

# 中国即时物流行业研究报告

2017年



海量行研报告免费读

# 核心观点



2016年即时物流行业订单量超过**56**亿单，环比增长**102.2%**。未来几年，外卖市场的增速放缓将带来即时物流订单量增速的小幅下降，但整体规模仍保持上升态势。



即时物流行业在历经探索期、爆发期、整合期后，形成阿里和京东两军对垒局面。阿里体系中，点我达在即时物流配送中发挥重要作用，依靠丰富的电商资源，扩大订单来源。京东体系中，达达-京东到家被寄予厚望，成为O2O战略落地的基础助力。



即时物流行业难点在需求侧和供给侧均有所表现。需求侧：消费者在时效、安全、服务三方面要求较以往更为严格。商品品类、规格的多样化以及订单分布不均匀等对即时物流提出挑战。供给端主要落点于技术门槛构建的高竞争壁垒以及日常运营对商家、配送员、用户三方的维护管理。



未来新零售趋势下，即时物流的需求比重将进一步增加，持续向下渗，透触及居民生活方方面面。单量密度和品类多样化将作为企业竞争的关键点。另外，在实际运营中，为了降低成本并创造更好的用户体验，传统的人工调度必将被智能调度系统所取代。

# 即时物流定义及特点

## 直接门到门的即时、准时送达服务

即时物流在餐饮外卖等行业有所涉及。2009年，“即时物流”概念由点我达创始人赵剑锋提出。2016年8月，点我达接受阿里巴巴近10亿元投资，“即时物流”概念广泛传播。2016年11月召开的互联网大会上，美团点评和饿了么相继强调“即时配送”业务。区别于传统物流方式，即时物流的核心特点在于即时性，满足用户提出的极速、准时的配送要求。目前，即时物流以同城、小件领域切入，拓展到生鲜、商超配送领域，再逐步扩展到更为广泛的快递末端领域。

