2024-2029年中国即时配送行业市场前景预测与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国即时配送行业概念界定及发展环境分析
1.1 即时配送行业概述
1.1.1 即时配送的概念及构成要素分析
1.1.2 即时配送区别于传统物流的特性
1.1.3 准时配送和即时配送的区别
1.2 即时配送行业发展环境分析
1.2.1 行业经济环境分析
（1）宏观经济现状
（2）宏观经济展望
（3）宏观经济环境变化对行业未来发展的影响
1.2.2 行业政策环境分析
（1）行业监管体系
（2）行业相关标准
（3）行业相关政策
（4）行业自律管理情况
（5）政策环境变化对行业未来发展的影响
1.2.3 行业社会环境分析
（1）即时配送行业发展的社会背景分析
（2）社会环境变化对行业未来发展的影响
1.2.4 行业技术环境分析
（1）即时配送关键技术
（2）行业专利申请情况
（3）技术发展趋势
（4）最新技术动态
（5）技术环境变化对行业未来发展的影响
1.3 即时配送行业发展机遇与挑战分析
第2章：全球即时配送行业发展现状与前景分析
2.1 全球即时配送行业发展现状分析
2.1.1 全球即时配送行业发展概况
2.1.2 全球即时配送市场规模分析
2.1.3 全球即时配送竞争格局分析
2.1.4 全球即时配送区域格局分析
2.2 主要国家即时配送行业发展分析
2.2.1 美国即时配送行业发展分析
（1）美国即时配送发展概述
（2）美国即时配送市场规模分析
（3）美国即时配送企业竞争分析
（4）美国即时配送行业发展趋势
（5）美国即时配送行业发展前景
2.2.2 印度即时配送行业发展分析
（1）印度即时配送发展概述
（2）印度即时配送市场规模分析
（3）印度即时配送企业竞争分析
（4）印度即时配送行业发展趋势
（5）印度即时配送行业发展前景
2.2.3 德国即时配送行业发展分析
（1）德国即时配送发展概述
（2）德国即时配送市场规模分析
（3）德国即时配送企业竞争分析
（4）德国即时配送行业发展趋势
（5）德国即时配送行业发展前景

2.3 全球领先即时配送企业发展状况分析
2.3.1 美国Uber Eats
（1）平台发展历程及基本信息介绍
（2）平台业务范围介绍
（3）平台经营状况及市场份额
（4）平台核心竞争力分析
（5）平台最新发展动态
2.3.2 英国Deliveroo
（1）平台发展历程及基本信息介绍
（2）平台业务范围介绍
（3）平台经营状况及市场份额
（4）平台核心竞争力分析
（5）平台最新发展动态
2.3.3 印度Swiggy
（1）平台发展历程及基本信息介绍
（2）平台业务范围介绍
（3）平台经营状况及市场份额
（4）平台核心竞争力分析
（5）平台最新发展动态
2.3.4 印度Zomato
（1）平台发展历程及基本信息介绍
（2）平台业务范围介绍
（3）平台经营状况及市场份额
（4）平台核心竞争力分析
（5）平台最新发展动态
2.3.5 印尼go-jek
（1）平台发展历程及基本信息介绍
（2）平台业务范围介绍
（3）平台经营状况及市场份额
（4）平台核心竞争力分析
（5）平台最新发展动态
2.4 全球即时配送行业发展前景预测
2.4.1 全球即时配送行业发展趋势
2.4.2 全球即时配送市场预测
第3章：中国即时配送行业发展现状与市场供求分析
3.1 中国即时配送行业发展概述
3.1.1 中国即时配送行业发展历程分析
3.1.2 即时配送与快递运营模式的对比
3.1.3 中国即时配送行业发展特征分析
（1）市场细分日趋加深
（2）头部效应日益加剧
（3）平台赋能日渐加速
（4）精细导向日臻加强
3.2 中国即时配送行业市场供给分析
3.2.1 即时配送行业服务内容
3.2.2 即时配送参与主体类型
3.2.3 即时配送行业运力组织方式
（1）即时配送的运力组织方式及特点解析
（2）即时配送企业运力组织方式对比
