



行研实力派——复旦CDO X沙利文X头豹行企研究实战课·课程产出报告

2021年 中国跨境电商物流行业概览

头豹

2021 China cross-border e-commerce logistics industry overview

概览标签：跨境电商、物流

报告第一作者：复旦大学 管理学院 武森靖瑶

头豹助教老师：陈文广、李金灿

2021/12

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

摘要

01

跨境电商物流分为直邮和海外仓两种模式，海外仓模式在疫情背景下优势凸显，未来市场份额将逐步提升

- 直邮指待目的国消费者下单后，货物将从商家仓库通过国际快递直发往目的国的模式。海外仓模式是待目的国消费者线上下单，货物将直接从目的国仓库出货送至消费者手中，因此节省头程配送时间，降低物流成本，提供本地化服务，退换货方便。在新冠疫情背景下，全球运力收紧，海外仓模式优势凸显

02

跨境电商物流因运送主体和流程的复杂导致了全链条资源整合难度高，服务商正逐渐向一体化供应链物流服务商转型

- 跨境电商物流运送主体上可能涉及到快递公司、航空或船运公司、商业清关公司以及出口国的第三方物流服务商等，流程大致分为七步，含仓储、运输、清关等。一体化跨境物流服务商能够提供含仓储服务、干线运输、配送服务、技术支持、售后服务的一站式服务，拥有完善的物流网络，能满足跨境电商端到端的运输需求

03

中国跨境电商物流行业目前市场集中度较低、竞争激烈；未来头部企业的服务优势和成本优势将会凸出，市场集中度将提升

- 中国跨境带上物流目前市场份额较分散，纵腾集团、递四方、燕文物流三家龙头企业的市占率仅约为5%。但头部企业资本实力较强，具备处理更多样需求的硬件实力；有更丰富的境外供应商资源储备，因此更能适应境外市场环境变化，确保物流时效。电商平台的订单将向头部企业聚集，市场集中度上升

中国跨境电商爆发式增长，跨境电商物流行业如日方升？

随着互联网的发展，中国跨境电商的渗透率不断提高，带动跨境电商物流行业发展。当下中国跨境电商物流行业正处于政策红利阶段，国家鼓励加强国家物流枢纽基础设施建设，支持业务创新，中欧班列、海运快船等运输方式快速兴起。跨境电商行业发展增速较快，2015年至2020年市场总规模CAGR约为18.30%。技术赋能为跨境电商物流行业降本增效带来显著成效，未来智能设备及信息技术研发将成为该行业重点投资方向，具有服务优势和成本优势的企业将会逐渐凸出。



目录

CONTENTS

◆ 名词解释	-----	06
◆ 中国跨境电商物流行业综述	-----	
• 定义、分类	-----	08
• 发展历程	-----	11
◆ 中国跨境电商物流行业产业链分析	-----	
• 产业链图谱	-----	13
• 上游：基础资源提供商	-----	14
• 中游：跨境电商物流服务商	-----	15
• 下游：跨境电商	-----	16
◆ 中国跨境电商物流行业分析	-----	
• 市场规模	-----	18
• 驱动因素一：政策支持	-----	19
• 驱动因素二：电商发展	-----	20
• 驱动因素三：技术进步	-----	21
• 制约因素	-----	22
• 发展趋势	-----	23
• 竞争格局	-----	25
◆ 新冠疫情对中国跨境电商物流行业的影响分析	-----	26
◆ 中国跨境电商物流行业企业分析	-----	
• 华贸物流	-----	31
• 燕文物流	-----	32
• 东航物流	-----	33
◆ 方法论	-----	34
◆ 法律声明	-----	35

头豹



目录

CONTENTS

◆ Terms	-----	06
◆ Overview of China's Cross-border E-commerce Logistics Industry	-----	
• Definition and Classification	-----	08
• Development History	-----	11
◆ Chain Analysis of China's Cross-border E-commerce Logistics Industry	-----	
• Industry Chain Map	-----	13
• Upstream Analysis: Basic Resource Provider	-----	14
• Midstream Analysis: Cross Border e-commerce logistics service provider	-----	15
• Downstream Analysis: Cross Border E-commerce	-----	16
◆ Industry Analysis of China's Cross-border E-commerce Logistics Industry	-----	
• Market Scale	-----	18
• Driving Factor : Policy Support	-----	19
• Driving Factor : E-commerce Development	-----	20
• Driving Factor : Technical Progress	-----	21
• Industry Risk Analysis	-----	22
• Development Trend	-----	23
• Industry Competitive Landscape	-----	25
◆ COVID-19's Impact on China's Cross-border E-commerce Logistics Industry	-----	26
◆ Analysis of Enterprises in China's Cross-border E-commerce Logistics Industry	-----	30
◆ Methodology	-----	34
◆ Legal Statement	-----	35



图表目录

List of Figures and Tables

图表1: 跨境电商物流流程图	09
图表2: 传统外贸与跨境电商交易服务链条比较	09
图表3: 跨境电商物流与传统货代物流比较	09
图表4: 各跨境直邮模式市场规模占比, 2016年以前-2020年	10
图表5: 三种直邮模式对比	10
图表6: 海外仓需求占比分析, 2018年3月及2021年3月	11
图表7: 中国海外仓平均面积情况, 截至2021年1月底	11
图表8: 跨境电商物流发展历程概览	12
图表9: 2008年以来跨境电商物流产品完善历程时间轴	12
图表10: 智能物流头部企业营业收入, 2018年-2021年上半年	15
图表11: 中国第三方跨境线上支付市场规模, 2016年-2020年	15
图表12: 中国包装行业企业数量, 2015年-2020年	15
图表13: 中欧班列历年开行班次,2011-2020年	15
图表14: 中国民航国际货邮运输量, 2018年-2021年前三季度	16
图表15: 2020年国际物流仓储系统集成商营收排名Top5	16
图表16: 2020年中国物流仓储系统集成商竞争力排名Top20业务营收分布情况	16
图表17: 第三方平台与独立站优劣势分析	17
图表18: 2019年全球消费者跨境购物的首选跨境电商平台	17
图表19: 跨境电商企业全球市场分布	17
图表20: 中国独立站市场规模, 2016-2020年	17
图表21: 跨境电商总成本结构	19
图表22: 中国跨境电商与跨境电商物流市场规模及预测, 2015-2023年	19
图表23: 2018年至今中国支持跨境物流发展政策梳理	20



图表目录

List of Figures and Tables

图表24: 中国跨境电商行业渗透率, 2013年-2020年	-----	21
图表25: 全球部分国家电商零售渗透率情况, 2019年	-----	21
图表26: 2012年以来中国跨境电商试点城市批准情况	-----	21
图表27: 2016-2020年中国智能物流行业细分市场规模情况	-----	22
图表28: 2010-2020年中国社会物流总费用及占GDP比重	-----	22
图表29: 中通快递智能分拣设备数量及分拣成本	-----	24
图表30: 2020年跨境物流企业是否有扩建海外仓意愿调查	-----	24
图表31: 2021年跨境物流企业计划海外扩仓区域	-----	24
图表32: 中国一体化供应链物流市场规模	-----	25
图表33: 跨境物流企业业务规模, 2020年	-----	26
图表34: 部分国家新冠疫情发展情况, 截至2021年12月2日	-----	28
图表35: 非典疫情前后中国网购渗透率变化情况, 2002-2004年	-----	28
图表36: 新冠疫情前后网购渗透率变化情况, 2018年底-2020年	-----	28



名词解释

国际E邮宝： 中国邮政为适应国际电子商务寄递市场的需要，为中国电商卖家量身定制的一款全新经济型国际邮递产品。

传统货代： 货运代理商与委托方签订运输合同，根据委托方的指示进行货物运输、转运、仓储、装卸等事宜。

B2C： (Business to Customer的缩写)，指商业零售，直接面向消费者销售产品和服务。

B2B： (Business to Business的缩写)，指商家对商家的电子商务，即企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息交换。

C2C： (Customer To Customer 的缩写)，指个人与个人之间的电子商务。

CAGR： 复合增长率。它的目的是描述一个投资回报率转变成一个较稳定的投资回报所得到的的预想值。

清关： 进出口或转运货物出入一国关境时，依照各项法律法规和规定应当履行的手续。

SKU： Stock Keeping Unit，即库存进出计量的基本单位，在电商领域中特指库存商品。



第一部分：行业综述

主要观点：

- 跨境电商物流定义：跨境电商物流可以为不同关境的交易主体提供配送服务，需要有针对性地为需求方提供个性化服务，行业关键竞争因素是服务
- 跨境电商物流分为直邮和海外仓两种模式。直邮包括邮政小包、国际快递和跨境专线，由于直邮链条较长，该模式对企业全链条资源整合有较高要求。海外仓模式是提前将商品运输至目的国内的仓库，待消费者下单后，商品将直接从目的国仓库出货送至消费者手中；主要有FBA海外仓、第三方海外仓与自建海外仓三种仓库类型
- 伴随着跨境电商平台的崛起，物流从传统货代公司转型成为跨境电商物流，企业不断创新物流产品，跨境电商物流正处于优化发展阶段



