

2021年中国同城配送市场分析报告- 市场供需现状与发展动向研究

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《2021年中国同城配送市场分析报告-市场供需现状与发展动向研究》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/536185536185.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

同城配送也被称为“轻物流”或“本地派送”，提供的是一个城市内的物流配送，主要以商业活动、居民生活和都市工业等为主要服务场景，追求速度和效率的提高。同城配送本质上是一种物流服务，但同时也涵盖了配送、仓储、搬运、安装、代收货款、采购物流等多方面的服务。

同城配送涵盖服务 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国同城配送行业市场规模为12005亿元，较上年同比增长9.1%；2019年，我国同城配送行业市场规模为**亿元，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国同城配送行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

（1）具备快速高效特征，满足现代人需求：现代人生活节奏逐渐加快，人们越来越追求便利、快速且高效的服务，人们期待接受同城配送带来的便利。同城配送行业没有传统快递过于繁琐的操作流程，为同城用户提供了更方便更快速的物流服务，例如，饿了么推出的“帮买帮送”业务对于用户来说，只需要打开相应软件预约取货时间与到货时间，快递员就会在预约时间到达并取货，在指定时间送达收货人手中，满足了用户方便、快捷的需求。对于同城配送企业来说，同城配送模式省去了分拣、仓库保管等步骤，企业无需雇佣额外的人员保管物品。

（2）算法与配送网络的逐渐成熟：同城配送服务的两大核心是配送速度与服务。之前行业发展焦点都在研究如何提升配送速度，缺少对专门为企业客户或个人客户制定的差异化同城配送方案，形成了业务上的短板。随着算法与配送网络的逐渐成熟，配送速度的及时性已经得到很大提升，配送时长趋于稳定，同城配送服务的另一个核心即服务将成为下一个竞争热点。未来，在提高配送平台核心竞争力层面，配送平台可以通过提供定制化解决方案来增加配送服务的附加价值及提高客户的满意度。

我国同城配送行业优势 数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

（1）市场尚未完全成熟：目前同城配送行业中参与者大致分为四类，第一类以传统快递企业为代表，如顺丰同城急送、韵达云递送与圆通等；第二类以电商企业为代表，如配送药品的叮当快药，京东物流的闪电送等；第三类是外卖配送巨头，如美团的专送和跑腿代购，饿了么的帮买帮送等。第四类则是以“互联网+物流”平台企业为代表，如饿了么与阿里、腾讯与美团等。

各类同城配送企业在O2O、众包物流模式的不断探索中缓慢发展，企业融资的完成，一方面显示投资者对同城配送行业的前景较为看好，另一方面，同城配送行业各竞争格局较为分散，参与者类型多样，企业布局形势较为复杂，市场竞争中的寡头垄断格局还未出现。物流与电商行业的发展下，市场并不完善，目前处于尚未成熟阶段。

根据数据显示，2017年，我国蜂鸟、新达达、美团外卖、百度骑士、闪送等同城配送平台订单量市场份额分别为28.9%、26.2%、21.6%、9.8%、7.3%。

2017年我国同城配送平台订单量市场份额 数据来源：公开资料整理

(2) 货物配送流程不完善：配送流程不完善，主要在于货物配送路线和配送环节的不健全。由于同城配送企业较多，各个企业主要业务所布局的区域也不相同，配送路线存在货物分配不均的现象，例如部分路线货物配送太多而部分配送太少。这种情况使得车辆和人员的分配不完善，极容易出现车辆返程空车或中间路段半仓等问题，将会直接影响配送的效率与成本。

(3) 物流信息化建设滞后：目前同城配送过程中，信息系统功能模块不完善，且信息系统使用不足。信息的流通与反馈对上游供应商企业和下游收货人而言都十分重要，二者均希望能够掌握货品的实时运输信息。当下多数同城物流企业由于资金或技术实力的不足，无法满足供应商及客户掌握货品的实时运输信息的需求。即使采用信息系统的同城配送物流企业，部分也存在信息系统功能不足的现象。

(4) 行业发展不规范：由于行业进入门槛较低，行业内未形成正规的法规条款，同城配送企业之间的不正当竞争呈现上涨趋势，存在物流企业不顾服务质量，一味压低成本的现象。此外由于监管力度不够，同城配送行业还出现配送人员损坏配送物品等事件，例如部分美团外卖配送员损坏配送食品，或将部分配送食品据为己有等。