3.2.4 即时配送行业运力供应情况分析
3.2.5 即时配送行业的市场供给状态总结
3.3 中国即时配送行业市场需求分析
3.3.1 即时配送的需求场景分析
3.3.2 即时配送的消费群体分析
（1）性别分布
（2）年龄分布
（3）收入分布
3.3.3 即时配送的消费特征分析
（1）消费地点分布

（2）单次配送费用分布
（3）消费频率分布
（4）下单时间分布
3.3.4 即时配送的消费规模分析
（1）即时配送用户规模
（2）即时配送订单量
（3）即时配送市场规模
3.3.5 即时配送的市场需求状态总结
3.4 中国即时配送的供需平衡情况分析
3.5 中国即时配送行业的发展痛点解析
第4章：中国即时配送行业竞争状态及竞争格局分析
4.1 中国即时配送行业竞争层次分析
4.2 中国即时配送行业竞争状态分析
4.2.1 行业现有竞争者分析
4.2.2 行业潜在进入者威胁
4.2.3 行业替代品威胁分析
4.2.4 行业供应商议价能力分析
4.2.5 行业购买者议价能力分析
4.2.6 行业竞争情况总结
4.3 即时配送行业的需求场景格局分布
4.4 即时配送行业的区域竞争格局分布
4.5 即时配送行业的企业竞争格局分布
第5章：即时配送行业产业链市场分析
5.1 即时配送行业产业链概况
5.1.1 即时配送行业产业链介绍
5.1.2 即时配送行业上游发展概述
（1）上游行业发展概述
（2）对行业发展的影响解析
5.1.3 即时配送行业下游发展概述
（1）下游行业发展概述
（2）对行业发展的影响解析
5.2 传统物流市场的发展
5.2.1 传统物流市场现状
5.2.2 传统物流市场规模
5.2.3 传统物流竞争格局
5.2.4 传统物流企业即时配送布局现状
5.2.5 传统物流前景预测
5.2.6 传统物流发展对即时配送发展的影响分析
5.3 新零售市场的发展
5.3.1 新零售行业市场现状
5.3.2 新零售行业市场规模
5.3.3 新零售行业竞争格局
5.3.4 新零售企业即时配送布局现状
5.3.5 新零售行业前景预测
5.3.6 新零售行业发展对即时配送发展的影响分析
5.4 外卖O2O的发展
5.4.1 外卖O2O行业市场现状
5.4.2 外卖O2O行业市场规模
5.4.3 外卖O2O行业竞争格局
5.4.4 外卖O2O企业即时配送布局现状
5.4.5 外卖O2O行业前景预测
5.4.6 外卖O2O行业发展对即时配送发展的影响分析
第6章：即时配送行业不同应用场景需求前景分析
6.1 即时配送不同应用场景需求概述
6.2 餐饮外卖即时配送应用需求前景分析
6.2.1 餐饮外卖即时配送特点及用户群体特征
（1）餐饮外卖即时配送特点
（2）餐饮外卖用户群体特征
6.2.2 餐饮外卖即时配送的服务流程分析

6.2.3 餐饮外卖即时配送的市场规模分析
6.2.4 餐饮外卖即时配送的企业布局
6.2.5 餐饮外卖即时配送市场竞争格局
6.2.6 餐饮外卖即时配送的发展趋势预判
6.2.7 餐饮外卖即时配送市场增长潜力测算
6.3 B2C生鲜宅配即时配送应用需求前景分析
6.3.1 B2C生鲜宅配即时配送特点及用户群体特征
（1）B2C生鲜宅配即时配送特点
（2）B2C生鲜宅配用户群体特征
6.3.2 B2C生鲜宅配即时配送的服务流程分析
6.3.3 B2C生鲜宅配即时配送的市场规模分析
6.3.4 B2C生鲜宅配即时配送的企业布局
6.3.5 B2C生鲜宅配即时配送市场竞争格局
6.3.6 B2C生鲜宅配即时配送的发展趋势预判
6.3.7 B2C生鲜宅配即时配送市场增长潜力测算
6.4 零售便利即时配送应用需求前景分析
6.4.1 零售便利即时配送特点及用户群体特征
6.4.2 零售便利即时配送的服务流程分析
6.4.3 零售便利即时配送的市场规模分析
6.4.4 零售便利即时配送的企业布局
6.4.5 零售便利即时配送市场竞争格局
6.4.6 零售便利即时配送的发展趋势预判
