

行業概覽

本節及[編纂]其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自不同的政府官方刊物、可供查閱的公開市場調查資料來源及其他獨立供應商的資料來源。此外，我們委聘灼識諮詢就[編纂]編製獨立行業報告灼識諮詢報告。我們認為，本節及[編纂]其他章節的資料來源屬恰當的資料來源，且我們已合理謹慎摘錄及轉載有關資料。我們並無理由相信，該等資料屬虛假或具誤導性，或任何事實有所遺漏，致使該等資料屬虛假或具誤導性。來自官方及非官方來源的資料並未經我們、[編纂]、聯席保薦人、[編纂]、任何[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方(灼識諮詢除外)獨立核實，且概無就有關資料的準確性發表任何聲明。因此，本節所載來自官方及非官方來源的資料未必準確，不應被過份依賴。董事於作出合理查詢後確認，自灼識諮詢報告日期以來，有關市場資料概無任何不利變動，而可能使本節所載資料有所保留、產生矛盾或對該等資料構成重大影響。

中國的經濟在過去幾年增長顯著，名義GDP由2015年的68.9萬億元人民幣增至2019年的99.1萬億元人民幣，儘管COVID-19疫情帶來輕微阻礙，名義GDP預計的將於2025年達到人民幣137.1萬億元。作為世界上增長最快的經濟體之一，中國市場對物流服務的需求在工業生產及消費方面依然強盛，社會物流貨物價值由2015年的人民幣219.2萬億元增至2019年的人民幣298.0萬億元。

中國所擁有的全球最大的電商市場的快速發展極大改變並推動了中國物流服務行業的發展。此外，近期COVID-19疫情加速了消費需求的線上化。隨著線上零售滲透率的不斷提升，越來越多來自不同行業的公司向全渠道零售模式轉型，並提出了通過綜合供應解決方案及物流服務來實現線上及線下供應鏈無縫連接的需求。能夠簡化並加快貨運流程的一體化供應鏈物流服務的需求快速增長，市場亟需科技驅動型供應鏈物流服務供應商，來提供可靠、可追蹤、按需調用、一體化及端到端的貨物運輸和多種多樣的倉儲解決方案。

中國物流市場概覽

根據灼識諮詢報告，按物流支出計，中國擁有世界最大的物流市場。中國物流支出總額預計於2020年將達人民幣14.8萬億元，且預計2020年至2025年的年複合增長率將達5.3%。中國物流支出的增長大體與GDP的增長保持一致，隨著國內消費及貿易活動的持續增長，中國將產生更多運輸貨物的物流需求，預計2020年至2025年的年複合增長率將為6.2%。

行業概覽

中國物流支出，2015年至2025年（預測）



儘管市場規模龐大，中國物流市場的效率仍相對於其他發達國家較低，2019年中國物流支出佔GDP的百分比為14.7%，相對於美國的7.6%及日本的8.5%仍然相對較高，物流支出佔GDP的百分比可進一步分解為下列公式中的三個比率，以解釋中國物流效率低於美國的原因。

$$\frac{\text{物流支出}}{\text{GDP}} = \text{單位貨運吞吐量物流支出} \times \text{平均運程} \times \text{單位GDP貨運量}$$