### 即时物流定义及特点

#### 定义

无中间仓储，直接门到门的即时送达服务

#### 范围

目前从同城配送领域切入，成熟后将扩展到更大的地域范围

#### 物品

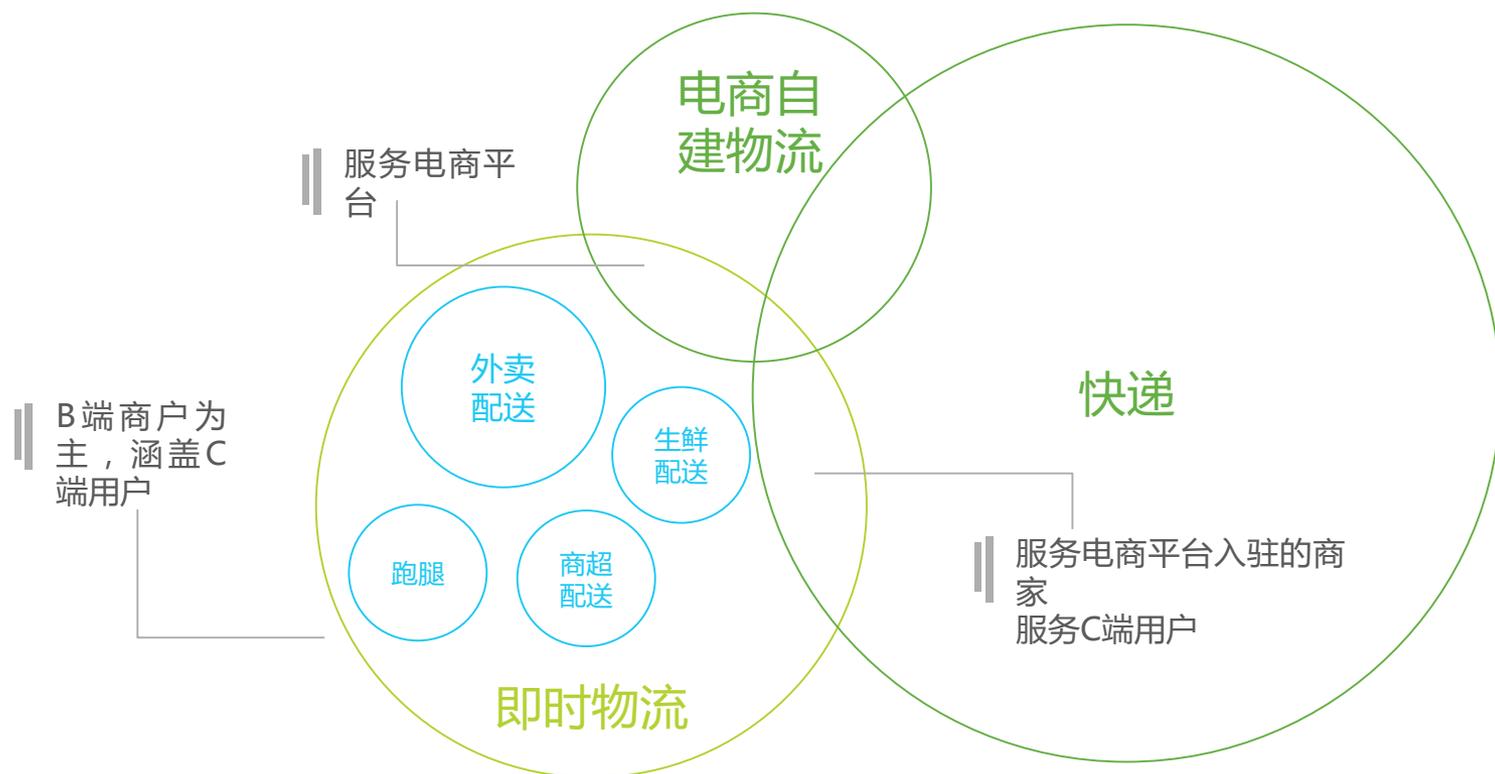
现以B端商户，如餐饮、商超类物品配送为主，  
未来将扩展到C端用户

# 即时物流与其他物流领域交叉重合

## 即时物流与快递、电商自建物流交叉，外卖配送表现优秀

即时物流业务中，外卖配送作为发展起点，表现优秀。除此之外，即时物流业务也包括零售O2O订单、电商订单、2C业务等，其中，来自电商的订单实际上与电商自建物流和快递业务相重合，2C业务也与快递和跑腿业务相重合。

### 2017年各物流领域交叉示意图



中国即时物流行业发展环境

1

中国即时物流行业发展现状

2

中国即时物流行业典型企业案例分析

3

中国即时物流行业发展趋势

4

# 中国即时物流行业发展环境

## 政策：“互联网+”和新零售背景下，物流业发展政策利好

2016年8月和11月，国家相继发布相关政策，支持鼓励物流业发展，并加大金融、税收等政策支持力度。2017年两会期间，国务院总理李克强在关于政府工作的报告中再度关注快递业，要求“促进电商、快递进社区进农村”，快递末端共享网络的建设受到诸多代表委员的热议。互联网+和新零售的政策利好，促进传统物流朝向信息化、数据化高效发展。

### 相关政策利好因素

去产能

去库存

去杠杆

降成本

补短板

### 互联网+物流

### 供给侧改革

### 新零售

背景

2016年8月国家发改委发布  
《“互联网+”高效物流实施意见》  
力促互联网+物流发展

主要内容

要求构建物流信息互联共享体系，推动传统物流活动向信息化、数据化方向发展，促进物流相关信息特别是政府部门信息的开放共享，夯实“互联网+”高效物流发展的信息基础，形成互联网融合创新与物流效率提升良性互动为保障政策的推进和落实，国家发改委将加大资金、土地、税收、金融等政策支持力度

