

2013-2017年中国物流软件 市场分析与投资前景研究报告

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

《2013-2017年中国物流软件市场分析与投资前景研究报告》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/ruanjian1212/V35043GNWW.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】 2012-12-25

【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

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2013-2017年中国物流软件市场分析与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了中国物流软件行业的概念，接着分析了中国物流软件行业发展环境，然后对中国物流软件行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国物流软件行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国物流软件行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2017年中国物流软件市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

物流软件泛指物流企业或者企业的物流部门所使用的信息系统。包括运输管理系统、仓储管理系统、配送管理系统、货代管理系统、车辆管理系统等。

近年来，随着物流供应链的价值被企业用户所认知，物流软件呈现快速发展的势头。有专家预计，物流软件的市场在中国正在逐步形成，市场空间巨大，有望成为继ERP之后又一个新的市场增长点，中国管理软件很可能进入物流供应链时代。

2012年8月国家交通运输物流公共信息共享平台（以下简称“国家物流信息平台”）软件建设服务及省内物流软件推广工作会议在杭州召开，由浙江省交通科学研究所负责编制的国家物流信息平台《物流企业管理软件推广实施规划（2012-2013年）》顺利通过评审。

国家物流信息平台物流企业软件推广项目由省交通科研所驻平台软件服务部具体承担。目前，已启动第三阶段验收工作，其中，已完成了对5家金毅普运软件实施企业、5家高达仓储软件实施企业、13家英赛特集装箱运输软件实施企业的交换量查验。

统计数据显示，截至2012年8月28日，国家物流信息平台物流企业软件推广项目累计完成了274家企业推广实施，分3个批次对其中116家进行了验收，完成80个实施指标，158个企业待验收，剩余20个指标。

第一章 国内物流软件行业品牌发展环境分析

第一节 产品/行业特征

1、物流软件定义

2、物流软件消费特征

第二节 经济环境特征

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第三节 政策环境特征

- 一、国家宏观调控政策分析
- 二、物流软件行业相关政策分析

第四节 物流软件行业竞争特征

- 一、国内外品牌竞争格局
- 二、行业进入壁垒分析
- 三、可替代品威胁分析
- 四、贴牌加工产品市场威胁分析

第五节 物流软件行业技术环境特征

第二章 国内物流软件行业品牌产品市场规模分析

第一节2009-2011年物流软件市场规模分析

第二节2011年我国物流软件区域结构分析

第三节物流软件区域市场规模分析

- 一、东北地区市场规模分析
- 二、华北地区市场规模分析
- 三、华东地区市场规模分析
- 四、华中地区市场规模分析
- 五、华南地区市场规模分析
- 六、西部地区市场规模分析

第四节2012—2016年物流软件市场规模预测

第三章 国内物流软件行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节2009-2011年物流软件产量统计分析

第二节2009-2011年物流软件历年消费量统计分析

第三节2009-2011年国内物流软件行业品牌产品平均价格走势分析

第四节物流软件产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第四节物流软件产品的品牌市场调查

一、消费者对物流软件品牌认知度宏观调查

二、消费者对物流软件产品的品牌偏好调查

三、消费者对物流软件品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、物流软件品牌忠诚度调查

六、物流软件品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 国内物流软件行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节销售渠道对物流软件行业品牌发展的重要性

第三节物流软件行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节2009-2011年中国物流软件行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节销售渠道发展趋势分析

- 一、渠道运作趋势发展
- 二、渠道支持趋势发展
- 三、渠道格局趋势发展
- 四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节销售渠道策略分析

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略
- 二、长渠道或短渠道的营销策略
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节销售渠道决策的评估方法

- 一、销售渠道评估数学模型介绍
- 二、财务评估法介绍
- 三、交易成本评估法介绍
- 四、经验评估法介绍

第八节2011年国内物流软件行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

- 一、国内生产企业投资运作模式
- 二、国内营销企业投资运作模式
- 三、外销与内销优势分析

第五章 国内物流软件行业进出口市场情况分析

第一节2009-2011年国内物流软件行业进出口量分析

- 一、2009-2011年国内物流软件行业进口分析
- 二、2009-2011年国内物流软件行业出口分析

第二节2013-2017年国内物流软件行业进出口市场预测分析

- 一、2013-2017年国内物流软件行业进口预测
- 二、2013-2017年国内物流软件行业出口预测

第六章 国内物流软件行业优势品牌企业分析

第一节品牌一

- 一、公司及产品概况

- 二、品牌发展历程
- 三、近三年企业销售收入分析
- 四、近三年企业盈利能力分析
- 五、近三年公司产品变化
- 六、近三年品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第二节品牌二

