

中国无车承运人行业市场深度调研及发展趋势与投资前景研究报告(2024-2029版)

报告简介

“无车承运人”概念一词，在货运行业中出现机率颇高;加之国家相关政策的出台以及各方的解读与宣传，大家从不同层次不同角度进行了广泛探讨。基本概括以下几个观点：

- 一、'无车承运人'概念是舶来品，源于美国，鲁滨逊物流可以奉为经典案例;
- 二、无车承运人法律地位的明确。明确了，无需拥有实际车辆，具有组织货源和协调监控运输能力的企业亦可从事货物运输业务，与实际承运人获有同样市场法律地位;
- 三、强调互联网和信息化是无车承运人运营的必备条件;

至于，其他譬如结算方式、赔付能力、体制建设、税务创新等问题，基本还是处于非认知重点探讨范围。

早在2013年，交通运输部就发布了相关文件提及“无车承运人”的概念;到了2015年在大众创业万众创新浪潮影响下，无车承运人逐渐成为物流行业与互联网等新技术结合的前沿领域;2016年关键政策终于得以落地，无车承运一时之间成为创业的风口，直至2017年初经批准的无车承运企业就已经达到了283家。

由此可见，无车承运人的出现并不是偶然，而是在政府政策的引导和物流行业转型升级的呼唤下，在总结了近年来物流行业存在的弊病后，基于互联网等新技术与物流业的结合才最终形成的一种新业态。这一业态承载了助力我国物流业转型升级、规范市场和降本增效的历史使命，不论是政府、行业还是资本各方均对其发展带来的价值寄予厚望。

随着供给侧结构性改革的深入推进，为进一步推进物流降本增效，国务院连续两年出台推进物流业降本增效的文件，物流领域“降成本”取得成效。

本研究咨询报告由北京中道泰和咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国无车承运人市场进行了分析研究。报告在总结中国无车承运人行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国无车承运人行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为无车承运人企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 2019-2023年中国无车承运人行业发展概述

第一节 无车承运人行业发展现状

一、无车承运人行业概念

二、无车承运人行业特性及在国民经济中的地位

第二节 无车承运人行业供求情况

一、无车承运人行业需求情况

二、无车承运人行业市场规模

第三节 2024-2029年中国无车承运人行业发展趋势分析

一、无车承运人行业发展趋势

二、无车承运人市场规模预测

三、无车承运人行业应用趋势预测

四、无车承运人细分市场发展趋势预测

第二章 2019-2023年中国无车承运人行业发展环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、中国gdp增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、城乡居民收入增长分析

五、居民消费价格变化分析

第二节 无车承运人行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

三、上下游产业政策影响

第三节 无车承运人行业环境分析

一、行业发展概况

二、行业发展现状

第四节 无车承运人行业社会环境发展分析

第三章 2019-2023年中国无车承运人行业产业链分析

第一节 无车承运人行业产业链概述

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第二节 无车承运人上游产业发展状况分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业发展趋势

第三节 无车承运人下游应用需求市场分析

一、行业发展现状分析

二、行业需求状况分析

三、行业需求前景分析

第二部分 行业发展趋势

第四章 2019-2023年中国无车承运人行业渠道分析

第一节 渠道形式及对比

第二节 各类渠道对无车承运人行业的影响

第三节 主要无车承运人企业渠道策略研究

第五章 2019-2023年中国无车承运人行业发展分析

第一节 中国无车承运人行业发展现状

第二节 无车承运人行业特点分析

第三节 无车承运人行业发展趋势分析

第六章 2019-2023年中国无车承运人行业供需情况及集中度分析

第一节 无车承运人行业发展状况

一、无车承运人行业市场供给分析

二、无车承运人行业市场需求分析

三、无车承运人行业市场规模分析

第二节 无车承运人行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第七章 2019-2023年中国无车承运人行业运行状况分析

第一节 行业市场概况

第二节 行业现行情况分析

第三节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第八章 2019-2023年中国无车承运人行业主要数据监测分析

