

2012-2016年中国第三方物流行业分析与前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2012-2016年中国第三方物流行业分析与前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qita/Z22719B902.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

相关报告：智研数据研究中心 (www.abaogao.com)

第三方物流是指生产经营企业为集中精力搞好主业，把原来属于自己处理的物流活动，以合同方式委托给专业物流服务企业，同时通过信息系统与物流企业保持密切联系，以达到对物流全程管理控制的一种物流运作与管理方式。

近几年来，我国政府和各省市政府已开始认识到物流对于推动经济发展、改善投资环境和提高地区经济和工商企业在国内外市场上的竞争能力的重要性，把发展现代物流作为一项涉及经济全局的战略性问题来抓。把发展现代物流作为经济腾飞的重要措施和支撑点之一。可以说，当今中国，现代物流已经走到了经济发展的前台，成为了社会的热点。

智研数据研究中心发布的《2012-2016年中国第三方物流行业分析与前景预测报告》共十一章。首先介绍了第三方物流发展概述、中国物流业运行，接着分析了我国第三方物流发展的现状，然后介绍了中国第三方物流供需、我国第三方物流企业并购问题等。最后分析了中国第三方物流业发展前景。您若想对第三方物流产业有个系统的了解，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 第三方物流发展概述

第一节 第三方物流的基本概念

- 一、第三方物流特点
- 二、第三方物流的起源与流变
- 三、第三方物流的特性及意义
- 四、第三方物流兴起的动因
- 五、第三方物流的经济本质
- 六、第三方物流的法律性质

第二节 第三方物流的优势分析

- 一、第三方物流在不同方式下的情况
- 二、第三方物流的优势分析

第三节 第三方物流产生背景

- 一、是我国国民经济高速发展的结果
- 二、是改革开放的结果
- 三、是我国物流学发展的结果
- 四、是信息技术发展的结果
- 五、是市场竞争的结果

第二章 2011-2012年中国物流业运行分析

第一节 2011年中国物流业运行分析

- 一、2011年支持物流业发展的政策集中出台
- 二、2011年物流市场需求发生深刻变化
- 三、2011年物流经营模式经历新的变革
- 四、2011年物流企业整合提升步伐加快
- 五、2011年物流区域集聚趋势明显
- 六、2011年物流基础设施建设投资增速放缓
- 七、2011年物流服务创新和企业发展明显加快
- 八、2011年物流行业管理基础性工作日臻完善

第二节 2012年物流运行分析

- 一、2012年社会物流总额较快增长，增速缓中趋稳
- 二、2012年社会物流总费用增速回落，经济运行的物流成本依然较高
- 三、2012年物流业增加值稳步增长
- 四、2012年物流业固定资产投资增速有所提高
- 五、2012年物流市场价格低位运行
- 六、2012年物流企业效益继续下滑

第三章 2012年我国第三方物流发展现状分析

第一节 第三方物流发展历程

- 一、第一阶段(1979~1992年)：形成时期
- 二、第二阶段(1993~2000年)：起步时期
- 三、第三阶段(2001年至今)：快速成长时期

第二节 中国第三方物流的发展现状

- 一、总体规模偏小、发展潜力巨大

- 二、需求的不平衡性较强
- 三、行业集中度较低
- 四、第三方物流企业的形成结构也不够完善
- 五、与发达国家相比差距大
- 六、第三方物流服务范围不断扩大
- 七、第三方物流行业主体稳步发展

第三节 我国第三方物流发展存在的问题

- 一、物流观念落后，自营物流普遍
- 二、条块分割的物流管理体制
- 三、信息手段落后，物流设施陈旧
- 四、物流服务单一，服务质量不高
- 五、专业物流人才缺乏，经营管理水平低
- 六、物流渠道不畅
- 七、体制不顺畅

第四节 我国第三方物流企业的发展特点分析

- 一、地域性、行业性特点明显
- 二、低市场份额
- 三、低服务水平

第五节 第三方物流发展困境及对策

- 一、困境
- 二、对策

第四章 2012年中国第三方物流供需分析

第一节 我国第三方物流市场需求分析

- 一、中国第三方物流市场潜力大、发展迅速
- 二、我国第三方物流供应商功能单一，增值服务薄弱
- 三、从地域上来看我国第三方物流市场需求存在着明显的地域和行业分布特点
- 四、我国第三方物流需求内容
- 五、我国第三方物流需求标准
- 六、我国第三方物流需求趋势

