

中国即时配送行业趋势研究报告

©2022.3 iResearch Inc.



中国即时配送行业背景及现状

1

中国即时配送行业新趋势及新业务方向

2

中国即时配送行业玩家新业务

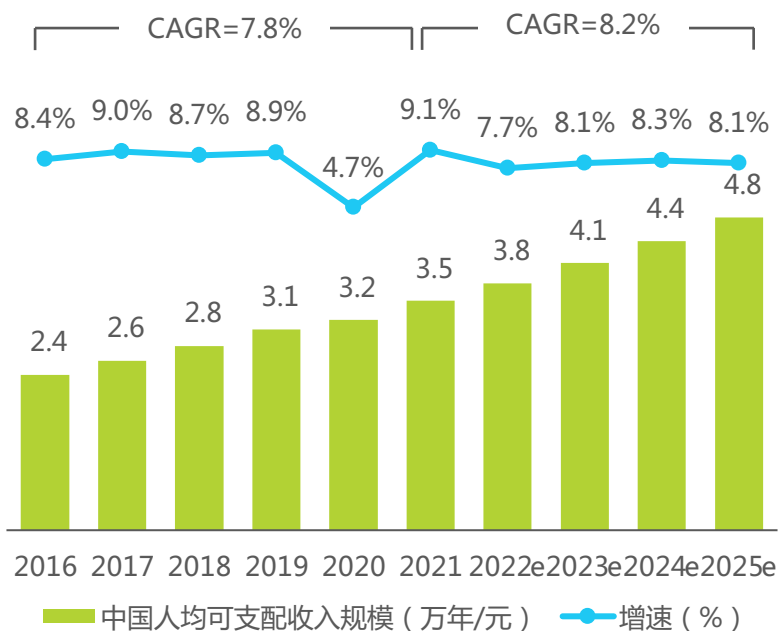
3

中国即时配送行业宏观驱动（1/3）

居民可支配收入提高，消费能力和消费意愿增强的背景下，居民对高质量服务需求增多

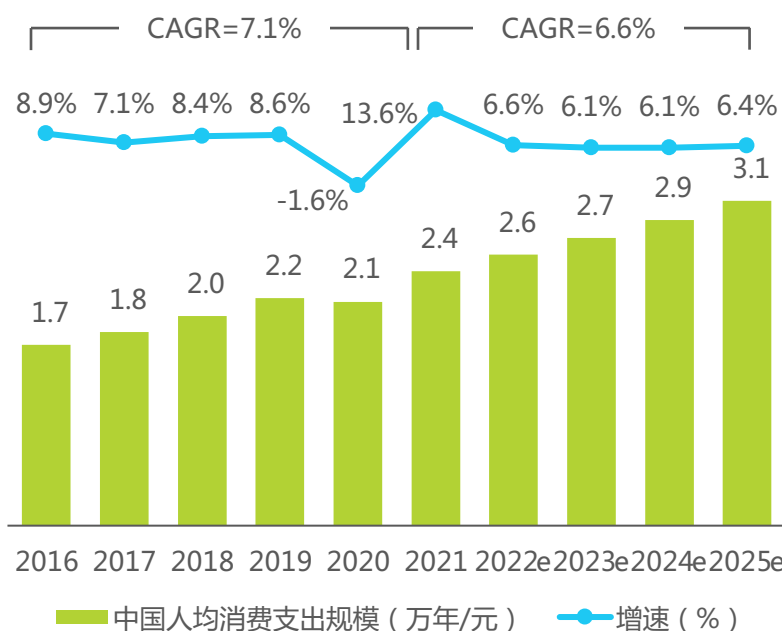
2020年，中国居民人均可支配收入为32,189元，增速4.7%，同GDP增速，受新冠肺炎疫情影响，相较前几年显著降低。同年受可支配收入影响，中国居民人均消费支出为21,210元，增速为-1.6%。但随着国内疫情的动态清零，2021年我国人均可支配收入和人均消费支出已基本恢复疫情前水平，分别约为3.5万元/年和2.3万元/年，预计在未来会进一步提升。可支配收入提升带动消费能力和消费意愿的不断增强，推动消费升级，具体表现为居民开始对所消费产品及服务提出包含品质化、多元化、个性化、便捷化等维度在内的更高要求。

