

2008-2010年中国第三方物流行业调研及投资前景 分析报告

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《2008-2010年中国第三方物流行业调研及投资前景分析报告》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://baogao.chinabaogao.com/jixie/2602226022.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 6800

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

内容介绍2008年，对于第三方物流来说，过去的许多不利因素将继续存在，但新的机遇也在不断涌现。2008年，各级政府主管部门将加大对物流业发展的重视和支持力度，第三方物流服务日益得到社会重视和认可，生产及制造业企业也更多的开始尝试进行物流业务外包，促使物流外包业务发展不断加快，区域物流联动发展趋势也将日益显现。同时，物流服务逐步由单一运输向配送、仓储、包装、加工、金融服务一体化发展，向供应链整合与一体化管理发展；国内传统运输企业向现代物流企业转型速度加快；国内市场全面开放，中国日益成为世界制造中心、生产中心。这些因素都为第三方物流的发展创造了机会。在机遇凸现的同时，来自多个层面的挑战仍影响着第三方物流。2008年，由于对国外物流企业的市场进入壁垒和对国内物流企业的保护不复存在，国外物流巨头将依托其国际网络和整体优势，加强对国内物流企业的收购和整合，以抢占国内高端物流服务市场和中小客户市场，开始正式进入国内物流和快递市场竞争。同时，随着物流服务信息化水平不断提高，增值物流内容更加完善，物流网络竞争、人才竞争、技术竞争、价值竞争等将给国内物流企业发展带来更大压力。另外，第三方物流面临的挑战也将具体表现在条块管理模式的制约、城市交通管理的制约、专业人才不足的制约、物流技术应用和服务标准滞后的制约方面。预计2008年，市场集中度将会进一步提高，管理也将更加规范。“网络、成本、竞争的压力，管理能力、服务能力的考验，将促使市场进一步分化，实力弱、网络小、服务能力差的物流企业将大量被兼并、整合、重组，市场集中度进一步提高。同时，市场规范管理力度将进一步加大，品牌影响力大、网络全、服务能力强的物流企业必将得到更多的关注和政策支持，强者愈强、大者逾大的现象将更加突出。”从长远来看，中国的第三方物流产业尚处于起步阶段，迫切需要政府部门的大力支持和推动，为现代物流的发展创造良好的宏观环境。目前中国第三方物流市场规模还较小，而且高度分散，面对庞大的物流市场需求和弱小的供应能力国外物流企业早已跃跃欲试。预测未来几年中国物流业将保持快速增长态势，中国物流市场发展前景广阔，给了投资者一个发挥的空间。预测到2010年中国物流行业的产值将达到12000亿元。那么，在当前第三方物流行业发展形势下，我国第三方物流企业该如何分析当前行业发展形势、把握未来市场发展方向，根据行业趋势制定发展战略呢？本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，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	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	3四、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	5三、风险分散价值	
6四、企业竞争力的提升价值	7五、社会效益	7	第三节 从法律角度分析第三方物流	
8一、第三方物流经营业态类型的法律分类	8二、从第三方物流的经营模式分析其法律性质			
9三、从商主体分析第三方物流企业的法律特征				
12四、从商行为分析第三方物流活动的法律特征	13	第二章 国际第三方物流的发展		
16第一节第三方物流世界环境概述	16一、欧美日第三方物流的发展特点			
16二、欧美日第三方物流发展的异同	18三、世界第三方物流的发展前景	21	第二节 美国	
22一、美国第三方物流发展概况	22二、美国第三方物流的产业结构			
23三、美国第三方物流的发展的特征	24四、美国第三方物流企业的服务			
25五、财政和金融成为美国第三方物流公司业务拓展新方向	27	第三节 欧洲		
30一、欧洲第三方物流的分类	30二、欧洲第三方物流发展概述			
31三、欧洲第三方物流发展速度迅猛	33四、欧洲大型第三方物流的五个优势			
37五、欧洲的地方性中小型企业第三方物流的优势	39	第四节 亚洲		
42一、第三方物流在亚洲发展概况	42二、亚洲第三方物流发展面临的问题			
45三、亚洲第三方物流的发展前景	46	第三章 中国物流业的发展	47第一节	
中国物流业发展总体概况	47一、物流产业在中国的兴起以及产业规模			
47二、十五时期中国现代物流业取得巨大进展	49三、中国物流业发展进入高速发展期			
52四、中国物流业的布局特征	52	第二节 2003-2008年中国物流业的运行	56一、	
2003年中国社会物流总值增长情况	56二、2004年中国物流行业的运行			
57三、2005年中国物流经济的整体运行	59四、2006年中国物流行业运行分析			
61五、2007年物流业发展概况	75六、2008年物流业发展情况分析	78	第三节	
中国物流业发展存在的问题	81一、物流业发展存在的不足			
81二、中国物流业发展中存在的主要问题	82三、影响中国物流产业发展的因素			
84四、中国物流行业发展面临的内忧外患	86	第四节 中国物流业的发展对策		
87一、中国物流业发展应该重视的方面	87二、促进物流业发展的对策			
94三、中国物流业发展的建议	95四、加快中国物流业发展的六大攻略	96	第四章	
中国第三方物流的综述	103	第一节 中国第三方物流产生的因素		
103一、中国国民经济的高速发展	103二、改革开放的影响	104	三、中国物流学的发展	
104四、信息技术的发展	106	五、市场竞争的加剧	106	第二节 中国第三方物流的发展
107一、中国第三方物流发展回顾	107二、中国第三方物流业发展的概况			
112三、中国第三方物流发展的特点	114	四、中国第三方物流发展的模式		
117五、2008年第三方物流新局	119	第三节 中国第三方物流业并购的原因与影响简析		

