交通运输行业的运行 233
- 二、第三方物流与传统运输企业之间的区别 242
- 三、第三方物流对运输企业发展的影响 243
- 四、第三方物流发展给运输业带来的变化 244
- 五、中国外贸运输业向第三方物流转型的分析 245

第三节 铁路运输与第三方物流 250

- 一、发展铁路物流的优劣与模式 250
- 二、国内铁路物流人才需求与培养的简析 254
- 三、铁路运输第三方物流模式的建立 259
- 四、铁路行包运输发展第三方物流的可行性及对策 263
- 五、铁路物资企业开展第三方物流的优势及策略 266
- 六、铁路货运代理企业向第三方物流发展的策略 269
- 七、铁路运输发展第三方物流的建议 273

第四节 公路与第三方物流 275

- 一、中小型公路运输企业向第三方物流的转型 275
- 二、公路运价对公路发展第三方物流的影响及建议 280
- 三、公路运输业发展第三方物流面临的问题 283
- 四、公路运输业发展第三方物流服务的建议 283

第五节 港口与第三方物流 285

- 一、集装箱逆向物流系统的设计与优化分析 285

二、港口与第三方物流的关系	289
三、港口拓展第三方物流正恰时	291
四、港口第三方物流发展策略分析	293
第六节 航空业与第三方物流	297
一、第三方物流航空平台的建立	297
二、中国航空快递企业第三方物流运作模式	300
三、中国航空快递企业必须开展第三方物流的因素	302
四、中国机场企业航空物流发展浅析	303
五、航空业发展第三方物流的战略	310

第九章 邮政业与第三方物流 312

第一节 中国邮政物流的发展概况	312
一、中国邮政业经营规模已经超过800亿元	312
二、邮政物流推动新农村的发展建设	312
三、中国邮政物流业务统计指标体系的建立	314
第二节 邮政业第三方物流的发展	318
一、国外邮政业进入第三方物流的特点	318
二、中国邮政发展第三方物流的SWOT分析	319
三、邮政业第三方物流创新模式的架构	321
四、中国邮政参与第三方物流市场竞争的策略	324
第三节 中国邮政发展第三方物流面临的问题	326
一、邮政企业发展物流业务存在的困惑浅析	326
二、邮政物流同城配送业务经营中的问题	332
三、中国邮政第三方物流面临的挑战	334
第四节 中国邮政第三方物流发展对策	334
一、国内邮政物流企业发展的策略	334
二、中国邮政发展第三方物流的突破口与路线	336

第十章 连锁零售业与第三方物流 338

第一节 零售业的连锁经营	338
一、零售业连锁发展内涵和价值观	338
二、现代连锁店对中国零售业模式的影响	340

三、连锁业成为零售业发展的主导趋势	341
第二节 商业连锁企业与第三方物流企业的合作发展分析	344
一、商业连锁企业物流的发展概况	345
二、中国第三方物流企业的发展状况	345
三、商业连锁企业与第三方物流的优势互补	347
第三节 第三方物流进入连锁零售业领域面临的挑战	350
一、双方企业对物流成本的理解存在歧义	350
二、连锁企业把物流外包所产生的信用风险比较大	350
三、连锁企业的物流成本存在不确定性	351
四、为连锁企业提供个性化服务的难度较大	351
第四节 第三方物流进入连锁零售业市场的策略	352
一、选择合适的时机	352
二、选准合适的业态	353
三、选择特定的产品	353
四、选择合适的市场	354
五、抓住购物中心发展的浪潮	355
六、网上购物给第三方物流提供新的发展机会	355
第十一章 电子商务与第三方物流	357
第一节 电子商务的发展对第三方物流的要求分析	357
一、电子商务与物流的相互关系	357
二、电子商务的发展对第三方物流的要求	358
三、电子商务环境对物流系统的影响分析	361
第二节 第三方物流与电子商务的发展	367
一、电子商务与传统商务的关联、竞争以及有效性的分析	367
二、第三方物流和电子商务之间的关系	375
三、中国第三方物流业开展电子商务的SWOT分析	377
四、电子商务交易模式下的第三方物流	378
五、电子商务中企业第三方物流模式分析	382
六、电子商务时代的现代物流业	388
第三节 第三方物流开展电子商务的对策与趋势	389
一、第三方物流业发展电子商务的竞争战略	389

