

A background graphic consisting of a network of interconnected nodes and lines, resembling a molecular structure or a data network. The nodes are represented by small circles, some of which are shaded in light gray, and they are connected by thin, light gray lines. The overall pattern is abstract and geometric, filling the right side of the page.

2024年

# 中国即时配送行业趋势白皮书

2025年3月

© 2025 Frost & Sullivan. All rights reserved

# 目录

## 1 报告要点概览

## 2 中国宏观经济概述

## 3 中国即时配送行业驱动因素

## 4 中国即时配送行业2024新趋势洞察

## 5 中国即时配送行业领先企业分析



## 案头研究



- 沙利文独有的数据库
- 头豹数据平台
- 各类公开资料
- 定量结合定性的方式进行多层次多维度研究

## 行业访谈



- 与即时配送行业产业链各环节头部企业专家进行一对一深度访谈
- 访谈企业覆盖即时配送服务企业、即时零售相关企业、餐饮外卖平台、线下商超、快递物流企业等

# 白皮书核心观点



- 2024年中国经济延续温和复苏，第三产业占GDP比重提升，城乡居民收入和消费支出显著增长，形成“经济增长→收入提升→消费扩容→产业升级”的良性循环，为即时配送行业提供坚实基础。居民人均发展性消费支出增速超8%，消费结构向“品质化+服务化”升级，高频可选消费如家用电器和音像器材类、日用品类等保持较高增速，推动即时配送需求增长。



- 即时零售品类供给愈发丰富，从基础消费品类向高价值、个性化产品拓展，涵盖鲜花蛋糕、医药健康、宠物用品、数码家电等品类。多样化的产品供应不仅满足了消费者对不同类型商品的需求，也反映了市场的细分和个性化消费趋势。多元即时零售业态并存发展，传统电商、经销商和品牌商纷纷入局，推动线上线下融合，同城零售新生态加速构建。



- 流量多极化趋势加深，流量入口更加多元化，社交媒体、短视频平台、直播带货等新兴渠道成为重要流量来源；多元即时零售业态并存发展，综合性平台、垂直类平台、前置仓模式、店仓一体化等模式共同推动即时零售行业的发展，满足消费者多样化的需求。



- AI技术在即时配送服务中的应用显著提升管理效率和响应速度，通过智能调度、智能客服、精准需求预测、动态调价、ETA准确预测等多方面创新，提高配送效率和服务质量。以低空经济、无人驾驶等为代表的新技术领域加速落地应用，推动即时配送及整体物流行业降本增效。



- 下沉市场的快速增长和即时零售的拓展为即时配送行业带来了新的增长机遇。下沉市场的零售规模扩大、网络购物依赖度高、外卖需求增长，以及即时零售品类的丰富化和全品类覆盖，共同推动了即时配送行业的发展。头部品牌在下沉市场的布局加速，消费者需求的多元化和对时效性和品牌力的高要求，进一步促进了即时配送服务的专业化和精细化。

