



2017物流行业报告

TalkingData移动数据研究中心

2017/8/30

TalkingData



报告说明

- 数据来源

- TalkingData数据中心数据来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商等多种不同来源的数据复合而成；公开数据和资料。

- 数据周期

- 2017年4月

- 概念定义

- $\text{覆盖率} = \frac{\text{安装过某个App的设备数量}}{\text{移动整体设备数量}} \times 100\%$;
- $\text{活跃率} = \frac{\text{使用过某个App的设备数量}}{\text{移动整体设备数量}} \times 100\%$;
- $\text{使用率} = \frac{\text{活跃率}}{\text{覆盖率}} \times 100\%$;

1

物流行业整体现状

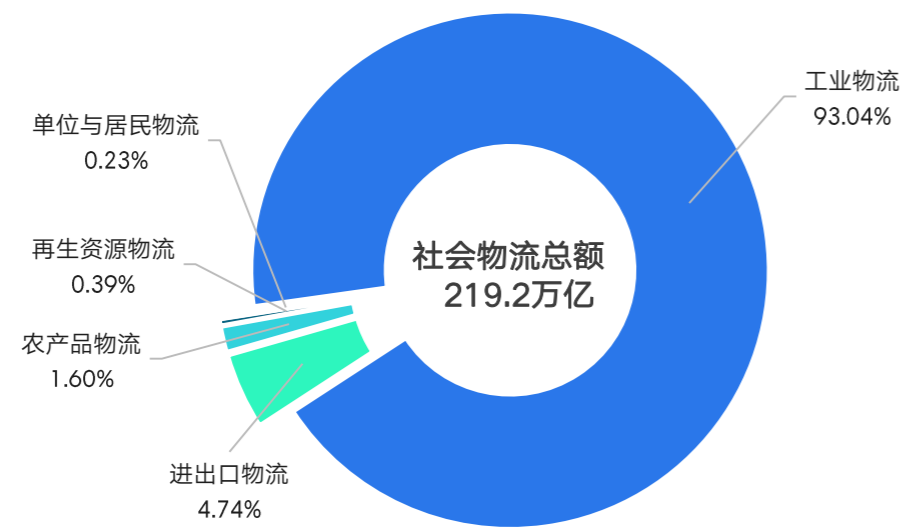


一个体量凌驾于多个行业之上的庞然大物—物流

2015年我国社会物流总额为219.2万亿，总费用额为10.8万亿。同期，我国全社会商品房销售金额为8.7万亿、全社会卫生医疗总费用为4.1万亿，全社会住宿和餐饮总费用为0.85万亿，物流行业的总费用额均远高于公民日常直接接触的行业。

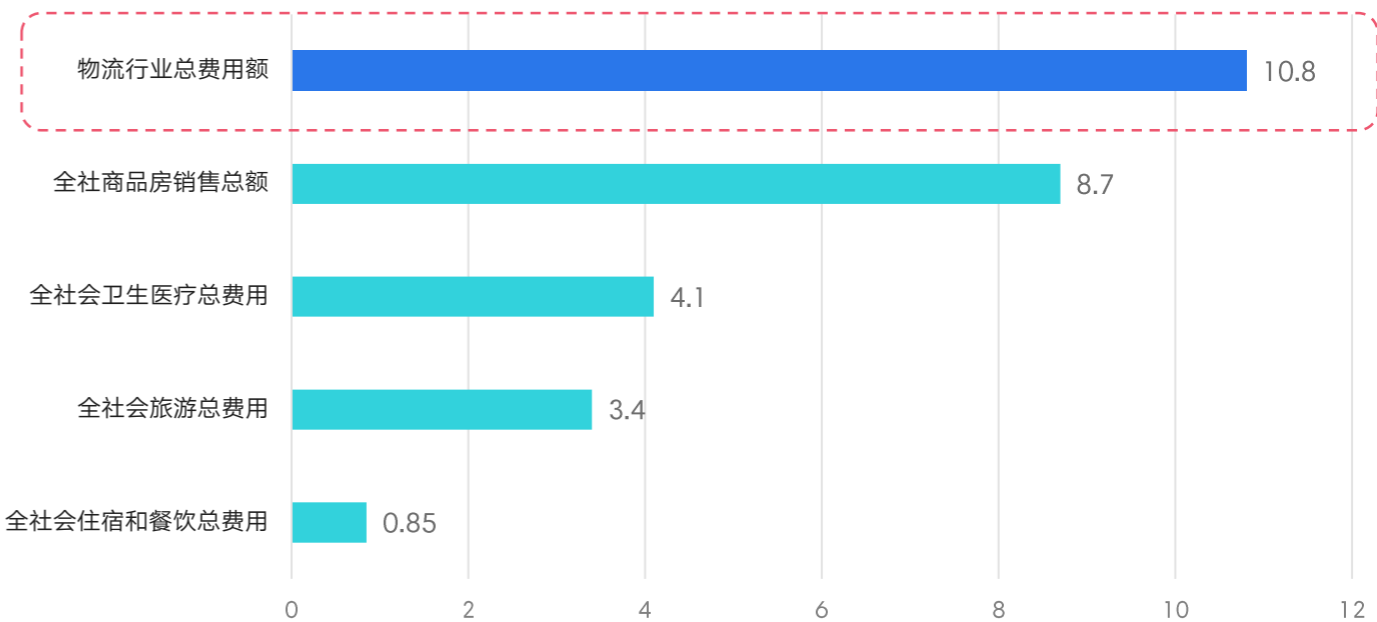
2015年全国社会物流细分市场总额

单位：万亿



2015年社会各领域总费用额对比

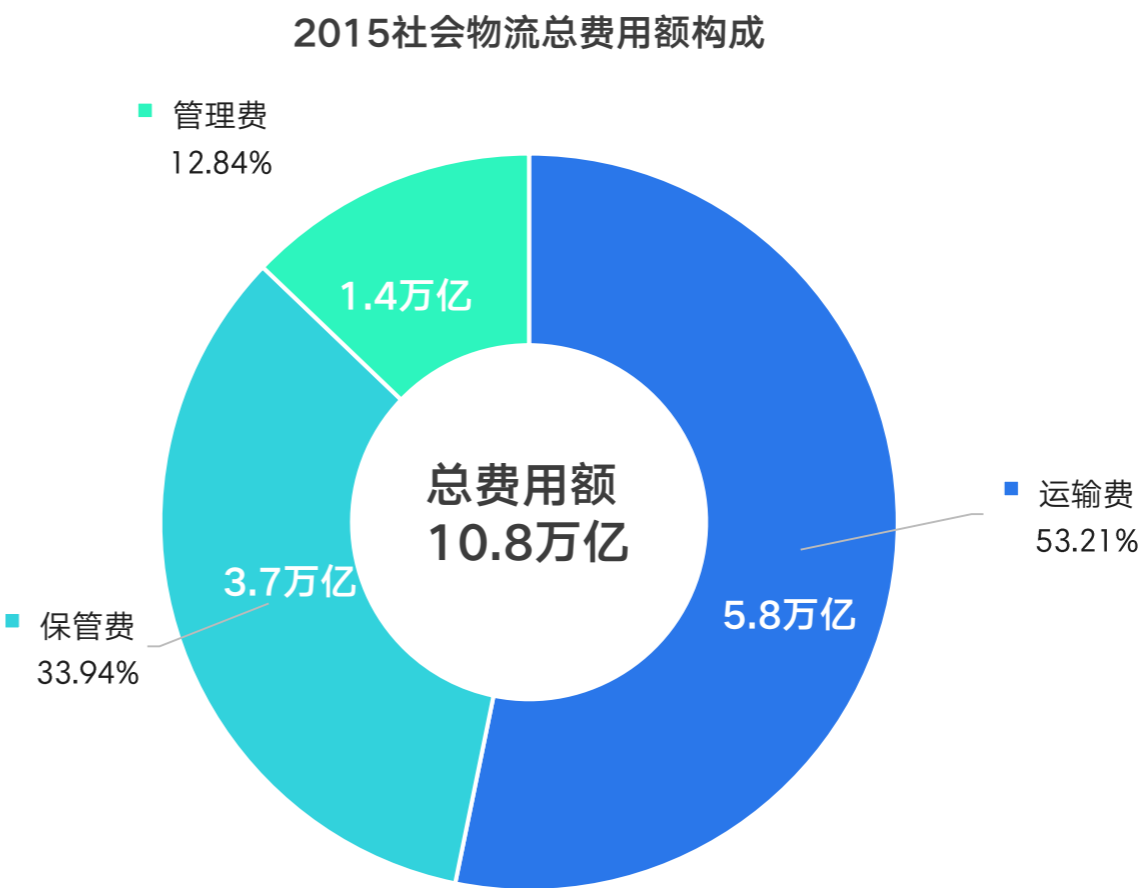
单位：万亿



数据来源：国家统计局；中国物流与采购协会；社会物流总额：社会物流总额指第一次进入国内需求领域，产生从供应地向接受地实体流动的物品价值总额；再生资源物流：报告期内进入需求领域，经再生产加工后可重复利用的废旧物资总额。单位与居民物流：报告期内进入需求领域，经社会物流服务，从提供地送达接收地的单位与居民的物品价值总额。

