

2022年 中国即时配送行业研究报告

2022 China Instant Delivery Industry Research

2022 年中国の即時配送業界の産業研究報告

概览标签：即时配送、同城配送、即时零售、跑腿订单

报告主要作者：李姝

2022/12



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

中国即时配送行业在未来将保持增长态势

相较传统配送模式，即时配送注重时效性的单链条履约模式符合当下在年轻消费者中流行的懒人经济。2017至2021年，即时配送行业主要应用场景仍以外卖餐饮为主，其订单量约占即时配送行业订单量的70%以上。2021年即时配送市场规模达到290.3亿单，年复合增长率达到35.8%。未来随着年轻消费群体对全天候茶饮的需求、更多近场业务场景被探索、下沉市场潜在消费群体的挖掘，预计2026年中国即时配送行业市场规模有望达到994.5亿单，2021至2026年年复合增长率可达到26.9%

02

配送员等即时配送行业劳动者的权益保障机制不断完善

网约配送员是新型信息技术发展所产生的新职业，作为“互联网+服务业”和“智能+物流”的关键环节，网约配送员通过配送连接用户、商家和厂家，是数字经济时代新的生产模式和消费模式的核心支撑。随着中国即时配送订单规模快速增长，巨大的市场需求驱动网约配送员的就业群体规模增长迅速，然而即时配送劳动力缺口仍长期存在，网约配送员稳定社会就业、助力餐饮等企业数字化转型、促进社会新经济新业态发展等价值将日益显著，未来网约配送员的规模有望进一步扩张

03

“独立第三方”即时配送玩家市场份额提升趋势

顺丰同城等“独立第三方”专业即时配送服务商拥有独特优势和核心竞争力。从反垄断角度看，第三方平台符合国家反垄断的要求和流量分散化的趋势。从需求端看，第三方平台可以将服务定义权交还商家；同时商超零售、生鲜电商等流量平台需要脱离流量竞争的第三方配送平台进行服务；除此之外美团、饿了么等平台在高峰时段也需要第三方平台进行运力补充。未来第三方专业即时配送服务商市场份额有望大幅提升

研究目的

本报告为智慧物流系列报告，将梳理中国物流即时配送行业应用及竞争情况，对整个行业发展状况做出分析。

研究区域范围：中国地区

研究周期：2022年6月-12月

研究对象：中国即时配送行业

此研究将会回答的关键问题：

- ① 即时配送行业产业链的构成有哪些要素？
- ② 即时配送行业现状如何？
- ③ 即时配送行业市场规模如何？
- ④ 即时配送行业有哪些重要应用场景？
- ⑤ 即时配送行业竞争格局如何？
- ⑥ 即时配送服务商各自有何竞争优势？

目录

CONTENTS

◆ 名词解释	-----	6
◆ 中国即时配送行业综述	-----	7
• 定义与分类	-----	8
• 发展历程	-----	9
• 行业现状	-----	10
• 市场规模	-----	11
• 相关政策	-----	12
◆ 中国即时配送产业链分析	-----	13
• 产业链图谱	-----	14
• 上游：底层技术及工具	-----	15
• 中游：配送服务商	-----	16
• 下游：需求方	-----	17
◆ 中国即时配送行业竞争格局	-----	18
• 竞争格局概述	-----	19
• 企业推荐一：美团配送	-----	20
• 企业推荐二：蜂鸟即配	-----	21
◆ 方法论	-----	22
◆ 法律声明	-----	23



目录

CONTENTS

◆ Terms	-----	6
◆ Overview of Instant Delivery Industry	-----	7
• Definition and Classification	-----	8
• Development History	-----	9
• Market Overview	-----	10
• Market Size	-----	11
• Related Policy Analysis	-----	12
◆ Chain Analysis of Instant Delivery Industry	-----	13
• Map of Industry Chain	-----	14
• Upstream: Underlying technology and tools	-----	15
• Mid-stream: Delivery Service Provider	-----	16
• Downstream: Demand Side	-----	17
◆ Enterprise Competition	-----	18
• Overview of Competition	-----	19
• Recommended Enterprise 1: Meituan Delivery	-----	20
• Recommended Enterprise 2: Fengniao Instant Delivery	-----	21
◆ Methodology	-----	22
◆ Legal Statement	-----	23



图表目录

List of Figures and Tables

图表1: 物流履约业务模式	-----	8
图表2: 中国即时配送行业发展历程	-----	9
图表3: 网约配送员年龄结构分布, 2019	-----	10
图表4: 网约配送员学历分布, 2018	-----	10
图表5: 网约配送员工作时间分布, 2019	-----	10
图表6: 网约配送员收入分布, 2018	-----	10
图表7: 中国即时配送行业市场规模及预测, 2017-2026年预测	-----	11
图表8: 即时配送行业相关政策	-----	12
图表9: 即时配送行业产业链图谱	-----	14
图表10: 即时配送产业链上游主要构成	-----	15
图表11: 即时配送行业中游配送服务商行业特征	-----	16
图表12: 中国线上外卖用户人数, 2017-2021年	-----	17
图表13: 京东到家连接门店数量, 2017-2021年	-----	17
图表14: 中国生鲜零售市场规模, 2017-2021年	-----	17
图表15: 中国医药电商交易规模, 2017-2021年	-----	17
图表16: 即时配送行业竞争格局	-----	19
图表17: 美团业务营收情况, 2019-2021	-----	20
图表18: 顺丰同城营收情况, 2019-2022H1	-----	21



名词解释

- ◆ **众包模式**：众包模式是指一个公司或机构把过去由员工执行的工作任务，以自由自愿的形式外包给非特定的，而且通常是大型的大众网络的模式。
- ◆ **履约能力**：指履行经济合同的实际能力，包含支付能力和生产能力。
- ◆ **KA**：Key Account，指关键客户，大客户。
- ◆ **SKU**：Stock Keeping Unit，即库存进出计量的基本单元，可以件、盒、托盘等单位。
- ◆ **CRM**：Customer Relationship Management System，即客户关系管理系统，是指利用软件、硬件和网络技术，为企业建立一个客户信息收集、管理、分析和利用的信息系统。
- ◆ **O2O**：Online to Offline，线上到线下，指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的平台。