# 目录

1 报告要点概览

2 中国宏观经济概述

3 中国即时配送行业驱动因素

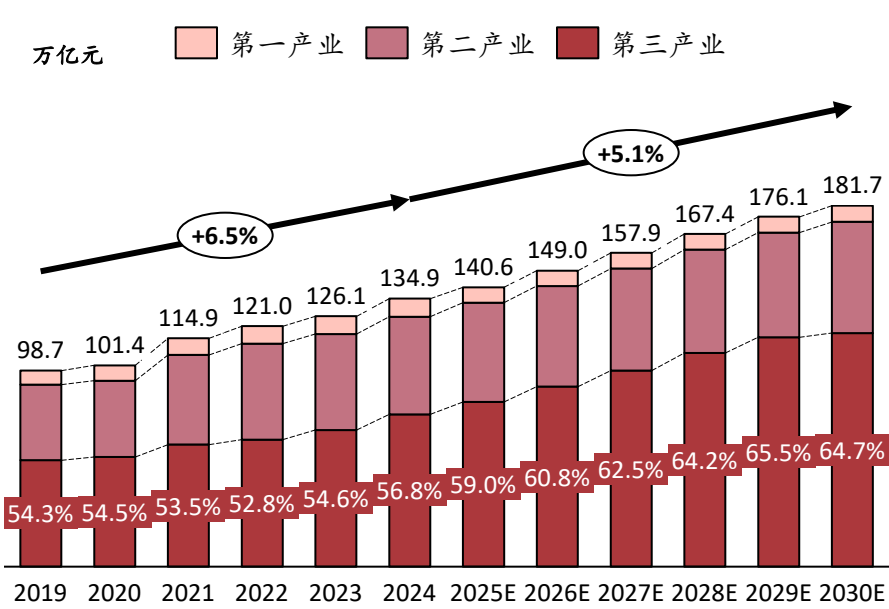
4 中国即时配送行业2024新趋势洞察

5 中国即时配送行业领先企业分析

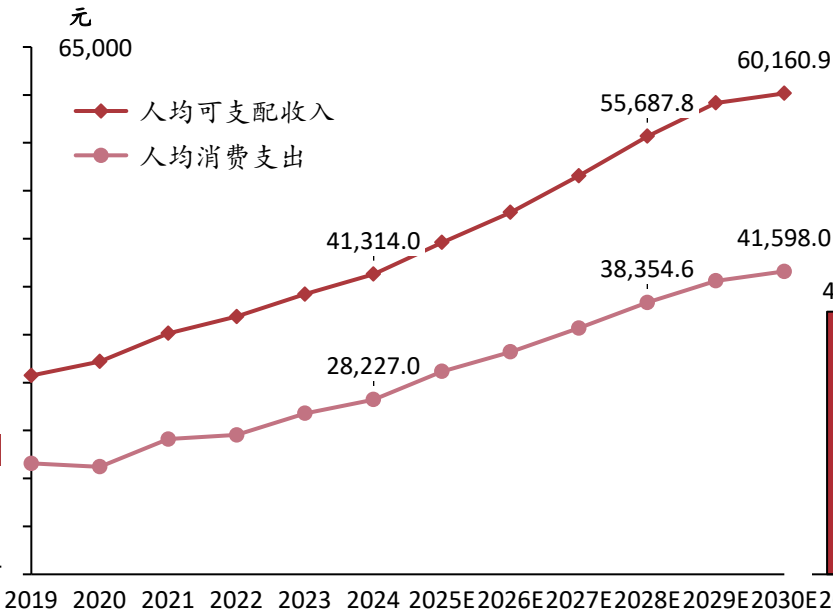
2024年中国经济延续了温和复苏态势，第三产业占GDP比重提升，城镇和农村居民人均可支配收入和支出均有显著增长，印证了"经济增长→收入提升→消费扩容→产业升级"的良性循环

- 2024年，中国国内生产总值为134.9万亿元，较2023年增长4.2%，延续了温和复苏态势。其中，第三产业增加值对GDP增长的贡献率达56.8%，较2023年提升2.2个百分点，服务业在数字经济、文旅融合、生产性服务等领域的拉动作用显著。
- 2024年，全国居民人均可支配收入达41,314元，同比实际增长5.1%（扣除价格因素）。经济发展成果进一步向民生领域倾斜，不仅体现了“居民收入增长与经济增长同步”的政策导向，也为消费市场注入了持续动力。
- 2024年，中国社会消费品零售总额48,7895亿元，比上年增长3.5%。随着一系列扩内需促消费政策发力显效，消费市场在新业态新热点带动下实现平稳增长，服务消费需求不断释放，基本生活类和部分升级类商品销售增势较好，线上消费保持较快增长。