6.4.7 零售便利即时配送市场增长潜力测算
6.5 快递揽派即时配送应用需求前景分析
6.5.1 快递揽派即时配送特点及用户群体特征
6.5.2 快递揽派即时配送的服务流程分析
6.5.3 快递揽派即时配送的市场规模分析
6.5.4 快递揽派即时配送的企业布局
6.5.5 快递揽派即时配送市场竞争格局
6.5.6 快递揽派即时配送的发展趋势预判
6.5.7 快递揽派即时配送市场增长潜力测算
6.6 专人直送（C2C服务）配即时配送应用需求前景分析
6.6.1 专人直送（C2C服务）即时配送特点及用户群体特征
6.6.2 专人直送（C2C服务）即时配送的服务流程分析
6.6.3 专人直送（C2C服务）即时配送的企业布局
6.6.4 专人直送（C2C服务）即时配送市场竞争格局
6.6.5 专人直送（C2C服务）即时配送的发展趋势预判
第7章：中国重点城市即时配送市场应用前景分析
7.1 北京市即时配送市场应用前景分析
7.1.1 北京市即时配送行业发展概述
7.1.2 北京市即时配送经济环境分析
（1）居民人均收入与支出分析
（2）北京市外卖市场分析
（3）北京市生鲜宅配市场分析
（4）北京市快递市场分析
7.1.3 北京市即时配送供给与需求现状
（1）供给分析
（2）需求分析
7.1.4 北京市即时配送市场潜力测算
7.2 上海市即时配送市场应用前景分析
7.2.1 上海市即时配送行业发展概述
7.2.2 上海市即时配送经济环境分析
（1）上海市人均收入与支出分析
（2）上海市外卖市场分析
（3）上海市生鲜宅配市场分析
（4）上海市快递市场分析
7.2.3 上海市即时配送供给与需求现状
（1）供给分析
（2）需求分析

7.2.4 上海市即时配送市场潜力测算
7.3 广州市即时配送市场应用前景分析
7.3.1 广州市即时配送行业发展概述
7.3.2 广州市即时配送经济环境分析
（1）广州市人均收入与支出分析
（2）广州市外卖市场分析
（3）广州市生鲜宅配市场分析
（4）广州市快递市场分析
7.3.3 广州市即时配送供给与需求现状
（1）供给分析
（2）需求分析
7.3.4 广州市即时配送市场潜力测算
7.4 深圳市即时配送市场应用前景分析
7.4.1 深圳市即时配送行业发展概述
7.4.2 深圳市即时配送经济环境分析
（1）深圳市人均收入与支出分析
（2）深圳市外卖市场分析
（3）深圳市生鲜宅配市场分析
（4）深圳市快递市场分析
7.4.3 深圳市即时配送供给与需求现状
（1）供给分析
（2）需求分析
7.4.4 深圳市即时配送市场潜力测算
7.5 杭州市即时配送市场应用前景分析
7.5.1 杭州市即时配送行业发展概述
7.5.2 杭州市即时配送经济环境分析
（1）杭州市人均收入与支出分析
（2）杭州市外卖市场分析
（3）杭州市生鲜宅配市场分析
（4）杭州市快递市场分析
7.5.3 杭州市即时配送供给与需求现状
（1）供给分析
（2）需求分析
7.5.4 杭州市即时配送市场潜力测算
第8章：中国即时配送行业重点企业案例分析
8.1 中国即时配送企业发展概况
8.1.1 中国即时配送企业类型分布及主要企业代表
8.1.2 中国即时配送企业不同运力组织方式的主要企业代表
8.2 即时配送重点企业分析——电商企业
8.2.1 美团配送（美团外卖）
（1）平台发展概况
（2）美团配送的业务范围
（3）美团配送的配送体系
（4）美团配送的技术布局
（5）美团配送的经营状况及市场份额
（6）美团配送的发展优劣势分析
（7）美团配送的融资、并购、上市动态
8.2.2 蜂鸟即配（饿了么）
（1）平台发展概况
（2）蜂鸟即配的业务范围
（3）蜂鸟即配的配送体系
（4）蜂鸟即配的技术布局
（5）蜂鸟即配的经营状况及市场份额
（6）蜂鸟即配的发展优劣势分析
（7）蜂鸟即配的融资、并购、上市动态
8.2.3 达达快送（达达集团）
（1）平台发展概况
（2）达达快送的业务范围
