

行業概覽

本節及本文件其他部分載列的若干資料、統計資料及數據，乃摘錄自各類政府官方刊物及其他公開可得刊物，以及我們委託行業顧問灼識諮詢編製的報告。來自政府官方來源的資料未經我們、聯席保薦人、[編纂]、彼等各自的任何董事、高級職員、僱員、代理、顧問或代表或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實，亦不就其準確性、可靠性或完整性發表任何聲明。

資料來源

我們委聘提供行業諮詢服務、商業盡職調查及戰略諮詢的獨立市場研究及諮詢公司灼識諮詢對中國一體化供應鏈物流解決方案市場進行詳細研究及分析。我們已同意就編製灼識諮詢報告向灼識諮詢支付費用人民幣620,000元。我們已將灼識諮詢報告的若干資料納入本節以及本文件的「概要」、「業務」、「財務資料」及其他部分，以向潛在投資者全面介紹我們經營所在的行業。

灼識諮詢利用各類資源進行了一手和二手研究。一手研究包括採訪主要行業專家和領先的行業參與者。二手研究涉及分析來自各種公開數據來源的數據，如中國國家統計局、中國物流與採購聯合會等。

灼識諮詢報告乃根據以下主要假設編製：(i)中國整體社會、經濟及政治環境預期於預測期內保持穩定；(ii)相關關鍵行業驅動因素可能於預測期內推動中國一體化供應鏈物流解決方案市場發展；及(iii)並不存在可能對市場產生巨大或根本性影響的極端不可抗力或不可預見性行業法規。

中國物流行業分析

中國物流行業概況

物流行業的高效運作依賴於健全基礎設施的建設與數字化轉型的加速推進。近年來，中國公路、鐵路、水路和航空四大運輸路徑的基礎設施建設穩步推進，為提升效率和降低成本提供了堅實保障。在經濟復蘇和行業內生動力增強的背景下，物流業正向高價值、高質量、高效益的發展模式轉型。

製造業作為全球經濟增長的關鍵引擎之一，其龐大的物流需求構成物流行業發展的重要動能。2025年全球GDP總量達117.2萬億美元，由製造業貢獻的增加值達17.7萬億美元，約佔全球GDP總量的15%。其中，中國製造業增加值(指中國境內發生的所有製造活動所產生的價值，不包括中國企業在境外的製造產出)從2020年的3.9萬億美元增長

行業概覽

至2025年的4.9萬億美元，複合年增長率達5.0%。2025年中國製造業增加值佔全球製造業總增加值的約30%，穩居世界首位，是第二位美國的1.66倍。中國製造業的龐大規模和持續增長態勢，不僅為中國物流行業提供了穩定的存量市場需求，更通過產業升級與供應鏈優化持續釋放增量需求，並進一步推動物流行業向精細化、智能化方向發展。此外，隨著中國製造業規模與技術的持續進步，其製造能力已深度融入全球產業鏈。通過在東南亞、南亞、拉丁美洲等地區建立工業園區與海外工廠，中國已在多個領域實現從「產品輸出」到「產能輸出」的重大轉變。中國製造業的廣泛全球化擴張為物流業帶來了全新且多元的需求。這不僅要求構建更廣泛、更高效、更可靠的全球物流網絡，還需提升物流服務商在跨境供應鏈合規與全球資源配置方面的專業能力，最終促成製造業與物流業在全球並行發展的高效聯動。

中國物流行業市場規模

衡量物流行業運營成本的重要指標為社會物流總費用，該指標涵蓋國民經濟各領域因物流活動所發生的各項支出。2025年中國社會物流總費用達到人民幣19.5萬億元，佔當年GDP的13.9%。2024年，國務院辦公廳印發了《有效降低全社會物流成本行動方案》，明確提出到2027年力爭將社會物流總費用與GDP的比率降至約13.5%的目標，並統籌推進物流成本的實質性下降。在持續推進降本增效舉措、優化全國物流資源配置以及加強物流各環節協同的背景下，社會物流總費用與GDP的比率預計將在未來幾年保持穩步下降。

按照運營模式，中國物流行業可分為自建物流和第三方物流。在企業運營過程中通常涉及採購、生產、銷售等環節的物資流轉。

- **自建物流：**自建物流指企業通過自主投資與建設內部物流中心，運用自有倉庫、運輸車輛、裝卸設備等物流設施，搭建適配的物流管理系統。該等系統由公司內部物流團隊運營和管理。
- **第三方物流：**第三方物流指企業採用專業物流服務提供商所具備的規模化物流設施、成型的物流網絡、標準化運營體系和專業化服務能力，來滿足其供應鏈各環節物流活動需求的業務模式。

相比於自建物流，第三方物流服務商能夠憑藉已有資源、管理經驗、高效物流運作體系等優勢為企業提供專業、可視化、低成本的物流作業，同時為物流需求方避免自建物流體系帶來的大量初始成本。物流需求方通過將物流業務外包給第三方服務商，可有效降低供應鏈成本並提升運營效率，因此第三方物流逐漸受到更多企業的青睞。在供給和需求均在增長的背景下，中國第三方物流市場規模不斷擴大，按物流費用計，從2020年的人民幣6.5萬億元增長至2025年的人民幣9.2萬億元，市場規模佔社會物流總費用的比例從43.9%提升至47.0%。預計到2030年，該市場規模將進一步增長至人民幣