123一、 第三方物流并购的必然性	123二、 第三方物流企业并购整合的方式		
126三、 第三方物流业并购的影响	127四、 第三方物流业并购的趋势	129第五章	
中国第三方物流企业的发展	130第一节	物流企业的品牌分析	
130一、 中国本地物流企业品牌的分析	130二、 中国物流企业品牌创建的道路		
131三、 第三方物流企业基于供应链的品牌价值	133四、 特快专递的品牌战略分析		
135第二节 中国第三方物流企业概况	137一、 从新的角度理解第三方物流公司		
137二、 中国第三方物流企业发展的分类	141三、 第三方物流企业经营的战略种类		
141四、 第三方物流企业的资源整合分析	143五、 国内第三方物流企业的市场合理定位		
149六、 第三方物流企业的虚拟化	154第三节 第三方物流企业核心经营层面选择探析		
155一、 运作层	156二、 管理层	156三、 规划层	157第四节 民营第三方物流企业发展综述
160一、 影响民营第三方物流发展的环境变化分析	161二、 民营第三方物流企业SWOT分析		
162三、 民营第三方物流企业的市场占有能力分析	164第六章 第三方物流的市场供需分析		
167第一节	第三方物流市场供需的总体概况		
167一、 第三方物流市场的服务内容及国内外需求内容的对比			
167二、 中国第三方物流市场的各类需求	172三、 造成中国第三方物流需求不足的原因		
175四、 中国第三方物流需求不足的对策	176第二节 第三方物流市场供需联盟的博弈简析		
178一、 企业核心竞争力与外包的关系	178二、 基于第三方物流外包的弊端		
178三、 基于第三方物流外包的优势	179四、 建立第三方物流供需联盟的必要性	180第三节	
拉动第三方物流需求的模式演进简析	180一、 第三方物流需求概况		
180二、 第三方物流需求不足的原因分析	181三、 “拉动”的可行性		
182四、 “拉动”中的政策建议	183第四节	中国第三方物流的供给策略	
184一、 树立以客户为中心的经营观念，主动开拓市场	184二、 物流企业如何正确市场定位		
186三、 制定灵活的定价及结算体系	188四、 传统储运企业向第三方物流企业转型		
189五、 建设实体网络	190六、 加强信息化建设	191第七章 第三方物流信息系统的发展	
194第一节 第三方物流系统的分析	194一、 第三方物流系统的概念		
194二、 第三方物流系统的构成要素	194三、 第三方物流系统的特征		
195四、 发展第三方物流系统的益处	196第二节 第三方物流信息化发展概况		
196一、 中国第三方物流管理信息系统开发与应用			
196二、 信息化带动第三方物流业务的扩展	198三、 中国第三方物流信息化亟需发展		
203第三节 第三方物流信息系统设计分析	210一、 物流信息系统的基本功能		
210二、 第三方物流信息系统的设计目标	211三、 第三方物流信息系统的设计		
212四、 第三方物流信息系统建设中应注意的问题	214第四节		
第三方物流管理信息系统方案的设计	215一、 供应链角度下第三方物流业务运作模式分析		
215二、 物流管理信息系统的主要功能及结构			
217三、 第三方物流管理信息系统总体规划设计	225第二部分 相关行业发展分析第八章		

