

行業概覽

本節呈列的資料來自不同的政府刊物和其他刊物及我們委託灼識諮詢編製的市場研究報告。我們相信該等資料的來源乃屬適當，且我們在摘錄及轉載該等資料時已採取合理審慎的措施。我們並無理由相信該等資料於任何重大方面屬虛假或含誤導成分，或遺漏任何事實致使其在任何重大方面屬虛假或含誤導成分。我們、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、聯席保薦人、[編纂]、我們或彼等各自的任何董事、高級職員、代表或參與[編纂]的任何其他人士並無獨立核實該等資料，且不對有關資料的準確性發表任何聲明。資料及統計數據可能與在中國境內或境外編製的其他資料及統計數據不一致。

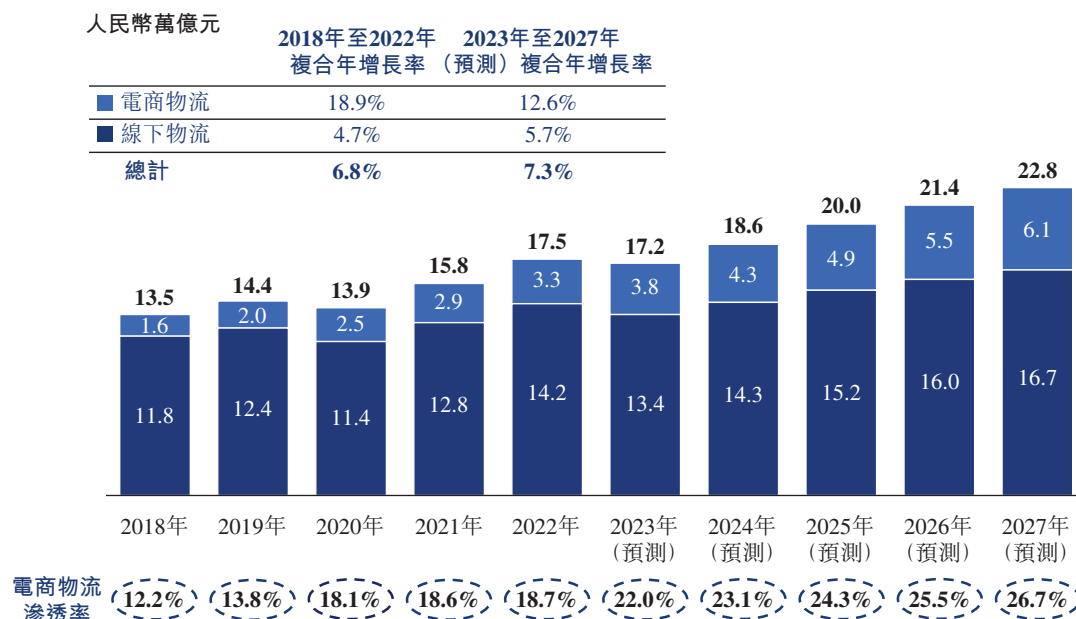
全球電商物流市場

電子商務是全球零售物流市場的關鍵驅動力

全球零售物流展現巨大市場機遇。根據灼識諮詢的資料，全球零售物流市場由電商物流及線下物流細分市場組成，市場規模已由2018年的人民幣13.5萬億元按6.8%的複合年增長率增長至2022年的人民幣17.5萬億元，並預計由2023年的人民幣17.2萬億元按7.3%的複合年增長率進一步增長至2027年的人民幣22.8萬億元。過去20年，全球零售物流市場經歷深刻變革，此在很大程度上是受到電商興起所推動。電商興起從根本上改變消費者購物及商家經營業務的方式。值得注意的是，電商物流領域經歷了顯著增長，超越零售物流整體市場的增長，佔據了越來越大的市場份額。電商物流滲透率，即電商物流佔零售物流總額的比例，從2018年的12.2%上升至2022年的18.7%，預計2027年將進一步上升至26.7%。物流服務在促進電商領域擴展方面發揮關鍵作用並從中受益。