2016-2025年中国人均可支配收入规模及增速



来源：国家统计局，国家数据，2022-2025年数据由艾瑞预测。

2016-2025年中国人均消费支出规模及增速



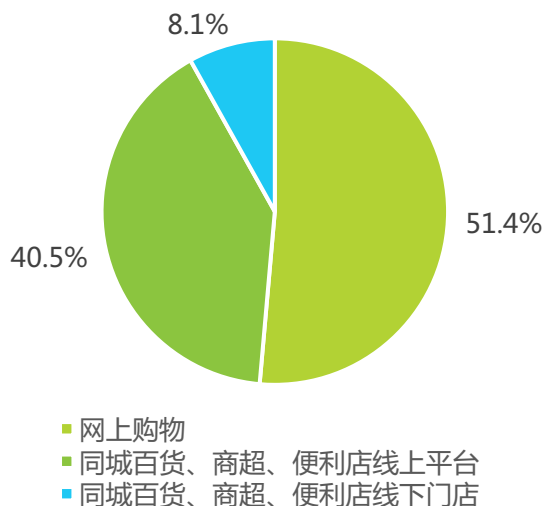
来源：国家统计局，2022-2025年数据由艾瑞预测。

中国即时配送行业宏观驱动（2/3）

疫情加速居民消费线上化，线上下单、线下送达成为后疫情时代消费者新特征

新冠疫情期间，大量线下业态陷入停摆状态，促使各行各业的商户积极拥抱线上化。同时，由于全国多地小区的封闭化管理措施，居民即时消费行为逐渐由线下切换为线上。供需双方的共同推动，推动同城即时消费在疫情期间迎来爆发。即使进入疫情常态化防控阶段，线下活动日渐恢复，供给端的结构性变化与需求端习惯的养成使得线上下单、线下送达模式已然成为新常态。根据艾瑞用户调研结果显示，为解决日常所需，超90%的用户更倾向于在线上消费。并且，值得注意的是，受益于此，即时配送行业发展被按下“加速键”。根据艾瑞用户调研结果，与2019年疫情发生前相比，67.1%的用户认为使用配送平台服务频次增加，即配需求增势明显。

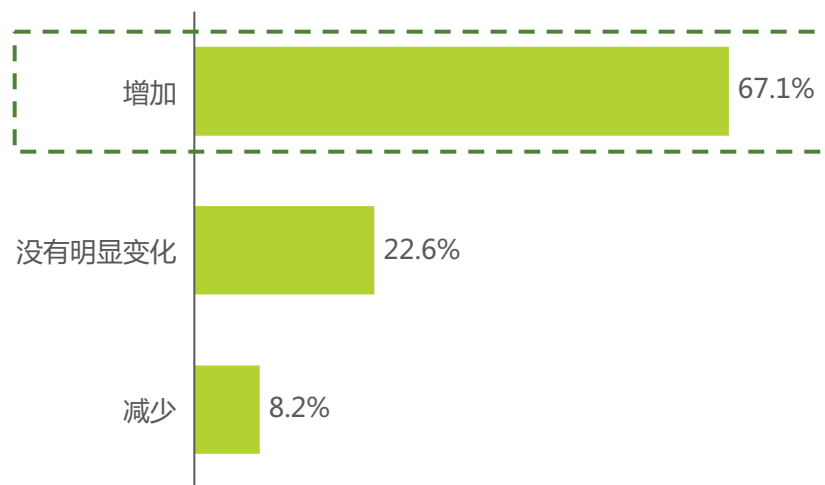
2021年即时配送服务行业用户行为调查



样本：N=2000，于2021年4月通过问卷星在线调研平台调研获得，问卷中有0.6%的无效回答已剔除。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