二、电子商务环境下第三方物流企业的对策 391

三、中国电子商务的发展趋势 392

第十二章 其它行业与第三方物流 395

第一节 医药业与第三方物流 395

一、第三方物流给医药流通带来的改变 395

二、社会物流企业看重医药的第三方物流市场 397

三、医药批发企业转向第三方物流的建议 402

四、中国药品市场发展第三方物流的可行性和必要性 403

五、第三方物流托管在医药流通行业的运用分析 405

六、医药第三方物流发展存在的困惑 409

第二节 汽车行业与第三方物流 414

一、中国汽车物流业的总体发展概况 414

二、第三方物流在汽车工业中的重要性概述 420

三、国内汽车企业第三方物流应用模式 422

第三节 家电行业与第三方物流 426

一、家电物流的发展概况 426

二、浅析中国家电企业物流供应链的变革 429

三、家电流通业期待第三方物流 432

第三部分 行业竞争格局

第十三章 第三方物流竞争格局分析 434

第一节 中国第三方物流的竞争格局 434

一、第三方物流与企业竞争力概况 434

二、中国第三方物流市场中的竞争企业的分析 435

三、中国第三方物流中小企业的特点和竞争状态 439

四、连锁超市物流系统竞争力的建设概况 440

第二节 第三方物流竞争力评估与简析 444

一、第三方物流竞争力综合体系评估 444

二、中国物流业竞争力的宏观分析 445

三、中国物流业竞争力的微观分析 447

第三节 提升第三方物流竞争力的对策 448

一、 第三方物流重塑企业竞争力的一些建议	448
二、 增值服务铸就第三方物流核心竞争力	450
三、 第三方物流企业的市场环境及竞争发展战略选择	454
第十四章 中国部分地区第三方物流的发展	459
第一节 北京	459
一、 北京第三方物流市场蕴藏着巨大的商机	459
二、 北京市整合第三方物流资源存在的瓶颈	459
三、 北京第三方物流市场发展潜力巨大	461
第二节 上海	462
一、 外资第三方物流抢占上海口岸保税仓储业务	462
二、 从经济战略角度分析上海市发展第三方物流的意义	463
三、 上海第三方物流发展现状	475
四、 上海市第三方物流发展中存在的问题	478
五、 上海市发展第三方物流的建议	480
第三节 深圳	484
一、 深圳发展第三方物流业的需求分析	484
二、 深圳第三方物流企业发展状况分析	485
三、 深圳第三方物流业的发展措施	487
第十五章 国内外知名第三方物流企业	490
第一节 UPS	490
一、 UPS公司的运作模式	490
二、 2008年一季度UPS的盈利分析	496
三、 UPS业务整合发展进入收官阶段	497
四、 UPS的经营管理策略	499
五、 联合包裹(UPS)将在上海建立国际航空转运中心	500
第二节 联邦快递	501
一、 联邦快递“一地清关服务”覆盖整个欧盟成员国	501
二、 2007年联邦快递在中国推出快递服务	505
三、 联邦快递正式进入南京	506
四、 联邦快递在中国最大的地面操作站投入运营	506

五、未来联邦快递将加大在中国内地市场中的投入	507
第三节 DHL	508
一、中外运敦豪在中国的业务发展增长三成以上	508
二、DHL进入中国内地货物空运市场	509
三、未来DHL将在中国再投资1.1亿美元	509
第四节 中储发展	510
一、公司简介	510
二、2006年中储发展经营状况分析	511
三、2007年中储发展经营状况分析	511
四、2008年上半年中储发展经营状况分析	512
第五节 中远物流	519
一、公司简介	519
二、中远物流抢点第三方物流市场	520
第六节 宝供物流	524
一、集团简介	524
二、宝供公司的优势	526
三、宝供物流企业集团的发展历程	527
四、宝供物流第三方物流产业的发展经验	528
五、企业发展战略	535
第七节 招商局物流	537
一、公司简介	537
二、招商局对物流产业的发展高度重视	539
三、2007年招商局物流升级为招商局集团直属一级公司	539

第四部分 行业发展趋势及战略

第十六章 第三方物流发展趋势及对策 542

第一节 物流市场的发展趋势 542

- 一、国际物流市场上竞争的发展方向 542
- 二、中国物流市场发展的重点趋势 544
- 三、中国物流市场的九个发展新趋向 547
- 四、中国物流业将步入科学发展新时期 550

第二节 第三方物流的发展前景 552

一、中国第三方物流市场发展的前景广阔	552
二、第三方物流商趋向多元化的发展	553
三、第三方物流变革的主要趋势	555
四、第三方物流发展的新趋势	562
第三节 中国发展第三方物流存在的问题	563
一、第三方物流发展面临的难题	563
二、中国第三方物流发展存在的不足	565
三、中国第三方物流的发展急待提速	566
第四节 中国发展第三方物流的对策	568
一、中国第三方物流的发展措施	568
二、中国第三方物流发展的建议	569
三、中国政府对第三方物流市场发展的措施	570
四、中国第三方物流的市场细分和市场定位策略分析	574
五、中国第三方物流业发展的战略	577
第五节 第三方物流企业存在的问题及对策	582
一、第三方物流企业发展面临的病症	582
二、国内企业实施第三方物流的障碍	585
三、企业拓展第三方物流的建议	590
四、中国第三方物流企业的国际化发展战略	598
五、第三方物流企业整合与改造发展建议	601
第十七章 第三方物流的投资分析	604
第一节 投资机会	604
一、零售企业开始把物流配送外包	604
二、医药企业运输外包成为新的趋势	608
三、家电流通转向第三方物流	612
四、第三方物流有着巨大的投资潜力	613
第二节 投资风险	615
一、第三方物流本身存在的风险	615
二、交易费用的过高抑制了市场的需求	617
三、企业管理者缺乏物流外包的动力	619
四、政府管理体制的制约	621

