

2014-2019年中国第三方物 流行业监测与发展趋势研究报告

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

《2014-2019年中国第三方物流行业监测与发展趋势研究报告》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/201408/111297.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（The Third party Logistics，简称3PL或TPL），是由相对“第一方”发货人和“第二方”收货人而言的第三方专业企业来承担企业物流活动的一种物流形态。它为顾客提供以合同为约束、以结盟为基础的，系列化、个性化、信息化的物流代理服务。随着信息技术的发展和经济全球化趋势，越来越多的产品在世界范围内流通、生产、销售和消费，物流活动日益庞大和复杂，而第一、二方物流的组织和经营方式已不能完全满足社会需要；同时，为参与世界性竞争，企业必须确立核心竞争力，加强供应链管理，降低物流成本，把不属于核心业务的物流活动外包出去。于是，第三方物流应运而生。

大力发展以第三方物流为特征的现代物流服务既是推动我国经济质量升级的一条重要渠道，也是我国传统运输物流企业转型的必然要求。自第三方物流伴随现代物流理念传入我国以来，已经有了长足发展，并呈现出较为明显的特征。在欧美等发达国家，第三方物流业一般处于产品生命周期的成长期。而在我国，根据2009年不完全统计，国内大约有1.8万家已注册第三方物流企业，其中90%是小型私营企业，市场占领速度以及整合速度受限，尚处于初期阶段。

近年来，现代物流作为国家重点发展的战略性产业得到了社会各界的广泛关注与支持，第三方物流发展进一步加快了进程，在服务内涵、经营模式、功能建设等方面发生了深远的变革，呈现出良好发展趋势，服务链不断延伸、专业化不断加强。外资对国内第三方物流企业并购明显升温，进一步加快了我国第三方物流企业的全球化进程，也使第三方物流企业竞争从服务竞争扩展到资本竞争，这也是一个显著的特征。资本手段越来越成为物流企业做强做大的重要途径。

在全球经济一体化影响下，中国正在成为第三方物流发展最迅速的国家之一。我国第三方物流处于发展初期，而且呈地域性集中分布，未来市场潜力很大。推动中国第三方物流发展的主要因素，首先在于跨国企业正在将更多的业务转向中国，并通过外包他们广泛的物流功能来降低供应链成本；其次是中国公司面临着降低成本而增加了物流外包的需求；最后是政府的激励措施也是刺激中国第三方物流市场迅速发展的重要因素。

本行业分析报告主要国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、中国交通运输部、中国物流行业协会、中国仓储协会、国内外相关刊物的基础信息以及第三方物流行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界第三方物流行业整体发展大势，对中国第三方物流行业的发展情况、相关行业、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来第三方物流行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了第三方物流行业今后的发展与投资策略。

本第三方物流行业发展分析报告，为第三方物流企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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 1