第一节 无车承运人行业总体数据分析

第二节 无车承运人行业不同规模企业数据分析

第三节 无车承运人行业不同所有制企业数据分析

第九章 2019-2023年中国无车承运人行业竞争格局分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、无车承运人行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、无车承运人行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、无车承运人行业swot分析

1、无车承运人行业优势分析

2、无车承运人行业劣势分析

3、无车承运人行业机会分析

4、无车承运人行业威胁分析

第二节 无车承运人行业竞争格局综述

一、无车承运人行业竞争概况

1、无车承运人行业竞争格局

2、无车承运人业未来竞争格局和特点

3、无车承运人市场进入及竞争对手分析

二、无车承运人行业竞争力分析

1、无车承运人行业竞争力剖析

2、无车承运人企业市场竞争的优势

3、国内无车承运人企业竞争能力提升途径

三、无车承运人(服务)竞争力优势分析

1、整体竞争力评价

2、竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

第十章 2019-2023年中国无车承运人主要企业发展概述

第一节 阿里巴巴

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优劣势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第二节 苏宁易购

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优劣势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第三节 传化智联

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优劣势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第四节 圆通

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第五节 宏图物流

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第六节 道坦坦

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第七节 联冠物流

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第八节 滴滴集运

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第九节 诚昊启元

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第十节 飓风物流

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第三部分 行业前景和投资机会

第十一章 2024-2029年无车承运人行业发展前景预测分析

第一节 无车承运人行业未来发展预测分析

- 一、无车承运人行业发展方向及投资机会分析
- 二、无车承运人行业发展规模分析
- 三、无车承运人行业发展趋势分析
- 四、无车承运人行业"十四五"整体规划及预测

第二节 无车承运人行业供需预测

- 一、无车承运人行业供给预测
- 二、无车承运人行业需求预测

第十二章 2024-2029年中国无车承运人行业投资风险预警

第一节 无车承运人风险评级模型

- 一、行业定位
- 二、宏观环境
- 三、财务状况
- 四、需求空间
- 五、供给约束
- 六、行业风险评级的结论

第二节 无车承运人行业发展中存在的问题

第三节 针对无车承运人不同企业的投资建议

- 一、无车承运人总体投资建议
- 二、大型企业投资建议
- 三、中小型企业投资建议

第四节 无车承运人投资风险提示

- 一、政策和体制风险
- 二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、经营管理风险

第十三章 2024-2029年中国无车承运人行业发展策略及投资建议

第一节 无车承运人企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业做强做大的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 无车承运人企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 无车承运人企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、竞争战略规划

第四节 无车承运人企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

图表目录

图表：2019-2023年gdp规模及增长

图表：各月累计主营业务收入与利润总额同比增速

图表：2011-2019-2023年物流业总收入及增长情况

图表：2019-2023年物流业景气指数走势

图表：2019-2023年物流企业资产相关指标对比(单位：%)

图表：2019-2023年阿里巴巴经营状况

图表：2019-2023年阿里巴巴经营数据指标

图表：苏宁易购2019-2023年经营状况

图表：苏宁易购2019-2023年经营状况

图表：苏宁易购2019-2023年盈利数据指标

图表：苏宁易购2019-2023年其他数据指标

图表：传化智联2019-2023年经营状况

图表：传化智联2019-2023年经营状况

图表：传化智联2019-2023年盈利指标

图表：传化智联2019-2023年其他指标

图表：圆通2019-2023年经营状况

图表：圆通2019-2023年经营状况

图表：圆通2019-2023年盈利指标

图表：圆通2019-2023年其他指标

图表：2019-2023年道坦坦经营状况

图表：道坦坦重要指标

图表：联冠物流经营状况

图表：联冠物流数据指标

图表：滴滴集运经营状况

图表：滴滴集运经营指标

图表：诚昊启元经营状况

图表：诚昊启元数据指标

图表：飓风物流经营状况

图表：飓风物流数据指标

图表：2024-2029年无车承运人行业供给预测

图表：2024-2029年无车承运人行业需求预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20210315/203628.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)