与2019年疫情发生前相比用户使用配送平台服务频次变化情况



样本：N=2000；于2021年5月通过在线调研形式调研获得，问卷中有2.1%的无效回答已剔除。

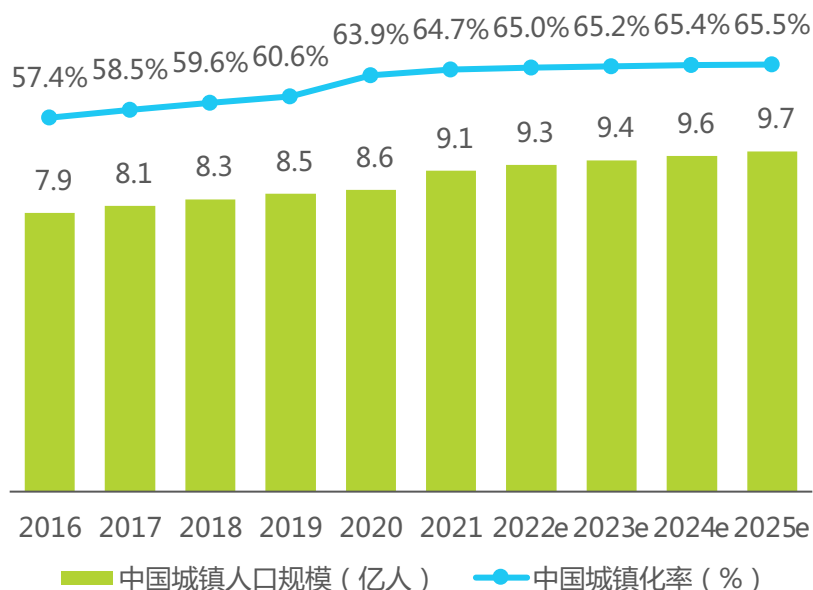
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国即时配送行业宏观驱动（3/3）

中国城市化进程持续推进，一二级城市消费者的消费习惯逐步下沉

通过基础设施的逐步完善、区域人口的进一步集聚，城镇化为下线城市的商业发展以及居民消费的释放创造了有利环境。2021年，中国城镇人口规模已超9亿人，城镇化率达到64.7%。**未来随着中国城镇人口的不断扩大与城镇化率的不断提升，将逐步激发更多低线地区居民多样的、未被满足的消费需求。**基于此，包含同城即时消费在内的新消费理念与模式通过层层渗透将日渐普及，进而拓展、增强即时配送行业进入更多地区获得进一步发展的可能性。

2016-2025年中国城镇人口规模及增速



中国不同线级城市线上消费发展情况及服务商布局对比

城市线级 ¹	城市化水平 ²	线上消费成熟度 ³	线上消费发展情况	即配服务商布局
一线城市	高	高	渗透率高，各类渠道多头并进为线上消费新模式的试验田；多渠道线上消费已成常态。	玩家完善布局，走向非餐品类的拓展及服务专业化的提升
新一线城市			渗透率较高，各类渠道多头并进，发展略慢于一线城市；多渠道线上消费习惯渐成。	
二线城市			渗透率略高，中心化电商高渗透，新型电商快速发展；多渠道线上消费进入萌芽阶段	头部玩家加速渗透覆盖城市
三线及以下城市	低	低	渗透率较低，部分地区中心化电商仍存发展空间；多渠道线上消费仍待开拓。	

注释：1.以第一财经相关报告划分不同城市线级；2.城市化水平综合考虑城市规模、人口规模、基础设施建设完备程度等维度进行评述；3.线上消费成熟度综合考虑线上消费渗透率、消费渠道的多样、消费频次等维度进行评述。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