第一节 第三方物流的定义及本质 1

一、第三方物流的产生因素 1

二、第三方物流概念的辨析 2

三、第三方物流的基本特征 2

四、运用第三方物流的优越性 3

第二节 第三方物流的价值分析 4

一、成本价值 4

二、服务价值 4

三、风险分散价值 5

四、企业竞争力的提升价值 5

五、社会效益 6

第三节 从法律角度分析第三方物流 7

一、第三方物流经营业态类型的法律分类 7

二、从第三方物流的经营模式分析其法律性质 8

三、从商主体分析第三方物流企业的法律特征 10

四、从商行为分析第三方物流活动的法律特征 11

第二章 国际第三方物流的发展 13

第一节 第三方物流世界环境概述 13

一、欧美日第三方物流的发展特点 13

二、欧美日第三方物流发展的异同 14

三、世界第三方物流的发展前景 17

四、2012年世界第三方物流公司50强 18

第二节 美国 19

一、美国第三方物流发展概况 19

二、美国第三方物流的产业结构 20

三、美国第三方物流的发展的特征 20

四、美国第三方物流企业的服务	21
五、财政和金融成为美国第三方物流公司业务拓展新方向	23
第三节 欧洲	25
一、欧洲第三方物流的分类	25
二、欧洲第三方物流发展概述	26
三、欧洲第三方物流发展速度迅猛	28
四、欧洲大型第三方物流的五个优势	30
五、欧洲的地方性中小型企业第三方物流的优势	32
第四节 亚洲	34
一、第三方物流在亚洲发展概况	34
二、亚洲第三方物流发展面临的问题	37
三、亚洲第三方物流的发展前景	38
第三章 中国物流业的发展	39
第一节 中国物流业发展总体概况	39
一、物流产业在中国的兴起以及产业规模	39
二、十一五时期中国现代物流业取得巨大进展	40
三、中国物流业发展进入高速发展期	42
四、中国物流业的布局特征	43
第二节 2012-2013年中国物流业的运行	46
一、2012年中国物流行业运行分析	46
二、2013年中国物流行业运行分析	61
第三节 中国物流业发展存在的问题	76
一、物流业发展存在的不足	76
二、中国物流业发展中存在的主要问题	77
三、影响中国物流产业发展的因素	78
四、中国物流业发展面临的形势分析	79
第四节 中国物流业的发展对策	82
一、中国物流业发展应该重视的方面	82
二、促进物流业发展的对策	87
三、中国物流业发展的建议	88
四、加快中国物流业发展的六大攻略	89
第四章 中国第三方物流的综述	94

第一节 中国第三方物流产生的因素	94
一、中国国民经济的高速发展	94
二、改革开放的影响	94
三、中国物流学的发展	95
四、信息技术的发展	96
五、市场竞争的加剧	96
第二节 中国第三方物流的发展	97
一、第三方物流发展概况及特征	97
二、中国第三方物流业发展的概况	98
三、中国第三方物流发展的特点	100
四、中国第三方物流发展的模式	102
五、2011年我国第三方物流发展现状	104
六、2012年《物流业振兴规划》细则出台对第三方物流的影响	105
第三节 中国第三方物流业并购的原因与影响简析	106
一、第三方物流并购的必然性	106
二、第三方物流企业并购整合的方式	109
三、第三方物流业并购的影响	109
四、第三方物流业并购的趋势	111
第五章 中国第三方物流企业的发展	112
第一节 物流企业的品牌分析	112
一、中国本地物流企业品牌的分析	112
二、中国物流企业品牌创建的道路	113
三、第三方物流企业基于供应链的品牌价值	115
四、特快专递的品牌战略分析	116
第二节 中国第三方物流企业概况	118
一、从新的角度理解第三方物流公司	118
二、中国第三方物流企业发展的分类	120
三、第三方物流企业经营的战略种类	120
四、第三方物流企业的资源整合分析	122
五、国内第三方物流企业的市场合理定位	127
六、第三方物流企业的虚拟化	130
第三节 第三方物流企业核心经营层面选择探析	132

- 一、运作层 132
- 二、管理层 132
- 三、规划层 133
- 第四节 民营第三方物流企业发展综述 136
 - 一、影响民营第三方物流发展的环境变化分析 136
 - 二、民营第三方物流企业SWOT分析 137
 - 三、民营第三方物流企业的市场占有率分析 138
- 第六章 第三方物流的市场供需分析 141
 - 第一节 第三方物流市场供需的总体概况 141
 - 一、第三方物流市场的服务内容及国内外需求内容的对比 141
 - 二、中国第三方物流市场的各类需求 145
 - 三、造成中国第三方物流需求不足的原因 147
 - 四、中国第三方物流需求不足的对策 148
 - 第二节 第三方物流市场供需联盟的博弈简析 150
 - 一、企业核心竞争力与外包的关系 150
 - 二、基于第三方物流外包的弊端 150
 - 三、基于第三方物流外包的优势 151
 - 四、建立第三方物流供需联盟的必要性 151
 - 第三节 拉动第三方物流需求的模式演进简析 152
 - 一、第三方物流需求概况 152
 - 二、第三方物流需求不足的原因分析 152
 - 三、“拉动”的可行性 153
 - 四、“拉动”中的政策建议 154
 - 第四节 中国第三方物流的供给策略 155
 - 一、树立以客户为中心的经营观念，主动开拓市场 155
 - 二、物流企业如何正确市场定位 156
 - 三、制定灵活的定价及结算体系 158
 - 四、传统储运企业向第三方物流企业转型 159
 - 五、建设实体网络 160
 - 六、加强信息化建设 160
- 第七章 第三方物流信息系统的发展 163
 - 第一节 第三方物流系统的分析 163