行業概覽

2018年至2027年（預測）全球零售物流市場規模



資料來源：灼識諮詢

時至今日，隨著越來越多的商家、品牌及製造商尋求通過更多元化的渠道接觸全球客戶，電商與傳統實體分銷渠道之間的界線越來越模糊。此轉變促使電商物流參與者更需要提供全面的履約解決方案，同時滿足線上及線下渠道的需求。這些擁有全渠道能力的電商物流參與者將能充分把握規模龐大的零售物流市場的潛力。

全球電商物流市場的新增長階段

主要受電商市場增長的推動，預計到2027年，全球電商物流市場的總市場規模將達到人民幣6.1萬億元。以下為全球電商物流市場發展的主要趨勢：

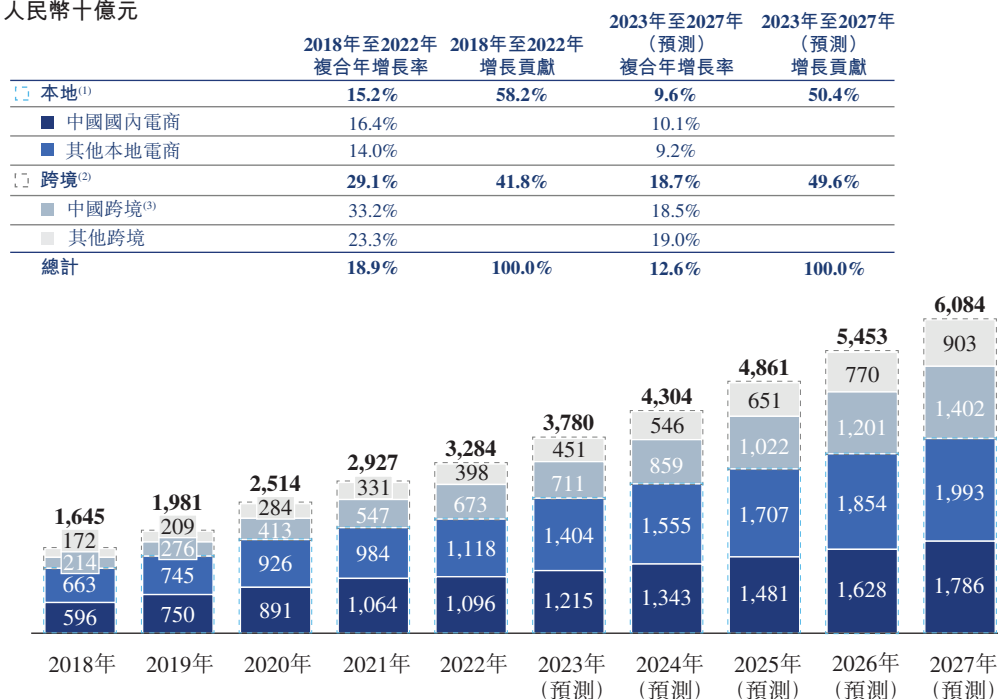
本地電商物流。於2018年至2022年，本地電商大力推動了全球電商物流的發展，本地電商物流於同期按複合年增長率15.2%擴展，對整體電商物流市場增長貢獻58.2%。本地電商物流仍然是全球電商物流市場中較大的細分市場，預計由2023年的人民幣2.6萬億元以9.6%的複合年增長率增長至2027年的人民幣3.8萬億元。特別是，於2022年，中國國內電商物流為本地電商物流市場最大的細分市場，佔全球本地電商物流開支的接近一半。

行業概覽

跨境電商物流。跨境電商物流正成為全球電商物流市場擴展的新動力。越來越多的商家將其銷售擴展至全球市場，同時消費者對從其他國家運來的優質及有高性價比的產品越來越感興趣。跨境電商物流預計將超越全球電商物流市場的整體增長，2023年至2027年的複合年增長率為18.7%，佔同期整體市場增量的49.6%。與中國相關的跨境電商物流已經並且預計將成為該領域增長的主要貢獻者。

2018年至2027年（預測）全球電商物流市場規模

人民幣十億元



資料來源：灼識諮詢

附註：

- (1) 本地電商物流是指對於消費者從同一國家或地區的商家購買的電商商品的運輸。
- (2) 跨境電商物流是指對於消費者從不同國家或地區的商家購買的電商商品的運輸。
- (3) 中國跨境電商物流是指中國內地與另一國家或地區之間電商商品的進口及出口運輸。

