

中国物流行业发展趋势分析与投资前景研究报告 (2024-2031年)

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《中国物流行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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/202401/685390.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

物流又称“实物分配”、“货物配送”，是指为满足客户的需求，以最小的费用，通过运输、保管、配送等手段，实现对原材料、半成品、成品及相关信息从原产地向消费地的规划、实施和管理的整个过程。

一、物流业景气水平保持企稳回升态势，稳中向好发展基础进一步稳固

2023年我国物流业景气水平以来总体呈现企稳回升态势，显示市场稳中向好发展基础进一步稳固。根据中国物流与采购联合会发布数据显示，2023年12月我国物流业景气指数为53.5%，环比回升0.2个百分点。2023年全年，我国物流业景气指数均值为51.8%，比上年提高3.2个百分点。

数据来源：中国物流与采购联合会，观研天下整理

从业务总量指数、新订单指数来看，均处于扩张区间，也反映出我国2023年年末物流运行保持着向好基本面。根据中国物流与采购联合会发布数据显示，2023年12月我国物流业业务总量指数为53.5%，环比回升0.2个百分点；新订单指数为52.8%，业务活动预期指数为54.8%，连续多个月保持在55%左右高位。

全年来看，2023年我国物流业业务总量指数和新订单指数全年均值分别比上年提高3.2和2.5个百分点；资金周转率指数、设备利用率指数和主营业务利润指数全年均值分别比上年提高2.2、2.8和2.8个百分点；业务活动预期指数全年均值为56.2%，比上年提高2.5个百分点。

另外物流基础设施建设方面也取得了积极进展。根据中国物流与采购联合会发布的资料显示，截止到2023年我国规模以上物流园区超过2500个，国家物流枢纽布局达到125个，示范物流园区100个，国家骨干冷链物流基地66个，“通道+枢纽+网络”的物流运行体系初具规模。物流配送低碳绿色转型有序推进。2022年菜鸟与伊利、联合利华等十余家品牌商家发起“减碳50克联盟”，通过装箱算法、原箱发货等绿色物流流程帮助商家包裹减碳，并利用菜鸟自身的数字化能力助力商家进行碳资产管理。京东物流使用可重复使用的循环快递箱、可折叠保温周转箱、循环中转袋等代替一次性塑料包装的使用，同时推行商品包装减量化。2023年邮政快递车、城市配送车等公共领域车辆全面电动化开展试点。

二、规模效益稳步提升，已连续7年位居全球最大规模的物流市场

物流行业是生产通往消费的重要桥梁和纽带，是支撑我国经济发展的重要基础设施。近年来社会物流总额一直保持着平稳增长的趋势。数据显示，2022年我国社会物流总额达347.6万亿元。截止到2023年11月我国社会物流总额305.9万亿元，按可比价格计算，同比增长5.0%，增速比1-10月提高0.1个百分点。

数据来源：中国物流与采购联合会，观研天下整理

物流行业总收入持续增长。数据显示，2022年我国物流业总收入12.7万亿元。截止到2023

年11月我国物流业总收入为12.0万亿元，同比增长5.0%。

数据来源：中国物流与采购联合会，观研天下整理

快递业务量快步增长。随着我国经济的快速发展，我国居民的可支配收入不断上涨，人们的消费水平不断提高，对网购需求持续增长，现如今网商的运营模式，快递是必不可少的一环。数据显示，2021年我国快递业务量达1082.96亿件，同比增长29.92%。2022年由于受疫情影响，增长速度放缓，2022年我国快递业务量为1105.81亿件，增长幅度为2.11%，增速同比减少27.81%。截止至2023年8月份，我国快递业务量为814.6亿件。

数据来源：观研天下整理

到目前我国物流市场已连续7年位居全球最大规模物流市场。但与发达国家相比，我国只是“物流大国”，还不是“物流强国”。整体来看，目前我国物流效率仍然不高、产业物流供需适配性不足，物流企业综合竞争力还不强，农村物流、冷链物流、航空物流等短板仍然突出，生活物流满意度有待提高。根据相关人士分析，当前发展现代物流体系，还需要持续推进以下几个方面的工作：

