

2022年中国物流无人机行业分析报告- 行业发展格局与投资潜力评估

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《2022年中国物流无人机行业分析报告-行业发展格局与投资潜力评估》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/567654.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、行业市场规模

2020年，国内物流无人机市场规模达到21.57亿元，同比上涨约73%，在下游市场需求的刺激下，预计未来市场规模仍有望持续增长，预计2021年将达到32.91亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

二、行业产量

2020年，国内物流无人机行业产量约为35.21万架，预计2021年将达到57.03万架，同比增长62%。

资料来源：观研天下数据中心整理

三、行业市场需求

物流无人机的最大下游需求是我国的物流行业，2021年前三季度中国物流行业运行情况：

1、行业运行情况

市场保持高位运行。前三季度，邮政行业业务总量和业务收入完成9815.4亿元和9279.3亿元，分别增长29.3%和18.7%，相比去年同期分别提高2.2和5.1个百分点。其中，快递业务量和收入完成767.7亿件和7430.8亿元，分别增长36.7%和21.8%。受去年基数因素影响，行业发展呈现“前高后低、逐步回归”走势。

寄递业务增速明显加快。前三季度，邮政寄递服务业务量完成195.4亿件，同比增长3.1%；业务收入完成282.8亿元，同比下降6.8%。

三季度，收入增速实现由负转正，同比增长2.3%，业务量同比增长8.7%，量收增速分别比上半年提高8.2个和12.8个百分点。函包汇发等普遍服务业务继续收缩。

快递业务增速趋稳。前三季度，快递业务量和业务收入同比分别增长36.7%和21.8%，相比上年同期分别提高8.8个和6.1个百分点。但受外部环境、国内疫情汛情以及上年同期基数抬升等影响，三季度快递业务量增速有所回落，与二季度相比，业务量增速下降5.7个百分点，9月增速降至20%以下。季节性波动被“熨平”，受直播电商迅猛发展影响，线上消费需求分流，电商平台节假日促销效果有所削弱，件量月度分布更加均衡。

2、业务结构出现分化

普遍服务功能持续强化。乡镇局所软硬件设施进一步加强，服务标准化、规范化水平全面提升。邮快合作下乡进村加快推进，截至9月底，全国共有13.9万个建制村通过邮政快递企业合作实现快递进村，建制村覆盖率达到27%。邮政综合服务平台持续拓展，截至9月底，全国警邮、税邮合作网点分别达到1.1万和1.8万个，16个省份71个地市1125个网点开通警医邮远程体检服务。

国际快递业务受到冲击。前三季度，国际/港澳台快递业务量完成15.8亿件，同比增长25.6%

，比上年同期高0.2个百分点。主要企业国际邮快件出口量和进口量同比分别增长15.8%和27.8%。欧洲是我国邮快件出口主要目的地，亚洲是我国进口邮快件主要来源地。但三季度以来，受国际相关政策因素影响，国际/港澳台快递业务量增速出现下降，7-9月当月同比增速分别为-0.8%、-4.4%和0.2%，9月增速实现转正。

异地业务增速继续领跑。前三季度，异地业务量完成650.9亿件，同比增长41.5%，高于快递业务平均增速4.8个百分点，占全部快递业务比重为84.8%，同比提升2.8个百分点，异地对快递业务增长的贡献率超过九成，达到92.4%，是快递业务增长的主要动力源。同城业务量完成101亿件，同比增长13.8%，相比去年同期提高0.5个百分点。

3、区域结构继续优化

中部快递崛起势头不减。前三季度，东、中、西部快递业务量比重分别为78.3%、14.3%和7.4%，业务收入比重分别为78.3%、12.8%和8.9%。与去年同期相比，中部地区快递业务量比重上升1.3个百分点，提升幅度为近年来最高，中部省份增速均高于全国，其中湖北、山西、江西增速超过50%。东部增长极带动明显，广东和浙江分别完成209.7亿件和160.1亿件，同比分别增长37.8%和35.9%，合计占全国的48.2%，同比提高0.1个百分点。西部总体保持快速增长。

城市间快递业务分化明显。头部城市快递业务量增速整体放缓，前三季度，快递业务量前10城市合计完成347亿件，同比增长30.3%。其中，广州、揭阳和泉州增速高于全国平均水平。省会城市占比继续下降，1-9月，省会城市快递业务量占比为35.8%，比去年同期低1.1个百分点。增长较快的省会城市主要集中在中西部省份，1-9月，中部武汉、太原、南昌和郑州，快递业务量同比分别增长62.6%、56.3%、50.2%和44.2%，西部西宁、银川、乌鲁木齐、重庆、昆明增速均超过40%。

