iResearch
艾 瑞 咨 询

中国物流服务行业研究报告

2019年



摘要

物流服务即按照客户需求为客户提供服务，完成运输、仓储、管理等单个或多个物流环节。在**国内一般物流服务**行业中，主要分为两类：仓储及综合服务、运输服务。

由于目前线下门店的不断发展，订单呈现碎片化、零散化、多样化的趋势，快运企业需要对网络化的铺展更加全面才能够面对激烈的市场竞争。因此，一些小型快运企业难以达到这样的能力水平，有实力的快运企业拥有更多的市场话语权，**市场整合力度**将大大增强。

一方面中小型电商平台商户有提升仓储的需求，包括小批量进出货的入库出库需求以及小微融资贷款及账期的需求；另一方面大企业客户有适应新经济发展环境的需求，需要整体物流供应链效率提升以更好地服务消费者。因此，仓储企业亟需提升其**信息系统能力**、升级**硬件设备设施**。

随着线上和线下零售的融合，企业要面对新经济在供应链端的不断挑战，传统物流供应链各环节各自运营的线性结构无法满足高速增长的用户需求和更加复杂的仓储、运输情境。因此，**物流供应链**逐渐形成**网状**的形态，所有的服务围绕用户的需求和体验展开。

针对大B客户和C端客户，由于需求的不确定性和多样性，物流企业需要持续不断的提升自身能力，满足可能超过业务范围的客户需求，以保证客户的稳定性以及自己的不可替代性，因此各**行业边界逐渐模糊**的现象出现。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

中国物流服务行业概览	1
中国国内一般物流服务市场研究	2
典型案例研究	3
中国国内物流服务行业趋势及前景洞察	4

中国物流服务行业概念

物流服务即按照客户需求为客户提供服务，完成运输、仓储、管理等单个或多个物流环节

物流服务概念及特征

物流

是指物品从供应地向接收地的实体流动过程中，根据实际需要，将运输、储存、装卸搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等功能有机结合起来实现用户要求的过程。

物流服务

是指接受客户的委托，按照客户的要求，为客户或客户指定方提供服务，完成物流过程中部分环节或全部环节。

物流服务特征：

结构性

物流服务需要由多种物流资源和多种物流功能要素合理配置形成

差异性

物流客户各不相同，物流需求大相径庭；
物流服务提供者的不同也会导致服务方式的不同

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

中国物流产业图谱

2019年中国物流产业图谱



来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

中国物流服务行业主要类型展示

根据目的地划分：国际物流/国内物流

中国物流服务行业分类：国际物流/国内物流



国际物流

国际物流定义：

国际物流是指多国之间、洲际之间开展的物流活动，即通过物流实现发货方交付与收货方接收。



国内物流

本次研究范围

国内物流定义：

国内物流是指为国家的整体利益服务在国家自己的领地范围内开展的物流活动。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

中国物流服务行业主要类型展示

根据货物的特殊属性划分：特殊物流/一般物流

中国物流服务行业分类：特殊物流/一般物流

特殊物流	一般物流
特殊物流定义： 特殊物流是指专门范围、专门领域、特殊行业，在遵循一般物流规律基础上，带有特殊制约因素、特殊应用领域、特殊管理方式、特殊劳动对象、特殊机械装备特点的物流，即为特殊对象提供有特殊制约因素的物流服务。	**一般物流定义：** 一般物流是指物流活动的共同点和一般性，物流活动的一个重要特点是涉及全社会的广泛性，因此物流系统的建立及物流活动的开展必须有普遍的适用性，即为一般服务对象提供普适性物流服务。
特殊物流分类： 按货物类型：包括水泥物流、石油及油品物流、煤炭物流、腐蚀化学物品物流、危险品物流等； 按货物量级：包括超大、超长型物流等； 按服务方式：包括复合一贯制物流等； 按使用设备：包括冷链物流、集装箱物流、托盘物流等； 按特殊领域：包括军事物流、废弃物物流等； 按组织方式：包括加工物流等。	**一般物流分类：** 仓储及综合服务3PL； 运输服务：江河运输、铁路运输、整车服务、整车平台、专线、快运、快递、即时；
	▲ 本次研究范围

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

中国物流服务行业概览 1

中国国内一般物流服务市场研究 2

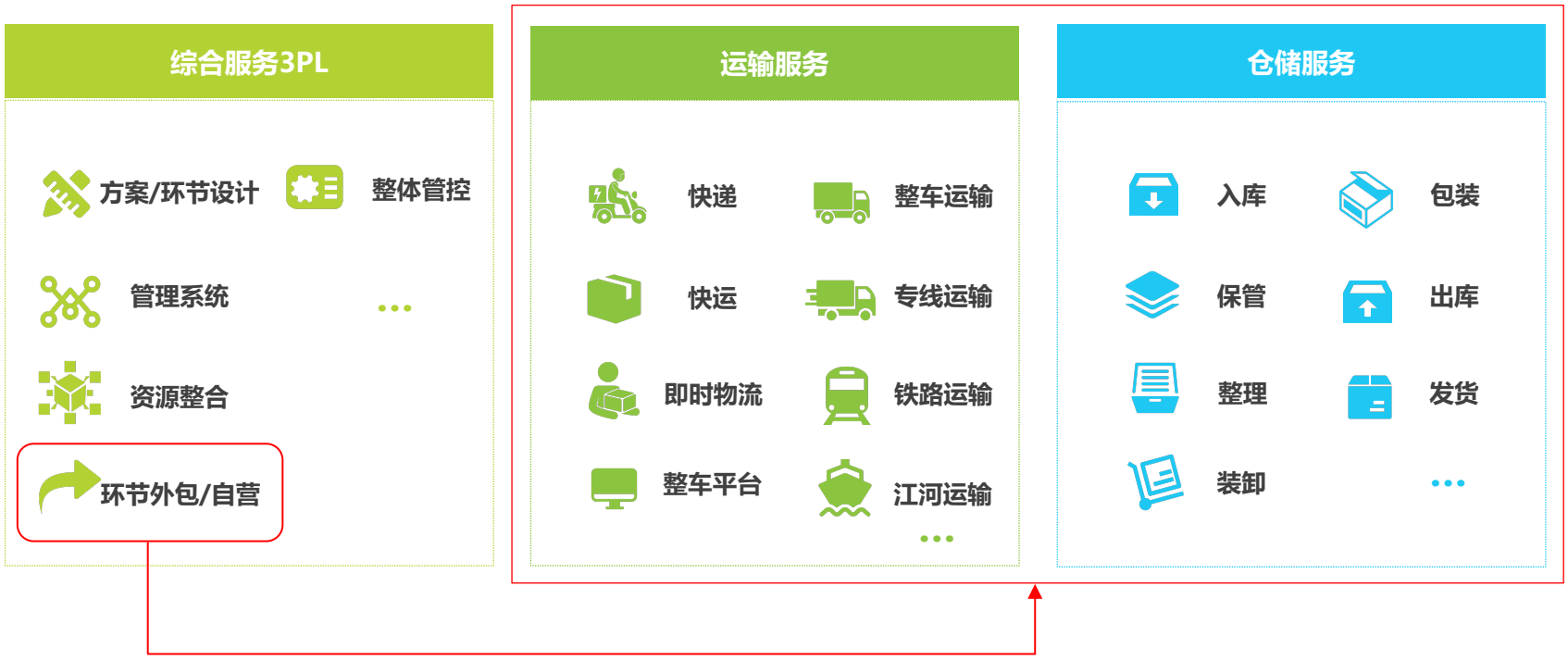
典型案例研究 3

中国国内物流服务行业趋势及前景洞察 4

中国国内一般物流服务主要类别

通过外包或自营方式，物流行业综合服务商为客户提供仓储服务和运输服务

中国国内一般物流服务主要类别及服务内容



在目前的物流市场中，只做仓储服务的企业占比非常少，大多数是综合物流服务商为客户提供仓储、运输及管理等综合型物流服务。因此，在综合物流3PL的服务内容中，会将仓储、运输环节自营或外包给专门的仓储、运输服务商。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

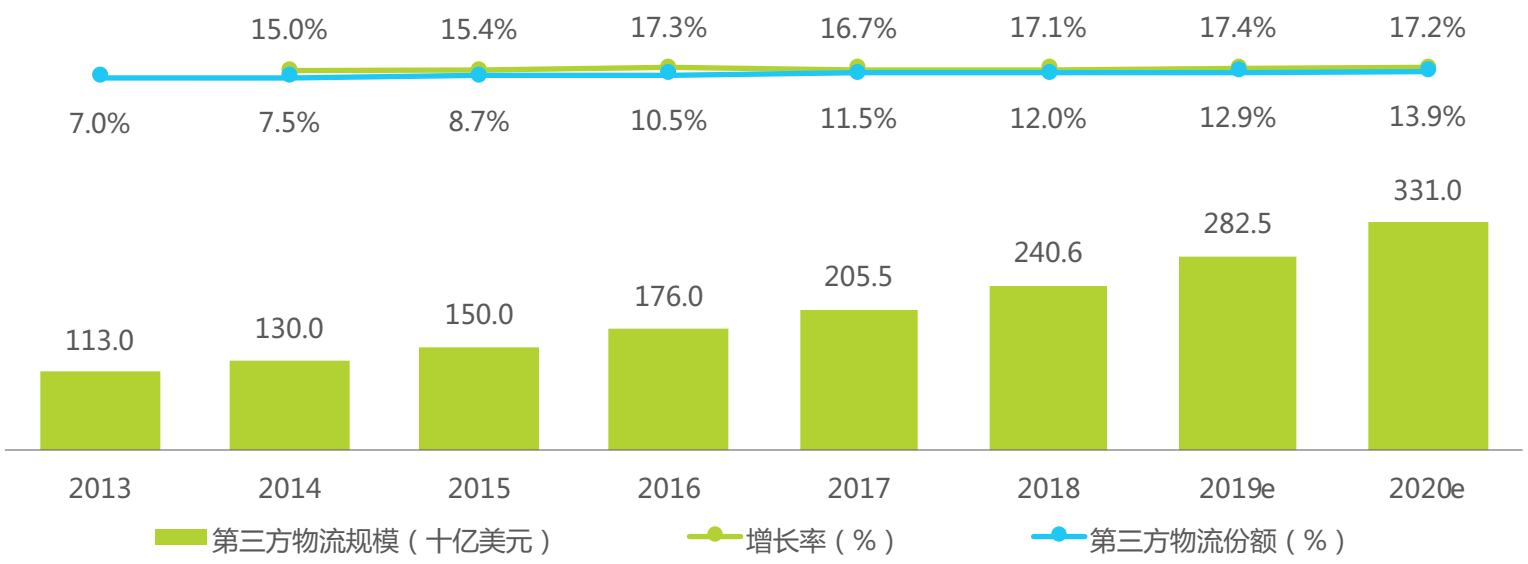
©2019.7 iResearch Inc.

中国国内一般物流服务市场现状

综合服务市场：规模增长明显，市场需求不断扩大

2018年我国第三方物流规模达到2406亿美元，增速达17.1%，远超社会物流总费用2018年9.8%的增速。同时，第三方物流在整体社会物流总费用中的占比不断提升，艾瑞预计，该比例将从2018年的12.0%上升到2020年的13.9%。

2013-2020年中国第三方物流规模与份额预测



来源：基础数据来源为中国物流与采购联合会、国家统计局、Armstrong & Associates Inc、行业访谈与公开资料，结合艾瑞数据模型推算。

©2019.7 iResearch Inc.

中国国内一般物流服务市场现状

仓储服务市场：现代化电商仓成为市场热点及未来机遇

中国国内仓储服务市场现状

市场现状及热点

电商仓配：

中小客户——随着线上和线下的进一步融合，越来越多的中小型电商平台商户提升对仓储的需求，包括仓储面积的需求和仓储服务的需求。仓储面积需求属于易于满足类型需求，而仓储服务需求则会随着市场及电商消费者需求的变动而改变。一方面是小批量进出货的入库出库需求；另一方面是小微融资贷款及账期的需求。

大客户——随着企业电商业务比重的提升，如何提升整体物流供应链的效率以更好地服务消费者成为各大企业的重要需求。因此，将传统仓库与电商仓打通的电商仓配体系出现。

电商仓配与传统仓配的不同点在于：

a. 仓储品类的不同。传统仓储储存的货物品类是相对单一的，而电商仓则是多品类的集中。它可以通过订单管理和机器或自动或人工拣选，形成最终包裹；
b. 管理方式与要求的不同。传统仓主要的管控集中于库内的安全和库存的数量，而电商仓的管理方式和要求则要比传统仓大很多，除了必须满足的库内安全和库存数量，电商仓更讲求仓内作业的时效以及精细化的管理；
c. 装备与技术的不同。和传统仓储不同，电商仓由于其发货的特点是多批次小批量，所以为了保证其整体的正确率，需要通过软件系统和硬件装备来共同完成。软件方面，WMS仓储管理系统以及RFID的条码信息化处理；硬件方面，自动分拣机、巷道堆垛起重机等一系列自动化设备，都是电商仓的差异化优势。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国国内一般物流服务市场现状