数据来源：观研天下整理

三、全球化趋势加强，跨境物流发展迅猛

近几年在全球化浪潮下，全球化趋势的加强。而受益于海外线上购物渗透率快速提升，跨境物流发展迅猛，被视为潜力巨大的蓝海市场。数据显示，2022年我国跨境物流市场规模达到2.36万亿元，同比增长10.8%。预计2023年跨境物流的市场规模进一步扩大至2.52万亿元，行业的活力和潜力正在加速释放。

数据来源：观研天下整理

进出口货物贸易实现稳定增长，连续6年保持世界第一贸易国地位。数据显示，2012-2022年我国货物贸易进出口总值从24.4万亿元增长到了42.1万亿元。其中2022年货物出口23.97万亿元，增长10.5%；货物进口18.1万亿元，增长4.3%。

数据来源：观研天下整理

为了抓住机遇，国内各大物流企业正加速拓展国际市场。到2022年我国的跨境物流企业数量达到了146661家，同比增长了10.04%。而截止到2023年10月，跨境物流企业数量已达到156719家，增速明显。

数据来源：观研天下整理

同时顺丰、菜鸟、京东物流等快递企业也在加快出海的步伐，积极拓展国际市场，以提升全

球竞争力。例如京东物流推出了“国际特快送”服务，消费者通过京东快递小程序“寄国际”即可下单，还可享受一小时上门揽收服务。菜鸟则通过增加国际航线、提升物流设施和加强与国际合作伙伴的合作，进一步提高国际快递服务的覆盖范围和时效性。

2023年12月，嘉泓物流宣布将通过附属公司嘉泓国际快递，开设跨境空运包机服务，以一站式国际物流方案，助力内地电商平台拓展海外市场。在当月嘉里物流也宣布与顺丰控股附属公司顺丰多式联运订立协议，收购阿拉山口国际快铁（主营国际班列、国际公路联运、跨境电商专线及内贸铁路运输）的70%股权；而此次收购，或有助释放嘉里物流在国际货运代理业务多式联运服务的价值。

但值得注意的是，全球化的大趋势不仅给快递企业带来了无限的商机和广阔的发展空间，同时也对其国际化水平和综合实力提出了更高的要求。随着物流行业迈进2024年，全球化带来的变革将更为深入，国内快递企业也将在这场变革的洪流中遇到更多的机遇与挑战。因此为了在全球化的浪潮中站稳脚跟，快递企业必须不断自我提升，才能应对日益激烈的市场竞争。

四、数字化、智能化升级加速

在过去，我国物流行业并不缺乏规模效应，但是物流企业多数仍旧是劳动密集型和资金密集型企业。但现在随着大数据和物联网等技术手段的发展，物流企业正在向数字化、智能化转变。近年来5G、云计算、人工智能、区块链等信息技术在物流领域深入应用，催生了大量丰富的应用场景，无人机、无人车、自动化分拨中心等智慧物流新模式新业态不断涌现，物流业逐渐摆脱同质化、低成本竞争。智能物流与钢铁、烟草、汽车、农业等实体行业加速融合，推动了行业的数字化升级。

2023年被称为是物流数字化交付的元年，我国物流数字化转型渗透率显著提升，许多企业在供应链规划能力、运输定位溯源能力、仓库运作自动化、供应链可视化、云供应链软件等领域的相关技术上，都在持续加大投资。到目前已全面渗透到物流行业的各个角落，包括运输、仓储、配送以及客户服务等各个环节。截至2022年10月，我国经营范围涉及数字物流的企业达到16000多家。其中2022年成立的企业数量达到5000余家，占总数的31.97%。

数据来源：观研天下整理

而数字化智能化的前提，是行业的集中度进一步提高。以快递为例，截至2022年我国快递包裹服务品牌集中度指数已经达到84.5%，行业集中度进一步提升。2023年1-10月，快递与包裹服务品牌集中度指数CR8为84.1%，与去年几乎持平。这反映出我国物流产业链条不断成熟，各物流企业进入成熟阶段。但与此同时，在整合资源、提高效率以及提高服务质量方面对于物流企业的要求越来越高。

