

2012-2016年中国汽车物流 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国汽车物流市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/wuliu1208/N51984TWUL.html>

【报告价格】纸介版7200元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-08-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国汽车物流市场现状分析及投资前景研究报告》共十一章。介绍了汽车物流行业相关概述、中国汽车物流产业运行环境、分析了中国汽车物流行业的现状、中国汽车物流行业竞争格局、对中国汽车物流行业做了重点企业经营状况分析及中国汽车物流产业发展前景与投资预测。您若想对汽车物流产业有个系统的了解或者想投资汽车物流行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章、汽车物流概述

第一节、汽车物流相关介绍

- 一、汽车物流的概念
- 二、汽车物流行业的特点
- 三、中国汽车产业物流配送的三大主要模式
- 四、中国汽车物流现行的主体模式

第二节、汽车物流的四个环节

- 一、供应链采购下的零部件供应物流
- 二、实现精益生产的生产物流
- 三、实施柔性化管理的销售物流
- 四、实现“绿色物流”目标的回收物流

第二章、中国汽车行业的发展

第一节、2008-2011年中国汽车行业发展分析

- 一、2008年中国汽车工业运行状况分析
- 二、2009年中国汽车工业运行状况分析
- 三、2010年中国汽车工业运行状况分析
- 四、2011年中国汽车工业运行状况分析

第二节、中国汽车进出口情况分析

- 一、2008年中国汽车进出口状况
- 二、2009年中国汽车进出口状况
- 三、2010年中国汽车进出口状况
- 四、2011年中国汽车进出口状况

第三节、中国自主品牌汽车发展分析

- 一、中国汽车发展自主品牌的必要性
- 二、2009-2011年我国自主品牌发展概况
- 三、中国汽车自主品牌的发展模式
- 四、跨国公司对中国汽车自主品牌发展的影响

第四节、中国汽车行业存在的问题及发展对策

- 一、中国汽车工业发展中遭遇的瓶颈
- 二、中国汽车市场存在的主要问题
- 三、中国汽车品牌国际化的对策分析
- 四、中国汽车产业竞争力提升的组织关系策略

第三章、汽车物流行业分析

第一节、国际汽车物流行业发展分析

- 一、国际汽车行业物流管理的提升之路
- 二、国际汽车物流供应链应用上RFID技术
- 三、德国汽车物流行业发展分析

第二节、中国汽车物流行业发展综述

- 一、中国汽车物流行业发展特征
- 二、汽车物流越来越受到汽车企业重视
- 三、中国汽车物流行业稳定快速发展
- 四、中国汽车物流业发展环境逐步完善

第三节、2010年中国汽车物流行业发展分析

- 一、基本状况及发展特点
- 二、行业发展外延继续拓宽
- 三、行业标准制定工作稳步推进
- 四、信息化仍是行业发展热点

第四节、汽车滚装物流发展分析

- 一、汽车滚装物流的概念
- 二、汽车滚装物流的特点
- 三、国内汽车滚装物流资源分析
- 四、我国汽车滚装企业物流发展的重点

第五节、汽车逆向物流分析

- 一、汽车逆向物流的概念
- 二、汽车逆向物流的产生
- 三、汽车逆向物流的作用及意义
- 四、中国汽车逆向物流存在的三个问题
- 五、提高汽车逆向物流服务水平的发展措施

第六节、汽车物流行业成本分析

- 一、物流成本的概念
- 二、中国汽车物流行业成本较高
- 三、以资源整合来降低汽车物流成本
- 四、中国汽车物流企业降低成本策略

第七节、汽车物流行业组建战略联盟分析

- 一、战略联盟的概念
- 二、汽车物流与生产企业的主要战略联盟形式
- 三、汽车物流企业之间的主要战略联盟形式
- 四、国外汽车物流巨头纷纷到中国组建战略联盟

第八节、部分汽车制造企业物流运作管理情况

- 一、一汽大众首创国内第三方物流备件供应售后模式
- 二、长安汽车零部件物流的管理运作模式
- 三、BMW公司汽车物流运作管理的优化研究
- 四、上汽集团物流业务外包运行分析

第九节、汽车物流行业发展存在的问题

- 一、中国汽车物流行业与国外存在巨大差距
- 二、中国汽车物流行业存在的主要问题
- 三、我国汽车物流领域存在的四个突出问题
- 四、中国汽车物流面临的挑战

第十节、汽车物流行业的发展对策

- 一、中国汽车物流行业发展策略
- 二、发展中国汽车物流行业应调整思路
- 三、中国汽车物流业的五个发展措施
- 四、建立汽车物流标准化体系的思路探索
- 五、解决中国汽车出口物流不畅的主要对策