中国跨境电商物流行业市场综述——定义

跨境电商物流为位于不同关境的交易主体提供配送服务，有针对性地为需求方提供个性化服务，行业关键竞争因素是服务

跨境电商物流定义

通过整合全球物流资源，为跨境电商企业提供配送业务，完成运输、仓储及进出口清关、本地化售后等服务。

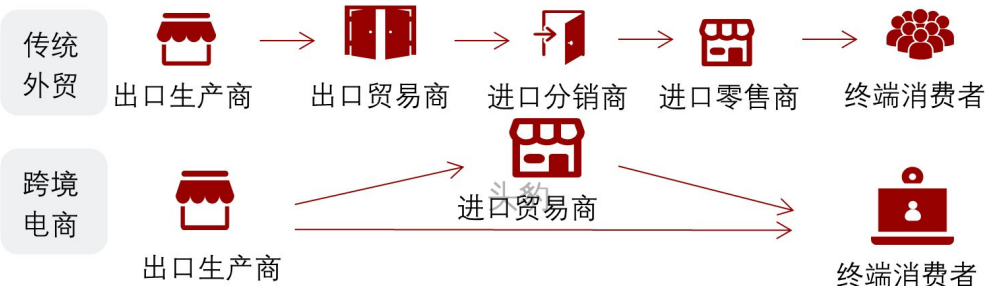
跨境电商物流流程图



跨境电商定义

跨境电子商务的简称，是不同关境的交易商通过电子商务平台将传统进出口贸易中的信息交流、支付结算、合同订立等环节电子化完成交易的一种国际商业活动。与传统外贸相比，跨境电商交易链条更短，正逐渐推动传统外贸模式改变。

传统外贸与跨境电商交易服务链条比较



跨境电商物流与传统货代物流比较

	品类 (每批)	批量	货物来源	服务链	驱动因素	关键竞争因素
传统货代物流	1-5	大	外贸工厂	部分	上游	价格
跨境电商物流	10+	小	电商平台	全程	下游	服务


头豹洞察

- 跨境电商产品品类杂而多，批量小，重量差别大。商务模式主要是B2C。因此跨境电商物流公司需要根据下游客户不同的需求提供不同的服务，因此是下游驱动。不仅要关注成本，还需要十分注重产品的时效、品牌、稳定性等，打的是服务战。
- 传统货代物流主要面对传统国际贸易商，货物品类较单一，且货量大。由于传统国际贸易商的商务模式主要是B2B，传统货代公司只要扮演好承运人和代理的角色就好，所以是上游驱动。竞争关键是成本控制，打的是价格战。
- 传统货代物流的服务链较短，一般是仓到港、港到港、港到仓、清关等服务。跨境电商物流是全链路服务的，从厂家到消费者链路全覆盖。

来源：头豹研究院编辑整理


中国跨境电商物流行业市场综述——分类 (1/2)


跨境电商物流分为直邮和海外仓两种模式，其中直邮包括邮政小包、国际快递和跨境专线，由于直邮链条较长，该模式对企业全链条资源整合有较高要求

邮政小包 

又称航空小包，主要是通过万国邮政联盟（EMS）来邮寄包裹。邮政小包物流廉价，因此处理优先级低，再加上成本的考虑，使得邮政小包的时效相对较慢。邮政小包一般适用于较轻、体积较小、货值低的商品配送，清关便利，派送范围基本无死角。


代表企业




国际快递 

一般指DHL/UPS/FEDEX（含TNT）三家国际快递巨头利用自身建设的全球网络提供的国际快递服务。国际快递价格昂贵，因此处理优先级高，直飞比率高，时效快。国际快递一般适用于重量段20kg左右、对时效要求苛刻、货值高的商品配送。


代表企业



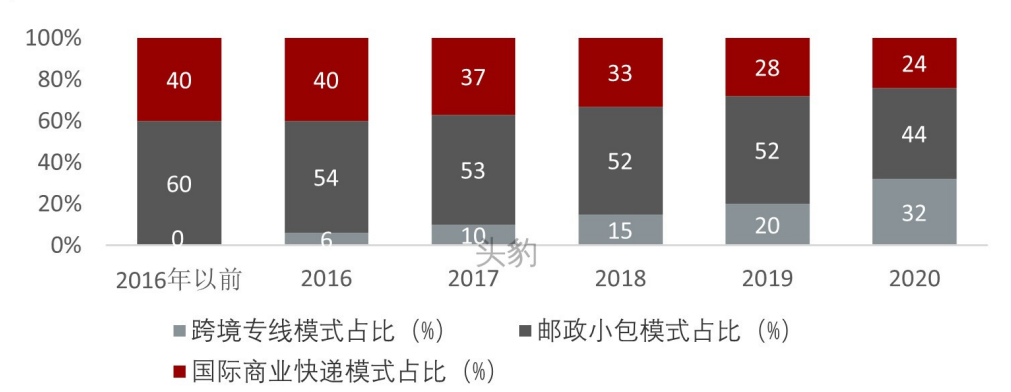
跨境专线 

由于到某一特定国家或地区的货量带来的规模效应可以在两国之间开设专门的物流航班，专线物流公司接受托运方的委托，从国内运送至国外的一种仓到仓的跨境物流服务。

代表企业



各跨境直邮模式市场规模占比，2016年以前-2020年



三种直邮模式对比

项目	邮政小包	国际快递	跨境专线
价格	低	高	较高
重量	<2kg	>20kg	经济专线<20kg 专线小包<5kg
时效	10-45日	7-20日	3-10日
派送范围	全球200+个国家/地区	特定国家/地区	特定国家/地区

来源：头豹研究院编辑整理

中国跨境电商物流行业市场综述——分类（2/2）

海外仓模式是提前将商品运输至目的国内的仓库，待消费者下单后，商品将直接从目的国仓库出货送至消费者手中；主要有FBA海外仓、第三方海外仓与自建海外仓三种仓库类型

海外仓



- 海外仓模式是电商商家提前将商品运输至目的国内的仓库中，待目的国消费者线上下单，货物将直接从目的国仓库出货送至消费者手中。
- 海外仓模式的主要优势是节省头程配送时间，能够很大程度降低物流成本，退换货方便，提供本土化服务。但由于需要建仓，有库存风险和资金周转压力大等劣势。

FBA海外仓

亚马逊上的卖家把产品送到当地的亚马逊仓库中，由亚马逊提供仓储等服务

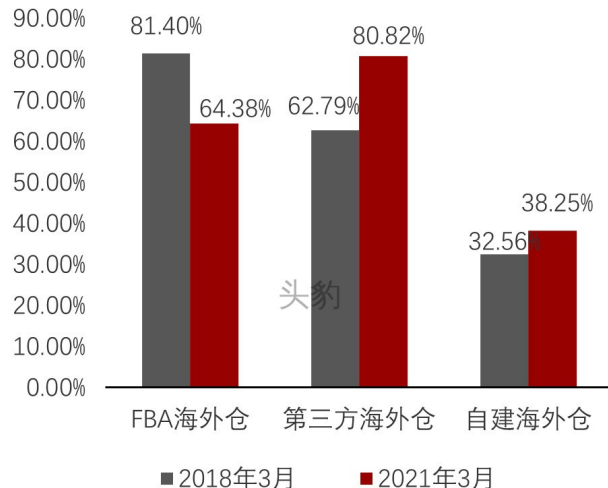
第三方海外仓

由物流服务商提供仓储服务并进行管理

自建海外仓

由卖家建立自己的海外仓并自行管理

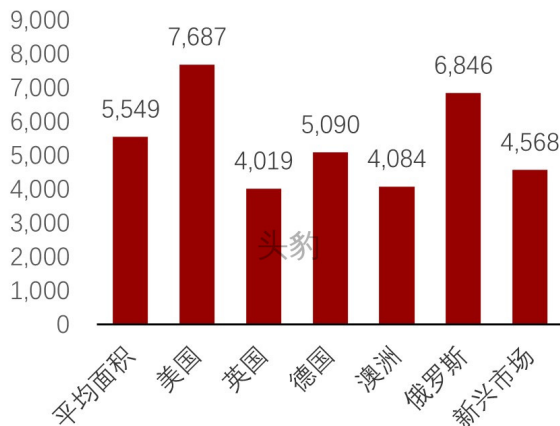
海外仓需求占比分析，2018年3月及2021年3月



- 2018年，FBA的需求占比最大，远超过第三方海外仓；而2021年第三方海外仓需求占比已经反超，这与2020年FBA限制卖家入库的政策有关。同时，有些产品不能符合FBA入库要求，也只能通过第三方海外仓来发货。

中国海外仓平均面积情况

单位：[平方米]

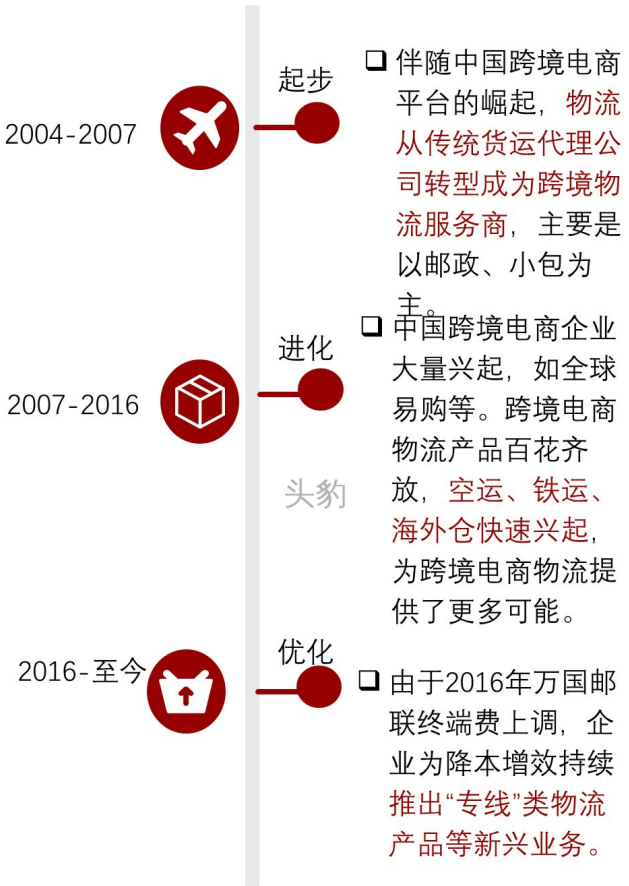


- 截至2021年1月底，中国海外仓数量超1800个，平均面积约5549平方米，同比增长达80%，主要分布在俄罗斯、日本、韩国、等国家和地区。其中在美国及俄罗斯建立的海外仓面积超过平均面积，分别达7687平方米、6846平方米。