第一部分：行业综述

主要观点：

- 即时配送是指配送平台依据客户在移动互联网渠道或PC端即时提交的订单，在短时间内响应并按照客户要求的时间、地点等方面条件进行配送的一种物流配送模式
- 网约配送员是国家政策设计引领、新兴技术快速变革和巨大及时配送市场需求相融合的时代产物，对社会、企业、个人的价值凸显，未来网约配送员发展前景广阔
- 早期电商行业及餐饮外卖行业极大推动即时配送发展；发展期及时配送服务品类逐渐扩展到生鲜零售、同城跑腿等业务；目前各物流公司纷纷入局，未来业务场景将逐渐完善
- 国家鼓励推进即时配送行业的规范化、智能化建设，规范了配送员等即时配送行业劳动者的权益保障机制，推进智能设备与即时配送行业的融合
- 2021年，中国即时配送行业市场规模达到290.3亿单，未来随着年轻消费群体对全天候茶饮的需求、更多近场业务场景被探索、下沉市场潜在消费群体的挖掘，市场规模有望在2026年达到994.5亿单



即时配送行业综述——定义与分类

即时配送是指配送平台依据客户在互联网渠道或线下店铺即时提交的订单，在短时间内响应并按照客户要求的时间、地点等方面条件进行配送的一种物流配送模式

即时配送的定义与分类

按照物流履约业务模式的不同，一般可以分为网络化模式配送、仓配一体化模式和即时配送。即时配送是指依据客户即时提出的时间、地点方面的配送要求，对客户在互联网渠道或线下店铺即时提交的订单进行配送的物流配送方式。从履约距离来看，即时配送属于近场物流，相较于网络化配送及仓配一体化模式而言，存在履约时效性强（时效一般在1小时以内）、订单离散程度高、点对点单一配送链条、专人专送等特点，通常情况下不依赖仓储和转运等其他物流环节

配送模式	网络化模式	仓配一体化模式	即时配送
履约时效	一般	较强	强
履约方式	依赖各环节点对点运输	依赖前置仓集中履约	点对点即时履约
运力	快递员	快递员	众包和自建骑手
订单配送方式	驿站、快递柜、送货上门	驿站、快递柜、送货上门	专人专送



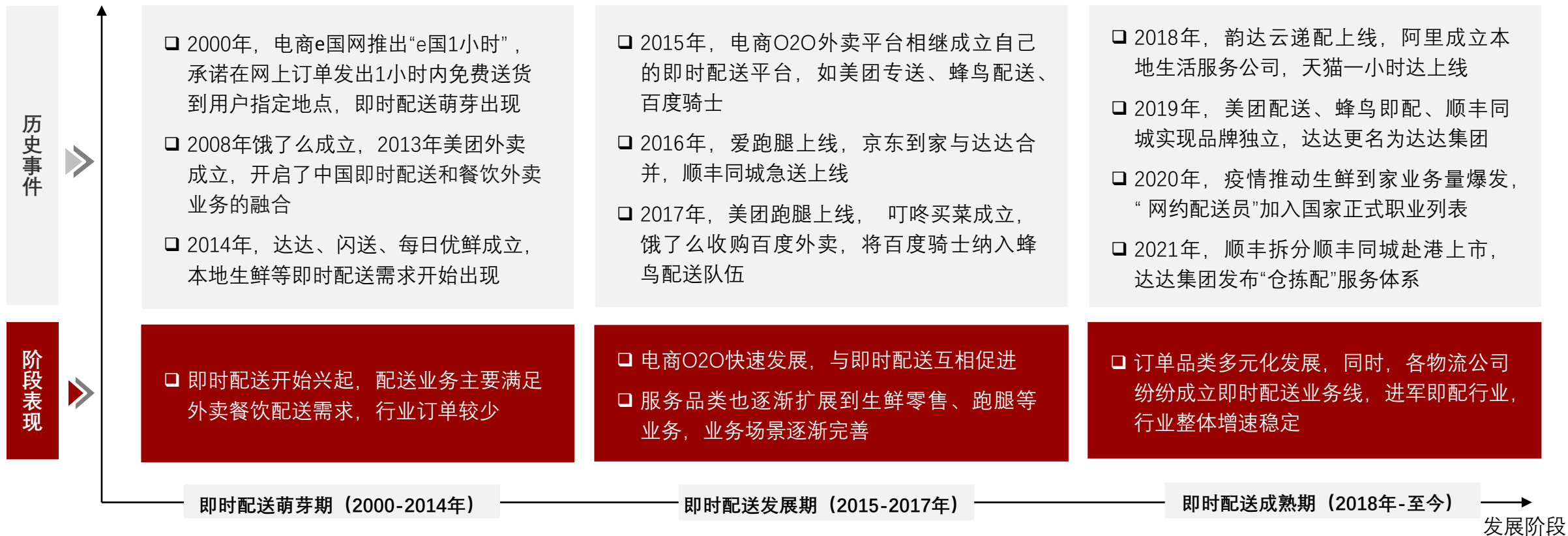
来源：头豹研究院

即时配送行业综述——发展历程

早期电商行业及餐饮外卖行业极大推动即时配送发展；发展期及时配送服务品类逐渐扩展到生鲜零售、同城跑腿等业务；目前各物流公司纷纷入局，未来业务场景将逐渐完善

中国即时配送行业发展历程

中国即时配送行业早期伴随着电商、餐饮外卖行业的市场需求不断发展。2000至2014年是即时配送行业萌芽期，中国餐饮外卖行业巨头饿了么和美团外卖相继成立，即时配送行业初具规模但订单量较为局限；2015至2017年是及时配送行业的高速发展期，配送服务品类也逐渐扩展到生鲜零售、跑腿等业务，业务场景逐渐完善；2018年至今，更多元化的及时配送订单品类开始涌现，除电商O2O巨头外，物流公司纷纷入局即时配送业务，随着疫情爆发，即时配送行业在生鲜零售、同城跑腿等更多细分领域的渗透率的不断提升，即时配送的市场规模将不断扩大