运输服务市场：整合态势明显

中国国内运输服务市场现状

市场现状及热点

快运整合：目前各家快运企业中占较大比重的业务仍旧是各种类型的B2B的工厂件，工厂件随着订单逐渐碎片化的趋势，其物流运输的选择也由整车逐渐变为快运，或者是由专线逐渐变为快运，其中的原因之一是订单逐渐碎片化，工厂需要将货物零散地发往很多个目的地；原因之二是交货更加及时化，越来越多的工厂更加愿意采用边生产边发货的方式，以减少货物积压的风险，降低仓储成本，提高资金周转效率。另外在电商大件业务上，随着各渠道销售的愈加透明，家具电器等大件商品在电商平台上的销售情况也越来越乐观，而由于快递对货物类型、货物重量的限制，以及此类货物通过快递运输需要较高运输成本，且对门到门的增值服务需求较高的原因，快运在该类型业务上拥有较大发展潜力，而且这类货物的平均价值高，运输成本可观，市场潜在量级巨大。这就代表着各家快运企业需要对网络化的铺展更加全面，一些小型的快运企业难以达到这样的能力水平，有实力的快运企业拥有更多的市场话语权，市场整合力度大大增强，目前快运行业较低的集中度未来将会逐步提高。

快递整合：快递行业在经过前几年的大规模布点阶段后，随着众多企业上市融资，在获得资本优势后，并购和投资合作频繁发生，行业逐步进入内部整合阶段，并且建立行业壁垒。同时各家企业还会细化产品种类和服务类型，寻求差异化发展，不断完善自身综合竞争力。

电商自建物流快递：京东物流体系的成功建立，使得越来越多传统电商企业发现自建物流对服务质量和服务效率的提升作用，但由于自建物流是重资产投入，有极大的资金需求，目前中国物流基础设施建设还不完善，物流管理体系和供应链管理体系的建立也需要企业自身组织架构的改革、内部管理体系的升级和技术的创新，实施难度非常大。因此，如何权衡服务和成本，如何权衡未来道路走向，都是电商企业需要在自建物流这个选择项上需要考虑的重点。

即时物流：2015年，外卖O2O增速迅猛，同时C端市场也逐渐打开，即时物流在2015年出现一次发展高峰。随着外卖市场的增速放缓，即时物流订单量增长率小幅下降，但整体规模仍保持上升态势。另外，商超宅配、快递揽派、鲜花配送、跑腿等服务领域正逐步兴起，上升空间大，成为即时物流目前发力点。

车货匹配平台：中国整车运输行业存在以空驶现象为首的多种问题，整体行业物流成本浪费严重，行业信息化水平不高。因此，降本增效是整车运输行业的首要任务，而降低空驶率也成为了重要指标。车货匹配平台的出现即代表着将传统物流园区中的信息部搬到移动互联网上，打破了信息不对称所造成的成本浪费，促成了更多整车运输交易的达成。但目前的车货匹配平台面临着货源寻找和用户粘性提高这两类问题，本质上即是在用户心中平台自身价值提升问题亟需解决。

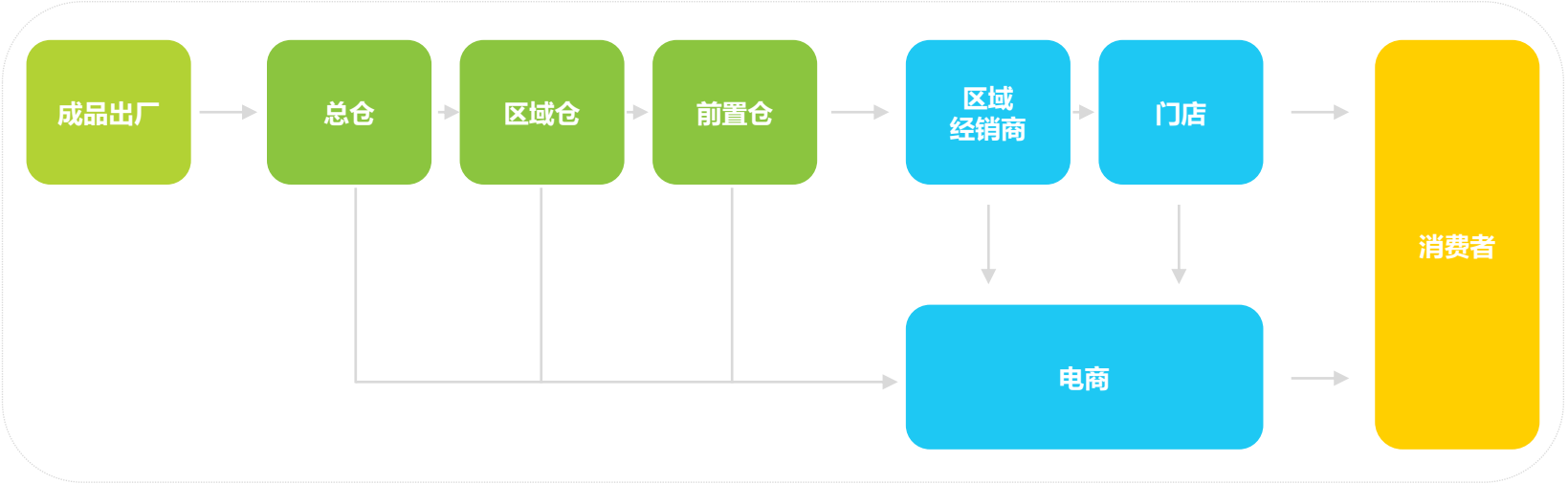
来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国国内消费品成品出厂链条

仓储/运输/管理等各物流环节穿插消费品成品出厂全链条

消费品成品出厂后会经过品牌商，进入工厂所属的总仓，根据全国/全球销售布局的预测，将消费品成品通过干线运输的方式移动到不同的分仓，进而通过区域分仓控制大区库存，通过前置仓进行比较激进的销售预测，提升消费者体验。后续商品流动出现分支，一是区域经销商渠道，二是电商渠道。在区域经销商渠道内，将商品从区域仓/前置仓用多点配送的方式配送到门店，再通过门店直达消费者；而在电商渠道内，则会通过电商平台将商品售卖给消费者，并通过快递/快运/即时配的方式将商品配送到消费者手中。

中国国内消费品成品出厂链条分析



来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

中国国内一般物流服务市场挑战

市场竞争主体多样化，但产品及服务同质化

中国国内一般物流服务市场挑战分析

1. 竞争主体类型更加多样



个体经营者



主营物流企业



电商平台

在国内物流服务市场，初期物流企业以国营为主，大多数私营是个体经营者，行业分散严重；2000年左右，快递行业开始出现大体量民营企业，集中度上升；但整车及零担行业仍处于分散状态；民营第三方物流企业开始走上正轨；

随着互联网以及移动互联网的发展，电商行业呈现跳跃式的增长，对于整个物流供应链以及供应链管理的需求急剧上升，因此将物流业务整体或分割式的外包给物流企业成为电商平台的主要选择方向；

但随着经济的发展，订单进一步碎片化、多样化，平台体量日渐扩张，物流外包成本以及物流外包所带来的服务质量不可控和管理系统的不适用，推动电商平台自建物流或自发设计物流供应链管理环节，而由于自建物流成本极高，且需要大量物流经验，因此目前大部分电商自建物流还不是非常成熟。但对于整个中国物流市场而言，竞争形势已经更为激烈。

2. 同质化严重，亟需提升综合服务能力，扩张服务边界



全国网络建设



供应链管理



基础物流服务及增值服务

国内物流服务企业众多，物流需求也非常多，因此，对于各家物流企业来说，存在巨大可挖掘市场和可扩张方向；而国内物流行业内部信息化水平低，信息的不对称会带来巨大的可发展空间，因此各家凭借国内高速发展的互联网技术，尝试打破信息不对称的壁垒，并利用人才的招募和培养，拓展多条业务方向；

但由于各细分行业竞争者众多，细分行业内的需求无法满足供给，因此各家开始向服务链条的两端延伸，尝试接触更多的客户和需求，探索各家适用的道路，但由于物流服务的需求必然基于运输、仓储等基础物流服务能力，因此各家业务开始呈现高重合现象，产品的同质化严重，对于客户来说，各物流供应商的能力驱同。

因此，随着物流竞争环境的变化，对物流企业来说需要提升自身信息技术能力和综合服务能力，才能对客户有更强对吸引力；而对主流玩家来说，更是需要向供应链的其他环节渗透，扩张自身的服务边界，提高服务效率。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

中国物流服务行业概览 1

中国国内一般物流服务市场研究 2

典型案例研究 3

中国国内物流服务行业趋势及前景洞察 4

综合服务3PL

综合服务行业现状

企业物流成本上升，综合服务市场面临机遇

随着网购、跨境电商的发展，企业的物流管理出现诸多变化，传统B2B计划性模式被打破，单量激增情况越来越普遍，产品的交付过程也更加多元，自营供应链管理的企业不得不把精力不断投入到物流管理中，基础设施成本和人员成本都非常高。而第三方物流经过多年发展，具有更多的经验和更好的服务能力，最重要的是可以在各环节通过分摊来大大降低企业的物流成本。从服务对象和交付模式的角度来看，第三方物流主要可以分为传统第三方物流（B2B）与新兴的电商业务第三方物流（B2C）；从服务商角度来看，物流供应链服务商可以分为传统B2B客户为主的服务商和以电商B2C客户为主的服务商。

综合服务定义及服务商分类

综合服务定义：综合服务是指企业客户将其物流相关需求外包给有全程操作能力的物流服务供应商，物流服务供应商整合后端所有资源为客户提供包括运输、仓储、配送、装卸搬运、信息、包装、流通加工等多环节多模式物流服务。

综合服务商类型及模式

A. 以传统B2B客户为主的3PL服务商
——招商局、中外运、宝供等

传统以B2B业务为主的第三方物流服务商，基于自身的仓储优势和B端客户向电商布局的机会，向B2C供应链管理转型，提供综合供应链管理服务从而拉动自身的整体收入和单量的快速增长。虽然其在B2C配送环节相对不足，但是可以通过采取必要的措施保证与快递企业的配送对接无缝化。

B. 以新兴电商B2C客户为主的3PL服务商
——百世供应链、心怡科技等

物流企业在拥有自身触达用户的基础配备后，不断向供应链上方环节进行扩展，从而进行自身战略布局。由物流企业所建立的云仓，大多数是为了更好地进行仓配一体化，通过多仓组合，运营数据采集和处理，实现全网协同，进而提高整体运营效率。例如百世供应链拥有直营及加盟云仓共346个，总管理面积为280万平方米，则其基于高云仓配置比例，实现了以供应链为核心，横向拓展多类型物流解决方案，纵向拓展B2B业务和O2O业务，完全满足客户全渠道的线上线下一体化的物流需求。增值业务可涉足金融和数据服务。

同时，由于B2C供应链管理相对复杂，因此百世供应链在向B2B业务扩张的难度较低，具有灵活而多样的发展机会。

注释：百世供应链的相关数据统计截至2019年3月底。
来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

综合服务行业现状

整合调配所有资源，优化仓储运输环节，降低无效损耗

中国物流的功能主要涵盖七个方面，运输、仓储、配送、装卸搬运、信息、包装、流通加工。但是，随着互联网的介入，电子商务的发展，物流的格局也发生了巨大的变化。运输的竞争与合作主要集中在陆路运输上；仓储既包括传统仓又包括电商仓；配送主要集中在同城配送和最后一公里的发展上；而在信息处理方面，大数据和智能化则驱动了整体行业的发展。综合服务的核心业务则涵盖了以上所有方面，对供应链多个环节和多种模式进行合理的整合，以仓储和运输的优化为核心，将成品更快更好的交付，降低供应链环节的无效损耗是核心目标。

综合物流服务核心环节与服务能力分析

信息系统

现代物流供应链管理的主要标志是信息系统的处理海量数据能力和算法。随着大数据、云计算的发展，物流供应链在技术的支撑下不断被缩短，订单管理、仓储环节和运输环节可以实现根据服务对象和需求差异进行横向协同。全国订单通过统一系统进行分配；B2B与B2C仓可以打通并存，可以根据货量大小进行在分割和整合；整车、快运、快递能够被合理的一站式系统进行调度和安排。此外，对于供应商的管理、对于整个链条的追踪透明化、数据分析与预测等都是以优秀的信息系统作为基础的。

仓储

仓库的布局和运营将直接影响供应链流程的成本和效率。“云仓”的出现将传统仓库与电商仓打通，通过企业所在行业和该品牌的特点，整体进行仓库的选择和调配，并通过统一的WMS系统进行管理对仓库进行运营或帮助企业进行运营，从而实现仓运配一体化协同，打造扁平化的供应链。

未来，大数据的支持和仓储智能化的发展需要共同作用于供应链管理当中。大数据保证供应链的链条不断裂同时使需求预测的更加准确，线下物流体系的建立则使得整体运输速度更快，配送速度更快，提升用户体验。

配送

配送是产品完成交付过程不可或缺的一部分。物流供应链管理下的配送与传统配送相比，更易调配、利用率更高。通过TMS系统，同一产品可以通过不同种方案进行运输，整车、零担、快递形式能够通过合理分配进行自由调度。同时，面对B端门店和C端用户的多样需求（如门店调拨、用户退换货等），也可以与仓储环节进行紧密结合，提高配送时效。

除了统一系统管理外，第三方物流公司在配送中心与网点的覆盖和合理利用，也将大大减少成本，提高用户满意度。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