行業概覽

中國跨境電商物流市場

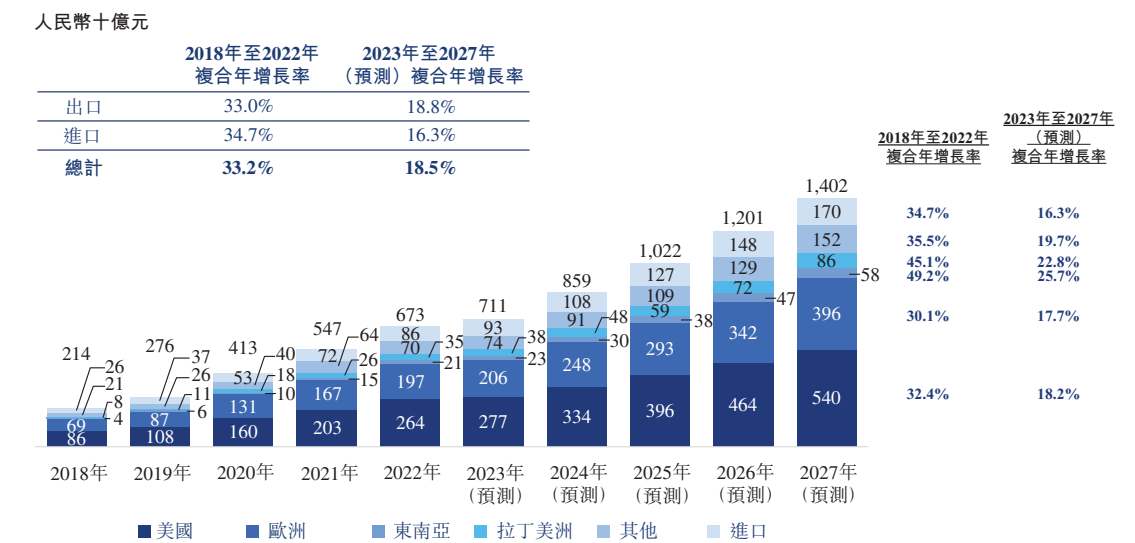
中國為跨境電商物流的主要增長動力

中國是全球跨境電商物流市場的最大組成部分和主要增長動力。到2027年，與中國商家及消費者有聯繫的跨境電商物流預計將達到人民幣14,020億元，2023年至2027年的複合年增長率為18.5%，於2027年對全球跨境電商物流市場的貢獻為60.8%。

特別是，中國出口電商物流領域按33.0%的複合年增長率由2018年的約人民幣1,870億元增長至2022年的約人民幣5,860億元，並預計將由2023年的人民幣0.6萬億元按18.8%的複合年增長率進一步增長至2027年的人民幣1.2萬億元。與此同時，中國進口電商物流領域按34.7%的複合年增長率由2018年的約人民幣260億元增長至2022年的約人民幣860億元，並預計將由2023年的約人民幣930億元按16.3%的複合年增長率進一步增長至2027年的約人民幣1,700億元。

中國出口電商物流領域的增長歸因於多種因素，包括中國強大的製造能力及供應鏈以及尋求全球銷售的大量電商商家。此外，跨境履約流程已顯著簡化，有效滿足消費者及商家對價格、速度及質量的需求。這些發展擴大了可用於跨境交易的產品範圍，同時提高了消費者對跨境電商作為具有吸引力的購物渠道的接受程度。

2018年至2027年（預測）中國跨境電商物流市場規模



資料來源：灼識諮詢

行業概覽

中國跨境電商的发展預期將為全球不同地區帶來新增長機遇。值得一提的是，預計歐洲及美國將成為來自中國的跨境電商商品的主要最終目的地，這主要歸因於這些地區消費者購買力較高、對價值驅動型產品的強勁需求及這些地區完善的物流基礎設施。此外，東南亞及拉丁美洲亦有望高速增長，預計複合年增長率高於2023年至2027年的行業平均。

