

2024-2030年中国第三方物 流行业发展趋势与战略咨询报告

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

《2024-2030年中国第三方物流行业发展趋势与战略咨询报告》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/202402/443695.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国第三方物流行业发展趋势与战略咨询报告》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：

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球第三方物流行业发展分析

第一节 2017-2022年全球第三方物流市场分析

- 一、2017-2022年全球第三方物流市场回顾
- 二、2017-2022年全球第三方物流市场环境
- 三、2017-2022年全球第三方物流需求分析
- 四、2017-2022年全球第三方物流市场规模

第二节 部分国家地区第三方物流行业发展状况

- 一、2017-2022年美国第三方物流行业发展分析
- 二、2017-2022年欧洲第三方物流行业发展分析
- 三、2017-2022年日本第三方物流行业发展分析
- 四、2017-2022年韩国第三方物流行业发展分析

第二章 我国第三方物流行业发展现状

第一节 我国第三方物流行业发展状况

- 一、2017-2022年中国第三方物流行业发展回顾
- 二、2017-2022年第三方物流行业发展情况分析
- 三、2017-2022年我国第三方物流市场特点分析

四、2017-2022年我国第三方物流市场发展分析

第二节 中国第三方物流行业供需分析

- 一、2017-2022年中国第三方物流市场供给总量分析
- 二、2017-2022年中国第三方物流市场供给结构分析
- 三、2017-2022年中国第三方物流市场需求总量分析
- 四、2017-2022年中国第三方物流市场需求结构分析
- 五、2017-2022年中国第三方物流市场供需平衡分析

第三章 运输业与第三方物流

第一节 公路与第三方物流

- 一、公路运输企业发展第三方物流的必要性
- 二、我国公路第三方物流企业发展分析
- 三、公路运输企业向第三方物流企业转变分析
- 四、2017-2022年公路运输价格指数分析

第二节 铁路运输与第三方物流

- 一、铁路物资企业开展第三方物流分析
- 二、铁路第三方物流模式分析
- 三、铁路货运物流与第三方物流的比较

第三节 水运与第三方物流

- 一、中国水运和第三方物流分析
- 二、港口开展第三方物流服务分析
- 三、港口物流企业发展第三方物流的模式

第四节 航运与第三方物流

- 一、航空快递业的第三方物流发展分析
- 二、航空快递企业第三方物流模式分析

第四章 邮政业与第三方物流

第一节 邮政物流发展分析

- 一、邮政物流发展概况
- 二、2017-2022年农村邮政第三方物流发展现状
- 三、中国邮政物流配送能力分析

第二节 邮政第三方物流经营策略分析

- 一、邮政第三方物流模式分析
- 二、邮政第三方物流战略分析
- 三、邮政物流企业流程再造分析

第五章 电子商务与第三方物流

第一节 电子商务的发展对第三方物流的要求

- 一、电子商务与物流的相互关系
- 二、现代国际物流的发展趋势
- 三、电子商务的发展对第三方物流的要求

第二节 电子商务与第三方物流模式分析

- 一、电子商务条件下我国企业物流模式
- 二、第三方物流与电子商务的整合模式
- 三、连锁便利店电子商务第三方物流有效模式

第三节 电子商务的第三方物流问题及策略

- 一、电子商务的第三方物流问题分析
- 二、电子商务下第三方物流发展瓶颈分析
- 三、第三方物流服务商电子商务竞争分析
- 四、电子商务环境下第三方物流企业发展策略
- 五、电子商务环境下第三方物流发展方向

第六章 其他行业与第三方物流

第一节 医药第三方物流发展分析

- 一、医药第三方物流的发展现状
- 二、药品挂网采购新政策对第三方药品物流影响
- 三、第三方物流与医药流通企业的竞争分析
- 四、大型医药物流企业扩张情况

第二节 家电第三方物流发展分析

- 一、我国家电第三方物流发展状况
- 二、家电行业与第三方物流合作应对困境分析
- 三、中国家电第三方物流战略选择

第三节 其他行业物流发展分析

- 一、橱柜销售与第三方物流的合作

二、汽车第三方物流

三、零售企业与第三方物流关系分析

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 第三方物流行业竞争格局分析

第一节 第三方物流行业集中度分析

一、第三方物流市场集中度分析

二、第三方物流企业集中度分析

三、第三方物流区域集中度分析

第二节 第三方物流行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 第三方物流行业竞争格局分析

一、2017-2022年第三方物流行业竞争分析

二、2017-2022年中外第三方物流产品竞争分析

三、2017-2022年国内外第三方物流竞争分析

四、2017-2022年我国第三方物流市场竞争分析

五、2017-2022年我国第三方物流市场集中度分析

六、2024-2030年国内主要第三方物流企业动向

第八章 2017-2022年中国第三方物流行业发展形势分析

第一节 第三方物流行业发展概况

一、第三方物流行业发展特点分析

二、第三方物流行业投资现状分析

三、第三方物流行业总产值分析

四、第三方物流行业技术发展分析

第二节 2017-2022年第三方物流行业市场情况分析

一、第三方物流行业市场发展分析

二、第三方物流市场存在的问题

三、第三方物流市场规模分析

第三节 中国第三方物流市场发展对策

- 一、发展中国第三方物流市场的思路
- 二、中国第三方物流市场发展策略分析
- 三、中国第三方物流市场发展的新思路

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国第三方物流所属行业整体运行指标分析

第一节 2017-2022年中国第三方物流所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业市场规模分析