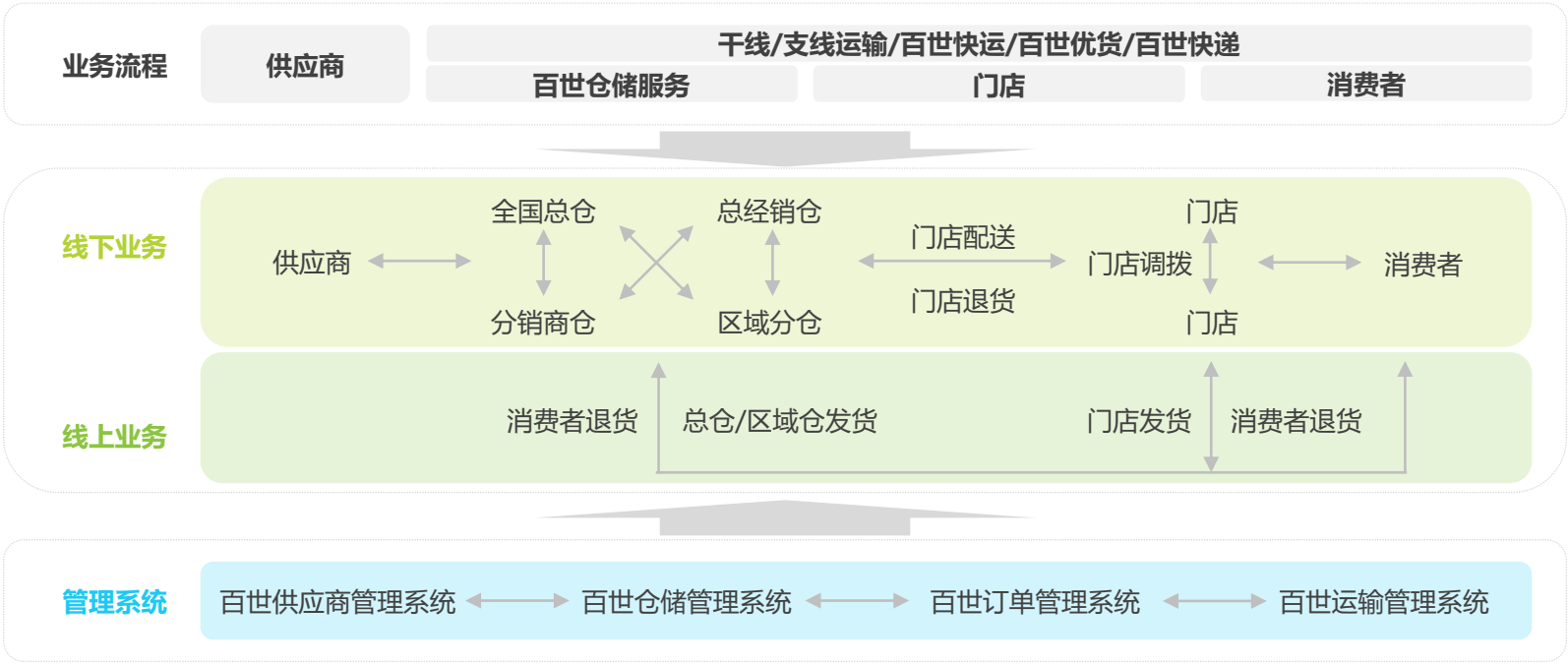
©2019.7 iResearch Inc.

综合服务行业面临的挑战

网络建设能力和精准服务能力是重中之重

随着电子商务的飞速发展，传统物流供应链各环节各自运营的线性结构无法满足高速增长的用户需求和更加复杂的仓储、运输情境。因此，为了适应市场的变化，电商仓和覆盖更多区域的“最后一公里”配送业务不断发展成熟，使物流供应链逐渐形成网状的形态，仓与仓之间的物流和信息流可以快速进行交换和合理分配，订单管理和仓储管理可以将实体仓的利用率大大提升，零担和快递业务也不断协同合作，所有的服务围绕用户的需求和体验展开。以百世为例，截至2019年3月底，百世快递的省市网络覆盖率为100%，区县覆盖率为99%；百世快运的省级网络覆盖率为100%，市级网络覆盖率为99%；再基于百世供应链的346个直营及加盟云仓，这样高密度的物流服务网络才能够为客户提供更复杂更适应市场变化的服务方案。

新兴综合物流服务模式分析——百世供应链



注释：百世快递、百世快运及百世供应链的相关数据统计截至2019年3月底。
来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

综合服务行业未来方向

经验加成下，各环节信息数据将被打通，为客户提供更优质服务

新型综合物流服务模式分析



更多客户关系的建立以及信息的打通

受到电商行业的爆发式增长的影响，中国物流综合服务市场增长迅速。而B2C相较于B2B而言，在供应链管理上情况更加复杂，需要整合和协同的资源更多，也成为企业选择供应链管理的主要因素。B2C模式的出现，为综合服务行业带来新的机会和挑战，数据、技术与管理的结合越来越紧密，为了节省成本，提升体验，厂商对于仓储和配送的自建需求越来越低，市场上更需要具备综合物流供应链管理能力的服务商对企业的所有库存和配送进行统一管理和服务。



B2C与B2B模式的逐渐融合

而线上线下融合的趋势，进一步凸显了从用户需求角度出发的服务体验的重要性，通过与大数据的结合，对用户的各种数据进行分析，并帮助企业为用户提供更方便、快捷的享受，而企业不再拘泥于线上、线下的形式，从整个链条来看，则需要更复杂的供应链管理来保证前端的服务质量，企业更需要通过对供应链的管理和控制，降低成本，提高效率，同时提升产品品质。在新零售大趋势下，B2B与B2C两种模式趋于融合。



服务品质的提升

在这样的市场环境下，物流市场企业在综合服务业务上的的转型和布局动作明显，百世这类多年深耕供应链的企业则拥有极大的先天优势，能够利用多年经验和数据将供应链的各个环节打通，为客户提供精益求精的物流服务。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

运输服务
——快递

快递行业现状

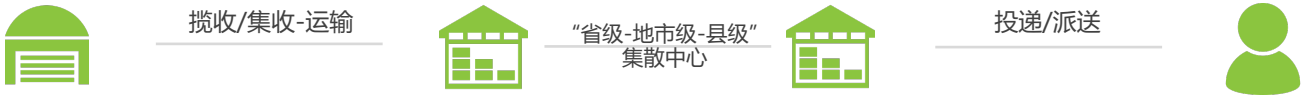
整合趋势明显，行业发展将更加成熟

2016年以来，申通、圆通、中通、韵达、顺丰、百世等快递企业相继上市，随着国内快递巨头走上资本市场，行业整合趋势明显。体现在：一是对小规模快递公司的合并，行业巨头们在资本加持下，行业竞争力大幅提高，兼并重组小的快递公司，规范和瓜分市场将是各大物流上市公司的一大发展方向；二是对物流生态圈中其他支持公司的合并，例如布局智慧物流业务，通过资本化手段并购智能科技公司等；三是大型快递企业间的强强联合或者相关战略投资，快递企业之间的并购重组能够有效降低成本，推动行业向更为集中、资源更为整合的方向发展。

快递服务定义及行业发展阶段特征

快递服务定义：是指物流企业通过自有网络或合作网络渠道，将客户委托的文件或包裹实现从发件人送达收件人的门到门的高时效性运输方式。

快递服务链条：



快递行业目前所处阶段特征

寡头发展趋势	**精细管理**	**持续创新**
小型及区域型快递企业数量日益减少 行业呈现寡头态势，整合形势明显	高速增长后出现长久化运营需求 企业体量巨大带来的管理难度升级	跨界合作以实现快递企业业务类型 的多样化和客户多选择性
全球扩张	**数字赋能**	**客户类型稳定**
企业对于客源及能力范围有扩张需求 客户有物品的全球寄送需求	基于快递物流服务的整体数据 赋能客户的运营决策	快递行业高速增长情况下 电商客户仍旧是快递企业主要客户类型

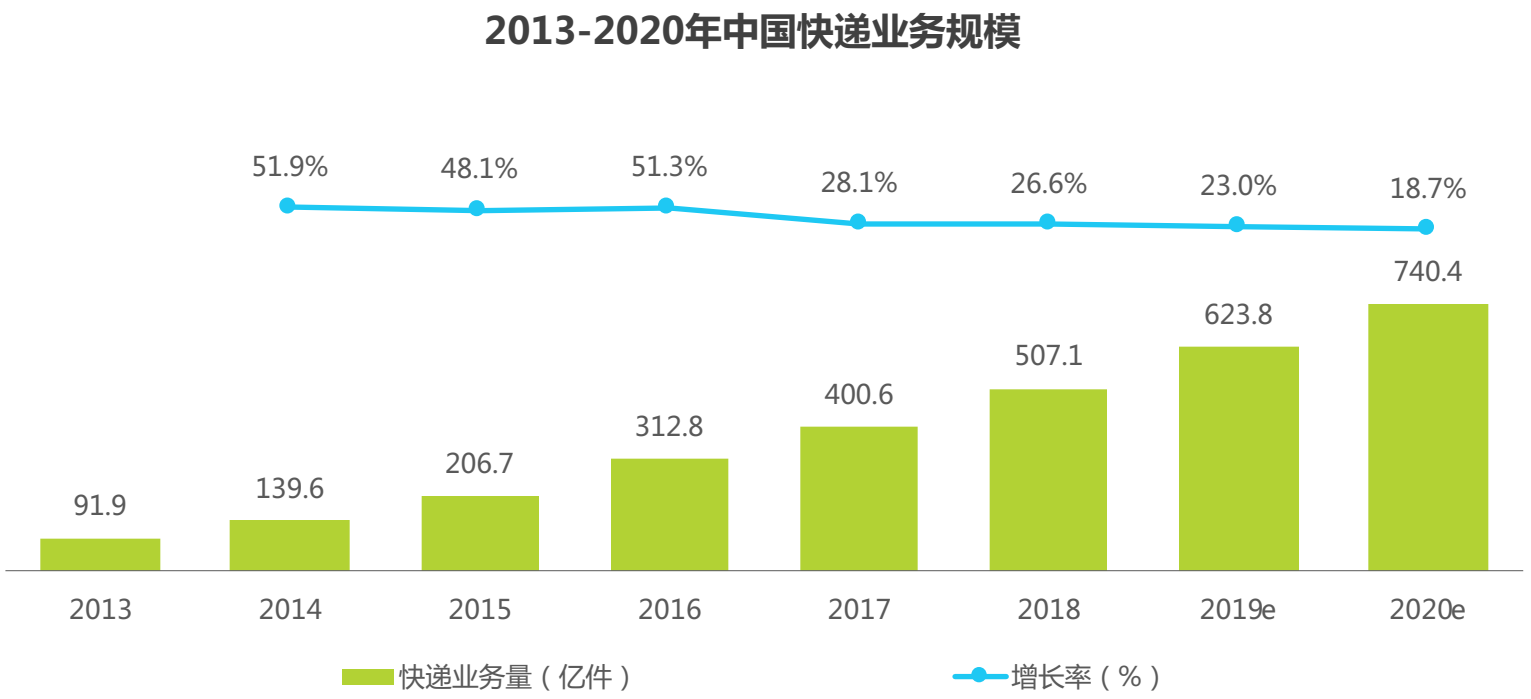
来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

快递行业现状

市场逐渐饱和，快递业务规模增速放缓

中国快递行业持续多年高速发展，总体增量可观。但另一方面，由于中国国内快递企业对于电商件的高度依赖，随着电商渗透率的逐渐提高，其增速放缓，由此也使得中国国内快递市场呈现出明显的饱和趋向。



来源：国家邮政局，根据艾瑞统计模型核算。艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

快递行业面临的挑战及未来方向

完善的网络建设是改善消费者体验的重要途径

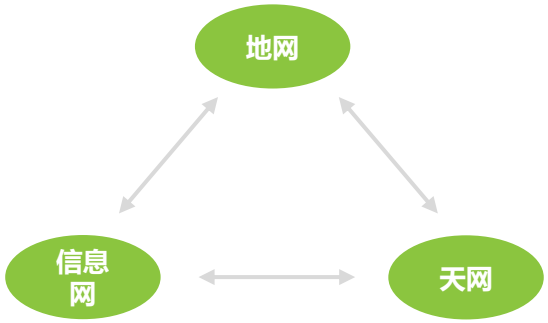
快递企业电商业务具有高频次大批量的特征，因此巨大的订单量势必会导致服务质量和产品品质的下降。但对于单个电商消费者而言，其消费以及体验到的快递服务都是单次的，快递服务的低服务水平则会影响消费者对整体电商消费体验感受的下降。因此对快递企业而言，通过网络布局的建设和自我管理水平的提高，需要最大限度地提升服务水平，提高消费者体验。

顺丰电商业务与自我定位的匹配方式分析

国内快递行业：约80%快递订单为电商件，约20%为C2C/B2B/B2C件。

挑战——对于顺丰来说，其自我定位与电商快递的价格需求和特征表现存在先天性冲突。因此，2015年顺丰调整内部架构体系，成立仓配事业群，实质是为电商类客户服务。通过产品和服务反映到用户的差异化选择，由产品设计牵引内部资源配置，实现电商类业务的发展。“三网合一”生态系统的建设为电商类业务提供了更多的资源配置选择，在保证用户体验的基础下提升承运能力。

顺丰速运：天网+地网+信息网 ——“三网合一”开放生态系统



地网（截至2018年底）
服务网点：国内业务一覆盖全国336个地级市、2775个县区级城市，近1.56万个自营网点，以及0.26万个顺心快运的加盟网点；国际业务中国际标快/国际特惠业务覆盖54个国家；国际小包业务覆盖225个国家及地区。
收派员：各种用工模式收派员约29.14万人，其中自有员工4.5万人；
中转分拨：9个枢纽级中转场，49个航空、铁路站点；143个片区中转场，330个集散点（含顺心快运）；
陆运网络：自营及外包干支线车辆合计约3.5万辆，末端收派车辆合计7.6万辆；开通干、支线合计超过9.7万条；开通高铁线路82条，普列线路127条；
仓储网络：各类仓库合计170个，面积近177万m²，业务覆盖国内100多个地级市；
终端客服网络：4个独立呼叫中心，约4500个坐席，每天提供108万人次的话务服务。
最后一公里：与3.2万个合作代办点及约600个物管公司网点合作，丰巢智能快递柜约15万个，覆盖100个城市。