目标

2018年底，试点城市建立完善的物流配送三级体系和末端配送网络

优化发展环境

强化政策支持

推进  
简政放权

加强  
网点建设

促进  
公平竞争

完善  
公共服务

减轻  
税费负担

加强  
财政支持

开展  
试点示范带动

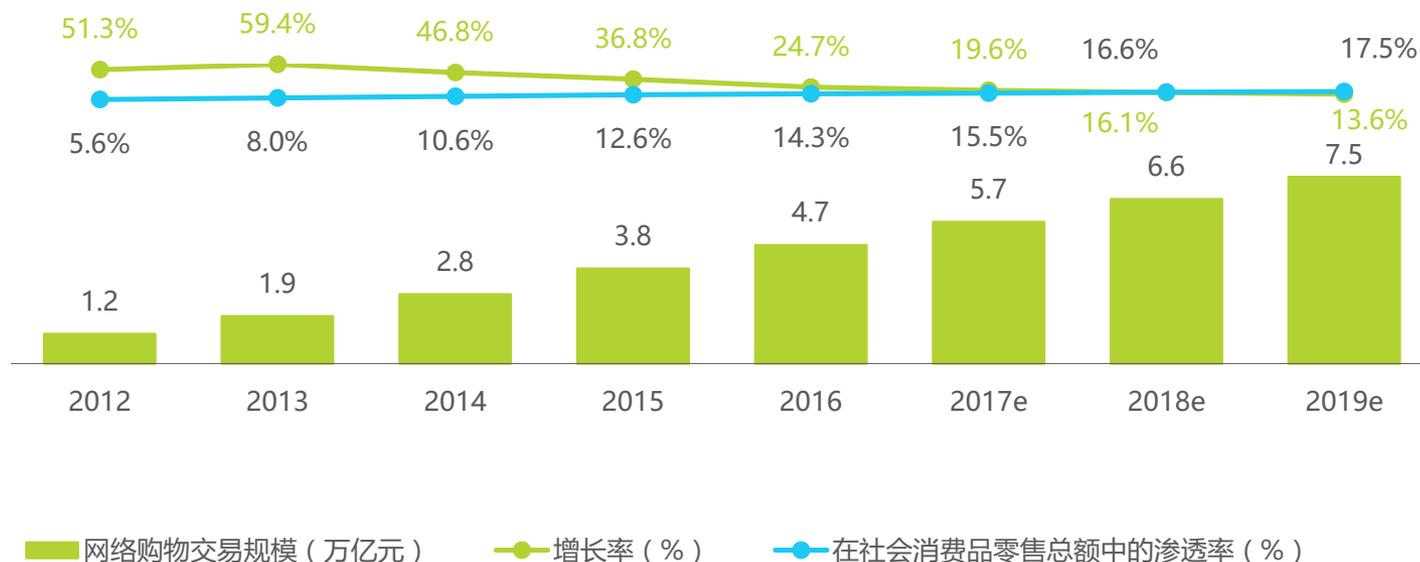
2016.11 国务院《关于推动实体零售创新转型的意见》

# 中国即时物流行业发展环境

## 经济：网络购物快速增长，即时要求日渐提升

近年来，网络购物规模仍保持较快增长，消费者在习惯网购的同时也对物流提出了更高的要求，快速、及时、准时等需求引发末端配送方式的变革。

### 2012-2019年中国网络购物市场交易规模



注释：艾瑞统计的网络购物市场规模指国内用户在国内购物网站的所有零售订单的总金额。零售指企业（单位、个体户）通过交易直接售给个人、社会集团作为最终消费，而非生产、非经营用的商品的活动，包括售给居民个人和企事业单位的生活和公共消费（如办公用品），但不包括售给生产经营企业用于生产或经营的商品、售给商业单位用于转卖的商品。中国网络购物市场包含跨境进口、不包含跨境出口业务。

来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

# 中国即时物流行业发展环境

## 经济：消费升级，消费者对物流的诉求提升

消费升级逐渐升温，线上线下的融合成为必然趋势。消费主体、消费内容、消费理念、消费方式等都呈现新的特点，高品质、便利化的用户体验成为消费者关注的重点。

### 2017年新消费特点

2015年我国中产阶级人数约有1.46亿人，成为全球中产阶级人数最多的国家，人均年收入11733美元。中产阶级的崛起表现为对品质和用户体验的强烈需求

#### 新消费理念

用户消费的需求更加差异化、个性化、多样化，注重服务品质及消费体验。尤其表现为对物流的诉求提升，传统按天计数的物流速度已无法满足消费者的需求，即时性的配送成为消费者对于服务体验评价的重要环节

#### 新消费主体



#### 新消费内容

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_21409](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21409)

