

2022-2028年中国合同物流 行业分析与市场全景评估报告

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年中国合同物流行业分析与市场全景评估报告》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/202202/267841.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

合同物流（ContractLogistics）由于物流业的服务方式一般是与企业签订一定期限的物流服务合同，所以有人称第三方物流为“合同物流（contractLogistics）”。合同物流企业认为物流的关键不在于基础设施的投资和建设，而在网络的建设和信息的沟通，因此他们可以和各种仓储，运输和简单加工企业签订合同来保证为委托方提供物流服务。这类企业在经营上具有很大的灵活性，并且因其不进行具体的管理，因此能更加集中精力来注重提高物流服务质量。

物流业是融合运输、仓储、货代、信息等产业的复合型服务业，是支撑国民经济发展的基础性、战略性、先导性产业。新中国成立70年特别是改革开放以来，我国物流业实现了从萌芽起步到快速发展，从理念传播到实践探索，从一路追赶到并跑领跑的历史性变革，为国民经济的持续健康发展提供了有力支撑。

近年来，随着物流产业对国民经济的重要性日益凸显，物流行业得到政府相关部门的重视，国务院及各部委等陆续出台物流行业政策，支持物流行业发展。主要政策及内容如下：

时间	颁布单位	相关政策	主要内容	
2019年3月	国务院	《政府工作报告》	促进外贸稳中提质。推动出口市场多元化。扩大出口信用保险覆盖面。改革完善跨境电商等新业态扶持政策推动服务贸易创新发展，引导加工贸易转型升级、向中西部转移，发挥好综合保税区作用。优化进口结构，积极扩大进口。	
办好第二届中国国际进口博览会。加快提升通关便利化水平	2018年12月	民航局	《新时代民航强国建设行动纲要》	建设新时代民航强国的主要任务：一是拓展国际化、大众化的航空市场空间。重点是着力拓展国际航空市场着力推进航空服务大众化，着力开拓航空物流市场，着力拓展现代综合交通运输服务空间，全面提升航空服务质量
2018年12月	国家发改委、交通运输部	《国家物流枢纽布局和建设规划》	到2020年，通过优化整合、功能提升，布局建设30个左右辐射带动能力较强、现代化运作水平较高、互联衔接紧密的国家物流枢纽，促进区域内和跨区域物流活动组织化、规模化运行，培育形成一批资源整合能力强、运营模式先进的枢纽运营企业初步建立符合我国国情的枢纽建设运行模式，形成国家物流枢纽网络基本框架。	
2018年11月	商务部、发展改革委、财政部、海关总署税务总局、市场监管总局	《关于完善跨境电子商务零售进口监管有关工作的通知》	跨境电商平台运营主体应在境内办理工商登记，并按相关规定在海关办理注册登记，接受相关部门监管，配合开展后续管理和执法工作。	
2018年5月	民航局	《关于促进航空物流业发展的指导意见》	以创新体制机制为动力，着力提高行业服务质量和竞争力，促进航空物流信息化、专业化、网络化、社会化发展，构建高效、绿色、安全、可靠的航空物流服务体系，更好发挥航空物流推动临空经济发展的引擎作用。	
2018年4月	商务部等8部门	《关于开展供应链创新与应用试点的通知》	应用现代信息技术，创新供应链技术和模式，构建和优化产业协同平台提升产业集成和协同水平，带动上下游企业形成完整高效、节能环保的产业供应链，推动企业降本增效、	

