

2022-2028年中国第三方物流市场评估与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国第三方物流市场评估与投资前景预测报告》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.cction.com/report/202205/297817.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

第三方物流（英语：Third-Party logistics，3PL），也称作委外物流(logistics outsourcing)或是合约物流(contract logistics),第三方物流一直是物流和供应链管理中最容易被误解的名词。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国第三方物流市场评估与投资前景预测报告》共十七章。首先介绍了第三方物流行业市场发展环境、第三方物流整体运行态势等，接着分析了第三方物流行业市场运行的现状，然后介绍了第三方物流市场竞争格局。随后，报告对第三方物流做了重点企业经营状况分析，最后分析了第三方物流行业发展趋势与投资预测。您若想对第三方物流产业有个系统的了解或者想投资第三方物流行业，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。

报告目录：

第一章第三方物流定义及相关要素

1.1第三方物流的定义及本质

1.1.1第三方物流的产生因素

1.1.2第三方物流概念的辨析

1.1.3第三方物流的特征

1.1.4发展第三方物流的必然性

1.2第三方物流的价值分析

1.2.1成本价值

1.2.2服务价值

1.2.3风险分散价值

1.2.4企业竞争力的提升价值

1.2.5社会效益

1.3从法律角度分析第三方物流

1.3.1第三方物流经营业态类型的法律分类

1.3.2从第三方物流的经营模式分析其法律性质

1.3.3从商主体分析第三方物流企业的法律特征

1.3.4从商行为分析第三方物流活动的法律特征

1.4中国第三方物流行业相关政策分析

1.4.1中华人民共和国邮政法（2009新修订）

1.4.2中华人民共和国国家标准物流术语

1.4.3国务院《关于促进流通业发展的若干意见》

1.4.4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》

1.4.5交通行业标准水路货物运输质量考核指标和统计要求

1.4.6水路重要物资运输管理办法（征求意见稿）

1.4.7中国民用航空国内航线和航班经营管理规定

1.4.8《统一国际航空运输某些规则的公约》

第二章中国物流业营运态势分析

2.1中国物流业发展总体概况

2.1.1中国物流业的发展背景

2.1.2中国物流业已经进入高速发展阶段

2.1.3中国物流业的布局特征分析

2.1.4中国物流产业的政策体系

2.2中国物流行业的发展动态分析

2.2.1中国物流业运行基本情况

2.2.2中国物流业发展遭遇的困难

2.2.3中国物流企业50强排名情况

2.3《物流业调整和振兴规划》解读

2.3.1国家将物流业列入十大产业振兴规划

2.3.2物流业列入十大产业调整振兴规划的原因

2.3.3《物流业调整和振兴规划》的框架结构

2.3.4《物流业调整和振兴规划》的重点与亮点

2.4中国物流业发展存在的问题分析

2.4.1物流业发展存在的不足

2.4.2制约中国物流产业发展的主要因素

2.4.3中国物流业发展中存在的主要问题

2.4.4中国物流行业发展面临的内忧外患

2.5中国物流业的发展对策分析

- 2.5.1中国物流业加速发展的新思路
- 2.5.2中国物流业的发展建议
- 2.5.3促进中国物流业发展的政策选择
- 2.5.4跨区域物流服务发展的思路及措施

第三章国际第三方物流市场运行概述

- 3.1世界第三方物流发展综述
 - 3.1.1全球第三方物流市场快速发展
 - 3.1.2欧美日第三方物流的发展特点
 - 3.1.3欧美日第三方物流发展的异同
 - 3.1.4欧美发达国家第三方物流发展经验探析
- 3.2美国
 - 3.2.1美国第三方物流发展概况
 - 3.2.2美国第三方物流的广泛领域服务
 - 3.2.3美国第三方物流发展的新特点
 - 3.2.4美国第三方物流企业的服务
 - 3.2.5财政和金融成为美国第三方物流公司业务拓展新方向
- 3.3欧洲
 - 3.3.1欧洲第三方物流的分类
 - 3.3.2欧洲第三方物流业发展迅速
 - 3.3.3欧洲第三方物流的创新服务
 - 3.3.4欧洲大型第三方物流的五个优势
 - 3.3.5欧洲的地方性中小型企业第三方物流的优势
- 3.4亚洲
 - 3.4.1第三方物流在亚洲发展概况
 - 3.4.2日本第三方物流受政府主导影响较大
 - 3.4.3韩国第三方物流业的发展现状
 - 3.4.4亚洲第三方物流发展面临的问题
 - 3.4.5亚洲第三方物流业面临的竞争挑战
 - 3.4.6亚洲第三方物流的发展前景
 - 3.4.7亚洲第三方物流外包市场增长预测