而

單位貨運吞吐量物流支出等於總物流支出總額除以貨運吞吐量，以美分／噸公里為計量單位；

平均運程等於貨運吞吐量除以貨運總重量，以公里計量；

單位GDP貨運量等於貨運總重量除以GDP，以噸／千美元為計量單位。

行業概覽

下表載列中國及美國於2019年的有關比率以及對各比率含義的簡要討論：

	單位	中國	美國	討論
單位貨運吐量 物流支出	美分/ 噸公里	10.1	18.7	指每噸公里貨物運輸所產生的物流支出。中國的物流開支遠低於美國，主要由於較低的勞動力及經營成本。於中國，該比率自2016年起呈增長趨勢。我們認為，雖然從供應鏈角度仍有充足的效率提升機會，但進一步提升的空間相對有限。
平均運程	公里	391.6	454.0	中國的貨物平均運程略低於美國，主要原因是中國的電商滲透率高於美國。不斷增長的電商市場導致配套的物流服務快速發展，使區域內及最後一公里卡車配送增長，以應對更頻繁更快速配送的消費者預期。中國的配送中心數量不斷增加亦導致運輸距離縮短。
單位GDP貨運量	噸/ 千美元	3.7	0.9	單位GDP貨運量指產生一個單位的GDP需要運輸的貨物重量。該比率越高，貨運量對全國經濟的貢獻效率越低。中國每單位GDP貨運量高於美國四倍表明中國經濟結構具有向更高附加值的第三產業傾斜的潛力，且貨運中的冗餘(例如重複運輸及空駛)為改善效率留出巨大空間。

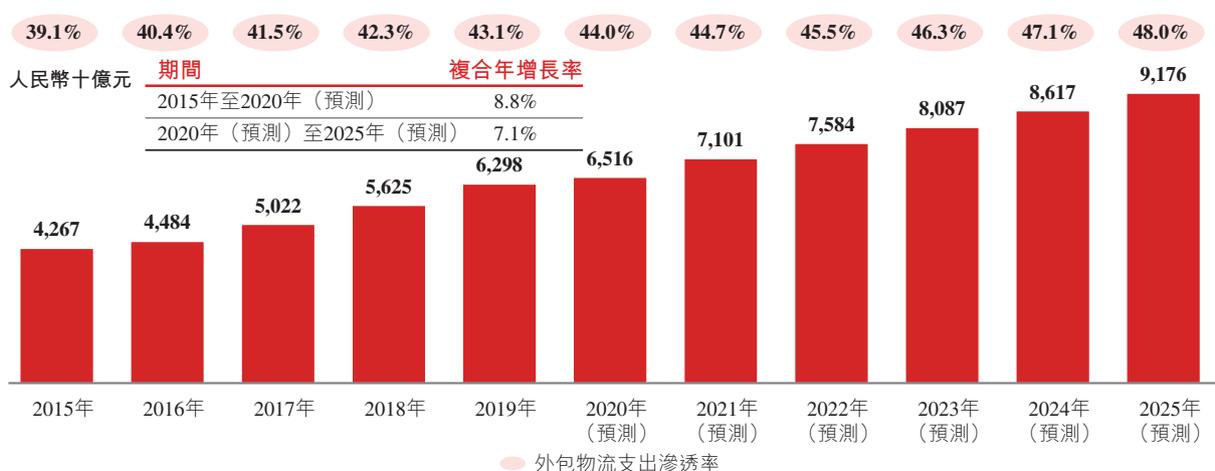
對上述比率的分析顯示，就物流而言，中國的物流支出佔GDP比例較高，主要由於冗餘的物流環節。這為物流服務供應商，通過提供一體化解決方案而非單一的物流服務來減少冗餘，提高整體物流效率提供大量機會。

行業概覽

外包物流服務市場概覽

物流的初始形態(被稱為第一方物流)指由買方或賣方自行管理貨物的包裝、儲存和運輸的物流形式。然而，隨著業務發展，該等買方或賣方面臨更加複雜的客戶需求，處理不斷增加且日益複雜的客戶需求變得更具挑戰性。而且，受限於物流基礎設施及資源，第一方物流通常無法達到擁有最佳基礎設施及運營專業知識的專業第三方物流服務商所提供的服務的效率。此外，將物流服務外包予第三方服務供應商，企業可專注於其核心業務而無須處理複雜且消耗資源的物流計劃過程。因此，中國外包物流服務市場發展迅速，預計將由2020年的人民幣6.5萬億元增至2025年的人民幣9.2萬億元，複合年增長率為7.1%，高於物流支出總額同期的複合年增長率(為5.3%)。

中國外包物流支出，2015年至2025年(預測)