我国同城配送行业劣势 数据来源：公开资料整理

三、 机遇分析

(1) 市场需求广阔：市场需求是我国同城配送行业的直接驱动因素之一，作为同城配送的一个重要分支，即时配送细分市场在外卖行业的驱动下，市场需求广阔，从而带动同城配送行业的快速发展。

根据数据显示，2018年，我国国内同城快递寄件量为115.5亿件，较上年同比增长24.9%；2019年，我国国内同城快递寄件量为**亿件，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国国内同城快递寄件量及增速 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国即时配送订单量为124.2亿单，较上年同比增长39.1%；2019年，我国即时配送订单量为**亿单，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国即时配送订单量及增速 数据来源：公开资料整理

(2) 资本青睐：目前同城配送行业还未形成寡头垄断的格局，市场潜力和创新空间巨大，近三年来不少相关的同城配送企业获得资本的青睐，甚至部分企业已经获得多轮融资。

我国部分同城配送企业资金状况

配送商家

业务面

资本情况

业务板块

点我达

全国300+座城市；100万+商家；1亿多用户

2012年至今累计获得融资超30亿元人民币；菜鸟2.9亿美金控股点我达

B端+C端业务：外卖；快递末端揽派；生鲜商超、鲜花蛋糕、门店发货配送；2C物品取送、商品代购等服务

闪送

全国222座城市；1亿+用户

2014年至今累计获得融资超10亿元人民币

C端业务为主：速递文件、鲜花、蛋糕、水果等物品；代排队、代购物品等服务

UU跑腿

全国137+座城市；2000多万用户

2015年至今累计获得融资超过4亿元人民币；2018年6月获得东方汇富领投2亿元B轮融资

C端业务为主：同城代买、代办、代排队、代送（冷链、商务、鲜花、数码、蛋糕）等物品服务

达达

全国400+座城市；1200万+商家；5000万+个人用户

2014年至今累计融资超过50亿元人民币；2018年8月获得沃尔玛、京东最新一轮5亿美元融资

B端+C端业务：京东到家订单，超市便利，生鲜，美食，鲜花蛋糕，医药健康等业务

邻趣

全国400个城市县区

2015年至今累计融资超7000万元人民币

C端业务为主：随意购、同城快递、快维修、代排队、代买（鲜花、美食）餐馆占座、医院挂号等业务数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

（1）外部势力进入威胁：同城配送行业参与企业总多，不仅物流企业，电商和外卖也开始争夺同城配送市场，并推出独特的运营模式。行业初期，大多企业做B端业务，随着B端业务的成熟，企业开始做C端业务，其中C端业务包括O2O订单、即时配送订单、跑腿业务等，例如顺丰推出的“即拿即送”服务，美团外卖上线的“跑腿代购”业务，达达推出的“达达快送”业务。

（2）资金不足威胁：同城配送企业前期对技术和人力的投入成本较高。对已拥有完善的物流系统的异地配送企业来说，同城配送拥有不同的技术体系和运营模式，基于用户对高效快速的的需求，因此对同城配送企业的数据分析能力及信息系统支撑要求更高，企业一般需要重新投资建立起一套新的技术体系。同时，比起对时间和效率要求一般的异地配送，同城配送的人力花费将会更高。

威胁我国同城配送行业发展因素分析 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国同城配送市场分析报告-市场供需现状与发展动向研究》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。

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。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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国同城配送行业发展概述

第一节 同城配送行业发展情况概述

一、同城配送行业相关定义

二、同城配送行业基本情况介绍

三、同城配送行业发展特点分析

四、同城配送行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、同城配送行业需求主体分析

第二节 中国同城配送行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、同城配送行业产业链条分析

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、中国同城配送行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国同城配送行业生命周期分析

一、同城配送行业生命周期理论概述

二、同城配送行业所属的生命周期分析

第四节 同城配送行业经济指标分析

一、同城配送行业的赢利性分析

二、同城配送行业的经济周期分析

三、同城配送行业附加值的提升空间分析

第五节 中国同城配送行业进入壁垒分析

一、同城配送行业资金壁垒分析

二、同城配送行业技术壁垒分析

三、同城配送行业人才壁垒分析

四、同城配送行业品牌壁垒分析

五、同城配送行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球同城配送行业市场发展现状分析

第一节 全球同城配送行业发展历程回顾

第二节 全球同城配送行业市场区域分布情况

第三节 亚洲同城配送行业地区市场分析

一、亚洲同城配送行业市场现状分析

二、亚洲同城配送行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲同城配送行业市场前景分析

第四节 北美同城配送行业地区市场分析

一、北美同城配送行业市场现状分析

二、北美同城配送行业市场规模与市场需求分析

三、北美同城配送行业市场前景分析

第五节 欧洲同城配送行业地区市场分析

一、欧洲同城配送行业市场现状分析

二、欧洲同城配送行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲同城配送行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界同城配送行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球同城配送行业市场规模预测