天网（截至2018年底）
空运能力：航空线路2134条，2018年航班总数153.2万次，日均4196班次，覆盖43个国内主要城市（含港澳台）及金奈、新加坡、纽约等11个国际站点；航空发货量123.8万吨；全年航空运输快递件量为8亿票。

信息网（截至2018年底）
智慧网仓：构建完整的顺丰云仓信息系统体系，支持电商仓、冷运仓、医药仓、食品仓、海外集运仓、微仓等多种仓储业务形态；
终端收派智能化：2018年全网数码运单使用率99.74%。

注释：顺丰速运的相关数据统计截至2018年底。
来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

快递行业面临的挑战及未来方向

电商业务发展趋缓，快递企业需进行品牌延伸和跨界尝试

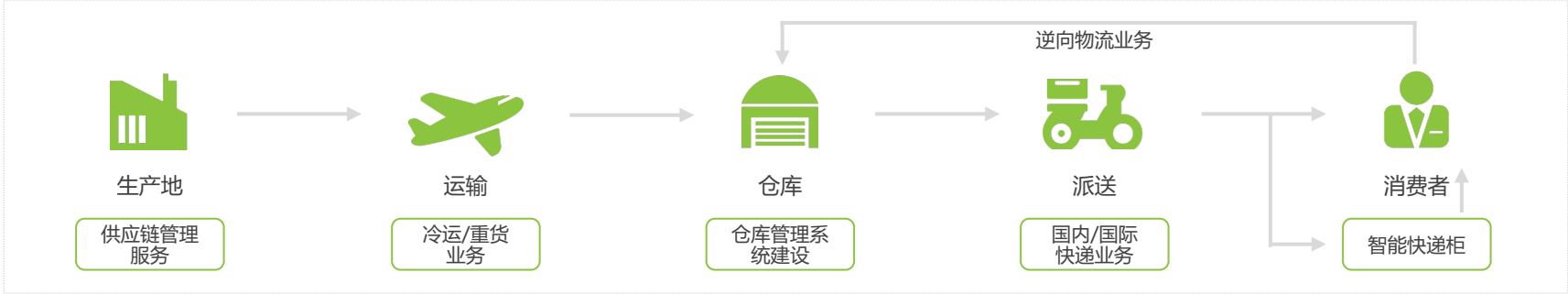
快递企业的爆发得益于电商的快速成长，且快递企业中电商快件占到平均90%左右的份额，快递企业对国内电商发展高度依赖，从另一方面来讲，快递作为电商发展重要的基础设施，这种高度依赖也是快递企业的一大优势，未来利用手中的资源，拓展电商业务也是快递企业发展的趋势之一。除电商以外，快递企业向产业链的业务扩充还包括便利店、快运、仓配物流、国际化业务等。作为快递企业，深耕物流行业，提供物流综合服务是其未来发展的重要布局。例如顺丰速运，一是拓展新业务，布局国际、同城配、冷运、重货等新兴细分市场。过去的快递企业高度依赖电商发展，配件多为国内的普通小型快件，随着电商发展增速减缓，快递企业需要寻找其他的业务增长点；二是进行基础网络建设，干线网络、航空机队、信息平台、冷链项目等建设，构筑竞争壁垒。同质化竞争一直为国内快递企业发展的痛点之一，随着快递企业成功上市，越来越多的资本进入快递市场，搭建基础网络建设，发展智慧物流，构筑竞争壁垒逐渐成为快递企业重要发展布局。

对电商业务的高度依赖——提升物流综合解决方案能力

国内快递行业：由于电商渗透率逐渐提高，增速放缓，国内快递市场明显可见饱和趋向。

挑战——国内快递企业亟需寻找新的业务增长点，包括跨境电商物流以及跨界业务的尝试。在国际快递企业多年发展的经验来看，在自己熟悉的领域做品牌延伸是主要方式。因此对于快递企业来说，从快递业务向物流供应链的其他环节延伸扩张是主要路径。
方向——基于快递业务积累，提升物流综合解决方案能力，以实现自身业务的创新和规模的增长。

以顺丰速运为例：提升物流综合解决方案能力



来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

运输服务
——快运

快运行业现状

风口正存，资金、技术、人才是企业前行核心要素

近十年时间，快运行业迅速发展，催生了大批试图抢占风口的企业。但就企业发展而言，客户企业越来越看重快运企业的网络实力，而全国化网络的建设能力、各环节衔接的设计能力、技术改造能力意味着企业需要投入大量资金进行智慧物流的建设，场地、工具、车辆等硬件设施的升级，这一系列的升级，需要大量的资金投入、技术投入和人才投入。目前中国极大部分快运企业无力承担。因此，一些全国化网络布局清晰且建设升级能力突出的企业，如德邦、百世快运等，才更有能力有余地配置企业已有资源来实现快运业务的开展。同时， 德邦、百世快运等企业的多年优质品牌也有利于快运客户资源的拓展。

快运行业定义及业务分析

快运定义：利用全国性的网络化服务体系，实现分拨式班车化运营，为客户提供从发货方到收货方的门到门的零担产品快速运输服务。

快运业务流程：收-转-运-派-签



快运企业发展核心要素：



快运行业主要客户类型



来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

快运行业面临的挑战及未来方向

生产环节驱动力改变，快运工厂类客户供应链需求愈加明显

经济发展趋势下，原来的以产定销逐渐转变为订单驱动，订单碎片化趋势明显；而电子商务的出现，也催动过去中国逐级代理进行销售的模式被彻底颠覆。目前很多中国企业纷纷利用互联网布局垂直电商，中间环节的减少，使得过去大批量布货给各级经销商的粗犷经营方式，向精细化方向转变。进而也对商品运输环节提出了更高的要求，快运则在这一过程中受益最多，而且未来中国的电子商务依然会对快运行业继续产生促进作用。而在To B端的快运业务中，客户对价格的敏感度较弱，所以更加注重快运企业的服务质量，需要一站式服务，对运输的需求会逐步向供应链管理的需求过渡。因此那些通过技术能力和精细化管理，大大提升运输效能和服务质量的企业，会获得更多的青睐。例如百世品牌下拥有快递、快运、供应链和商流四张网络，可以帮助用户在线上线下提供多维度的物流服务，这些优势会推动百世快运在快运行业的品牌优势的建立，而品牌优势是在广阔市场环境下吸引客户的最重要因素。

快运市场工厂件业务良性循环体系建设



注释：百世快运的相关数据统计截至2019年3月底。
来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

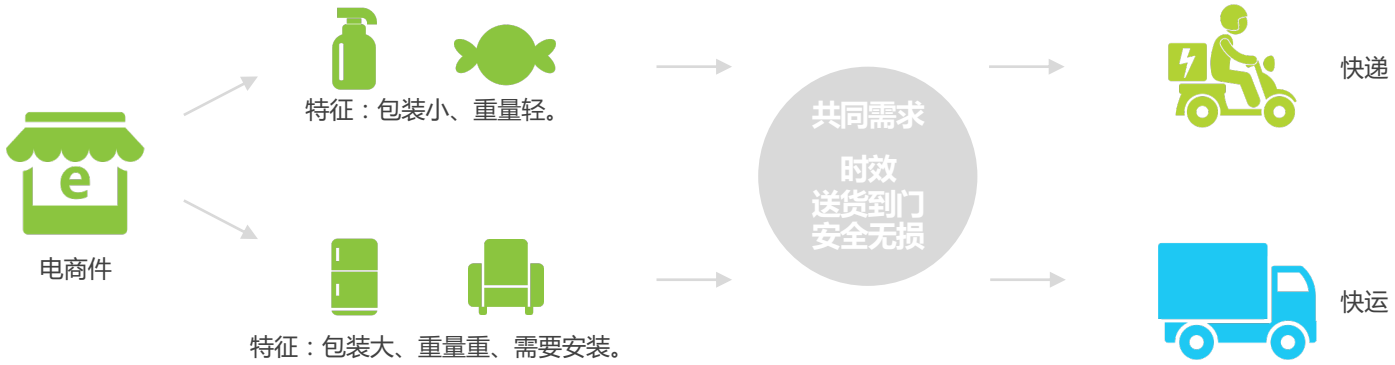
©2019.7 iResearch Inc.

快运行业面临的挑战及未来方向

快运电商大件业务需要以快递服务标准为客户提供快运服务

电商是中国旧有商业模式的跃升，无论是其对用户消费习惯的改变，还是对旧有商业业态的重塑，都极大加快了中国商业现代化的进程。因此，货品运输的精度、零散性和时效性要求都会大幅提高，专线运输的模式无法满足这些更高的需求，所以在这部分市场中，具备网络优势的快运企业有更好的发展和利润空间。因此，电商类客户的需求使得快运企业要以做快递的模式开展快运业务。以百世快运为例，基于百世快递业务及百世供应链业务网络铺展的高覆盖率，其开展快运业务拥有得天独厚的资源优势，且多年品牌知名度也有利于该类型客户的拓展。

快运市场电商大件业务服务能力建设



百世快运大件业务服务能力

时效及安全：
210多个运作中心；近15000个站点
100%省级覆盖率，99%市级覆盖率

送货到门：
自动载物爬楼机
提供专业上楼服务

安装服务：
末端家具安装服务

注释：百世快运的相关数据统计截至2019年3月底。
来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

运输服务
——即时物流

即时物流行业现状

端到端的高时效服务需求催生即时物流

即时物流行业随着外卖O2O的兴起实现了一段时间的爆发式增长，而近两年来外卖市场的增速已逐渐放缓，即时物流企业也开始寻求除餐配以外新的业务方向，例如新零售市场以及快递的末端配送市场。

即时物流服务定义及模式分析

即时物流定义：即时物流是指货物不经过仓储和中转而是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。

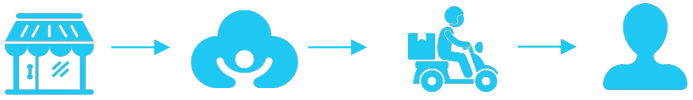
两种运力组织形式

直营/加盟模式



自营/加盟模式管控力度强，服务品质、服务时效均有保障，但运营成本高，需要高订单量维持运力规模。

众包模式



众包模式可以充分调动社会闲置运力，减少中间环节，消除信息不对称，降低交易成本，从而提高交易效率，但运营门槛高，难度大。

两种配送模式

并单配送

模式：配送员同时接多单，按系统规划顺序逐个配送。
优势：提高区域订单配送效率，运力利用最大化。
劣势：订单匹配与路线规划的系统门槛高，难度大。

专人专送

模式：用户下单后，配送员接单并直接递送到用户。
优势：保证单订单配送时效，提升用户体验。
劣势：价格较高，且配送员效率较低。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

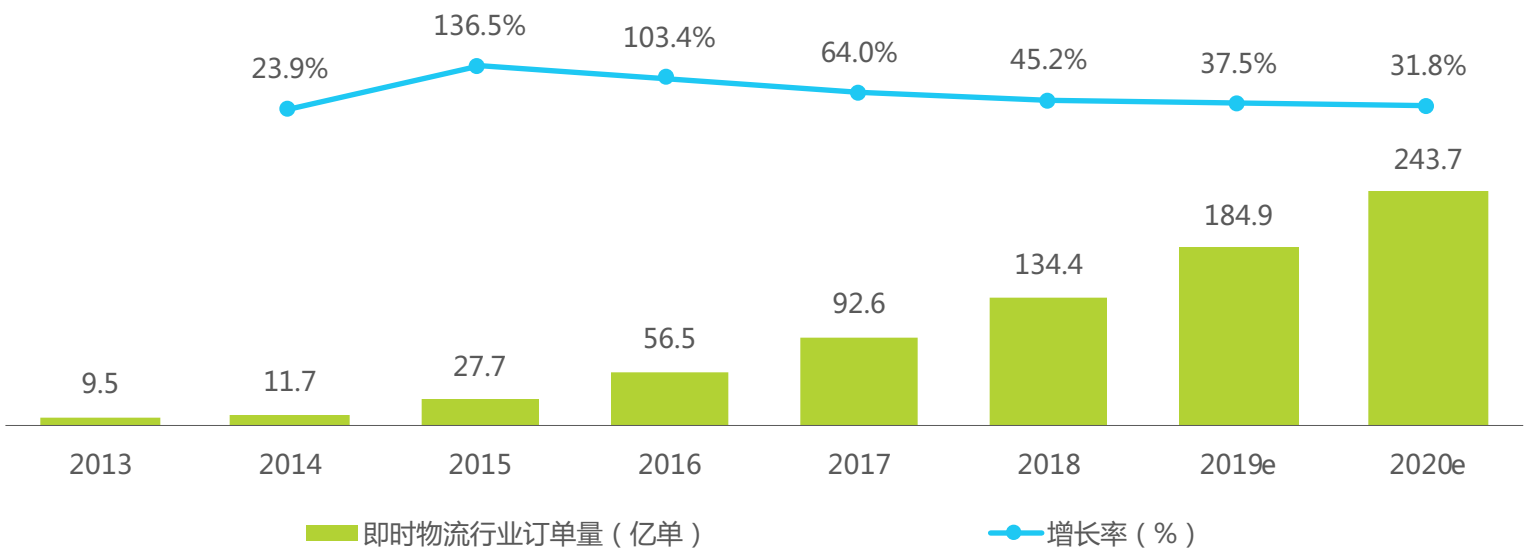
©2019.7 iResearch Inc.

即时物流行业现状

爆发期后，即时物流行业保持稳定增长

外卖O2O兴起期，即时物流行业实现了一段时间的爆发式增长。随着外卖市场的增速放缓，即时物流企业开始寻求新零售、快递最后一公里等餐配以外的新业务方向。艾瑞预计，在此类订单逐渐增长的趋势下，2020年中国即时物流行业订单量将超240亿单。

2013-2020年中国即时物流行业订单规模



注释：订单量包括平台型企业自建配送完成，以及由第三方物流公司承担的订单配送。
来源：综合上市公司财报、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

©2019.7 iResearch Inc.