绿色发展和产业转型升级。 2018年1月 国务院办公厅 《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》 1) 强化制度创新, 优化协同发展政策法规环境; 2) 强化规划引领, 完善电子商务快递物流基础设施; 3) 强化规范运营, 优化电子商务配送通行管理; 4) 强化服务创新, 提升快递末端服务能力; 5) 强化标准化智能化, 提高协同运行效率; 6) 强化绿色理念, 发展绿色生态链。 2017年9月 交通运输部等14个部门 《促进道路货运行业健康稳定发展行动计划(2017-2020年)》 2020年底前, 提质增效各项工作任务全面推进, 行业改革创新取得突破性进展。市场组织化程度明显提高龙头骨干企业加快成长; 市场主体结构明显优化; 低水平落后运能有序淘汰更新, 车型标准化水平显著提升先进运输组织模式广泛推广, 道路货运比较优势得到有效发挥; “互联网+货运”新业态不断涌现, 资源集约利用效率稳步提高。 2017年8月 国务院 《关于进一步推进物流降本增效促进实体经济发展的意见》 深化供给侧结构性改革、发展现代供应链和加强物流基础设施网络建设的指示精神, 加快推动现代供应链体系建设, 促进经济发展提质增效降本, 实现高质量发展 2017年8月 交通运输部 《关于加快发展冷链物流保障食品安全促进消费升级的实施意见》 满足全社会冷链物流需求、提升冷链物流服务品质、保障食品流通安全为目标导向, 坚持市场主导、问题导向创新驱动、协同发展, 深入推进物流供给侧结构性改革, 充分发挥交通运输在冷链物流发展中的基础性作用着力提升设施设备技术水平、健全全程温控体系、优化运输组织模式、强化企业运营监管, 力争到2020年, 初步形成全程温控、标准规范、运行高效、安全绿色的冷链物流服务体系, “断链”问题基本解决, 全面提升冷链物流服务品质, 有效保障食品流通安全。 2017年4月 国家发改委、交通运输部、中国铁路总公司 《“十三五”铁路集装箱多式联运发展规划》 以提质、降本、增效为导向, 以优化结构、扩大供给、补齐短板为中心强化资源整合, 创新组织方式, 提高服务水平, 融合联动发展, 构建一体化、网络化、标准化、信息化的铁路集装箱多式联运系统, 更好发挥铁路比较优势, 提高综合交通运输组合效率, 降低全社会物流成本。 2017年4月 质检总局等11部门 《关于推动物流服务质量提升工作的指导意见》 聚焦影响物流服务质量突出问题以安全为底线, 以诚信为基石, 以优质为目标, 以创新为动力, 开展质量提升行动, 提高质量标准, 加强全面质量管理, 着力构建与现代物流业发展相适应的服务质量促进体系, 改善物流服务供给结构, 培育物流企业核心竞争力, 改善物流行业整体形象促进物流业转型升级和健康有序发展。 2017年2月 民航局 《民航节能减排“十三五”规划》 主要阐明未来五年(2016—2020年民航业绿色发展的指导思想、基本原则、目标要求和重要任务, 是“十三五”时期推进行业节能减排与应对气候变化工作的纲领性文件。 2017年2月 商务部等5部门 《商贸物流发展“十三五”规划》 以体制机制改革为动力, 以技术应用为支撑, 以模式创新为引领, 聚焦重点领域和关键环节, 完善商贸物流服务体系, 提升商

贸物流发展水平，降低物流成本，提高流通效率，为经济社会发展提供物流服务保障。

2017年1月 交通运输部等18个部门 《关于进一步鼓励开展多式联运工作的通知》 1) 依法加强监管，营造良好市场环境；2) 夯实发展基础，提升支撑保障能力；3) 深化行业改革，创新运输服务模式；4) 推动信息共享，加快装备技术进步；5) 深化对外合作拓展国际联运市场。 2016年11月 商务部等10部门 《国内贸易流通“十三五”发展规划》 提出了7个方面的保障措施，主要包括健全管理体制机制、加大财政金融支持、调整优化税费政策、优化土地要素支撑、推进人才队伍建设、完善统计监测体系、落实规划推进机制等内容。

2016年8月 交通运输部 《关于推进供给侧结构性改革促进物流业“降本增效”的若干意见》 牢固树立和贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享发展理念，以促进物流业“降本增效”为导向，以提升运输链综合效率为着力点，以结构性调整、制度性改革、技术性创新为路径切实推进物流业集约化、智能化、标准化发展，实现交通运输与物流深度融合，为经济转型升级和高效运行注入新活力。 2016年7月 国家发改委 《“互联网+”高效物流实施意见》 提出顺应物流领域科技与产业发展的新趋势，加快完善物流业相关政策法规和标准规范，推动大数据、云计算、物联网等先进信息技术与物流活动深度融合，推进“互联网+”高效物流与大众创业万众创新紧密结合，创新物流资源配置方式，大力发展商业新模式、经营新业态，提升物流业信息化、标准化、组织化、智能化水平实现物流业转型升级；形成以互联网为依托，开放共享、合作共赢、高效便捷、绿色安全的智慧物流生态体系，物流效率效益大幅提高。 2016年5月 国家发改委 《关于做好现代物流创新发展城市试点工作的通知》 确定了天津、沈阳、哈尔滨、上海南京、青岛、厦门、武汉、广州、深圳、重庆、成都、西安、乌鲁木齐郑州、保定、临沂、赣州、岳阳、义乌等20个城市为现代物流创新发展试点城市。 中企顾问网发布的《2022-2028年中国合同物流行业分析与市场全景评估报告》共十七章。首先介绍了中国合同物流行业市场发展环境、合同物流整体运行态势等，接着分析了中国合同物流行业市场运行的现状，然后介绍了合同物流市场竞争格局。随后，报告对合同物流做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国合同物流行业发展趋势与投资预测。您若想对合同物流产业有个系统的了解或者想投资中国合同物流行业，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。 报告目录：第一部分第三方物流行业发展分析第一章第三方物流定义及相关要素第一节第三方物流的定义及本质一、第三方物流的产生因素二、第三方物流概念的辨析三、第三方物流的基本特征四、运用第三方物流的优越性第二节第三方物流的价值分析一、成本价值二、服