外包物流服務滲透率(定義為外包物流服務支出除以物流支出總額)預期將由2020年的44.0%增至2025年的48.0%，這顯示中國外包物流服務的普及程度日益提升。較第一方物流而言，通過利用第三方專業物流服務供應商在管理及整合其供應鏈中各個環節的專業知識，外包物流服務使企業實現更高物流效率，同時避免了建造自有物流基礎設施的巨大前期成本。

具體而言，位於生鮮、快消品、服裝和醫藥等對物流能力提出更高要求的行業中的企業，更傾向於採用輕資產模式，將物流活動外包給專業物流服務商。於2020年，在所有垂直領域內，生鮮的外包物流服務滲透率最高，達85.0%，其次是醫藥、服裝及快消品，滲透率分別為71.0%、67.0%及65.6%。

一體化供應鏈物流服務市場的興起

一體化供應鏈物流服務被定義為外包物流服務市場中的一個細分市場及一種先進物流服務。該等服務由第三方服務供應商提供，然而與孤立的供應鏈物流服務商不同，一體

行業概覽

化供應鏈物流服務商有能力提供全面的物流服務，包括快遞、整車及零擔運輸、最後一公里配送、倉儲及其他增值服務(如上門安裝和售後服務)，這些服務以一體化解決方案的形式提供予客戶，滿足客戶的各種需求。儘管第三方物流服務的需求大部分來自單一物流服務，但企業對外包供應鏈物流服務的需求已逐漸由同質向多元化轉變，導致一體化供應鏈物流服務市場的增速超過外包物流服務市場，主要是由於一體化供應鏈物流服務具有以下顯著特點：

- **更加一體化及實現端到端：**單一供應鏈物流服務供應商通常專注於僅提供一種特定物流服務，如快遞。而具備更複雜及精細物流需求的企業將須聘請多家單一物流服務商。相比而言，一體化供應鏈物流服務商能夠提供一站式解決方案，從產品製造到配送，滿足客戶的端到端需求，如倉儲及存貨管理解決方案，使企業客戶避免聘請多家服務商的繁瑣程序。
- **更先進的技術應用和數據賦能：**傳統單一的供應鏈物流服務仍是勞動密集型的，自動化水平相對更低，尤其是對於裝卸及分揀之類的任務而言，這將導致流程中出現效率低及易錯等情況。由於單一供應鏈物流服務商的業務範圍更狹窄，其對數據洞察的利用有限。相比之下，一體化供應鏈物流服務商通常利用更好的技術及無人化解決方案，提高運營效率。此外，憑藉更先進的IT基礎設施，跨不同供應鏈環節及在不同合作夥伴之間的數據採集、整合及分析也變得更加精準。
- **對行業理解的要求更高：**一體化供應鏈物流服務商對不同行業的深入了解(例如終端客戶需求、商品獨有特色、存貨及銷售週期等)使其能夠提供量身定制的解決方案以解決不同行業的痛點。相比之下，從產品角度來看，由於單一供應鏈物流服務商提供的服務範圍更為有限，故其通常對行業不甚了解。
- **增強客戶業務運營的能力：**一體化供應鏈物流服務商可提供增值服務，並在多個方面為客戶的業務運營賦能，包括銷量預測、生產規劃、SKU及存貨管理以及終端客戶訂單管理等，以幫助加深其與客戶的關係，從而增加客戶黏性及交叉銷售或追加銷售的機會。

2020年中國一體化供應鏈物流服務行業的市場規模將達到人民幣2.0萬億元，預計到2025年將進一步增至人民幣3.2萬億元，複合年增長率為9.5%。此外，一體化供應鏈物流服務滲透率(定義為一體化供應鏈物流服務支出除以外包物流服務支出)預計將由2020年的31.0%增至2025年的34.7%。

行業概覽

中國一體化供應鏈物流支出，2015年至2025年(預測)