- 一、第三方物流系统的概念 163
- 二、第三方物流系统的构成要素 163
- 三、第三方物流系统的特征 164
- 四、发展第三方物流系统的益处 164
- 第二节 第三方物流信息化发展概况 165
 - 一、中国第三方物流管理信息系统开发与应用 165
 - 二、信息化带动第三方物流业务的扩展 166
 - 三、中国第三方物流信息化亟需发展 170
- 第三节 第三方物流信息系统设计分析 175
 - 一、物流信息系统的基本功能 175
 - 二、第三方物流信息系统的设计目标 177
 - 三、第三方物流信息系统的设计 177
 - 四、第三方物流信息系统建设中应注意的问题 179
- 第四节 第三方物流管理信息系统方案的设计 180
 - 一、供应链角度下第三方物流业务运作模式分析 180
 - 二、物流管理信息系统的主要功能及结构 182
 - 三、第三方物流管理信息系统总体规划设计 188
- 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 191
 - 第一节 第三方物流运力的组建和管理 191
 - 一、运输车队的组建模式 191
 - 二、社会协议运力签约的条件 191
 - 三、社会协议运力的管理和核查 192
 - 四、随车搬运作业人员的管理和核查 193
 - 第二节 第三方物流与运输业概述 194
 - 一、2013年中国交通运输行业的运行 194
 - 二、第三方物流与传统运输企业之间的区别 197
 - 三、第三方物流对运输企业发展的影响 197
 - 四、第三方物流发展给运输业带来的变化 198
 - 五、中国外贸运输业向第三方物流转型的分析 199
 - 第三节 铁路运输与第三方物流 203
 - 一、发展铁路物流的优劣与模式 203

- 二、国内铁路物流人才需求与培养的简析 205
- 三、铁路运输第三方物流模式的建立 209
- 四、铁路行包运输发展第三方物流的可行性及对策 212
- 五、铁路物资企业开展第三方物流的优势及策略 214
- 六、铁路货运代理企业向第三方物流发展的策略 217
- 七、铁路运输发展第三方物流的建议 220
- 第四节 公路与第三方物流 221
 - 一、中小型公路运输企业向第三方物流的转型 221
 - 二、公路运价对公路发展第三方物流的影响及建议 225
 - 三、公路运输业发展第三方物流面临的问题 227
 - 四、公路运输业发展第三方物流服务的建议 227
- 第五节 港口与第三方物流 229
 - 一、集装箱逆向物流系统的设计与优化分析 229
 - 二、港口与第三方物流的关系 232
 - 三、港口拓展第三方物流正恰时 233
 - 四、港口第三方物流发展策略分析 235
- 第六节 航空业与第三方物流 238
 - 一、第三方物流航空平台的建立 238
 - 二、中国航空快递企业第三方物流运作模式 240
 - 三、中国航空快递企业必须开展第三方物流的因素 241
 - 四、中国机场企业航空物流发展浅析 242
 - 五、航空业发展第三方物流的战略 249
- 第九章 邮政业与第三方物流 250
 - 第一节 中国邮政物流的发展概况 250
 - 一、2013年中国邮政业运行情况 250
 - 二、邮政物流推动新农村的发展建设 253
 - 三、中国邮政物流业务统计指标体系的建立 254
 - 第二节 邮政业第三方物流的发展 258
 - 一、国外邮政业进入第三方物流的特点 258
 - 二、中国邮政发展第三方物流的SWOT分析 259
 - 三、邮政业第三方物流创新模式的架构 260
 - 四、中国邮政参与第三方物流市场竞争的策略 262