务价值三、风险分散价值四、企业竞争力的提升价值五、社会效益

第三节从法律角度分析第三方物流一、第三方物流经营业态类型的法律分类二、从第三方物流的经营模式分析其法律性质三、从商主体分析第三方物流企业的法律特征四、从商行为分析第三方物流活动的法律特征

第二章关注重点分析第一节以广东为主的华南地区第三方公路运输市场的相关数据一、2019年公路货物运输量情况二、广东第三方物流发展情况分析三、广西物流业发展情况分析四、广西“两区一带”第三方物流研究第二节国内其他地区与华南地区的异同及相关数据一、产业集群协同背景下第三方物流发展探析二、甘肃省第三方物流发展现状与前景三、山东省第三方物流企业的发展现状及对策分析四、河南省第三方物流企业效益提升的国际比较与借鉴

第三节移动互联网高速发展背景下的第三方物流的新形势一、物流业迈入移动互联网时代二、移动互联网推进物流行业转型升级三、移动互联网提高物流行业信息化管理水平四、2019年物流移动互联应用在四川启动推广五、2019年双十一快递业搭车移动互联网六、抓住4G带来的物流行业变革

第四节应用的O2O技术的新型物流企业的现状及竞争一、O2O的概念与特点二、O2O模式下电商物流现状和困境三、2019年线下O2O物流配送四、顺丰嘿店：物流借道O2O逆袭电商五、O2O模式下电商物流对策

第三章中国物流业的发展第一节中国物流业发展总体概况一、物流产业在中国的兴起以及产业规模二、十三五时期中国现代物流业取得巨大进展三、中国物流业发展进入高速发展期四、2019年我国物流业发展特征

第二节2015-2019年中国物流业的运行分析及预测一、2019年我国物流行业运行状况（一）2019年我国物流行业发展综述（二）2019年物流行业社会物流总额情况（三）2019年物流行业总费用增长情况

物流供给侧改革主要是物流服务供需链的改善，即从技术装备、业务模式等方面进行相应调整与改革，进而促进企业、物流行业以及社会经济的发展。因此，在国家政策的推动和调整下，产业结构持续优化，无用物流成本消耗将减少，未来随着国民经济的发展及社会物流需求的上升，一方面物流行业发展持续繁荣景气，另一方面，中国社会物流总费用与GDP比率也将会逐步下降。2013-2020年中国社会物流总费用及其GDP比率2014-2018年中国社会物流总费用各费用模块占比情况（四）2019年物流行业增加值增幅情况（五）2019年我国物流业发展亮点纷呈（六）2019年中国物流行业十件大事（七）2019年我国物流业发展趋势分析

二、2019年我国物流行业运行分析及趋势预测（一）物流运行特点（二）2019年后期物流走势预测

第三节中国物流业发展中存在的问题一、制约中国物流产业发展的主要因素二、2019年中国物流业发展中存在的主要问题三、2019年中国物流业发展面临的困难

第四节中国物流业发展的对策一、中国物流业的发展建议二、中国物流业中长期发展形势与趋势三、中国物流业中长期发展战略思路五、传统物流企业向现代物流企业转型研究分析六、现代物流管理与成本控制探讨七、2019年中国物流园区亟待解决的问题及对策

