

2018-2023年中国即时配送产业市场竞争现状调研 与未来前景趋势研究报告

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《2018-2023年中国即时配送产业市场竞争现状调研与未来前景趋势研究报告》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/wuliu/306794306794.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国即时配送行业发展历程

图：即时配送发展历程

图：即时配送行业单量（16Q1-17Q1） 外卖平台与物流平台

外卖平台上线“跑腿代购”业务

3月，继百度外卖于2016年11月上线“万能跑腿11业务后，美团外卖推出“跑腿代购”业务，饿了么随后在4月上线了“帮买帮送11业务。外卖巨头配送业务从外卖餐饮品类向全消费品类扩充，进一步完善即时配送业务布局。

达达宣布重点布局C端业务

3月，为满足C端用户同城即时送取件的需求，达达宣布将重点发力C端业务，提供专人直送、15分钟上门取件、1小时送达、7X24小时全天候服务，寄送或代取的物品涵盖合同文件、食品饮料、礼物鲜花等。同时，达达推出针对C端的“保价赔付11，用户最高可获得200倍保价金额的赔付，48小时内确认赔付。

圆通进入同城快递市场

4月，圆通启动同城配送网络，布局同城快递、跨城市快递服务。同城配主要聚焦四大业务：同城市、跨城市的限时达快件，平台接入的同城快递，O2O业务和服务半径为5km的鲜花、药品、餐饮等即时配送。继顺丰2016年7月推出同城即刻送业务后，传统物流公司再次发力即时配送业务。

饿了么合并百度外卖

自百度全面布局人工智能后，上半年百度外卖被顺丰、饿了么收购的传言频传，8月，百度外卖去向最终尘埃落定，饿了么合并百度外卖。我们分析认为，百度出让外卖业务是为了“瘦身”从而使战略聚焦在人工智能领域，饿了么接手是为了占领百度外卖的市场份额和利用其白领细分市场。

即时配送行业用户规模增速减缓

据调查数据显示，即时配送用户规模在2015年、2016年迅速扩大，截至2016年即时配送用户规模达2.31亿人，预测2017年累计用户规模达2.92亿人。我们分析认为，经过前两年的快速发展，即时配送行业用户数量已形成一定规模，接下来两年用户规模增速将有所减缓，行业各平台将聚焦服务标准、服务系统优化以改善用户体验，提高用户粘性。

图：2014-2018中国即时配送行业用户规模及预测
2017第二季度即时配送订单数量突破20亿

据调查数据显示，2017年第二季度订单数量达20.33亿，较第一季度上升4.4.1%。我们分析认为，即时配送行业在2015，2016年的快速发展主要得益于外卖餐饮的发展，随着即时配送品类向全品类扩展以及B2C模式向C2C模式延伸，即时配送订单规模有望进一步扩大。

图：2016Q1-2017Q2中国即时配送行业订单规模 中国即时配送市场发展历程

2014年是中国即时配送市场的分水岭，2014年以前，即时配送模式以自建物流的重资产模式为主，人力成本高，购买频次低使其夭折在市场发展的早期。2014年，凭借高频外卖场景，即时配送市场再次发力并逐渐发展壮大。2014-2015年，市场处于二次萌芽期，新兴即时配送物流平台涌现，外卖平台巨头也纷纷布局即时配送业务；2016-2017年，市场处于高速发展期，热钱不断涌入市场，传统的物流平台顺丰、圆通等也开始发力即时配送，目前市场上的主要竞争者为外卖/商超零售平台、新兴即时物流平台和传统物流平台。

图：中国即时配送市场发展历程 中国即时配送行业竞争者现状

在线外卖巨头/商超零售巨头：目前即时配送在在线餐饮外卖行业、商超新零售生鲜品类应用最为广泛，这些平台一般拥有自建物流团队以保证配送质量，但人力成本高，新兴即时物流平台的众包模式可弥补这一不足之处。京东与达达合并、饿了么与点我达战略合作，发挥物流层面的协同效应。