跨境電商平台的崛起

近年來，正在深度發掘中國供應鏈，並以方便且具成本效益的方式向全球消費者提供各種物有所值的優質產品的跨境電商平台已實現了顯著增長。這些平台已擴大其在跨境電商市場的整體份額，並預期將繼續以高於整體市場的速度增長。這些平台的成功歸因於以下各項：

豐富的物有所值及高品質的產品。憑藉中國強大的製造能力，跨境電商平台向全球消費者提供各種物有所值的高品質產品，不僅包括最暢銷的標準產品，亦包括可能難以在世界其他地區獲得的非標準、白標及小眾產品。

於整個產業鏈提供更多的服務和更強的影響力。跨境電商平台採用不同商業模式，以有效滿足消費者的各種需求。例如，一些平台正在增強其能力，從平台模式擴展到全託管服務模式，以迎合更多尋求全面運營和物流支持的商家或提供直銷服務。這些平台正在整個行業價值鏈中擴大其服務和影響力，從產品設計到供應鏈，再到營銷和運營，這樣有助更快的產品迭代和更高的庫存周轉率，降低成本並增強消費者體驗。

升級的物流體驗。物流體驗已成為當今消費者選擇如何及何處購物的關鍵考慮因素。跨境電商平台已與具有專長的電商物流服務商合作，並提升物流履約能力，以促進更快速、更可靠及更具成本效益的全球配送。這有助於改善消費者的體驗，使跨境電商成為本地零售具有競爭力的替代方案。

行業概覽

跨境電商物流企業的關鍵成功因素

為滿足跨境商家、品牌及電商平台不斷增長的需求，物流企業必須具備全球影響力和強大的物流能力，以處理全球國家及地區的高包裹量，並實現可視化及成本優化。

每天有數以百萬計的產品從世界各地的跨境商家、品牌及電商平台被購買。為支持商流的運作，物流企業需要將數百萬個小包裹運送到或將其庫存放置在全球不同的目的地國家。為與當地線上或線下零售競爭，這些跨境商家、品牌及電商平台以優惠的價格（包括物流費）提供優質商品，同時向消費者提供具有時效性的配送，此對與當地零售商品競爭至關重要。為解決此問題，物流企業必須擁有廣泛的全球網絡和強大的科技能力，以不斷實現產品創新並優化成本。

我們相信，擁有以下核心競爭力的全球物流公司可應對這些挑戰：

對電商的洞察力。物流企業必須對全球跨境電商的動態格局有深入且詳盡的瞭解。這些知識是物流服務商有效滿足跨境商家、品牌及電商平台多元化需求的基礎。

技術優勢。物流企業必須部署專門構建的技術，以應對電商行業面臨的現實運營挑戰，例如確保長物流鏈的連通性、優化配送路線及實現實時追蹤。這些技術需要嵌入運營之中，不僅精確定位客戶需求，亦提供針對行業垂直領域的解決方案。再者，物流技術必須通過人工智能賦能，獲得其分析處理的優質現實數據的支持。此可以實現複雜的數據分析（通常為實時），從而改善工作流程並優化資源分配。此外，物流企業必須能夠以具成本效益的方式在其他國際市場複製成熟的技術，同時確保適應當地環境的獨特條件。

全球網絡。全球影響力及深入的本地專業知識對物流企業而言至關重要，他們必須管理漫長的全球物流價值鏈中的複雜性，並提供優質服務。此外，就網絡拓展而言，物流企業必須對為電商履約而優化的實體網絡保持強大的控制。這樣的強控對於提高服務速度、質量及客戶體驗至關重要。物流企業需要保持高水平的網絡靈活性和彈性，以在旺季需求增加時進行有效管理。

行業概覽

創新的產品及服務。 物流企業需要熟練地提供端到端的綜合解決方案，以確保整個物流價值鏈的高度透明及控制。再者，物流企業需要提供不僅具成本效益且速度夠快的解決方案，以與當地方案競爭。此外，高適應性對於為跨境商家、品牌及電商平台服務的物流企業至關重要。此包括支持大型電商平台全託管服務模式的靈活性，以及為其他類型的商家提供第三方物流服務的能力。