第五节物流业发展中长期规划一、发展现状与面临的形势二、总体要求三、发展重点四、主要任务

五、重点工程六、保障措施七、组织实施 第四章中国第三方物流的综述第一节中国第三方物流产生的因素一、中国国民经济的高速发展二、改革开放的影响三、中国物流学的发展四、信息技术的发展五、市场竞争的加剧第二节中国第三方物流的发展一、第三方物流发展概况及特征二、中国第三方物流业发展的概况三、中国第三方物流发展的特点四、中国第三方物流发展的模式五、2019年我国第三方物流发展现状六、2019年第三方物流发展展望七、“十三五”将加快发展第三方物流第三节中国第三方物流业并购的原因与影响简析一、第三方物流并购的必然性二、第三方物流企业并购整合的方式三、第三方物流业并购的影响四、第三方物流业并购的趋势 第五章中国第三方物流企业的发展第一节物流企业的品牌分析一、中国本地物流企业品牌的分析二、中国物流企业品牌创建的道路三、第三方物流企业基于供应链的品牌价值四、特快专递的品牌战略分析第二节中国第三方物流企业概况一、从新的角度理解第三方物流公司二、中国第三方物流企业发展的分类三、第三方物流企业经营的战略种类四、第三方物流企业的资源整合分析五、国内第三方物流企业的市场合理定位六、第三方物流企业的虚拟化第三节第三方物流企业核心经营层面选择探析一、运作层二、管理层三、规划层第四节民营第三方物流企业发展综述一、影响民营第三方物流发展的环境变化分析二、民营第三方物流企业SWOT分析三、民营第三方物流企业的市场占有率分析 第六章第三方物流的市场供需分析第一节第三方物流市场供需的总体概况一、第三方物流市场的服务内容及国内外需求内容的对比二、中国第三方物流市场的各类需求三、造成中国第三方物流需求不足的原因四、中国第三方物流需求不足的对策第二节第三方物流市场供需联盟的博弈简析一、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、建立第三方物流供需联盟的必要性第三节拉动第三方物流需求的模式演进简析一、第三方物流需求概况二、第三方物流需求不足的原因分析三、“拉动”的可行性四、“拉动”中的政策建议第四节中国第三方物流的供给策略一、树立以客户为中心的经营观念，主动开拓市场二、物流企业如何正确市场定位三、制定灵活的定价及结算体系四、传统储运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 第七章第三方物流信息系统的发展第一节第三方物流系统的分析一、第三方物流系统的概念二、第三方物流系统的构成要素三、第三方物流系统的特征四、发展第三方物流系统的益处第二节第三方物流信息化发展概况一、中国第三方物流管理信息系统开发与应用二、信息化带动第三方物流业务的扩展三、中国第三方物流信息化亟需发展四、商务部：将重点扶持十家左右第三方物流信息化平台第三节第三方物流信息系统设计分析一、物流信息系统的基本功能二、第三方物流信息系统的设计目标三、第三方物流信息系统的设计四、第三方物流信息系统建设中应注意的问题第四节第三方物流管理信息系统方案的设计一、供应链角度下第三方物流业务运作模式分析二、物流管理信息系统的主要功能及结构三、第三方

物流管理信息系统总体规划设计 第二部分第三方物流相关行业发展分析第八章运输业与第三方物流第一节第三方物流运力的组建和管理一、运输车队的组建模式二、社会协议运力签约的条件三、社会协议运力的管理和核查四、随车搬运作业人员的管理和核查第二节第三方物流与运输业概述一、2019年中国交通运输行业的运行二、第三方物流与传统运输企业之间的区别三、第三方物流对运输企业发展的影响四、第三方物流发展给运输业带来的变化五、中国外贸运输业向第三方物流转型的分析第三节铁路运输与第三方物流一、发展铁路物流的优劣与模式二、国内铁路物流人才需求与培养的简析三、铁路运输第三方物流模式的建立四、铁路行包运输发展第三方物流的可行性及对策五、铁路物资企业开展第三方物流的优势及策略六、铁路货运代理企业向第三方物流发展的策略七、铁路运输发展第三方物流的建议第四节公路与第三方物流一、中小型公路运输企业向第三方物流的转型二、公路运价对公路发展第三方物流的影响及建议三、公路运输业发展第三方物流面临的问题四、公路运输业发展第三方物流服务的建议第五节港口与第三方物流一、集装箱逆向物流系统的设计与优化分析二、港口与第三方物流的关系三、港口拓展第三方物流正恰时四、港口第三方物流发展策略分析第六节航空业与第三方物流一、第三方物流航空平台的建立二、中国航空快递企业第三方物流运作模式三、中国航空快递企业必须开展第三方物流的因素四、航空业发展第三方物流的战略第九章邮政业与第三方物流第一节中国邮政物流的发展概况一、2019年中国邮政业运行情况二、邮政物流推动新农村的发展建设三、中国邮政物流业务统计指标体系的建立第二节邮政业第三方物流的发展一、国外邮政业进入第三方物流的特点二、中国邮政发展第三方物流的SWOT分析三、邮政业第三方物流创新模式的架构四、中国邮政参与第三方物流市场竞争的策略第三节中国邮政发展第三方物流面临的问题一、邮政企业发展物流业务存在的困惑浅析二、邮政物流同城配送业务经营中的问题三、中国邮政第三方物流面临的挑战第四节中国邮政第三方物流发展对策一、国内邮政物流企业发展的策略二、中国邮政发展第三方物流的突破口与路线第十章连锁零售业与第三方物流第一节零售业的连锁经营一、零售业连锁发展内涵和价值观二、现代连锁店对中国零售业模式的影响三、连锁业成为零售业发展的主导趋势第二节商业连锁企业与第三方物流企业的合作发展分析一、商业连锁企业物流的发展概况二、中国第三方物流企业的发展状况三、商业连锁企业与第三方物流的优势互补第三节第三方物流进入连锁零售业领域面临的挑战一、双方企业对物流成本的理解存在歧义二、连锁企业把物流外包所产生的信用风险比较大三、连锁企业的物流成本存在不确定性四、为连锁企业提供个性化服务的难度较大第四节第三方物流进入连锁零售业市场的策略一、选择合适的时机二、选准合适的业态三、选择特定的产品四、选择合适的市场五、抓住购物中心发展的浪潮六、网上购物给第三方物流提供新的发展机会第十一章电子商务与第三方物流第一节国内电子商务行业发展现状一、中国电子商务行业交易规模二、中国电子商务行业市场结