第三节 中国邮政发展第三方物流面临的问题	264
一、邮政企业发展物流业务存在的困惑浅析	264
二、邮政物流同城配送业务经营中的问题	268
三、中国邮政第三方物流面临的挑战	270
第四节 中国邮政第三方物流发展对策	271
一、国内邮政物流企业发展的策略	271
二、中国邮政发展第三方物流的突破口与路线	272
第十章 连锁零售业与第三方物流	274
第一节 零售业的连锁经营	274
一、零售业连锁发展内涵和价值观	274
二、现代连锁店对中国零售业模式的影响	275
三、连锁业成为零售业发展的主导趋势	277
第二节 商业连锁企业与第三方物流企业的合作发展分析	279
一、商业连锁企业物流的发展概况	279
二、中国第三方物流企业的发展状况	280
三、商业连锁企业与第三方物流的优势互补	281
第三节 第三方物流进入连锁零售业领域面临的挑战	284
一、双方企业对物流成本的理解存在歧义	284
二、连锁企业把物流外包所产生的信用风险比较大	284
三、连锁企业的物流成本存在不确定性	284
四、为连锁企业提供个性化服务的难度较大	285
第四节 第三方物流进入连锁零售业市场的策略	286
一、选择合适的时机	286
二、选准合适的业态	286
三、选择特定的产品	287
四、选择合适的市场	287
五、抓住购物中心发展的浪潮	288
六、网上购物给第三方物流提供新的发展机会	288
第十一章 电子商务与第三方物流	290
第一节 电子商务的发展对第三方物流的要求分析	290
一、电子商务与物流的相互关系	290
二、电子商务的发展对第三方物流的要求	291

三、电子商务环境对物流系统的影响分析	293
第二节 第三方物流与电子商务的发展	298
一、电子商务与传统商务的关联、竞争以及有效性的分析	298
二、第三方物流和电子商务之间的关系	305
三、中国第三方物流业开展电子商务的SWOT分析	306
四、电子商务交易模式下的第三方物流	307
五、电子商务中企业第三方物流模式分析	310
六、电子商务时代的现代物流业	316
第三节 第三方物流开展电子商务的对策与趋势	316
一、第三方物流业发展电子商务的竞争战略	316
二、电子商务环境下第三方物流企业的对策	318
三、中国电子商务的发展趋势	319
第十二章 其它行业与第三方物流	321
第一节 医药业与第三方物流	321
一、第三方物流给医药流通带来的改变	321
二、社会物流企业看重医药的第三方物流市场	323
三、医药批发企业转向第三方物流的建议	326
四、中国药品市场发展第三方物流的可行性和必要性	327
五、第三方物流托管在医药流通行业的运用分析	329
六、医药第三方物流发展存在的困惑	332
七、2013年药品流通规划推热第三方物流	336
第二节 汽车行业与第三方物流	338
一、中国汽车物流业的总体发展概况	338
二、第三方物流在汽车工业中的重要性概述	339
三、国内汽车企业第三方物流应用模式	341
第三节 家电行业与第三方物流	344
一、家电物流的发展概况	344
二、中国家电物流模式运营比较	348
二、浅析中国家电企业物流供应链的变革	350
三、家电流通业期待第三方物流	353
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	354

第一节 中国第三方物流的竞争格局	354
一、第三方物流与企业竞争力概况	354
二、中国第三方物流市场中的竞争企业的分析	355
三、中国第三方物流中小企业的特点和竞争状态	358
四、连锁超市物流系统竞争力的建设概况	359
第二节 第三方物流竞争力评估与简析	362
一、第三方物流竞争力综合体系评估	362
二、中国物流业竞争力的宏观分析	363
三、中国物流业竞争力的微观分析	364
第三节 第三方物流企业核心竞争力建设分析	365
一、第三方物流企业核心竞争力的内涵	365
二、第三方物流企业核心竞争力存在的问题	367
三、第三方物流企业培育核心竞争力的战略选择	368
第十四章 中国部分地区第三方物流的发展	370
第一节 北京	370
一、北京第三方物流市场蕴藏着巨大的商机	370
二、北京市整合第三方物流资源存在的瓶颈	370
三、北京第三方物流市场发展潜力巨大	371
第二节 上海	373
一、外资第三方物流抢占上海口岸保税仓储业务	373
二、从经济战略角度分析上海市发展第三方物流的意义	374
三、上海第三方物流发展现状	383
四、上海市第三方物流发展中存在的问题	386
五、上海市发展第三方物流的建议	387
六、2012年上海物流业的发展方向及前景走势	390
第三节 深圳	392
一、深圳发展第三方物流业的需求分析	392
二、深圳第三方物流企业发展状况分析	393
三、深圳第三方物流业的发展措施	394
第十五章 国内外知名第三方物流企业	397
第一节 UPS	397
一、UPS公司的运作模式	397