第四章中国第三方物流产业发展综述

4.1中国第三方物流产生的因素

4.1.1中国国民经济的高速发展

4.1.2改革开放的影响

4.1.3中国物流学的发展

4.1.4信息技术的发展

4.1.5市场竞争的加剧

4.2中国第三方物流业发展形势解析

4.2.1中国第三方物流的发展变迁

4.2.2中国第三方物流的发展现状

4.2.3中国第三方物流的产业结构

4.2.4中国第三方物流发展的特点

4.2.5中国第三方物流呈现出良好发展趋势

4.2.6中国第三方物流发展的模式

4.3中国第三方物流新服务模式分析

4.3.1基于物流金融的第三方物流服务创新分析

4.3.2基于连锁便利店的第三方物流模式

4.3.3中国农产品第三方物流方兴未艾

4.3.4中国成品油第三方物流发展分析

4.4中国第三方物流业并购的原因与影响简析

4.4.1第三方物流并购的必然性

4.4.2第三方物流企业并购整合的方式

4.4.3第三方物流业并购的影响

4.4.4第三方物流业并购的趋势

4.5中国发展第三方物流存在的问题

4.5.1中国第三方物流发展的主要问题

4.5.2中国第三方物流业面临的五大矛盾

4.5.3中国第三方物流的发展急待提速

4.5.4中国第三方物流商与使用方互动有待提升

4.6中国发展第三方物流的对策分析

4.6.1中国第三方物流发展的对策

4.6.2促进中国第三方物流发展的建议

- 4.6.3中国对第三方物流市场发展的措施
- 4.6.4中国第三方物流的市场细分和市场定位策略分析
- 4.6.5中国第三方物流业发展的战略

第五章中国第三方物流的市场供需分析

- 5.1中国第三方物流市场供需的总体概况
 - 5.1.1第三方物流市场的服务内容及国内外需求内容的对比
 - 5.1.2中国第三方物流市场需求状况
 - 5.1.3中国第三方物流市场的各类需求分析
 - 5.1.4造成中国第三方物流需求不足的原因
 - 5.1.5中国第三方物流需求不足的对策
- 5.2中国第三方物流市场供需联盟的博弈简析
 - 5.2.1企业核心竞争力与外包的关系
 - 5.2.2基于第三方物流外包的弊端
 - 5.2.3基于第三方物流外包的优势
 - 5.2.4建立第三方物流供需联盟的必要性
- 5.3中国拉动第三方物流需求的模式演进简析
 - 5.3.1第三方物流需求概况
 - 5.3.2第三方物流需求不足的原因分析
 - 5.3.3“拉动”的可行性
 - 5.3.4“拉动”中的政策建议
- 5.4中国第三方物流的供给策略
 - 5.4.1树立以客户为中心的经营观念，主动开拓市场
 - 5.4.2物流企业如何正确市场定位
 - 5.4.3制定灵活的定价及结算体系
 - 5.4.4传统储运企业向第三方物流企业转型
 - 5.4.5建设实体网络
 - 5.4.6加强信息化建设

