

2021-2027年中国即时物流 市场研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国即时物流市场研究与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R11/R1105/202103/02-389364.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

即时物流1.0：指货物不经过仓储和中转而直接性的端到端送达，且送达时效为两小时以内的物流服务。

即时物流2.0：指基于数据，通过实时全局调度的方式以匹配实时需求与实时运力的配送服务。

从运营商的竞争格局来看，目前主要的运营商分为3大类：1) 快递系：由快递公司运营，主要包括中邮速递易（邮政）和丰巢（顺丰）；2) 电商系：由电商快递公司运营，主要包括京东和苏宁；3) 第三方：主要有云柜、日日顺、富友、菜鸟驿站。行业以丰巢和速递易为龙头，合计市占率达到85%，其中丰巢市占率约55%，速递易市占率约30%。2019主流智能快递柜运营企业信息

快递柜运营商经历了近10年发展，行业亦经历多轮洗牌，目前形成丰巢与中邮速递易（两家份额超80%）寡头竞争格局，然而运营商仍未实现盈利，一方面是运营商面临成本较高（入场费、租金、运维等成本较高）、另外盈利模式方面还未取得明显的突破（目前主要收入来源是向快递员收费以及广告收入）；在国家层面的高度重视下，政策上未来可能给予相应支持，降低运营成本，进一步鼓励运营商进行快递柜铺设；另外在收入端，考虑到目前政策层面鼓励末端进行无接触配送，快递柜在收费方面也会取得重大的突破，尤其是对于C端消费者的收费。单套快递柜年收入成本拆分 数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国即时物流市场研究与发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了即时物流行业市场发展环境、即时物流整体运行态势等，接着分析了即时物流行业市场运行的现状，然后介绍了即时物流市场竞争格局。随后，报告对即时物流做了重点企业经营状况分析，最后分析了即时物流行业发展趋势与投资预测。您若想对即时物流产业有个系统的了解或者想投资即时物流行业，本报告是您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 即时物流行业发展综述

1.1 即时物流行业定义及分类

1.1.1 行业定义

- 1.1.2 行业主要产品分类
- 1.1.3 行业主要商业模式
- 1.2 即时物流行业特征分析
 - 1.2.1 产业链分析
 - 1.2.2 即时物流行业在国民经济中的地位
 - 1.2.3 即时物流行业生命周期分析
 - (1) 行业生命周期理论基础
 - (2) 即时物流行业生命周期
- 1.3 最近3-5年中国即时物流行业经济指标分析
 - 1.3.1 赢利性
 - 1.3.2 成长速度
 - 1.3.3 附加值的提升空间
 - 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
 - 1.3.5 风险性
 - 1.3.6 行业周期
 - 1.3.7 竞争激烈程度指标
 - 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 即时物流行业运行环境分析

- 2.1 即时物流行业政治法律环境分析
 - 2.1.1 行业管理体制分析
 - 2.1.2 行业主要法律法规
 - 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.2 即时物流行业经济环境分析
 - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
 - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
 - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 即时物流行业社会环境分析
 - 2.3.1 即时物流产业社会环境
 - 2.3.2 社会环境对行业的影响
 - 2.3.3 即时物流产业发展对社会发展的影响
- 2.4 即时物流行业技术环境分析

- 2.4.1 即时物流技术分析
- 2.4.2 即时物流技术发展水平
- 2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国即时物流行业运行分析

3.1 我国即时物流行业发展状况分析

- 3.1.1 我国即时物流行业发展阶段
- 3.1.2 我国即时物流行业发展总体概况
- 3.1.3 我国即时物流行业发展特点分析

3.2 2015-2019年即时物流行业发展现状

3.2.1 2015-2019年我国即时物流行业市场规模

快递柜对于末端配送（快递与即时物流）具有重要的战略价值。2019年快递每日单量1.7亿票，预计中长期随着网购渗透率提升，快递行业仍保持高景气，在劳动力人口红利逐渐消失的背景下，快递包裹量的快速增长对末端配送带来了巨大的考验，而快递柜极大缓解了末端配送压力，大幅提升了快递员派送效率；当前快递入柜率仅约10%，未来随着快递行业快速增长与消费者习惯逐渐培养，市场对快递柜需求有望迎来快速释放；此外，快递柜还可作为同城即时物流的重要载体，2019年即时物流日均订单达到5000万单，未来即时物流市场亦将大幅拉动快递柜需求。2013-2020年中国即时物流订单规模 数据来源：公开资料整理

3.2.2 2015-2019年我国即时物流行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国即时物流企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 即时物流细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 即时物流产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年即时物流价格走势

3.5.2 影响即时物流价格的关键因素分析

（1）成本

（2）供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2021-2027年即时物流产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要即时物流企业价位及价格策略

第四章 我国即时物流所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国即时物流所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国即时物流所属行业产销情况分析