- 二、2012年UPS的盈利分析 401
- 三、2013年UPS的盈利分析 402
- 四、UPS在经济危机中的策略 402
- 五、2013年UPS的经营管理策略 405
- 第二节 联邦快递 406
 - 一、联邦快递“一地清关服务”覆盖整个欧盟成员国 406
 - 二、2007年联邦快递在中国推出快递服务 409
 - 三、2013财年联邦快递的盈利分析 410
 - 四、2013年联邦快递扩张：亚太转运航点增加 411
- 第三节 DHL 412
 - 一、中外运敦豪在中国的业务发展增长三成以上 412
 - 二、DHL进入中国内地货物空运市场 412
 - 三、2012年DHL在华增强航空货运 413
 - 四、2012年DHL公司瞄准中国时装与成衣物流市场 413
 - 五、2013年一季度DHL的盈利分析 414
 - 六、2013年DHL转让全一快递100%股权淡出国内快递 414
 - 七、DHL上海转运中心2013年建成 417
- 第四节 中储发展 417
 - 一、公司简介 417
 - 二、2011年中储发展经营状况分析 418
 - 三、2012年中储发展经营状况分析 418
 - 四、2013年中储发展经营状况分析 420
- 第五节 中远物流 426
 - 一、公司简介 426
 - 二、2013年中远物流经营情况分析 426
 - 三、2014年中远物流发展战略 427
- 第六节 宝供物流 428
 - 一、集团简介 428
 - 二、宝供公司的优势 429
 - 三、宝供物流企业集团的发展历程 431
 - 四、宝供物流第三方物流产业的发展经验 432
 - 五、企业发展战略 437

第七节 招商局物流 439

一、公司简介 439

二、招商局对物流产业的发展高度重视 440

三、2007年招商局物流升级为招商局集团直属一级公司 441

第四部分 第三方物流行业发展趋势及战略

第十六章 2014-2019年第三方物流发展预测及对策 443

第一节 物流市场的发展趋势 443

一、国际物流市场上竞争的发展方向 443

二、中国物流市场发展的重点趋势 445

三、中国物流市场的九个发展新趋向 447

四、中国物流业将步入科学发展新时期 449

第二节 第三方物流的发展前景 451

一、中国第三方物流市场发展的前景广阔 451

二、第三方物流商趋向多元化的发展 452

三、第三方物流变革的主要趋势 453

四、第三方物流发展的新趋势 459

第三节 中国发展第三方物流存在的问题 460

一、第三方物流发展面临的难题 460

二、中国第三方物流发展存在的不足 461

三、中国第三方物流的发展急待提速 462

第四节 中国发展第三方物流的对策 464

一、中国第三方物流的发展措施 464

二、中国第三方物流发展的建议 464

三、中国政府对第三方物流市场发展的措施 465

四、中国第三方物流的市场细分和市场定位策略分析 468

五、中国第三方物流业发展的战略 471

第五节 第三方物流企业存在的问题及对策 474

一、第三方物流企业发展面临的病症 474

二、国内企业实施第三方物流的障碍 477

三、企业拓展第三方物流的建议 481

四、中国第三方物流企业的国际化发展战略 486

五、第三方物流企业整合与改造发展建议 489

第六节 第三方物流企业重点客户关系管理的实施保障 491

- 一、确立重点客户关系管理的基本理念 491
- 二、建立重点客户关系管理的组织机构和管理制度 491
- 三、提高重点客户的转换成本 492
- 四、加强信息化建设 493

第十七章 2014-2019年第三方物流的投资分析 495

第一节 投资机会 495

- 一、零售企业开始把物流配送外包 495
- 二、第三方物流有着巨大的投资潜力 498
- 三、第三方医药物流将成我国医药流通大势所趋 499
- 四、家电流通转向第三方物流 500
- 五、中国食品物流行业投资机会分析 501

第二节 投资风险 503

- 一、第三方物流本身存在的风险 503
- 二、交易费用的过高抑制了市场的需求 505
- 三、企业管理者缺乏物流外包的动力 507
- 四、政府管理体制的制约 508