中國一體化供應鏈物流服務市場的驅動力及機遇

我們認為，中國的一體化供應鏈物流服務商將可從下列主題及機遇中受益：

- **不同垂直領域的客戶日益複雜的需求。**終端消費者對更為迅速且靈活的供應鏈物流服務的需求激勵企業升級其供應鏈，以提高客戶滿意度。由於不同垂直領域供應鏈的特點各異，需要針對各特定行業的特點量身定制一體化供應鏈解決方案。
- **供應鏈製造端效率提升的潛力。**過去，物流行業的效率提升主要集中於配送端，即成品從製造商到終端消費者的運輸。製造端仍有巨大的潛力進一步提高效率，在端到端一體化供應鏈物流服務的幫助下，可通過更佳的原材料尋源採購及生產規劃方式實現效率提升。
- **數據洞察及其他增值服務需求。**企業供應鏈各個環節產生的數量龐大的數據具有巨大的價值，因為對該等數據的分析能使彼等更全面地了解其運營低效的來源並使彼等能夠作出更好的業務決策。由於一體化供應鏈物流服務在本質上更廣泛地覆蓋供應鏈，有價值的數據更易被追蹤、整合及分析。一體化供應鏈物流服務商可提供的該等數據洞察及輔助增值服務(如倉儲網絡的重新設計及銷量預測)對企業亦具有吸引力及價值。
- **對發展一體化供應鏈物流服務的優惠政策支持。**中國政府已將現代供應鏈基礎設施優先作為重點發展目標，並已實施旨在提高供應鏈效率、降低物流成本和