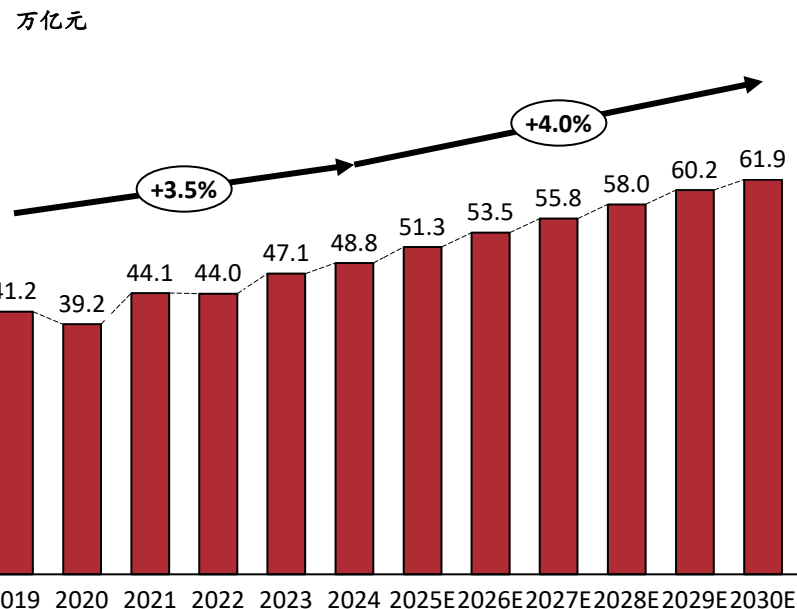
中国GDP，2019-2030年预测



中国人均年可支配收入和消费支出，2019-2030年预测



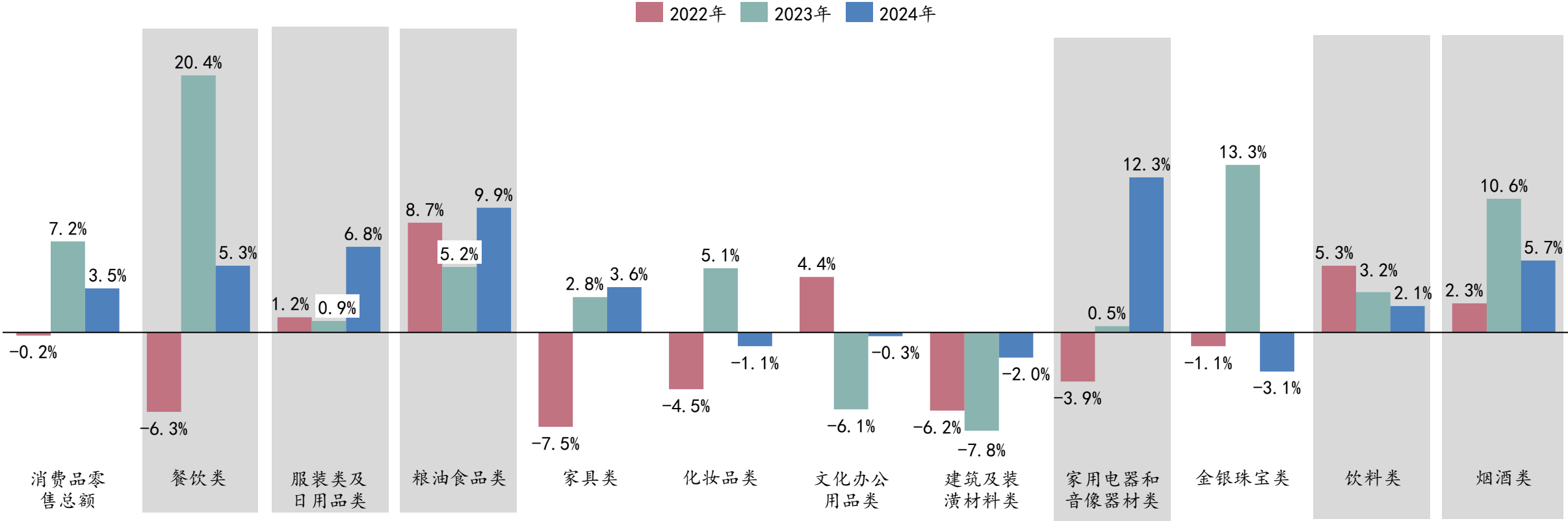
中国社会消费品零售总额，2019-2030年预测



2024年消费复苏呈现“K型分化”，高频可选消费的稳健增长为即时配送行业提供核心驱动力。未来，即配服务需围绕品类适配性、技术迭代与场景拓展三大方向深化布局，以把握消费结构性增长红利