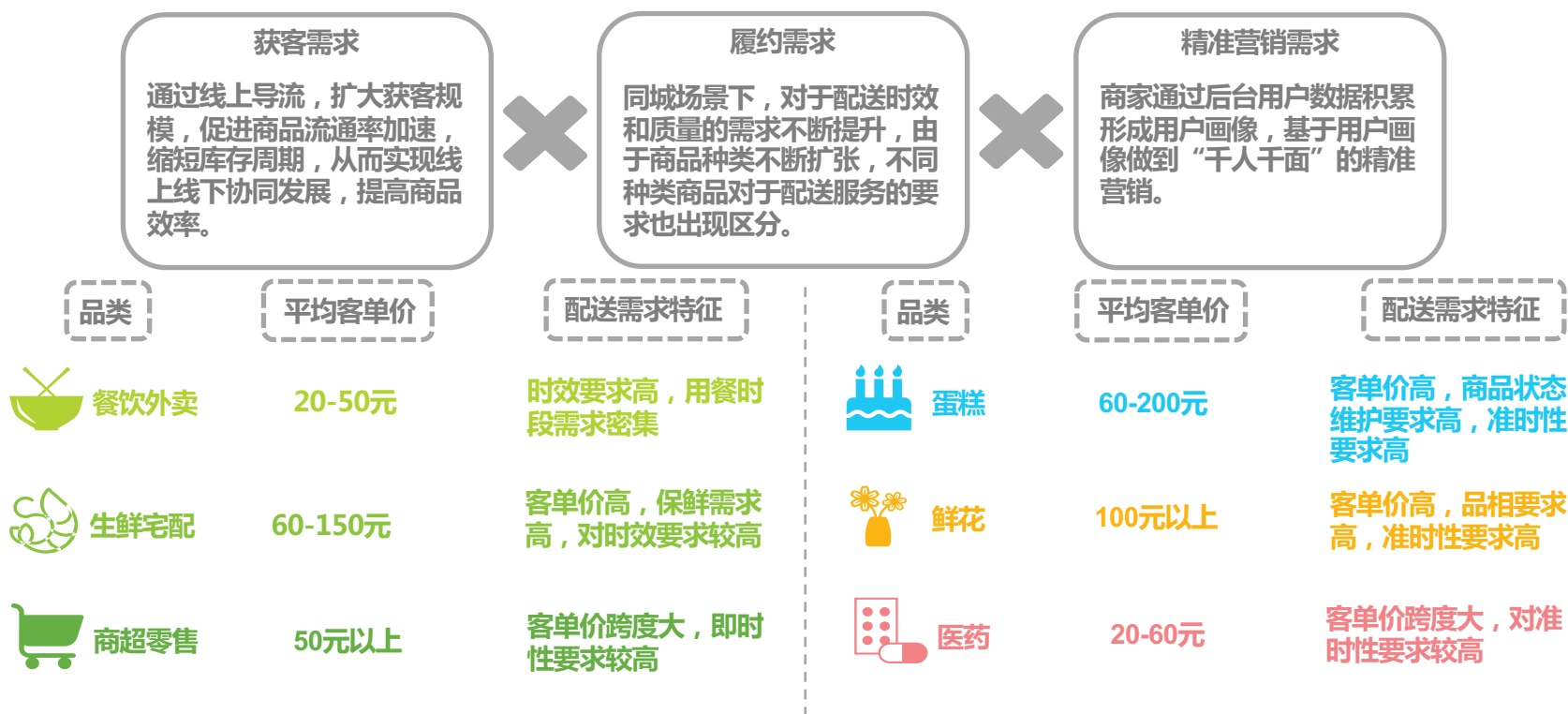
来源：国家统计局，2022-2025年数据由艾瑞预测。

中国即时配送行业需求驱动（1/3）

B端需求：全渠道形态发展，伴随流量多极化，非餐需求快速扩容

即时配送行业的兴起契合了商家期望通过提升流量和服务品质从而保证客户粘性的需求，近年来，在头部电商企业带动下，全渠道零售快速发展，即时配送品类也从早期的餐饮外卖，拓展到生鲜宅配、商超零售、鲜花蛋糕、医药配送、服装鞋帽、3C电子、美妆等品类。伴随即时配送消费场景的持续拓展，即时配送行业获得强力推动。

全渠道零售发展，非餐需求扩容



来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院研究及绘制。

中国即时配送行业需求驱动（2/3）

C端需求：新消费纪元下，消费者从外卖向跑腿代办的需求扩展，使其对于即时配送服务的依赖不断提高

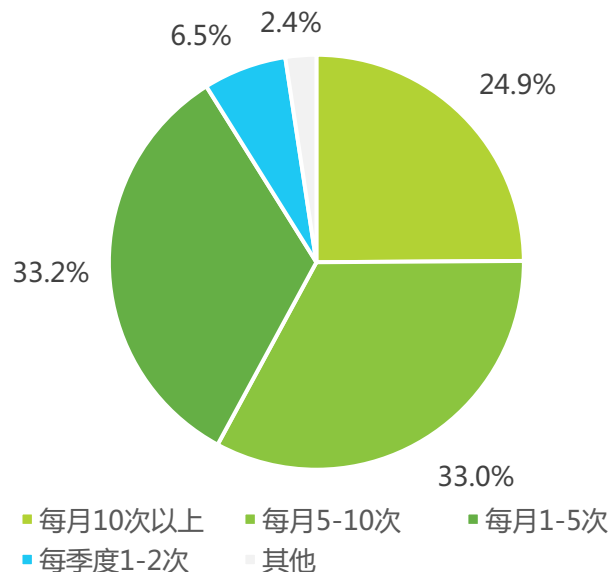
即时配送行业的崛起离不开外卖行业的兴起，直至今日，其仍为即时配送行业向前发展的重要驱动力。但同时，值得注意的是，伴随着服务商履约能力的提升及消费升级，**用户线上消费需求已从单一的外卖场景拓至同城范围内更多元化的商业场景，品类也从餐食饮品开始拓至生鲜果蔬、粮油米面、3C数码等**。在即配行业发展驱动力呈现多极化的趋势之下，消费者对于即时配送服务的依赖度进一步提升。根据艾瑞消费者调研数据显示，近25%的消费者每月使用即配服务达10次以上，而每月至少使用一次即配服务的消费者已超90%。