即时物流行业现状

摆脱餐配订单分发权的控制，向新零售及快递末端业务发展

在新达达的订单体系中，餐配仍然是非常重要的一部分，其主要来源为在外卖平台选择自配送的这部分商家，但这并不意味着新达达有十足的信心确保这些商家始终会选用达达，因为成本和利益始终是商家考虑的首要因素，如果无法掌握配送成本和订单量之间的平衡点，则其很容易会失去这些商家的订单。因此，达达与京东到家合并之后在新零售领域的拓展，确实帮助其缓解了餐配订单分发权不受控制的压力。除此之外，达达承接部分京东快递末端配送环节也有一定的成效。

新达达模式及业务分析

主要业务范围

商超零售	电商平台	C端服务
京东到家、Walmart 沃尔玛、永辉超市 ……	京东 ……	达达 ……

模式特点

即时物流平台+生鲜商超O2O

区别于其他即时物流平台，达达-京东到家包含两大业务板块：众包物流平台及超市生鲜O2O平台。其中众包物流平台整合原有达达和京东到家的众包物流体系，并继续使用“达达”品牌，O2O平台则继续使用“京东到家”品牌。并接入京东商城，扩展订单来源同时平衡订单时间分布，使得运力高效运转

新达达竞争优势和问题分析

新达达竞争优势体现在：

1. 达达自身平台承接包括餐饮外卖商家自主配送订单、生鲜/商超的配送订单以及个人跑腿C2C类订单。
2. 京东到家平台为达达维系了各商家，并使达达获取了稳定的订单来源。
3. “618”、“双11”等京东商城爆单的日期，京东各仓均承担着巨大压力，达达承接部分仓到人的最后一公里配送业务，对京东仓来说是运力的补充，对达达来说是订单来源的补充。

其存在的主要问题点：

区域内运力相对稳定，京东商城订单的承接直接影响到京东到家及达达自有平台订单的承接能力和服务质量。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

即时物流行业面临的挑战及未来方向

上游订单分发权决定即时物流企业订单的绝对数量

从目前市场来说，即时物流的主要订单源仍是来自于餐饮外卖需求，而目前外卖O2O市场呈现着二分天下的态势，且两家均有单独运营的配送版块服务自己的餐配业务，订单分发权被两大外卖平台所掌控。但餐配的巨大订单量也很难被外卖平台自己全部消化，仍有比例可观的外卖订单由商家自配送，这些订单中的大部分则会流转到各即时配送企业手中。除此之外，与外卖平台合作，成为其官方供应商也是即时物流企业在餐配订单市场中可选择的道路之一。因此，餐配订单上游分发权的不受控也推动着即时物流企业去寻求分发权还没有被完全掌控的订单源，例如新零售领域订单、快递订单和跑腿订单等。

即时物流上游订单分发权分析

上游订单分发权能够被掌控

当上游订单分发权**可以被即时物流企业掌控**时，即时物流企业的**日均订单量稳定可控。**

对于众包模式企业来说，有足够的订单数量能够支撑现有运力网络的运行，并维持现有的运力规模不变动，即有足够大的订单量能够吸引骑手继续为此企业服务。

对于自营/加盟模式企业来说，由于骑手边际成本较低，则足够的订单量可以使企业成本可控。

因此，**运力网络足以存续**，**订单源也将保持稳定。**

上游订单分发权不能够被掌控

当上游订单分发权**不能被即时物流企业掌控**时，即时物流企业的**日均订单量持续波动。**

对于众包模式企业来说，众包骑手的趋利性会导致低订单量平台的运力流失，运力流失会导致用户体验感知越来越差，用户增长停滞甚至流失，从而使得订单量持续下降，形成恶性循环。

对于自营/加盟模式企业来说，订单量不足使得企业无法覆盖高人力成本，从而存活困难。

因此，**运力规模无法维持**，**用户体验感将降低**，**用户逐渐流失。**

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

运输服务
——整车平台

整车平台行业现状

整车平台的出现推动社会物流成本的下降和效率的提升

物流行业中存在大量规模较小、资金不足的小微企业，其没有能力投入大量人力物力建设大数据物流平台，获取大数据时代的技术优势所带来的帮助，也无力扩宽销售渠道和物流渠道。整车平台的出现使得这些企业得到更易获取的物流服务，而服务能力的提高也推动了订单量的增长。整车平台通过整合全国货车司机的信息资源，包括车辆的载货量、当前位置及线路、目的地等信息，为物流服务的需求方提供多种运输选择方案，以满足货主多样化和个性化需求，使货主能及时、便捷、低价地完成货物运输，同时降低货车空载率，提高物流公司收益。

整车平台定义及历程

整车平台定义：在自有平台上将无车货主和无货车主连接，消除传统物流时代由于信息不对称而产生的空驶问题，从而提高整车运输行业的效率，降低社会物流成本，提高行业环保能力。

整车平台发展历程

无互联网时代



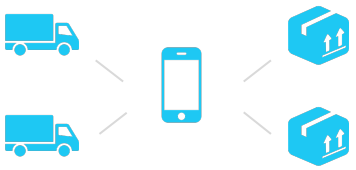
中国整车市场信息化程度极低，物流园区中以信息部/黄牛的方式，在货主和司机之间搭建人为的信息匹配平台，实现车和货的链接。

PC互联网时代



2000年以后，互联网上出现物流信息平台，不定期发布货源和车源，将线下物流园区的信息部搬到线上，实现部分信息流通。

移动互联网时代



2014年，随着移动互联网的迅速发展，出现一大批基于移动互联网技术的整车平台，一类是信息撮合平台，一类是交易平台。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

整车平台行业现状

企业生存模式各不相同，仍在寻求适合自身和市场的方向

目前中国整车平台行业存在两种类型企业，一类是以城际整车业务为主，另一类是以市内城配业务为主。在城际整车类型企业中，又分为以满帮集团为代表的撮合型平台，以信息撮合、信息匹配为主要业务方向；以及以福佑卡车为代表的经纪人型平台，以代理模式为货主提供服务。在市内城配类型企业中，分为以货拉拉为代表的众包型平台，通过众包方式整合社会闲散运力为用户提供市内短途物流服务；以及以云鸟为代表的物流外包型平台，承接B端物流服务需求，将需求分散外包给司机。

整车平台类型及具体分析

城际整车类平台

1. 满帮模式（撮合）

只为平台双方提供车和货的信息，实现了信息流的打通。
承运责任：实际承运司机承担。
资金交易：货主与司机线下交易。



2. 福佑卡车模式（经纪人）

为信息部提供货源，将信息部报价反馈给货主。
承运责任：平台承担。
资金交易：货主付款给平台，平台付款给信息部/司机。



市内城配类平台

1. 货拉拉模式（众包）

主要业务类型：C端搬家业务、小B端专业市场货运业务等。
承运责任：实际承运司机承担。
资金交易：货主线上付款给平台，平台付款给司机。



2. 云鸟模式（物流外包）

主要业务类型：小B端业务、大B端仓库门店配货/快递集散中心城配业务等。
承运责任：平台承担。
资金交易：司机运费月结算。



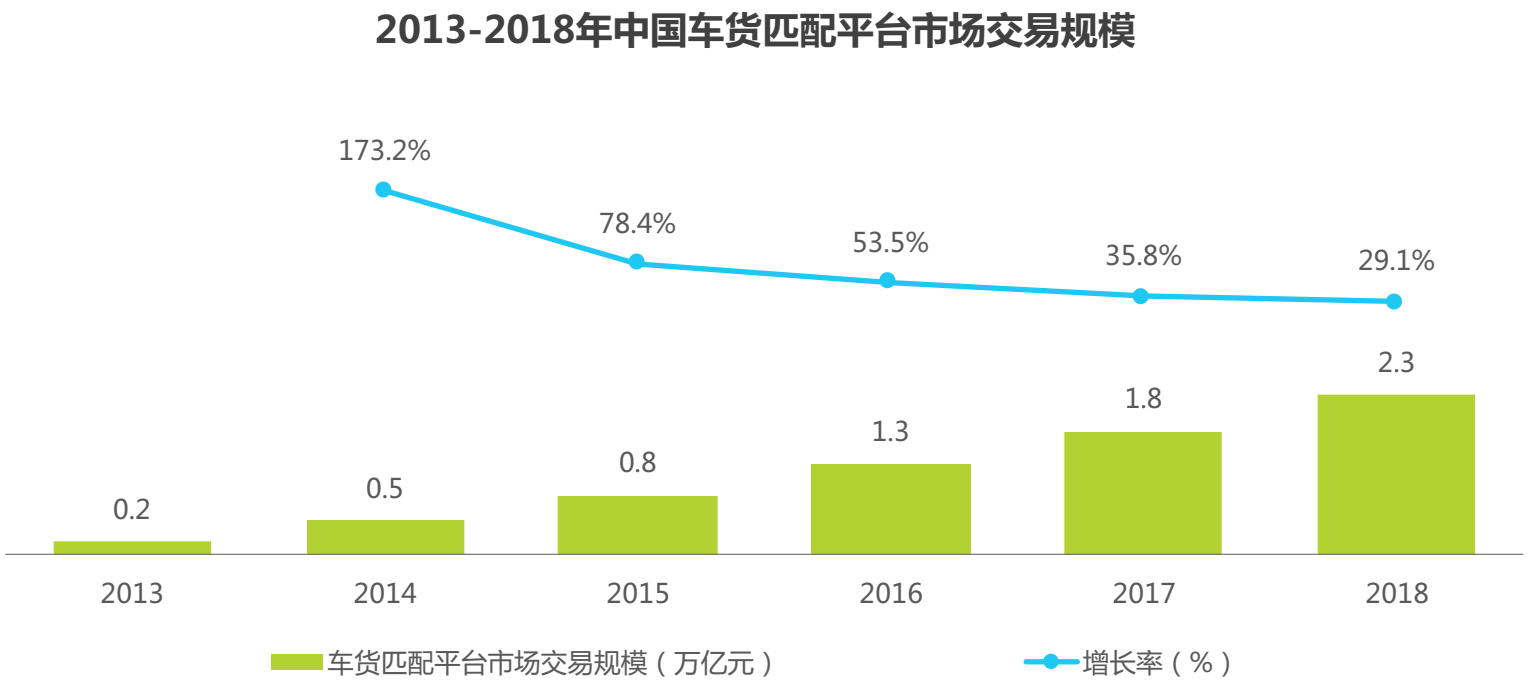
来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

整车平台行业现状

中短途车货匹配市场崛起

“车货匹配平台”赛道在2014年爆发，随着长途整车的车货匹配市场集中度的提升，头部企业逐渐形成，因此行业发展逐渐稳定。而在另一方面，中短途车货匹配市场在近两年逐渐火热，为整体车货匹配平台的市场增长作出贡献。



来源：综合上市公司财报、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

©2019.7 iResearch Inc.

整车平台行业面临的挑战及未来方向

以满帮集团为例，平台企业亟需提升自身在交易环节的价值

满帮集团目前积累了行业内最多的司机用户，理论上车辆资源的聚集会吸引大量货主资源，但实际上，货主的实际需求是物流服务而不是车辆资源。满帮通过自身平台能够为货主提供车辆的选择，但无法为货主提供按要求送达的服务，也无法为货主负担承运责任。因此，以满帮集团为例的平台企业需要为两端用户提供其所需要的实际服务，满足实际需求，提升自身价值，以确保自己的不可替代性。

整车平台典型企业现状及未来方向具体分析

满帮集团模式分析

价值：

a. 提升车货匹配效率，降低空驶率；

b. 撬动物流园区的市场，物流园区内信息部的流失会导致地产售卖/租用比例下降，无货车辆停放现象减少，从而致使物流园区内消费能力下降。

问题：

a. “满运宝”上线后，依旧不能实现自身价值的提升，占大比例的线下交易行为使得满帮集团的信息流难以转化为资金流，自身价值停留在信息撮合的级别；

b. 平台缺少不可替代性服务能力，平台双方存在不确定性，货主只能从平台获取车辆，但无法获取服务，因此无法保证货主/客源的稳定。

未来方向：

a. 积累货主/客源——加大线上平台交易能力——信息的有效转化。



来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

运输服务
——整车运输服务

整车运输行业现状及面临的挑战

市场极为分散，监管亟需提升车辆标准化及信息化水平

整车运输行业现状及挑战

整车运输： 以整车作为物流服务标的物，按照客户订单对交货期、交货地点、品质保证等要求为客户提供公路运输服务。

整车运输现代车队运营方式：以狮桥为典型企业



挑战一：车辆标准化

一方面，在车辆源头制造环节实施监督和把控，以帮助建立车辆流入市场前的标准化制度，从而助力解决整车运输市场的车辆标准化问题。

另一方面，整车运输行业内，以个体经营类司机为代表的运输车辆和运输服务超重超限现象严重，由此导致公路运输安全事故频发，政府监管难度和环保治理压力极大。921治超新政颁布及实施后，整车运输乱象得到部分整治，但由于行业体量极大，且涉及利益环节较多，目前已出现整车司机罢工现象，地方政府压力较大。因此，彻底整治超重超限现象还需要多年时间的缓冲，车辆标准化未来也有极长道路要走。

挑战二：车辆信息化

一方面，中国整车运输市场车辆多以挂靠形式运作，在法律层面该类车辆属于挂靠公司，而实际中根据司机与公司的约定，车辆属于司机个人，司机从挂靠公司获取运输业务运营资质。这即意味着公司并没有对车辆的控制权，也无法要求分布广泛的司机群体去实现车辆信息的透明。