构三、中国电子商务竞争格局四、中国网络零售市场交易规模五、中国移动购物市场交易规模六、电商物流自建还是第三方

第二节2015-2019年中国电子商务物流发展的现状一、2018年中国电子商务物流行业发展分析二、2019年中国电子商务物流行业发展分析

第三节电子商务的发展对第三方物流的要求分析一、电子商务与物流的相互关系二、电子商务的发展对第三方物流的要求三、电子商务环境对物流系统的影响分析

第四节第三方物流与电子商务的发展一、第三方物流和电子商务之间的关系二、中国第三方物流业开展电子商务的SWOT分析三、我国电子商务环境下第三方物流的发展趋势

第五节第三方物流开展电子商务的对策与趋势一、第三方物流业发展电子商务的竞争战略二、电子商务环境下第三方物流企业的对策三、中国电子商务的发展趋势

第十二章其它行业与第三方物流

第一节医药业与第三方物流一、第三方物流给医药流通带来的改变二、社会物流企业看重医药的第三方物流市场三、医药批发企业转向第三方物流的建议四、中国药品市场发展第三方物流的可行性和必要性五、第三方物流托管在医药流通行业的运用分析六、医药第三方物流发展存在的困惑七、新版GSP、医药电商为第三方医药物流带来契机

第二节汽车行业与第三方物流一、中国汽车物流业的总体发展概况二、第三方物流在汽车工业中的重要性概述三、国内汽车企业第三方物流应用模式

第三节家电行业与第三方物流一、家电物流的发展概况二、中国家电物流模式运营比较三、中国家电企业物流供应链的变革四、家电流通业期待第三方物流

第三部分第三方物流行业竞争格局

第十三章第三方物流竞争格局分析

第一节中国第三方物流的竞争格局一、第三方物流与企业竞争力概况二、中国第三方物流市场中的竞争企业的分析三、中国第三方物流中小企业的特点和竞争状态四、连锁超市物流系统竞争力的建设概况

第二节第三方物流竞争力评估与简析一、第三方物流竞争力综合体系评估二、中国物流业竞争力的宏观分析三、中国物流业竞争力的微观分析

第三节第三方物流企业核心竞争力建设分析一、第三方物流企业核心竞争力的内涵二、第三方物流企业核心竞争力存在的问题三、第三方物流企业培育核心竞争力的战略选择

第十四章中国部分地区第三方物流的发展

第一节北京一、北京第三方物流市场蕴藏着巨大的商机二、北京市整合第三方物流资源存在的瓶颈三、北京物流市场发展潜力巨大

第二节上海一、从经济战略角度分析上海市发展第三方物流的意义二、上海第三方物流发展现状三、上海市第三方物流发展中存在的问题四、上海市发展第三方物流的建议六、《上海市现代物流业发展“十三五”规划》