消费者即时配送服务场景对比分析

消费场景	品类概览	消费频次	客单价	渗透率情况	渗透方向
 餐饮外卖	- 餐食 - 现制饮品	极高	低	发展时间长， 渗透率高，增速已逐渐放缓	即时配送服务需求不断提升
 同城零售	- 生鲜果蔬 - 粮油米面 - 日化用品 - 蛋糕甜品	高	较低	疫情催化，相关电商快速发展， 渗透率快速提升	
 近场电商	3C数码 - 鞋帽服饰 - 化妆品	低	高	疫情催化，相关电商快速发展， 渗透率逐步提升	
 近场服务	- 帮买帮送 - 到家服务 - 代排队	较低	较高	渗透率较低，仍处于市场教育阶段，但 部分高线城市已初见渗透	

来源：艾瑞咨询研究院研究及绘制。

消费者即时配送服务使用频次分布



备注：《即时配送服务用户调研》所调研用户均为有即时配送服务使用经历的个体消费者

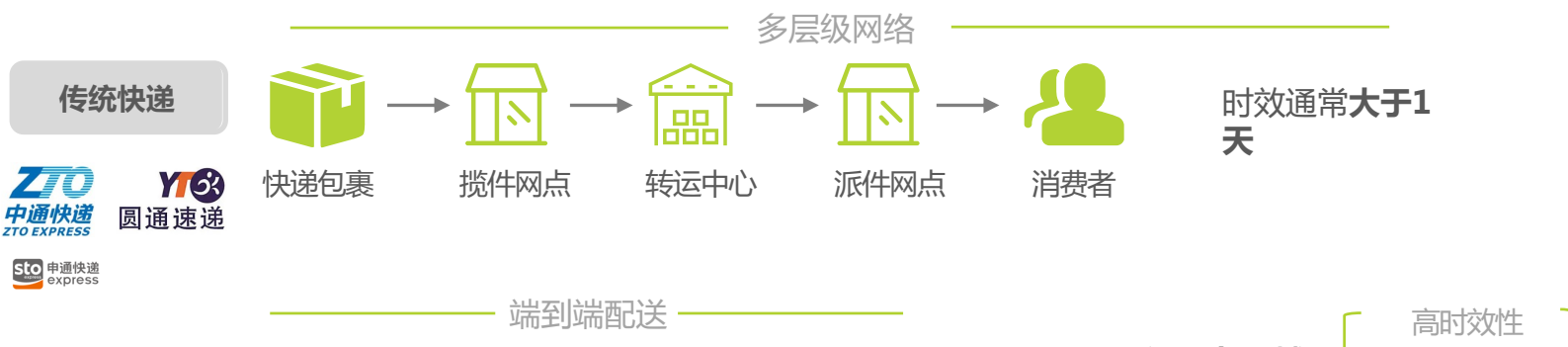
来源：N=2000，艾瑞咨询于2021年3月通过iUserSurvey调研获得。

中国即时配送行业需求驱动（3/3）

消费者对于时效的需求逐步提高，引导同城快递等服务通过即时配送服务达成

伴随网络零售持续深入居民生活，消费者对网络零售及其配套服务的要求也逐步提高。其中，履约配送时效的提高成为快递业的优化方向之一。传统快递业务体系内，同城的快递业务需要经由收发转派完整业务流程，同城快递订单时效通常会超过一天，对比来看，即时配送服务是端到端配送，不涉及中转等中间环节，可以显著提升时效，当日达甚至可实现同城快速的即时送达。因此，同城快递等业务逐渐由即时配送服务商帮助完成，来满足消费者对时效的高要求。

传统快递与即时配送在同城快递场景下比较



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_39855