第三章 中国同城配送产业发展环境分析

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、全社会消费品同城配送总额

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 中国同城配送行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国同城配送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 中国同城配送行业运行情况

第一节 中国同城配送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 中国同城配送行业市场规模分析

第三节 中国同城配送行业供应情况分析

第四节 中国同城配送行业需求情况分析

第五节 我国同城配送行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国同城配送行业供需平衡分析

第七节 中国同城配送行业发展趋势分析

第五章 中国同城配送所属行业运行数据监测

第一节 中国同城配送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 中国同城配送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 中国同城配送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 2017-2020年中国同城配送市场格局分析

第一节 中国同城配送行业竞争现状分析

- 一、中国同城配送行业竞争情况分析
- 二、中国同城配送行业主要品牌分析

第二节 中国同城配送行业集中度分析

- 一、中国同城配送行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国同城配送行业市场集中度分析

第三节 中国同城配送行业存在的问题

第四节 中国同城配送行业解决问题的策略分析

第五节 中国同城配送行业钻石模型分析

- 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 2017-2020年中国同城配送行业需求特点与动态分析

第一节 中国同城配送行业消费市场动态情况

第二节 中国同城配送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 同城配送行业成本结构分析

第四节 同城配送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 中国同城配送行业价格现状分析

第六节 中国同城配送行业平均价格走势预测

一、中国同城配送行业价格影响因素

二、中国同城配送行业平均价格走势预测

三、中国同城配送行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国同城配送行业区域市场现状分析

第一节 中国同城配送行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区同城配送市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区同城配送市场规模分析

四、华东地区同城配送市场规模预测

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、华中地区同城配送市场规模分析

四、华中地区同城配送市场规模预测

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、华南地区同城配送市场规模分析
- 四、华南地区同城配送市场规模预测

第九章 2017-2020年中国同城配送行业竞争情况

第一节 中国同城配送行业竞争结构分析（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 中国同城配送行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国同城配送行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 同城配送行业企业分析（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 2021-2026年中国同城配送行业发展前景分析与预测

第一节 中国同城配送行业未来发展前景分析

- 一、同城配送行业国内投资环境分析
- 二、中国同城配送行业市场机会分析
- 三、中国同城配送行业投资增速预测

第二节 中国同城配送行业未来发展趋势预测

第三节 中国同城配送行业市场发展预测

- 一、中国同城配送行业市场规模预测
- 二、中国同城配送行业市场规模增速预测
- 三、中国同城配送行业产值规模预测
- 四、中国同城配送行业产值增速预测
- 五、中国同城配送行业供需情况预测

第四节 中国同城配送行业盈利走势预测

- 一、中国同城配送行业毛利润同比增速预测
- 二、中国同城配送行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国同城配送行业投资风险与营销分析

第一节 同城配送行业投资风险分析

- 一、同城配送行业政策风险分析
- 二、同城配送行业技术风险分析
- 三、同城配送行业竞争风险分析
- 四、同城配送行业其他风险分析

第二节 同城配送行业应对策略

- 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 2021-2026年中国同城配送行业发展战略及规划建议

第一节 中国同城配送行业品牌战略分析

- 一、同城配送企业品牌的重要性
- 二、同城配送企业实施品牌战略的意义
- 三、同城配送企业品牌的现状分析
- 四、同城配送企业的品牌战略
- 五、同城配送品牌战略管理的策略

第二节 中国同城配送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 中国同城配送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

第四节 同城配送行业竞争力提升策略

- 一、同城配送行业产品差异性策略

- 二、同城配送行业个性化服务策略
- 三、同城配送行业的促销宣传策略
- 四、同城配送行业信息智能化策略
- 五、同城配送行业品牌化建设策略
- 六、同城配送行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国同城配送行业发展策略及投资建议

第一节 中国同城配送行业产品策略分析

- 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 中国同城配送行业营销渠道策略

- 一、同城配送行业渠道选择策略
- 二、同城配送行业营销策略

第三节 中国同城配送行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国同城配送行业重点投资区域分析
- 二、中国同城配送行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/536185536185.html>