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、近三年企业销售收入分析
- 四、近三年企业盈利能力分析
- 五、近三年公司产品变化
- 六、近三年品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第三节品牌三

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、近三年企业销售收入分析
- 四、近三年企业盈利能力分析
- 五、近三年公司产品变化
- 六、近三年品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第四节品牌四

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、近三年企业销售收入分析
- 四、近三年企业盈利能力分析
- 五、近三年公司产品变化
- 六、近三年品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第五节品牌五

- 一、公司及产品概况

- 二、品牌发展历程
- 三、近三年企业销售收入分析
- 四、近三年企业盈利能力分析
- 五、近三年公司产品变化
- 六、近三年品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第七章 国内物流软件行业品牌竞争格局分析

第一节物流软件行业历史竞争格局概况

- 一、物流软件行业集中度分析
- 二、物流软件行业竞争程度分析

第二节物流软件行业企业竞争状况分析

- 一、领导企业的市场力量
- 二、其他企业的竞争力

第三节2013-2017年国内物流软件行业品牌竞争格局展望

第八章 2013-2017年国内物流软件行业品牌发展预测

第一节2013-2017年物流软件行业品牌市场财务数据预测

- 一、2013-2017年物流软件行业品牌市场规模预测
- 二、2013-2017年物流软件行业总产值预测
- 三、2013-2017年物流软件行业利润总额预测
- 四、2013-2017年物流软件行业总资产预测

第二节2013-2017年物流软件行业供需预测

- 一、2013-2017年物流软件产量预测
- 二、2013-2017年物流软件需求预测
- 三、2013-2017年物流软件供需平衡预测
- 五、2013-2017年主要物流软件产品进出口预测

第三节2013-2017年物流软件行业投资机会

- 一、2013-2017年物流软件行业主要领域投资机会
- 二、2013-2017年物流软件行业出口市场投资机会
- 三、2013-2017年物流软件行业企业的多元化投资机会

第四节影响物流软件行业发展的主要因素

- 一、2013-2017年影响物流软件行业运行的有利因素分析
- 二、2013-2017年影响物流软件行业运行的稳定因素分析
- 三、2013-2017年影响物流软件行业运行的不利因素分析
- 四、2013-2017年我国物流软件行业发展面临的挑战分析
- 五、2013-2017年我国物流软件行业发展面临的机遇分析
- 第五节物流软件行业投资风险及控制策略分析
 - 一、2013-2017年物流软件行业市场风险及控制策略
 - 二、2013-2017年物流软件行业政策风险及控制策略
 - 三、2013-2017年物流软件行业经营风险及控制策略
 - 四、2013-2017年物流软件行业技术风险及控制策略
 - 五、2013-2017年物流软件行业同业竞争风险及控制策略
 - 六、2013-2017年物流软件行业其他风险及控制策略

第九章 2013-2017年国内物流软件行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

第二节物流软件行业发展的PEST分析

- 一、政治和法律环境分析
- 二、经济发展环境分析
- 三、社会、文化与自然环境分析
- 四、技术发展环境分析

第三节物流软件行业投资价值分析

- 一、2013-2017年物流软件市场趋势总结
- 二、2013-2017年物流软件发展趋势分析
- 三、2013-2017年物流软件市场发展空间
- 四、2013-2017年物流软件产业政策趋向
- 五、2013-2017年物流软件技术革新趋势
- 六、2013-2017年物流软件价格走势分析