运输业与第三方物流	229第一节	第三方物流运力的组建和管理
229一、运输车队的组建模式		229二、社会协议运力签约的条件
229三、社会协议运力的管理和核查	230四、随车搬运作业人员的管理和核查	231第二节
第三方物流与运输业概述		233一、2007年中国交通运输行业的运行
233二、第三方物流与传统运输企业之间的区别	242三、第三方物流对运输企业发展的影响	
243四、第三方物流发展给运输业带来的变化		
244五、中国外贸运输业向第三方物流转型的分析	245第三节	铁路运输与第三方物流
250一、发展铁路物流的优劣与模式	250二、国内铁路物流人才需求与培养的简析	
254三、铁路运输第三方物流模式的建立		
259四、铁路行包运输发展第三方物流的可行性及对策		
263五、铁路物资企业开展第三方物流的优势及策略		
266六、铁路货运代理企业向第三方物流发展的策略		
269七、铁路运输发展第三方物流的建议	273第四节	公路与第三方物流
275一、中小型公路运输企业向第三方物流的转型		
275二、公路运价对公路发展第三方物流的影响及建议		
280三、公路运输业发展第三方物流面临的问题		
283四、公路运输业发展第三方物流服务的建议	283第五节	港口与第三方物流
285一、集装箱逆向物流系统的设计与优化分析	285二、港口与第三方物流的关系	
289三、港口拓展第三方物流正恰时	291四、港口第三方物流发展策略分析	293第六节
航空业与第三方物流		297一、第三方物流航空平台的建立
297二、中国航空快递企业第三方物流运作模式		
300三、中国航空快递企业必须开展第三方物流的因素		
302四、中国机场企业航空物流发展浅析	303五、航空业发展第三方物流的战略	310第九章
邮政业与第三方物流	312第一节	中国邮政物流的发展概况
312一、中国邮政业经营规模已经超过800亿元	312二、邮政物流推动新农村的发展建设	
312三、中国邮政物流业务统计指标体系的建立	314第二节	邮政业第三方物流的发展
318一、国外邮政业进入第三方物流的特点	318二、中国邮政发展第三方物流的SWOT分析	
319三、邮政业第三方物流创新模式的架构		
321四、中国邮政参与第三方物流市场竞争的策略		324第三节
中国邮政发展第三方物流面临的问题	326一、邮政企业发展物流业务存在的困惑浅析	
326二、邮政物流同城配送业务经营中的问题	332三、中国邮政第三方物流面临的挑战	
334第四节	中国邮政第三方物流发展对策	334一、国内邮政物流企业发展的策略
334二、中国邮政发展第三方物流的突破口与路线	336第十章	连锁零售业与第三方物流
338第一节	零售业的连锁经营	338一、零售业连锁发展内涵和价值观
338二、现代连锁店对中国零售业模式的影响	340三、连锁业成为零售业发展的主导趋势	