但在另一方面，通过国家政策监管的方式，要求车辆出厂必须安装北斗卫星装置的这一举措，大大提高了新流入市场的车辆的信息化水平，未来随着对旧有车辆的逐渐更替，车辆信息化问题将逐渐被解决。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

整车运输行业未来方向

车队模式重回市场，整合资源合理调配是整车运输行业的主要发展方向及重要前行方式

整车运输行业车队模式未来方向

差异化市场细分：

扩大车队与个体车辆的产品及服务差异 —— 推动客户进行差异化市场选择
实现“高频次高服务质量的客户需求由车队满足，低频次低服务质量的客户需求由个体车辆满足”

车队成本控制：

提升车辆平均月行驶里程 —— 提升效率 —— 降低驾驶成本/每公里车辆资产折旧低

车队网络建设：

提升大规模集采能力 —— 建立整车运输企业网络（道路救援等）

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

运输服务
——专线运输

专线运输行业现状

小规模企业及个体经营者众多，市场极为分散

专线运输经过多年的发展已进入成熟阶段，运作模式、成本结构等要素都极为清晰，接下来，极为分散的专线运输市场需要在干线运输环节做精做专，发挥自身拥有的优势，为客户提供优质服务；而不是继续无序竞争，导致整体行业发展的滞后以及企业生存难度的提升。

专线运输服务定义及案例企业

专线运输定义：通过整车的方式将零担货源整合运输，为各货主提供从A端到B端的直接运输服务。货源端为大票/小票零担货源，运输端为自有/租用整车运输。

行业毛利率水平：税后约3.5%。

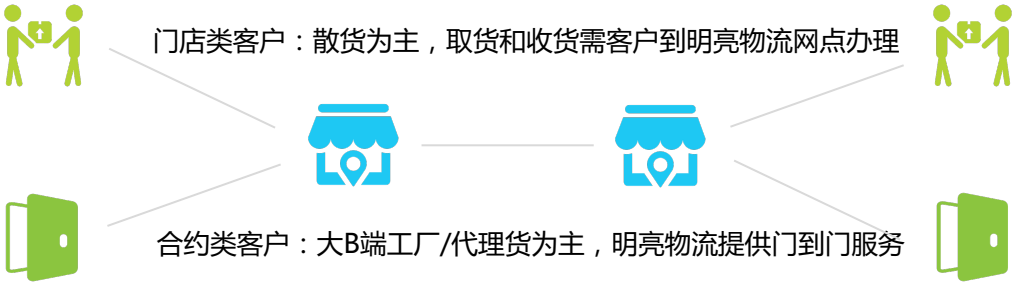
特征：

无分拨/中转/集散中心
仅为网点——网点的专线运输服务

货满即发车
非固定时间班次

专线物流企业：明亮物流

专线运输线路：24条；
专线网点数量：约100个；
覆盖区域：华东、华北、华南及部分华中；
客户类型：门店类客户为主，合约类客户为辅；
2017年营收约1.5亿元；
营收增长主要来源于合约类客户。



注释：明亮物流的相关数据统计截至2018年7月底。
来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

专线运输行业面临的挑战及未来方向

无序竞争的乱象及需求缩减的现状推动专线联盟模式建立

专线运输行业进入门槛极低，购买车辆寻找关系链条即可开始提供运输服务，但随着国家环保治理力度的加强，以小货散货为主要货物类型的专线企业开始面临货源紧张市场竞争激烈的挑战。目前来看，专线企业已经开始抱团取暖，寻求同行的帮助以并肩前行，通过共享资源、共享客户的方式来实现资源的有效配置以及服务能力的提升，推动专线客户从价格导向逐渐转变为服务导向。

专线运输市场挑战及未来机遇

市场挑战

货源日渐紧张

随着客户对于个性化服务的要求日渐提升，专线企业难以满足包括仓储服务、末端配送服务以及信息系统服务在内的这类需求，从而导致客源的明显流失。

优胜劣汰现象显著

a. 专线运输行业整体进入门槛较低，多数企业管理层及从业人员文化水平不高，新事物和新理念的接受能力较弱。

b. 政府政策压力下，公路运输乱象得以整治，包括车辆国标的实施、921公路运输新政对超限车辆的管理等。

c. 油价的上涨使得部分小型专线企业或专线个体经营者成本大幅增长，生存面临危机。

未来机遇

1.专业化发展

a. 明确企业未来定位（货运代理/整车车队）

b. 提供精细化服务（为某类型客户提供高质量服务，使客户从价格导向型转变为服务质量导向型）

2.平台化发展

a. 多家专线企业整合，成立专线联盟平台

b. 提升客户资源储备，加强平台系统建设

专线联盟定义：

专线联盟是指各独立专线物流企业通过联盟的方式，共享网点、客户等资源和信息，以实现行业有效整合及资源合理调配。

专线联盟组建难点：

1. 各专线物流企业相互并不熟识，联盟需要长时间的磨合；
2. 联盟即公司化，各企业之间需要合理分配权责并划分专攻领域；
3. 联盟需要各物流企业能力在同一水平，以保证各企业投入产出平衡。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

运输服务
——铁路运输

铁路运输行业现状

铁路混改，中国铁路总公司开始与市场接轨

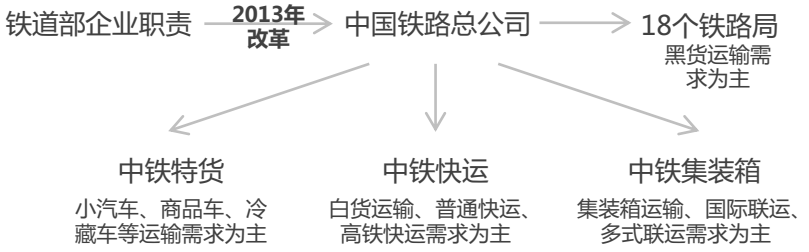
2013年，铁道部改为中国铁路总公司，与市场接轨，在原有铁路局以外，将下属中铁快运、中铁特货以及中铁集装箱作为铁路混改的独立主体为市场提供现代化物流服务，较整个铁路总公司来说市场化进程更快。其中中铁快运是定位于白货的物流供应链解决方案提供方，相对于其他两家铁路综合物流提供商，产品线更为丰富，多式联运和普通快运共同发展，适应客户需求的能力更强。但对于铁路总公司来说，市场化表现仍旧不好，与中外运、招商局等同样经营多年的国企相比，市场化能力相差较大。

铁路运输行业主要运营者——中国铁路总公司

铁路运输——定义：

铁路运输是指接受货主的委托，利用国家铁路资源，为货主提供从甲地到乙地、从装到卸的运输服务以及相应的增值服务。

业务分工及铁路资源



物流中心

一级物流中心33个，分布在省会城市，占地面积2000亩以上；
二级物流中心175个，分布在二三线城市，覆盖主要地级市，主要是原有站场重新统一规划，新建至城区周边，占地面积400-2000亩；
三级物流中心约300个，各铁路局自有规划建立。

铁路运输承运列车类型

普通列车、高速列车

中铁快运

运营模式

站到站——大宗客户从某港口进口矿石，铁总为其提供从港口铁路站点到客户运输专用铁路线上的站点之间的运输服务；
门到站/门到门/站到门——发货仓库至站点的公路运输——铁路运输——站点至收货仓库的公路运输，从2015年开始，实货制改革下为客户提供“门到门”类的服务；
模式——根据客户的需求，优先按照铁路运输的模式，为客户提供整体解决方案；
如果铁路资源无法满足客户需求，则整合社会公路运输资源，以及其他航空、水路运输等其他资源，优先以集装箱运输，为客户提供整体解决方案。

优势

对运力资源的调配方面，铁总会对中铁快运给予支持和帮助。
在货物的全程追踪、通过、站场卸车、交付等，中铁快运均有一定的优先权。

难点

资金——白货多为三四个月的账期，但铁路运输需要现金结算（预付款方式），因此对于客户来说选用铁路运输压力较大。

未来发展基础

客户资源的增长/人才的陆续补充/硬件资产的建设和更新

注释：1.铁路运输中，发运的货物以货物的自然属性、生产特征为主要分类标志，个别按用途归类，同时考虑货物的国民经济意义、运量大小、运送条件和运价的要求。铁路货物运输品类共分为26类，其中1 - 14类称之为“黑货”，除“黑货”以外的各类货物，包括集装箱运输的货物统称为“白货”。黑货包括：煤、石油、焦炭、金属矿石、钢铁及有色金属、非金属矿石、磷矿石、矿物性建筑材料、水泥、木材、粮食、棉花、化肥及农药、盐；白货包括：化工品、金属制品、工业机械、电子、电气机械、农业机具、鲜活货物、农副产品、饮食品及烟草制品、纺织品、皮革、毛皮及其制品、纸及文教用品、医药品及其他货物。
2.中国铁路总公司的相关数据统计截至2018年7月底。
来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

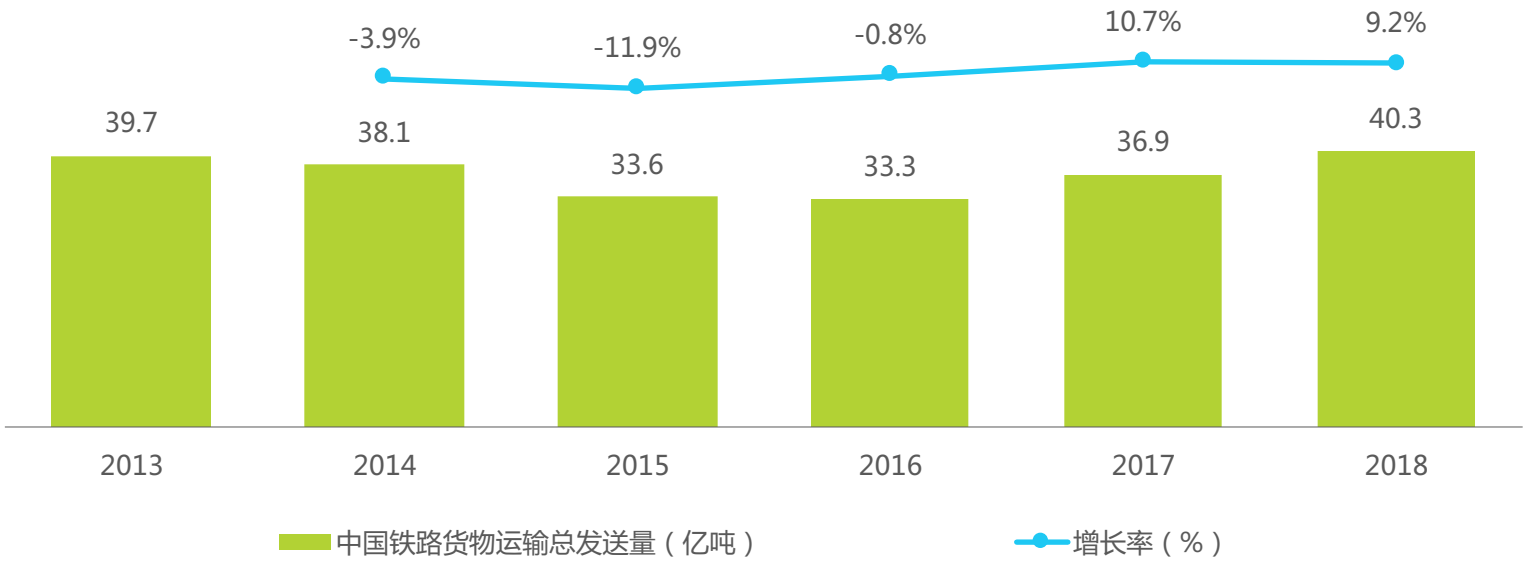
©2019.7 iResearch Inc.