中国跨境电商物流行业市场综述——发展历程

伴随着跨境电商平台的崛起，物流从传统货代公司转型成为跨境电商物流，企业不断创新物流产品，跨境电商物流正处于优化发展阶段

跨境电商物流发展历程概览



2008年以来跨境电商物流产品完善历程时间轴



来源：头豹研究院编辑整理

第二部分：产业链分析

主要观点：

- 产业链图谱：上游是基础资源提供商，主要是技术开发和设施建设，为跨境物流提供优质环境；中游的跨境电商物流服务商共同构成良好的服务体系；下游虽然受到新冠疫情影响较大，但未来需求空间巨大
- 上游基础资源提供商：由于跨境电商物流需求增加，智能物流、代理支付、包装材料行业将持续受益；在国家政策支持下,干线基础设施链条和建设将会不断健全
- 中游跨境电商物流服务商：中游的主要参与者有物流运输、仓储服务、关务代理和尾程配送；全球仓储系统集成龙头企业主要分布在欧美、日本等发达国家，国内外物流仓储系统企业规模差距较大
- 下游跨境电商：下游的主要参与者是跨境电商平台和独立站；随着跨境电商平台流量红利的减少和同质化竞争的加剧，跨境电商由依靠第三方平台向搭建独立站转型成为不可逆的趋势



中国跨境电商物流行业产业链分析——产业链图谱

上游是基础资源提供商，主要是技术开发和设施建设，为跨境物流提供优质服务；中游的跨境电商物流服务商共同构成良好的服务体系；下游虽然受到新冠疫情影响较大，但未来需求空间巨大

中国跨境物流产业链



来源：头豹研究院编辑整理

中国跨境电商物流行业产业链分析——上游基础资源提供商

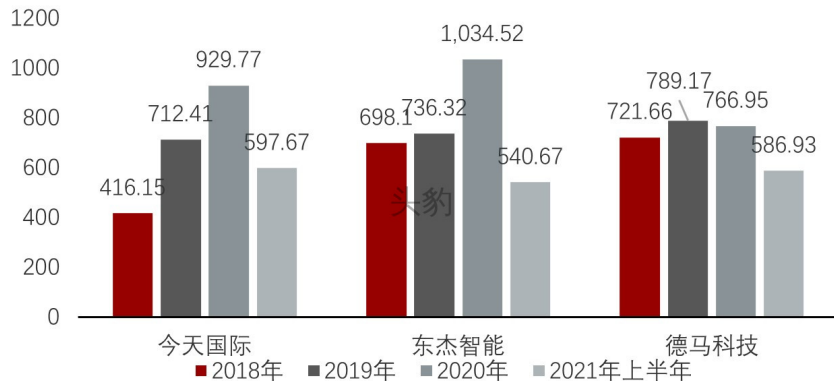
由于跨境电商物流需求增加，智能物流、代理支付、包装材料行业将持续受益；在国家政策支持下，干线基础设施链条和建设将会不断健全

中国跨境电商物流上游相关数据

头豹洞察

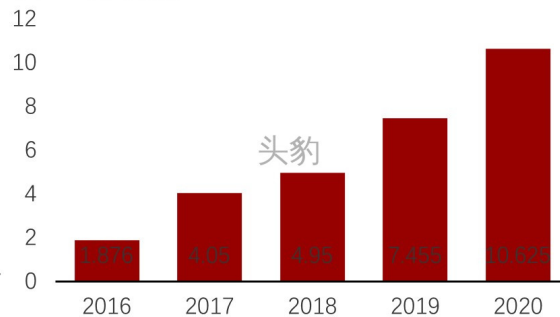
智能物流头部企业营业收入，2018年-2021年上半年

单位：[万亿元]

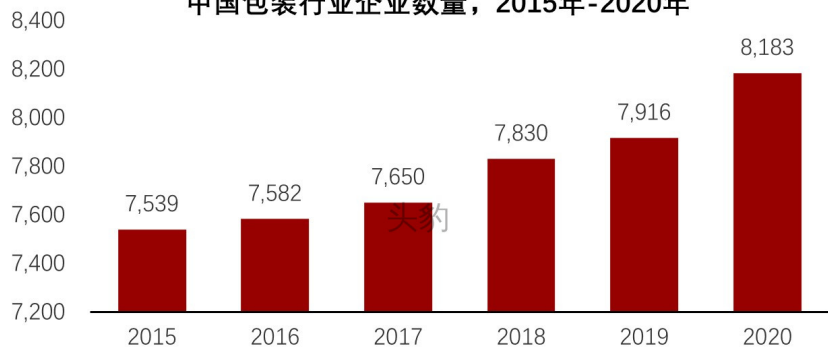


中国第三方跨境线上支付市场规模，2016年-2020年

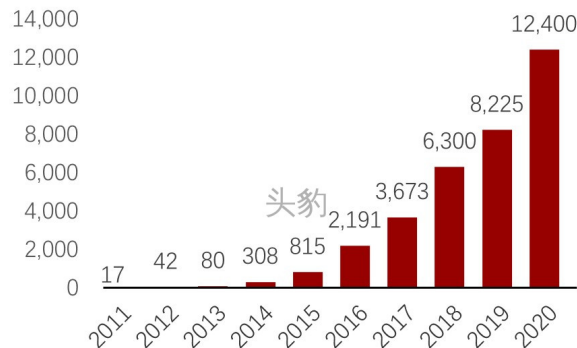
单位：[千亿元]



中国包装行业企业数量，2015年-2020年



中欧班列历年开行班次,2011-2020年



- 2018-2021年，智能物流知名企业营业收入均呈现逐年增长的态势。2020年中国智能物流市场规模约5840亿元，较2019年同比增长19.55%。先进信息技术的应用程度将成为未来物流企业最重要的核心竞争力之一。
- 中国第三方跨境线上支付市场规模为万亿级别，2020年市场规模超1万亿人民币。随着互联网的快速增长，跨境电商行业发展迅猛，带动跨境线上支付市场，2016年至2020年间增加了8,749亿元。
- 由于跨境电商物流对包装材料需求的增加，2015年至2020年中国包装行业入局者逐年增多，市场竞争日益激烈。同时也造成资源浪费、污染环境等问题。“绿色包装”将成为未来包装行业发展趋势。
- 中欧班列开行班次增长率较高，2020年同比增长率约为50.76%。中国与“一带一路”国家在贸易畅通、设施联通取得的进展为中欧班列提供了支持，不断铺设新路线。同时，中欧班列也成为政府扩大开放、提升国内外经济贸易的重要抓手。

来源：商务部、科捷智能招股书、头豹研究院编辑整理



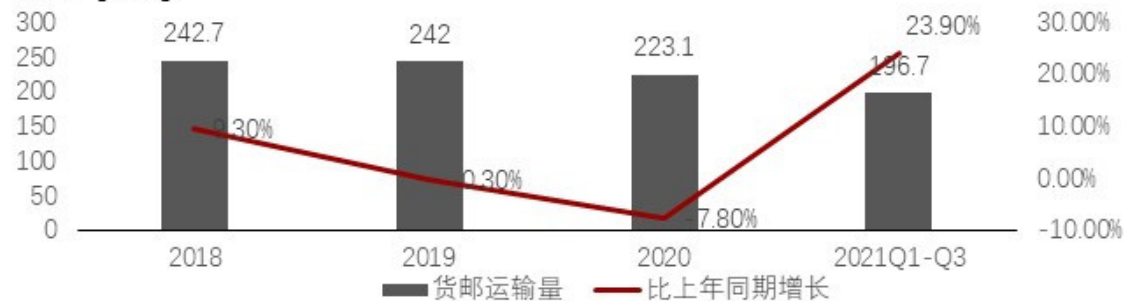
www.leadleo.com 400-072-5588

中国跨境电商物流行业产业链分析——中游跨境电商物流服务商

中游的主要参与者有物流运输、仓储服务、关务代理和尾程配送；全球仓储系统集成龙头企业主要分布在欧美、日本等发达国家，国内外物流仓储系统企业规模差距较大

中国民航国际货邮运输量，2018年-2021年前三季度

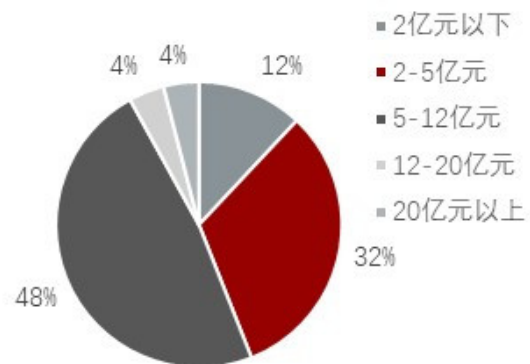
单位：[万吨]



2020年国际物流仓储系统集成商营收排名Top5

2020全球排名	公司名称	收入 (亿美元)	国家
1	大福	45.40	日本
2	德马泰克	32.26	美国
3	胜斐迩	31.20	德国
4	范德兰德	21.00	荷兰
5	霍尼韦尔	20.18	美国