行業概覽

12.6萬億元，佔比將進一步增長至51.3%，屆時第三方物流的市場規模將超過自建物流的市場規模。

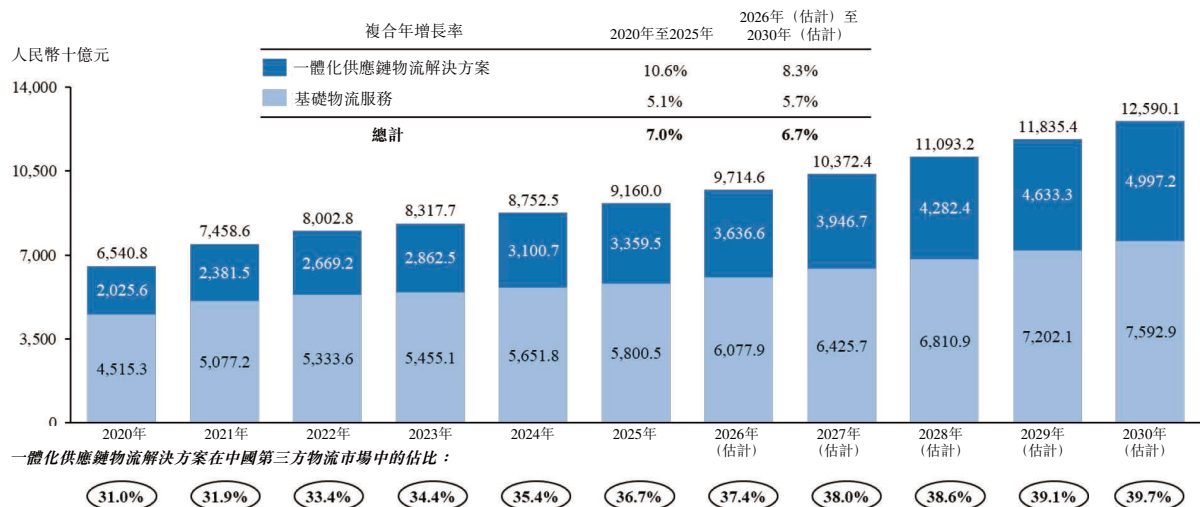
中國一體化供應鏈物流解決方案行業分析

中國一體化供應鏈物流解決方案行業市場規模

在中國第三方物流市場中，物流服務按照業務環節的覆蓋度可分為一體化供應鏈物流解決方案和基礎物流服務，其中，一體化供應鏈物流解決方案指物流服務商為同一客戶提供覆蓋兩個及以上業務環節的供應鏈解決方案，可整合分散的物流服務環節，致力於賦能企業供應鏈全鏈路的降本增效，滲透到行業的每一個業務板塊，助力企業構建智能供應鏈。相反，基礎物流服務包括單一環節的物流服務以及臨時性的物流服務。在基礎物流服務模式下，物流服務商通常提供標準化、模塊化的物流服務，其服務整合度較低，服務定製化程度與深度相對有限，難以深入到客戶的供應鏈管理體系。

由於一體化供應鏈物流解決方案具有全鏈路協同的降本增效優勢、服務柔性生產能力、響應碎片化訂單能力、高信息可視化水平及智能化技術驅動等核心價值，能夠滿足製造業等各大產業對供應鏈優化升級的需求，近年一體化供應鏈物流解決方案受到各行業鏈主企業及更多中小製造企業的青睞，推動中國一體化供應鏈物流解決方案的市場規模高速增長，已從2020年的人民幣20,256億元增長至2025年的人民幣33,595億元，複合年增長率達到10.6%，超過第三方物流行業的平均增速。一體化供應鏈物流解決方案在第三方物流中的滲透率將持續提高，其市場規模佔中國第三方物流市場比例預計在2030年將達39.7%。

中國第三方物流行業市場規模，按服務類型劃分，2020年至2030年（估計）



資料來源：國家統計局、中物聯、灼識諮詢報告

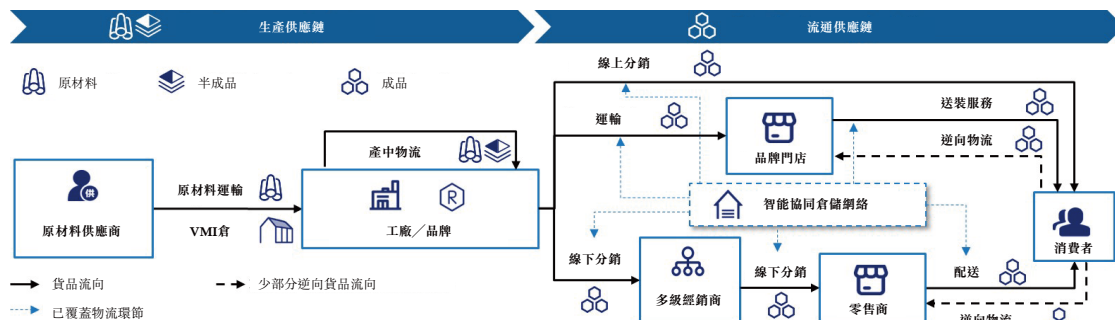
行業概覽

中國一體化供應鏈物流解決方案市場按服務節點可分為生產物流解決方案及流通物流解決方案。在一體化供應鏈物流解決方案中，於原材料、半成品及產成品階段發生的物流活動歸類為生產物流解決方案，而於產成品交付階段發生的物流活動則歸類為流通物流解決方案。