第六章中国第三方物流紧密相关行业发展分析--运输业

- 6.1第三方物流运力的组建和管理
 - 6.1.1运输车队的组建模式

- 6.1.2社会协议运力签约的条件
- 6.1.3社会协议运力的管理和核查
- 6.1.4随车搬运作业人员的管理和核查
- 6.2中国第三方物流与运输业概述
 - 6.2.1中国交通运输行业运行概况
 - 6.2.2第三方物流与传统运输企业之间的区别
 - 6.2.3第三方物流对运输企业发展的影响
 - 6.2.4第三方物流发展给运输业带来的变化
 - 6.2.5中国外贸运输业向第三方物流转型的分析
- 6.3铁路运输与第三方物流
 - 6.3.1发展铁路物流的优劣与模式
 - 6.3.2铁路运输第三方物流模式的建立
 - 6.3.3铁路行包运输是铁路发展第三方物流的切入点
 - 6.3.4铁路物资企业开展第三方物流的优势及策略
 - 6.3.5铁路货运代理企业向第三方物流发展的策略
 - 6.3.6铁路运输发展第三方物流的建议
- 6.4公路运输与第三方物流
 - 6.4.1公路运输企业发展第三方物流的重要意义
 - 6.4.2公路运输业发展第三方物流面临的问题
 - 6.4.3公路运输企业向第三方物流企业转变的对策
 - 6.4.4中小型公路运输企业向第三方物流的转型
 - 6.4.5公路运输业发展第三方物流服务的建议
 - 6.4.6公路运价对公路发展第三方物流的影响及建议
- 6.5港口与第三方物流
 - 6.5.1港口与第三方物流的关系
 - 6.5.2第三方物流是港口发展的新方向
 - 6.5.3港口发展第三方物流能提高企业核心竞争力
 - 6.5.4中国港口发展第三方物流的形式和途径
 - 6.5.5中国港口第三方物流实现增效的策略
 - 6.5.6港口物流企业发展第三方物流的策略
- 6.6航空业与第三方物流
 - 6.6.1第三方物流航空平台的建立

- 6.6.2中国航空物流链一体化经营分析
- 6.6.3中国航空快递企业第三方物流运作模式
- 6.6.4中国航空快递企业必须开展第三方物流的因素
- 6.6.5航空业发展第三方物流的战略

第七章中国第三方物流紧密相关行业发展分析--邮政业

- 7.1中国邮政物流的发展概况
 - 7.1.1中国邮政行业运行概述
 - 7.1.2邮政物流推动新农村的发展建设
 - 7.1.3我国农村邮政物流发展政策出台
 - 7.1.4中国邮政物流业务统计指标体系的建立
- 7.2中国邮政业第三方物流的发展现况
 - 7.2.1国外邮政业进入第三方物流的特点
 - 7.2.2中国邮政开展第三方物流的现状
 - 7.2.3国内邮政发展第三方物流的SWOT分析
 - 7.2.4邮政业第三方物流创新模式的架构
- 7.3中国邮政发展第三方物流面临的问题
 - 7.3.1邮政发展第三方物流亟待解决的问题
 - 7.3.2邮政发展第三方物流面临的挑战
 - 7.3.3邮政企业发展物流业务存在的困惑浅析
- 7.4中国邮政第三方物流发展对策
 - 7.4.1中国邮政发展第三方物流的主要措施
 - 7.4.2中国邮政参与第三方物流市场竞争的策略
 - 7.4.3中国邮政业开展电子商务第三方物流的思路分析
 - 7.4.4国内邮政物流企业发展的策略

第八章中国第三方物流紧密相关行业发展分析--连锁经营行业

- 8.1中国零售业连锁经营形势分析
 - 8.1.1零售业连锁发展内涵和价值观
 - 8.1.2现代连锁店对中国零售业模式的影响
 - 8.1.3中国连锁业成为零售业发展的主导趋势
 - 8.1.4中国品牌专卖连锁成为零售业的亮点