2020年中国物流仓储系统集成商竞争力排名Top20业务营收分布情况



头豹洞察

- 新冠疫情对物流运输带来的影响较大。国际航运班次减少，2020年中国民航国际货运量同比下降7.8%，降幅较明显。随着疫情的缓解，2021年前三季度货运量有较大幅度提升。
- 国内外物流仓储系统企业规模差距较大。根据美国权威物料搬运领域杂志MMH (Modern Materials Handling) 发布的2020年全球Top20物流仓储系统集成商榜单来看，全球仓储系统集成龙头企业主要分布在欧美、日本等发达国家。其中，大福 (45.40亿美元)、德马泰克 (32.26亿美元)、胜斐迩 (32.20亿美元) 年营收规模遥遥领先。在中国物流仓储集成行业Top20企业中，只有一家企业营收在20亿元以上。
- 关务代理主要是物流服务商为跨境电商提供的检务、配套查验等服务。清关难度与效率问题受目的国地区关务政策与处理能力的限制。部分物流服务商拥有自主开发的云通关服务平台，实现线上申报，线下协同，全程可控。
- 尾程配送是跨境电商物流的痛点之一，出口物流的“最后一公里”配送环节位于海外，出口国物流商很难有效管理。因此，对于物流服务网络较为完善的目的地，国内物流服务商可以选择与目的国的第三方物流服务商合作；对于物流服务网络较为稀缺的目的地，则依靠目的国的邮政网络。

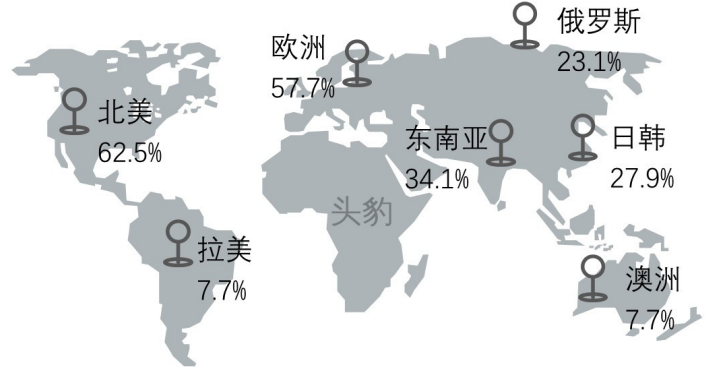
中国跨境电商物流行业产业链分析——下游跨境电商

下游的主要参与者是跨境电商平台和独立站；随着跨境电商平台流量红利的减少和同质化竞争的加剧，跨境电商由依靠第三方平台向搭建独立站转型成为不可逆的趋势

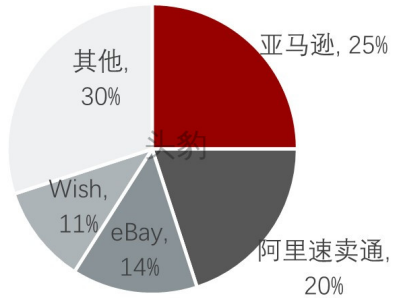
中国跨境电商物流下游相关数据

头豹洞察

跨境电商企业全球市场分布



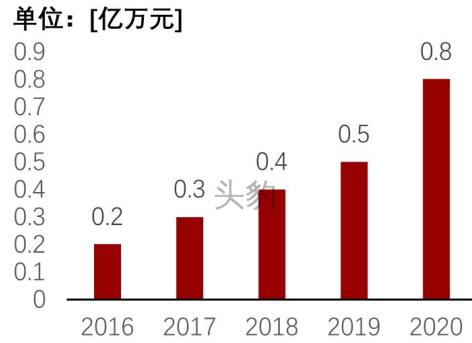
2019年全球消费者跨境购物的首选跨境电商平台



第三方平台与独立站优劣势分析

	第三方平台	独立站
优势	<ul style="list-style-type: none"> 门槛低，卖家只需要简单了解开店的模式和程序就可以运营店铺 以公域流量背书，卖家不用担心流量来源 	<ul style="list-style-type: none"> 个性化运营，能够塑造电商品牌形象，不受第三方平台的规则限制 可获得消费者数据，实现数据的二次开发提高复购率
劣势	<ul style="list-style-type: none"> 同质化竞争激烈 卖家营销方式受第三方平台的规则约束，较难实现差异化营销 	<ul style="list-style-type: none"> 运营难度大，既要运营平台也要运营商品 需要自主引流

中国独立站市场规模，2016-2020年



- 北美和欧洲是中国跨境电商最大出口地。中国在北美、欧洲的企业占比达55%-65%，而在非洲、中东、澳洲地区的跨境电商企业占比不足20%，未来跨境电商企业在这些地区有较大增长空间。
- 企查查数据显示，中国共有跨境电商相关企业3.2万家，三年来注册量呈逐年增长趋势，2021年前三季度共注册跨境电商相关企业7,943家，两年平均增长率高达90.6，随着网购渗透率的提高，跨境电商行业竞争激烈，头部企业有亚马逊、阿里速卖通等。
- 独立站是卖家独立搭建自身官网，独立完成运营，塑造品牌形象的电商模式。该模式不受第三方平台的政策或规则的制约，可根据品牌战略调整营销模式，提供个性化服务，并且能够得到一手数据分析消费者，提高复购率。随着跨境电商平台流量红利的减少和同质化竞争的加剧，第三方平台的弊端逐渐暴露，电商由依靠第三方平台向搭建独立站转型成为不可逆的趋势。2016年中国跨境电商独立站市场规模仅0.2万亿人民币，2020年上涨为0.8万亿，整体运营迅速增长。

来源：头豹研究院编辑整理

第三部分：行业分析

主要观点：

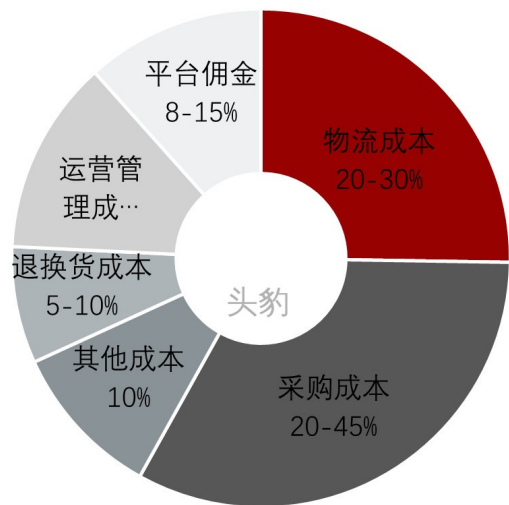
- 市场规模：跨境电商物流成本占跨境电商的20%-30%，按照25%的物流成本计算，2020年跨境电商物流市场规模已逾3万亿；由于受到疫情影响，预测未来市场规模增速会有所放缓
- 驱动因素：一是政策支持，国家不断推出政策以激发跨境电商行业市场活力；二是电商发展，跨境电商的兴起将增加物流需求，带动跨境电商物流行业上行；三是技术进步，随着物联网、云计算、人工智能等技术手段不断提升，跨境电商物流降本增效成果显著
- 制约因素：中国跨境电商全链条资源整合难度大，缺乏贯穿上下游的资源整合者；此外信息化程度不足、境外国家采取反倾销等不正当手段及新冠疫情影响下消费者购买力下降等因素一定程度上制约了行业发展
- 发展趋势：智能物流设备和信息技术成为领先物流企业的重点投资方向；海外仓模式在疫情背景下优势凸显，未来市场份额将逐步提升；跨境物流服务商逐渐向一体化供应链物流服务商转型，整合产业链资源；在碳中和的政策背景下，绿色快递将成为未来物流企业的发展方向



中国跨境电商物流行业分析——市场规模

跨境电商物流成本占跨境电商的20%-30%，按照25%的物流成本计算，2020年跨境电商物流市场规模已逾3万亿；由于受到疫情影响，预测未来市场规模增速会有所放缓

跨境电商总成本结构



- 由于需求碎片化、地理距离远，全链路环节多等原因，跨境电商物流的费率较高。物流成本在整个跨境电商成本中占到了20-30%，占比较高。
- 假设按照25%的物流成本，2020年跨境电商物流市场规模已逾3万亿。

来源：Choice数据库、头豹研究院编辑整理

中国跨境电商与跨境电商物流市场规模及预测，2015-2023年



- 随着互联网行业的发展，各国网民数量迅速增长，2015-2020年中国跨境电商行业维持较高速增长态势，交易总规模CAGR约为18.28%，2020年交易总规模达12.5万亿。但疫情给航运带来的阻力很大，很多货物运输半路受阻。随着封城解除，部分消费者回到线下购物，市场规模很大可能随着疫情的反复而波动。因此，后疫情时代，跨境电商市场规模增速会有所放缓。假设中国跨境电商交易额增速在疫情后五年内保持约14%的增速上涨，预计到2023年，中国跨境电商物流市场规模将达18.52万亿。



中国跨境电商物流行业分析——驱动因素：政策支持

当下跨境电商物流行业处于政策红利阶段，国家鼓励加强国际物流枢纽基础设施建设，支持业务创新，优化监管制度；物流作为社会流通的基础将在国内国外“双循环”发展格局中扮演更重要的角色