4.2.1 我国即时物流所属行业工业总产值

4.2.2 我国即时物流所属行业工业销售产值

4.2.3 我国即时物流所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国即时物流所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国即时物流行业供需形势分析

5.1 即时物流行业供给分析

5.1.1 2015-2019年即时物流行业供给分析

5.1.2 2021-2027年即时物流行业供给变化趋势

5.1.3 即时物流行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国即时物流行业需求情况

5.2.1 即时物流行业需求市场

5.2.2 即时物流行业客户结构

5.2.3 即时物流行业需求的地区差异

5.3 即时物流市场应用及需求预测

5.3.1 即时物流应用市场总体需求分析

(1) 即时物流应用市场需求特征

(2) 即时物流应用市场需求总规模

5.3.2 2021-2027年即时物流行业领域需求量预测

(1) 2021-2027年即时物流行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2021-2027年即时物流行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业即时物流产品/服务需求分析预测

第六章 即时物流行业产业结构分析

6.1 即时物流产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国即时物流行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国即时物流行业产业链分析

7.1 即时物流行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 即时物流上游行业分析

7.2.1 即时物流产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2021-2027年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对即时物流行业的影响

7.3 即时物流下游行业分析

7.3.1 即时物流下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对即时物流行业的影响

第八章 我国即时物流行业渠道分析及策略

8.1 即时物流行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对即时物流行业的影响

8.1.3 主要即时物流企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 即时物流行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 即时物流行业营销策略分析

8.3.1 中国即时物流营销概况

8.3.2 即时物流营销策略探讨

8.3.3 即时物流营销发展趋势

第九章 我国即时物流行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 即时物流行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 即时物流行业企业间竞争格局分析

9.1.3 即时物流行业集中度分析

9.1.4 即时物流行业SWOT分析

9.2 中国即时物流行业竞争格局综述

9.2.1 即时物流行业竞争概况

- (1) 中国即时物流行业竞争格局
- (2) 即时物流行业未来竞争格局和特点
- (3) 即时物流市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国即时物流行业竞争力分析

- (1) 我国即时物流行业竞争力剖析
- (2) 我国即时物流企业市场竞争的优势
- (3) 国内即时物流企业竞争能力提升途径

9.2.3 即时物流市场竞争策略分析

第十章 即时物流行业领先企业经营形势分析

10.1 闪送

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 达达

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 UU跑腿

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 点我达

- 10.4.1 企业概况
- 10.4.2 企业优势分析
- 10.4.3 产品/服务特色
- 10.4.4 公司经营状况
- 10.4.5 公司发展规划
- 10.5 快先森
- 10.5.1 企业概况
- 10.5.2 企业优势分析
- 10.5.3 产品/服务特色
- 10.5.4 公司经营状况
- 10.5.5 公司发展规划
- 10.6 快件配送
- 10.6.1 企业概况
- 10.6.2 企业优势分析
- 10.6.3 产品/服务特色
- 10.6.4 公司经营状况
- 10.6.5 公司发展规划

第十一章 2021-2027年即时物流行业投资前景

- 11.1 2021-2027年即时物流市场发展前景
 - 11.1.1 2021-2027年即时物流市场发展潜力
 - 11.1.2 2021-2027年即时物流市场发展前景展望
 - 11.1.3 2021-2027年即时物流细分行业发展前景分析
- 11.2 2021-2027年即时物流市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2021-2027年即时物流行业发展趋势
 - 11.2.2 2021-2027年即时物流市场规模预测
 - 11.2.3 2021-2027年即时物流行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2021-2027年中国即时物流行业供需预测
 - 11.3.1 2021-2027年中国即时物流行业供给预测
 - 11.3.2 2021-2027年中国即时物流行业需求预测
 - 11.3.3 2021-2027年中国即时物流供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2021-2027年即时物流行业投资机会与风险

12.1 即时物流行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2021-2027年即时物流行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2021-2027年即时物流行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 即时物流行业投资战略研究

13.1 即时物流行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

- 13.1.6 营销品牌战略
- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国即时物流品牌的战略思考
 - 13.2.1 即时物流品牌的重要性
 - 13.2.2 即时物流实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 即时物流企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国即时物流企业的品牌战略
 - 13.2.5 即时物流品牌战略管理的策略
- 13.3 即时物流经营策略分析
 - 13.3.1 即时物流市场细分策略
 - 13.3.2 即时物流市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 即时物流新产品差异化战略
- 13.4 即时物流行业投资战略研究
 - 13.4.1 2019年即时物流行业投资战略
 - 13.4.2 2021-2027年即时物流行业投资战略
 - 13.4.3 2021-2027年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

- 14.1 即时物流行业研究结论
- 14.2 即时物流行业投资价值评估
- 14.3 即时物流行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R11/R1105/202103/02-389364.html>