傳統的基礎物流服務在生產端和流通端均存在明顯痛點。在製造業供應鏈中，生產端的挑戰主要在於產業鏈協作薄弱。缺乏供應鏈範圍內的數據共享造成了信息盲點，延遲了上下游企業之間的協調，並可能引發牛鞭效應，導致需求預測不準和資源浪費。此外，工廠營運數字化程度不足，以及缺乏廠內物流能力(如自動化物料搬運和可視化監控)，降低了物料週轉效率並阻礙了原材料流通與生產之間的協調。在流通端，主要痛點是流通效率低下和存貨管理不善。成品流通通常涉及複雜的多級供應商和經銷商網絡，但在基礎物流服務下，不同環節的信息系統通常分散，導致信息傳輸延遲。由於缺乏實時數據支持，路徑規劃難以優化，這增加了流通成本並延長交付週期。同時，較弱的端到端存貨可視性往往導致整個供應鏈中的存貨積壓和資金佔用。

相較於基礎物流服務商，一體化供應鏈物流解決方案提供商能夠通過端到端協調和數字化能力解決該等痛點。在生產端，他們可以部署供應商管理存貨(VMI)倉庫，使原材料供應與生產計劃同步。在流通端，他們可以構建智能倉儲和配送網絡，實現一盤貨統倉和動態調配，從而降低存貨水平並提高訂單完成率。

中國一體化供應鏈物流解決方案示意圖



資料來源：中物聯、灼識諮詢報告

目前，流通端一體化供應鏈物流解決方案的滲透率已達到相對成熟的水準，由於分銷活動本身具備多節點與跨區域的特性，對專業倉儲網絡及配送體系以支持全渠道銷售形成強烈需求。於2025年，流通端一體化供應鏈物流解決方案市場規模達人民幣31,481億元，佔整體一體化供應鏈物流解決方案市場的93.7%。在生產端，原材料運輸傳統上由上游供應商負責，而產內物流通常由製造商自行管理。然而，隨著企業追求更深層次的降本增效，製造商愈加重視智能化生產規劃、原材料協調與端到端供應鏈協作，推動高效精準的生產物流解決方案需求快速成長。生產物流解決方案市場規模