8.2中国商业连锁企业与第三方物流企业的合作发展分析

8.2.1商业连锁企业物流的发展概况

8.2.2中国第三方物流企业的发展状况

8.2.3商业连锁企业与第三方物流的优势互补分析

8.2.4对商业连锁企业与第三方物流企业进行组织合作与专业领导

8.3中国餐饮连锁企业的第三方物流模式分析

8.3.1物流与连锁餐饮概述

8.3.2物流对餐饮连锁企业作用重要

8.3.3麦当劳的第三方物流模式

8.3.4麦当劳第三方物流模式优势分析

8.4中国连锁零售企业利用第三方物流的风险

8.4.1物流外包市场不成熟的风险

8.4.2第三方物流服务商选择不当的风险

8.4.3财务风险

8.4.4控制力丧失的风险

8.4.5沟通协商及客户关系管理上的风险

8.5中国第三方物流进入连锁零售业领域面临的挑战

8.5.1双方企业对物流成本的理解存在歧义

8.5.2连锁企业把物流外包所产生的信用风险比较大

8.5.3连锁企业的物流成本存在不确定性

8.5.4为连锁企业提供个性化服务的难度较大

8.6中国第三方物流进入连锁零售业市场的策略

8.6.1选择合适的时机

8.6.2选准合适的业态

8.6.3选择特定的产品

8.6.4选择合适的市场

8.6.5抓住购物中心发展的浪潮

8.6.6网上购物给第三方物流提供新的发展机会

第九章中国第三方物流紧密相关行业发展分析--电子商务

9.1电子商务与物流

9.1.1电子商务概述

9.1.2电子商务与传统商务的关联、竞争以及有效性的分析

9.1.3电子商务与物流的相互关系

9.1.4电子商务环境对物流系统的影响分析

9.1.5电子商务时代的现代物流业

9.2中国第三方物流与电子商务的发展

9.2.1第三方物流和电子商务之间的关系

9.2.2电子商务下第三方物流实施模式

9.2.3电子商务的发展对第三方物流的要求

9.2.4电子商务交易模式下的第三方物流

9.2.5电子商务中企业第三方物流模式分析

9.3中国第三方物流业开展电子商务的SWOT分析

9.3.1优势分析

9.3.2弱点分析

9.3.3机会分析

9.3.4威胁分析

9.4中国第三方物流开展电子商务的对策

9.4.1第三方物流业发展电子商务的竞争战略

9.4.2中国电子商务下第三方物流发展的思路及对策

9.4.3电子商务环境下第三方物流企业的对策

9.4.4中国电子商务的发展趋势

第十章中国第三方物流紧密相关行业发展分析--其它行业

10.1医药业与第三方物流

10.1.1社会物流企业看重医药的第三方物流市场

10.1.2中国药品市场发展第三方物流的可行性和必要性

10.1.3中国医药第三方物流发展价值初显

10.1.4中国药品冷链第三方物流备受关注

10.1.5第三方物流托管在医药流通行业的运用分析

10.1.6第三方医药物流企业的SWOT分析

10.1.7第三方医药物流企业发展对策

10.2汽车行业与第三方物流

10.2.1汽车工业中的第三方物流分析

- 10.2.2 第三方物流和汽车企业合作的利弊分析
- 10.2.3 第三方物流是汽车零部件产业发展的必然选择
- 10.2.4 国内汽车企业第三方物流应用模式
- 10.2.5 第三方汽车物流企业的信息化建设分析
- 10.3 家电行业与第三方物流
 - 10.3.1 中国家电物流市场的概况分析
 - 10.3.2 浅析中国家电企业物流供应链的变革
 - 10.3.3 第三方物流在家电物流中的重要作用
 - 10.3.4 中国家电物流开拓第三方物流市场的障碍及建议
- 10.4 建材行业与第三方物流
 - 10.4.1 国内建材物流特点及主要流通模式
 - 10.4.2 建材企业利用第三方物流的优势分析
 - 10.4.3 建材企业与第三方物流企业合作的注重点
 - 10.4.4 我国第三方建材物流发展方向

第十一章 中国部分地区第三方物流市场格局分析

- 11.1 北京
 - 11.1.1 北京第三方物流市场发展潜力巨大
 - 11.1.2 第三方物流成为北京社区商业发展的重要部分
 - 11.1.3 北京第三方物流资源较分散亟待整合
 - 11.1.4 北京市整合第三方物流资源存在的瓶颈
- 11.2 上海
 - 11.2.1 上海大力发展第三方物流的战略意义
 - 11.2.2 上海物流市场对第三方物流的需求分析
 - 11.2.3 上海第三方物流企业的发展概况
 - 11.2.4 上海第三方物流外资企业优势明显
 - 11.2.5 上海市第三方物流发展中存在的问题
 - 11.2.6 上海市发展第三方物流的建议
- 11.3 珠三角地区
 - 11.3.1 珠三角地区第三方物流的发展现状
 - 11.3.2 珠三角地区第三方物流发展的局限性
 - 11.3.3 珠三角地区第三方物流发展的对策