341	第二节	商业连锁企业与第三方物流企业的合作发展分析
344	一、商业连锁企业物流的发展概况	345二、中国第三方物流企业的发展状况
345	三、商业连锁企业与第三方物流的优势互补	347第三节
350	第三方物流进入连锁零售业领域面临的挑战	350一、双方企业对物流成本的理解存在歧义
350	二、	连锁企业把物流外包所产生的信用风险比较大
350	三、连锁企业的物流成本存在不确定性	351四、为连锁企业提供个性化服务的难度较大
351	第四节	第三方物流进入连锁零售业市场的策略
352	一、选择合适的业态	352一、选择合适的时机
352	二、选准合适的业态	353三、选择特定的产品
353	三、选择特定的产品	353四、选择合适的市场
354	五、抓住购物中心发展的浪潮	355六、网上购物给第三方物流提供新的发展机会
355	第十一章 电子商务与第三方物流	357第一节 电子商务的发展对第三方物流的要求分析
357	一、电子商务与物流的相互关系	357二、电子商务的发展对第三方物流的要求
358	三、电子商务环境对物流系统的影响分析	361第二节 第三方物流与电子商务的发展
367	一、电子商务与传统商务的关联、竞争以及有效性的分析	
367	二、第三方物流和电子商务之间的关系	
375	三、中国第三方物流业开展电子商务的SWOT分析	
377	四、电子商务交易模式下的第三方物流	378五、电子商务中企业第三方物流模式分析
382	六、电子商务时代的现代物流业	388第三节 第三方物流开展电子商务的对策与趋势
389	一、第三方物流业发展电子商务的竞争战略	
389	二、电子商务环境下第三方物流企业的对策	391三、中国电子商务的发展趋势
392	第十二章	其它行业与第三方物流
395	一、第三方物流给医药流通带来的改变	395第一节 医药业与第三方物流
395	二、社会物流企业看重医药的第三方物流市场	
397	三、医药批发企业转向第三方物流的建议	
402	四、中国药品市场发展第三方物流的可行性和必要性	
403	五、第三方物流托管在医药流通行业的运用分析	
405	六、医药第三方物流发展存在的困惑	409第二节 汽车行业与第三方物流
414	一、中国汽车物流业的总体发展概况	414二、第三方物流在汽车工业中的重要性概述
420	三、国内汽车企业第三方物流应用模式	422第三节 家电行业与第三方物流
426	一、家电物流的发展概况	426二、浅析中国家电企业物流供应链的变革
429	三、家电流通业期待第三方物流	432第三部分 行业竞争格局第十三章
434	第三方物流竞争格局分析	434第一节 中国第三方物流的竞争格局
434	一、第三方物流与企业竞争力概况	434二、中国第三方物流市场中的竞争企业的分析
435	三、中国第三方物流中小企业的特点和竞争状态	
439	四、连锁超市物流系统竞争力的建设概况	440第二节 第三方物流竞争力评估与简析
444	一、第三方物流竞争力综合体系评估	444二、中国物流业竞争力的宏观分析

445三、中国物流业竞争力的微观分析	447第三节	提升第三方物流竞争力的对策
448一、第三方物流重塑企业竞争力的一些建议		
448二、增值服务铸就第三方物流核心竞争力		
450三、第三方物流企业的市场环境及竞争发展战略选择		454第十四章
中国部分地区第三方物流的发展	459第一节	北京
459一、北京第三方物流市场蕴藏着巨大的商机		
459二、北京市整合第三方物流资源存在的瓶颈	459三、北京第三方物流市场发展潜力巨大	
461第二节	上海	462一、外资第三方物流抢占上海口岸保税仓储业务
462二、从经济战略角度分析上海市发展第三方物流的意义		
463三、上海第三方物流发展现状	475四、上海市第三方物流发展中存在的问题	
478五、上海市发展第三方物流的建议	480第三节	深圳
484一、深圳发展第三方物流业的需求分析	484二、深圳第三方物流企业发展状况分析	
485三、深圳第三方物流业的发展措施	487第十五章 国内外知名第三方物流企业	490第一节
UPS	490一、UPS公司的运作模式	490二、2008年一季度UPS的盈利分析
496三、UPS业务整合发展进入收官阶段	497四、UPS的经营管理策略	
499五、联合包裹(UPS)将在上海建立国际航空转运中心	500第二节	联邦快递
501一、联邦快递“一地清关服务”覆盖整个欧盟成员国		
501二、2007年联邦快递在中国推出快递服务	505三、联邦快递正式进入南京	
506四、联邦快递在中国最大的地面操作站投入运营		
506五、未来联邦快递将加大在中国内地市场中的投入	507第三节	DHL
508一、中外运敦豪在中国的业务发展增长三成以上		
508二、DHL进入中国内地货物空运市场	509三、未来DHL将在中国再投资1.1亿美元	
509第四节	中储发展	510一、公司简介
511三、2007年中储发展经营状况分析	511四、2008年上半年中储发展经营状况分析	
512第五节	中远物流	519一、公司简介
519二、中远物流抢点第三方物流市场	520第六节	宝供物流
524一、集团简介	524二、宝供公司的优势	526三、宝供物流企业集团的的发展历程
527四、宝供物流第三方物流产业的发展经验	528五、企业发展战略	535第七节
招商局物流	537一、公司简介	537二、招商局对物流产业的发展高度重视
539三、2007年招商局物流升级为招商局集团直属一级公司		539第四部分
行业发展趋势及战略	第十六章	第三方物流发展趋势及对策
542一、国际物流市场上竞争的发展方向	542二、中国物流市场发展的重点趋势	
544三、中国物流市场的九个发展新趋向	547四、中国物流业将步入科学发展新时期	
550第二节	第三方物流的发展前景	552一、中国第三方物流市场发展的前景广阔
552二、第三方物流商趋向多元化的发展	553三、第三方物流变革的主要趋势	
555四、第三方物流发展的新趋势	562第三节	中国发展第三方物流存在的问题