第四章、整车物流

第一节、整车物流概述

- 一、整车物流的概念
- 二、汽车整车物流的基本特点
- 三、国内整车制造商的两大物流运作模式

第二节、中国整车物流行业发展概况

- 一、中国整车物流业的发展特点
- 二、2010年汽车整车物流行业发展热点
- 三、中国整车物流发展模式探析
- 四、中国整车物流运作与发达国家的比较分析

第三节、港口整车物流发展分析

- 一、港口整车物流的介绍及主要特点
- 二、中国港口整车物流面临的主要问题
- 三、国外港口整车物流发展的经验启示
- 四、中国港口整车物流的发展建议

第四节、整车物流行业的竞争与合作分析

- 一、整车物流行业竞合概述
- 二、从价格竞争向综合竞争转变
- 三、整车物流行业的合作分析
- 四、整车物流行业已进入资本整合时代

第五节、中国整车物流行业发展面临的问题

- 一、中国整车物流存在的主要问题
- 二、中国整车物流遭遇机制困局
- 三、制约中国整车物流的几个因素

第六节、整车物流行业的发展对策

- 一、中国整车物流的发展建议
- 二、我国整车物流行业资源整合对策分析
- 三、构建汽车行业整车物流体系的措施

第七节、中国整车物流业的发展趋势

- 一、汽车运输资源控制趋于集中
- 二、公路运输仍是整车物流的主流
- 三、将涌现更多动态及社会化的信息平台

- 四、整车物流内涵及竞争方式将发生变化
- 五、整车物流团队将从作业型向方案和策划型转变
- 六、未来整车物流的关键能力在于合作

第五章、汽车零部件物流

第一节、零部件物流概述

- 一、汽车零部件的种类
- 二、汽车零部件物流的分类
- 三、汽车零部件物流的主要运作模式

第二节、中国汽车零部件物流发展分析

- 一、中国汽车零部件物流发展概况
- 二、2010年汽车零部件物流行业发展特点
- 三、2011年汽车零部件物流导入循环取货方式
- 四、我国汽车零部件供应物流发展概况
- 五、第三方物流是汽车零部件产业发展的必然选择

第三节、中国汽车零部件物流与整车物流的比较

- 一、研究汽车零部件物流与整车物流的意义
- 二、整车与零部件功能特性的差别
- 三、汽车物流服务模式的区别
- 四、汽车物流管理过程的比较

第四节、汽车零部件物流发展模式分析

- 一、中国汽车零部件“主机厂中心型”供应物流模式解析
- 二、汽车配件物流模式的改进
- 三、中国汽车零配件产业JIT管理物流模式分析
- 四、第三方汽车零配件供应物流及其发展模式分析

第五节、中国汽车零部件物流业存在的问题、对策及发展趋势

- 一、中国汽车零部件物流存在的主要问题
- 二、汽车零部件物流企业的发展建议
- 三、中国汽车零部件物流的三大发展趋势

第六章、第三方汽车物流

第一节、第三方物流概述

- 一、第三方物流概念的辨析
- 二、第三方物流的特征
- 三、发展第三方物流的必然性
- 四、第三方物流的价值分析

第二节、第三方汽车物流发展概况

- 一、汽车工业中的第三方物流分析
- 二、第三方物流和汽车企业合作的利弊分析
- 三、中国汽车第三方物流已进入快速发展阶段
- 四、中国汽车制造企业应用第三方物流主要模式

第三节、中国第三方汽车物流行业面临的问题

- 一、中国汽车第三方物流行业存在的主要问题
- 二、中国第三方汽车物流行业面临的挑战
- 三、中国汽车行业第三方物流应用中存在的障碍

第四节、中国汽车第三方物流行业发展对策及趋势

- 一、中国第三方汽车物流行业改革策略
- 二、三方联动共同推动汽车第三方物流发展
- 三、汽车第三方物流企业的发展策略
- 四、第三方将成为中国汽车物流未来发展趋势