11.3.4深圳第三方物流业的发展综述

11.4福建省

11.4.1福建省第三方物流发展概况

11.4.2福建省第三方物流发展环境逐步改善

11.4.3泉州鞋服企业涉水第三方物流应用

11.4.4福建省第三方物流发展的主要问题

11.4.5福建省第三方物流发展的对策分析

11.5四川省

11.5.1四川省第三方物流发展概况

11.5.2四川第三方物流企业稳步发展

11.5.3四川出台第三方物流体系建设规划

11.6其他地区

11.6.1江苏出台政策扶持第三方物流企业发展

11.6.2山东开始试点第三方药品物流

11.6.3宁波北仑区第三方物流发展迅速

11.6.4南通市发展第三方物流的分析

11.6.5重庆第三方物流业亟需加快发展

11.6.6湖南岳阳市第三方物流发展现状及对策建议

第十二章中国第三方物流企业经营态势分析

12.1物流企业的品牌分析

12.1.1中国本地物流企业品牌的分析

12.1.2中国物流企业品牌创建的道路

12.1.3第三方物流企业基于供应链的品牌价值

12.1.4特快专递的品牌战略分析

12.2中国第三方物流企业营运概况

12.2.1国内第三方物流企业的市场合理定位

12.2.2中国第三方物流企业发展现状与需求分析

12.2.3中国第三方物流企业的运作模式

12.2.4实施SOA架构逐渐成为第三方物流企业最佳选择

12.2.5第三方物流企业直送工位成为供应链协同运作的新模式

12.2.6第三方物流企业经营的战略种类

12.3中国第三方物流企业核心经营层面选择探析

12.3.1运作层

12.3.2管理层

12.3.3规划层

12.4中国民营第三方物流企业发展综述

12.4.1影响民营第三方物流发展的环境变化分析

12.4.2民营第三方物流企业SWOT分析

12.4.3民营第三方物流企业的市场占有率分析

12.5中国第三方物流企业存在的问题及对策

12.5.1国内企业实施第三方物流的障碍

12.5.2以顾客价值为导向的第三方物流企业经营战略

12.5.3中国第三方物流企业个性化发展策略分析

12.5.4中国中小型第三方物流企业的发展对策

12.5.5第三方物流企业营销策略细分与原则

第十三章国内外知名第三方物流企业经营动态分析

13.1UPS (UNITEDPARCELSERVICE)

13.1.1公司简介

13.1.2UPS (UnitedParcelService) 经营状况

13.1.3UPS上海国际航空转运中心启用

13.1.3UPS的运作模式及经营管理策略分析

13.2联邦快递 (FEDEXCORPORATION)