第三节深圳一、深圳发展第三方物流业的需求分析二、深圳第三方物流企业发展状况分析三、深圳第三方物流业的发展措施

第十五章国内外知名第三方物流企业

第一节UPS一、公司简介二、发展经营状况分析三、发展展望及策略

第二节联邦快递一、公司简介二、发展经营状况分析三、发展展望及策略

第三节DHL一、公司简介二、发展经营状况分析三、发展展望及策略

第四节中储发展一、公司简介二、发展经营状况分析三、发展展望及策略

第五节中远物流一、公司简介二、发展经营状况分析三、发

展展望及策略第六节宝供物流一、公司简介二、发展经营状况分析三、发展展望及策略第七节招商局物流一、公司简介二、发展经营状况分析三、发展展望及策略 第四部分第三方物流行业发展趋势及战略第十六章2015-2019年第三方物流发展预测及对策第一节物流市场的发展趋势一、行业集中度进一步提高二、制造业物流外包持续加速三、信息化程度日益提高四、绿色物流受重视第二节第三方物流的发展前景一、中国第三方物流市场发展的前景广阔二、第三方物流商趋向多元化的发展三、第三方物流变革的主要趋势四、第三方物流发展的新趋势第三节中国发展第三方物流存在的问题一、第三方物流发展面临的难题二、我国发展第三方物流面临的问题三、中国第三方物流的发展急待提速三、第三方物流企业发展存在的主要问题第四节中国发展第三方物流的对策一、中国第三方物流发展的建议二、针对我国如何发展和完善第三方物流三、中国对第三方物流市场发展的措施四、中国第三方物流的市场细分和市场定位策略分析第五节第三方物流企业发展战略一、中国第三方物流业发展的战略二、企业拓展第三方物流的建议三、中国第三方物流企业的国际化发展战略四、第三方物流企业整合与改造发展建议第六节第三方物流企业的SWOT分析及其差异化战略一、第三方物流企业的SWOT分析二、第三方物流企业的差异化战略第七节我国第三方物流发展瓶颈与营销策略的创新一、制约我国第三方物流发展的瓶颈二、基于4Ps理论的第三方物流营销策略的创新第八节第三方物流服务创新研究一、第三方物流企业服务创新及其必要性二、第三方物流服务创新的路径模式三、第三方物流服务创新的策略选择四、结论 第十七章2015-2019年第三方物流的投资分析（一）第一节投资机会一、第三方物流的未来盈利点二、第三方物流有着巨大的投资潜力三、第三方医药物流将成我国医药流通大势所趋四、家电流通转向第三方物流五、中国食品物流行业投资机会分析第二节投资风险一、第三方物流本身存在的风险二、交易费用的过高抑制了市场的需求三、企业管理者缺乏物流外包的动力四、政府管理体制的制约五、我国第三方物流企业的外部风险与议第三节投资第三方物流企业的战略选择（一）一、成本领先战略适合拥有实力的企业二、集中化战略适合具有一定自身优势的企业三、起步较晚的企业可以运用差异化战略 图表目录：图表：2019年公路货物运输量图表：2019年广东货物运输完成情况图表：2019年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度图表：2015-2019年社会物流总成本与GDP的比例图表：2015-2019年社会物流总额及可比变化情况图表：2015-2019年中国沿海散货运价综合指数图表：2019年社会物流总费用构成情况图表：欧美国家使用第三方物流服务情况表图表：我国企业第三方物流服务需求图图表：流通加工类型表图表：各行业对物流作业的满意程度表图表：传统储运企业转型途径表图表：宝供信息化建设历程表图表：第三方物流信息流程图图表：物流信息管理系统方案设计图图表：2019年全国邮政行业发展情况表图表：2019年分省快递服务企业业务量和业务收入情况表图表：2019年快递业务量前50位城市情况表图表：2019年快递业务收入前50位城市情况表图表：邮

政物流业务统计指标体系结构图表：2015-2019年中国电子商务市场交易规模图表：2019年中国电子商务市场细分行业构成图图表：2019年中国电子商务市场细分行业构成图图表
：2015-2019年中国B2C、C2C电子商务企业数量增长图图表：2019年中国B2C网络交易市场
份额占比图图表：2019年中国C2C平台网络交易市场份额占比图图表：2015-2019中国网络零售
市场交易规模图表：2015-2019年网络规模占盛会消费品零售总额比例图表：第三方物流可以
选择不同的市场定位策略图表：不同的第三方物流企业有不同的优势和劣势更多图表见正
文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/267841.html>