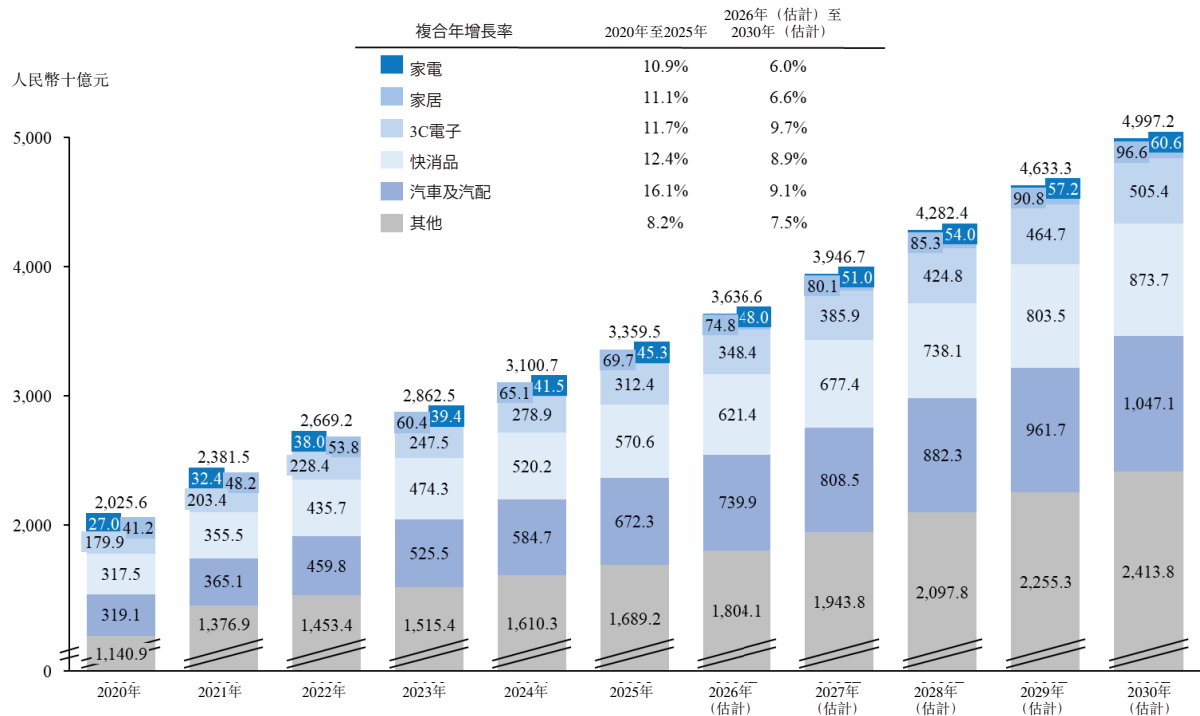
行業概覽

近年來快速增長，由2020年的人民幣814億元增至2025年的人民幣2,114億元，複合年增長率達21.0%。到2030年，生產物流解決方案市場預計將進一步擴大至人民幣4,307億元，其佔整體一體化供應鏈物流解決方案市場的份額將由2025年的6.3%上升至2030年的約8.6%。生產物流解決方案持續滲透，預計將深化物流與製造業的融合發展，並支持供應鏈向更具彈性、永續性與智能化轉型。

中國一體化供應鏈物流解決方案市場按行業可分為家電、家居、3C電子、快消品、汽車及汽配以及其他領域。近年汽車及汽配行業受到新能源汽車充電樁送裝需求增長的推動，細分市場規模增長迅速，2025年以人民幣6,723億元的市場規模成為一體化供應鏈物流解決方案最大的細分市場。隨著汽車及汽配供應鏈的持續發展以及對柔性化生產與售後服務的需求進一步提高，2026年至2030年，預計汽車及汽配一體化供應鏈物流解決方案市場規模將以9.1%的複合年增長率進一步增長至2030年的人民幣10,471億元。快消品市場因產品種類豐富、出新速度快、銷售渠道多樣化、訂單結構碎片化以及末端配送時效要求高等特點，同時其產品貨值較低，對物流成本敏感度高，對簡化供應鏈結構、減少冗餘分銷環節的一體化供應鏈物流解決方案的需求強烈，因此快消品領域一體化供應鏈物流解決方案市場規模增長迅速，從2020年的人民幣3,175億元增長至2025年的人民幣5,706億元。預計未來一體化供應鏈物流解決方案在快消品領域的滲透將持續深入，其市場規模預計將增長至2030年的人民幣8,737億元，2026年至2030年的複合年增長率達8.9%。家電行業的產品品類繁雜，原材料眾多，品牌方在生產端的倉儲成本高、原材料管理複雜，同時消費者存在大量的配送、安裝、售後維修等需求，對末端服務的能力提出高要求，因此家電行業對一體化供應鏈物流解決方案存在大量需求，要求供應鏈服務商能夠從生產物流、流通銷售、末端服務等環節提供高效支持。家電領域一體化供應鏈物流解決方案市場規模已從2020年的人民幣270億元增長至2025年的人民幣453億元，預計到2030年其市場規模將達人民幣606億元。由於增量需求已相對飽和，且現有存量中更換需求的增長受家電相對較長的更換週期所限，預計2026年至2030年，家電行業一體化供應鏈物流解決方案的未來複合年增長率將相對低於其他細分市場。

行業概覽

中國一體化供應鏈物流解決方案行業的市場規模，按下游行業劃分， 2020年至2030年（估計）



資料來源：國家統計局、中物聯、灼識諮詢報告

中國一體化供應鏈物流解決方案行業的市場驅動因素及未來趨勢

- 一體化供應鏈物流解決方案在成本優化、履約效率及靈活性方面的優勢，滿足降本增效的需求：當前，各行業競爭持續加劇，迫使企業不斷尋求降本增效的新路徑。市場同質化競爭迫使企業優化運營成本，而消費者對配送時效與服務品質的要求不斷提升，則推動企業構建更高效、更具競爭力的履約體系。在此背景下，一體化供應鏈物流解決方案打破職能信息孤島，實現端到端可視化管理和智能調度，既加快了訂單響應速度，又顯著優化了運營成本。數字化平台支持訂單自動分配、庫存智能預警及配送實時追蹤，顯著提升履約效率和服務質量。該等系統性優勢使企業能夠同步優化成本效益與服務品質，促使更多企業採用一體化供應鏈物流解決方案，帶動市場規模持續擴大。在此背景下，領先的一體化供應鏈物流解決方案提供商依託廣泛的物流網絡、先進的信息技術系統及高效的管理體系，為鏈主等行業參與者提供高效率、成本優化的解決方案。憑藉資源、技術、規模經濟及品牌優勢，該等領先提供商預期將持續擴大市場份額，推動整個行業向更高效、更集中化的方向發展。