- 563一、 第三方物流发展面临的难题
- 563二、 中国第三方物流发展存在的不足
- 565三、 中国第三方物流的发展急待提速
- 566第四节 中国发展第三方物流的对策
- 568一、 中国第三方物流的发展措施
- 568二、 中国第三方物流发展的建议
- 569三、 中国对第三方物流市场发展的措施
- 570四、 中国第三方物流的市场细分和市场定位策略分析
- 574五、 中国第三方物流业发展的战略
- 577第五节 第三方物流企业存在的问题及对策
- 582一、 第三方物流企业发展面临的病症
- 582二、 国内企业实施第三方物流的障碍
- 585三、 企业拓展第三方物流的建议
- 590四、 中国第三方物流企业的国际化发展战略
- 598五、 第三方物流企业整合与改造发展建议
- 601第十七章 第三方物流的投资分析
- 604第一节 投资机会
- 604一、 零售企业开始把物流配送外包
- 604二、 医药企业运输外包成为新的趋势
- 608三、 家电流通转向第三方物流
- 612四、 第三方物流有着巨大的投资潜力
- 613第二节 投资风险
- 615一、 第三方物流本身存在的风险
- 615二、 交易费用的过高抑制了市场的需求
- 617三、 企业管理者缺乏物流外包的动力
- 619四、 政府管理体制的制约
- 621第三节 投资第三方物流企业的战略选择
- 623一、 成本领先战略适合拥有实力的企业
- 623二、 集中化战略适合具有一定自身优势的企业
- 624三、 起步较晚的企业可以运用差异化战略
- 625附录附录一：中华人民共和国国家标准物流术语
- 626附录二：国务院《关于促进流通业发展的若干意见》
- 637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
- 643附录四：铁路货物运价规则
- 649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
- 662附录六：水路重要物资运输管理办法（征求意见稿）
- 665附录七：中国民用航空国内航线和航班经营管理规定
- 671附录八：《统一国际航空运输某些规则的公约》
- 677图表目录图表：美国3PL市场总营业额
- 23图表：第三方物流在欧洲市场概况表
- 32图表：欧洲第三方物流经营商排名
- 33图表：1991-2004年社会物流总成本与GDP的比例
- 48图表：1997年-2001年我国社会物流总成本变化图
- 54图表：1992年—2001年我国物流业产值变化图
- 54图表：我国三大地带物流产值变化示意图
- 55图表：我国三大地带物流产值构成示意图
- 55图表：我国南北部物流产值变化示意图
- 56图表：1991-2006年社会物流总额增长率
- 61图表：1991-2006年社会物流总额构成
- 62图表：1991-2006年社会物流总额
- 62图表：1991-2006年每单位GDP的物流需求系数
- 63图表：1991-2006年社会物流总费用增长率
- 64图表：1991-2006年社会物流总费用与GDP的比例