第二节 我国第三方物流的市场供求

- 一、我国第三方物流的市场供给分析

二、我国第三方物流的市场细分和市场定位策略分析

第三节 影响第三方物流需求决策的因素

- 一、传统企业难以打破原有物流系统的限制
- 二、企业本身抵制变化
- 三、对第三方物流缺乏认识
- 四、企业害怕失去控制
- 五、将物流业务外包自身有其复杂性
- 六、衡量第三方物流的效果受诸多因素影响

第四节 第三方物流供需联盟的博弈分析

- 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、第三方物流企业与物流需求企业的博弈分析
- 五、建立第三方物流供需联盟的必要性

第五节 中国第三方物流供给对策分析

- 一、树立以客户为中心的经营观念，主动开拓市场
- 二、正确的市场定位
- 三、制定灵活的定价及结算体系
- 四、传统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

第五章 2012年中国第三方逆向物流发展分析

第一节 第三方逆向物流的优势

- 一、降低企业成本和风险
- 二、提高企业的逆向物流效率
- 三、使企业获得有价值的信息
- 四、提高企业的顾客满意度

第二节 第三方逆向物流的难点

- 一、对旧产品鉴定的困难
- 二、分解和鉴别材料的困难
- 三、准确把握市场需求，销售大量再生资源和配件的困难

第三节 第三方逆向物流的决策标准

第四节 低碳理念下第三方逆向物流评价指标体系

一、评价指标体系的构建原则

二、评价指标体系的构建

第五节 第三方逆向物流业务选择和有效运作的策略

一、业务选择策略

二、第三方逆向物流公司有效运作的策略

第六章 2012年第三方物流企业开展增值服务类型及途径分析

第一节 我国第三方物流企业发展增值服务现状

一、第三方物流企业对物流增值服务的认识不足

二、常规性物流服务仍是企业业务的主体，增值服务层次低

三、物流知识匮乏，物流人才稀缺

四、物流增值服务资金投入过大，能够支撑的企业较少

五、物流增值服务的市场需求不足

第二节 物流增值服务的类型

一、常规扩展型物流增值服务

二、联合型物流增值服务

三、第四方型物流增值服务

四、纵向延伸型物流增值服务

五、跨行业集成型物流增值服务

第三节 第三方物流企业开展物流增值服务的途径

一、贴近客户需求

二、具备创新意识

三、提高信息化水平

四、注重人才培养和引进

五、提高品牌形象

第七章 2012年我国第三方物流企业并购问题分析

第一节 第三方物流企业并购动因分析

一、获取战略机会

二、进军多种运输业务并拓展服务能力

三、加大网络布局

四、管理规模经济

五、整合业务流程并实现资源优化配置

六、买壳上市

第二节 第三方物流企业的并购形式及效应分析

一、横向并购

二、纵向并购

三、混合并购

第三节 我国第三方物流企业并购策略选择

第八章 2012年我国第三方物流企业加入跨国采购供应链问题分析

第一节 我国第三方物流企业加入跨国采购供应链中的优势

一、归核优势

二、业务优势

三、成本优势

四、客服优势

第二节 我国第三方物流企业加入跨国采购供应链中的瓶颈

一、企业规模小，难以形成规模效益

二、服务功能单一，缺乏增值服务

三、基础设施落后，信息化水平不高

四、专业物流管理人才匮乏，管理水平低

五、对第三方物流认识少，市场需求不足

第三节 我国第三方物流企业更好加入跨国采购供应链的对策

一、完善企业规模，培养规模效应

二、强化增值服务，提升服务水平

三、提高第三方物流的信息化技术

四、加大物流专业人才培养力度，建立高层次物流管理队伍

五、开拓第三方物流市场，培育市场需求

第九章 2012-2016年中国第三方物流业发展趋势分析

第一节 我国第三方物流整体发展趋势

一、服务链不断延伸、专业化不断加强

二、服务范围向金融领域扩展

三、物流行业的整合趋势非常明显

第二节 我国第三方物流发展五化趋势分析

一、知识化

二、科技化

三、联盟化

四、服务综合化

五、服务个性化

第十章 2012年中国第三方物流发展策略分析

第一节 发展我国第三方物流业的策略

一、构建企业的核心竞争力

二、进行跨地区、跨所有制的资产重组