新兴即时物流平台：新兴即时配送物流平台2015-2017年频受资本青睐，闪送在此期间完成B到C+轮投资、战略投资，点我达完成C到D轮投资，达达完成B到D轮投资，与京东到家合并。热钱的涌入，进一步加快市场发展，对单量的高频需求使其不断被在线外卖巨头和商超零售巨头收编。

传统物流平台：顺丰在2016年推出即刻送，圆通近期宣布布局即时配送市场，传统物流平台在即时配送市场丧失了引领市场的先行者优势，后续市场竞争力有待观望。

中国即时配送行业发展趋势

图：即时配送与快递运营模式对比 1城市化发展助力即时配送市场扩大

目前即时配送用户短距配送习惯培养已基本完成。我们分析认为，我国一二线大城市正处于城市郊区化阶段，为缓解住房以及生活压力，大量人口向郊区迁移，城市范围开始扩大，但在城市人口从高度集中走向相对分散化过程中，相关配套设施资源仍集中在原人口集中区域，人口分布与资源分布的矛盾给即时配送市场提供了发展机遇，涵盖生活多方面需求的应用场景有待挖掘，即时配送市场有望扩大。

2专业化水准构筑行业门槛

除《外卖配送服务规范》外，政府及行业对市场准入者、市场现有竞争者，服务核心配送员没有其他有力的专业性规范约束，导致服务水平参差不齐。我们分析认为，在配送员资质，服务流程、服务规范等管理方面率先做出标准的企业将引领行业发展，同时为行业构筑专业化壁垒，限制其他企业进入，削弱竞争对手优势。

3速度之后，即时配送安全性及服务质量倍受用户关注

即时配送市场在2014年发展扩大后，企业一度围绕配送速度展开激烈竞赛，在行业单均配送速度已降至30分钟左右以后，速度对于用户吸引力已大大下降。信息泄漏，服务质量等相关事件引起用户关注，该类事件处理不当或引发用户信任危机，给即时配送平台带来致命伤害。我们分析认为，提高配送员准入门槛，形成规范的配送员培训制度对即时配送平台可持续发展具有重要意义。

图：主要即时配送平台最新融资 图：2014-2018 即时配送行业用户规模及预测 中国报告网发布的报告书内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、

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。

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。

【报告目录】

第一章 即时配送行业相关基础概述

1.1 即时配送的定义及分类

1.1.1 即时配送的界定

1.1.2 即时配送的分类

1.1.3 即时配送的特性

1.2 即时配送行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入

1.2.5 行业成熟度分析

第二章 2015-2017年中国即时配送行业市场发展环境分析

2.1 中国即时配送行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、固定资产投资情况

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国即时配送行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

1、行业主管部门

2、行业监管体制

2.2.2 行业政策分析

1、主要法律法规

2、相关发展规划

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国物流行业总体发展情况

2.3.1 物流总额情况分析

2.3.2 物流总费用情况分析

2.3.3 物流业增加值情况分析

2.3.4 物流固定资产投资分析

2.3.5 物流业景气情况分析

第三章 中国即时配送行业上、下游产业链分析

3.1 即时配送行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 即时配送行业产业链

3.2 即时配送行业主要上游产业发展分析

3.2.1 上游产业发展现状

3.2.2 上游产业供给分析

3.2.3 上游供给价格分析

3.2.4 主要供给企业分析

3.3 即时配送行业主要下游产业发展分析

3.3.1 下游产业发展现状

3.3.2 下游产业需求分析

3.3.3 下游主要需求企业分析

3.4 中国即时配送行业业务量情况分析

3.4.1 即时配送业务量走势

3.4.2 业务量产品结构分析

3.4.3 业务量区域结构分析

3.4.4 业务量企业结构分析

章 国际即时配送行业市场发展分析

4.1 2015-2017年国际即时配送行业发展现状

4.1.1 国际即时配送行业发展现状

4.1.2 国际即时配送行业发展规模

4.1.3 国际即时配送主要技术水平

4.2 2015-2017年国际即时配送市场研究

4.2.1 国际即时配送市场特点

4.2.2 国际即时配送市场结构

4.2.3 国际即时配送市场规模

4.3 2015-2017年国际区域即时配送行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 2018-2023年国际即时配送行业发展展望