铁路运输行业现状

公路大宗商品运输逐渐转移，铁路货运量增长明显

得益于“921治超新政”，公路大宗商品运输量逐渐转移到铁路和水路运输市场中，2017年及2018年铁路承运货物量呈现出明显增长。

2013-2018年中国铁路货物运输总发送量



来源：国家铁路局，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

铁路运输行业面临的挑战

行业年轻人才储备不足，软硬件设施皆亟需更迭

随着国家经济、文化等多方面的迅速发展，铁路运输行业在软硬件方面并没有进行实质性的改革和创新，人员老化问题严重，有思想有能力的年轻人才储备明显不足，新型管理理念和管理方式难以贯彻施行，由此造成铁路运输行业的整体滞后。

铁路运输市场现状及缺陷分析

硬件缺陷：

1. 铁路运输载体主动更新能力落后



敞车　篷车　平板车　集装箱　冷藏车

a. 铁路运输车辆类型繁多，包括敞车、篷车、平板车、集装箱、冷藏车等，但其满足市场需求的更新能力较弱， 无法满足客户的定制化需求，在车型、数量等方面都与社会需求存在一些差距，没有公路运输灵活。

b. 铁路运输载体改造的技术能力上虽有进步，如在集装箱上安装卫星定位系统等，但这些改变多为客户方发起，不是铁路作为市场主体去适应市场主动进行改革，而是被动的去接受载体的新增和更新，总体来看铁路运输载体技术能力较为落后。

2. 已有铁路站场难以满足社会物流需求

a. 原始的铁路货运站点较多设置在现在的市中心， 城市发展以后，产业结构调整，物流格局发生变化， 且在交通限行等因素的影响下，物流运输难度加大，处在城市中心的货运站点无法满足部分物流需求。

b. 在意识到问题后，新建的铁路货运站多称为铁路物流中心，靠近地方物流园区、高速公路、码头等，但全部更新完成还需要较长建设期。

软件缺陷：

1. 综合物流服务能力欠缺



仓储　铁路运输　多式联运　信息系统　门到门服务

a. 供给侧改革下，中铁快运作为物流企业，应为客户提供一套完整的物流解决方案，但对于目前的铁路来说，虽然有巨大的铁路资源可利用，但整体运营体系还无法适应现状，无法为客户提供合适的方案。

b. 目前中铁快运还是一个传统的站到站的运输企业，在整体社会物流的发展趋势下来看较为滞后且有些脱节；在客户需求的满足上，铁路运输两端延伸的公路、短驳、仓储、信息系统及其他增值服务均较难提供合适的解决方案。

2. 员工老龄化，管理理念和管理方法较难改革

a. 铁路货物运输服务历时已久，管理层和基层员工均存在老龄化的问题，且在长期以国企方式管理下，新型管理理念较难培育和灌输。因此，新技术和新硬件方面的改革和创新均面临审批上的难度和普及上的阻力。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

铁路运输行业未来方向

政策面引导需求和供给，大宗商品仍是未来主要运输对象

“921治超新政”颁布后，公路大宗商品运输量减少，货运需求转移到铁路和水路运输市场中，其中以铁路运输为主，水路运输为辅。铁路总公司对外仍保持 “黑货+白货”并行发展的宣传口径，但就实际而言，铁路货运运力较为稳定，而设施建设需要极长时间，因此对于白货运输需求来说，在全力承接国家要求的黑货运输后，铁路没有足够运力承接白货运输需求。同时铁路短期内也难以达到白货在运输上对于物流的高标准（签收、交付、时效、装卸、服务质量、货品损耗等）。

国家对于铁路运输的政策倾斜及定位

国家治超工作相关政策

《超限运输车辆行驶公路管理规定》
——交通运输部令2016年第62号（2016年08月30日）

《国务院办公厅关于进一步推进物流降本增效促进实体经济发展的意见》
——国办发〔2017〕73号（2017年08月17日）

《关于治理车辆超限超载联合执法常态化制度化工作的实施意见（试行）》
——交公路发〔2017〕173号（2017年11月24日）

- 在公路煤矿运输市场中，运输车辆盈利的主要方式即超限超载；国家以治超的方式迫使这些公路运输车辆无法生存，货源即流向铁路（在不超载情况下，铁路运输成本约是公路运输成本的1/3）。
- 近些年，铁总的方向是走向市场，做供应链等综合物流体系，打造成为综合物流方案提供商，甩开市场中对于铁总纯粹是运输企业的印象。但目前来看，国家对于铁路的定位，是适当接入白货、小轿车等市场货物运输需求之外，总体仍是以大宗商品运输为主。

铁总对于国家政策的应对方案

《2018-2020年货运增量行动方案》——中国铁路总公司

提升运输能力：
以扩充煤炭外运通道能力为着力点，深入挖掘运输潜力，为铁路货运增量行动提供可靠的运力保障。

降低物流成本：
主动配合支持地方政府、港口及厂矿企业，大力推进铁路专用线建设，消除物流中间环节，实现各种交通运输方式无缝衔接。

优化产品供给：
1.大力发展煤炭中长线运输和大宗货物协议制运输，大幅增加大宗直达和多式联运直达列车运行线，2018年已确定或达成意向的互保协议运量超过20亿吨，约占全年铁路货运量50%，较前一年增长30%；
2.与港口、航运、物流企业及国家物流信息平台等部门单位加强协作，实现多式联运信息资源的交换共享，提升货运信息化服务水平；
3.按照“外集内配、绿色联运”思路，利用既有铁路货场（物流基地）和专用线的仓储能力，开行衔接大城市周边及市内的“点到点”定制化货物列车。

注释：“921治超新政”指交通运输部令2016年第62号（2016年08月30日）《超限运输车辆行驶公路管理规定》。
来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

运输服务
——江河运输

江河运输行业现状

中国水系分布广泛，政府监管不强，整体行业较为分散

中国地域宽广，河流湖泊众多，自古以来航运就是连接内陆腹地和沿海地区的重要纽带。航运以投资少、运量大、成本低的特征，在大宗货物运输上有得天独厚的优势。目前中国江河运输行业呈现极为分散的态势，政府监管不强，个人船主极多，长航集团是目前行业内领先的企业集团。

江河运输定义及行业典型企业

江河运输——定义：

江河运输是指接受货主的委托，通过国内江河湖川并灵活结合公路、铁路资源，为货主提供从甲地到乙地、从装到卸的运输服务。

江河运输——特征：

优势点：运量大 运费低 → 大宗商品选用较多

劣势点：时效性低 受自然条件影响大 → 生活消费品选用较少

核心企业：长航集团

历史沿革：作为老牌国资企业，国家在长航业务的梳理和划拨上有着至关重要的作用。为避免无序竞争、重复投资而造成人力物力的浪费，国家主导完成了中外运与长航集团的重组，继而完成招商局与中外运长航的重组。

- 1872年，轮船招商局（长航集团前身成立）
- 1950年，长江区航运局成立
- 1984年，管理体制改革 交通部长江轮船总公司成立
- 1993年，组建中国长江航运集团
- 2009年，中外运与长航集团重组 成立中国外运长航集团有限公司
- 2015年，战略重组后 中外运长航整体并入招商局

长航集团——中国内河最大的骨干航运企业集团

江船：约100条；海轮：约50条
合资控股资产：码头、运输公司等
年货运量：约1亿吨

运输业务占集团营收比重：七成左右。
运输业务运营模式：以自有船舶运力为基础，辅以社会船舶运力，为客户提供基于水运的多式联运解决方案。

主要货物类型



- 滚装运输：对船体及能力要求严格 承运资质下发较少
- 液化运输：对船体及能力要求严格 承运资质下发较少
- 干散货运输：现有货运量占比最高
- 集装箱运输：未来增长潜力较大 便于实现多式联运

注释：长航集团的相关数据统计截至2018年7月底。
来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

江河运输行业现状

煤炭等大宗商品市场回温，运输货源增加，利润上升

随着国家对于环保监管力度的持续加强，煤炭、矿石等大宗原材料商品通过公路重卡运输的渠道处在严厉监管下。由于公路运输成本透明，历来重卡司机是通过超载、超限的方式获取利润，而近两年在治超专项行动上对于超载超限现象的严格治理，使得重卡司机/企业亏本运营，生存受到挑战；另一方面各主要煤矿生产企业均承担着环保指标，因此企业主们不得不采用水路或铁路的方式运输煤矿等大宗商品。江河运输市场经过一段时间的疲软发展后，开始回温。

江河运输主要货物类型市场现状

以煤炭市场为例：

煤炭资源整合力度加强（供给侧）

1. 煤炭行业整体呈现国进民退的态势，国家层面提升对于煤炭定价权的掌控力度，并持续推动煤炭资源的整合。

2. 随着释放先进产能、减量置换等措施的推进，优质产能加速释放，原煤生产出现恢复性增长。

煤炭资源需求持续上涨（需求侧）

1. 受宏观经济稳中向好发展、水电出力偏弱等因素影响，全国煤炭需求回暖。

2. 中国多煤少油的现状使得原油进口极为重要，但从国家安全角度来看易被掣肘，因此需要提升发电能力、减少原油依赖，而火电仍是目前最主要的发电手段，煤炭需求仍处高位。

江河运输市场优势前景

刚性成本：

油价上升　人力成本上升

运费基准由运输成本托底
不会出现离谱低价而导致运力吃紧的情况

市场环境：

运力增长　货源增长

煤炭等大宗商品市场火热，保持高位价格
货主对于运输成本的敏感度下降

市场整体生存环境好转

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

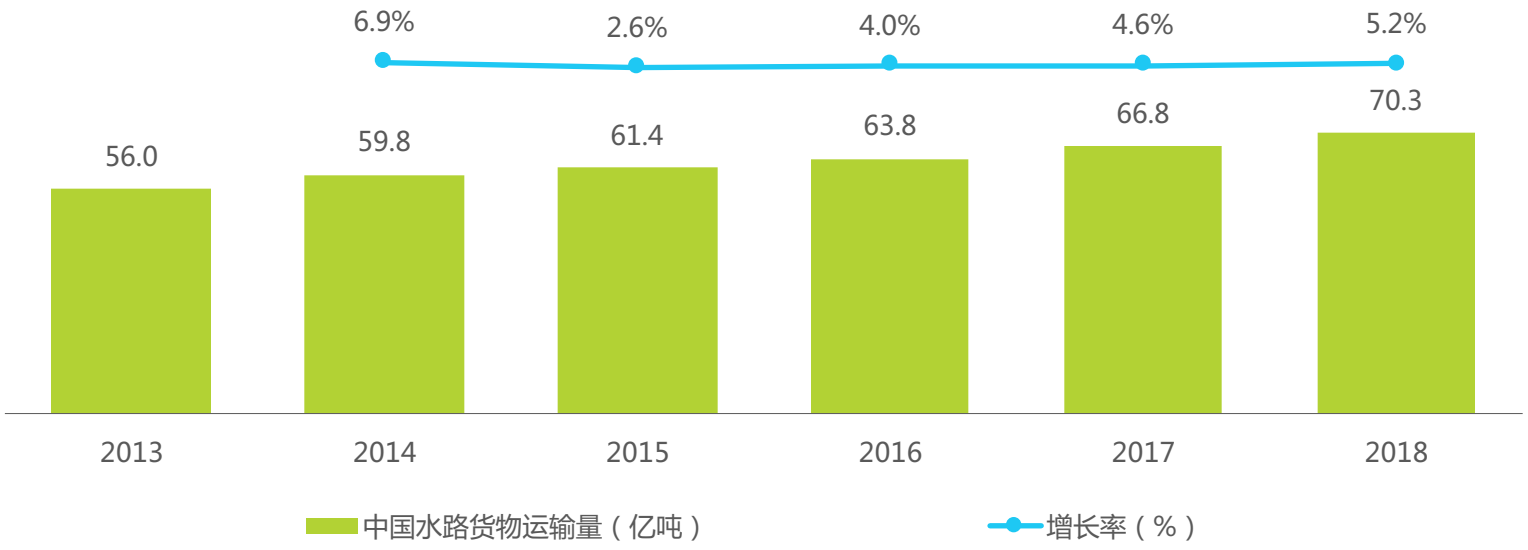
©2019.7 iResearch Inc.

江河运输行业现状

需求端随政策变化而逐渐增加，大宗商品水运市场增长空间巨大

由于环保方面的压力较大，大宗商品公路运输量将逐渐转移至船舶运输和铁路运输，但作为定线运输方式的铁路运输，其路线规划受限，运力承载也有限，因此船舶运输未来增长空间巨大。

2013-2018年中国水路货物运输量



来源：交通运输部，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

江河运输行业面临的挑战及未来方向

伴随监管力度的加强，行业将由混乱向整合方向前行

目前中国江河运输行业存在市场混乱、进入门槛低及政策和监管不到位等多种问题，由此导致行业的健康前行遇到挑战。在众多问题中，最为主要的则是政府监管及政策制定。一方面是各部门监管权限划分不清楚，另一方面则是水域宽广所带来的航运本身难以监管、船只无法管控的问题。但随着国家对航运市场加大人力、物力监管的投入力度，市场将会在动荡后重获新生，且市场需求类型和市场需求量的持续增长也代表着行业前景的光明。

江河运输行业挑战及未来方向

市场现状混乱	行业进入门槛低	政府监管及政策制定不全面
江河运输市场竞争混乱，目前仍处于粗放阶段，运费定价底线不清晰，恶性竞争普遍； 长江可进行航运的范围较广，且航行过程中，AIS船舶自动识别系统可以人为关闭，监管难度极大。	干散货运输船只可以由个体经营，而不需要成立公司，相关的执法安全检查也较为薄弱； 个体船只谈判能力弱，客户资源少，需要长航等大型企业租用其运力，为其提供大宗货物的运输订单。	港航局、海事、长江公安局等多部门均可以对长江航运市场进行管理，但由于管理部门较多，各部门之间权责划分不清晰； 运费定价标准、航线运力规划等均亟需政策规范及管理。

未来方向、增长潜力点、发展机遇

市场需求面

滚装运输（汽车等消费品）船舶运输增量明显；
液化运输（油气类）将会从船舶运输逐渐转至管道运输；
干散货运输（大宗商品）仍为船舶运输主要货物类型。

政策面

国家在环保方面施压较大，大宗商品运输市场中，公路运输将会大幅减量，而航空运输限制较多且成本高昂，因此船舶运输和铁路运输将会有明显的增量。但铁路运输为定线运输，路线及运力有限，因此船舶运输未来增长空间巨大。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

仓储服务

仓储服务行业现状

库内服务仍旧是仓储企业服务重点

仓储服务定义及典型企业概况

仓储服务定义：仓储服务是指仓储企业为客户提供包括收货、清点、入库、装卸、保管、定期盘点、整理、发货出库等多种库内服务。

中储运概况

集团概况：
控股集团：诚通集团（国资委监管）
仓储总面积：1300万平方米
库房：510个，200万平方米
货场：130个，450万平方米
年吞吐量：6000万吨
铁路专用线：75条
车辆：3000部
员工：8000人

业务体系：
业务类型：期现货交割物流、综合物流、物流地产、工程物流、金融物流等。
以大宗商品仓储服务为主， 消费品物流、工程物流、金融物流等服务为辅。

主要大客户：
主要大宗商品生产资料类——鞍钢、宝钢、首钢等；
大型贸易商——厦门国贸等；
快消品——格力、海信、海尔；
商超类——家乐福、沃尔玛等；

消费品仓储服务流程



注释：中储运的相关数据统计截至2018年7月底。
来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

仓储服务行业面临的挑战及未来方向

专业仓库紧缺，大众商品仓库过剩，行业改革势在必行

目前国内仓储服务行业发展严重滞后，由于整体行业缺乏系统的规划安排，无法实现仓储服务行业与其他行业协同发展的需求。另外，整体仓储行业人员素质较低，人员配备老化，现代仓储管理技术与理论无法应用到行业当中，影响了整体管理能力。未来随着企业加大在软硬件设备及人才的投入，并在电商和“互联网+”的推动下，仓储服务行业将逐步实现信息化、网络化能力的整体提升，实现行业的改革与进步。