运输费用占到总费用额的一半以上

2015年，全社会物流总费用额为10.8万亿
其中运输版块市场份额最大，费用额为5.8
万亿；保管费和管理费分别为3.7万亿和1.4
万亿。



数据来源：中国物流与采购联合会

物流总费用额在GDP中占比高，存在下降空间

物流总费用额在GDP中的占比每下降1%，对应节约千亿成本

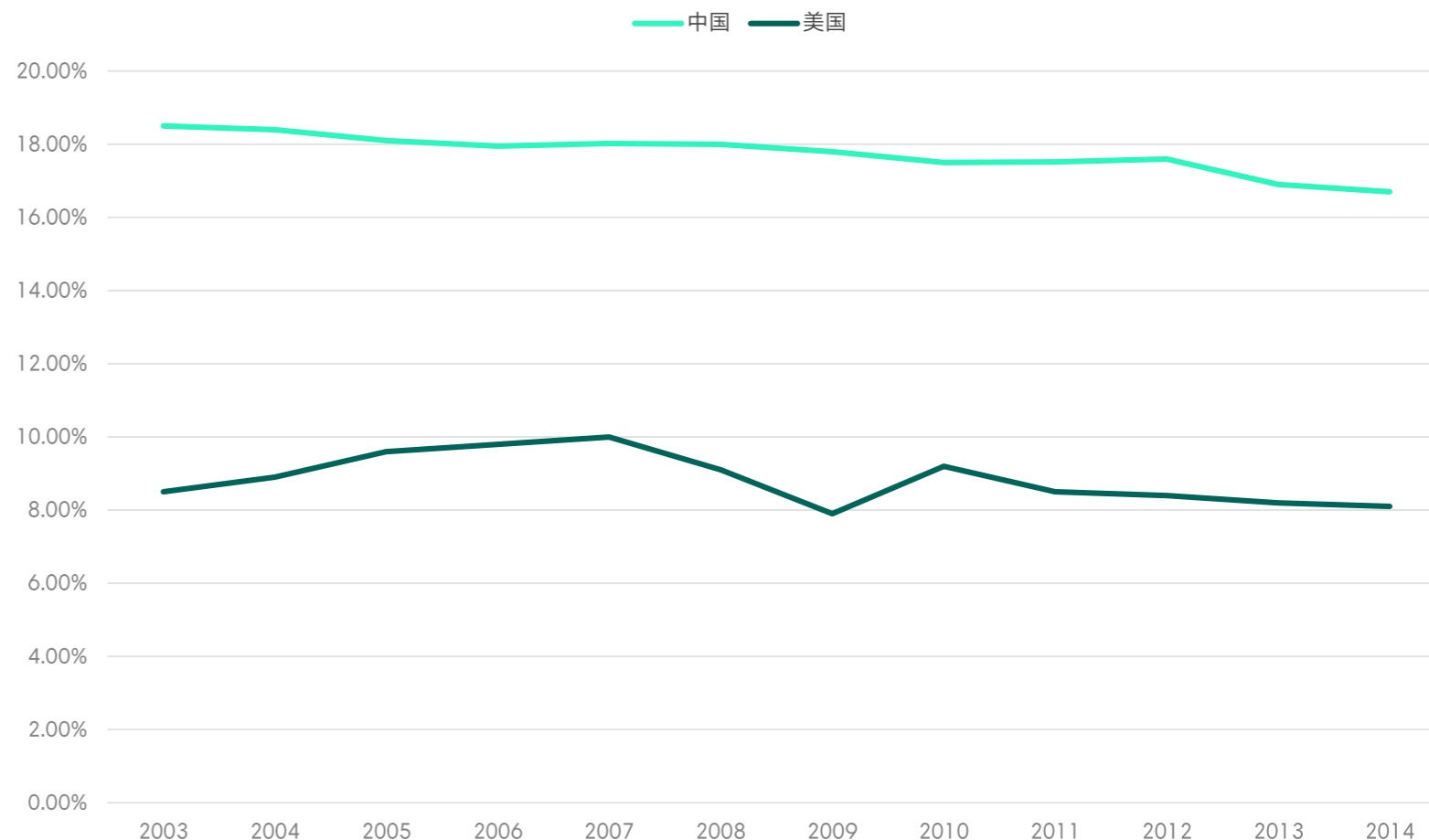
物流总费用额在GDP中的占比

国际上通常用物流费用在GDP中的占比来衡量一个国家物流发展水平。

图表显示，我国物流总费用在GDP中的占比处于下降的态势，说明物流行业在不断的优化产业结构，提升自身行业效率。

但与美国的对比中，我们仍有超过8%的差距，对标物流总费用额10.8万亿的市场数字，那么占比每下降1%，对应的市场价值都将数以千亿计算。

2003年-2014物流总费用额在GDP中的占比



数据来源：中国物流与采购联合会

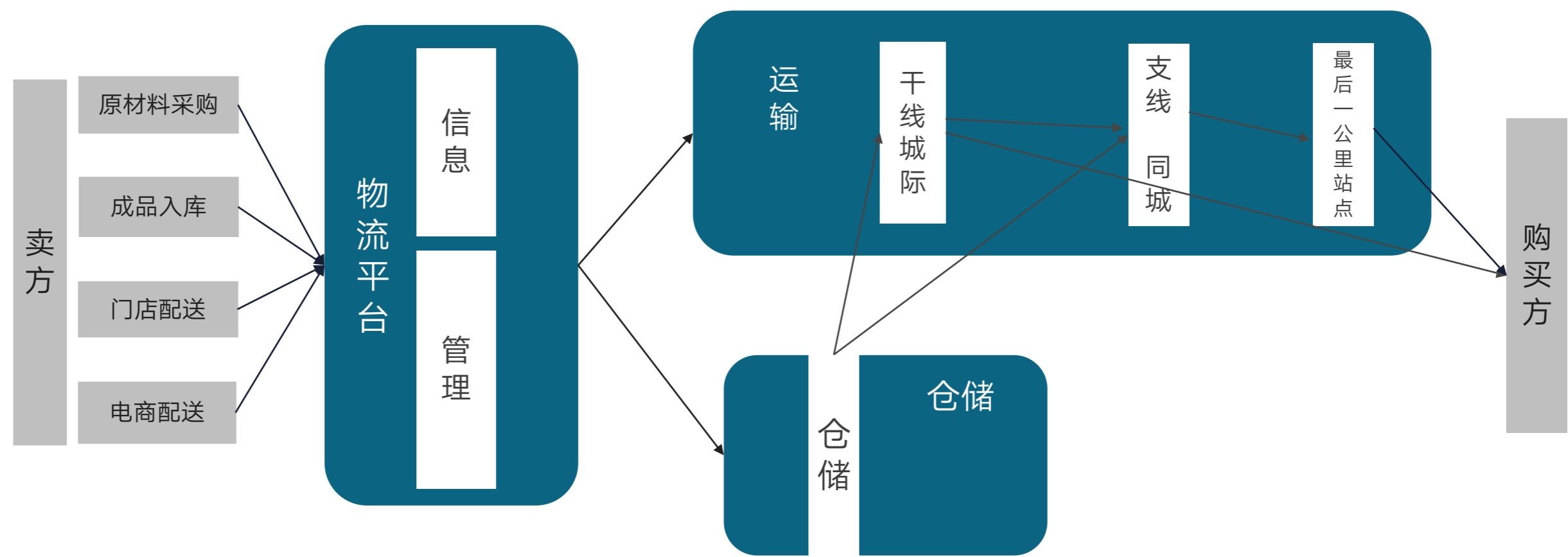
2

物流产业分析

- 物流产业运行流程及产业图谱
- 产业投融资解读
- 产业细分领域解读

物流产业流程

运输、仓储和物流平台是物流中的3个核心环节



物流平台

管理平台

第四方管理

第三方管理

第一、二方管理（企业方）



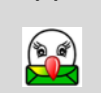
查询平台

信息平台

物流信息

网页端

App端



快递信息

网页端

App端



快递100 菜鸟裹裹

交易平台

路运交易



仓储交易



航运

仓储

仓储地产



仓储库房

通用仓储



个人仓储



特种仓储



仓储技术及设备制造

自动化系统集成



移动机器人 (AGV)



立体化仓库



运输

公路运输

整车

整车物流



零担

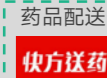
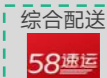
零担物流



快递



城配



铁路运输



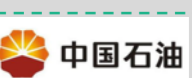
水运运输



民航运输



管道运输



物流产业-产业投融资解读

BAT、资本、国家队和物流巨头，共同推进物流产业发展

物流产业得到四方势力合力推动，以BAT为代表的互联网巨头，重点投资方向为连接供求的物流平台；国家队重点投资大型港口码头和物流设备制造，以中海集运77.84亿收购大型集装箱企业佛罗伦和中远海运3.68亿欧元收购比雷埃夫斯港口为代表；传统资本商涉及物流各个环节；行业巨头则以拥有全国166的物流园区的普洛斯为代表，重点投资方向是其核心优势业务仓储，但也积极向平台和运输方向延伸。



信息来源: TalkingData根据公开信息整理

物流产业-产业投融资解读

阿里全面布局，腾讯、百度紧随其后

阿里做为国内电商的领军厂商，和物流行业关系较为密切。除搭建菜鸟网络物流平台外，在运输和仓储领域也积极布局。腾讯从投资数量来看不如阿里，但也已经覆盖了物流平台、仓储和运输三大版块；百度目前以投资物流平台为主。

	物流平台	运输		仓储	
	交易平台	运输配送	跨境物流	仓储设备制造	仓储
	菜鸟网络 卡行天下 运满满	全峰快递 圆通快递 百世快递 饿了么 日日顺 一智通	新加坡邮政 Lazada	心怡科技 快仓	菜鸟仓储 苏宁
	货车帮 汇通天下G7	人人快递 京东			华南城
	oTMS 百度物流 罗计物流 蓝犀牛				

