



中国即时物流行业研究报告

点我达&艾瑞咨询联合发布

2019年



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。



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**快递末端配送市场**以及**新零售市场**。



对快递配送运力的补充将成为快递企业亟待解决的问题，同时这也将成为即时物流企业的潜在市场，即时物流企业利用自家**运力的空闲时间段**来承接快递的**最后一公里配送**。



线上线下融合作为新零售的典型标签，同时也反映出在新零售供应链的建设中物流的重要性，尤其是在末端配送环节中对即时物流的需求。



- To B类企业需要寻找更多业务拓展的可能性，以保持订单规模与运力规模的平衡；To C类企业也将不满足于狭窄的市场空间。随着行业逐渐成熟，两种企业将会加紧在业务类型上的互相学习及互相**融合渗透**。
- 随着用户即时需求和即时物流的发展，行业内各企业会愈加重视**对骑手的运营和人文关怀**，既为骑手提供更好的支持和帮助，也为消费者提升了运力服务水平。

即时物流的定义及服务范畴

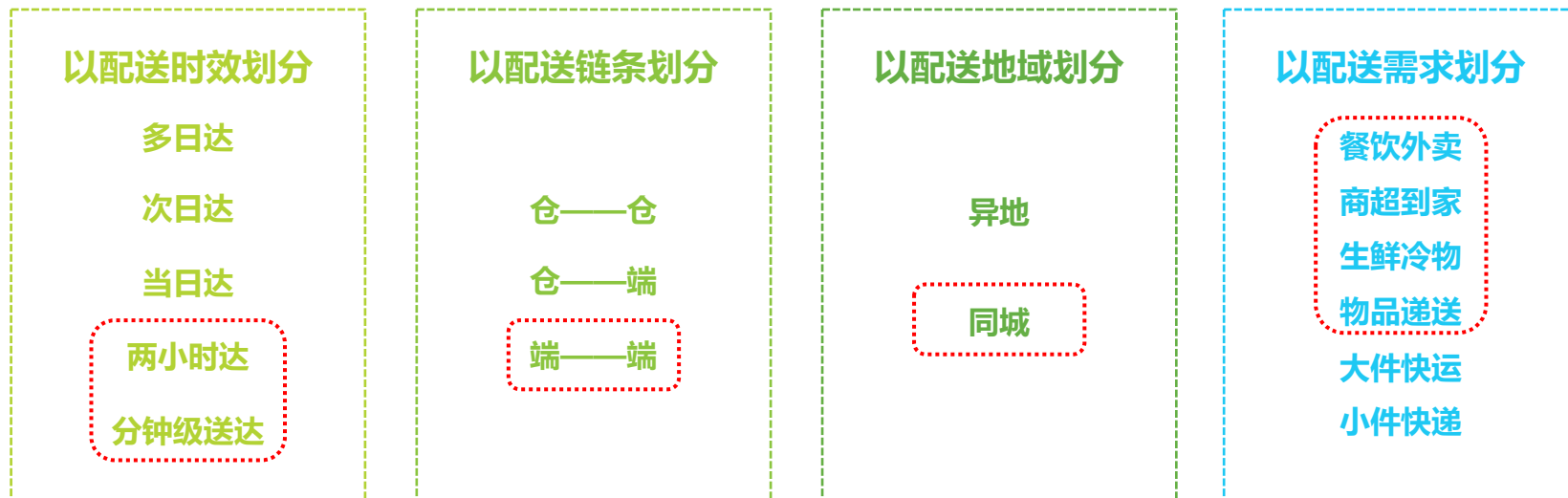
从即时物流1.0到即时物流2.0

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”概念由点我达创始人赵剑锋在2009年提出。

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。

核心区别：第一，此前，门到门即为极速送达，极速送达一定是基于数据且靠技术驱动，而点对点或多点对多点都是基于实现路径和表述方式实现；第二，即时物流需要实时全局调度、实时运力匹配及实时需求满足。因此在现阶段，即时物流行业产生了更多业务场景的需求和更丰富多元极速送达的场景。

2019年即时物流服务范畴划分



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。

即时物流的存在形式

可承担成本压力及订单规模影响运力组织形式，用户需求类型决定配送模式

在即时物流的发展过程中，不同的需求类型会催生不同的存在形式，例如众包和自建两种运力组织形式，以及并单配送和专人专送两种配送模式。而正是由于多种不同需求类型的存在，才会使得即时物流市场更加多元化且即时物流服务方式更加多样化。

2019年即时物流运力组织形式及配送模式分析

两种 运力组织 形式

众包 模式

模式：利用社会闲散运力，通常的薪酬计算方式为按订单量计算提成。
优势：运力招募迅速，平台化模式轻，实现物流配送劳动力的增加以及配送效率的提升。
劣势：运营门槛高，难度大。

自建 模式

模式：以自营的形式招募骑手，通常的薪酬计算方式为底薪+提成。
优势：管控力度强，服务品质、服务时效均有保障。
劣势：运营成本高，需要高订单量维持运力规模。

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。

典型代表需求：
餐饮外卖

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。

典型代表需求：
物品递送

发展环境分析

1

实现路径与关键市场分析

2

企业案例

3

趋势展望

4

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/367042053022006142>