

2018-2023年中国即时配送产业市场规模现状分析与投资前景趋势研究报告

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规模现状分析与投资前景趋势研究报告》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/306791306791.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

即时配送服务用户规模有望扩大

据调查数据显示，2017年上半年，35.8%受访网民使用过即时配送服务，使用服务平台包括在线外卖平台、商超零售平台、新兴即时物流平台和传统物流平台等。我们分析认为，即时配送通过外卖餐饮等高频场景积累了大量用户，随着商超零售即时配送业务的发展以及配送物品向全品类扩展，满足不同人群的个性化生活需求，即时配送用户规模有望扩大。

图：2017H1中国受访网民使用即时配送服务情况分布

在线外卖平台发展跑腿业务具有良好用户基础

据调查数据显示，2017年上半年，10.4%受访网民曾购买跑腿服务，31.3%在线外卖用户曾购买跑腿服务。我们分析认为，外卖作为即时配送的高频应用场景，为即时配送积累了大量用户，培养了用户消费习惯，在线外卖平台发展跑腿业务具有良好前景。但由于平台只为配送员、用户提供投诉处理服务以及协调双方关系，不为跑腿物品作担保，因此用户在使用该项服务时应提高警惕性。

图：2017H1中国受访网民购买跑腿服务情况 图：2017H1中国在线外卖用户购买跑腿服务情况 跑腿服务主要使用场景为“忙、急、懒、难”

据调查数据显示，2017年上半年，小吃零食、咖啡奶茶为即时配送用户使用跑腿服务配送或购买主要物品，分别占比57.6%、42.4%。即时配送用户使用跑腿服务场景主要为“忙、急、懒、难”，分别占比57.1%、35.1%、29.8%和26.7%。我们分析认为，即时配送通过跑腿服务实现配送品类从外卖餐饮向其他品类扩展，“忙、急、懒、难”的主要使用场景为丰富即时配送品类提供了空间，针对某一具体使用场景的痛点提高服务专业化水准可使产品向差异化。

图：使用跑腿服务配送或购买物品类型TOP5 图：跑腿服务使用场景TOP4

费用计算方式需明确，用户沟通待加强

据调查数据显示，2017年上半年，46.1%即时配送用户偏好无差异定价跑腿服务计费方式，43.4%用户偏好参照出租车的计费方式。在无差异定价计费方式中，30.4%用户能接受10元及以下的基础费用，43.0%用户能接受11-20元基础费用。我们分析认为，在跑腿服务(帮买、帮送、帮取)的“帮买”服务中，涉及结算的金额包括跑腿服务的人工服务及商品购买费

用，其中商品购买费用通常由用户和配送员私下结算，容易产生信息不对称而使服务出现失误，平台明确人工服务费用计费方式，引导配送员和用户即时沟通代购商品费用等信息，有利于减少配送员和用户之间的纠纷，营造优质服务形象。

图：用户偏好的跑腿服务计费方式及能接受的跑腿服务基础费用
对众包配送员进行有效培训成为竞争关键

据调查数据显示，2017年上半年，87.4%即时配送用户愿意为获得优质的跑腿服务支付小费，其中61.6%用户愿意为优质跑腿服务支付的小费为10元及以下，紧急情况下，89.5%用户愿意提高小费金额以获取快速服务。我们分析认为，个性化的低频服务价格敏感度不高，容易带来高收益回报，但跑腿服务的C2C模式使即时配送服务的标准性下降，对配送员个人专业素质有较高要求，众包模式下平台对配送员进行有效管理，提高服务质量成为该业务竞争关键。

图：Q:您是否愿意为支付小费? 图：Q:您愿意为优质跑腿服务支付的小费范围? 图：Q：紧急情况下，您是否愿意提高小费金额换取快速服务
中国上半年中国即时配送平台蓝图分析

蜂鸟配送人员管理逐步规范化

自2015年4月上线以来，蜂鸟配送凭借饿了么高频外卖场景持续领跑即时配送市场，通过大数据深度学习，2016年其单均配送时长降至29分钟，颠覆即时配送45分钟定义。我们分析认为，除配送速度外，餐饮即时配送的常见服务失误点为配送员服务以及餐饮质量，饿了么针对餐饮质量推出上游控制产品有菜，蜂鸟配送针对配送员服务质量设置了内部个人信用审核、惩罚等制度，定期开展交通安全、服务培训。配送员准入门槛低使配送服务质量参差不齐，提高准入门槛与加强培训是提高配送人员服务质量的关键。

图：饿了么餐饮即时配送服务蓝图 饿了么与点我达战略合作扩展即时配送业务

近一年来，在线外卖巨头纷纷推出24小时帮我买、帮我送、帮我取跑腿业务，突破原有外卖餐饮基于圈或商圈的配送范围限制，发力即时配送业务。继饿了么CEO张旭豪提议修改饿了么使命为“Make Everything 30min”后，饿了么与众包物流平台点我达，蜂鸟配送与雅堂小超达成战略合作。我们分析认为外卖平台发展即时配送服务具有用户规模优势，同时可发挥自建物流与众包物流的协同效应，提高运力利用效率，降低成本。

图：外卖平台扩展即时配送业务 新达达与京东物流深度协同

京东到家与达达合并后，其商超生鲜业务的众包物流全部由达达负责，达达的众包物流是对京东物流体系的补充，双方物流深度协同后，京东到家的即时配送业务运力调度有望得到改善，效率提升，但在常见服务失误点人员管理

以及商超零售产品质量保证等环节控制仍有待加强。我们分析认为，商超生鲜电商业务的兴起促进了即时配送市场扩大，商超生鲜或成外卖后即时配送市场再度发展的风口。

图：京东到家即时配送服务蓝图 新达达发力C2C业务

以餐饮配送切入即时配送市场的达达在打造外卖闭环失败后，与京东到家合并发展B2C商超零售业务，2017年3月，新达达宣布重点布局C2C业务——达达快送并针对C端推出“保价赔付”服务。我们分析认为，新达达从B端餐饮到C端同城配送的即时配送业务发展路径和外卖巨头基本一致，两者依靠不同的平台基础在B端发展中各有所长，C端业务竞争有待观望。

图：各配送服务属性对比 闪送联手百度地图提供“快+安全”服务

2017年8月，以C2C业务为主的新兴即时物流平台闪送与百度地图达成战略合作，致力提供“快+安全”服务，百度地图不仅将为闪送提供精准定位、电动车导航等地图服务，还将在百度地图客户端增加闪送入口。在即时配送常见服务失误点人员管理上，闪送采用用户、配送员双核实模式保证服务安全，同时构建配送员信用体系和押金冻结制度约束配送员行为。

图：闪送即时配送服务蓝图 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。

【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+即时配送行业市场发展前景分析

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/306791306791.html>