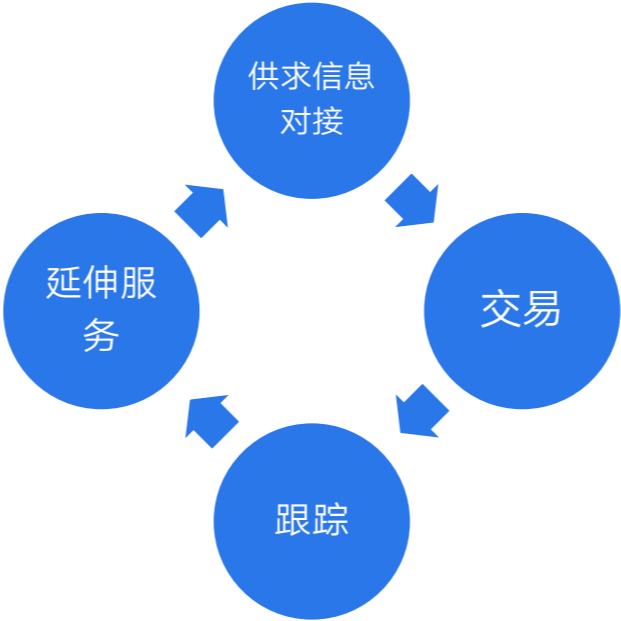
物流产业链分析-物流平台

物流平台分为两类，信息平台和管理平台。

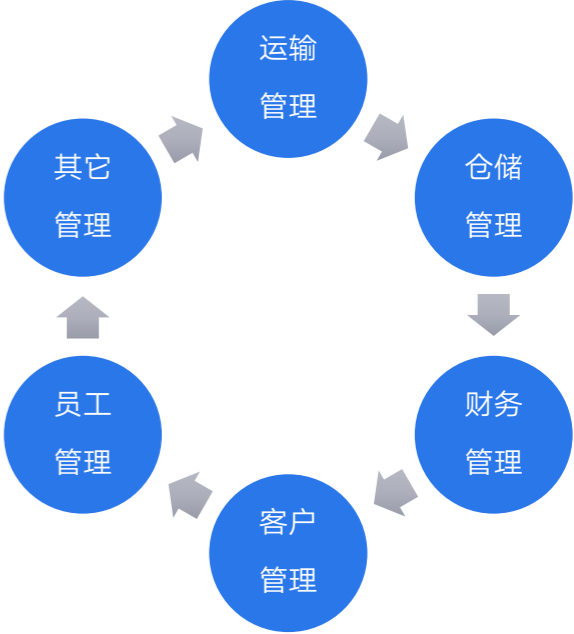
信息平台分为物流信息查询平台和物流信息交易平台。查询平台主要以物流信息查询和发布为主，交易平台在查询平台的基础上增加买卖双方直接交易功能，并且在买卖双方交易全程提供配套服务。

管理平台的主体通常是企业主，管理平台的作用主要是合理调配资源、提高效率等。

信息平台



管理平台



数据来源: TalkingData根据公开信息整理

整合社会资源的巨型管理平台-菜鸟网络

天网+地网+人网，合力打造中国智慧物流骨干网

菜鸟物流网可拆分成天网、地网和人网3大版块。天网是由数据驱动的云供应链协同平台，强调电子商务及物流数据的交互和分享；地网是借由庞大的地面网络不断聚集货物、人气，让天网的数据能力落地；人网是主打“最后一公里”物流服务和基于消费者真实生活中各种场景下的便民服务。

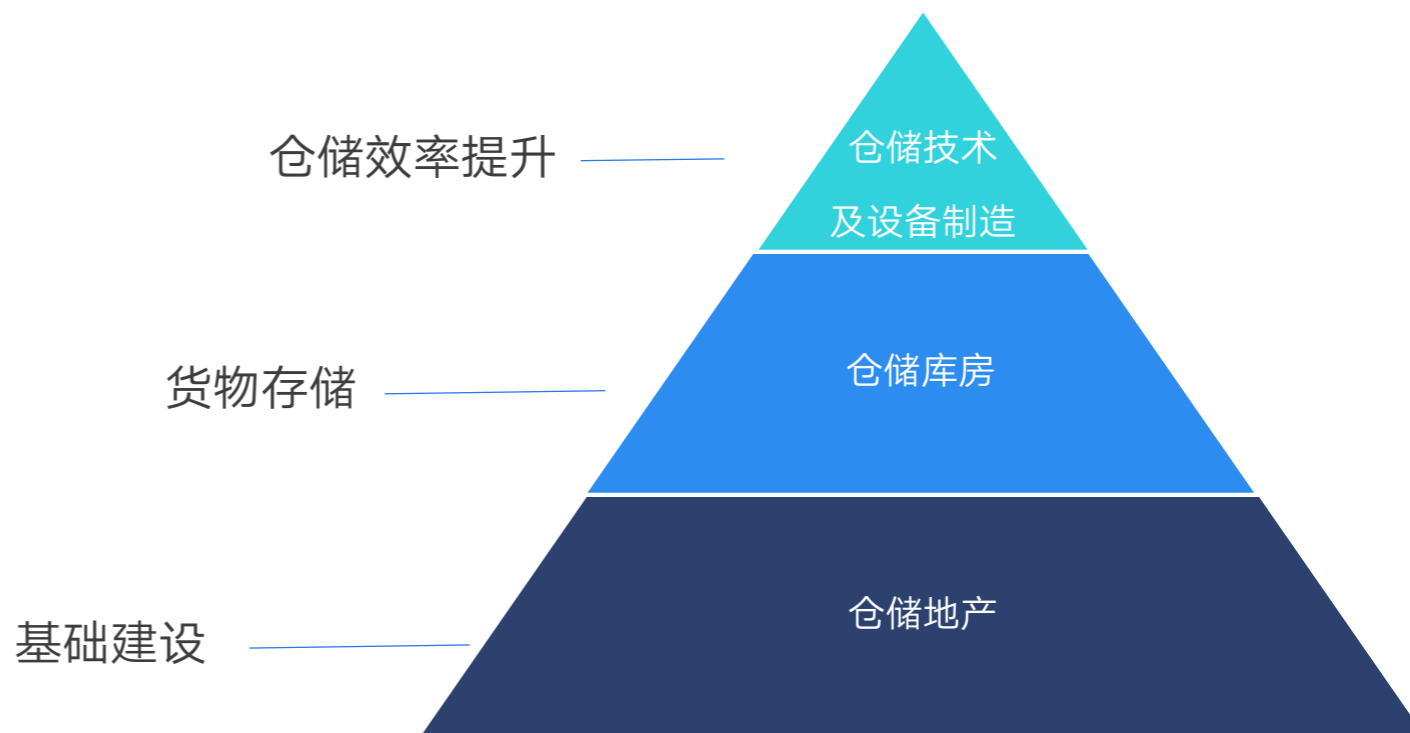
	主要组成	主要功能	主要意义
<div>天网</div> <div>电子商务数据交换</div>	阿里 / 菜鸟系统 商家后台系统 合作伙伴系统 ISV应用	连接	为社会物流资源搭建协同作业平台
<div>地网</div> <div>物流服务</div>	224个国家 23万辆车 3000家合作伙伴 2800个县 609万条专业线路	仓储+运力	调配社会物流资源
<div>人网</div> <div>服务载体</div>	170万快递员 3000家合作伙伴	调配社会人力资源	用户终端服务

数据来源：TalkingData根据公开信息整理
ISV：Independent Software Vendors独立开发商应用

物流产业链分析-仓储

三大版块，协同推动行业发展

- 2015 年，我国单位 GDP 中仓储成本虽有所下降，但仍高达 5.8%，美国同期水平为 2.7%。未来一段时间仓储的主旋律仍是降低成本。
- 降低成本需要三方的共同努力，地产商要在合适地段拿地，仓储仓库要迎合市场的需求，提供高标准服务，仓储技术及设备制造则要行业的发展输送源源不断的动力。