来源：中国物流与配送协会，各企业官网头豹研究院



即时配送行业综述——行业现状

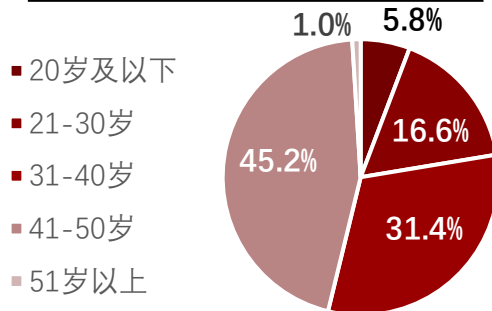
网约配送员是国家政策设计引领、新兴技术快速变革和巨大及时配送市场需求相融合的时代产物，对社会、企业、个人的价值凸显，未来网约配送员发展前景广阔

即时配送行业催生的新职业——网约配送员

网约配送员是新型信息技术发展所产生的新职业，作为“互联网+服务业”和“智能+物流”的关键环节，网约配送员通过配送连接用户、商家和厂家，是数字经济时代新的生产模式和消费模式的核心支撑。随着中国即时配送订单规模快速增长，巨大的市场需求驱动网约配送员的就业群体规模增长迅速，然而即时配送劳动力缺口仍长期存在，网约配送员稳定社会就业、助力餐饮等企业数字化转型、促进社会新经济新业态发展等价值将日益显著，未来网约配送员的规模有望进一步扩张

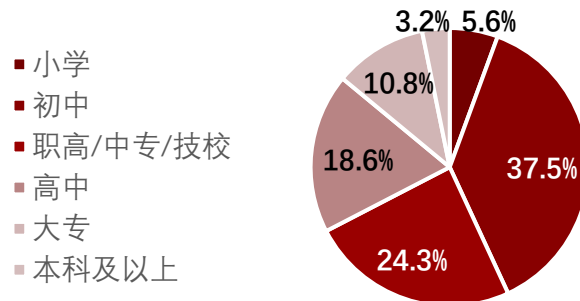


网约配送员年龄结构分布，2019



在美团网约配送员中，20至40岁网约配送员的占比超过83.7%，年轻劳动力是网约配送员主力军

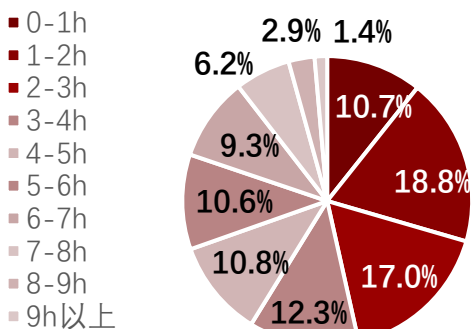
网约配送员学历分布，2018



网约配送员的学历以初中、高中学历为主，占比约为61.8%；拥有大专、本科及以上文凭的网约配送员比例近约19.9%

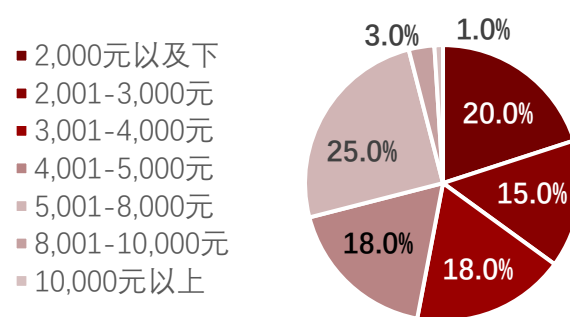


网约配送员工作时间分布，2019



2019年，约58.8%的美团网约配送员每天配送时间低于4小时，工作时间灵活是网约配送员工作的最显著特征

网约配送员收入分布，2018



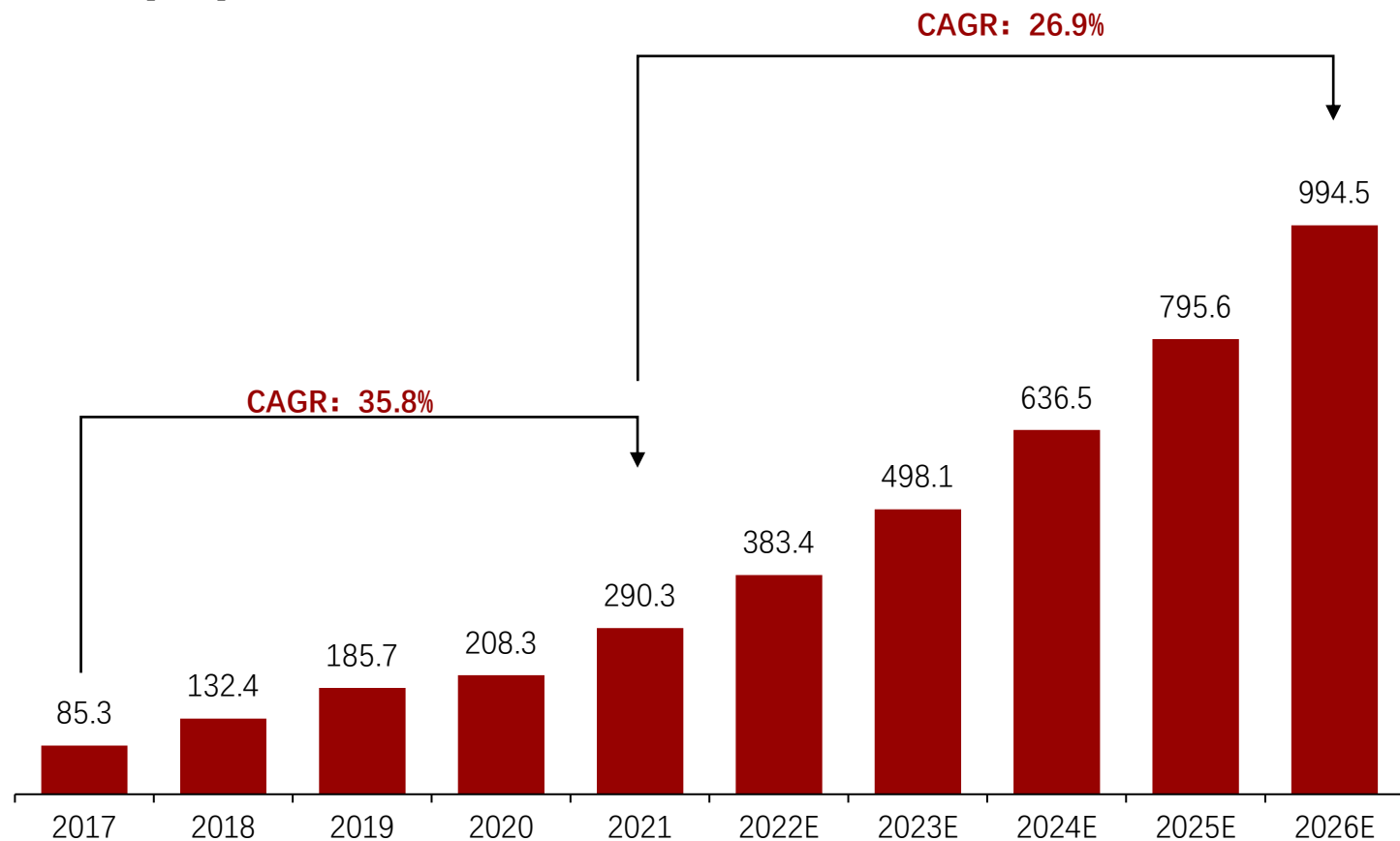
从收入分布上来看，约29.0%的网约配送员月收入在5,000元以上，收入较为可观，可以有效促进贫困劳动力就业