（3）达达快送的配送体系

（4）达达快送的技术布局
（5）达达快送的经营状况及市场份额
（6）达达快送的发展优劣势分析
（7）达达快送的融资、并购、上市动态
8.2.4 盒马鲜生（阿里）
（1）平台发展概况
（2）盒马鲜生的业务范围
（3）盒马鲜生的配送体系
（4）盒马鲜生的技术布局
（5）盒马鲜生的经营状况及市场份额
（6）盒马鲜生的发展优劣势分析
8.3 即时配送重点企业分析——专业及时配送企业
8.3.1 点我达
（1）平台发展概况
（2）点我达的业务范围
（3）点我达的配送体系
（4）点我达的技术布局
（5）点我达的经营状况及市场份额
（6）点我达的发展优劣势分析
（7）点我达的融资、并购、上市动态
8.3.2 闪送
（1）平台发展概况
（2）闪送的业务范围
（3）闪送的配送体系
（4）闪送的技术布局
（5）闪送的经营状况及市场份额
（6）闪送的发展优劣势分析
（7）闪送的融资、并购、上市动态
8.3.3 UU跑腿
（1）平台发展概况
（2）UU跑腿的业务范围
（3）UU跑腿的配送体系
（4）UU跑腿的经营状况及市场份额
（5）UU跑腿的发展优劣势分析
（6）UU跑腿的融资、并购、上市动态
8.4 即时配送重点企业分析——传统物流企业
8.4.1 顺丰同城急送（顺丰）
（1）平台发展概况
（2）顺丰同城急送的业务范围
（3）顺丰同城急送的技术布局
（4）顺丰同城急送的经营状况及市场份额
（5）顺丰同城急送的发展优劣势分析
8.4.2 苏宁小店（苏宁）
（1）平台发展概况
（2）苏宁小店的业务模式
（3）苏宁小店的技术布局
（4）苏宁小店的经营状况及市场份额
（5）苏宁小店的发展优劣势分析
8.4.3 中通快递
（1）企业发展简况分析
（2）企业即时配送服务分析
（3）企业即时配送技术布局分析
（4）企业即时配送网络分析
（5）企业即时配送发展优劣势分析
8.4.4 圆通快递
（1）企业发展简况分析
（2）企业即时配送服务分析
（3）企业即时配送技术布局分析
（4）企业即时配送网络分析

（5）企业即时配送发展优劣势分析
第9章：即时配送行业发展前景预测与投资建议
9.1 即时配送行业发展前景预测
9.1.1 行业生命周期分析
9.1.2 行业发展驱动因素
9.1.3 行业发展前景分析
9.1.4 行业市场容量预测
9.1.5 行业发展趋势预测
（1）行业整体趋势预测
（2）产品发展趋势预测
（3）市场竞争趋势预测
9.2 即时配送行业投资特性分析
9.2.1 行业投资主体分析
（1）行业投资主体构成
（2）各主体投资切入方式
（3）各主体投资优势分析
9.2.2 行业进入壁垒分析
（1）资金壁垒
（2）人才壁垒
（3）技术壁垒
9.2.3 行业投资风险预警
（1）政策风险
（2）竞争风险
（3）宏观经济风险
（4）市场风险
9.2.4 即时配送行业的商业模式分析
9.3 即时配送行业投资价值与投资机会
9.3.1 行业投资价值分析
9.3.2 行业投资机会分析
（1）产业链投资机会分析
（2）重点区域投资机会分析
（3）细分市场投资机会分析
9.4 即时配送行业投资策略与建议
9.4.1 行业投资策略分析
9.4.2 行业可持续发展建议

图表目录

图表1：即时配送的三大要素
图表2：即时配送行业优势分析
图表3：即时配送与传统快递模式对比
图表4：即时配送的特性简析
图表5：准时配送和即时配送的区别
图表6：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表7：中国社科院2020年1月发布主要经济指标增长预测（单位：%）
图表8：2022年全国两会公布经济发展目标（单位：%）
图表9：即时配送行业监管体系
图表10：中国即时配送行业相关发展政策分析
图表11：中国即时配送行业相关规范
图表12：深圳市“即安联”规范内容
图表13：2015-2022年中国居民人均可支配收入情况（单位：元）