数据来源：中国物流与采购联合会；

物流产业链分析-仓储

外资、民资、国企和基金是仓储地产行业中的主要参与者

仓储占地面积大，税收和就业贡献能力一般，所以如何在合适的地点从政府拿到地，是仓储地产商的核心能力。

代表：普洛斯

依托国外物流发展的经验及先进的规划和设计理念，在国内提前布局。外资厂商在国内主流仓储行业占据80%的市场份额，实力强劲。

传统
外强

民资
新贵

代表：宇培和易商

近几年发展迅猛，既有先进的运营理念，也有充沛的资金资源，大肆攻城略地，势头迅猛。

主要参与者

代表：宝湾物流

拿地是仓储地产的核心能力之一
国企在拿地方面有着天然的优势
近几年又引入外资厂商的先进经营理念
在产品 and 标准化等方面均向普洛斯等巨头看齐

精进中
的国企

财力雄厚
的基金

代表：平安不动产

物流地产具有稳健回报的特点，所以成为了养老基金、社保基金和校园基金理想的投资对象。外资基金代表：黑石、KKR、凯雷等

物流产业链分析-仓储

PE、自持和自用是仓储地产开发的主要模式

PE（轻资产）

代表：普洛斯

通过拿地开发，项目建成后短期持有，
然后剥离出售给国外类似养老基金等
追求回报率稳定的基金
实现快速的资金收回及业务扩张。

自持（重资产）

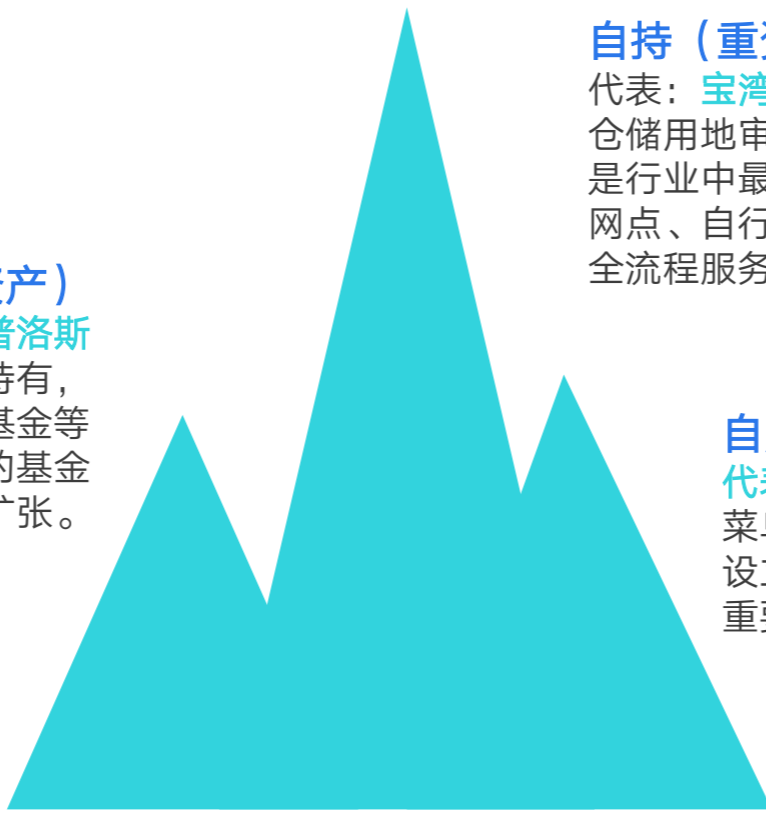
代表：宝湾物流

仓储用地审批政策收紧，土地资源及拿地能力都是行业中最为核心的竞争力之一。通过各地的仓储网点、自行持有地产和物业的管理能力，带来了全流程服务能力。

自用

代表：菜鸟

菜鸟通过银泰和复兴获得了拿地的能力，在全国8个城市设立重要仓储节点，成为菜鸟物流网络天地人三网中的重要组成部分。



物流产业链分析-仓储

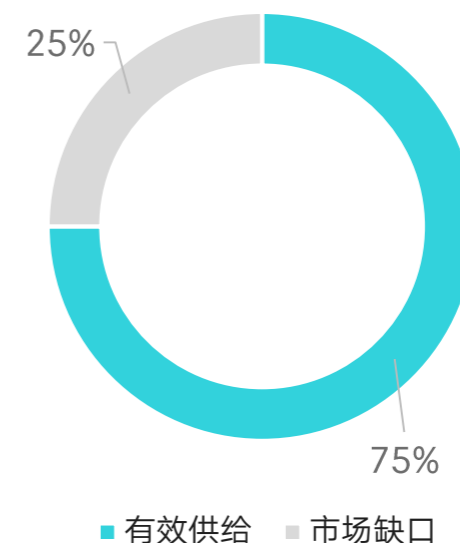
冷库人均占有面积低，危险品仓库存缺口

我国冷库的面积居世界第三，但人均面积很低，仅为0.143立方米。此外因我国冷链仓储大多建于上世纪90年代，现还面临设计理念落后、技术落后和设备老旧等问题，从而降低了有效供给。危险品库房基本属于供不应求的状态，因库房分布的情况，部分地区的市场空缺可达到25%~30%。

2016年美国、印度、中国三国人均冷库容量对比



危险品仓市场缺口情况

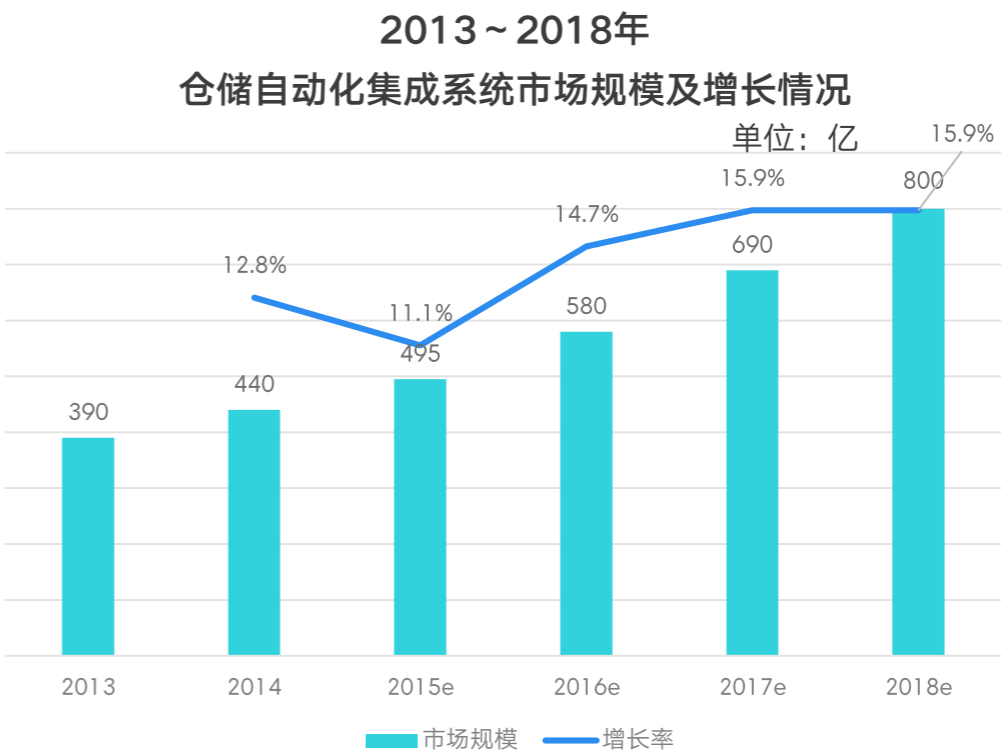
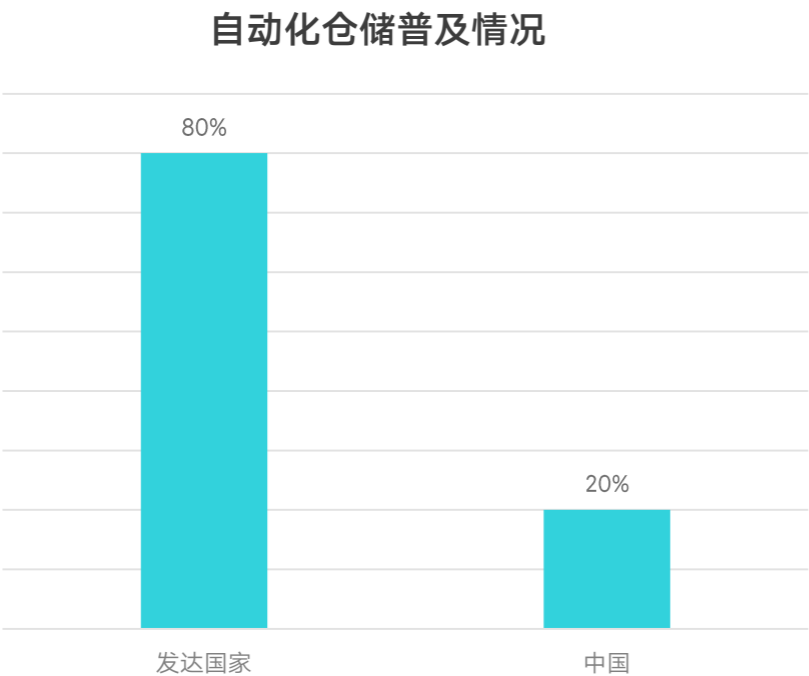


数据来源：全球冷链联盟GCCA；中国物流与采购联合会

物流产业链分析-仓储

我国仓储设备自动化程度低，未来将持续增长

发达国家的仓储自动化平均普及率达到80%，而我国目前仅为20%。未来几年内，在仓储自动化领域，我国预计将以15%左右的增长率增长，进一步缩小与发达国家之间的差距。

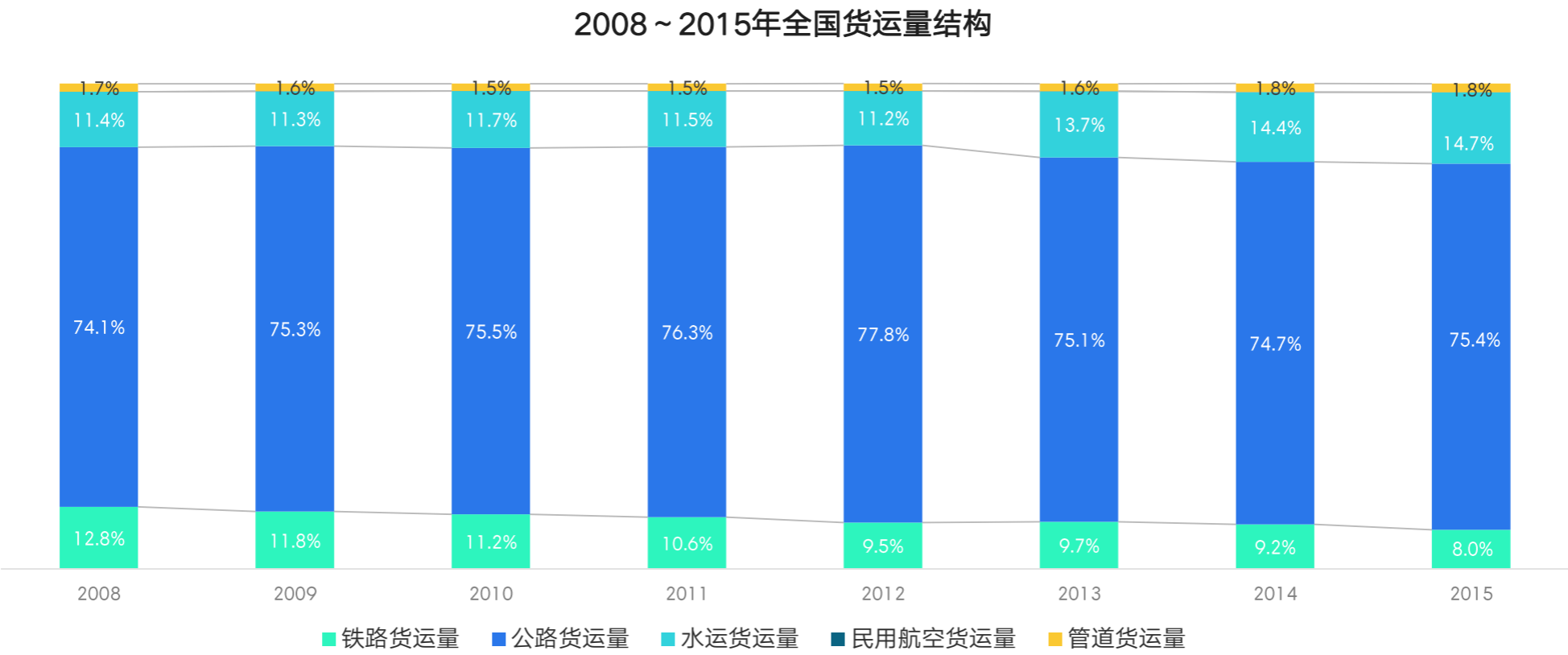


数据来源：中国物流技术信息中心2015

物流产业链分析-运输

公路运输占比最高，达到国内整体货运量的75%

公路运输因其运输的机动性，网络的广泛覆盖等特点，一直是多数货运的首选，随着市场规模的不断扩大，基础设施也不断完善，使得公路运输长期占据货运量的75%左右；铁路运输份额持续下降，水运货运持续上升。