三、加强物流专业人才的培养，促进物流业跨跃式发展

四、积极培育专业化、社会化物流服务企业，大力发展第三方物流企业

五、不断创新物流服务，建立信誉

六、加大政府部门的支持力度

第二节 从“大交通”体制谈第三方物流发展对策

一、加强政府宏观指导和政策调控

二、提高物流的社会化、专业化水平

三、整合社会资源

第三节 第三方物流企业目标市场选择策略

一、细分市场吸引力的备选标准确定

二、第三方物流企业强项的备选标准确定

三、确定细分市场吸引力和第三方物流企业强项指数

四、运用“矩阵法”的细分市场机会比较分析

第四节 第三方物流企业的营销策略

一、成本策略

二、JIT策略

三、顾客满意策略

四、供应链管理策略

五、营销策略的选择

第五节 基于营销视角的第三方物流企业顾客服务策略

- 一、第三方物流企业市场细分标准的选择
- 二、基于服务战略群体差异化进行市场定位
- 三、第三方物流企业物流服务模式选择

第六节 第三方物流发展改进思路

- 一、加强宣传和指导，改进落后的观念
- 二、理顺第三方物流管理体制，优化第三方物流市场
- 三、提升第三方物流信息化水平，改善物流设施
- 四、重视第三方物流增值服务，提升顾客满意度
- 五、加大物流人才培养力度，提升经营管理水平

第七节 加强我国第三方物流成本管理对策建议

- 一、加快物流运营标准化
- 二、建立完善技术、规范和信息网络推进体系
- 三、加强第三方物流企业内外部资源利用分析和评价
- 四、提高公共设施利用和管理能力

第八节 提高第三方物流企业客户关系管理的措施

- 一、转变管理思想，建立以客户为中心的理念
- 二、构筑信息系统，提高物流企业信息化水平
- 三、建立有效的物流客户服务管理制度

第九节 我国第三方物流竞合策略选择

- 一、成本领先策略
- 二、差异化服务策略
- 三、做大做强策略

第十节 提升我国第三方物流企业核心竞争力的建议

- 一、提高第三方物流企业的核心技术能力
- 二、与国外物流企业结盟，充分利用国外资源增强核心竞争力
- 三、重视先进物流设备及信息技术的利用
- 四、重视物流人才的培养，提升第三方物流企业核心竞争力

第十一章 2012年中国第三方物流发展若干问题分析

第一节 第三方物流企业规模扩张的几个问题

- 一、第三方物流企业规模扩张的冲动性和客观性

- 二、物流企业规模扩张的方式和特点
- 三、第三方物流企业边界扩张和市场替代的基本模式
- 四、第三方物流企业规模扩张战略的选择
- 第二节 第三方物流供应商选择研究评述
 - 一、第三方物流供应商选择研究的核心内容
 - 二、新的时代背景下第三方物流供应商选择研究的扩展
 - 三、结论
- 第三节 项目营销推进第三方物流企业营销管理体系创新
 - 一、项目营销信息系统
 - 二、项目营销计划系统
 - 三、项目营销组织系统
 - 四、项目营销控制系统
- 第四节 基于循环经济的第三方物流企业创新分析
 - 一、基于循环经济的第三方物流企业技术创新
 - 二、基于循环经济的第三方物流企业制度创新
 - 三、基于循环经济的第三方物流企业管理创新
 - 四、基于循环经济的第三方物流企业创新要注意的问题
- 第五节 基于第三方物流企业管理应用分析
 - 一、供应链管理模式
 - 二、第三方物流企业效益管理

图表目录：（部分）

- 图表：第三方物流的五个发展阶段
- 图表：不同的第三方物流企业有不同的优势和劣势
- 图表：第三方物流可以选择不同的市场定位策略
- 图表：物流供需双方一次博弈的支付矩阵
- 图表：影响第三方物流企业成功的因素表
- 图表：物流企业市场定位策略比较表
- 图表：企业物流费用结算方式表
- 图表：传统储运企业转型途径表
- 图表：第三方逆向物流服务商评价选择指标新体系
- 图表：细分市场吸引力标准

图表：第三方物流企业强项标准

图表：对目标市场进行选择的“矩阵图”

图表：细分市场吸引力分析表

图表：企业强项分析表

图表：矩阵图决策法

图表：战略群体差异矩阵示意图

图表：第三方物流供应商特性的重要度

图表：几种常见的第三方物流供应商选择模型比较表

图表：TPL项目营销管理体系模式

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/Z22719B902.html>