

中国物流行业发展深度调研与未来投资研究报告 (2022-2029年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国物流行业发展深度调研与未来投资研究报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202210/613192.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

物流原意为“实物分配”或“货物配送”，是供应链活动的一部分，是为了满足客户需要而对商品、服务消费以及相关信息从产地到消费地的高效、低成本流动和储存进行的规划、实施与控制的过程。物流以仓储为中心，促进生产与市场保持同步。物流是为了满足客户的需要，以最低的成本，通过运输、保管、配送等方式，实现原材料、半成品、成品及相关信息由商品的产地到商品的消费地所进行的计划、实施和管理的全过程。

国家质检总局和国家标准委员会于2013年联合发布了《物流企业分类与评估指标》（GB/T19680-2013），将物流企业分三类：运输型、仓储型和综合型，前两者业务功能主要涉及运输、仓储等单个物流环节的服务集成；综合型物流企业需要从事多种物流服务，主要包括为客户提供运输、仓储、货运代理、配送、物流加工、信息服务，可以为客户制订系统化的物流解决方案、提供综合物流服务及其增值服务，具有一定覆盖面的货物集散、分拨网络，配置专门的机构和人员，能及时、有效地为客户提供服务，同时具备对物流服务全过程进行状态查询、监控等信息服务。

一、行业市场规模

物流行业作为国民经济各部门运转的配套性基础行业，近年来随着GDP的发展而持续上涨，无论是工业制造业、农业、畜牧业，还是电商零售带来的个人物流需求的激增，都大大促进了物流行业的发展。此外，不断扩大的海外贸易的需求，以及多式联运的发展和效率的提升，使得外贸物流的发展也持续向好，多个因素共同促进了物流行业的持续繁荣。

资料来源：观研天下数据中心整理

二、市场主体分类

（一）按企业背景分类

从企业背景角度来看，目前国内从事物流服务企业包括国有背景物流企业、民营现代物流企业、生产商贸流通企业下属物流企业以及外资物流企业等。上述主体各有自身的特点和市场定位，其规模、服务内容以及关注的行业存在较大差别，主要情况如下：

我国物流行业市场主体分析

分类

参与者

优势

国有背景物流企业

中外运股份有限公司、中远海运物流有限公司、华贸物流等

拥有较强的资金实力；物流资产丰富、物流服务网络更为全面

外资物流企业

敦豪物流、德国辛克物流、CEVA、UPS、亚致力等

拥有丰富的海外物流经验和发达的全球物流网络；丰富的管理和技术经验

生产商贸流通企业下属物流企业

安吉物流、一汽物流、安泰达物流、安得智联科技、青岛日日顺物流等

主要为股东或内部客户提供服务；资金实力较为雄厚

新兴现代第三方物流企业

顺丰控股、飞力达、新宁物流、华鹏飞、原尚物流、嘉诚国际、密尔克位、长久物流等

具有灵活的机制和较强的适应性、服务能力，专注于特定行业，专业性强

资料来源：观研天下数据中心整理

中外运股份有限公司、中远海运物流有限公司、华贸物流等大型国有背景物流企业，主要集中在跨境第三方物流、远洋物流等；大型生产、商贸流通企业下属物流企业也积极向现代物流转型，所服务行业主要集中于汽车物流、家电物流、化工物流等传统行业；

外资物流企业不断进入蓬勃发展的中国市场，看重持续增长的经济带来的对物流需求的增加，UPS、敦豪物流、德国辛克物流等国际大型物流企业通过直接投资、兼并收购、成立中外合资物流公司等方式进入中国市场，重点通过对国内物流优质企业的收购迅速提升物流服务和能力，比如亚致力收购在国内化工物流领域的重要企业百岁物流、耶路全球公司收购上海佳宇物流有限公司等。