第七章、汽车物流企业分析

第一节、汽车物流企业的品牌建设情况分析

- 一、中国汽车物流品牌发展现状
- 二、汽车物流企业品牌建设的主要内容
- 三、汽车物流企业品牌建设实施与维护措施

第二节、汽车物流企业绩效评估管理分析

- 一、中国汽车物流企业进行绩效评估的必要性
- 二、汽车物流企业绩效评估指标选取方法
- 三、汽车物流企业主要绩效评估方法

第三节、汽车物流企业面临的问题及对策

- 一、中国汽车物流企业面临的主要挑战
- 二、中国汽车物流企业的整合机遇及对策
- 三、中国汽车物流企业降本增效措施分析

四、汽车物流企业应当构筑的四项核心能力

五、汽车物流企业成功的两大方面关键因素

第八章、汽车物流与供应链分析

第一节、汽车供应链概述

一、供应链管理的概念

二、供应链管理的主要理念

三、汽车企业的供应链

四、汽车行业供应链的主要特点

五、影响汽车供应链运作的因素

六、汽车供应链的纵向及横向整合

第二节、供应链角度上的汽车物流改善

一、现代物流演变的原因和走向分析

二、汽车行业物流向供应链的演变分析

三、流程重构达到汽车物流一体化的综述

四、汽车制造企业应保持供应链的主导地位

第三节、汽车企业集团应用集成供应链物流模式分析

一、集成供应链物流模式的内涵

二、集成供应链物流模式具有的主要特点

三、集成供应链物流模式的应用分析

第四节、汽车供应链与第三方物流

一、运用现代物流整合汽车行业供应链

二、第三方物流在汽车供应链管理中的作用

三、第三方汽车物流供应链发展分析

第五节、汽车物流与供应链的发展策略

一、汽车物流供应链的优化与管理

二、汽车物流供应链管理的发展对策

三、供应链管理情况下汽车物流的创新对策

四、供应链管理下中国汽车业应采用的物流模式

第九章、汽车物流的信息化

第一节、汽车物流信息化发展概况

一、信息化对法国汽车物流业产生的影响

二、汽车物流行业信息化的作用

三、搭建汽车物流信息平台的重要性

四、中国汽车物流信息化发展现状

第二节、中国整车物流管理信息化分析

一、中国汽车业面临着整车物流管理的变革

二、整车企业对商品车运输管理系统的需求

三、整车物流管理系统实例分析

第三节、第三方汽车物流企业的信息化建设分析

一、第三方汽车物流企业信息化建设的层次

二、第三方汽车物流企业信息化建设的技术手段

三、第三方汽车物流企业信息化建设应注意的问题

第四节、汽车物流行业信息化发展策略

一、中国汽车物流信息化的发展对策

二、汽车物流业发展信息化应当先发展信息平台

第十章、重点企业

第一节、上海安吉汽车零部件物流有限公司

一、公司简介

二、2009年上海安吉发展经营状况

三、2010年上海安吉7号滚装船启航投运

四、2011年上海安吉经营概况及发展动态

第二节、重庆长安民生物流有限公司

一、公司简介

二、2009年1-12月长安民生物流经营状况分析

三、2010年1-12月长安民生物流经营状况分析

四、2011年1-9月长安民生物流经营状况分析

第三节、吉林省长久实业集团有限公司

一、公司简介

二、长久集团发展历程

三、长久集团业务发展的四大系统

四、长久集团扎根汽车物流产业

第四节、北京福田物流有限公司

- 一、公司简介
- 二、福田物流快速发展策略
- 三、透视福田物流运行的五层次管理模式
- 四、信息化成福田物流发展的原动力

第十一章、中国汽车物流业前景趋势分析

第一节、中国汽车物流市场前景预测

- 一、未来中国汽车物流市场将依旧繁荣
- 二、“十二五”我国汽车物流业将加快发展
- 三、2012-2016年中国汽车物流业发展预测分析
- 四、未来汽车物流企业或将大规模重组