4、竞争格局加速演变

市场集中度指数保持稳定。随着电商市场规范化程度提升，电商竞争格局发生变化，对快递与包裹市场产生影响。1-9月，快递与包裹服务品牌集中度指数CR8为80.8，与上半年持平，较上年同期下降2.1。上市企业业绩持续承压，企业中短期融资需求强烈，上市融资步伐加快，并购事件增多。快递企业投资意愿强烈，产业园区投资是主要投资方向，通过园区实现功能集成、产业集聚，快递经济雏形显现。快递板块市值快速回升，电商快递企业股价明显上升。

快递价格呈现积极变化。三季度以来，受末端派费上涨和成本上升等因素影响，快递单价呈现环比上升。其中，同城从7月的5.4元上升至9月的5.7元，异地从7月的5.5元上升至9月的5.6元，国际/港澳台从7月的61.7元上升至9月的63.2元。从地区来看，浙江、广东、河北、福建、河南均出现上涨，其中浙江快递价格连续三个月上涨。

5、重点工程加速推进

“快递进村”深入推进。随着“快递进村”工程全面推进，城乡双向流通渠道更为顺畅。农产品上行步伐加快，农村快递规模不断上升，有效带动农产品进城和工业品下乡，助力乡村振兴

。各地深入贯彻落实中央一号文件精神及县乡村三级寄递物流体系建设的相关政策，部分地区出台了相应补贴政策，对“快递进村”提速起到重要推动作用。

快递员群体合法权益保障工作稳步推进。今年以来，为贯彻落实习近平总书记关心关爱快递小哥的重要指示批示精神，国家邮政局等七部门联合出台《关于做好快递员群体合法权益保障工作的意见》，提出形成合理收益分配机制、提升社会保险水平、优化生产作业环境等政策举措。主要品牌企业响应政府号召，通过调整末端派费、优化考核事项等措施，持续推动权益保障落实。

四、行业产品价格

对于物流无人机来说，生产成本是其价格的基准线，行业在价格基准上的浮动取决于市场上的供求关系，目前总体来看，物流无人机处于一个供大于求的状态，造成需求不振的重要原因是无人机的使用成本过高，暂时还不如传统的配送体系，另外，随着生产技术的成熟，市场竞争的激烈程度不断提升，各企业为了市场份额对价格进行了调低。

经测算，我国无人机市场价格处于平稳下降的状态，2020年市场平均售价大约为2.42万元/架，预计2021年售价为2.39万元/架。

资料来源：观研天下数据中心整理（WW）

观研报告网发布的《2022年中国物流无人机行业分析报告-行业发展格局与投资潜力评估》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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法

、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国物流无人机行业发展概述

第一节 物流无人机行业发展情况概述

一、物流无人机行业相关定义

二、物流无人机行业基本情况介绍

三、物流无人机行业发展特点分析

四、物流无人机行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、物流无人机行业需求主体分析

第二节 中国物流无人机行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、物流无人机行业产业链条分析

三、产业链运行机制

（1）沟通协调机制

（2）风险分配机制

（3）竞争协调机制

四、中国物流无人机行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国物流无人机行业生命周期分析

一、物流无人机行业生命周期理论概述

二、物流无人机行业所属的生命周期分析

第四节 物流无人机行业经济指标分析

一、物流无人机行业的赢利性分析

二、物流无人机行业的经济周期分析

三、物流无人机行业附加值的提升空间分析

第五节 中国物流无人机行业进入壁垒分析

一、物流无人机行业资金壁垒分析

- 二、物流无人机行业技术壁垒分析
- 三、物流无人机行业人才壁垒分析
- 四、物流无人机行业品牌壁垒分析
- 五、物流无人机行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球物流无人机行业市场发展现状分析

第一节 全球物流无人机行业发展历程回顾

第二节 全球物流无人机行业市场区域分布情况

第三节 亚洲物流无人机行业地区市场分析

- 一、亚洲物流无人机行业市场现状分析
- 二、亚洲物流无人机行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲物流无人机行业市场前景分析