行業概覽

- **政策引導下，現代一體化供應鏈物流體系加速融入製造業：**在《「十四五」現代流通體系建設規劃》和《推動物流業製造業深度融合創新發展實施方案》等政策引導下，製造業與供應鏈物流業正加速形成一體化發展格局。政策明確鼓勵製造業企業與物流提供商通過戰略合作、資源共享等方式，構建覆蓋全鏈路的協同體系。現代一體化供應鏈物流體系將加速通過工業互聯網平台實現製造數據與物流數據的全域貫通，並深度嵌入原材料配置、生產調度等關鍵環節，一方面增強供應鏈的穩定性，使製造企業能夠基於實時物流數據動態調整生產計劃；另一方面亦提升了供應鏈的響應速度與運行效率，支撐製造業轉型升級，最終推動經濟實現高質量發展。
- **生產端柔性生產驅動供應鏈向一體化轉型升級：**柔性生產是指通過智能化設備、模塊化設計和數字化管理，實現生產線快速切換產品類型、調整生產節奏的生產模式。隨著消費者需求日益個性化和多樣化，傳統的生產模式已無法滿足市場的快速變化。一體化供應鏈物流解決方案通過將柔性生產引入供應鏈的生產端中，使生產過程能夠快速響應市場需求的變化。這不僅降低了生產成本並提高效率，也增強了供應鏈的適應能力和響應速度，同時促進生產端和其他供應鏈環節的深度整合，從而使得鏈主能夠更好地應對個性化、小批量、多批次的訂單要求。
- **流通端的訂單碎片化：**隨著銷售渠道的多元化和消費者訂單需求的碎片化，傳統的供應鏈模式已經無法高效應對日益複雜的市場需求。為了應對全渠道銷售模式，品牌方鏈主需要整合各銷售渠道，提高履約能力，確保訂單在各個環節的高效流轉。一體化供應鏈物流解決方案通過優化信息流、物流和庫存管理，提升了供應鏈的協調性和靈活性，使企業能夠更好地適應碎片化訂單的挑戰，加速了物流服務向一體化供應鏈物流解決方案的轉型。
- **物流可視化與信息共享的需求增長：**隨著供應鏈日益複雜，企業對物流管理的精準性和時效性要求不斷提高。實時追蹤貨物及上下游信息共享可優化物流計劃，減少延誤和庫存積壓，並實現生產與流通端的高效銜接，顯著提升整體運營效率和市場響應能力。一體化供應鏈物流解決方案通過整合多個環節的信息流，能夠有效實現該等協同優勢，因而獲得企業青睞。
- **智能化技術推動降本增效及數字化轉型：**軟件層面，大數據和人工智能算法通過優化路線規劃、車輛調度等運營環節，幫助企業降低供應鏈成本並提升效率。硬件方面，自動化機械臂、機器人等智能倉儲設備的應用顯著提高了物流和倉儲的自動化水平，降低了人工成本並提升了倉儲運營效率。此外，基於物聯網及人工智能等技術的供應鏈網絡建設和一體化解決方案，可通過信息可視化和實時數據管理，提升供應鏈運營效率。一體化供應鏈服務商正通過人工智能、大數據、物聯網及5G技術的深度融合，在優化倉儲、運輸等單環節運營

行業概覽

效率的同時，構建供應鏈智能協同平台，實現跨企業資源的高效整合，提升供應鏈韌性與響應速度，並推動從基礎物流服務向智能化供應鏈創新的戰略升級。

中國一體化供應鏈物流解決方案出海機會分析

近年來，中國外貿規模穩步擴大，中國貨物貿易進出口總值已從2020年的人民幣32.2萬億元增長至2025年的人民幣45.5萬億元，複合年增長率達7.2%，連續多年成為全球第一大進出口貿易大國。持續擴大的對外貿易規模，為中國製造企業拓展海外市場提供了堅實基礎。隨著「走出去」戰略的推進，中國製造企業不斷擴大海外業務的佈局，從產品出海延伸至產能出海，在海外設立的研發中心、生產工廠、倉儲基地、銷售網點數量明顯增長，開始逐步實現海外的本地化運營，以更好地貼近市場、提升產品競爭力。

在中國製造業企業出海的過程中，供應鏈管理的複雜性和跨國運營的需求也隨之增加。由於海外單位物流成本通常高於國內，企業對高性價比的供應鏈服務需求更為迫切。一體化供應鏈物流解決方案提供商憑藉其全鏈路協同能力，能夠幫助客戶優化海外物流成本結構，同時確保從原材料採購、生產製造到全球分銷的高效運作，有效提升企業資產配置的效率。此外，頭部製造業客戶已在國內市場驗證了一體化供應鏈物流解決方案的效率紅利，因此更傾向於在海外延續使用同類服務，以維持高水平的物流效率及品牌輸出的一致性。這一需求為中國一體化供應鏈物流解決方案提供商的國際化拓展提供了豐富的市場機會。通過優化服務資源配置、提升供應鏈管理效率，中國一體化供應鏈物流解決方案提供商有望成為中國製造業走向全球的重要支持力量。在此背景下，部分已經服務於大型製造業客戶的一體化供應鏈物流解決方案提供商有望隨著核心客戶的海外業務拓展而協同出海，觸達全球供應鏈物流市場。