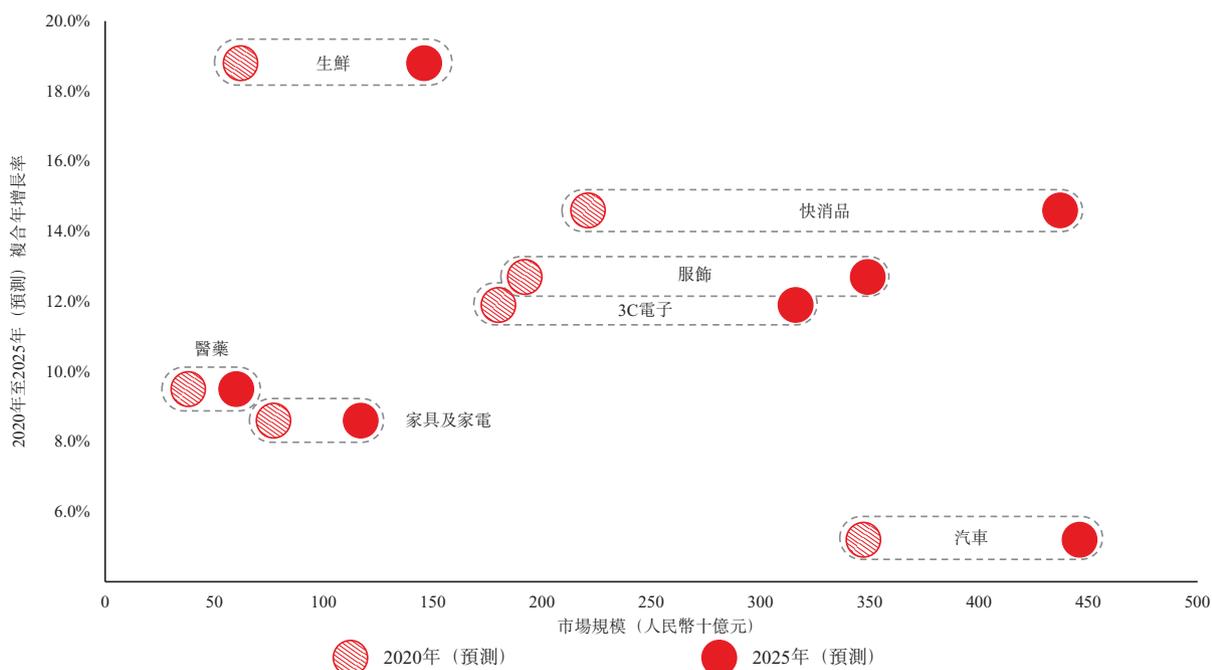
行業概覽

促進先進技術應用適應性的優惠政策和改革，相關政策和改革將有助於一體化供應鏈物流服務的發展。

年份	政策	影響／意義
2020年	《推動物流業製造業深度融合創新發展實施方案》	<ul style="list-style-type: none"> 通過提高運營效率及形成高效協調、提高安全性和可持續性的智能供應鏈網絡，優化製造業的供應鏈管理
2020年	《關於進一步降低物流成本的實施意見》	<ul style="list-style-type: none"> 通過建設全國物流網絡及供應鏈現代化，提高物流服務質量和成本效率
2020年	《關於進一步做好供應鏈創新與應用試點工作的通知》	<ul style="list-style-type: none"> 通過積極應用區塊鏈、大數據等現代供應鏈管理技術，加快供應鏈數字化及智能供應鏈發展
2019年	《關於推動物流高質量發展促進形成強大國內市場的意見》	<ul style="list-style-type: none"> 建立優質的全國物流基礎設施體系 促進供應鏈的創新及數字化，以提高企業的運營效率
2018年	《關於開展2018年流通領域現代供應鏈體系建設的通知》	<ul style="list-style-type: none"> 通過規範數據和數據接口，及提高供應鏈智能化，促進智能供應鏈發展
2017年	《關於積極推進供應鏈創新與應用的指導意見》	<ul style="list-style-type: none"> 促進協調供應鏈在製造企業中的應用，以降低運營及交易成本，並促進供應鏈的可視化和數字化 加快建設全球供應鏈，鼓勵與其他國家根據「一帶一路」倡議開展供應鏈基礎設施網絡連接
2016年	《中華人民共和國國民經濟和社會發展第十三個五年規劃綱要》	<ul style="list-style-type: none"> 設定建立現代化運輸及物流體系（尤其是在中國農村地區）的目標 支持第三方物流發展

行業概覽

按垂直領域劃分的一體化供應鏈物流服務市場規模及增長率



上圖顯示所選垂直領域一體化供應鏈服務的市場規模及其各自的增長率。據觀察，截至2020年，甄選的最大垂直領域包括汽車、快消品、服飾及3C電子。2020年至2025年，生鮮、快消品及服飾的一體化供應鏈物流支出預計將錄得更高的增長率，分別為18.8%、14.6%及12.7%。各垂直領域亦有其自身獨特的特徵，導致對一體化供應鏈服務的需求存在差異。

- **汽車：**預計汽車行業對一體化供應鏈物流服務的需求將由2020年的人民幣3,470億元增至2025年的人民幣4,460億元，複合年增長率為5.2%。由於汽車及其零部件的單位價值較高，以及所涉及的SKU數目較大，因此在倉儲及運輸方面需要更高的供應鏈管理標準。此外，隨著中國電動汽車市場的迅速發展，初創電動汽車公司供應鏈能力不足，預計對與電動汽車零部件、充電樁解決方案及售後服務有關的一體化供應鏈物流服務的需求將顯著增加。
- **服飾：**預計服飾行業對一體化供應鏈物流服務的需求將由2020年的人民幣1,920億元增至2025年的人民幣3,490億元，複合年增長率為12.7%。服飾業的供應鏈管理具有眾多複雜之處，此乃由於其面臨SKU數目龐大、配送層級多、季節性特徵明顯、須對終端客戶品味的迅速變化作出即時反應以及頻繁的逆向物流等挑戰。全渠道銷售模式亦要求服飾企業靈活有效地管理其線下門店及線上銷售渠道的存貨，以提高存貨周轉率。