第四节 北美物流无人机行业地区市场分析

- 一、北美物流无人机行业市场现状分析
- 二、北美物流无人机行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美物流无人机行业市场前景分析

第五节 欧洲物流无人机行业地区市场分析

- 一、欧洲物流无人机行业市场现状分析
- 二、欧洲物流无人机行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲物流无人机行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界物流无人机行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球物流无人机行业市场规模预测

第三章 中国物流无人机产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 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、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国物流无人机行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国物流无人机产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国物流无人机行业运行情况

第一节 中国物流无人机行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国物流无人机行业市场规模分析

第三节 中国物流无人机行业供应情况分析

第四节 中国物流无人机行业需求情况分析

第五节 我国物流无人机行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第六节 中国物流无人机行业供需平衡分析

第七节 中国物流无人机行业发展趋势分析

第五章 中国物流无人机所属行业运行数据监测

第一节 中国物流无人机所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国物流无人机所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国物流无人机所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章2018-2022年中国物流无人机市场格局分析

第一节 中国物流无人机行业竞争现状分析

一、中国物流无人机行业竞争情况分析

二、中国物流无人机行业主要品牌分析

第二节 中国物流无人机行业集中度分析

一、中国物流无人机行业市场集中度影响因素分析

二、中国物流无人机行业市场集中度分析

第三节 中国物流无人机行业存在的问题

第四节 中国物流无人机行业解决问题的策略分析

第五节 中国物流无人机行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章2018-2022年中国物流无人机行业需求特点与动态分析

第一节 中国物流无人机行业消费市场动态情况

第二节 中国物流无人机行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 物流无人机行业成本结构分析

第四节 物流无人机行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国物流无人机行业价格现状分析

第六节 中国物流无人机行业平均价格走势预测

一、中国物流无人机行业价格影响因素

二、中国物流无人机行业平均价格走势预测

三、中国物流无人机行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国物流无人机行业区域市场现状分析

第一节 中国物流无人机行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区物流无人机市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区物流无人机市场规模分析

四、华东地区物流无人机市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区物流无人机市场规模分析

四、华中地区物流无人机市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区物流无人机市场规模分析

四、华南地区物流无人机市场规模预测

第五节 华北地区物流无人机市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区物流无人机市场规模分析

四、华北地区物流无人机市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区物流无人机市场规模分析

四、东北地区物流无人机市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区物流无人机市场规模分析

四、西部地区物流无人机市场规模预测

第九章2018-2022年中国物流无人机行业竞争情况

第一节 中国物流无人机行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国物流无人机行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国物流无人机行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 物流无人机行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章2022-2027年中国物流无人机行业发展前景分析与预测

第一节 中国物流无人机行业未来发展前景分析

- 一、物流无人机行业国内投资环境分析
- 二、中国物流无人机行业市场机会分析
- 三、中国物流无人机行业投资增速预测

第二节 中国物流无人机行业未来发展趋势预测

第三节 中国物流无人机行业市场发展预测

- 一、中国物流无人机行业市场规模预测
- 二、中国物流无人机行业市场规模增速预测
- 三、中国物流无人机行业产值规模预测
- 四、中国物流无人机行业产值增速预测
- 五、中国物流无人机行业供需情况预测

第四节 中国物流无人机行业盈利走势预测

- 一、中国物流无人机行业毛利润同比增速预测
- 二、中国物流无人机行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国物流无人机行业投资风险与营销分析

第一节 物流无人机行业投资风险分析

- 一、物流无人机行业政策风险分析

二、物流无人机行业技术风险分析

三、物流无人机行业竞争风险分析

四、物流无人机行业其他风险分析

第二节 物流无人机行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2022-2027年中国物流无人机行业发展战略及规划建议

第一节 中国物流无人机行业品牌战略分析

一、物流无人机企业品牌的重要性

二、物流无人机企业实施品牌战略的意义

三、物流无人机企业品牌的现状分析

四、物流无人机企业的品牌战略

五、物流无人机品牌战略管理的策略

第二节 中国物流无人机行业市场重点客户战略实施

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

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国物流无人机行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章2022-2027年中国物流无人机行业发展策略及投资建议

第一节 中国物流无人机行业产品策略分析

一、服务/产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国物流无人机行业营销渠道策略

一、物流无人机行业渠道选择策略

二、物流无人机行业营销策略

第三节 中国物流无人机行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国物流无人机行业重点投资区域分析

二、中国物流无人机行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/567654.html>