第二节 2017-2022年中国第三方物流所属行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 第三方物流所属行业赢利水平分析

第一节 成本分析

- 一、2017-2022年第三方物流所属行业价格走势分析
- 二、2017-2022年第三方物流所属行业成本分析

第二节 盈利水平分析

- 一、2017-2022年第三方物流所属行业价格走势
- 二、2017-2022年第三方物流所属行业营业收入情况
- 三、2017-2022年第三方物流所属行业毛利率情况
- 四、2017-2022年第三方物流所属行业赢利能力
- 五、2017-2022年第三方物流所属行业赢利水平
- 六、2024-2030年第三方物流所属行业赢利预测

第十一章 第三方物流所属行业盈利能力分析

第一节 2017-2022年中国第三方物流所属行业利润总额分析

- 一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2017-2022年中国第三方物流所属行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2017-2022年中国第三方物流所属行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第十二章 国外重点企业分析

第一节 UPS

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第二节 FEDEX

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第三节 DHL

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第四节 DEUTSCHEPOSTWORLDNET

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第五节 其他公司

一、MAERSK/A.P.MOELLER

二、NIPPONEXPRESS（日通）

第十三章 我国重点企业分析

第一节 中远海运特种运输股份有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第二节 宝供物流企业集团有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第三节 招商局物流集团有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第四节 中外运空运发展股份有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第五节 中化国际（控股）股份有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第六节 中邮物流有限责任公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第七节 中储发展股份有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第八节 江苏澳洋顺昌股份有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第九节 深圳市怡亚通供应链股份有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第十节 北部湾港股份有限公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第四部分 投资策略与风险预警

第十四章 第三方物流行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 第三方物流行业投资效益分析

一、2017-2022年第三方物流行业投资状况分析

二、2017-2022年第三方物流行业投资效益分析

三、2024-2030年第三方物流行业投资方向

四、2024-2030年第三方物流行业投资建议

第四节 第三方物流行业投资策略研究

一、2017-2022年第三方物流行业投资策略

二、2017-2022年第三方物流行业发展策略

三、2024-2030年第三方物流行业投资策略

四、2024-2030年第三方物流细分行业投资策略

第十五章 第三方物流行业投资风险预警

第一节 影响第三方物流行业发展的主要因素

一、2017-2022年影响第三方物流行业运行的有利因素

二、2017-2022年影响第三方物流行业运行的稳定因素

三、2017-2022年影响第三方物流行业运行的不利因素

四、2017-2022年我国第三方物流行业发展面临的挑战

五、2017-2022年我国第三方物流行业发展面临的机遇

第二节 第三方物流行业投资风险预警

一、2024-2030年第三方物流行业市场风险预测

二、2024-2030年第三方物流行业政策风险预测

三、2024-2030年第三方物流行业经营风险预测

四、2024-2030年第三方物流行业竞争风险预测

五、2024-2030年第三方物流行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十六章 第三方物流行业发展趋势分析

第一节 2024-2030年中国第三方物流市场趋势分析

- 一、2017-2022年我国第三方物流市场趋势总结
- 二、2024-2030年我国第三方物流发展趋势分析
- 第二节 2024-2030年第三方物流产品发展趋势分析
 - 一、2024-2030年第三方物流产品开发趋势分析
 - 二、2024-2030年第三方物流产品价格趋势分析
- 第三节 2024-2030年中国第三方物流行业供需预测
 - 一、2024-2030年中国第三方物流供给预测
 - 二、2024-2030年中国第三方物流需求预测
 - 三、2024-2030年中国第三方物流价格预测
- 第四节 2024-2030年第三方物流行业规划建议
 - 一、第三方物流行业“十三五”整体规划
 - 二、第三方物流行业“十四五”规划预测
 - 三、2024-2030年第三方物流行业规划建议

第十七章 第三方物流企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、第三方物流价格策略分析
- 二、第三方物流渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高第三方物流企业竞争力的策略

- 一、提高中国第三方物流企业核心竞争力的对策
- 二、第三方物流企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响第三方物流企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高第三方物流企业竞争力的策略

第四节 对我国第三方物流品牌的战略思考

- 一、第三方物流实施品牌战略的意义
- 二、第三方物流企业品牌的现状分析
- 三、我国第三方物流企业的品牌战略
- 四、第三方物流品牌战略管理的策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/443695.html>