第三节 投资第三方物流企业的战略选择 509

- 一、成本领先战略适合拥有实力的企业 510
- 二、集中化战略适合具有一定自身优势的企业 511
- 三、起步较晚的企业可以运用差异化战略 511

附录 512

附录一：中华人民共和国国家标准物流术语 512

附录二：国务院《关于促进流通业发展的若干意见》 522

附录三：关于公布新修订的《中国物流示范基地、中国物流实验基地评审验收办法》的通知
527

附录四：铁路货物运价规则 533

附录五：中华人民共和国交通行业标准水路货物运输质量考核指标和统计要求 544

附录六：水路重要物资运输管理办法（征求意见稿） 547

附录七：中国民用航空国内航线和航班经营管理规定 553

附录八：《统一国际航空运输某些规则的公约》 558

图表目录

图表：美国3PL市场总营业额 20

图表：第三方物流在欧洲市场概况表 27

图表：欧洲第三方物流经营商排名 27

图表：1991-2004年社会物流总成本与GDP的比例 40

图表：1997年-2001年我国社会物流总成本变化图 44

图表：1992年—2001年我国物流业产值变化图 44

图表：我国三大地带物流产值变化示意图 45

图表：我国三大地带物流产值构成示意图 45

图表：我国南北部物流产值变化示意图 46

图表：2012年各月社会物流总额及增长变化情况 70

图表：2012年社会物流总额及增减变化情况 71

图表：2012年1-12月物流实物量增减变化情况 71

图表：2012年社会物流总费用构成情况 72

图表：2012年固定资产投资增长情况比较（%） 73

图表：2012年1-12月中国沿海(散货)综合运价指数CCBFI 74

图表：2012年1-12月物流业PMI指数变化情况 75

图表：2013年各月社会物流总额及增长变化情况 76

图表：2013年社会物流总额及增减变化情况 76

图表：2013年1-9月物流实物量增减变化情况 77

图表：2013年社会物流总费用构成情况 77

图表：2013年固定资产投资增长情况比较（%） 78

图表：2013年1-9月中国沿海(散货)综合运价指数CCBFI 78

图表：2013年1-9月物流业PMI指数变化情况 79

图表：欧美国家使用第三方物流服务情况表 142

图表：我国企业第三方物流服务需求图 143

图表：流通加工类型表 145

图表：各行业对物流作业的满意程度表 146

图表：传统储运企业转型途径表 159

图表：宝供信息化建设历程表 161

图表：第三方物流信息流程图 182

图表：物流信息管理系统方案设计图 184

图表：中国机场企业航空物流SWOT分析 243

图表：元素 a_{ij} 的取值 244

图表：面向机场的航空物流关键内部因素 245

图表：面向机场的航空物流关键外部因素 246

图表：2011年与2012年1-12月快递业务收入分月图 250

图表：2012年快递业务收入结构图 251

图表：2012年快递业务量结构图 251

图表：2012年东、中、西部快递业务收入结构图 252

图表：2012年东、中、西部快递业务量结构图 252

图表：2012年全国邮政行业发展情况表 252

图表：邮政物流业务统计指标体系结构 256

图表：企业竞争规则的变迁 299

图表：企业速度的提升 301

图表：中国上网用户历届调查情况 302

图表：中国电子商务市场总体规模发展与预测 303

图表：图书市场的价值曲线 304

图表：2003 - 2008年家电制造业增长率超过10% 345

图表：2003 - 2008年家电物流业务市场规模 345

图表：2012-2013年中储发展股份有限公司主营构成表 421

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司流动资产表 421

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司长期投资表 421

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司固定资产表 422

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司无形及其他资产表 422

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司流动负债表 422

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司长期负债表 422

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司股东权益表 423

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司主营业务收入表 423

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司主营业务利润表 423

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司营业利润表 423

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司利润总额表 424

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司净利润表 424

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司每股指标表 424

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司获利能力表 424

图表：2010-2013年中储发展股份有限公司经营能力表 425
图表：2010-2013年中储发展股份有限公司偿债能力表 425
图表：2010-2013年中储发展股份有限公司资本结构表 425
图表：2010-2013年中储发展股份有限公司发展能力表 425
图表：2010-2013年中储发展股份有限公司现金流量分析表 426
图表：第三方物流可以选择不同的市场定位策略 469
图表：不同的第三方物流企业有不同的优势和劣势 470
图表：两种经营理念的区别 491

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201408/111297.html>