- 粮油食品、饮料、餐饮、烟酒类等高频可选消费保持较高增速，这些品类消费者对配送时效性要求较高，直接推动即时配送需求增长。服装及日用品类稳定增长，疫情期间培养的“线上下单+即时到家”消费习惯延续，推动商家与即配平台深化合作，提升履约效率。3C数码产品的即时配送正成为新的增长点，即时零售平台通过与品牌授权店和前置仓的紧密合作，能够实现30分钟至1小时内的快速送达，满足消费者“即买即享”的需求。建筑及装潢材料类等低频大件商品因配送链条长、依赖专业物流，即时配送渗透空间有限。
- 一方面，行业面临显著机遇：高频可选消费（如烟酒、粮油食品）的增长催生“即时零售”模式升级，技术赋能（AI路径优化、无人机配送）持续提升履约效率，同时服装及日用品类为服务场景拓展提供空间；另一方面，挑战不容忽视，品类增速分化可能加剧市场波动，冷链、贵重品配送等高成本场景对运营能力提出考验，需通过规模效应与技术迭代平衡成本压力，并强化多品类协同以增强抗风险能力。

2022-2024中国社会消费品细分品类零售额同比增速对比（%）



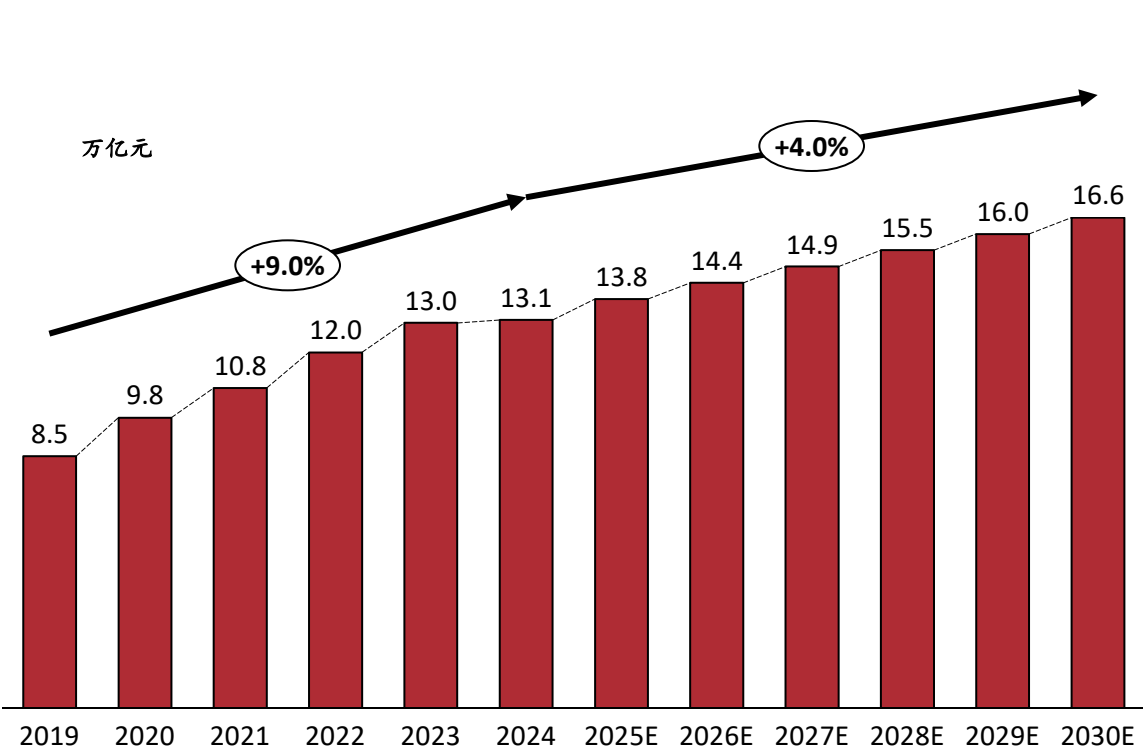
