



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国物流配送市场 研究年度报告

一、调研说明

《2004-2005年中国物流配送市场研究年度报告》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/45357.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

【目录】主要结论

- 一、2004年全球物流配送市场发展概述 2 (一) 发展现状与特点
 - 2 1、配送市场呈现共同化和计划性特征
 - 3 2、配送区域趋于扩大化
 - 3 3、“直达”配送发展迅速
 - 3 4、配送管理自动化和信息化水平较高
 - 3 5、仓储与配送更具现代化与综合体系化
- 4 (二) 主要国家和地区发展概要
 - 4 1、美国
 - 4 2、日本
 - 6 3、欧洲
 - 8 4、亚太(除日本外)
- 二、2004年中国物流配送市场规模与结构 12 (一) 市场现状
 - 12 1、物流需求快速上升，增幅明显高于经济增长
 - 13 2、物流需求弹性逐年增高，经济增长越来越依赖于物流的发展
 - 14 3、社会物流总效益提高，增值服务加速发展
 - 14 4、物流传统运作仍占主流，物流业总体水平比较落后
 - 15 5、物流基础设施投资规模较大，但增长速度较慢；设施落后物流效率仍然较低
- 15 (二) 市场结构
 - 15 1、按物流配送功能划分物流配送中心结构
 - 18 2、按物流配送采用的模式划分市场产品结构
 - 19 3、品牌市场结构
 - 21 4、子市场结构
- 三、2004年中国物流配送市场供需分析 24 (一) 需求分析
 - 24 1、各产业的物流配送需求布局
 - 32 2、物流配送需求主体分析
 - 33 3、物流市场需求内容多样化发展
 - 34 4、市场需求水平进一步提高
- 36 (二) 供给分析
 - 37 1、物流市场规模不断扩大，主要有四大类服务商
 - 38 2、物流配送运输价格概况

- 40 3、第三方物流供应主体分析
- 41 (三) 市场特征分析 四、2004年中国物流配送市场竞争格局与主力厂商市场竞争力评价 42
 - (一) 竞争格局
 - 42 1、总体竞争水平不高，四类主要服务商的市场竞争格局
 - 43 2、区域集中度分析
 - 43 (二) 主力厂商市场竞争力评价
 - 43 1、主力厂商概况
 - 46 2、竞争力指标
 - 47 3、主力厂商竞争力量化比较
 - 49 (三) 成长性厂商竞争力分析
 - 49 1、市场机会与风险
 - 49 2、成长性厂商市场分布特点
 - 49 3、成长性厂商市场竞争力评价
- 五、影响2005 - 2009年中国物流配送市场发展因素 52 (一) 有利因素
 - 52 1、物流基础设施以较快的速度和较大的规模增加
 - 53 2、宏观政策环境的支持
 - 54 3、物流管理水平逐渐提高
 - 55 4、现代信息技术的推动作用
 - 55 5、现代企业物流意识逐步增强
 - 56 6、新兴物流配送市场的出现，拓展了业务空间
- (二) 不利因素
 - 57 1、传统物流模式的束缚
 - 57 2、制度环境因素的影响
 - 57 3、信息网络技术仍然落后
 - 58 4、物流市场的无序发展
 - 58 5、专业人才缺乏，管理水平较低
 - 59 6、专业化服务程度不高
- 六、2005 - 2009年中国物流配送市场发展趋势分析
 - (一) 产品发展趋势
 - 60 1、企业物流继续向社会专业物流转变
 - 60 2、工业品仍是物流发展的主体
 - (二) 需求发展趋势
 - 61 1、物流顾问成为物流供应商的需要
 - 61 2、利用信息技术提供更全面的服务

61	3、一体化全套物流服务需求	
62	4、高质量的、专业化的物流服务需求	七、2005 - 2009年中国物流配送市场发展预测 63
	(一) 预测方法	
63	(二) 市场规模预测	
63	1、2005 - 2009年物流总成本规模预测	
64	2、第三方物流市场规模预测	
67	(三) 市场结构预测	
67	1、物流供应商结构预测	
67	2、需求对象结构预测	
68	3、需求范围和层次预测	
	八、建议	71 (一) 对政府有关主管部门
71	1、政府要统一布局，进一步加快体制改革步伐	
71	2、进一步规范物流配送市场的秩序	
72	(二) 对企业	
72	1、充分利用企业现有各类资源配置，发挥协同效应	
72	2、建立联盟，努力扩展企业物流配送网络	
73	3、提升企业全方位、专业化、个性化服务水平	
74	4、努力树立企业品牌形象，争取品牌竞争优势	
74	5、积极研究科学化、经济化的物流运作方式	
75	6、建立物流配送信息化管理平台	
75	7、采用科学的管理方法，提升企业和员工的双重内在发展动力	报告说明 表目录 13 表1
	2003年1 - 9月全社会物流总值构成分布以及增长速度	
13	表2 经济发展与物流需求关系	
14	表3 2003年1 - 9月全社会物流总成本构成分布以及增长速度	
33	表4 2002年对物流作业内容需求情况调查	
37	表5 2003年北京物流业规模数据	
38	表6 铁路货物运价率表	
39	表7 电气化附加费费率表	
39	表8 铁路建设基金费率表	
40	表9 常用铁路运输货物整车运价号码	
46	表10 主力及成长性厂商竞争力评价指标	
47	表11 主力厂商竞争力量化比较	

50	表12 成长性厂商竞争力量化比较
66	表13 第三方物流市场规模预测
图目录 16	图1 按物流配送功能划分物流配送中心
18	图2 按照物流配送模式划分的类型
19	图3 各类型物流配送中心数量对比示意图
34	图4 企业物流业务分配
35	图5 企业物流委托内容
35	图6 企业选择的物流代理商的类型
36	图7 企业期望物流商提供的服务内容
44	图8 中国外运股份有限公司物流产品和服务示意图
64	图9 2005 - 2009年物流总成本预测
66	图10 2005 - 2009年第三方物流市场规模预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45357.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。