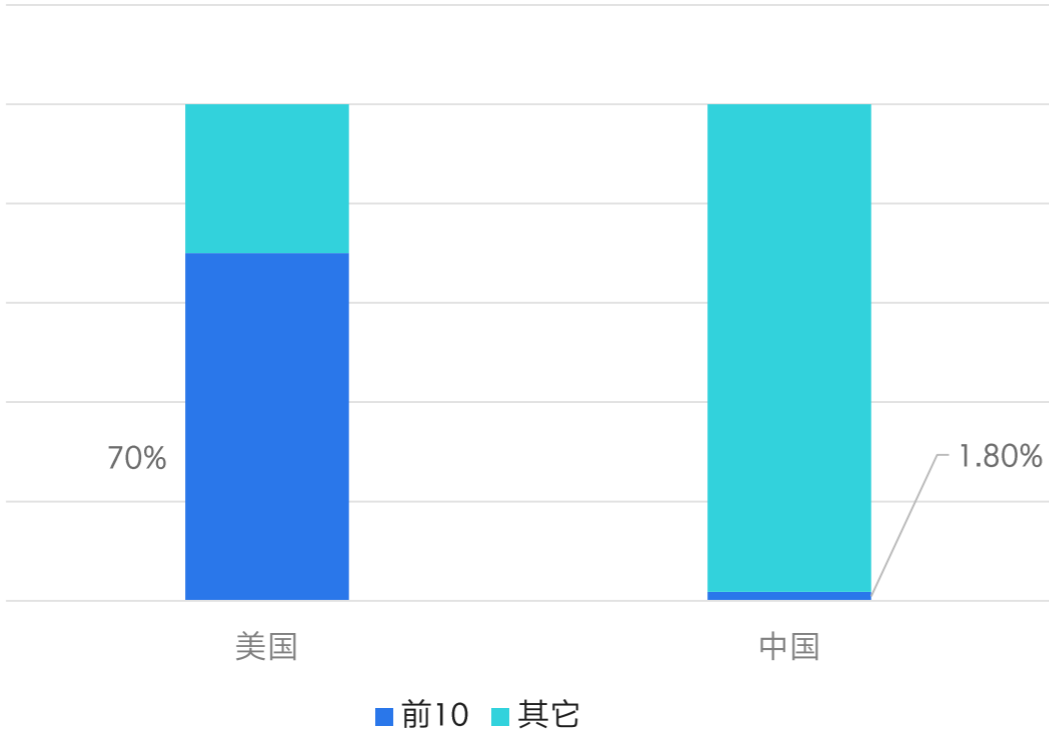
数据来源：国家统计局

物流产业链分析-运输

公路零担市场分散程度很高，体现在公司多和头部厂商份额低

中国公路运输的企业有78万家，“小”“散”“乱”“差”是行业最主要的问题。他们经常表现为一人一车一电话的作坊模式。中国零担市场前10名市场份额之和占行业整体的1.8%，美国零担市场前10名市场份额之和却高达70%。头部厂商的市场份额大，有利于充分调配资源，达到降低成本提升效率的目的。

2015中美零担物流市场前10名所占市场份额对比



2015中国零担企业Top10

企业名称	2015总收入（亿）
德邦物流	111.5
中铁物流	39.8
天地华宇	24
佳吉快运	23
盛丰物流	21
安能物流	20
盛辉物流	19.8
远成快运	16
新邦物流	12
佳怡物流	11

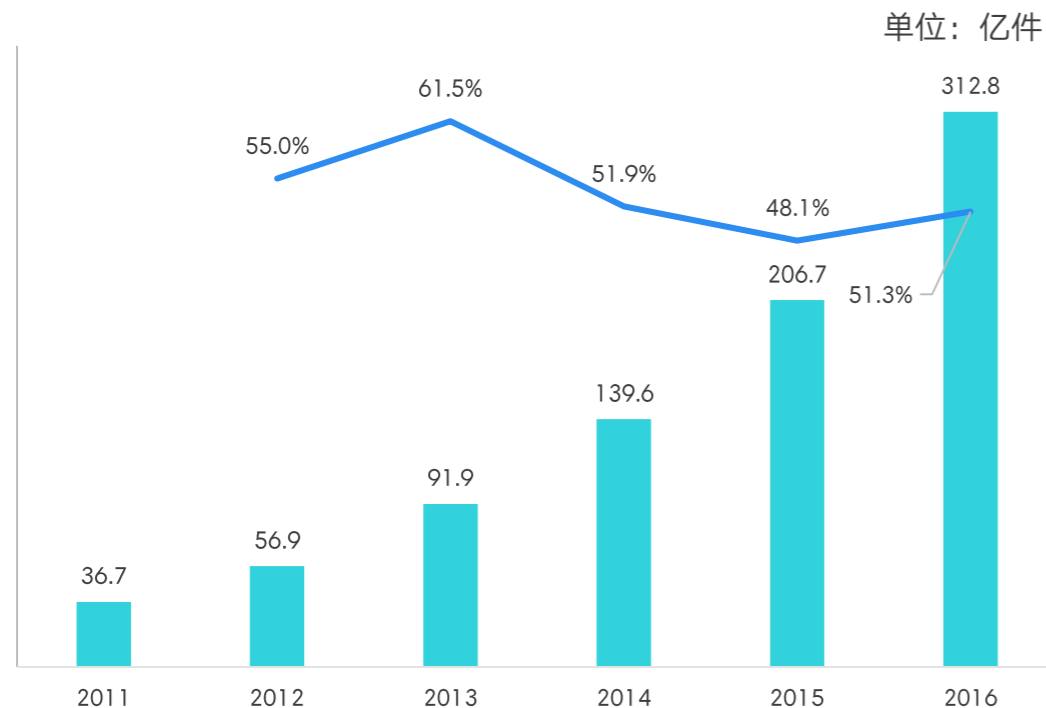
数据来源：罗宾逊物流；运联传媒

物流产业链分析-运输

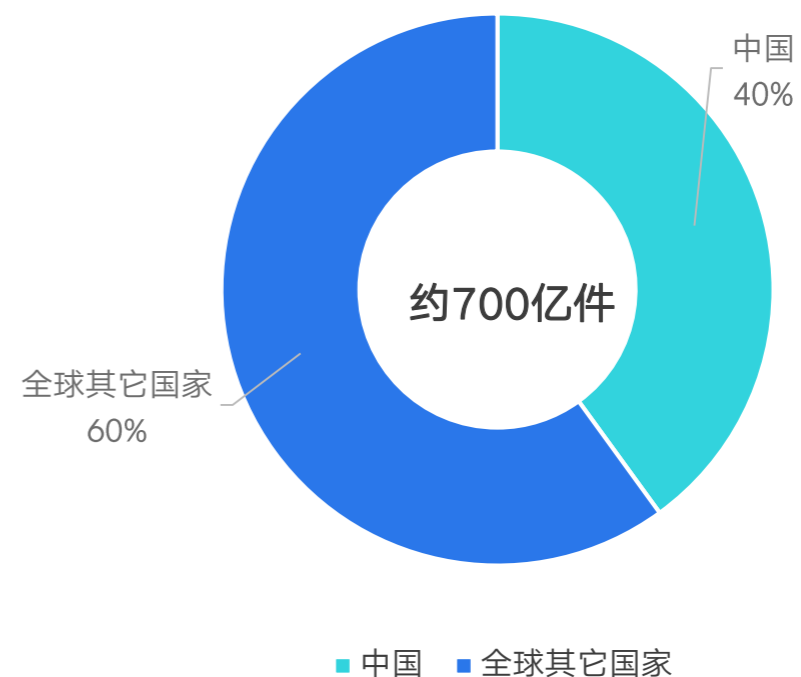
快递行业持续高速增长，业务量占全球总量的四成

2011年~2016年，中国快递行业持续以50%左右的增长率高速增长，目前已成为世界第一快递大国。2016年全球700亿件快递中，中国贡献300亿件，占比40%左右，快递业总收入也首破4000亿大关。