五、行业的竞争焦点开始从价格转向了时效转，背后是物流科技的投入与创新

2023年之前我国物流行业时常陷入价格战的激烈竞争中。例如2019年顺丰一方面大幅度降低价格，以更具竞争力的低价产品吸引消费者；另一方面推出了低端加盟业务丰网速递，进

攻市场空间更大的电商件市场。面对顺丰的这一系列行动，同行们也纷纷采取应对措施，使得整个快递行业陷入一场激烈的价格战。数据显示，2020年我国物流行业的平均单价硬生生被打至10.6元，同比下降10.2%，创下7年以来的最大跌幅记录。

数据来源：观研天下整理

但进入2023年，价格战的战火相较于过去有所减弱，行业的竞争焦点开始转向服务领域的时效方面。尤其在快递三巨头之间，关于时效的争夺变得尤为激烈。例如2023年上半年，菜鸟联合天猫超市率先推出了1212半日达服务，打响了时效战的第一枪；紧接着，不甘示弱的京东物流在4月份上线了“云仓达”服务，为经销商提供了“半日达”的履约方案；此外顺丰也对其同城快递产品进行了升级优化，推出了“同城半日达”服务，截至2023年10月这项服务已覆盖了全国200多个城市。

2023年天猫“双11”，北京、上海、杭州等全国多个城市的部分消费者，在10月31日晚8点支付完尾款后，便获得了小时达、分钟达等极速配送体验。其中德邦快递的第一个包裹，从付尾款到收货，中间仅用了7分钟。而快递行业为何会掀起时效战，有相关分析认为，具体主要有以下两个原因：

资料来源：观研天下整理

从整个行业来看更是明显，相比2022年，2023年我国快递的时效在不断提升。根据国家邮政局监测数据显示，2022年全国重点地区快递服务全程时限为58.82小时，同比延长1.74小时。2023年第一季度快递服务全程时限为60.48小时，同比缩短4.09小时；2023年第二季度快递服务全程时限为53.99小时，同比缩短8.98小时；2023年第三季度快递服务全程时限为54.24小时，同比缩短2.5小时。

综上所述，伴随着物流行业不断成熟，市场竞争逐渐白热化。目前快递企业已在服务领域展开激烈角逐，接下来快递行业在时效与服务上的比拼还将会更加激烈。而为了支撑时效提升与服务创新，快递企业还会加大科技投入，通过信息科技来实现降本增效。由此可见未来快递行业的较量，或主要来自跨境发展，以及数字科技力量的投入程度。（WW）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国物流行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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，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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国物流行业发展概述

第一节 物流行业发展情况概述

- 一、物流行业相关定义
- 二、物流特点分析
- 三、物流行业基本情况介绍
- 四、物流行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、物流行业需求主体分析

第二节 中国物流行业生命周期分析

- 一、物流行业生命周期理论概述
- 二、物流行业所属的生命周期分析

第三节 物流行业经济指标分析

- 一、物流行业的赢利性分析
- 二、物流行业的经济周期分析
- 三、物流行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球物流行业市场发展现状分析

第一节 全球物流行业发展历程回顾

第二节 全球物流行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲物流行业地区市场分析

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

第四节 北美物流行业地区市场分析

- 一、北美物流行业市场现状分析

二、北美物流行业市场规模与市场需求分析

三、北美物流行业市场前景分析

第五节 欧洲物流行业地区市场分析

一、欧洲物流行业市场现状分析

二、欧洲物流行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲物流行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界物流行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球物流行业市场规模预测