中國一體化供應鏈物流解決方案出海的市場驅動因素及未來發展趨勢

- **製造企業出海：**隨著中國製造企業加速全球化佈局，海外生產、銷售、倉儲及本地化運營網絡持續擴張，帶動了涵蓋跨境物流、國際採購、海外倉儲、關務合規及本地化履約在內的一站式供應鏈服務需求持續增長。在全球競爭加劇和外部不確定性上升的背景下，企業對供應鏈效率、韌性與靈活性的重視程度不斷提高，為一體化供應鏈物流服務商創造了廣闊的發展機遇。
- **頭部製造企業與供應鏈物流解決方案提供商深度合作：**領導國際化拓展的企業通常是行業龍頭，或是在國內市場已具備較大規模和成熟運營能力的企業。這些企業在長期與一體化供應鏈物流解決方案提供商保持深度合作，形成了

行業概覽

高度契合的業務流程與協同機制。隨著這些核心客戶邁向國際市場，出於客戶關係維護、業務協同延續和市場拓展的多重考慮，供應商往往同步推進全球佈局，在重點出海區域設立服務節點，提供本地化、定製化的綜合解決方案。這種「跟隨客戶走出去」的模式，不僅延續了現有客戶關係的價值，亦為供應鏈服務商拓展國際市場提供了可行的路徑及戰略選擇。

- **跨境B2B模式的發展：**隨著越來越多的中國企業通過跨境B2B渠道開展國際業務，市場對供應鏈服務的時效性、穩定性和合規性提出了更高要求，尤其是在跨境運輸、海外倉庫存週轉、清關、訂單履約及支付結算等關鍵環節。這正推動高效、可靠、合規的一體化供應鏈物流解決方案加速應用。
- **全球供應鏈綠色化需求增長：**隨著全球環境法規日益嚴格及可持續發展要求不斷提高，企業對低碳運輸、綠色倉儲、資源高效利用以及端到端綠色管理的重視程度持續提升。具備綠色運營、智能調度及端到端優化能力的一體化供應鏈物流服務商，不僅能夠幫助客戶滿足海外市場的環境合規要求，也更有能力在國際市場中把握更廣闊的發展機遇。

中國家電一體化供應鏈物流解決方案行業的市場驅動因素

在家電行業終端用戶需求增速放緩、產品價格及渠道利潤空間承壓的背景下，家電企業對降低物流成本、提升運營效率的重視程度不斷提高。在生產端，家電產品製造涉及品類繁多，原材料入廠批次頻繁，對入廠及時性和線邊補貨要求較高，而自營生產物流體繫在需求波動時亦可能導致資源利用不足。因此，越來越多企業將生產物流外包給一體化供應鏈服務商，以降低綜合物流成本、增強運營靈活性。在分銷端，隨著家電銷售渠道日趨多元，訂單在批次、頻次和地域上愈加分散，對能夠統籌幹線運輸、區域倉儲、城市配送及端到端服務的一體化供應鏈物流解決方案的需求持續增長。此外，家電產品通常需提供入戶配送、現場安裝及舊機拆除。隨著消費者對預約時效、送達準時及一次安裝成功率愈發重視，家電企業日益傾向於選擇可提供送裝一體服務、統一服務標準及一致客戶體驗的一體化供應鏈物流解決方案。在上述多重需求的驅動下，家電領域一體化供應鏈物流解決方案市場持續擴容。

中國家電一體化供應鏈物流解決方案行業的市場挑戰及威脅

家電行業目前主要受現有存量更換需求驅動，新增安裝帶來的增量增長有限，而主要家電類別的產品生命週期及更換週期通常較長。因此，終端用戶需求變化更易受家庭消費能力波動、消費者偏好、住房交易量及整體宏觀經濟環境的影響。就若干產品類別而言，在高保有率及更為審慎的消費情緒背景下，新增需求及更換需求速度均

行業概覽

相對溫和，家電消費需求的整體增長有所放緩。該等因素可能從終端用戶需求角度制約家電一體化供應鏈物流解決方案市場的擴張步伐，並對行業的中長期增長前景構成挑戰。

中國一體化供應鏈物流解決方案行業競爭格局

綜合型一體化供應鏈物流解決方案提供商指為多行業領域的客戶提供一體化供應鏈物流解決方案的企業。2025年，中國一體化供應鏈行業市場規模達到人民幣33,595億元。公司在2025年的一體化供應鏈物流解決方案收入為人民幣185億元，市場佔有率為0.6%，在中國綜合型一體化供應鏈物流解決方案提供商中排名第三。此外，於2022年至2025年，公司的一體化供應鏈物流解決方案收入複合年增長率達約15%，在排名前五的綜合型一體化供應鏈物流解決方案提供商中排名第一。

中國綜合型一體化供應鏈物流解決方案提供商排名及市場份額，以一體化供應鏈物流解決方案收入計，2025年

排名	公司	中國一體化 供應鏈物流 解決方案 收入 (人民幣億元)	市場份額 (%)	服務鏈主類型	複合年增長率 (2022年至 2025年)
1	公司A	988	2.9%	電商型鏈主	約8%
2	公司B	271	0.8%	大宗型鏈主	約-6%
3	本公司	185	0.6%	製造型鏈主	約15%
4	公司C	159	0.5%	製造型鏈主	約8%
5	公司D	134	0.4%	製造型鏈主	約10%