2011~2016全国快递量及增长情况



2016年中国快递量在全球总量中的占比

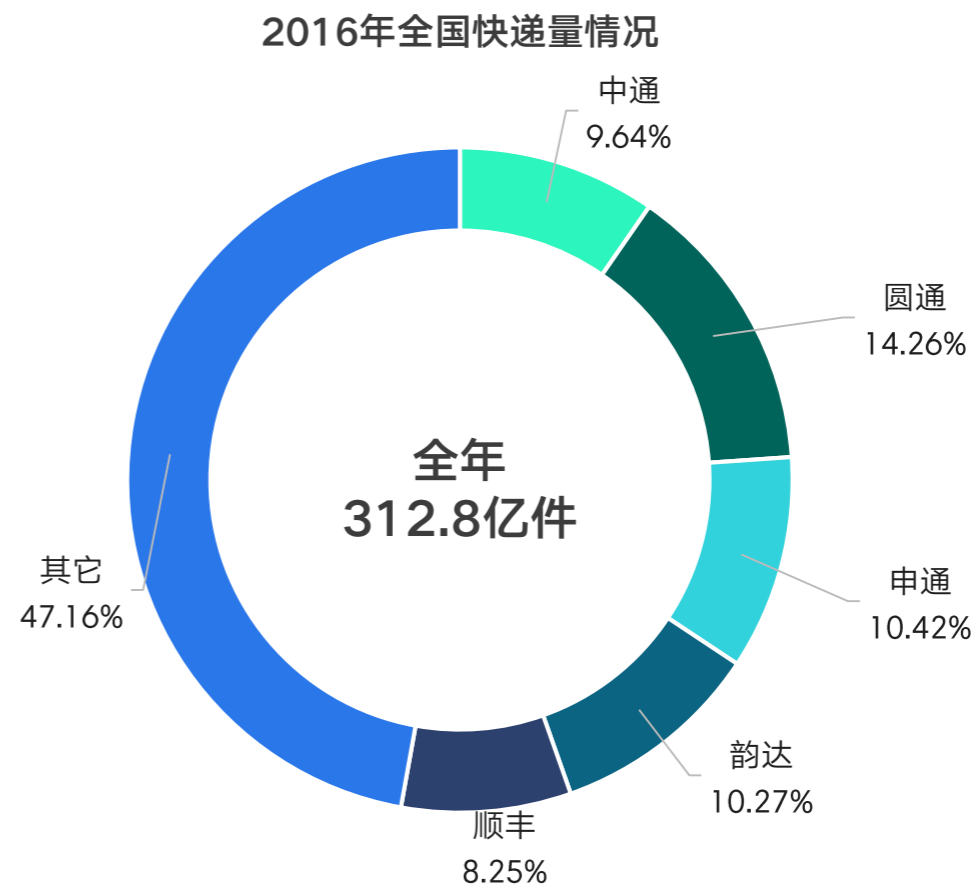


数据来源：国家统计局；国家邮政局

物流产业链分析-运输

五大快递企业占据国内整体市场业务量的半壁江山

以顺丰、圆通、申通、中通和韵达主导的快递行业，已形成了自己的市场格局。2016年快递市场Top5企业的业务量占据了中国快递总体业务量的一半以上。



数据来源：根据各公司财报与国家统计局数据综合测算

3

快递物流类App分析

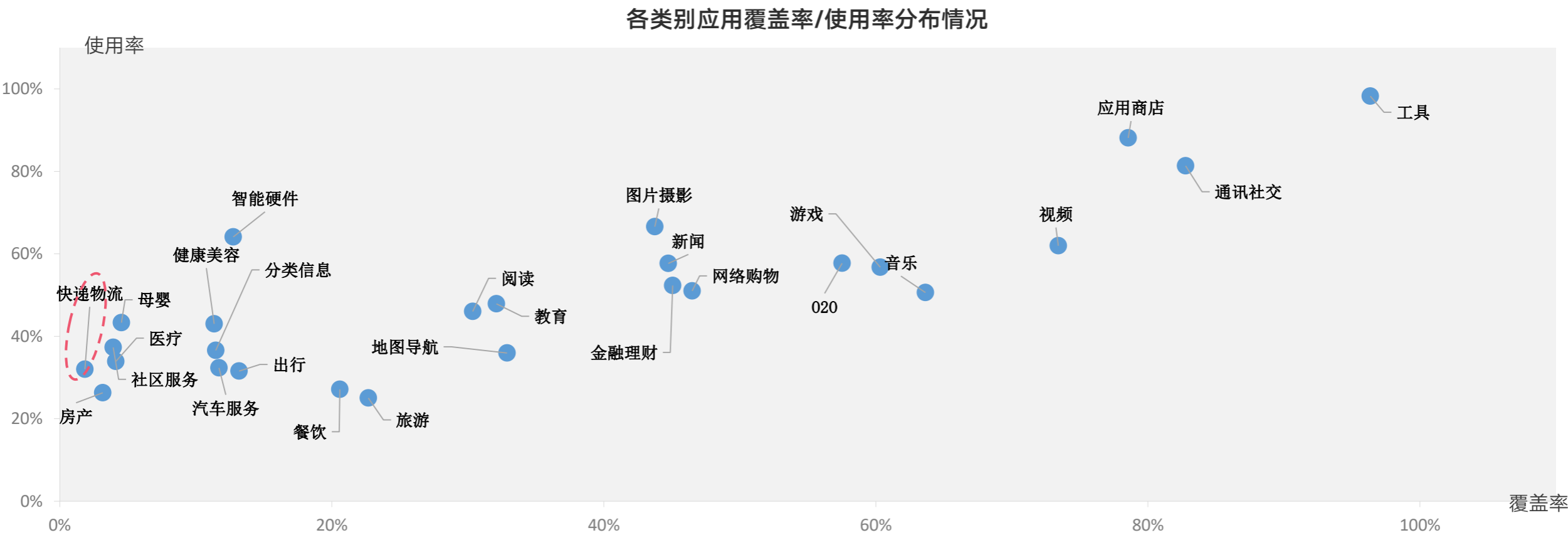
- 快递物流类整体App覆盖情况
- 物流类App分析
- 快递类App分析



快递物流类App整体覆盖率低

该类App对用户宣传力度还有待于提升

快递物流类App整体覆盖率处于各类App覆盖率尾部，但使用率与出行类App、地图导航类App相近，考虑到快递物流类App的实际使用场景以及电商App内部物流功能的分流，我们认为快递物流类独立App的使用率还算较高。但覆盖率较低，说明该类App对用户的宣传力度不够，用户不知道通过此类App可以更好的达到管理物流的目的，所以此类App在对用户宣传方面还有待于提升。

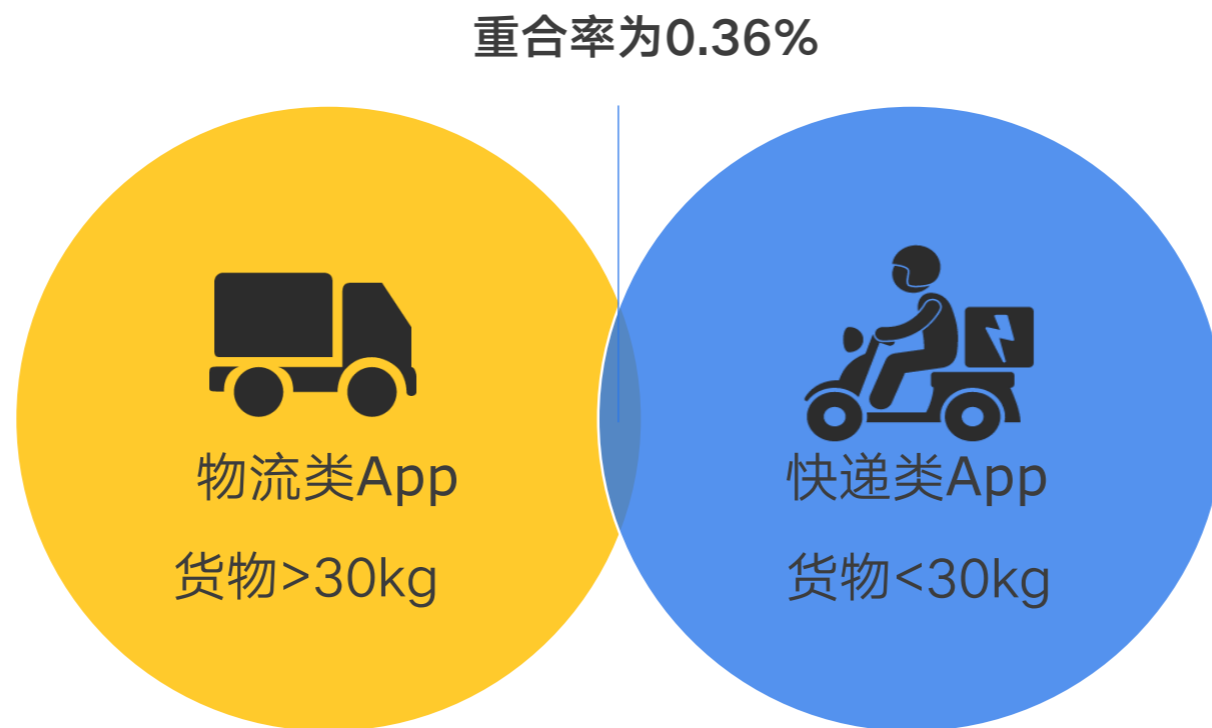


数据来源: TalkingData 移动数据研究中心, 2017年4月Android平台
使用率=应用类别活跃率/应用类别覆盖率*100%

物流类App和快递类App有不同的使用场景

我国通常以30kg作为划分线，高于30kg为物流，低于30kg为快递。

物流和快递两类App的使用重合情况上，仅为0.36%，重合度较低，表明两类人群的使用需求并不相同，有着不同的使用场景，所以我们将会对物流和快递类App进行单独分析。



物流及快递类App Top10

在快递类App Top10中，快递行业前五厂商的App除顺丰速运跻身Top10外，通达系均未上榜，用户更多使用的是第三方的快递App。在物流类Top10中，货车帮排名第一，传统物流厂商仅德邦一家上榜。

快递类App Top10

排名	App	覆盖率
1	菜鸟裹裹	0.507%
2	快递100	0.485%
3	顺丰速运	0.407%
4	富友收件宝	0.179%
5	达达	0.036%
6	速递易	0.022%
7	闪送	0.017%
8	快递员	0.016%
9	速递易快递员	0.008%
10	快递员助手	0.007%