跨境電商物流市場的競爭格局

下圖顯示跨境電商物流企業的排名。菜鳥是2022年按包裹量計全球最大的跨境電商物流公司。

2022年全球跨境電商物流公司按包裹量計的排名

排名	公司名稱	市場份額(%)
1	菜鳥	8.1%
2	公司A ⁽¹⁾	5.5%
3	公司B ⁽²⁾	3.8%
4	公司C ⁽³⁾	3.3%
5	公司D ⁽⁴⁾	3.1%

資料來源：灼識諮詢

附註：

- (1) 公司A為一家在德國成立的全球物流及郵政服務公司。其主要提供快遞、貨運、國際貨代及供應鏈解決方案。其為一家上市公司。
- (2) 公司B為一家在中國成立的物流及郵政服務公司。其主要提供國內及國際郵政及快遞服務。
- (3) 公司C為一家在法國成立的物流及郵政服務公司。其主要提供國內及國際郵政及快遞服務。
- (4) 公司D為一家在美國成立的全球物流公司。其主要提供小包配送、貨運經紀、貨代及供應鏈解決方案。其為一家上市公司。

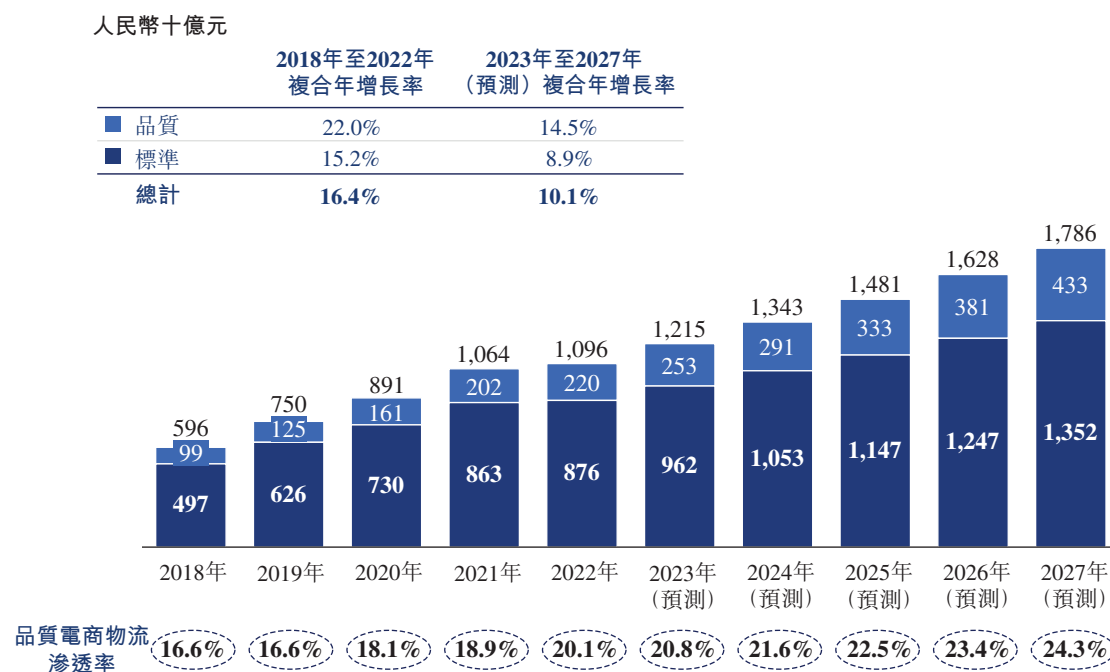
行業概覽

中國國內電商物流市場

中國是全球最大的電商市場，電商滲透率預計將從2023年的28.2%進一步增長到2027年的31.7%。2022年，中國國內電商物流市場規模達人民幣1.1萬億元，佔全球電商物流市場的33.4%。預計將由2023年的人民幣1.2萬億元按10.1%的複合年增長率進一步增長，於2027年將達到人民幣1.8萬億元。

過去五年，中國品質電商物流市場增長一直快於中國國內電商物流市場。品質電商物流指採用高標準倉庫或具有時效性快遞並承諾送貨上門的電商物流服務。中國品質電商物流市場按22.0%的複合年增長率由2018年的約人民幣990億元增長至2022年的約人民幣2,200億元，並預計將由2023年的約人民幣2,530億元按14.5%的複合年增長率進一步增長，於2027年將達到約人民幣4,330億元。品質電商物流滲透率亦由2018年的16.6%增加至2022年的20.1%，並預計將進一步增加至2027年的24.3%。