資料來源：上市公司年報、灼識諮詢報告

附註：

1. 公司A成立於2007年，在香港聯合交易所上市，是中國領先的技術驅動的供應鏈解決方案及物流服務商，主要提供倉配服務、快遞快運、大件物流、冷鏈及跨境物流等一體化供應鏈解決方案。
2. 公司B成立於2002年，在香港聯合交易所及上海證券交易所上市，是中國領先的綜合物流服務提供商，業務涵蓋海運、空運、鐵路、公路運輸及合同物流。
3. 公司C成立於2000年，是一家私人公司，是物聯網供應鏈場景生態品牌，專注於家電、家居等大件商品的供應鏈管理。
4. 公司D成立於2010年，是一家私人公司，是全球製造業供應鏈管理服務商，專注於為電子製造及高科技行業提供全鏈路供應鏈解決方案。

2025年，中國生產物流解決方案市場規模達到人民幣2,114億元，佔一體化供應鏈物流解決方案總市場規模的約6.3%。公司2025年生產物流解決方案的收入為人民幣28億元，在中國綜合型一體化供應鏈物流解決方案提供商中排名第一。

行業概覽

中國綜合型一體化供應鏈物流解決方案提供商排名及市場份額， 以生產物流解決方案收入計，2025年

排名	公司	中國生產物流解決方案收入 (人民幣億元)	市場份額 (%)
1	本公司	28	1.3%
2	公司D	22	1.1%
3	公司A	21	1.0%
4	公司C	18	0.9%
5	公司B	11	0.5%

資料來源：上市公司年報、灼識諮詢報告

2025年，中國家電一體化供應鏈物流解決方案行業市場規模達到人民幣453億元。按收入計算，排名前五的家電一體化供應鏈物流解決方案提供商佔據了79.0%的市場份額，市場集中度較高。2025年，本公司於家電一體化供應鏈物流解決方案的收入為人民幣122億元，排名第一，市場份額為26.9%。

中國家電一體化供應鏈物流解決方案提供商排名及市場份額， 以收入計，2025年

排名	公司	中國家電一體化供應鏈物流解決方案收入 (人民幣億元)	是否覆蓋 家電生產端	市場份額 (%)
1	本公司	122	是	26.9%
2	公司C	100	是	22.2%
3	公司A	99	否	21.9%
4	公司E	18	否	4.0%
5	公司F	18	否	4.0%

資料來源：上市公司年報、灼識諮詢報告

附註：

1. 公司E成立於1990年，是一家私人公司，是中國領先的智慧零售供應鏈服務商，專注為零售企業提供倉儲管理、幹線運輸、城市配送及售後服務等全鏈路物流解決方案。
2. 公司F成立於2013年，是一家私人公司，是數字化、智能化的全球物流產業互聯網公司，專注於構建智能物流骨幹網，為電商平台及品牌商提供數字化供應鏈服務。

2025年，中國快消品一體化供應鏈物流解決方案行業市場規模達到人民幣5,706億元。快消品行業涵蓋食品、飲料、酒類及美妝日化領域。本公司2025年在快消品一體化供應鏈物流解決方案上實現收入人民幣48億元，市場佔有率為0.8%，位列行業第三。

行業概覽

中國快消品一體化供應鏈物流解決方案提供商排名及市場份額， 以收入計，2025年

排名	公司	中國快消品一體化 供應鏈物流 解決方案收入	市場份額
		(人民幣億元)	(%)
1	公司A	279	4.9%
2	公司B	117	2.1%
3	本公司	48	0.8%
4	公司F	47	0.8%
5	公司G	38	0.7%

資料來源：上市公司年報、灼識諮詢報告

附註：

1. 公司G成立於1993年，在香港聯合交易所及上海證券交易所上市，是中國領先的綜合物流服務商，業務涵蓋時效快遞、經濟快遞、快運、冷運及醫藥、同城急送、國際快遞等綜合物流服務。

中國一體化供應鏈物流解決方案行業關鍵成功因素

- **強大的資源協同能力：**一體化供應鏈物流解決方案提供商須建立高效的資源整合與協同機制，靈活調配倉儲網絡、運輸運力和末端服務，實現跨區域、跨流程的資源優化配置。此舉需要以智能系統為支撐的全國性基礎設施覆蓋，以實現倉儲、運輸及配送環節的實時協同。穩定的合作夥伴生態系統亦至關重要。通過在掌控核心資源的同時借助外部協作，供應商可擴展服務能力，應對旺季或特定場景下的需求波動，並確保服務質量的一致性。
- **深入理解行業需求和痛點：**對客戶特定行業的要求及挑戰的透徹理解，使供應商能夠跨不同垂直領域提供有針對性及定製化的解決方案。通過預判供應鏈風險、分析行業趨勢及市場動態，並使解決方案與客戶的運營需求保持一致，供應商可支持業務創新、鞏固長期合作關係，並提升可持續發展能力及品牌聲譽。
- **端到端的產業生態整合能力：**領先的供應商不僅提供傳統物流服務，更深度融入產業生態系統，連接製造商、品牌商、經銷商及零售商，形成端到端的價值網絡。在生產端，與製造計劃系統的整合確保了採購、零部件交付與生產計劃的協同。在流通端，與渠道夥伴的系統連接實現了全渠道庫存共享。通過行業層面的數據互聯及協作平台，供應商促進實時信息交換，縮短響應週期，降低運營成本，提升整體供應鏈效率，從而創造超越基礎物流服務的價值。
- **先進的技術水平和自動化系統：**先進技術是一體化供應鏈物流可持續發展的基石。自動化系統提升運營效率，降低人力成本及錯誤率，並提高客戶滿意度。