即时配送行业综述——市场规模

2021年，中国即时配送行业市场规模达到290.3亿单，未来随着年轻消费群体对全天候茶饮的需求、更多近场业务场景被探索、下沉市场潜在消费群体的挖掘，市场规模有望在2026年达到994.5亿单

中国即时配送行业市场规模及预测，2017-2026年预测

单位：[亿单]



头豹洞察

- 2017至2021年，即时配送行业主要应用场景仍以外卖餐饮为主，其订单量约占即时配送行业订单量的70%以上。2021年即时配送市场规模达到290.3亿单，年复合增长率达到35.8%
- 2021年，中国下午茶市场规模达到3,890.5亿元，随着近年来年轻消费者对奶茶、咖啡等休闲饮品的全天候需求的出现，预计未来饮品配送订单增长将成为餐饮行业即时配送新的增长动力
- 数码3C等产品的近场电商可以解决传统线上购物退换货不便的行业痛点，未来来自近场电商的订单有望逐步增多。同时随着懒人经济的发展及无配送的需求，更多跑腿近场业务场景将被探索
- 中国下沉市场约占中国总人口的64.7%，拥有广大的潜在消费群体，随着人均可支配收入的提升，下沉市场有望拉动即时配送市场需求
- 预计2026年中国即时配送行业市场规模有望达到994.5亿单，2021至2026年年复合增长率可达到26.9%

即时配送行业综述——相关政策

国家鼓励推进即时配送行业的规范化、智能化建设，规范了配送员等即时配送行业劳动者的权益保障机制，推进智能设备与即时配送行业的融合

即时配送行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见》	2022-01	国家发改委、市场监管总局	落实网约配送员等新就业形态劳动者权益保障相关政策措施，完善新就业形态劳动者与平台企业、用工合作企业之间的劳动关系认定标准，合理制定订单分配、计件单价、抽成比例等直接涉及劳动者权益的制度和算法规则。该政策规范了即时配送行业劳动者的权益保障机制
《“十四五”现代流通体系建设规划》	2022-01	国家发改委	要求加大北斗卫星导航系统推广，提高车路协同信息服务能力，探索发展自动驾驶货运服务。推进城际干线运输和城市末端配送有机衔接，探索丰富无人机、无人车等城市配送应用场景。该政策提升了即时配送订单在运输、配送全流程智能化水平
《“十四五”快递业发展规划》	2021-12	国家邮政局	要求推动快递新业态等领域立法，不断完善快递许可管理制度，推动地方完善快递相关法规规章。制修订设施设备、运营服务等快递相关标准。探索建立智能配送监管框架，完善相关法律法规和伦理审查规则。该政策加快了即时配送行业法规制度建设，推动了即时配送行业智能化发展
《商贸物流高质量发展专项行动计划（2021-2025年）》	2021-08	商务部等9部门	要求发展商贸物流新业态新模式。鼓励批发、零售、电商、餐饮、进出口等商贸服务企业与物流企业深化合作，促进自营物流与第三方物流协调发展。推广共同配送、集中配送、统一配送、分时配送、夜间配送等集约化配送模式，完善前置仓配送、门店配送、即时配送、网订店取、自助提货等末端配送模式。该政策为即时配送行业发展创造了良好市场环境
《关于政协十三届全国委员会第四次会议第1917号提案答复函》	2021-08	商务部	要求完善即时配送相关规划，推动“即时配送”、“无人配送”等商贸物流服务新模式，强化即时配送技术、智能设施、财税政策等多方面保障；要求培育发展新业态新模式，拓展即时配送消费场景，推动即时配送下沉渠道。该政策推动了即时配送行业均衡发展

来源：国务院，国家发改委，市场监管总局，国家邮政局，头豹研究院



第二部分：行业产业链分析

主要观点：

- 即时配送行业各产业环节中，上游移动支付等底层技术及工具发展已较为成熟；中游即时配送服务商中，平台自建运力市场份额具有优势；下游需求方中餐饮外卖类需求量最高
- 即时配送上游第三方移动支付、导航电子地图、云计算、物联网等行业的蓬勃发展为即时配送行业健康发展提供了坚实的保障；随着未来技术迭代演进，即时配送行业的业务履约效率将进一步优化
- 目前中游即时配送服务商类型主要分为平台自建运力及第三方专业即配运力，平台自建运力订单主要依托于平台，订单市场份额较高，但履约能力较局限；头部即时配送企业均配备众包配送运力节省成本
- 餐饮外卖行业仍是即时配送订单中占比最高的需求，中游即时配送服务商积极拓展配送领域，即时配送行业的潜在应用场景有待进一步挖掘



