

2019年中国即时配送市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势预测

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《2019年中国即时配送市场分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》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/379260379260.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

超市到家是迎合消费升级的新消费方式,让购物变得更加便捷。用户只需要打开APP浏览界面,加入购物车进行支付,就可以足不出户地快速拿到自己想要的商品。与传统的超市购物相比,超市到家服务在线上进行商品的选购和支付,用户节省了排队支付的时间;商品由配送人员送到家中,无需消费者自己手提沉重的购物袋,消费体验更好。超市到家经营的品类也就是传统超市的主营商品,一般是生鲜、食品及日用品,消费频次高,到家服务一般服务于周边三公里,配送十分快速,部分平台30分钟左右即可送达。

到家平台商业模式

资料来源：公开资料整理

早在2010年超市到家模式在中国已经诞生,但早期超市到家业务乱探索由由消费习惯和盈利模式上的问题,大多以失败告终,而随着移动互联网和定位服务的发展,人们对即时配送需求不断扩大,各大电商巨头纷纷入局超市到家,仍2015年开始逐渐进入混乱局面。

早在2010年,邻味网就尝试过超市到家的业务,服务于北京珠江绿洲社区,以暗仓的方打造社区10分钟生活服务圈,每个社区安排10人左右的配送队伍。2011年,淘常州上线主打在二三线城市做自营超市快送服务。2012年,前天猫首席架构师李杰创办了500mi基于社区小店构建500米生活圈,通过自己的门店提供超市快送服务。然而,在当时的PC互联网时代,定位服务没有普及,人们对于网上超市的使用习惯还未成型,而早期投身于超市到家服务的创业者们未能在客单价、单量、成本之间找到平衡点来获取盈利,使得经营无法持续,这些企业或退出市场,或转型做了其他业务。

随着移动互联网、定位服务的发展,超市到家业务也不断地发展,社区001、爱鲜蜂等公司不断成立。从2015年开始,超市到家进入了混战,多点、京东到家纷纷上线,饿了么、美团也在一级界面上开设了超市到家的业务,阿里以盒马、淘鲜达等强势入局,各种全新的模式和资金的不断注入,使得到家市场进入新的格局。

到家平台市场发展历程

资料来源：公开资料整理

随着经济的发展和时代的变迁,消费群体逐渐发生变化,八零九零后成为了消费的中坚力量,他们愿意花、要个性、注重体验和便利,整体的消费理念也在逐步改变:人民对于价格的敏感度降低,注重品质,愿意为服务和效率买单。新消费时代下,人们的时间成本不断提高,对于即时配送的需求也是不断扩大。

2018中国消费者认知度

资料来源：公开资料整理

近年来,我国的互联网用户规模大幅提升,截至2018年6月,我国网民规模达8.02亿互联网普及率为57.7%;手机网民规模达7.88亿,网民通过手机接入互联网的比例高达98.3%。

通信技术的改善和社交媒体的发展使得互联网渗透到日常生活的每一个细节,覆盖的人群也越来越广随着移动互联网用户数量不断的增加,移动支付越来越普遍和便捷,线上消费的人群和规模也在不断地扩大,人们越来越习惯于线上的消费,习惯于只要在APP上下单商品就能被送到家中的消费方式。

即时配送是能够当日短时间内送达的快速配送方式,有别于传统物流需要一天以上的时间。近年来,即时配送服务不断发展,使得线上购物配送效率更高,成本更低,能够满足消费者短时间的即时购买需求。用户规模与订单规模均不断增加,用户对于即时配送的需求也是持续上升。在即时配送服务中,用户最关注的是配送速度和准时率,餐食外卖、日用品、生鲜水果蔬菜是他们最偏好的品类,超市到家服务正是要满足用户对于日用品、生鲜品类的线上购买即时送达的需求。随着(远期)未来无人机配送的发展,未来的即时配送效率会进一步提高,成本进一步下降。

2017年我国即时配送用户配送品类偏好分布

资料来源：公开资料整理（YM）

观研天下发布的《2019年中国即时配送市场分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》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。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 2016-2018年中国即时配送行业发展概述

第一节 即时配送行业发展情况概述

- 一、即时配送行业相关定义
- 二、即时配送行业基本情况介绍
- 三、即时配送行业发展特点分析

第二节 中国即时配送行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、即时配送行业产业链条分析
- 三、中国即时配送行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国即时配送行业生命周期分析