第四节物流软件行业投资风险分析

- 一、宏观调控风险
- 二、行业竞争风险
- 三、供需波动风险
- 四、技术创新风险
- 五、经营管理风险
- 六、其他风险

第五节物流软件行业投资策略分析

- 一、重点投资品种分析
- 二、重点投资地区分析
- 三、项目投资建议
 - 1、投资额度建议
 - 2、技术性风险建议
 - 3、项目可行性分析

第十章 国内物流软件行业总结及企业经营战略建议

第一节物流软件行业问题总结

第二节2013-2017年物流软件行业企业的标杆管理

- 一、国内企业的经验借鉴
- 二、国外企业的经验借鉴

第三节2013-2017年物流软件行业企业的资本运作模式

- 一、物流软件行业企业国内资本市场的运作建议
 - 1、物流软件行业企业的兼并及收购建议
 - 2、物流软件行业企业的融资方式选择建议
- 二、物流软件行业企业海外资本市场的运作建议

第四节2013-2017年物流软件行业企业营销模式建议

- 一、物流软件行业企业的国内营销模式建议
 - 1、物流软件行业企业的渠道建设
 - 2、物流软件行业企业的品牌建设
- 二、物流软件行业企业海外营销模式建议
 - 1、物流软件行业企业的海外细分市场选择
 - 2、物流软件行业企业的海外经销商选择

第五节物流软件市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略

部分图表目录

图表2009-2011年物流软件市场规模变化

图表2009-2011年物流软件市场规模变化图

图表2011年物流软件市场产量区域分布图

图表2011年物流软件市场产量区域分布图

图表2009—2011年东北地区物流软件销售收入变化

图表2009—2011年东北地区物流软件销售收入变化图

图表2009—2011年华北地区物流软件销售收入变化

图表2009—2011年华北地区物流软件销售收入变化图

图表2009—2011年华东地区物流软件销售收入变化

图表2009—2011年华东地区物流软件销售收入变化图

图表2009—2011年华中地区物流软件销售收入变化

图表2009—2011年华中地区物流软件销售收入变化图

图表2009—2011年华南地区物流软件销售收入变化

图表2009—2011年华南地区物流软件销售收入变化图

图表2009—2011年西部地区物流软件销售收入变化

图表2009—2011年西部地区物流软件销售收入变化图

图表2011—2016年物流软件市场规模预测图

图表2009-2011年物流软件产量变化 -

图表2009-2011年物流软件产量变化图

图表2009-2011年物流软件消费量变化

图表2009-2011年物流软件消费量变化图

图表调研样本说明

图表物流软件产品采购人员年龄调查

图表2011年不同地区客户消费特征调查

图表2011年消费者对物流软件品牌认知度调查

图表2011年消费者对物流软件的品牌偏好调查

图表2011年消费者对物流软件的品牌偏好调查

图表2011年消费者对物流软件品牌的首要认知渠道调查

图表2011年份消费者经常买的物流软件品牌调查

图表2011年份消费者经常买的品牌调查

图表2011年消费者品牌忠诚度调查

图表2011年消费者品牌忠诚度调查 -

图表2011年物流软件牌市场占有率

图表2011年物流软件消费者性别比例调查分析

图表消费者升级物流软件的频率分析

图表物流软件消费者产品价格认同情况调查分析

图表物流软件产品包装影响程度分析

图表物流软件产品品牌的影响程度分析

图表物流软件产品购买场所分布图

图表物流软件产品广告影响程度分析

图表物流软件产品包装影响程度分析

图表物流软件行业成本构成

图表2009-2011年物流软件进口统计表

图表2009-2011年物流软件进口分析

图表2009-2011年物流软件出口统计表

图表2009-2011年物流软件出口分析

图表2011-2016年物流软件进口预测图

图表2011-2016年物流软件出口预测图

图表2009-2011年公司一效益指标分

图表2009-2011年公司一在物流软件的市场占有率分析

图表2011年我国物流软件市场集中度分析

图表2021—2016年物流软件产量预测图

图表2013-2017年我国物流软件行业总资产预测图

图表2013-2017年我国物流软件产值预测图

图表2013-2017年我国物流软件行业销售收入预测图

图表2011年我国物流软件行业盈利能力情况

图表2011年我国物流软件行业偿债能力情况

图表2011年我国物流软件行业发展能力情况

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/ruanjian1212/V35043GNWW.html>