注：服装类与日用品类合并零售额同比增速对比采用绝对量加总

资料来源：国家统计局，沙利文研究

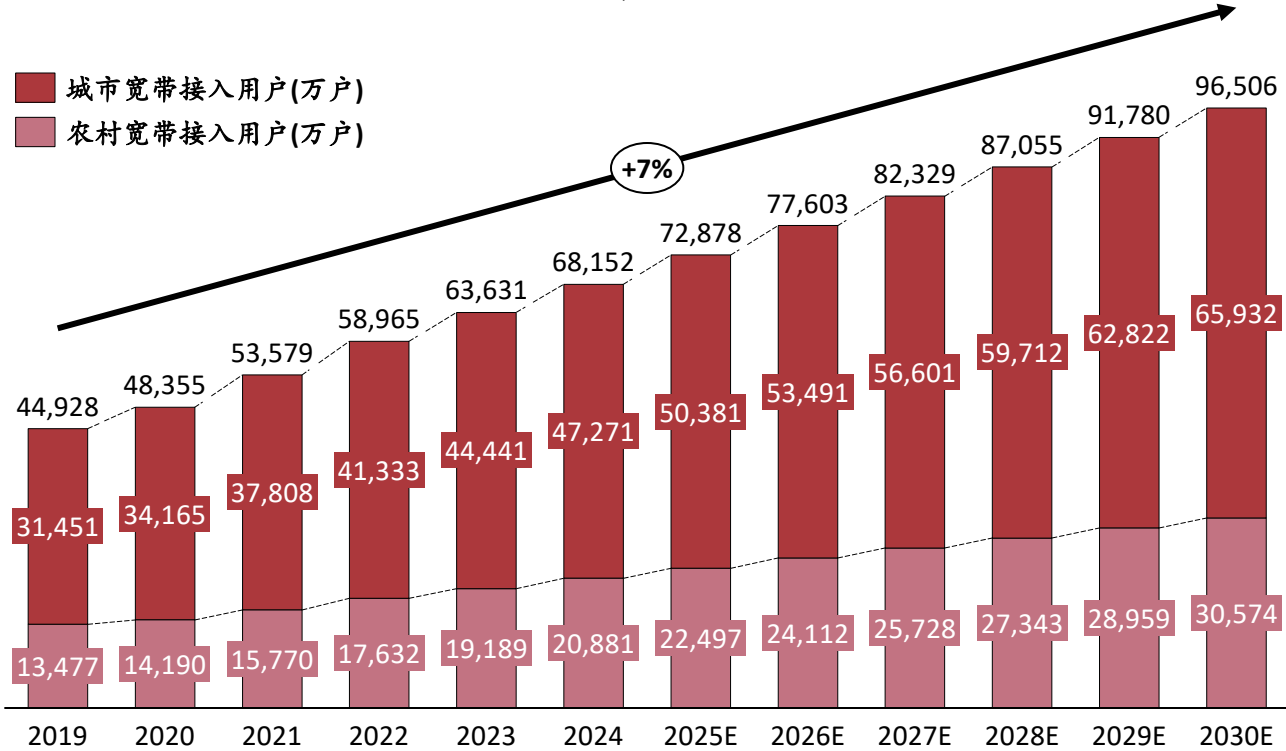
2024年实物商品网上零售额的稳步提升和互联网用户规模的不断扩大，为各行业的发展提供了持续的动力。随着数字经济的深入发展和居民消费习惯的转变，即时配送服务在满足消费者对便捷、快速服务需求方面发挥了关键作用

- 中国数字经济蓬勃发展，占国民经济比重持续上升，数字化成为中国宏观经济增长的核心动能之一。
- 实物商品网上零售额从2019年的8.5万亿元增长至2024年的13.1万亿元，显示出稳定的增长态势。随着实物商品网上零售额的增长，消费者对即时配送服务的需求也随之增加，尤其是在餐饮、生鲜、医药等对时效性要求较高的领域。
- 城市宽带接入用户从2019年的31,451万户增长至2030年预测的65,932万户，农村宽带接入用户也从13,477万户增长至30,574万户，年复合增长率达到7%，显示出互联网普及率的显著提升。中国互联网用户规模的持续扩大，尤其是农村地区的宽带接入用户增长，为即时配送服务提供了更广阔的市场空间。