4.4.1 国际即时配送行业发展趋势

4.4.2 国际即时配送行业规模预测

4.4.3 国际即时配送行业发展机会

第五章 2015-2017年中国即时配送行业发展概述

5.1 中国即时配送行业发展状况分析

5.1.1 中国即时配送行业发展阶段

5.1.2 中国即时配送行业发展总体概况

5.1.3 中国即时配送行业发展特点分析

5.2 2015-2017年即时配送行业发展现状

5.2.1 2015-2017年中国即时配送行业发展热点

5.2.2 2015-2017年中国即时配送行业发展现状

5.2.3 2015-2017年中国即时配送企业发展分析

5.3 中国即时配送行业细分市场概况

5.3.1 市场细分充分程度

5.3.2 细分市场结构分析

5.3.3 电商即时配送市场

5.3.4 同城即时配送服务市场

5.3.5 国际件即时配送市场

5.4 中国即时配送行业发展问题及对策

5.4.1 中国即时配送行业发展制约因素

5.4.2 中国即时配送行业存在问题分析

5.4.3 中国即时配送行业发展对策建议

第六章 中国即时配送行业运行指标分析及预测

- 6.1 中国即时配送行业企业数量分析
 - 6.1.1 2015-2017年中国即时配送行业企业数量情况
 - 6.1.2 2015-2017年中国即时配送行业企业竞争结构
- 6.2 2015-2017年中国即时配送行业财务指标总体分析
 - 6.2.1 行业盈利能力分析
 - 6.2.2 行业偿债能力分析
 - 6.2.3 行业营运能力分析
 - 6.2.4 行业发展能力分析
- 6.3 中国即时配送行业市场规模分析及预测
 - 6.3.1 2015-2017年中国即时配送行业市场规模分析
 - 6.3.2 2018-2023年中国即时配送行业市场规模预测
- 6.4 中国即时配送行业市场供需分析及预测
 - 6.4.1 中国即时配送行业市场供给分析
 - 1、2015-2017年中国即时配送行业供给规模分析
 - 2、2018-2023年中国即时配送行业供给规模预测
 - 6.4.2 中国即时配送行业市场需求分析
 - 1、2015-2017年中国即时配送行业需求规模分析
 - 2、2018-2023年中国即时配送行业需求规模预测

第七章 中国互联网+即时配送行业发展现状及前景

- 7.1 互联网给即时配送行业带来的冲击和变革分析
 - 7.1.1 互联网时代即时配送行业大环境分析
 - 7.1.2 互联网给即时配送行业带来的突破机遇分析
 - 7.1.3 互联网给即时配送行业带来的挑战分析
 - 7.1.4 互联网+即时配送行业融合创新机会分析
- 7.2 中国互联网+即时配送行业市场发展现状分析
 - 7.2.1 中国互联网+即时配送行业投资布局分析
 - 1、中国互联网+即时配送行业投资切入方式
 - 2、中国互联网+即时配送行业投资规模分析
 - 3、中国互联网+即时配送行业投资业务布局
 - 7.2.2 即时配送行业目标客户互联网渗透率分析
 - 7.2.3 中国互联网+即时配送行业市场规模分析
 - 7.2.4 中国互联网+即时配送行业竞争格局分析
 - 1、中国互联网+即时配送行业参与者结构
 - 2、中国互联网+即时配送行业竞争者类型

3、中国互联网+即时配送行业市场占有率

7.3 中国互联网+即时配送行业市场前景分析

7.3.1 中国互联网+即时配送行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+即时配送行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+即时配送行业市场发展趋势分析