2018年至今中国支持跨境物流发展政策梳理

政策名称	时间	发布单位	政策要点	政策意义
《国家发改委 交通运输部关于印发<国家物流枢纽布局和建设规划>的通知》	2018年12月	国家发改委、交通运输部	提升国际物流网络化服务水平。提高国家枢纽通关和报税监管能力，支持枢纽结合自身货物流向拓展海运、空运、铁路国际运输线路。促进国家物流枢纽与中欧班列融合发展。	为构建国际物流服务网络提供支撑，提高枢纽国际货运规模化组织水平。
《国家邮政局商务部海关总署关于促进跨境电子商务寄递服务高质量发展的若干意见》	2019年3月	国家邮政局、商务部、海关总署	加快创新跨境寄递服务模式，鼓励跨境寄递服务企业创新丰富寄递产品并完善体系，优化流程缩短时限。	打造更多跨境寄递服务通道平台，保障寄递安全，降低物流成本，维护公平竞争。
《推动物流业制造业深度融合创新发展实施方案》	2020年9月	国家发展改革委、工业和信息化部等14部门	通过提高运营效率及形成高效协调、提高安全性及可持续性的智能供应链网络，优化制造业的供应链管理。	鼓励物流和快递企业与制造业合作开辟国际市场。
《国家综合立体交通网规划纲要》	2021年2月	中共中央、国务院	围绕陆海内外联动、东西双向互济的开放格局，着力形成功能完备、立体互联、陆海空统筹的运输网络。	到2035年，实现国际国内互联互通，有力支撑“全球123快货物流圈”（国内1天送达、周边国家2天送达、全球主要城市3天送达）。
《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态新模式的意见》(国办发[2021]24号)	2021年7月	国务院	鼓励传统外贸企业、跨境电商和物流企业等参与海外仓建设，完善覆盖全球的海外仓网络。	到2025年，依托海外仓建立覆盖全球、协同发展的新型外贸物流网络。

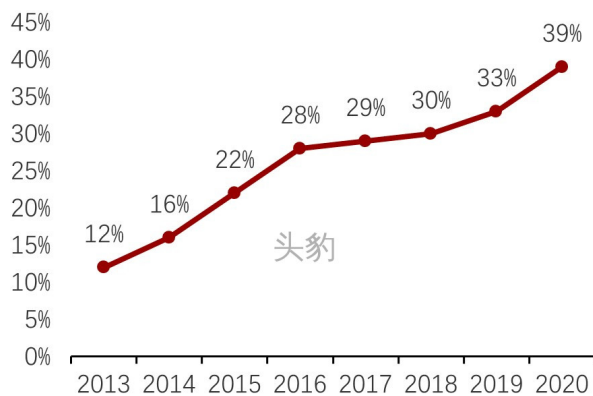
头豹洞察

- 2018年以来，中国不断优化跨境电商物流行业发展环境，深化放管服改革以及监管制度创新，激发市场活力。
- 2020年针对新冠疫情复工复产期间供应链弹性不足、产业链协同不强等问题进一步制定改进方案，鼓励物流业与上下游融合，鼓励建设海外仓。
- 2020年中共中央、国务院提出国内国外“双循环”的新发展格局，跨境物流作为社会流通体系的基础将在双循环发展格局中扮演更重要的角色，具有广阔的上升空间。
- 政策引导下，跨境电商物流行业正逐渐由以成本为中心向以消费者为中心的模式转型，数字化、智能化、高效柔性供应链将成为该行业发展新机遇。

中国跨境电商物流行业分析——驱动因素：电商发展

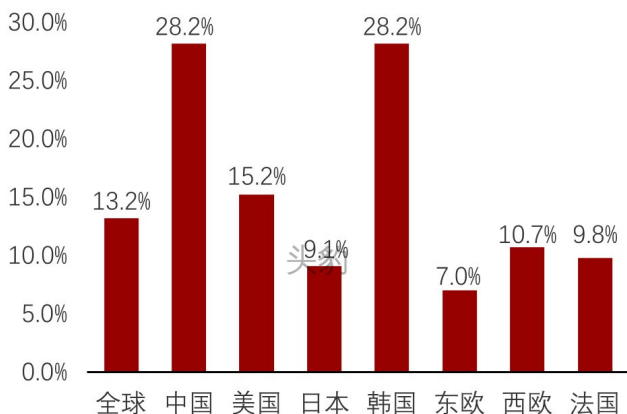
商流决定物流，跨境电商的兴起将带动跨境电商物流上行；其他国家电商渗透率仍有较大提升空间，而中国作为世界最大的制造基地和网购消费国，有望充分享受全球零售线上化提升的红利

中国跨境电商行业渗透率，2013年-2020年



- 在制造业的赋能、全球互联网经济的发展、利好政策引导下，跨境电商凭借自身优势，逐渐替代传统外贸的多层级分销渠道。2020年中国跨境电商行业在外贸中的渗透率高达38.96%，疫情将驱动行业加速渗透。
- 2021年中国跨境电商进出口继续保持良好发展势头。今年上半年，中国跨境电商进出口额为8867亿元，同比增长28.6%，加速全球外贸和消费线上化趋势。

全球部分国家电商零售渗透率情况，2019年



- 根据Euromonitor数据，美国、欧洲、法国、日本等国家的电商零售渗透率均落后于中国，全球电商渗透率为13.2%，可见仍有较大提升空间，中国有望充分享受全球零售线上化提升的红利。
- 新冠疫情对全球供应链产生了冲击，但中国防疫成效显著，提早恢复生产活动，保证了供应链稳定。同时由于中国产品性价比高以及线上消费习惯的粘性，预计未来中国跨境电商景气度将持续高位。

2012年以来中国跨境电商试点城市批准情况

时间节点	试点项目	具体城市
2012年8月	跨境电商试点城市	首批5个城市：郑州、杭州、重庆、上海、宁波，之后陆续新增广州、深圳、福州等城市
2015年6月	跨境电子商务综合试验区	首批：杭州，之后陆续新增天津、沈阳、长春等城市
2018年11月	跨境电商零售进口试点城市	北京、呼和浩特等37个城市，后新增50个城市
2020年6月	跨境电子商务企业对企业出口监管试点范围	首批北京、天津等10个城市，后新增12个城市

- 到目前为止，中国已形成了15个跨境电商试点城市、105个跨境电商综合试验区、87个跨境电商零售进口试点城市和22个跨境电商企业对企业出口监管试点城市，未来将持续增加。

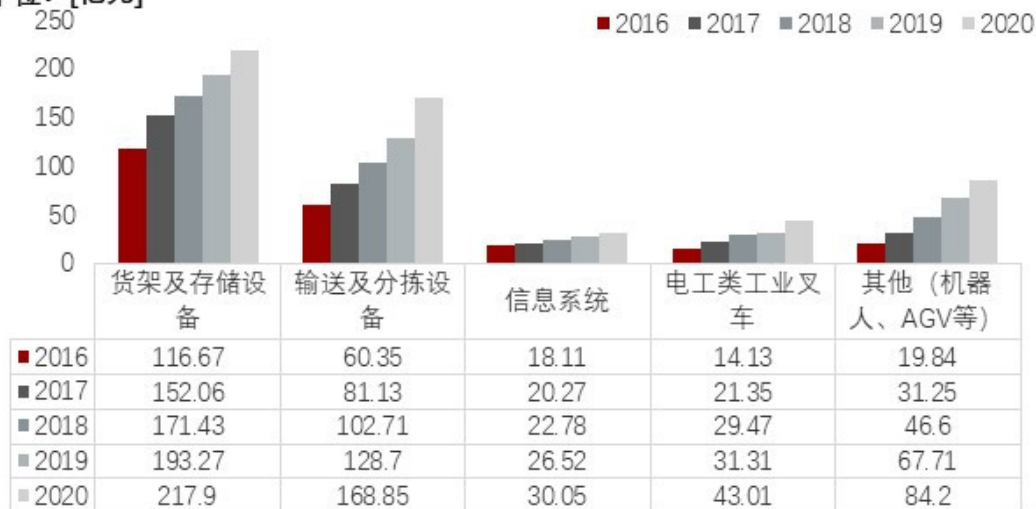
来源：国务院、燕文物流招股书，头豹研究院编辑整理

中国跨境电商物流行业分析——驱动因素：技术进步

随着物联网、云计算、人工智能等技术手段不断提升，跨境物流运输服务不断提升，物流行业降本增效成果显著；中国物流运营效率仍有显著的优化空间

2016-2020年中国智能物流行业细分市场规模情况

单位：[亿元]



- 为适应企业高效、精准、低成本的仓储、分拣、运输及订单查询等物流需求，中国智慧物流行业中的各细分市场规模不断扩大，智能物流系统应用场景更加丰富。
- 物流科技智能水平的发展提高了物流整体运输服务质量，物流行业降本增效成果显著。货架及存储设备未来主要以仓储物流自动化为发展方向，输送及分拣设备以高效、快速为主要发展原则。
- 信息系统的开发提高了跨境物流运输流程的透明度，降低消费者对跨境电商物流服务的信任门槛。

2010-2020年中国社会物流总费用及占GDP比重

单位：[万亿元]



- 2010年至2020年，中国社会物流总费用与GDP比重由17.2%下降至14.7%，降低了3.1%。社会物流总费用占GDP比重可以衡量社会物流成本水平及现代化水平，该比重越低，表明社会总体物流效率越高，物流行业的现代化水平越高。
- 日美发达国家物流成本占比稳定在8-9%，中国物流成本占GDP比总高达近15%，可见中国物流整体运营效率仍有显著的优化空间。2018年中国发展改革委发布《国家物流枢纽布局和建设规划》规划2025年全社会物流总费用占GDP比重降至12%。

来源：科捷智能招股书、头豹研究院编辑整理



中国跨境电商物流行业市场分析——制约因素

中国跨境电商全链条资源整合难度大，缺乏贯穿上下游的资源整合者；此外信息化程度不足、境外国家采取反倾销等不正当手段及新冠疫情影响下消费者购买力下降等因素一定程度上制约了行业发展