图表14：2015-2022年中国居民人均消费支出情况（单位：元）
图表15：2018-2022年网民规模及互联网普及率（单位：亿人，%）
图表16：2015-2022年中国移动互联网用户规模（单位：亿人）
图表17：2016-2022年中国移动互联网接入流量变化情况（单位：亿GB）
图表18：2013-2022年中国网上零售交易额及其增长情况（单位：亿元，%）

图表19：2004-2022年中国即时配送行业相关专利申请数量变化图（单位：件）
图表20：2015-2022年中国即时配送行业相关专利公开数量变化图（单位：件）
图表21：截至2022年中国即时配送行业技术专利申请人排行（单位：件）
图表22：截至2022年中国即时配送行业相关公开专利分布领域（单位：件）
图表23：及时配送行业新型装备
图表24：中国即时配送行业发展机遇与挑战分析
图表25：全球即时配送行业运营模式
图表26：2023-2028年全球电商物流细分区域市场规模及预测（单位：亿美元）
图表27：全球安卓系统外卖应用下载量增速（相较于2016年）（单位：%）
图表28：2022年全球热门外卖应用下载量TOP10
图表29：全球电商物流市场规模结构（单位：%）
图表30：2022年美国外卖配送市场成交规模及用户规模预测（单位：亿美元，亿人）
图表31：2018-2022年美国外卖配送平台竞争格局（单位：%）
图表32：2022年印度即时配送市场结构（单位：%）
图表33：2018-2022年上半年Swiggy、Zomato公司所获的中国投资概况（单位：次，亿美元）
图表34：印度零售业业务结构（单位：%）
图表35：2025年印度即时配送行业规模预测（单位：亿美元）
图表36：2022年一季度德国Delivery Hero公司业绩概况（单位：亿欧元）
图表37：美国Uber Eats平台发展历程
图表38：2018-2022年美国Uber Eats市场份额（单位：%）
图表39：2022年美国Uber Eats全球应用下载量区域分布（单位：%）
图表40：英国Deliveroo营收规模（单位：亿美元）
图表41：2018-2022年印度Swiggy营收规模（单位：亿卢比）
图表42：印度Zomato平台发展历程
图表43：2018-2022年印度Zomato营收规模（单位：亿美元）
图表44：印尼Go-Jek平台发展历程
图表45：2023-2028年全球电商物流市场规模及预测（单位：亿美元）
图表46：中国即时配送行业发展历程
图表47：即时配送与快递运营模式对比
图表48：中国即时配送行业服务内容
图表49：即时配送的分类——按参与主体划分
图表50：2022年中国即时配送行业类型占比（按参与主体分）（单位：%）
图表51：即时配送运力组织方式特点、优劣式对比
图表52：中国即时配送的不同组织方式的特点及主要企业代表
图表53：中国即时配送运力平台情况
图表54：2022年中国即时配送三大巨头配送运力情况对比
图表55：2018-2022年中国即时配送运力供应情况（单位：万人，亿单）
图表56：即时配送热点需求场景及重点企业
图表57：2022年中国即时配送消费者性别分布（单位：%）
图表58：2022年中国即时配送消费者年龄分布（单位：%）
图表59：2022年中国即时配送消费者月收入分布（单位：%）
图表60：2022年中国即时配送行业用户需求目的地分布情况（单位：%）
图表61：2022年中国即时配送行业用户单次配送费用分布情况（单位：%）
图表62：2022年中国即时配送用户消费频率分布（单位：%）
图表63：2022年中国即时配送用户下单时间分布（单位：%）
图表64：2017-2022年中国即时配送用户规模（单位：亿人，%）
图表65：2017-2022年中国即时配送订单量（单位：亿单，%）
图表66：2017-2022年中国即时配送市场规模（单位：亿元，%）