即时配送行业产业链分析——产业链图谱

即时配送行业各产业环节中，上游移动支付等底层技术及工具发展已较为成熟；中游即时配送服务商中，平台自建运力市场份额具有优势；下游需求方中餐饮外卖类需求量最高

即时配送行业产业链图谱



来源：各企业官网，物流与采购协会，头豹研究院

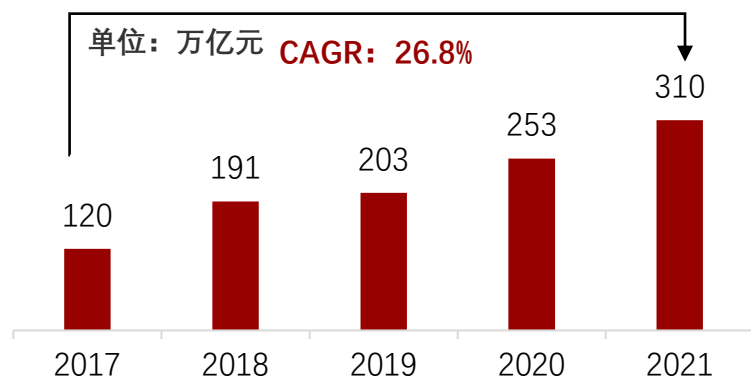


即时配送行业产业链分析——产业链上游

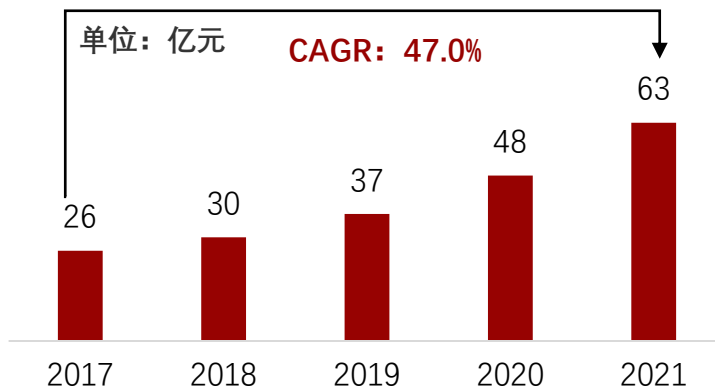
即时配送上游第三方支付、导航电子地图、云计算、物联网等行业的蓬勃发展为即时配送行业健康发展提供了坚实的保障；随着未来技术迭代演进，即时配送行业的业务履约效率将进一步优化

即时配送产业链上游主要构成

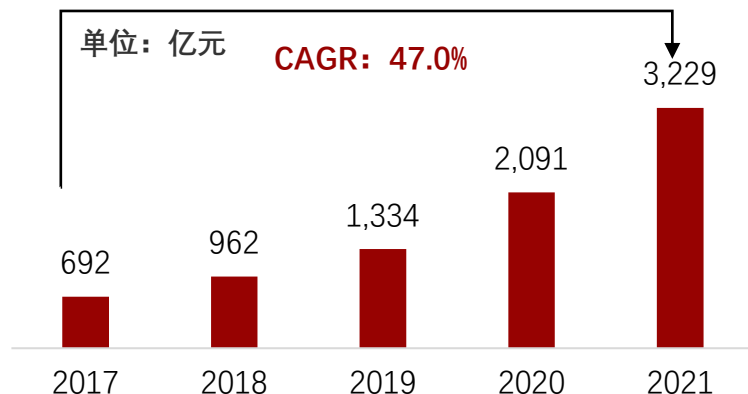
中国第三方支付市场交易额，2017-2021年



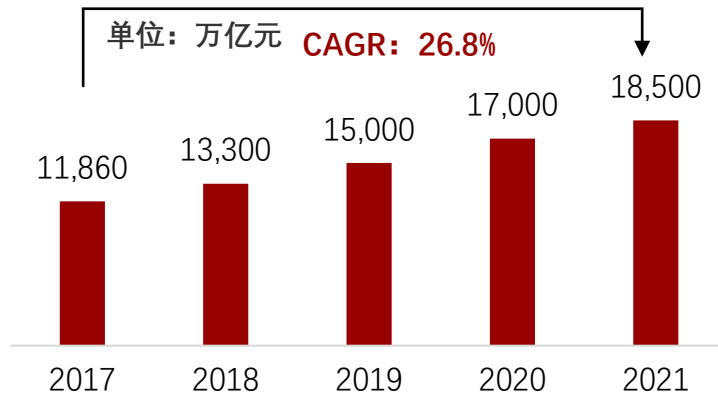
中国导航电子地图市场规模，2017-2021年



中国云计算市场规模，2017-2021年



中国物联网行业市场规模，2017-2021年



头豹洞察




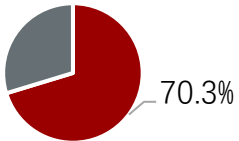

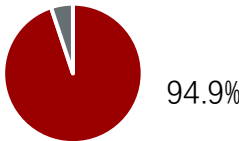
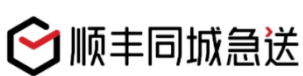
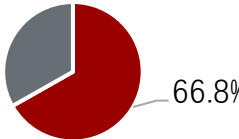
- 即时配送行业的从业者配送员在完成订单的过程中，需要运用一些软硬件技术进行订单管理、智能分析、用户地址解析、送餐路径规划，第三方支付、导航电子地图、云计算、物联网等行业的发展是即时配送行业健康发展的基本保障
- 云计算可以为即时配送提供可用的、便捷的、按需的网络访问，进入可配置的计算资源共性池，提供配送订单数据的收集、储存、分析，因此企业可投入较少的管理工作来提高整体运行效率
- 配送员在接到即时配送的新订单后，需要根据地图定位导航找到商家位置完成取餐后再根据导航配送。作为即时配送不可或缺的工具，导航电子地图行业2017至2021年年复合增长率达到了47%
- 中国第三方支付行业的发展为即时配送行业的下游需求端即时零售行业提供了极大的发展条件，便利化的支付方式顺应懒人经济下，2017至2021年复合年化增长率达26.8%
- 物联网技术可以应用取餐柜等智能装备和IOT云平台串联整个即时配送过程，使配送全过程更加数字化、便捷化，业务履约效率将进一步优化