新兴现代物流服务企业充分运用自己的比较优势，通过提升服务质量、扩大服务网络等不断赢得客户的信任，并在各自的细分领域迅速发展。

上述市场主体充分利用各自在资源、技术、机制、资金、运营管理等方面的竞争比较优势，积极拓展物流客户资源。

（二）按企业服务定位分类

物流行业的参与企业根据自身的定位差异，可分为基础物流资源提供企业和物流资源整合企业。

基础物流资源企业主要分布在物流行业各业态及基础设施领域，基础设施领域主要有港口枢纽、铁路枢纽、航空枢纽、公路枢纽、多式联运枢纽、物流仓储园区及物流业态的航空货运、水路货运、铁路/高铁货运等企业，是物流行业运输网络、节点的主要提供者。

物流资源整合企业主要分布在信息系统和物流行业的各业态中。其中，信息系统整合企业以物联网平台为主，整合物流行业数据信息资源、发掘数据商业价值、提高资源配置效率，为传统物流企业提供物联网平台建设、智慧物流设备、信息系统支持等服务；物流业态资源整合企业则分布在物流行业的各个业务领域：新兴领域如跨境电商物流、同城配/即时配送、生鲜冷链物流、智能货柜/云仓、综合/行业供应链等；传统领域如多式联运、整车合约物流、零担物流、快递小包、重货快递、落地配、特货/商贸/采购供应链、医药冷链物流、货代/报关、仓储运营等。

三、行业经济指标分析

1、赢利性

物流行业属于充分竞争的行业。虽然近年来本土物流产业近年来通过兼并重组、战略调整、联盟合作等多种方式，市场集中度有所提高，但整体来看竞争依旧较为激烈。目前国内物流市场绝大多数企业只能提供仓储、运输等较为传统的物流服务，该类业务的市场进入门槛低，因此导致市场竞争激烈，拉低了行业整体盈利能力。

资料来源：萝卜投研，观研天下数据中心整理

尽管物流行业整体平均毛利率水平较低，但在部分细分行业中，若毛利率角度观察其盈利能力，快递物流行业、危化品物流行业的赢利性较物流行业整体来讲表现相对较好。

资料来源：萝卜投研，观研天下数据中心整理

2、经济周期

物流行业与宏观经济周期密切相关，属于周期性行业。宏观经济稳定快速增长阶段，经贸往来频繁、消费能力旺盛，因此物流业会随之进入景气周期；但若发生经济增速放缓甚至衰退，会导致物流业增速放缓。

根据中国物流与采购网对中国物流业景气指数（LPI）的定义，物流业景气指数（LPI）反映物流业经济发展的总体变化情况，以50%作为经济强弱分界点，当指数高于50%时，反映出物流业处于经济扩张阶段；当指数低于50%时，则反映出物流业处于经济收缩阶段。根据中国物流与采购联合会统计显示，自2011年10月以来，除2020年初与2022上半年部分月份受新冠肺炎疫情影响导致物流业景气指数低于50%外，我国物流业景气指数（LPI）基本保持在50%以上，反映近年来我国物流业总体处在平稳较快的发展周期。

资料来源：中国物流与采购网，观研天下数据中心整理（WWTQ）

观研报告网发布的《中国物流行业发展深度调研与未来投资研究报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国物流行业发展概述

第一节 物流行业发展情况概述

- 一、物流行业相关定义
- 二、物流特点分析
- 三、物流行业基本情况介绍
- 四、物流行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、物流行业需求主体分析

第二节 中国物流行业生命周期分析

- 一、物流行业生命周期理论概述
- 二、物流行业所属的生命周期分析

第三节 物流行业经济指标分析

- 一、物流行业的赢利性分析
- 二、物流行业的经济周期分析
- 三、物流行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球物流行业市场发展现状分析

第一节 全球物流行业发展历程回顾

第二节 全球物流行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲物流行业地区市场分析

- 一、亚洲物流行业市场现状分析
- 二、亚洲物流行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲物流行业市场前景分析

第四节北美物流行业地区市场分析

一、北美物流行业市场现状分析

二、北美物流行业市场规模与市场需求分析

三、北美物流行业市场前景分析

第五节欧洲物流行业地区市场分析

一、欧洲物流行业市场现状分析

二、欧洲物流行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲物流行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界物流行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球物流行业市场规模预测