- 一、即时配送行业生命周期理论概述
- 二、即时配送行业所属的生命周期分析

第四节 即时配送行业经济指标分析

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

第五节 中国即时配送行业进入壁垒分析

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

第二章 2016-2018年全球即时配送行业市场发展现状分析

第一节 全球即时配送行业发展历程回顾

第二节 全球即时配送行业市场区域分布情况

第三节 亚洲即时配送行业地区市场分析

- 一、亚洲即时配送行业市场现状分析
- 二、亚洲即时配送行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲即时配送行业市场前景分析

第四节 北美即时配送行业地区市场分析

- 一、北美即时配送行业市场现状分析
- 二、北美即时配送行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美即时配送行业市场前景分析

第五节 欧盟即时配送行业地区市场分析

- 一、欧盟即时配送行业市场现状分析
- 二、欧盟即时配送行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟即时配送行业市场前景分析
- 第六节 2019-2025年世界即时配送行业分布走势预测
- 第七节 2019-2025年全球即时配送行业市场规模预测
- 第三章 中国即时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、全社会消费品即时配送总额
- 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 中国即时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 中国即时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 中国即时配送行业运行情况
- 第一节 中国即时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 中国即时配送行业市场规模分析
- 第三节 中国即时配送行业供应情况分析
- 第四节 中国即时配送行业需求情况分析
- 第五节 中国即时配送行业供需平衡分析
- 第六节 中国即时配送行业发展趋势分析
- 第五章 中国即时配送所属行业运行数据监测
- 第一节 中国即时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 中国即时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 中国即时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 2016-2018年中国即时配送市场格局分析

第一节 中国即时配送行业竞争现状分析

一、中国即时配送行业竞争情况分析

二、中国即时配送行业主要品牌分析

第二节 中国即时配送行业集中度分析

一、中国即时配送行业市场集中度分析

二、中国即时配送行业企业集中度分析

第三节 中国即时配送行业存在的问题

第四节 中国即时配送行业解决问题的策略分析

第五节 中国即时配送行业竞争力分析

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 2016-2018年中国即时配送行业需求特点与动态分析

第一节 中国即时配送行业消费市场动态情况

第二节 中国即时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 即时配送行业成本分析

第四节 即时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 中国即时配送行业价格现状分析

第六节 中国即时配送行业平均价格走势预测

- 一、中国即时配送行业价格影响因素
- 二、中国即时配送行业平均价格走势预测
- 三、中国即时配送行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国即时配送行业区域市场现状分析

第一节 中国即时配送行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区即时配送市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区即时配送市场规模分析
- 四、华东地区即时配送市场规模预测

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、华中地区即时配送市场规模分析
- 四、华中地区即时配送市场规模预测

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、华南地区即时配送市场规模分析

第九章 2016-2018年中国即时配送行业竞争情况

第一节 中国即时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 中国即时配送行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国即时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 即时配送行业企业分析（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 2019-2025年中国即时配送行业发展前景分析与预测

第一节 中国即时配送行业未来发展前景分析

一、即时配送行业国内投资环境分析

二、中国即时配送行业市场机会分析

三、中国即时配送行业投资增速预测

第二节 中国即时配送行业未来发展趋势预测

第三节 中国即时配送行业市场发展预测

一、中国即时配送行业市场规模预测

二、中国即时配送行业市场规模增速预测

三、中国即时配送行业产值规模预测

四、中国即时配送行业产值增速预测

五、中国即时配送行业供需情况预测

第四节 中国即时配送行业盈利走势预测

一、中国即时配送行业毛利润同比增速预测

二、中国即时配送行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国即时配送行业投资风险与营销分析

第一节 即时配送行业投资风险分析

一、即时配送行业政策风险分析

二、即时配送行业技术风险分析

三、即时配送行业竞争风险

四、即时配送行业其他风险分析

第二节 即时配送行业企业经营发展分析及建议

一、即时配送行业经营模式

二、即时配送行业销售模式

三、即时配送行业创新方向

第三节 即时配送行业应对策略

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 2019-2025年中国即时配送行业发展策略及投资建议

第一节 中国即时配送行业品牌战略分析

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

第二节 中国即时配送行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国即时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

第十四章 2019-2025年中国即时配送行业发展策略及投资建议

第一节 中国即时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 中国即时配送行业定价策略分析

第三节 中国即时配送行业营销渠道策略

- 一、即时配送行业渠道选择策略
- 二、即时配送行业营销策略

第四节 中国即时配送行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国即时配送行业重点投资区域分析
- 二、中国即时配送行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuliu/379260379260.html>