第八章 中国即时配送需求市场调查

8.1 中国电子商务市场分析

8.1.1 电子商务市场交易规模

8.1.2 电子商务市场行业分布

8.1.3 移动电子商务市场分析

8.1.4 移动电子商务交易规模

8.1.5 移动电子商务用户规模

1、手机网民规模

2、移动互联网流量

3、移动电子商务企业规模占比

8.2 中国互联网外卖市场分析

8.2.1 互联网外卖发展历程

8.2.2 互联网外卖市场规模

8.2.3 互联网外卖系统构成

8.2.4 互联网外卖即时配送成本结构

8.2.5 互联网外卖的即时配送路径优化

8.3 中国海淘市场分析

8.3.1 海淘市场发展历程

8.3.2 海淘市场规模

8.3.3 海淘即时配送成本结构

8.3.4 阻碍海淘发展的即时配送因素

8.3.5 优化海淘即时配送路径的策略

第九章 中国即时配送行业市场竞争格局分析

9.1 中国即时配送行业竞争格局分析

9.1.1 即时配送行业区域分布格局

9.1.2 即时配送行业企业规模格局

9.1.3 即时配送行业企业性质格局

9.2 中国即时配送行业竞争五力分析

- 9.2.1 即时配送行业上游议价能力
- 9.2.2 即时配送行业下游议价能力
- 9.2.3 即时配送行业新进入者威胁
- 9.2.4 即时配送行业替代产品威胁
- 9.2.5 即时配送行业现有企业竞争
- 9.3 中国即时配送行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 即时配送行业优势分析（S）
 - 9.3.2 即时配送行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 即时配送行业机会分析（O）
 - 9.3.4 即时配送行业威胁分析（T）
- 9.4 中国即时配送行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例
- 9.5 中国即时配送行业竞争策略建议

第十章 中国即时配送行业领先企业竞争力分析

- 10.1 蜂鸟配送
 - 一、企业概况
 - 二、主营业务情况分析
 - 三、公司运营情况分析
 - 四、公司优劣势分析
- 10.2 美团专送
 - 一、企业概况
 - 二、主营业务情况分析
 - 三、公司运营情况分析
 - 四、公司优劣势分析
- 10.3 即刻送
 - 一、企业概况
 - 二、主营业务情况分析
 - 三、公司运营情况分析
 - 四、公司优劣势分析
- 10.4 思必达
 - 一、企业概况
 - 二、主营业务情况分析
 - 三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2023年中国即时配送行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2018-2023年中国即时配送行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国即时配送行业市场空间分析

11.1.2 中国即时配送行业竞争格局变化

11.1.3 中国即时配送行业互联网+前景

11.2 2018-2023年中国即时配送行业发展趋势分析

11.2.1 中国即时配送行业品牌格局趋势

11.2.2 中国即时配送行业渠道分布趋势

11.2.3 中国即时配送行业市场趋势分析

11.3 2018-2023年中国即时配送行业投资机会与建议

11.3.1 中国即时配送行业投资前景展望

11.3.2 中国即时配送行业投资机会分析

11.3.3 中国即时配送行业投资建议

第十二章 2018-2023年中国即时配送行业投资分析与风险规避

12.1 中国即时配送行业关键成功要素分析

12.2 中国即时配送行业投资壁垒分析

12.3 中国即时配送行业投资风险与规避

12.3.1 宏观经济风险与规避

12.3.2 行业政策风险与规避

12.3.3 上游市场风险与规避

12.3.4 市场竞争风险与规避

12.3.5 技术风险分析与规避

12.3.6 下游需求风险与规避

12.4 中国即时配送行业融资渠道与策略

12.4.1 即时配送行业融资渠道分析

12.4.2 即时配送行业融资策略分析

第十三章 2018-2023年中国即时配送行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1 国外即时配送行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外即时配送行业成长情况调查

13.1.2 经营模式借鉴

13.1.3 国外投资新趋势动向

13.2 中国即时配送行业商业模式探讨

13.2.1 行业主要商业模式

13.2.2 自建模式

13.2.3 特许加盟模式

13.2.4 代理模式

13.3 中国即时配送行业投资发展战略规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 投资建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

更多图表详见正文 (GYGSL JP)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/306794306794.html>