第三章 中国物流行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对物流行业的影响分析

第三节中国物流行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对物流行业的影响分析

第五节中国物流行业产业社会环境分析

第四章 中国物流行业运行情况

第一节中国物流行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国物流行业市场规模分析

一、影响中国物流行业市场规模的因素

二、中国物流行业市场规模

三、中国物流行业市场规模解析

第三节中国物流行业供应情况分析

一、中国物流行业供应规模

二、中国物流行业供应特点

第四节中国物流行业需求情况分析

一、中国物流行业需求规模

二、中国物流行业需求特点

第五节中国物流行业供需平衡分析

第五章 中国物流行业产业链和细分市场分析

第一节中国物流行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、物流行业产业链图解

第二节中国物流行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对物流行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对物流行业的影响分析

第三节我国物流行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国物流行业市场竞争分析

第一节中国物流行业竞争现状分析

一、中国物流行业竞争格局分析

二、中国物流行业主要品牌分析

第二节中国物流行业集中度分析

一、中国物流行业市场集中度影响因素分析

二、中国物流行业市场集中度分析

第三节中国物流行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国物流行业模型分析

第一节中国物流行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国物流行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国物流行业SWOT分析结论

第三节中国物流行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国物流行业需求特点与动态分析

第一节中国物流行业市场动态情况

第二节中国物流行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节物流行业成本结构分析

第四节物流行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国物流行业价格现状分析

第六节中国物流行业平均价格走势预测

一、中国物流行业平均价格趋势分析

二、中国物流行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国物流行业所属行业运行数据监测

第一节 中国物流行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国物流行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国物流行业所属行业财务指标分析

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 2018-2022年中国物流行业区域市场现状分析

第一节 中国物流行业区域市场规模分析

一、影响物流行业区域市场分布的因素

二、中国物流行业区域市场分布

第二节 中国华东地区物流行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区物流行业市场分析

(1) 华东地区物流行业市场规模

(2) 华南地区物流行业市场现状

(3) 华东地区物流行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区物流行业市场分析

(1) 华中地区物流行业市场规模

(2) 华中地区物流行业市场现状

(3) 华中地区物流行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区物流行业市场分析
 - (1) 华南地区物流行业市场规模
 - (2) 华南地区物流行业市场现状
 - (3) 华南地区物流行业市场规模预测

第五节 华北地区物流行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区物流行业市场分析
 - (1) 华北地区物流行业市场规模
 - (2) 华北地区物流行业市场现状
 - (3) 华北地区物流行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区物流行业市场分析
 - (1) 东北地区物流行业市场规模
 - (2) 东北地区物流行业市场现状
 - (3) 东北地区物流行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区物流行业市场分析
 - (1) 西南地区物流行业市场规模
 - (2) 西南地区物流行业市场现状
 - (3) 西南地区物流行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区物流行业市场分析
 - (1) 西北地区物流行业市场规模
 - (2) 西北地区物流行业市场现状
 - (3) 西北地区物流行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国物流行业市场规模区域分布预测

第十一章 物流行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国物流行业发展前景分析与预测

第一节 中国物流行业未来发展前景分析

一、物流行业国内投资环境分析

二、中国物流行业市场机会分析

三、中国物流行业投资增速预测

第二节 中国物流行业未来发展趋势预测

第三节 中国物流行业规模发展预测

一、中国物流行业市场规模预测

二、中国物流行业市场规模增速预测

三、中国物流行业产值规模预测

四、中国物流行业产值增速预测

五、中国物流行业供需情况预测

第四节 中国物流行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国物流行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国物流行业进入壁垒分析

一、物流行业资金壁垒分析

二、物流行业技术壁垒分析

三、物流行业人才壁垒分析

四、物流行业品牌壁垒分析

五、物流行业其他壁垒分析

第二节 物流行业风险分析

一、物流行业宏观环境风险

二、物流行业技术风险

三、物流行业竞争风险

四、物流行业其他风险

第三节 中国物流行业存在的问题

第四节 中国物流行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国物流行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国物流行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国物流行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 物流行业营销策略分析

一、物流行业产品策略

二、物流行业定价策略

三、物流行业渠道策略

四、物流行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202210/613192.html>