第三节 投资第三方物流企业的战略选择	623
一、成本领先战略适合拥有实力的企业	623
二、集中化战略适合具有一定自身优势的企业	624
三、起步较晚的企业可以运用差异化战略	625

附录

附录一：中华人民共和国国家标准物流术语	626
附录二：国务院《关于促进流通业发展的若干意见》	637
附录三：关于公布新修订的《中国物流示范基地、中国物流实验基地评审验收办法》的通知	643
附录四：铁路货物运价规则	649
附录五：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	662
附录六：水路重要物资运输管理办法（征求意见稿）	665
附录七：中国民用航空国内航线和航班经营管理规定	671
附录八：《统一国际航空运输某些规则的公约》	677

图表目录

图表：美国3PL市场总营业额	23
图表：第三方物流在欧洲市场概况表	32
图表：欧洲第三方物流经营商排名	33
图表：1991-2004年社会物流总成本与GDP的比例	48
图表：1997年-2001年我国社会物流总成本变化图	54
图表：1992年—2001年我国物流业产值变化图	54
图表：我国三大地带物流产值变化示意图	55
图表：我国三大地带物流产值构成示意图	55
图表：我国南北部物流产值变化示意图	56
图表：1991-2006年社会物流总额增长率	61
图表：1991-2006年社会物流总额构成	62
图表：1991-2006年社会物流总额	62
图表：1991-2006年每单位GDP的物流需求系数	63
图表：1991-2006年社会物流总费用增长率	64
图表：1991-2006年社会物流总费用与GDP的比例	64

图表：1991-2006年社会物流总费用构成 65

图表：1991-2006年社会物流总费用 66

图表：1991-2006年物流业增加值占第三产业增加值比重 66

图表：1991-2006年物流业增加值占GDP比重 67

图表：1991-2006年物流业增加值增长率 68

图表：1991-2006年物流业增加值 68

图表：1991-2006年物流用主要设施增长率（1） 69

图表：1991-2006年物流用主要设施增长率（2） 70

图表：1991-2006年物流用主要设施（1） 70

图表：1991-2006年物流用主要设施（2） 71

图表：1991-2006年物流业固定资产投资额 72

图表：1991-2006年物流业固定资产投资构成 72

图表：1991-2006年物流业固定资产投资额增长率 73

图表：1991-2006年货运周转量 74

图表：1991-2006年货运周转量构成 74

图表：1991-2006年货运周转量增长率 75

图表：2007年上半年社会物流总额及需求系数 78

图表：2007年上半年社会物流总额构成及增长变动情况 78

图表：2008年上半年社会物流总额构成及增长变动情况 78

图表：2008年上半年社会物流总费用构成图 80

图表：欧美国家使用第三方物流服务情况表 169

图表：我国企业第三方物流服务需求图 170

图表：流通加工类型表 172

图表：各行业对物流作业的满意程度表 173

图表：传统储运企业转型途径表 189

图表：宝供信息化建设历程表 192

图表：第三方物流信息流程图 217

图表：物流信息管理系统方案设计图 220

图表：2007年1-12月铁路货运量总计 253

图表：2007年1-12月铁路货运量总计累计 253

图表：2007年1-12月铁路货运量总计累计同比 254

图表：2008年1-06月铁路货运量总计 254

图表：2008年1-06月铁路货运量总计累计	254
图表：2008年1-06月铁路货运量总计累计同比	254
图表：2007年1-12月公路货运量总计累计	279
图表：2007年1-12月公路货运量总计累计同比	279
图表：2008年1-06月公路货运量总计	280
图表：2008年1-06月公路货运量总计累计	280
图表：2008年1-06月公路货运量总计累计同比	280
图表：2007年1-12月民用航空货运量总计	299
图表：2007年1-12月民用航空货运量总计累计	299
图表：2007年1-12月民用航空货运量总计累计同比	299
图表：2008年1-06月民用航空货运量总计	299
图表：2008年1-06月民用航空货运量总计累计	300
图表：2008年1-06月民用航空货运量总计累计同比	300
图表：中国机场企业航空物流SWOT分析	304
图表：元素 a_{ij} 的取值	305
图表：面向机场的航空物流关键内部因素	306
图表：面向机场的航空物流关键外部因素	307
图表：邮政物流业务统计指标体系结构	316
图表：企业竞争规则的变迁	368
图表：企业速度的提升	370
图表：中国上网用户历届调查情况	371
图表：中国电子商务市场总体规模发展与预测	373
图表：图书市场的价值曲线	374
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司主营构成表	513
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司流动资产表	515
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司长期投资表	515
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司固定资产表	515
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司无形及其他资产表	515
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司流动负债表	516
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司长期负债表	516
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司股东权益表	516
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司主营业务收入表	517

图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司主营业务利润表	517
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司营业利润表	517
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司利润总额表	517
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司净利润表	517
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司每股指标表	518
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司获利能力表	518
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司经营能力表	518
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司偿债能力表	518
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司资本结构表	519
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司发展能力表	519
图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司现金流量分析表	519
图表：第三方物流可以选择不同的市场定位策略	575
图表：不同的第三方物流企业有不同的优势和劣势	577

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44884.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。