即时配送行业产业链分析——产业链中游

目前中游即时配送服务商类型主要分为平台自建运力及第三方专业即配运力，平台自建运力订单主要依托于平台，订单市场份额较高，但履约能力较局限；头部即时配送企业均配备众包配送运力节省成本

即时配送行业中游配送服务商行业特征

- **订单渠道**：平台自建运力的订单主要依托于平台，订单量基数较为庞大，市场份额较高；但订单渠道相较第三方专业即配比较单一，服务场景及履约丰富度较为局限
- **核心客户**：平台自建运力的核心客户主要是自身平台餐饮外卖客户；第三方专业即配运力的核心客户主要是生鲜商超、餐饮运力医药等即时零售KD客户
- **运力构成**：头部即时配送企业均配备众包配送运力，众包运力利用自有平台调用闲散运力，服务商按单付费，大幅节省配送企业人力成本
- **单日订单**：顺丰同城凭借其在直播电商领域的订单，在2022年“双十一”期间单日总单量超1亿2千万单，帮助近场电商实现了“即购即达”配送模式

服务类型	运力构成	即时配送服务商	全国业务覆盖范围	核心客户	订单渠道	单日订单
平台自建运力	美团专送 美团众包 美团跑腿	 美团配送	 98.5%	美团外卖客户为主 部分个人跑腿订单	依托于平台，订单来源渠道相对单一固定，服务场景丰富性较低，履约能力较为单薄	最高突破4,000万
	蜂鸟专送 蜂鸟众包	 蜂鸟即配	 70.3%	饿了么外卖客户为主 部分个人跑腿订单		日均450万
第三方即配运力	达达众包 达达驻店	 达达快送	 94.9%	KA客户为主 京东落地配	订单来源渠道具有多样性与独立性，服务场景丰富，履约能力更全面	最高突破1,000万
	顺丰众包 顺丰专送	 顺丰同城急送	 66.8%	KA客户为主 顺丰落地配		高峰期订单超1.2亿

来源：各公司官网，头豹研究院

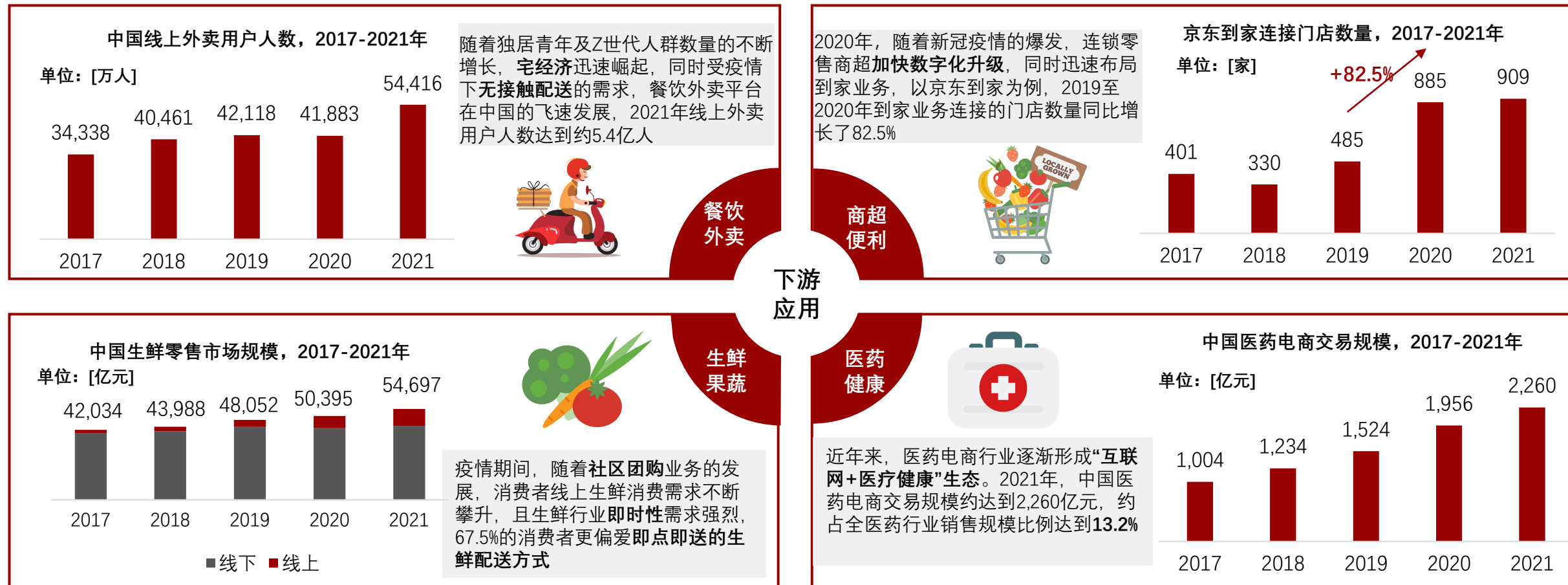


即时配送行业产业链分析——产业链下游

目前餐饮外卖行业仍是即时配送订单中占比最高的需求，中游即时配送服务商积极拓展配送领域，即时配送行业的潜在应用场景有待进一步挖掘

即时配送的应用场景

即时配送行业的行业发展起源于餐饮外卖行业，经过数年发展，即时配送订单中占比最大的依然是餐饮外卖，该占比在2019年有所下降但仍高达70%。与此同时，商超便利、生鲜果蔬、医药健康等具有时效性的品类订单量迅速增长，中游即时配送服务商积极拓展配送领域，即时配送涵盖业务逐渐广泛