行業概覽

- **快消品**：預計快消品行業對一體化供應鏈物流服務的需求將由2020年的人民幣2,210億元增至2025年的人民幣4,370億元，複合年增長率為14.6%。快消品為生活必需品，需求通常較為穩定，但快消品銷售受到每年618購物節及雙11購物節及其他線下促銷活動等頻繁促銷及其他營銷活動的影響，從而在銷售高峰及低谷期間給生產及存貨管理帶來巨大挑戰。為了實現全年更高的運營效率及存貨周轉率，企業需要專業化的一體化供應鏈物流服務(包括人工智能及大數據分析)幫助其預測訂單並據此管理生產及儲存。
- **3C電子**：預計3C電子行業對一體化供應鏈物流服務的需求將由2020年的人民幣1,800億元增至2025年的人民幣3,160億元，複合年增長率為11.9%。鑒於3C電子產品的高價值及易碎性，該行業客戶需要專業的運輸及配送能力以確保該等產品可及時安全地送達客戶。由於技術迅速進步導致產品生命週期逐漸縮短，與維修、回收、折舊、檢視及處置有關的物流需求亦有所增加。
- **生鮮**：預計生鮮行業對一體化供應鏈物流服務的需求將由2020年的人民幣620億元增至2025年的人民幣1,460億元，複合年增長率為18.8%。生鮮的運輸及配送需要冷鏈物流能力及基礎設施(例如實時溫濕度控制系統、定制包裝能力、自動製冷設備及溫控車輛)以確保於儲存及配送過程中溫度控制適宜。為了最大程度縮短易壞產品源產地與終端客戶間的距離並縮減其轉運次數，亦需要更有效率的供應鏈管理。
- **醫藥**：預計醫藥行業對一體化供應鏈物流服務的需求將由2020年的人民幣380億元增至2025年的人民幣600億元，複合年增長率為9.5%。鑒於醫藥產品的高價值、潛在危險性及易碎性，於倉儲、運輸及配送時更需注重安全。此外，該行業對溫度控制(尤其是生物製劑、疫苗及血液製品等對溫度很敏感的產品)有著極其嚴格的要求。
- **家具及家電**：預計家具及家電行業對一體化供應鏈物流服務的需求將由2020年的人民幣770億元增至2025年的人民幣1,170億元，複合年增長率為8.6%。該產品類型的特點為體積龐大、產品尺寸和規格不規則且需要定制安裝及售後服務，因此需要特定物流設施或運輸設備以及訓練有素的送貨上門人員，為終端客戶提供一站式體驗。

行業概覽

一體化供應鏈物流服務市場的競爭格局

- 由於市場規模龐大及各垂直領域的行業特定要求，中國一體化供應鏈物流服務市場格局高度零散。根據灼識諮詢報告，2019年按收入計排行前十的企業僅佔7.9%的市場份額。排行前十的企業中，我們是最大的一體化供應鏈物流服務商，2019年市場份額為2.2%。行業整合潛力巨大，其中，擁有更高效運營能力、以更大規模提供更好解決方案及服務的參與者將會持續對行業進行整合，並獲得更大的市場增長潛力。

2019年中國一體化供應鏈物流服務商排名

排名	公司名稱	上市狀態	倉庫面積 (百萬 平方米)	收入 (人民幣 十億元)	市場份額
1	京東物流	否	20.0 ¹	41.8	2.2%
2	公司A	是	4.0	19.5	1.0%
3	公司B	是	3.0	17.2	0.9%
4	公司C	否	6.5	13.0	0.7%
5	公司D	否	6.0	12.9	0.7%
6	公司E	否	1.4	10.3	0.5%
7	公司F	否	1.5	9.7	0.5%
8	公司G	否	2.0	9.4	0.5%
9	公司H	否	12.1	9.1	0.5%
10	公司I	否	4.3	8.5	0.4%

附註：

1. 截至2020年9月30日的京東物流概約倉庫管理面積。

- 一體化供應鏈物流服務市場主要參與者的一體化水平亦各不相同。儘管某些參與者可以提供一攬子倉配服務，但僅有少數參與者能夠提供應對供應鏈物流各個方面(如供應鏈策略規劃及諮詢)的全棧解決方案，並具備面向不同類型商品的深度一體化物流網絡。
- 參與者間自行開發或採用新技術的能力區分了其運營效率及提供全面解決方案的能力。具備更先進技術的參與者可在供應鏈全過程中廣泛應用自動化及無人技術，以減低不斷增長的人力成本，同時最大化地利用數據追蹤商流及優化資源使用。