信息化水平不足



□ 跨境电商物流环节多（揽件、仓储分拣、出口国清关、跨境运输、进口国报关、仓储中转、尾程配送），除了国际商业快递和跨境专线，大部分跨境电商物流公司都需要协同多个第三方物流商以完成全链路交付。因此跨境物流多段运输信息不对称，难以全链条数分析，部分链条不可监控，给用户带来不良体验

新冠肺炎疫情导致消费者购买力下降



□ 随着疫情的反复，国外新冠肺炎疫情在短期内无法得到有效控制，失业率提升，对全球经济造成重大不利影响。虽然疫情带动了消费者线上消费的习惯养成，但由于经济发展受到严重打击，受疫情影响严重的国家居民将主动降低生活品质，导致国内外居民跨境总体消费购买力和购买意愿的下降，对跨境电商物流公司的持续盈利能力带来不确定性

全球政治经济环境波动带来的不确定性



□ 跨境物流链路涉及多个国家，因此受到国际政治经济局势波动的显著影响。在国际贸易保护主义抬头的背景下，境外国家或地区愈加频繁地采取反倾销、反补贴、加征关税等不正当手段，可能对中国跨境电商出口贸易带来不利影响，影响中国跨境物流市场需求，增加企业运营难度

跨境物流成本过高



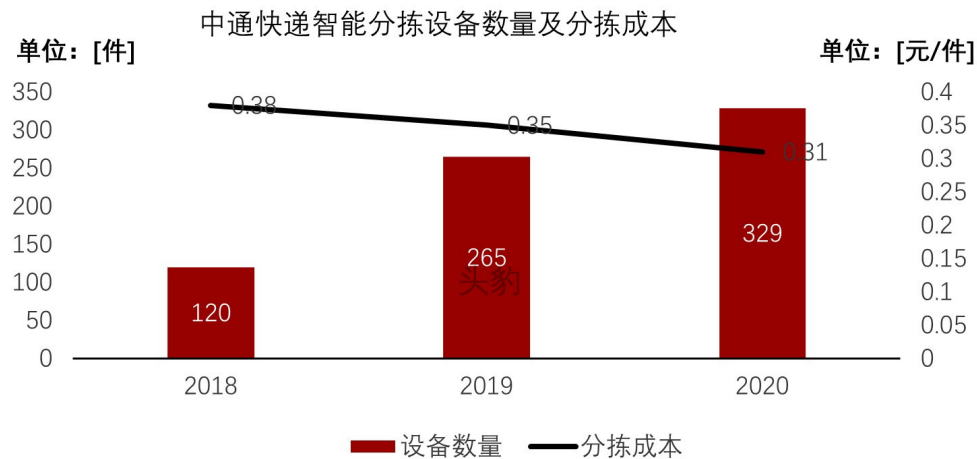
跨境电商物流成本过高主要有三种因素：

- 跨境物流链条长，流程复杂
- 跨境电商物流运送主体和流程的复杂性导致了全链条资源整合难度大，缺乏有效贯穿上下游的资源整合者。运送主体上直邮模式可能涉及到快递公司、航空或船运公司、商业清关公司以及出口国的第三方物流服务商等
- 跨境物流需要通过外国海关的清关流程，直接受到海外税务政策的影响，并按照规定缴纳相关税款

中国跨境电商物流行业分析——发展趋势（1/2）

跨境电商物流需求的增长和价格的竞争倒逼物流企业寻求降本增效方案，智能设备及信息技术研发将成为该行业重点投资方向；海外仓模式在疫情背景下优势凸显，未来市场份额将逐步提升

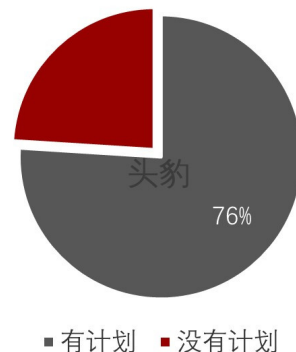
智能物流设备和信息技术成为领先物流企业的重点投资方向



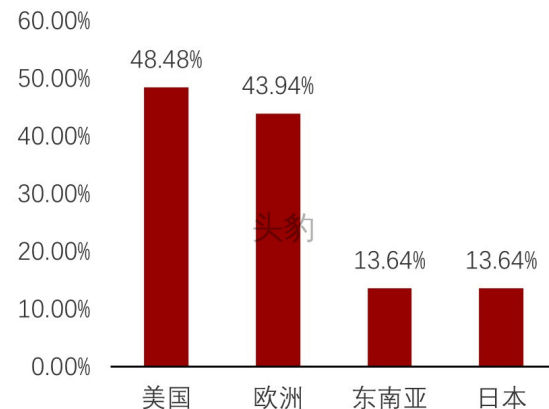
- ❑ 物流设备智能化水平的提高，缩短了物流作业时间和劳动强度，降本增效成果显著。中国快递平均单价在2016年至2020年间下降了17.1%，倒逼物流企业寻求降本增效方案。中通快递每年增加投入智能分拣设备，平均分拣成本呈现显著下降态势，从2018年0.38元/件降至2020年0.31元/件。
- ❑ 大数据、云计算等信息技术的研发服务于各个链条之间的协调，促进信息资源的互联互通，提高信息化、可视化水平。例如，区块链的可追溯性、不可篡改性、智能合约技术等，将帮助跨境物流解决链条监测难题、跨境支付难题和跨境电商产品质量追溯难题等。

海外仓模式市场份额逐步提升

2020年跨境物流企业是否有扩建海外仓意愿调查



2021年跨境物流企业计划海外扩仓区域



- ❑ 海外仓模式在目的国建仓，节省头程配送时间，退换货方便。在新冠疫情背景下，中国跨境电商物流直邮模式受到严重冲击，海外仓模式优势凸显，市场份额有望逐步提高。2020年海外仓市场份额为30%，预计在2025年有望达到35%。
- ❑ 据跨境眼调查，2020年有76%的服务商表示在2021年有扩建海外仓的计划，并且计划建仓区域集中，有92.46%的企业想在欧美地区建仓。

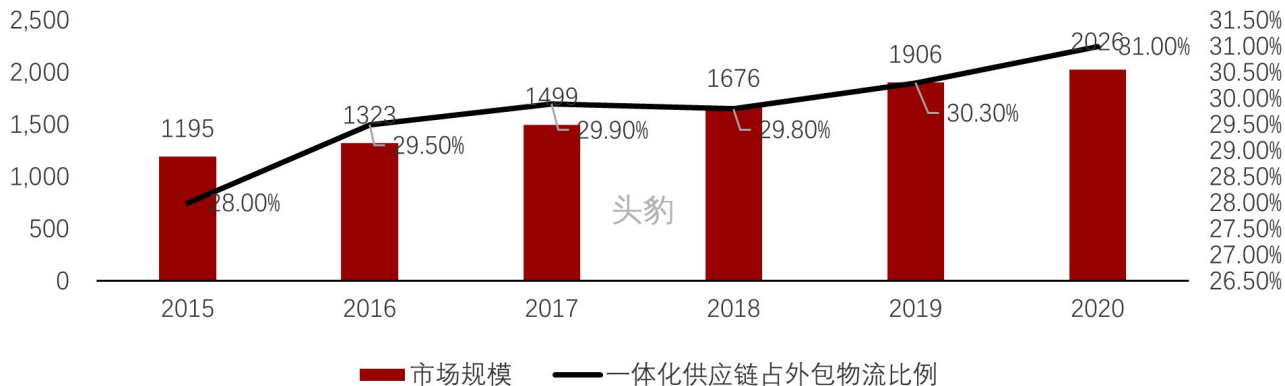
中国跨境电商物流行业分析——发展趋势（2/2）

跨境物流服务商逐渐向一体化供应链物流服务商转型，整合产业链资源；在碳中和的政策背景下，绿色快递将成为未来物流企业的发展方向

物流服务商向一体化物流服务方向发展

一体化供应链物流市场规模，2015-2020年

单位：[十亿元]



□ 在外包物流当中，一体化供应链物流市场规模逐渐扩大。2015年一体化供应链行业的规模为1.2万亿元，2020年已提升至2.0万亿元，占外包物流比例同比增长3%。

□ 单一供应链物流服务商提供的物流服务范围有限，例如仅提供一种特定的快递服务，电商需要与多家不同服务的供应商合作来完成全链环节。而一体化跨境物流服务商能够提供含仓储服务、干线运输、配送服务、技术支持、售后服务的一站式服务，拥有完善的物流网络，能满足跨境电商端到端的运输需求。

□ 此外，一体化供应链物流服务商可提供额外增值业务，如在销售预测、SKU及存货管理等多个方面为跨境电商卖家提供服务，从而吸引下游客户并且增强客户黏性。

来源：天风证券、头豹研究院编辑整理



www.leadleo.com 400-072-5588

头豹洞察

□ 未来将向绿色供应链延伸，打造绿色快递价值。

2021年1月，国家邮政局提出加快推进快递包装绿色转型，继续完善与绿色发展理念相适应的行业法规、标准和政策体系。2021年3月，交通运输部颁布的《邮件快件包装管理办法》中规定寄递企业应当严格执行包装物管理制度，优先采用可重复使用、易回收利用的包装物，鼓励寄递企业对包装物进行回收再利用。2021年7月，《“十四五”循环经济发展规划》提出，到2025年，电商快件基本实现不再二次包装，可循环快递包装应用规模达1000万个。

□ 在碳中和的政策背景下，未来物流行业必定要顺应着绿色快递的浪潮，才能更受下游受众青睐。通过科技手段和先进低碳技术，采取共享模式，加速仓储、包装、运输、派送等全环节的低碳物流转型。

