

2019年中国即时配送行业分析报告- 产业供需现状与投资商机研究

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《2019年中国即时配送行业分析报告-产业供需现状与投资商机研究》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/379945379945.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

即时配送是应 O2O 而生的物流产物，是用户通过网上平台下单，平台安排线下配送的一种新兴的物流形式。即时配送的货物不经过仓储和中转，直接是端到端的送达服务。即时配送的服务优势就是 短距离即时投递，强调一定空间范围内的时效性，是深挖现代人生活需求后提供的人性化的升级服务。即时配送对货物配送的时效要求高于快递，大多数要求发货后在几个小时内或当日内送达，当然价格也高于快递。

传统快递和即时配送对比 资料来源：公开资料整理

即时配送起源于外卖。早在 2006 年下半年，中国肯德基在上海首推“肯德基宅急送”，开始涉足外送市场；2008 年麦当劳的“麦乐送”诞生，开启了外送服务。随着技术进步、智能手机和互联网的普及，外卖产业也更新换代，孕育出在线外卖、第三方配送的新的外卖形式。2008 年饿了么成立，开启外卖业务。伴随饿了么出现的还有美团外卖、百度外卖等外卖应用。伴随外卖而来的，是一个规模极大的即时配送市场。如今，饿了么、美团外卖、百度外卖等外卖平台已不仅仅只开展餐饮外卖配送业务，已经拓展自身业务线，开发了药品配送、生鲜配送、跑腿业务等多种服务，同时与零售便利店进行合作，开展生活日用品的配送服务，发展成综合性的即时配送平台。即时配送平台发展历程 资料来源：公开资料整理

新零售的核心就是线上线下的融合，结合线上购物和线下购物的优点，增强用户的购物体验，挖掘零售行业新的增长动力。如今，传统的大卖场、社区便利店、电商都是零售行业的参与者，也都是新零售的积极布局者。对于新零售的发展而言，很重要的一个概念就是前置仓。所谓前置仓，就是在企业仓储的物流系统中距离门店最近、最前置的仓储物流基地，是在中心仓、城市仓之下的第三级仓储物流，也是实施仓配一体化的关键环节，其后就涉及到 2B、2C 的“最后一公里”配送。前置仓的存在，使得即时配送与新零售密不可分，传统的物流配送格局由“电商平台 快递企业 消费者”转变为“电商平台 前置仓 即时物流平台 消费者”。新零售下的社区商超 资料来源：公开资料整理

新零售的发展发掘出除了外卖之外的即时物流服务的另一大需求领域，且发展空间巨大。干线仓配、前置仓和本地即时配送构成了“分钟级配送体系”，也将成为新物流的基础设施，发挥巨大的作用。在新零售的场景中，物流需求的呼叫者不再是 C 端而是 B 端，因为物流也是产品，物流服务作为产品的一部分，统一由 B 端打包提供给 C 端。也就是说，对于新零售，消费场景在 C 端，物流场景在 B 端。由市场端引发的倒逼机制促使同时服务于 B 端、C 端的物流企业的相关领域随之发生变化，这就需要企业不断提供高批次、少批量、高时效的同城配送服务。在这样大的商业变革之中，包括即时物流服务在内的物流服务都将面临升级变革的需求的机遇，前景可期。随着即时配送规模的逐步扩大，近几年，国家也积极出台政策对同城物流配送服务进行规范，据悉，商务部牵头制定《同城物流配送服务规范》已经于 2018 年 7 月立项，这将进一步规范同城即时配送行业的有序竞争。

从2017年即时配送平台订单量来看，即时配送行业呈现三足鼎立的格局，蜂鸟配送、新达达、美团外卖稳居即时配送平台订单量的前三位，实力雄厚，占据绝对优势。2017年即时配送平台订单量分布（%）

（YM）

观研天下发布的《2019年中国即时配送行业分析报告-产业供需现状与投资商机研究》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 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 国内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/379945379945.html>