2018年至2027年（預測）中國國內電商物流市場規模



資料來源：灼識諮詢

行業概覽

中國國內電商物流市場的主要趨勢

中國為全球最成熟及最具活力的電商市場之一，未來有著巨大增長機遇。隨著中國國內電商物流行業的不斷發展，其主要趨勢如下：

品質化。相當多的中國網購者越來越重視更優質的物流服務，例如送貨上門、順暢的逆向物流及更高的可預測性（尤其是在旺季）。與此同時，商家及品牌正尋求與可靠的提供品質物流服務的領先物流公司合作，以滿足消費者的期望，從而使產品脫穎而出。這驅使物流公司提升服務能力，同時在速度、質量和成本之間取得適當平衡。

快速演變及複雜的需求。中國網購者對於購物體驗的要求越來越高，在不同平台尋求廣泛的產品選擇及順暢的購物體驗。他們對不同產品的口味及偏好亦變化迅速。這樣變化的環境對物流企業提出更複雜的要求，需要滿足多個平台對更廣泛產品類別的多元化履約需求。

不止於電商。中國商家及品牌越來越多採取全渠道分銷策略。根據灼識諮詢的資料，中國超過80%的品牌目前正投資或未來計劃投資全渠道零售模式。鑒於此趨勢，物流企業必須具備覆蓋線上線下渠道的全面履約能力，同時不斷提升滿足電商行業的物流服務的質量。

不僅是物流服務商。商家及品牌期望物流合作夥伴提供超越傳統物流服務的全面解決方案，當中包括複雜及準確的產品需求預測、端到端供應鏈管理及對環境和社會責任的計劃。此外，他們亦希望物流服務商在銷售及客戶獲取等方面增加價值，從而盡量提高其整體競爭優勢。

中國國內電商物流行業的關鍵成功因素

以下載列中國國內電商物流公司的關鍵成功因素：

業務模式創新。該行業固有的結構性挑戰，例如缺乏末端配送能力及退貨管理欠佳等，嚴重阻礙了運營效率並導致客戶體驗不佳。僅靠漸進式的運營改善措施並不足夠，故物流公司必須重新評估及創新其商業模式，以有效應對此類挑戰。

行業概覽

客戶對於以具競爭力的價格獲得優質服務的需求。隨著客戶越來越期望具價格競爭力的品質物流服務，物流公司必須在速度、質量及成本之間取得適當平衡。為達到此目標，物流公司一般通常與電商平台密切合作，深入了解電商及客戶需求，並持續提升運營效率。

智能網絡。為支持電商行業的物流服務，物流企業必須建立既具規模覆蓋，又具有智能化及靈活性的網絡。物流企業在設計及建立網絡層級及組成部分時，必須以高質量的數據洞察及豐富的運營知識驅動，採取戰略性及有選擇性的方法。此外，準確識別並有效控制網絡中的關鍵節點以不斷提高配送速度、成本效益及服務質量亦變得十分重要。

末端網絡能力。全面的末端網絡覆蓋及能力對於物流企業的成功至關重要。龐大且穩健的末端網絡可最大限度地提高配送能力，提供額外的穩定性和彈性。作為物流價值鏈中勞動力最密集的步驟之一，其亦提供巨大的運營效率提升潛力。此外，其亦作為主要的客戶界面，增強與客戶的互動，提升品牌形象並提供增值服務。

運營效率。物流企業須採取全面的方法，以追求運營效率。此包括通過基本的業務模式創新及網絡設計建立結構成本優勢，以及發揮技術及運營能力來持續優化履約成本。

中國國內品質電商物流市場的競爭格局

中國國內電商市場的品質化增強了對於高質量的電商物流服務的需求，這些需求對於實體網絡、運營能力及技術的投資要求較高，導致市場更為集中。根據灼識諮詢的資料，於2022年，菜鳥是按收入計中國第三大品質電商物流公司。