仓储服务行业不同类型客户需求分析

中小客户关注点：成本/服务/偿付能力

电商类中小客户
客户类型：日化/食品/服装/电子产品等；
服务需求：零散化、碎片化入出库服务；
服务能力：为客户节省20-30%的物流相关成本，提升配送质量和时效；
服务方式：整合中小客户资源，多家客户共用一个仓库、一套系统、一套人员，实现规模化下的成本节省和效率提升。

商超类中小客户
客户类型：大型商超/便利店的货品供应商；
服务需求：商超日常补货需求，运量较小，一般不足一车；
服务能力：减少运力资源浪费，减少排队时间，提升物流效率；
服务方式：整合各家商超的多个供应商资源，集中送货。

大客户关注点：信息化/标准化能力

关注点：信息化、标准化、扩展性、实力、战略合作能力。
信息化具体指标：
a. 完善的WMS系统（包括入库、库内盘点、包装、出库等）；
b. 足够的自动化分拣能力；
c. 与上游客户及下游快递公司/收货方的系统对接能力和通用性。
标准化具体指标：
仓库建设层面对于电商、快消等标准件的适应（库高、库内设计、立体货架、前后距离、库门设置、消防等）。
扩展性：后续需求的满足能力；
实力：灾害、人为事故等处理能力和偿付能力；
战略合作能力：长期合作能力、全国性服务能力。

仓储服务行业面临的挑战及未来方向

行业挑战



行业变化



未来方向

改革要点：
1. 提供专业化服务：硬件投入/软件投入/人才投入
硬件投入：精密分拣设备、立体货架的采购；
软件投入：信息系统建设、无人分拣等技术的引入和应用；
人才投入：专业化人才的招募和培养。
2. 提供整合型服务：提供整体供应链服务（包括商贸、金融、物流等一体化服务）
改革的优势：
服务一体化程度高，利润和客源增长快；可替代性弱，客户稳定性高。
改革面临的问题：
全国各区域协调性差；员工老龄化严重，思想保守，管理理念传统；
现有仓库多位于城市中心，改造资金需求高、实施难度大。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

中国物流服务行业概览 1

中国国内一般物流服务市场研究 2

典型案例研究 3

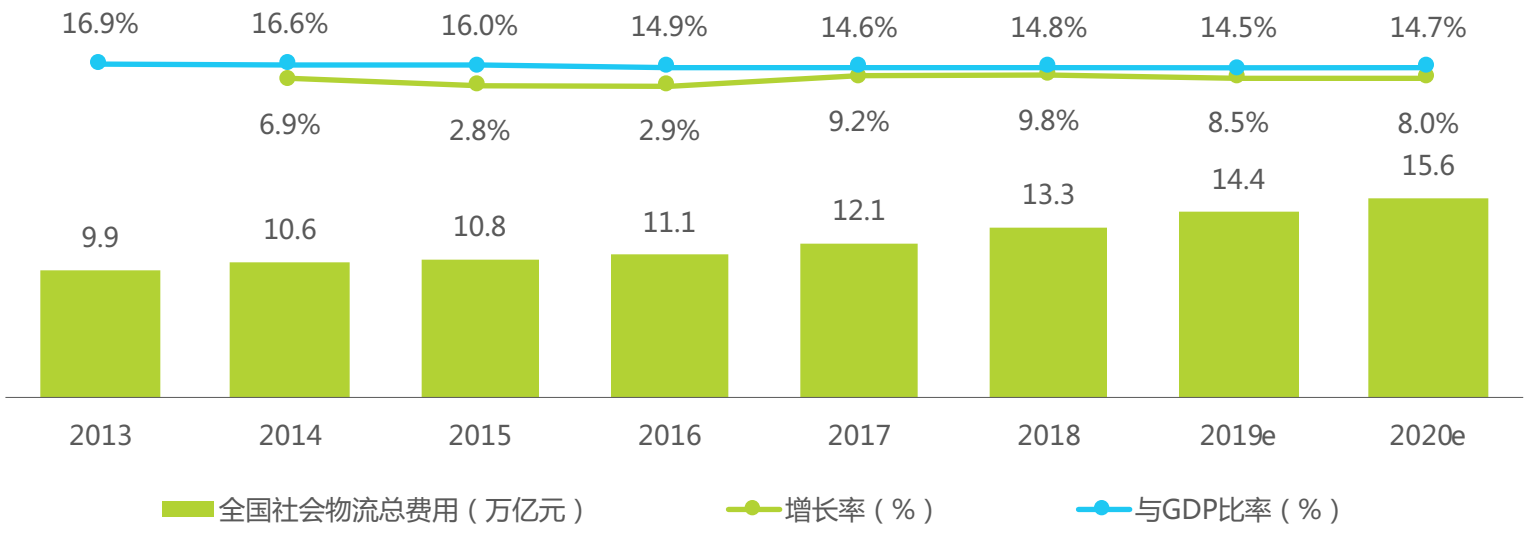
中国国内物流服务行业趋势及前景洞察 4

效率优化：供给侧改革下的前进

政策调控下物流行业运行效率将逐步提升

物流供给侧改革主要是物流服务供需链的改善，即从技术装备、业务模式等方面进行相应调整与改革，进而促进企业、物流行业以及社会经济的发展。因此，在国家政策的推动和调整下，产业结构持续优化，无用物流成本消耗将减少，未来随着国民经济的发展及社会物流需求的上升，一方面物流行业发展持续繁荣景气，另一方面，中国社会物流总费用与GDP比率也将会逐步下降。

2013-2020年中国社会物流总费用及其与GDP比率



注释：由于货运量、货运周转量及GDP的调整，2014年社会物流总费用及与GDP的比率等数据进行了相应调整。因此，2013年社会物流总费用由2014年国家发改委增速数据倒推得出。

来源：基础数据来源为中国物流与采购联合会、国家发展与改革委员会、国家统计局、行业访谈与公开资料，结合艾瑞数据模型推算。

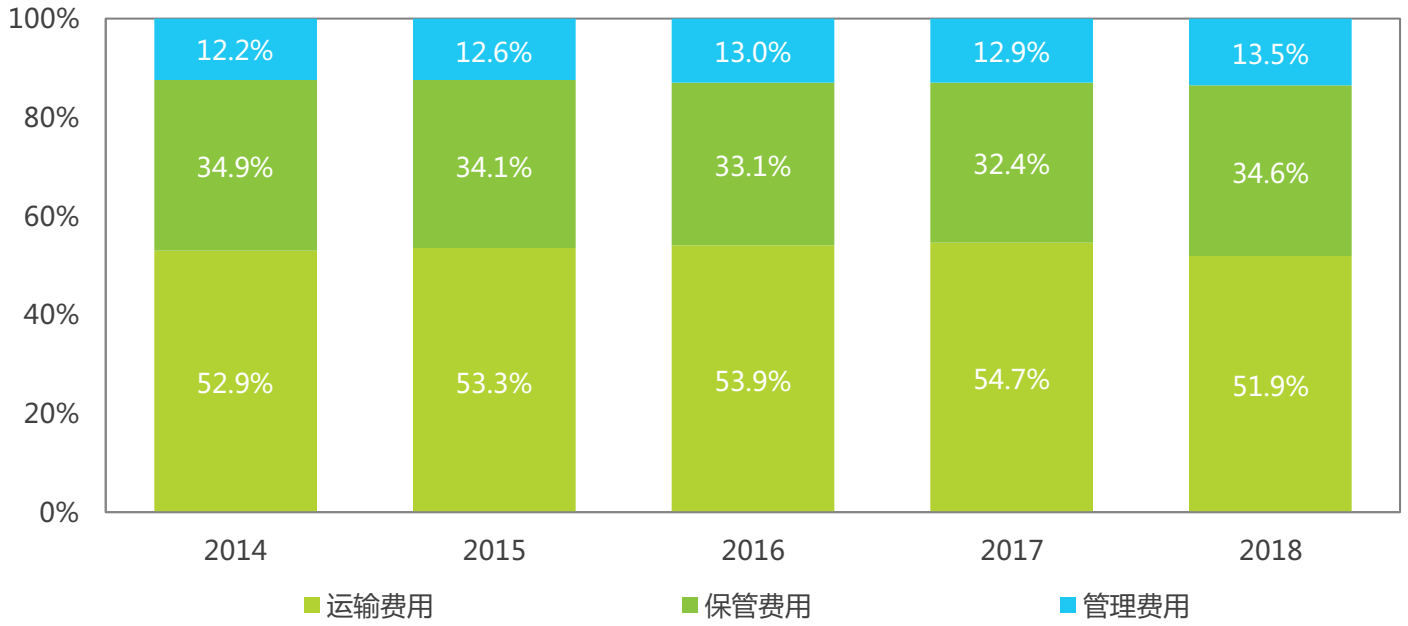
©2019.7 iResearch Inc.

成本优化：加速供应链布局

创新物流服务模式，提升物流环节协调性

一是拓宽融资渠道，激发企业活力：政府相关部门加大对物流业的资金投入和政策扶持力度，积极支持物流企业上市；二是组建增信平台，增强企业融资能力：由政府主管部门、行业协会、物流龙头企业、金融机构等共同发起设立担保公司或租赁公司，为一些轻资产型、中小型物流企业提供增信服务；三是完善评估体系，提高企业资产利用效率：由政府主管部门牵头，行业协会及相关企业参与，制定物流业各细分行业的国家或行业标准。

2014-2018年中国社会物流总费用各费用模块占比



来源：中国物流与采购联合会、国家发展与改革委员会、国家统计局、行业访谈及公开资料。

©2019.7 iResearch Inc.

技术创新：智慧化平台，数字化运营

新兴技术及政策助力将推动物流新业态的呈现

由于我国智慧物流仍处于起步阶段，目前仍存在管理机制不健全、物流信息标准体系不完善以及缺乏物流专业人才等问题。未来随着大数据、云计算、物联网、5G网络等新兴科学技术的发展、自动化与电子化的进步以及国家政策的完善，“智慧物流”将加速起步，催生一批新模式的新企业，带动整体物流新业态。

中国物流服务行业技术面发展趋势



智慧化平台：

相当于人体结构中的“大脑”，负责整合开发、协同共享，解决物流供应链上下游协同效率低和协同成本高的问题，利用大数据实现运输、仓储、配送等物流网络的最优布局。

数字化运营：

相当于人体结构中的“中枢”，负责横向仓储、运输、配送等业务流程管理，以及纵向决策、计划、执行等运营活动，利用数字化技术，提高对业务的高效处理能力，满足物流更多样、更个性、更细化的需求。

智能化作业：

相当于人体结构中的“四肢”，依托于一系列互联互通、自主控制的智能设备，实现仓储、运输、配送的全流程智能化执行，例如自动分拣机器人、无人配送等。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

结构重建：行业边界模糊，跨界盛行

跨界拓展自我边界，构建健康生态

针对大B客户和C端客户，由于需求的不确定性和多样性，物流企业需要持续不断的提升自身能力，满足可能超过业务范围的客户需求，以保证客户的稳定性以及自己的不可替代性。因此各行业边界逐渐模糊的现象出现，一方面比如快递和快运的边界模糊，共用全国网络；第三方物流和运输企业/仓储企业的边界模糊，业务渗透。另一方面，第三方物流企业为节省成本、保障服务质量，从合同租用方式也逐渐转变为自营自建部分运力和仓储服务设备等。

中国物流服务行业结构面发展趋势

1. 商业模式由单一经营向一体化物流发展

传统物流公司主要由以前的运输公司、仓储公司和货代公司等发展而来，实质只提供运输、仓储等单一物流服务，可以理解为一种时间和空间上的位移，存在覆盖区域小、管理分散、服务效率较低等问题，而现代物流提出了物流系统化、综合物流管理的概念，通过跨界融合、平台整合，使得经营模式不断创新，是一种物流管理，而非简单的货物的流通。现代物流通过自动化、机械化技术，结合先进的基础设施，为需求方提供可跨区域、跨部门、服务能力强、服务质量高的综合性物流服务。随着快递、快运、整车等细分物流市场互相渗透，市场边界渐趋模糊，未来各类企业将深入推进平台战略，平台型企业整合提升，将逐步加快商业模式迭代，强化货源组织、服务体验以及线上线下深度融合。

2. 兼并重组构建健康物流业生态

除顺丰、京东物流等少数一体化物流企业外，目前国内的大多数物流企业仍以单一经营业务为主，例如申通、圆通等。艾瑞分析认为，未来市场领头者将会在稳固现有业务的基础上，拓展业务模式，增加自有信息平台，以构建统一的物流系统平台，从企业的角度来说，提高管理效率和提升收益，从用户的角度来说，便于捕捉整个供应链信息，获得高针对性的整体物流解决方案。总的来说，未来市场领头者可能会收购尾部企业，以实现企业一体化物流战略的目标，整体物流业竞争生态将以3家左右一体化物流企业+多个单一业务经营模式的企业为主，实现一个相对健康的竞争环境。

来源：综合企业及专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.7 iResearch Inc.

关于艾瑞

在艾瑞　我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞　我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞　我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好地为您服务。

在艾瑞　我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞　我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

我们是艾瑞，我们致敬匠心　始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。

扫描二维码
读懂全行业

海量的数据　专业的报告

400-026-2099　ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾　瑞　咨　询