13.2.1公司简介

13.2.2联邦快递经营状况

13.2.3联邦快递首次在中国推出快递服务

13.2.4联邦快递在中国最大的地面操作站投入运营

13.3DHL

13.3.1公司简介

13.3.2德国邮政集团 (DPWN) 经营状况

13.3.3创立之初至2008年DHL发展大事记

13.3.4DHL执行“中国优先”战略加快发展中国业务

13.4中储发展股份有限公司

13.4.1公司简介

13.4.2中储股份经营状况分析

13.4.3中储股份计划在襄樊建设大型物流项目

13.4.4中储股份创木材物流业战略合作新模式

13.5中远海运物流有限公司

13.5.1公司简介

13.5.2中远物流抢占第三方物流市场

13.5.3中远物流进入新疆开展物流业务

13.5.4中国远洋物流公司的信息化建设

13.5.5中远物流谋划绿色化发展

13.5.6中远物流国际化经营之路的探索

13.6宝供物流企业集团有限公司

13.6.1公司简介

13.6.2宝供物流集团的竞争力不断增强

13.6.3宝供物流集团创新发展模式剖析

13.6.4宝供物流第三方物流产业的发展经验

13.6.5企业发展战略

13.7招商局物流集团有限公司

13.7.1公司简介

13.7.2招商局对物流产业的发展高度重视

13.7.3招商局集团现代物流业发展迅速

13.7.4招商局物流和宝洁公司在南京再度合作共建分发中心

第十四章中国第三方物流信息系统发展局势分析

14.1第三方物流系统的分析

14.1.1第三方物流系统的概念

14.1.2第三方物流系统的构成要素

14.1.3第三方物流系统的特征

14.1.4发展第三方物流系统的益处

14.2中国第三方物流信息化发展概况

14.2.1中国第三方物流管理信息系统开发与应用

14.2.2信息化带动第三方物流业务的扩展

14.2.3中国第三方物流信息化亟需发展

14.3中国第三方物流信息系统设计分析

14.3.1物流信息系统的基本功能

14.3.2第三方物流信息系统的设计目标

14.3.3第三方物流信息系统的设计

14.3.4第三方物流信息系统建设中应注意的问题

14.4中国第三方物流管理信息系统方案的设计

14.4.1供应链角度下第三方物流业务运作模式分析

14.4.2物流管理信息系统的主要功能及结构

14.4.3第三方物流管理信息系统总体规划设计

第十五章中国第三方物流竞争格局分析

15.1中国第三方物流的竞争格局分析

15.1.1第三方物流与企业竞争力概况

15.1.2中国第三方物流市场竞争者构成

15.1.3中国第三方物流市场的竞争状况

15.1.4国内第三方物流企业和国外物流企业相抗衡的局面

15.1.5中国第三方物流中小企业的特点和竞争状态

15.2中国第三方物流竞争力评估与简析

15.2.1第三方物流竞争力综合体系评估

15.2.2中国物流业竞争力的宏观分析

15.2.3中国物流业竞争力的微观分析

15.3中国第三方物流企业核心竞争力建设解析

15.3.1第三方物流企业核心竞争力的内涵

15.3.2第三方物流企业核心竞争力存在的问题

15.3.3第三方物流企业培育核心竞争力的战略选择

15.4中国提升第三方物流竞争力的对策

15.4.1第三方物流重塑企业竞争力的一些建议

15.4.2中国第三方物流业竞争策略分析

15.4.3增值服务铸就第三方物流核心竞争力

15.4.4第三方物流企业的市场环境及竞争发展战略选择

第十六章2022-2028年中国第三方物流行业投资潜力分析

16.12022-2028年中国第三方物流行业投资机会

16.1.1零售企业开始把物流配送外包

16.1.2医药企业运输外包成为新的趋势

16.1.3家电流通转向第三方物流

16.1.4第三方物流行业有望迈进黄金发展期

16.22022-2028年中国第三方物流行业投资风险

16.2.1第三方物流企业面临的纯粹风险及管理

16.2.2交易费用的过高抑制了市场的需求

16.2.3企业管理者缺乏物流外包的动力

16.2.4第三方物流企业成本偏高的风险

16.2.5政府管理体制的制约

16.32022-2028年我国企业投资第三方物流的建议

16.3.1兼顾自身业务和社会资源的优势

16.3.2分清业务重点

16.3.3整合社会资源

16.3.4规模经营

16.42022-2028年中国投资第三方物流企业的战略选择

16.4.1成本领先战略适合拥有实力的企业

16.4.2集中化战略适合具有一定自身优势的企业

16.4.3起步较晚的企业可以运用差异化战略

第十七章2022-2028年中国第三方物流产业发展趋势预测分析

17.12022-2028年中国物流业的发展前景及趋势

17.1.1中国物流业未来发展形势分析

17.1.2中国物流业发展展望

17.1.3中国物流业面临成本压力

17.1.4中国物流行业的发展趋势

17.1.5中国物流市场将进一步加强整合

17.22022-2028年中国第三方物流发展的前景及趋势

17.2.1中国第三方物流市场发展前景广阔

17.2.2第三方物流商趋向多元化的发展

17.2.3第三方物流变革的主要趋势

17.2.4第三方物流发展的新趋势

17.2.52022-2028年中国第三方物流发展预测分析

部分图表目录：

图表2020年社会物流总额构成及增长变动情况

图表2020年中国社会物流总费用构成

图表2020年中国物流业运行情况统计表

图表2020年中国物流企业50强企业名单

图表 日本的和平岛货物中心建设各投资方投资所占比例

图表 增值物流服务种类

图表 美国企业有关IT技术支持外包给3PL的比例

图表 美国企业在关联经济环境中物流运作的变化

图表 美国3PL中电子商务个状态所占的比重

图表 从不同的角度分析中国物流所占的比例

图表 第三方物流商与使用方在六个方面的差距分析表

图表 第三方物流商与使用方对物流外包的重要因素与比较

图表 物流服务使用方是否考虑请专业物流公司参与供应链设计的调查

图表 第三方物流供应方是否希望参与使用方的供应链设计的调查

图表 第三方物流可以选择不同的市场定位策略

图表 欧美国家使用第三方物流服务情况表

图表 中国企业对第三方物流的服务需求分析

图表 中国企业对新型物流服务的需求情况

图表 中国产品线对库存量的影响

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/297817.html>