来源：CNNIC，中国连锁经营协会，头豹研究院



第三部分：行业竞争格局

主要观点：

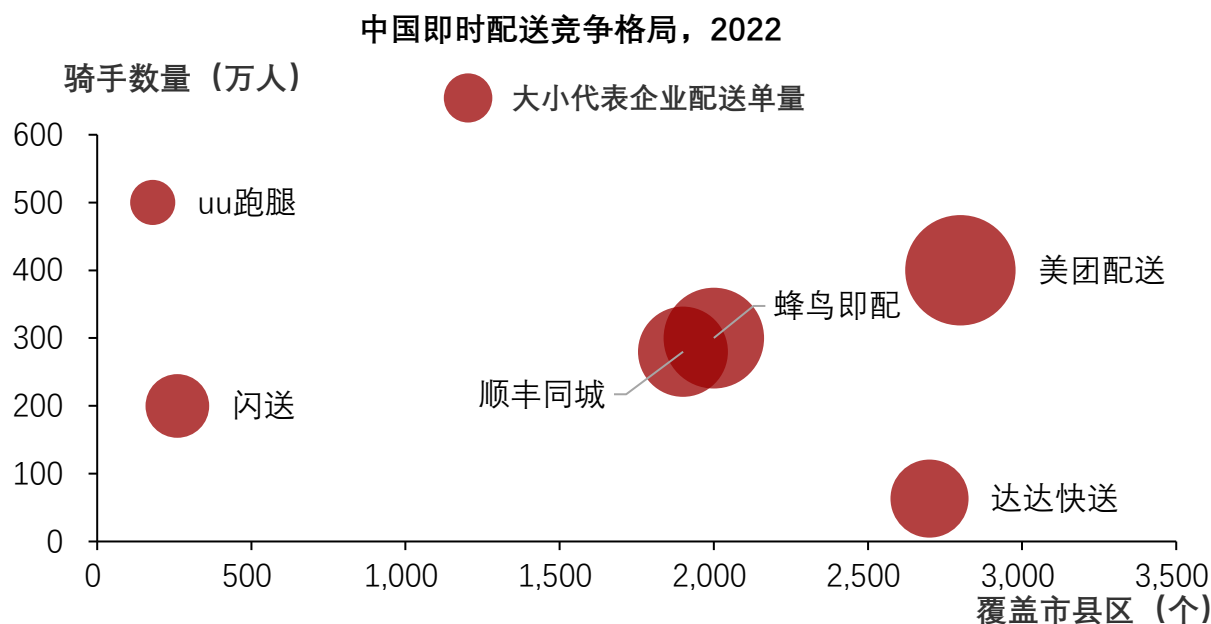
- 从行业整体竞争情况来看，美团配送和蜂鸟快送依托于餐饮外卖平台，配送单量优势显著；UU跑腿的配送员数量出现大幅增量；美团配送与达达快送服务已覆盖的市县区数量领先



即时配送行业竞争格局——竞争格局概述

从行业整体竞争情况来看，美团配送和蜂鸟快送依托于餐饮外卖平台，配送单量优势显著；UU跑腿的配送员数量出现大幅增量；美团配送与达达快送服务已覆盖的市县区数量领先

即时配送行业竞争格局



- 从骑手数量来看，近期UU跑男数量出现大幅增量，截至2022年12月已突破500万人；美团配送和蜂鸟快送依托于餐饮外卖平台，注册骑手数量优势明显
- 从即配服务覆盖范围来看，行业领先的美团配送与达达快送服务已经覆盖的市县区数量比较接近，近一年内顺丰同城所服务的区域覆盖范围迅速扩张
- 从配送单量来看，2022年美团配送订单有望突破百亿，蜂鸟即配日均订单达到450万，全年超10亿单的即配企业已接近五成

应用领域	主要服务商	服务注重	客单价	主要客户
餐饮外卖	美团配送 蜂鸟即配	时效性强、需求时段集中，需要专业、定制化配送	10-50	美团外卖、饿了么
生鲜果蔬	顺丰同城 达达快送	非标化特征，涉及冷链，需要全环节、标准化配送	20-80	盒马鲜生、叮咚买菜
商超便利	顺丰同城 达达快送	品类多样、商品重量较大，需要多场景、差异化配送	50-200	7-Eleven、沃尔玛
医药健康	达达快送 蜂鸟即配	需求紧急、全天候的特征，需要及时、全时段的配送	20-100	海王星辰、百姓大药房
鲜花绿植	蜂鸟即配 美团配送	易枯萎、易受损特征，需要多场景、稳定的配送	80-300	花加、花点时间
近场服务	顺丰同城 达达快送	多样性和不确定性，需要注重时效、多场景配送	-	个人、企业