行業概覽

通過對供應鏈各節點數據的收集、整合及分析，供應商可提供預測及運營洞察等增值服務。先進設備(包括工業機器人)的部署進一步提升倉庫生產力。具備強大數字化整合、分析及自動化能力的供應商，更有條件引領行業發展。

- **可靠的交付能力和突出的品牌形象：**品牌聲譽是影響下游客戶選擇的關鍵因素。靈活的供應鏈管理及可靠、高效的交付，對建立市場信譽及良好口碑至關重要。一致的服務表現能增強客戶信任與忠誠度，提高重複業務及轉介紹率，並支持市場拓展。在保持供應鏈靈活性的同時，快速響應不斷變化的客戶需求，是維持競爭優勢的關鍵。

中國家電一體化供應鏈物流解決方案行業的進入壁壘

- **對家電行業生產端運營的深入理解：**家電行業的生產端運營在原材料品類、入廠交付節奏、線邊補貨及成品發運方面具有較高的複雜性，且日益通過數字化供應鏈系統實現協同。新進入者通常短期內難以積累服務家電製造企業所需的經驗，也難以深入理解其生產組織與流程節奏。
- **全國性倉儲、配送及送裝網絡：**為滿足全國範圍內對服務時效、覆蓋範圍及服務標準的要求，服務商需在主要產銷區域建立多層級的倉儲網絡，同時配備可支持送貨入戶、安裝及售後服務的運輸體系與終端網點。新進入者通常難以在短期內完成此類網絡佈局，並構建穩定的運營能力。
- **先進的供應鏈系統及數據整合能力：**家電一體化供應鏈服務需要在統一系統內實現訂單、存貨、運輸、送裝及結算的端到端管理，並與客戶及主流銷售渠道建立穩定的數據接口。新進入者通常難以在短期內完成此類系統的開發、迭代與治理，也難以達到相當的系統穩定性及數據整合水平。
- **一體化運營及管理團隊的長期積累：**家電一體化供應鏈物流解決方案涉及多項業務職能，對組織協同與人員能力要求較高。新進入者即便快速擴充人員規模，短期內也難以完成一體化團隊搭建、體系化培訓及跨區域組織協同，更難以在各區域與各場景下持續保障同等水平的服務質量與運營效率。

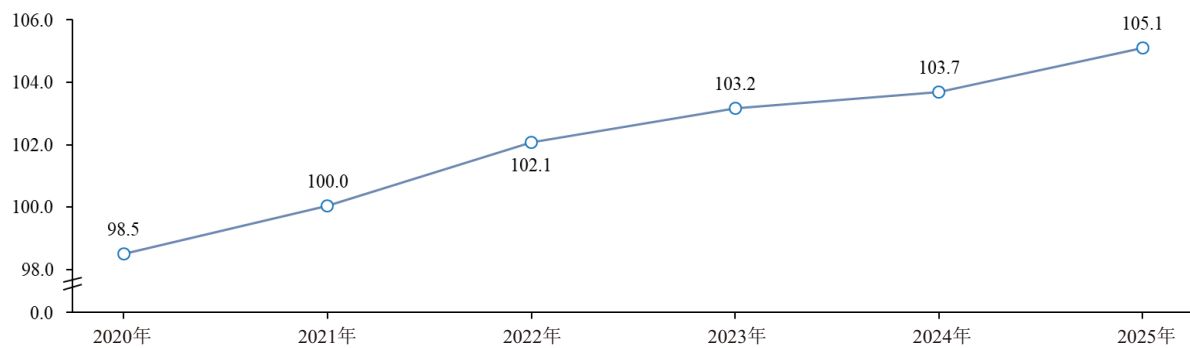
中國一體化供應鏈物流解決方案行業成本分析

一體化供應鏈物流解決方案提供商的主要成本主要包括物流能力採購成本及倉儲資源採購成本。物流能力採購成本通常包括幹線運輸、區域配送及末端配送的服務費，主要受運輸距離、燃油價格波動及物流能力整體供需狀況影響。中國公路物流運價指數是反映中國經濟區域內公路物流運輸價格變動幅度和趨勢的綜合指標。該指數基於

行業概覽

全國主要物流區域、城市、物流樞紐平台以及廣泛的公路運輸路線和貨運車輛的交易價格數據編製，是追蹤中國公路運輸能力價格趨勢的關鍵指標之一。於2020年至2025年，該指數呈現溫和上升趨勢，由約98.5上升至約105.1，表明整體物流能力價格溫和上漲。展望未來，預計該價格將在相對較窄的範圍內波動，並呈現溫和上升趨勢。

中國公路物流運價指數，2020年至2025年



資料來源：中物聯、灼識諮詢報告