- 64图表：1991-2006年社会物流总费用构成 65图表：1991-2006年社会物流总费用
- 66图表：1991-2006年物流业增加值占第三产业增加值比重
- 66图表：1991-2006年物流业增加值占GDP比重
- 67图表：1991-2006年物流业增加值增长率 68图表：1991-2006年物流业增加值
- 68图表：1991-2006年物流用主要设施增长率（1）
- 69图表：1991-2006年物流用主要设施增长率（2）
- 70图表：1991-2006年物流用主要设施（1） 70图表：1991-2006年物流用主要设施（2）
- 71图表：1991-2006年物流业固定资产投资额
- 72图表：1991-2006年物流业固定资产投资构成
- 72图表：1991-2006年物流业固定资产投资额增长率 73图表：1991-2006年货运周转量
- 74图表：1991-2006年货运周转量构成 74图表：1991-2006年货运周转量增长率
- 75图表：2007年上半年社会物流总额及需求系数
- 78图表：2007年上半年社会物流总额构成及增长变动情况
- 78图表：2008年上半年社会物流总额构成及增长变动情况
- 78图表：2008年上半年社会物流总费用构成图
- 80图表：欧美国家使用第三方物流服务情况表 169图表：我国企业第三方物流服务需求图
- 170图表：流通加工类型表 172图表：各行业对物流作业的满意程度表
- 173图表：传统储运企业转型途径表 189图表：宝供信息化建设历程表
- 192图表：第三方物流信息流程图 217图表：物流信息管理系统方案设计图
- 220图表：2007年1-12月铁路货运量总计 253图表：2007年1-12月铁路货运量总计累计
- 253图表：2007年1-12月铁路货运量总计累计同比 254图表：2008年1-06月铁路货运量总计
- 254图表：2008年1-06月铁路货运量总计累计
- 254图表：2008年1-06月铁路货运量总计累计同比
- 254图表：2007年1-12月公路货运量总计累计
- 279图表：2007年1-12月公路货运量总计累计同比 279图表：2008年1-06月公路货运量总计
- 280图表：2008年1-06月公路货运量总计累计
- 280图表：2008年1-06月公路货运量总计累计同比
- 280图表：2007年1-12月民用航空货运量总计
- 299图表：2007年1-12月民用航空货运量总计累计
- 299图表：2007年1-12月民用航空货运量总计累计同比
- 299图表：2008年1-06月民用航空货运量总计
- 299图表：2008年1-06月民用航空货运量总计累计
- 300图表：2008年1-06月民用航空货运量总计累计同比
- 300图表：中国机场企业航空物流SWOT分析 304图表：元素 a_{ij} 的取值
- 305图表：面向机场的航空物流关键内部因素 306图表：面向机场的航空物流关键外部因素

- 307图表：邮政物流业务统计指标体系结构
- 316图表：企业竞争规则的变迁
- 368图表：企业速度的提升
- 370图表：中国上网用户历届调查情况
- 371图表：中国电子商务市场总体规模发展与预测
- 373图表：图书市场的价值曲线
- 374图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司主营构成表
- 513图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司流动资产表
- 515图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司长期投资表
- 515图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司固定资产表
- 515图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司无形及其他资产表
- 515图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司流动负债表
- 516图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司长期负债表
- 516图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司股东权益表
- 516图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司主营业务收入表
- 517图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司主营业务利润表
- 517图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司营业利润表
- 517图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司利润总额表
- 517图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司净利润表
- 517图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司每股指标表
- 518图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司获利能力表
- 518图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司经营能力表
- 518图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司偿债能力表
- 518图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司资本结构表
- 519图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司发展能力表
- 519图表：2006-2008年2季度中储发展股份有限公司现金流量分析表
- 519图表：第三方物流可以选择不同的市场定位策略
- 575图表：不同的第三方物流企业有不同的优势和劣势 577

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/2602226022.html>