物流类App Top10

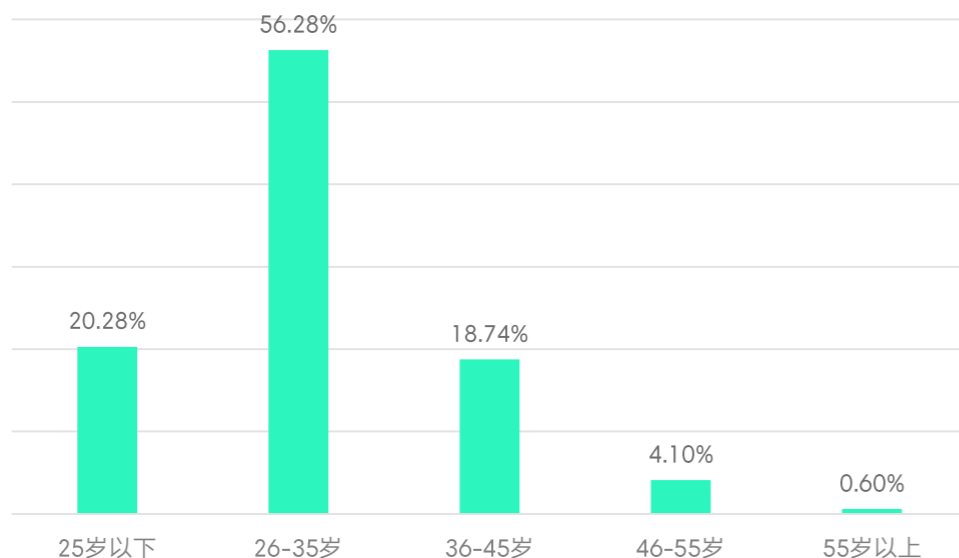
排名	App	覆盖率
1	货车帮	0.133%
2	运满满找货	0.068%
3	58速运	0.060%
4	物流QQ	0.037%
5	运满满找车	0.016%
6	陆鲸司机	0.010%
7	德邦	0.009%
8	车E通	0.008%
9	蓝犀牛	0.007%
10	货运信息 (一点通)	0.006%

物流类App

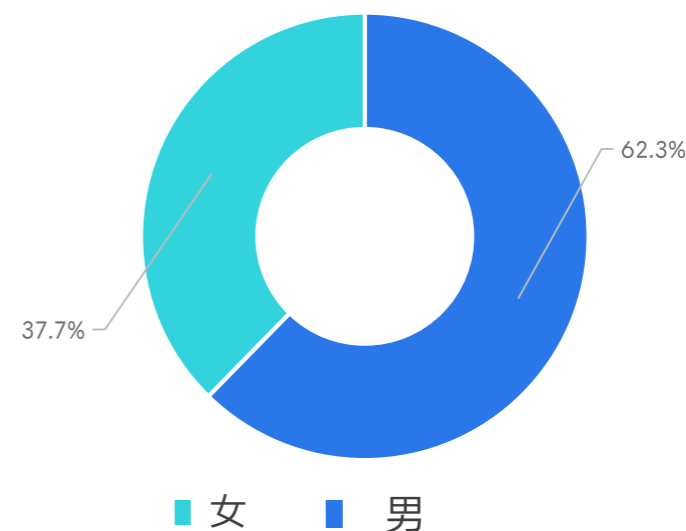
用户年轻化，男性用户占比高，这是一个需要力量的行业

物流类App的用户以26~35岁的用户居多，占比超过一半。男性在整体用户数量中占比62.3%，考虑到物流和快递之间的30kg分界线，以及数据体现出来的年轻化和男性化，反映出这是一个需要力量的行业。

物流类App用户年龄分布



物流类App用户性别比例

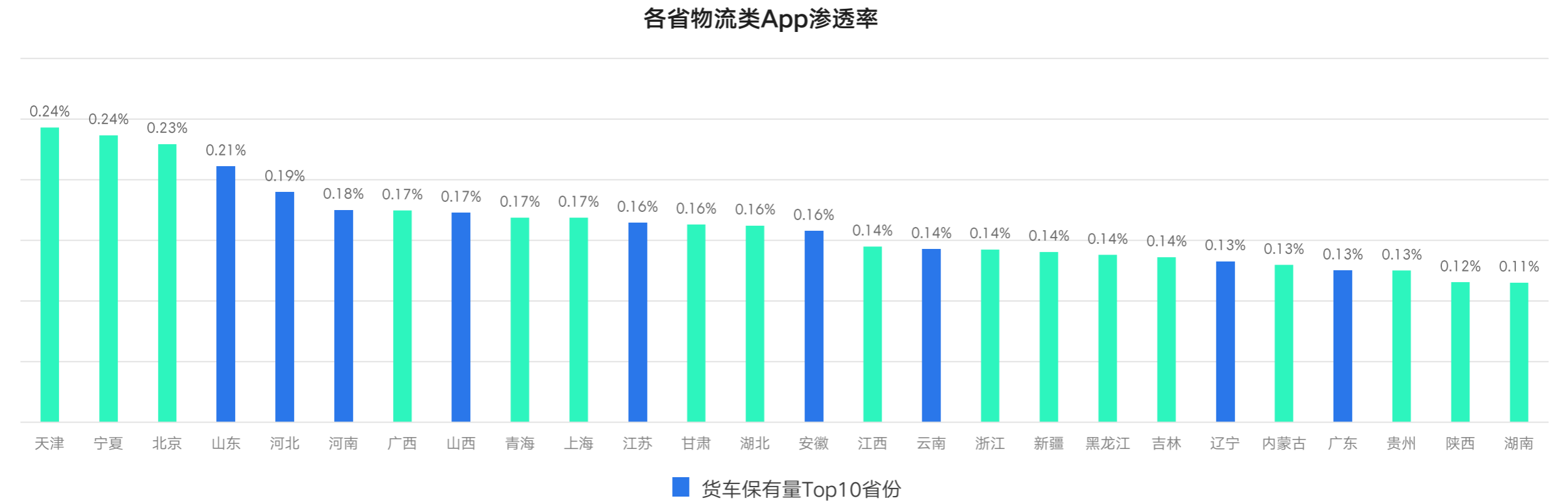


数据来源: TalkingData 移动数据研究中心, 2017年4月Android平台

物流类App在各省物流市场的渗透情况

App渗透率较高的城市，并没有和货车保有量较高的城市相对应

据数据计算，货车保有量Top10省份（即蓝色柱状图标注的省份）的货运汽车数量总和为794万，而按照各省物流类App 渗透率的Top10来计算货运汽车总和为521万辆，差额273万量，占全国货运汽车总量的近20%。厂商可在江苏、安徽、云南、辽宁、广东等货运汽车保有量高但App渗透率较低的省份发力，抢占市场份额。

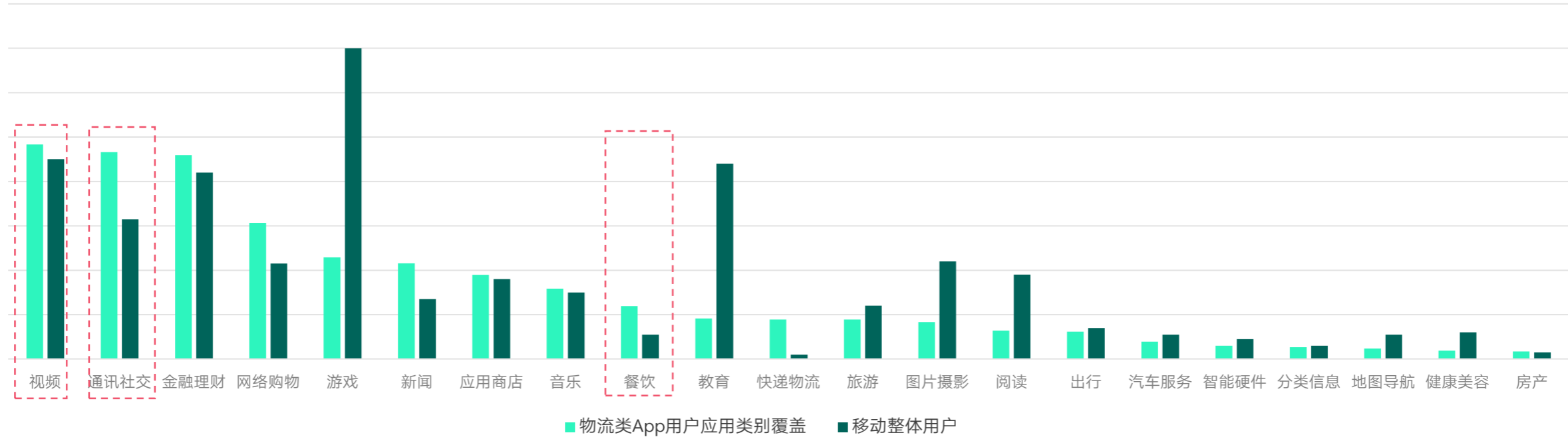


物流类App用户相关联应用分析

物流类App用户工作繁忙且相对孤独

物流类App用户的关联应用，视频类应用排在第一位，覆盖略高于移动整体用户，表明用户对于在线娱乐、在线消磨时间的需求很迫切；通讯社交类应用的覆盖明显高于移动整体用户，表明该类人群可能经常出外，所以需要通讯社交类的App强化与家人和朋友的联系；餐饮类也明显高于移动整体用户，可能的原因是需要经常在工作场所订餐或到陌生环境在线寻找就餐地。