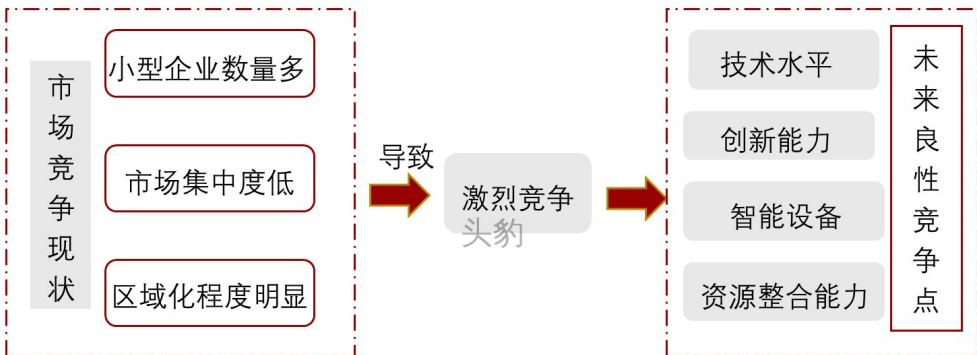
来源：天风证券、头豹研究院

中国跨境电商物流行业分析——竞争格局

中国跨境电商物流行业呈现参与者众多、市场集中度较低、区域化程度明显、竞争激烈的特征；具有成本优势与服务优势的头部企业规模效应较大，市场集中度将呈现上升趋势

市场竞争特征

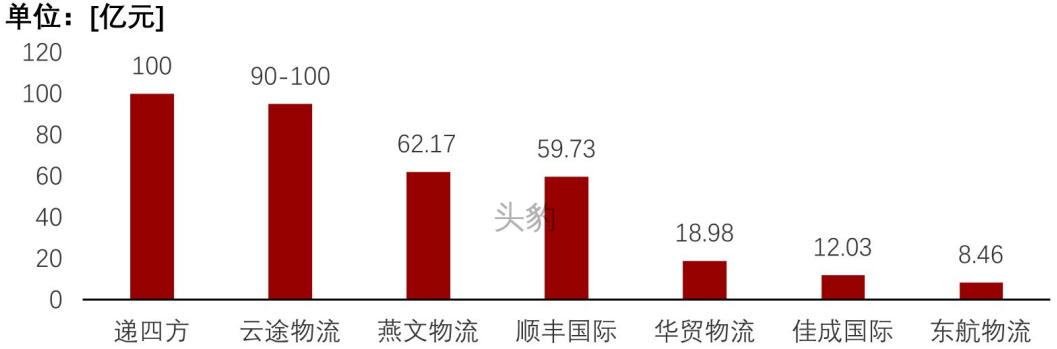
中国跨境物流市场中参与主体数量众多，竞争激烈。企业多聚焦于特定区域的业务或特定类型的物流产品，业务规模偏小；涉及全链路、大范围的企业较少且市场占有率较低。纵腾集团、递四方、燕文物流三家龙头企业的市占率仅约为5%。整体市场呈现行业参与者众多、集中度较低、区域化程度明显的特征。



竞争趋势

由于跨境电商物流的特殊性，跨境电商需要与物流服务商建立长期稳定的合作关系，而头部企业经验丰富的优势更能得到电商的信任。头部企业资本实力较强，具备处理更多样需求的硬件实力；有更丰富的境外供应商资源储备，因此更能适应境外市场环境变化，确保物流时效。电商平台的订单将向头部企业聚集，市场集中度上升。

企业跨境物流业务规模，2020年



来源：燕文物流招股书、各公司年报、头豹研究院编辑整理

第四部分：疫情影响分析

主要观点：

- “宅经济”加速养成消费者线上购物习惯，带动跨境电商物流需求增长
- 疫情影响下国际航空和国际海运航次锐减，市场需求大幅提升，导致供需严重失衡，运价高位运行

头豹



新冠疫情对中国跨境电商物流行业的影响分析——疫情简介及影响分析

目前全球新冠疫情形势依然严峻，变异株导致感染病毒风险增加；“宅经济”加速养成消费者线上购物习惯，带动跨境电商物流需求增长

新冠疫情简介

新型冠状病毒肺炎（Corona Virus Disease 2019, COVID-19），简称“新冠肺炎”，是指2019新型冠状病毒感染导致的肺炎，主要症状是发热、干咳、乏力等。在政府的严格防控下，中国新冠疫情已基本得到控制。但国际新冠疫情形势仍然严峻。

部分国家新冠疫情发展情况，截至2021年12月2日

国家	累计确诊数	当日新增确诊数	治愈率
中国	128,022	119	93.14%
美国	49,580,691	136,134	79.20%
日本	1,727,082	126	98.90%
英国	10,281,839	47,235	88.40%
印度	34,605,992	9,765	98.40%

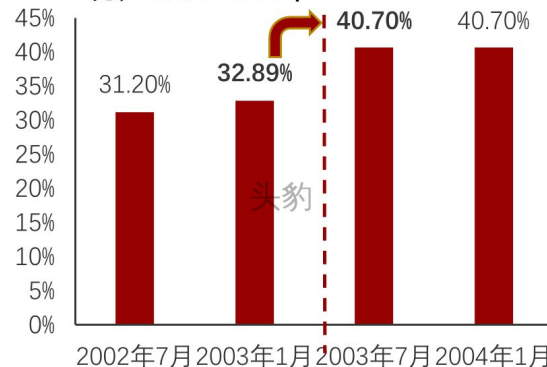
- 2021年5月10日，世卫组织将德尔塔变异株列入“需要关注的变异株”，该变异株传播能力增强，且能使患者疾病严重程度增加。
- 2021年11月26日，世卫组织向全世界拉响警报，将新冠病毒变异株 Omicron（奥密克戎）列为“需要关注的变异株”，该变异株导致人体再次感染病毒的风险增加，是有史以来最凶猛、糟糕的新冠变异株。目前，英国、美国、瑞士、中国香港等多个国家和地区，已经暂停往返南非在内的非洲多国航线。

来源：燕文物流招股书、头豹研究院编辑整理

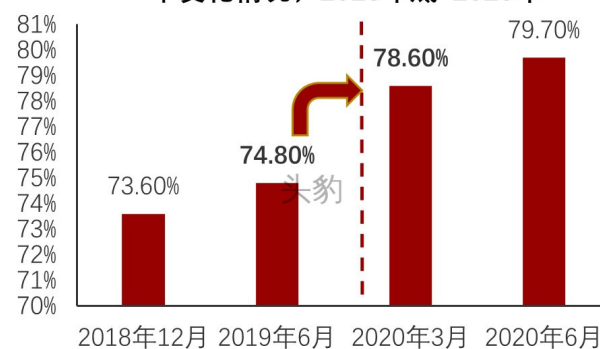
新冠疫情影响分析（1/2）

加速消费者网购习惯形成，带动物流需求增加

非典疫情前后中国网购渗透率变化情况，2002-2004年



2020年新冠疫情前后网购渗透率变化情况，2018年底-2020年



- 各国出台了多项防控疫情举措，限制了居民的消费出行，进一步提升了线上消费渗透率，“宅经济”加速养成跨境消费者线上购物习惯，该习惯为跨境电商带来不可逆的长期增长趋势，带动物流需求持续增加。
- 以2003年非典疫情为例，根据CNNIC和中信证券研究，疫情期间中国网购渗透率大幅提升，参与线上消费的人群占比从疫情前的32.89%提升至疫情后的40.70%，且疫情结束以后，国内电商购物继续保持高速增长趋势。新冠疫情前后中国网购渗透率提升3.8个百分点，预测将继续增长。



新冠疫情对中国跨境电商物流行业的影响分析——影响分析及应对措施

疫情影响下国际航空和国际海运航次锐减，市场需求大幅提升，导致供需严重失衡，运价高位运行；政府重视在疫情中暴露出的物流短板，跨境电商物流等相关行业领域的企业积极采取应对措施

新冠疫情影响分析 (2/2)

运力市场供需严重失衡，导致运价高位运行

国际航空



- ❑ 从2020年2月开始，各航空公司大量客机航班被取消，使客机腹舱运输能力大幅下降。客机腹舱运输是中国航空货运的主要运输方式之一，约占航空货运总量的70%。2021年，受南非等国外疫情反复和新变异株病毒的影响，国际客机腹舱运力恢复更加缓慢，叠加疫苗运输挤占运力，航空运力仍然紧张，价格仍居高位水平。随着疫苗接种的普遍，预计国际航空客运2022年复航概率相对较大，客机运力将逐步恢复，航空货运价格可能出现回落。
- ❑ 国际航空运输协会发布全球航空货运定期报告显示，由于客机持续停飞，2021年6月全球航空货运总运力仍比新冠肺炎疫情前水平（2019年6月份）低10.8%，其中腹舱运力比2019年6月份下降38.9%，货运专机运力增长29.7%。

国际海运



- ❑ 2020年多家航运公司加大了停航运力。据航运咨询机构Sea-Intelligence的统计，截至2020年4月5日，全球海运停航航次总数已经升至212条。
- ❑ 2021年受疫情影响叠加3月苏伊士运河“长赐号”搁浅的蝴蝶效应，港口拥堵、船期紊乱渐成常态。根据上海航运交易所数据显示，全球主干航线综合准班率在2021年创历史新低，2021年6月降至23.34%。与此同时，随着全球经济逐步复苏，运输需求同比大幅回升，运力市场供需严重失衡。海运运价高位运行并预计将持续至2022年。

新冠疫情背景下政府及跨境电商物流相关行业应对措施

中国政府相关部门积极发布扶持国际物流发展的具体政策措施，重视中国国际物流网络布局和基础设施建设相对不足的问题。跨境电商物流和相关领域的企业也都采取了一系列措施来积极应对运力紧张问题。