第三章 中国物流行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对物流行业的影响分析

第三节 中国物流行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对物流行业的影响分析

第五节 中国物流行业产业社会环境分析

第四章 中国物流行业运行情况

第一节 中国物流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 中国物流行业市场规模分析

一、影响中国物流行业市场规模的因素

二、中国物流行业市场规模

三、中国物流行业市场规模解析

第三节 中国物流行业供应情况分析

一、中国物流行业供应规模

二、中国物流行业供应特点

第四节 中国物流行业需求情况分析

一、中国物流行业需求规模

二、中国物流行业需求特点

第五节 中国物流行业供需平衡分析

第五章 中国物流行业产业链和细分市场分析

第一节 中国物流行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、物流行业产业链图解

第二节 中国物流行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对物流行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对物流行业的影响分析

第三节 我国物流行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国物流行业市场竞争分析

第一节 中国物流行业竞争现状分析

一、中国物流行业竞争格局分析

二、中国物流行业主要品牌分析

第二节 中国物流行业集中度分析

一、中国物流行业市场集中度影响因素分析

二、中国物流行业市场集中度分析

第三节 中国物流行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国物流行业模型分析

第一节 中国物流行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国物流行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国物流行业SWOT分析结论

第三节中国物流行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国物流行业需求特点与动态分析

第一节中国物流行业市场动态情况

第二节中国物流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

第三节物流行业成本结构分析

第四节物流行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国物流行业价格现状分析

第六节中国物流行业平均价格走势预测

一、中国物流行业平均价格趋势分析

二、中国物流行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国物流行业所属行业运行数据监测

第一节中国物流行业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

第二节中国物流行业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

第三节中国物流行业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

第十章 2019-2023年中国物流行业区域市场现状分析

第一节中国物流行业区域市场规模分析

一、影响物流行业区域市场分布的因素

二、中国物流行业区域市场分布

第二节中国华东地区物流行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区物流行业市场分析

(1) 华东地区物流行业市场规模

(2) 华南地区物流行业市场现状

(3) 华东地区物流行业市场规模预测

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、华中地区物流行业市场分析

(1) 华中地区物流行业市场规模

(2) 华中地区物流行业市场现状

(3) 华中地区物流行业市场规模预测

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、华南地区物流行业市场分析

- (1) 华南地区物流行业市场规模
- (2) 华南地区物流行业市场现状
- (3) 华南地区物流行业市场规模预测

第五节华北地区物流行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区物流行业市场分析

- (1) 华北地区物流行业市场规模
- (2) 华北地区物流行业市场现状
- (3) 华北地区物流行业市场规模预测

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、东北地区物流行业市场分析

- (1) 东北地区物流行业市场规模
- (2) 东北地区物流行业市场现状
- (3) 东北地区物流行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区物流行业市场分析

- (1) 西南地区物流行业市场规模
- (2) 西南地区物流行业市场现状
- (3) 西南地区物流行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区物流行业市场分析

- (1) 西北地区物流行业市场规模
- (2) 西北地区物流行业市场现状
- (3) 西北地区物流行业市场规模预测

第十一章 物流行业企业分析（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、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国物流行业发展前景分析与预测

第一节中国物流行业未来发展前景分析

一、物流行业国内投资环境分析

二、中国物流行业市场机会分析

三、中国物流行业投资增速预测

第二节中国物流行业未来发展趋势预测

第三节中国物流行业规模发展预测

一、中国物流行业市场规模预测

二、中国物流行业市场规模增速预测

三、中国物流行业产值规模预测

四、中国物流行业产值增速预测

五、中国物流行业供需情况预测

第四节中国物流行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国物流行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国物流行业进入壁垒分析

- 一、物流行业资金壁垒分析
- 二、物流行业技术壁垒分析
- 三、物流行业人才壁垒分析
- 四、物流行业品牌壁垒分析
- 五、物流行业其他壁垒分析

第二节物流行业风险分析

- 一、物流行业宏观环境风险
- 二、物流行业技术风险
- 三、物流行业竞争风险
- 四、物流行业其他风险

第三节中国物流行业存在的问题

第四节中国物流行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国物流行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国物流行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国物流行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节物流行业营销策略分析

- 一、物流行业产品策略
- 二、物流行业定价策略
- 三、物流行业渠道策略
- 四、物流行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202401/685390.html>