第二节、中国汽车物流行业发展趋势分析

- 一、品牌和个性化服务创造竞争优势
- 二、服务的标准化和资源的整合
- 三、汽车整车物流的稳定增长
- 四、汽车零部件物流的兴盛

附录：

附录一：《商用车运输服务规范》（WB/T1032-2006）说明

附录二：《商用车运输服务规范》（WB/T1032-2006）

附录三：《乘用车水路运输服务规范》（WB/T1033-2006）说明

附录四：《乘用车水路运输服务规范》（WB/T1033-2006）

图表目录：

图表1 2007-2009年月度汽车销量情况

图表2 2007-2009年月度汽车销量同比增长情况

图表3 2008-2009年月度乘用车销量及同比变化情况

图表4 2008-2009年月度商用车销量及同比变化情况

图表5 2008-2009年第六节、L及以下排量乘用车月度销量情况

图表6 2009年汽车工业经济指标同比变化情况

图表7 2009年国内汽车销售市场占有率

图表8 2008-2010年月度汽车销量变化情况

图表9 2008-2010年月度汽车销量同比变化情况

图表10 2009-2010年月度乘用车销量及同比变化情况

图表11 2009-2010年商用车月度销量及同比变化情况

图表12 2010年第六节、L及以下乘用车销量及同比变化情况

图表13 2010年汽车工业重点企业经济指标同比变化情况

图表14 2010年国内汽车销售市场占有率

图表15 2009-2011年月度汽车销量及同比变化情况

图表16 2009-2011年月度乘用车销量变化情况

图表17 2009-2011年月度商用车销量变化情况

图表18 2009-2011年第六节、L及以下乘用车销量变化情况

图表19 2011年国内汽车销售市场占有率

图表20 2005-2011年中国汽车及零部件进出口走势

图表21 2005-2011年中国汽车及零部件进出口结构

图表22 2007-2011年中国汽车及零部件进出口逐季度走势

图表23 2005-2011年中国汽车整车进出口走势

图表24 2005-2011年汽车整车进口数量逐季走势

图表25 2008-2011年汽车整车进口数量逐月走势

图表26 2007-2011年汽车整车各车型进口走势

图表27 2007-2011年热点车型季度进口量走势对比

图表28 2009-2011年进口轿车各排量区间季度进口量走势

图表29 2009-2011年进口SUV各排量季度走势对比

图表30 2006-2011年轿车进口来源国数量分析

图表31 2009-2011年轿车进口国别分析

图表32 2006-2011年进口SUV数量及份额分析

图表33 2009-2011年SUV进口国别特征分析

图表34 2011年1-9月进口品牌表现

图表35 2004-2011年整车出口总体走势分析

图表36 2008-2011年汽车整车出口逐月走势

图表37 2006-2011年整车出口结构特征分析

图表38 2006-2011年汽车热点车型出口量季度走势对比

图表39 2007-2011年轿车各排量区间季度出口量走势

图表40 2006-2011年轿车出口目标市场分析

- 图表41 2007-2011年四驱SUV各排量季度出口走势对比
- 图表42 2006-2011年四驱SUV出口目标市场分析
- 图表43 2006-2011年卡车出口热点市场走势分析
- 图表44 2006-2010年国内轿车市场份额变化比较
- 图表45 2007-2011年国内轿车市场份额变化比较
- 图表46 汽车滚装物流全过程示意图
- 图表47 2009年调查汽车企业物流成本构成
- 图表48 2008-2009年中日调查汽车企业物流费用率比较
- 图表49 设备与前置运送成本与送货频率之关系
- 图表50 物流成本最佳化之潜能
- 图表51 BMW公司某厂房送货过程的物流成本
- 图表52 3个BMW工厂的供货商的4种最佳化替代方案
- 图表53 中国汽车物流业的三种模式
- 图表54 最佳库存决策模型
- 图表55 主要国家或地区汽车制造企业物流成本占销售额百分比
- 图表56 A公司部分主要业务流程示意图
- 图表57 A公司的部分主要作业流程示意图
- 图表58 TPL企业发展汽车零配件供应物流运作的模式一
- 图表59 TPL企业发展汽车零配件供应物流运作的模式二
- 图表60 TPL企业发展汽车零配件供应物流运作的模式三
- 图表61 汽车工业制造—销售—服务供应链示意图
- 图表62 没有3PL的运输和仓储模式
- 图表63 3PL加入后的运输和仓储模式
- 图表64 汽车物流企业绩效评估指标体系
- 图表65 汽车供应链整体流程
- 图表66 分布式数据库示意图
- 图表67 2009年1-12月长安民生物流主要财务数据
- 图表68 2009年1-12月长安民生物流主营业务分行业情况
- 图表69 2010年1-12月长安民生物流合并综合收益表
- 图表70 2010年1-12月长安民生物流主营业务分部资料
- 图表71 2011年1-9月长安民生物流合并综合收益表
- 图表72 2011年1-9月长安民生物流非经常性损益项目及金额

图表73 2012-2016年中国汽车行业销售收入预测

图表74 2012-2016年中国汽车物流行业市场规模预测

图表75 商用车运输质损代码表

图表76 商用车运输质损类型解析表

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/wuliu1208/N51984TWUL.html>