中国实物商品网上零售额，2019-2030年预测



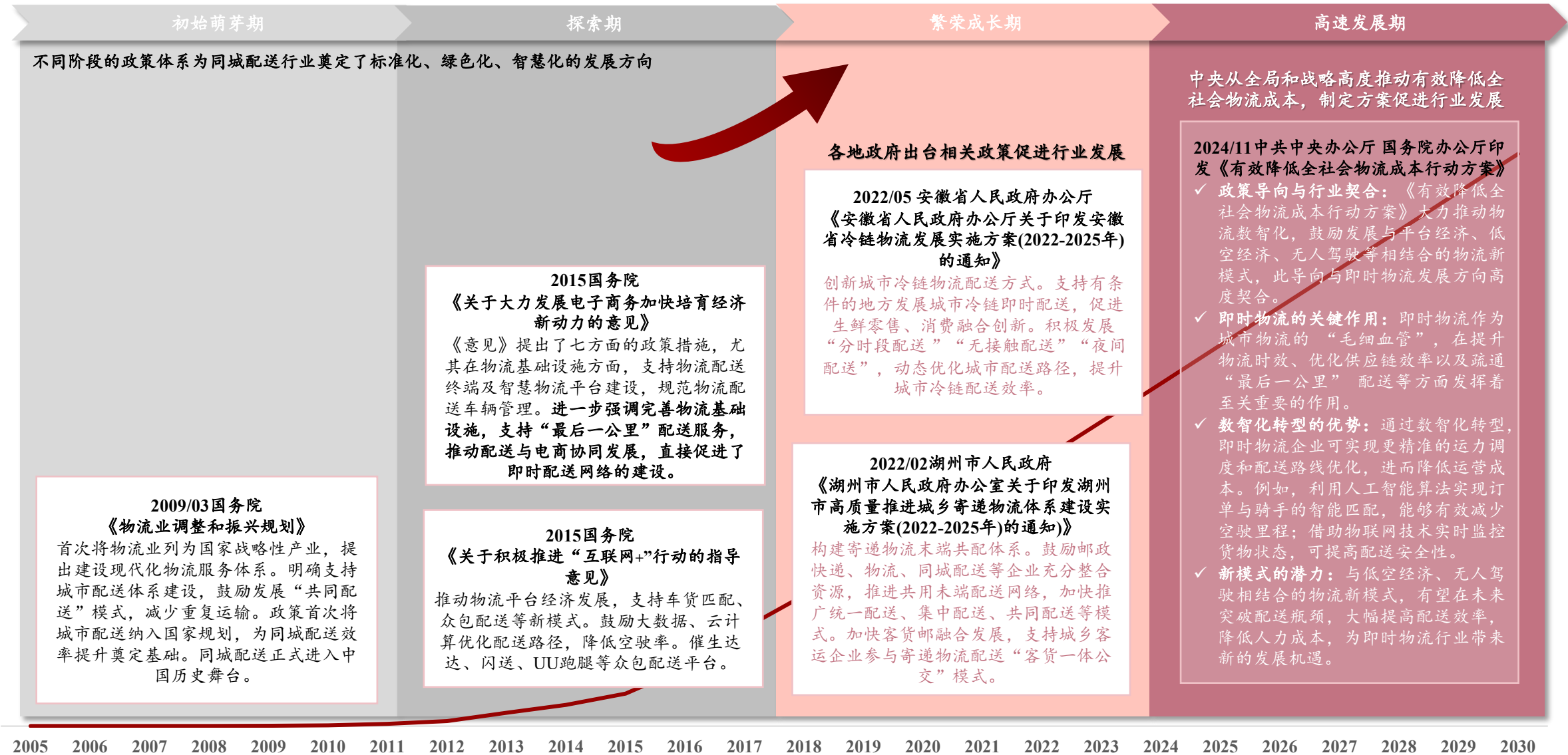
中国互联网用户规模，2019-2030年预测



资料来源：国家统计局，沙利文研究

回顾同城配送行业政策轨迹，从萌芽期规范标准，到探索期鼓励创新模式，再到如今各地细化冷链、夜间配送等特色举措，已搭建起全方位政策框架

在即时性、智能化需求驱动下，政策将持续加码，助力行业以“快准稳”之势，在降本增效与绿色发展之路上加速前行



资料来源：国家统计局，各政府部门官网、Wind 沙利文研究

# 目录

1 报告要点概览

2 中国宏观经济概述

3 中国即时配送行业驱动因素

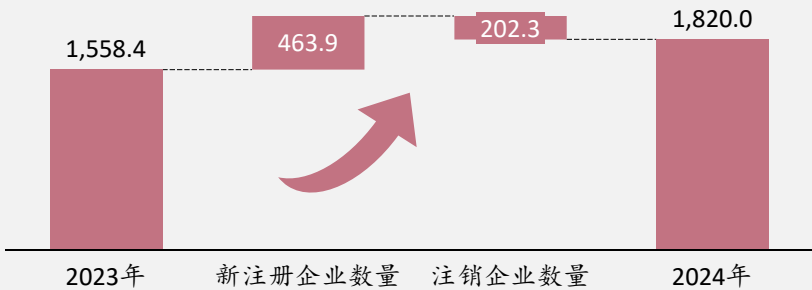
4 中国即时配送行业2024新趋势洞察

5 中国即时配送行业领先企业分析

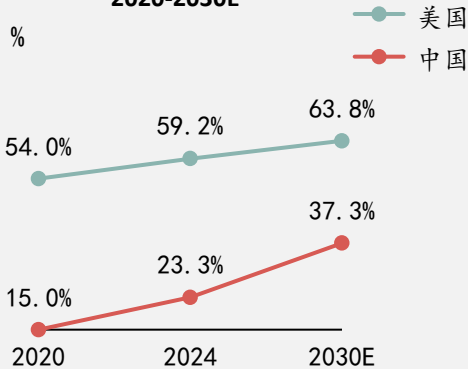
餐饮供给仍在增加，且整体餐饮快餐化趋势明显，原本偏多人堂食的餐饮品牌也在做小份餐食，加深外卖渗透率，为即时配送行业增长提供了更大动能

餐饮市场供给端扩容与快餐化趋势

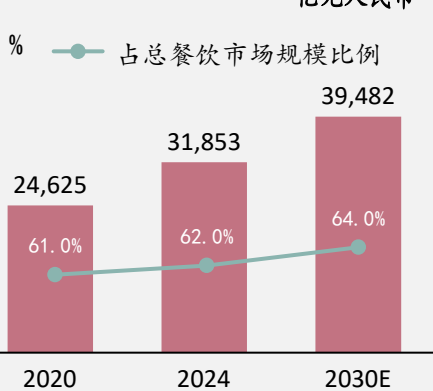
中国餐饮相关企业注册情况，2023-2024年



餐饮连锁化率，中国及美国  
2020-2030E



中国快餐行业市场规模，2020-2030E  
亿元人民币