物流类App用户应用类别覆盖对比



数据来源: TalkingData移动数据研究中心, 2017年4月Android平台
根据某类应用覆盖总和在有关联应用覆盖率总和中的占比计算

物流类App全国安装情况

华东地区较集中

从热力图可以看出，物流类App的用户在华东地区及沿海城市集中度比较高。西部主要集中在成都、重庆一带。



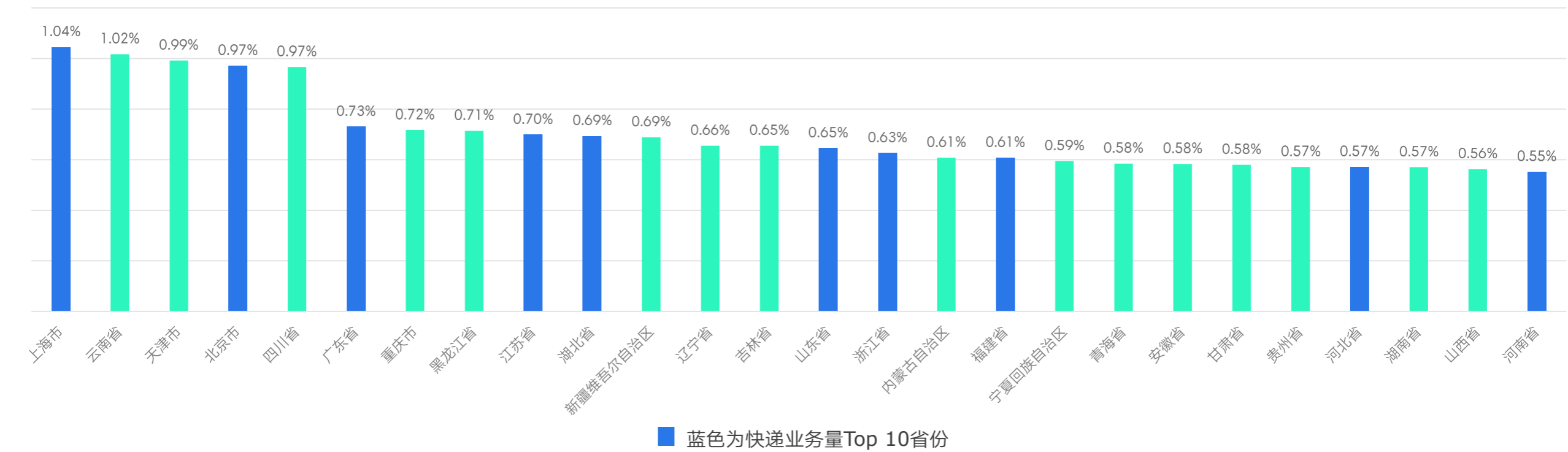
数据来源: TalkingData 移动数据研究中心, 2017年4月Android平台

快递类App在快递重点市场的渗透情况

重点省份渗透率不足

在全国各省份快递类App的渗透率与快递业务量Top10省份对比中，可以看到在渗透率前十的省份中，快递业务量Top10的省份只出现了4个，像浙江、福建这样的快递量大省，在App的渗透率中，只占到中部位置，而河南河北更是直接掉至队尾。

全国各省快递类App渗透率



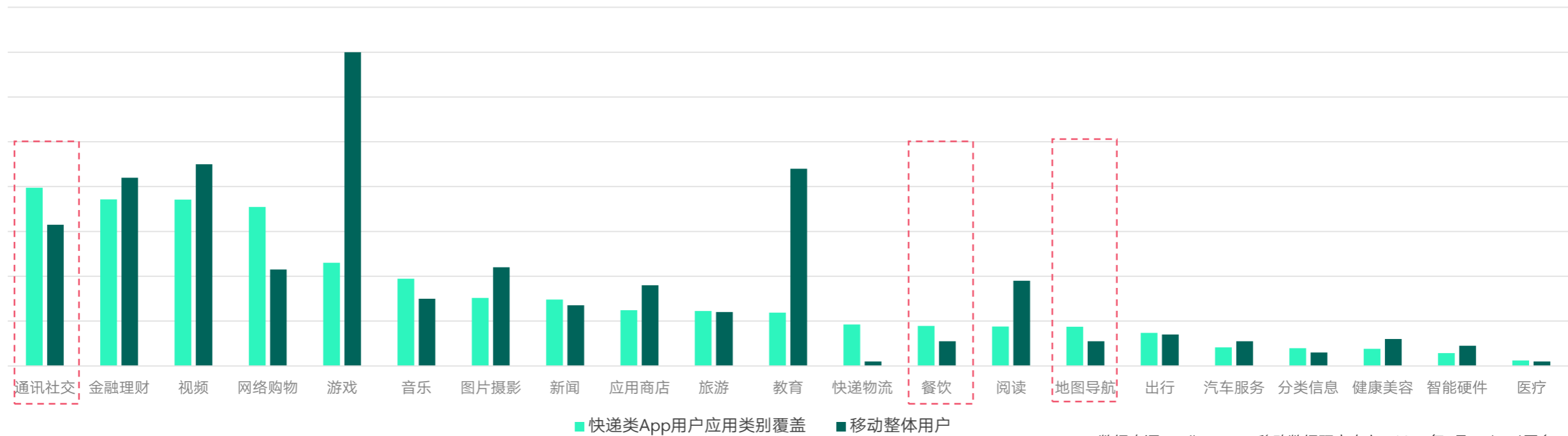
数据来源: TalkingData 移动数据研究中心, 2017年4月Android平台

快递类用户相关联应用分析

快递类App主要用户或以行业从业人员为主

与移动整体用户对比中，快递类App偏爱餐饮和地图导航类应用。我们推测这种情况可能是受行业从业人员的影响，所以快递App类主要用户或以行业从业人员为主，普通用户的用户数量可能还较少。

快递类App用户应用类别覆盖对比



数据来源：TalkingData移动数据研究中心，2017年4月Android平台
根据某类应用覆盖总和在所有关联应用覆盖率总和中的占比计算

关于TalkingData

- TalkingData 成立于2011年，致力于用数据改变企业做决策的方式，改善人类自身和环境。目前已完成C轮融资，是中国领先的独立第三方数据服务提供商，在全球开设多个分支机构。
- 融合了互联网“开放精神”和传统IT“严谨服务”的企业文化，为客户提供独树一帜，融创新与严谨为一体，全方位智能数据解决方案。业内独一无二的TalkingData智能数据平台，集海量数据、极致的技术和专业的咨询服务为一体，逐步打造开放的数据生态，为客户带来独特的数据价值。
- 目前，TalkingData智能数据平台覆盖超过6.5亿/月活跃独立智能设备，客户既包括像Google、腾讯、滴滴出行等互联网企业，也包括中国银联、招商银行、欧时力、碧桂园等传统行业巨头。

TalkingData

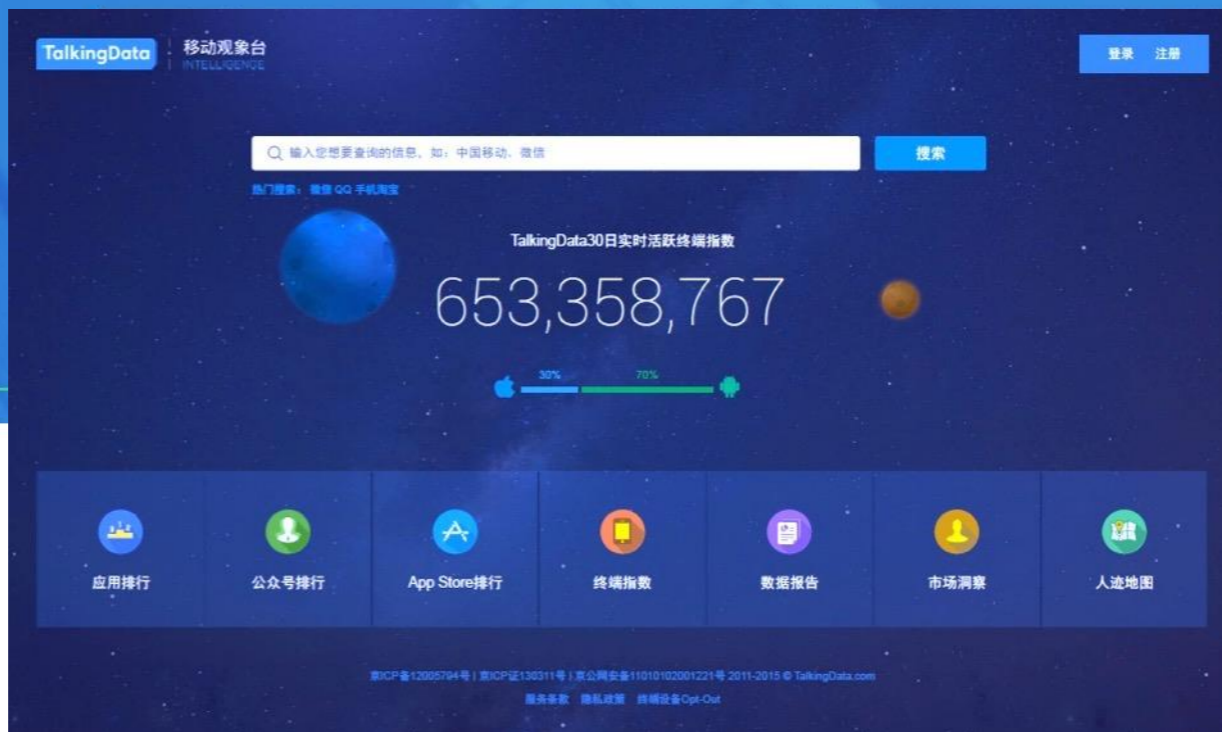


移动观象台

移动观象台

纵览行业数据，解析移动趋势

mi.talkingdata.com





移动观象台



应用排名

洞悉市场动态，提供最新Android应用排行，针对单款应用绘制人群画像



公众号排名

通过对自媒体人的账号和文章进行甄别分析，获悉最火爆的微信公众号排行



终端指数

呈现移动设备趋势，提供最受欢迎的设备品牌、分辨率、操作系统等



数据报告

最权威的互联网行业报告，并针对热门行业、热门事件进行重点分析



市场洞察

基于大量移动互联网用户数据洞察用户特征，展现市场应用热度



人迹地图

挖掘用户行为轨迹，分类解析品牌受众群体，提供可视化数据解读

谢谢



移动观象台

mireport@tendcloud.com