来源：中国物流与采购杂志，各企业官网，头豹研究院



即时配送行业企业推荐——美团配送

美团配送作为美团旗下的即时物流平台，依托平台流量覆盖了广泛的配送网络；美团配送自主研发的“超脑”即时配送系统，实现了即时配送全链路的精准感知、智能决策和高效执行

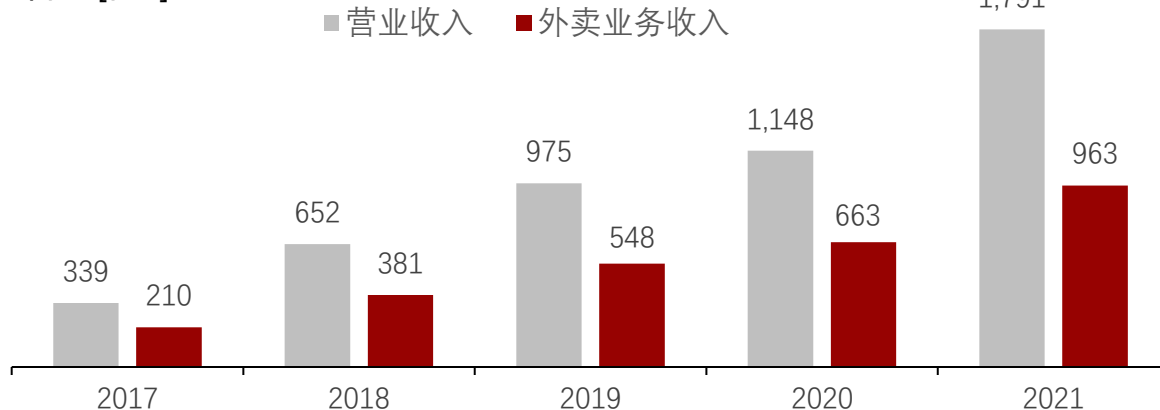
企业简介



- 美团配送是上海三快科技有限公司（以下简称“美团”）旗下的即时物流平台，拥有强大的实时配送网络，满足商户、消费者的多种需求。美团以其平台流量为中心枢纽，紧密联系各业务参与方并打造闭环生态，能够根据不同场景，为不同规模和不同业态的商家提供定制化的物流方案和全方位的高效配送服务
- 从2013年第一个订单产生至今，目前美团配送单日完成订单量突破**4,000万**，平均每单配送时间仅为30分钟，已经连接起**630万商家**、**4.6亿消费者**、**近400万骑手**以及其他各类生态合作伙伴。截至目前美团配送已覆盖全国2800个市县，拥有超万个配送站点；**美团配送最重要的渠道订单来源是美团外卖**，2021年，美团外卖营业收入达到963亿元，约占美团整体营业收入的54.0%

美团业务营收情况，2019-2021

单位：[亿元]



美团配送核心竞争力

1

配送网络广泛

美团配送的即时配送网络依托于美团平台的流量，**覆盖品类较为丰富**，除服务于美团自营的外卖业务外，还涵盖商超便利、果蔬生鲜等；**提供多样化服务模式**；**覆盖地域广泛**达到2,800个市县；**时效较快**，3公里一般可在30分钟内送达；全年24小时**不间断**提供服务；近400万骑手保障了**运力稳定充足**

2

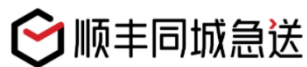
自研配送系统

美团历时三年，自主研发了“**超脑**”即时配送系统，借助机器学习、运筹优化和IoT等关键技术手段，突破了复杂地理数据精准识别、千亿级骑手轨迹挖掘、城市级全局并行优化调度、毫秒级配送路径规划、骑手智能助手等关键技术难题，构建了完整、高效的即时配送整体技术体系，实现了**即时配送全链路的精准感知、智能决策和高效执行**

即时配送行业企业推荐——顺丰同城

顺丰同城已于2021年在港交所主板成功上市，作为目前国内规模较大的独立第三方即时配送平台，顺丰同城整体运营能力较强

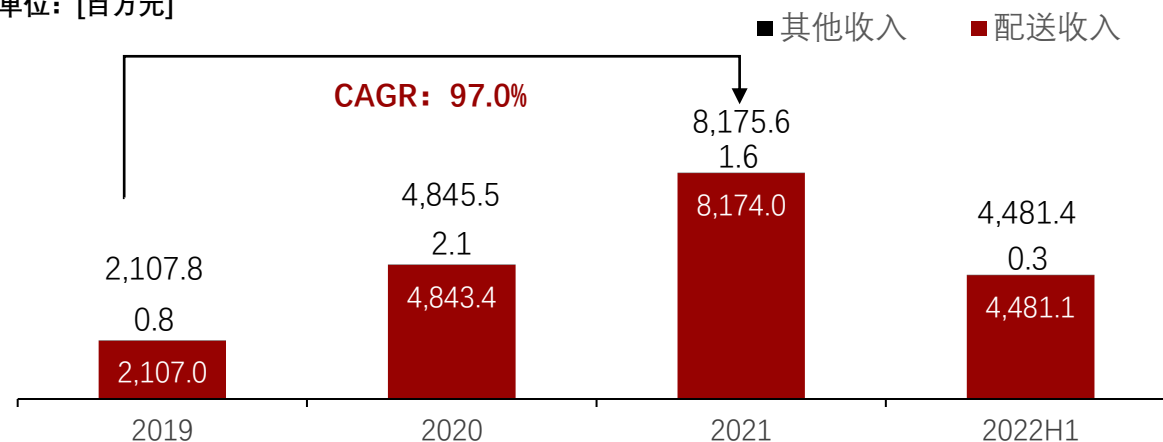
企业介绍



- 杭州顺丰同城实业股份有限公司（以下简称“顺丰同城”）是目前国内规模较大的独立第三方即时配送平台。顺丰同城覆盖了新消费时代四大主要场景：**本地餐饮、同城零售、近场电商和近场服务**
- 顺丰同城自2016年开始聚焦即时配送领域，2021年顺丰同城完成了品牌全面升级，构建了以“专业高端急送”为核心的品牌定位，并宣布了“亚洲飞人”苏炳添为品牌代言人，于同年12月在港交所主板成功上市
- 截至目前，顺丰同城作为本地生活即时配送服务商，活跃商家**29.9万**、合作品牌超**2,900家**、活跃消费者**1,230万**，业务范围已覆盖全国**1,900多个**市县（含最后一公里），可满足餐食茶饮、蔬果生鲜、商超便利、蛋糕鲜花、医药用品、服装汽配等全场景即时配送需求

顺丰同城营收情况，2019-2022H1

单位：[百万元]



美团配送核心竞争力

1

“独立第三方”定位

顺丰同城的“独立第三方”定位成为其独特优势和核心竞争力所在。从**反垄断**角度看，第三方平台符合国家反垄断的要求和流量分散化的趋势。从需求端看，顺丰同城作为第三方平台可以将**服务定义权交还商家**；同时商超零售、生鲜电商等流量平台需要一个**脱离流量竞争**的第三方配送平台进行服务；除此之外美团、饿了么等平台在高峰时段也需要第三方平台进行**运力补充**

2

品牌力

依托于**母品牌“顺丰快递”**在广大客户心中较深的知名度，顺丰同城的在品牌力上具备先天优势。品牌力的优势会随着服务场景**多元化和非标化**逐渐凸显，目前顺丰同城注册骑士超200万，稳定、优质的**履约服务**是影响即时配送行业市占率的关键因素。从顺丰同城营收情况来看，2021年整体营收达到了81.7亿元，较2019年复合年增长率达到了97.0%，**整体运营能力较强**

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极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，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，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。
- ◆ 头豹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。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。



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**，以及其他以企业为基础，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



备注：数据截止2022.6

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”，手机可便捷阅读研报

◆ 头豹交流群：可添加企业微信13080197867，身份认证后邀您进群

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