行業概覽

2022年中國品質電商物流公司按收入計的排名

排名	公司名稱	市場份額(%)
1	公司E ⁽¹⁾	35.7%
2	公司F ⁽²⁾	20.0%
3	菜鳥	16.4%
4	公司B	4.2%
5	公司G ⁽³⁾	2.0%

資料來源：灼識諮詢

附註：

- (1) 公司E為一家在中國成立的物流公司。該公司提供供應鏈解決方案及物流服務。其為一家基於供應鏈的技術與服務企業的附屬公司且為一家上市公司。
- (2) 公司F為一家在中國成立的物流公司。其提供快遞、貨運、貨代及供應鏈解決方案。其為一家上市公司。
- (3) 公司G為一家在中國成立的物流公司。其主要為大件物品及其他消費品提供供應鏈解決方案。其為一家白色家電公司的附屬公司。

中國電商物流企業在把握全球電商物流市場潛力方面具有優勢

隨著跨境及本地電商物流的持續發展，全球電商物流市場有望進入下一個增長階段。行業趨勢（包括國際供應鏈重組及全球電商格局轉變）正在推動對跨境及本地物流網絡良好連接的海外本地及全球互通物流的需求。

具有強大全球端到端能力的中國領先電商物流公司處於有利位置，能夠參與並推動全球電商物流市場的演變及增長。他們的中國國內、跨境及海外本地業務能在不同分部產生協同作用及飛輪效應，並為持續成功提供複合競爭優勢。

尤其是，領先的中國參與者已在複雜的中國市場建立並繼續加強其電商物流能力，中國市場特點是進口和出口包裹流量巨大。例如，中國電商物流公司可提供更快、更具成本效益的跨境物流解決方案，涵蓋更廣泛的產品類別及SKU。此為在全球

行業概覽

進一步轉型及擴大規模奠定基礎。這種競爭優勢對於跨境物流至關重要，而跨境物流因其漫長而複雜的價值鏈而擁有強大的准入壁壘。

對於已建立跨境網絡的中國電商物流公司而言，他們可受惠於為迅速、具成本效益的全球擴張所打下的堅實基礎。擁有成熟的全球端到端網絡及關鍵節點控制的物流公司在發展目的地國家的本地配送能力方面具有優勢。他們將全球影響力與本地專業知識相結合，為進一步擴展至海外本地及全球互通的市場奠定堅實的基礎。

資料來源

我們已委託獨立市場研究諮詢公司灼識諮詢對全球物流市場及其他相關經濟數據進行詳細研究及分析，並編製市場研究報告（「**灼識諮詢報告**」）。灼識諮詢於香港成立，提供包括（其中包括）行業諮詢、商業盡職調查及策略諮詢等專業服務。我們已同意就編製灼識諮詢報告向灼識諮詢支付費用人民幣1.25百萬元。我們認為，支付有關費用不會影響灼識諮詢報告所得出結論的公平性。我們於本節及本文件「概覽」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」各節以及其他章節摘錄灼識諮詢報告的若干資料，以為潛在[**編纂**]提供我們經營所在行業更為全面的陳述。

於編製灼識諮詢報告期間，灼識諮詢進行一手及二手研究，並獲得有關全球物流市場及其他相關經濟數據的知識、統計數據、資料及行業見解。一手研究涉及採訪主要行業專家及領先行業參與者。二手研究涉及分析來自不同公開可用數據來源的數據。灼識諮詢報告基於以下假設編製：(1)預期整體社會、經濟及政治環境在預測期內保持穩定；(2)若干關鍵行業驅動因素（包括全球及中國的電商及電商物流市場的發展、商家對全渠道物流解決方案的需求不斷增加，以及技術發展等）在預測期內很可能繼續推動市場增長；及(3)概無極端的不可抗力或不可預見的行業法規可能會對市場產生重大或根本性的影響。所有與市場規模有關的預測均基於截至最後實際可行日期的整體經濟狀況。對於貨幣換算，過往期間使用國家統計局每年公佈的平均匯率，而預測期間則使用截至2023年6月30日的匯率。

本公司經採取合理審慎措施後確認，自灼識諮詢所編製的報告日期起，市場資料概無出現會使本節所載資料存有保留意見、與本節所載資料相抵觸或於任何重大方面對本節所載資料造成影響的不利變動。