政府

- ❑ 成立物流专班，统筹协调国际物流。
- ❑ 提高中欧班列运输保障能力，增加班次密度。
- ❑ 增加国际航空货运能力，鼓励航空公司用客运飞机直飞货运运输。
- ❑ 开辟国际快船运输，通过减少挂港、提高航速、缩短运输时间。

跨境电商物流企业

- ❑ 通过自建或与国外企业合作，建立在海外的物流运营网络或海外仓。
- ❑ 境外中转、增加包机、开辟航线。

跨境电商企业

- ❑ 充分发挥平台自身强大的资金、资源积极布局国际物流。如菜鸟通过与32家主要航空公司合作并积极推动全球各地物流枢纽数字贸易中心建设，货物可直达全球40多个国家和地区。

第五部分：企业分析

主要观点：

- 华贸物流是中国领先的第三方国际综合物流商，具有传统国际货代经营的丰富经验，资金积极布局跨境电商物流，具有全链条服务体系，提供端到端的综合物流服务与国际物流优选方案
- 燕文物流是中国领先的跨境出口电商综合物流服务商，主要业务是国际快递全程业务；公司通过多方资源互补整合，致力于建立跨境电商物流生态圈，提升物流运输效率
- 东航物流是专注于航空物流业务的综合物流服务商，具备较完备的物流行业生态布局，主要业务有航空速运、综合物流解决方案和地面综合服务三类



中国跨境电商物流行业企业分析——华贸物流

华贸物流是中国领先的第三方国际综合物流商，具有传统国际货代经营的丰富经验，资金积极布局跨境电商物流，具有全链条服务体系，提供端到端的综合物流服务与国际物流优选方案



企业概况

- 企业名称：华贸物流
- 成立时间：1984年
- 对应行业：物流行业
- 企业介绍：华贸物流公司是中国领先的第三方国际综合物流商，在国际货代核心业务地位稳固。华贸物流自2018年开始积极布局跨境电商物流业务，通过兼并收购等方式提升全链条服务能力，2020年跨境电商物流营业收入达18.98亿元，较2019年的2.31亿元增长721%。华贸物流有传统货代企业的经验积累，同时不断地补足业务短板，看好公司在跨境电商物流领域的成长价值。

核心业务产品



来源：华贸物流年报、头豹研究院编辑整理

业务布局与发展

提供端到端的综合物流服务

- 涵盖运输、仓储、包装、搬运装卸、流通、配送、干线运输、港口通关服务、单证制作、交易结算等，服务链条包括全程或者部分环节，覆盖跨境电商物流全链条。

提供国际物流优选方案

- 提供现代物流方案的咨询、分析、诊断、设计、优化、控制、信息服务等其他综合服务，专业性强。

投资亮点

1

业务多元化

- 华贸物流公司业务覆盖跨境电商物流全链条，整合资源并提供优选方案。

2

全链条服务体系

- 于2021年7月佳成物流收购落地，华贸物流积极通过兼收并购、优势互补提升全链条服务能力。

3

网络优势

- 华贸物流传统货代业务底盘稳固，并且积极布局网络，华贸物流物流服务网络遍布世界160多个国家和地区。



中国跨境电商物流行业企业分析——燕文物流

燕文物流是中国领先的跨境出口电商综合物流服务商，主要业务是国际快递全程业务；公司通过多方资源互补整合，致力于建立跨境电商物流生态圈，提升物流运输效率



企业概况

- 企业名称：北京燕文物流股份有限公司
- 成立时间：1998年
- 对应行业：物流行业
- 企业介绍：燕文物流是中国领先的跨境出口电商综合物流服务商。燕文物流业务覆盖全国17个省市，服务通达全球200余个国家和地区，是**国内跨境出口电商物流行业中服务覆盖和通达范围最广的公司之一**，与全球速卖通、亚马逊等大型跨境电商建立了长期稳定的合作关系。2020年燕文物流处理票件量达7.17亿件，营收高达62.18亿元，是跨境电商物流龙头企业。

核心业务产品



国际快递全程

- 按约定的物流服务方式完成端到端的跨境物流业务，主要客户为跨境电商平台和卖家。

国际快递揽收及处理

- 根据部分平台客户的需求，提供揽收、国内转运、合包等环节服务。

其他业务

- 为相关客户提供国际航空运输及境外派送等单一环节的物流服务。

业务布局与发展

坚持直营业务模式

- 燕文物流始终坚持全链路管控的直营模式，统一组织跨区域资源调配和供应商比选，在中国30多个城市提供直营服务。该模式有利于保障企业的服务品质和运营效率，打造企业形象。

建立跨境电商物流生态圈

- 燕文物流整合全链路的资源，将致力于打造全球合作伙伴平台。该公司尤其将加强对空运网络、海外派送资源的开发及合作，提升物流效率。

投资亮点

1

供应商优势

- 燕文物流在境内外积累了丰富的供应商资源，覆盖区域遍及全球200多个国家和地区，供应商数量近400家。

2

智能设备优势

- 燕文物流于2016年引入自动化分拣设备，不断与设备供应商合作，生产出定制化的智能化物流设备。

3

网络优势

- 燕文物流设置了六大分拨中心，37个集货转运中心，覆盖了中国主要的跨境电商产业集群区，具备完善的揽收网络。

来源：燕文物流招股书、头豹研究院编辑整理

中国跨境电商物流行业企业分析——东航物流

东航物流是专注于航空物流业务的综合物流服务商，具备较完备的物流行业生态布局，主要业务有航空速运、综合物流解决方案和地面综合服务三类



企业概况

- 企业名称：东方航空物流股份有限公司
- 成立时间：2004年
- 对应行业：物流行业
- 企业介绍：东航物流一直专注于航空物流综合服务业务，集航空速运、跨境电商解决方案、仓储、产业直达解决方案等业务功能于一体，属于综合物流服务商。东航物流依托全球航线网络资源优势，具备了较完备的物流行业生态布局，在2019年度上海跨境电子商务行业协会“优秀跨境电商企业”评选中荣获“跨境电商领军企业”。

核心业务产品



来源：东航物流招股书、头豹研究院编辑整理

业务布局与发展

提供端到端的跨境物流服务

- 跨境电商出口业务主要包括国内操作、航空运输与海外清关配送，拥有专门的跨境电商操作场地；进口业务主要包括进口清关服务，并与海外报关、地面代理合作。

“一个平台、两个服务提供商”战略

- “一个平台、两个服务提供商”即“快供应链平台、高端物流解决方案服务提供商、航空物流地面服务综合提供商”。在该战略引导下，东航物流致力于成为最具创新力的全球物流服务集成商。

投资亮点

1

区位优势

- 东航物流的主基地在上海，可借助上海的区位优势和市场资源获得更快的业务增长。

2

品牌优势

- 东航物流建立了良好的品牌优势，并积累了多元化的客户资源，如跨境电商客户、物流公司（DHL、顺丰控股等）。

3

服务优势

- 东航物流通过业务合作模式，不断探索物流解决方案，如根据物流需求构建差异化产品体系、打造“快运输”平台提高运输效率。



方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。



法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。



头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务**、**行企研报服务**、**微估值及微尽调自动化产品**、**财务顾问服务**、**PR及IR服务**，以及其他企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务

研究咨询服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

企业价值增长服务

为处于不同发展阶段的企业，提供与之推广需求相对应的“内容+渠道投放”一站式服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务



研报阅读渠道

◆ 头豹官网：登录 www.leadleo.com 阅读更多研报

◆ 头豹小程序：微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

◆ 行业精英交流分享群：邀请制，请添加右下侧头豹研究院分析师微信



扫一扫
进入头豹微信小程序阅读报告



扫一扫
实名认证行业专家身份

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



头豹领航者计划介绍

头豹共建报告



每个季度，头豹将于网站、公众号、各自媒体公开发布**季度招募令**，每季公开**125个**招募名额

2021年度
特别策划



头豹诚邀各行业**创造者、颠覆者、领航者**，知识共享、内容共建

Project
Navigator
领航者计划



头豹诚邀**政府及园区、金融及投资机构、顶流财经媒体及大V**推荐共建企业

沙利文担任计划首席增长咨询官、江苏中科院智能院担任计划首席科创辅导官、财联社担任计划首席媒体助力官、无锋科技担任计划首席新媒体造势官、iDeals担任计划首席VDR技术支持官、友品荟担任计划首席生态合作官……



1

企业申请共建

2

头豹审核资质

3

确定合作细项

4

信息共享、内容共建

5

报告发布投放

备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。



www.leadleo.com 400-072-5588

©2021 LeadLeo

头豹领航者计划与商业服务

研报服务

共建深度研报
撬动精准流量



传播服务

塑造行业标杆
传递品牌价值



FA服务

提升企业估值
协助企业融资



头豹以**研报服务**为切入点，
根据企业不同发展阶段的资本价值需求，依托**传播服务**、**FA服务**、**资源对接**、**IPO服务**、**市值管理**等，提供精准的商业管家服务解决方案

资源对接

助力业务发展
加速企业成长



IPO服务

建立融资平台
登陆资本市场



市值管理

提升市场关注
管理企业市值



扫描二维码
联系客服报名加入



读完报告有问题？ 快，问头豹！你的智能随身专家

千元预算的
高效率轻咨询服务



扫描二维码即刻联系你的
智能随身专家



STEP03 解答方案生成

大数据×定制调研
迅速生成解答方案



头豹



STEP01 智能拆解提问

人工智能NLP技术
精准拆解用户提问



STEP02 云研究院后援

云研究院7×24待命
随时评估解答方案



STEP04 专业高效解答

书面反馈、分析师专访、
专家专访等多元反馈方式