我們認為，中國一體化供應鏈物流服務商如欲在市場中保持競爭力，則需獲得以下能力：

- 廣泛的物流網絡。**由於一體化供應鏈物流服務商為客戶提供一套全面的物流服務，因此具備能夠滿足不同類型商品的儲存和運輸需求的廣泛物流網絡至關重要。建立相關物流網絡需要耗費大量的資金，而且短期內無法複製。現有行業參與者擁有的物流基礎設施的戰略位置也屬稀缺資源。因此，不具備足夠規模及基礎設施的參與者難以在一體化供應鏈物流服務市場競爭中立足。

行業概覽

- **技術能力，如數據整合和分析、自動化及無人設施及解決方案。**先進技術是提供一體化供應鏈物流服務的重要組成部分。為有效參與競爭，除提供基本物流服務外，新進入者還需具備收集、整合及分析整個供應鏈及不同物流網絡數據的能力，以便為客戶提供增值數據洞察。此外，為降低人力成本及提高運營效率，領先的現有參與者已廣泛應用大量專有技術（如無人倉及其他機器人解決方案）。由於高昂的初始資金支出及缺乏行業洞見，為實現相似水平的運作效率，新進入者在採用類似的先進技術解決方案以保持同等效率及規模方面，將面臨嚴峻挑戰。
- **經過多年運營累積的行業知識。**一體化供應鏈物流服務商需要設計、實施、運營並不斷適應不同垂直領域不斷變化的需求，同時為不同客戶定制解決方案。這些行業知識需日積月累，而提供相關一體化服務的方法與提供標準化、單獨的供應鏈物流服務之理念截然不同。此外，由於合作更加深入，一體化供應鏈物流服務的客戶關係往往緊密相連，故現有一體化供應鏈物流服務參與者的相關行業知識會隨時間逐步得到自我強化，從而進一步提高新行業參與者的准入壁壘。
- **強大的品牌形象及優質服務。**積極的一體化供應鏈物流供應商的品牌形象或會影響終端消費者的消費選擇。物流服務業強大的品牌形象來自於持續提供高質量的服務，對於採用一體化供應鏈物流服務的客戶來說，服務質量至關重要。鑒於一體化供應鏈物流服務與客戶的供應鏈職能緊密相連，故倘服務中斷，對客戶業務經營的潛在影響可能是巨大的。成功的一體化供應鏈物流服務商可以快速應對客戶需求變化並確保及時配送，從而實現低客戶投訴率及高客戶滿意率。

資料來源

我們委託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服務市場進行詳細的研究及分析。灼識諮詢於香港成立，提供行業諮詢、商業盡職調查及策略諮詢等專業服務。我們已同意就灼識諮詢編製灼識諮詢報告向其支付費用100,000美元。我們認為支付該費用不會影響灼識諮詢報告所得出結論的公正性。我們已自本節灼識諮詢報告以及本

行業概覽

文件「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」及其他章節摘取若干資料為潛在[編纂]提供有關我們經營所處行業更全面的介紹。

在編製灼識諮詢報告的過程中，灼識諮詢進行了一手及二手研究，獲得了有關中國一體化供應鏈物流服務市場的知識、統計數據、信息及行業見解。一手研究涉及採訪關鍵行業專家及領先的行業參與者。二手研究涉及分析來自各種公開數據來源的數據。灼識諮詢報告的編製乃基於以下假設：(1)中國整體社會、經濟及政治環境預期於預測期間保持穩定；(2)在整個預測期間內，相關主要驅動因素可能推動中國一體化供應鏈物流服務市場持續增長；及(3)不存在本行業可能會受到巨大或根本性影響的極端不可抗力或意料之外的行業規管。所有與市場規模有關的預測乃基於截至最後實際可行日期的總體經濟狀況，倘COVID-19疫情持續或升級，並會對總體經濟產生無法預料的負面影響，則有關預測將會予以調整。