图表67：2022年中国即时配送行业一天中运力供需情况
图表68：即时配送行业的发展痛点分析
图表69：中国即时配送行业竞争层次分析
图表70：中国即时配送行业现有竞争情况
图表71：中国即时配送行业潜在进入者威胁分析
图表72：中国即时配送行业供应商议价能力分析
图表73：中国即时配送行业购买者议价能力分析
图表74：即时配送行业五力模型分析结论
图表75：2018-2022年中国即时配送需求场景订单占比情况（单位：%）
图表76：2022年中国即时配送消费者地区分布（单位：%）
图表77：2022年中国即时配送行业企业市场份额分布（单位：%）

图表78：中国即时配送行业主要竞争者分析
图表79：即时配送行业产业链介绍
图表80：2019-2022年中国物流景气度指数（LPI）变化情况（单位：%）
图表81：2012-2022年中国社会物流总额及增长情况统计表（单位：万亿元，%）
图表82：2016-2022年中国社会物流总收入变化情况（单位：万亿元，%）
图表83：2022年中国物流企业50强排名（单位：亿元）
图表84：中国代表性传统物流企业即时配送业务情况
图表85：2023-2028年中国社会物流总收入预测（单位：万亿元）
图表86：2018-2022年中国新零售行业市场规模及其预测（单位：亿元）
图表87：新零售行业细分领域代表性企业名单
图表88：中国代表性新零售企业即时配送布局情况
图表89：2023-2028年中国新零售行业市场规模预测（单位：亿元）
图表90：2017-2022年中国网上外卖用户规模及使用率（单位：万人，%）
图表91：2018-2022年中国外卖O2O市场交易规模（单位：亿元，%）
图表92：2018-2022年我国主流外卖品牌市场份额（单位：%）
图表93：2018-2022年饿了么和美团外卖月活跃用户数（单位：万人）
图表94：2022年外卖O2O企业即时配送布局情况
图表95：2023-2028年中国外卖O2O市场交易规模预测（单位：亿元）
图表96：2022年中国即时配送应用场景分布（按订单量）（单位：%）
图表97：餐饮外卖即时配送特点分析
图表98：2022年中国餐饮外卖不同年龄用户用餐人数分布（单位：%）
图表99：餐饮外卖即时配送的服务流程
图表100：2018-2022年中国餐饮外卖即时配送订单量（单位：亿单）
图表101：餐饮外卖即时配送企业布局情况
图表102：2022年餐饮外卖即时配送平台竞争格局（单位：%）
图表103：2023-2028年中国餐饮外卖即时配送市场规模预测（单位：亿单）
图表104：B2C生鲜宅配即时配送模式特点
图表105：B2C生鲜宅配即时配送服务流程
图表106：2018-2022年中国B2C生鲜宅配即时配送订单量（单位：亿单）
图表107：B2C生鲜宅配即时配送企业布局情况
图表108：2022年B2C生鲜宅配即时配送平台月活跃用户规模对比（单位：万人）
图表109：2023-2028年中国B2C生鲜宅配即时配送市场规模预测（单位：亿单）
图表110：中国零售便利即时配送用户群体特征
图表111：中国零售便利即时配送的服务流程
图表112：2018-2022年全国零售便利即时配送的订单规模（单位：亿单）
图表113：达达集团的即时配送与即时零售平台
图表114：多点Dmall运营模式分析
图表115：中国零售便利即时配送的主要竞争者分析
图表116：2023-2028年全国零售便利即时配送的市场规模（按订单量）预测（单位：亿单）
图表117：2013-2022年我国同城快递业务量增长趋势（单位：亿件）
图表118：快递揽派即时配送的企业布局
图表119：专人直送（C2C服务）即时配送的企业业务布局
图表120：2018-2022年北京市城镇居民人均可支配收入及消费支出情况（单位：元）
略・・・・完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！