- 供给端不断扩容：2024年餐饮行业呈现新注册企业数量增加与注销数量高企并存的趋势。数据显示，2024年新注册餐饮企业达463.9万家，企业存量增至1,820万家，全年注销企业数量达202.3万家，显示出行业激烈竞争和高淘汰率。
- 快餐化趋势明显：快餐在餐饮市场中占据重要地位，2024年快餐占总餐饮的市场规模达到62%，成为餐饮市场的第一品类。预计未来5年，快餐和简餐市场将快速形成规模化连锁。快餐化趋势下，消费者对餐饮的便捷性和时效性要求更高。即时配送服务能够快速响应消费者需求，将餐饮产品快速送达，满足消费者“即时需求、即时满足”的期望。

“一人食”兴起推动了餐饮行业的创新，为即时配送行业带来了新的增量来源

案例一：西贝推出“一人食套餐”



- ✓ SKU开发：西贝外卖菜单推出了6款“一人食套餐”，价格控制在33-58元，通过性价比吸引白领用户。
- ✓ 核心贡献：一人食套餐作为外卖主力产品之一，通过精准定位白领午餐场景和健康需求，成为营收增长的关键引擎。例如，牛肉胡萝卜焖饭单品年销售额超1亿元，占外卖总营收的10%。
- ✓ 复购优势：外卖月复购率达40%（行业平均约25%-30%），用户黏性显著提升。

案例二：海底捞推出“一人份迷你火锅”



- ✓ SKU开发：海底捞针对单人消费者推出了“一人份迷你火锅”，价格在50-80元之间。
- ✓ 核心贡献：2024年小火锅搜索指数激增至371,639，相比2022年增长近20倍，表明小火锅市场需求旺盛，海底捞推出一人份迷你火锅正迎合了这一趋势。
- ✓ 复购优势：针对独居和加班人群，推出“一人食火锅外卖套餐”，外卖平台订单销量增加42%，外卖套餐复购率超过35%。

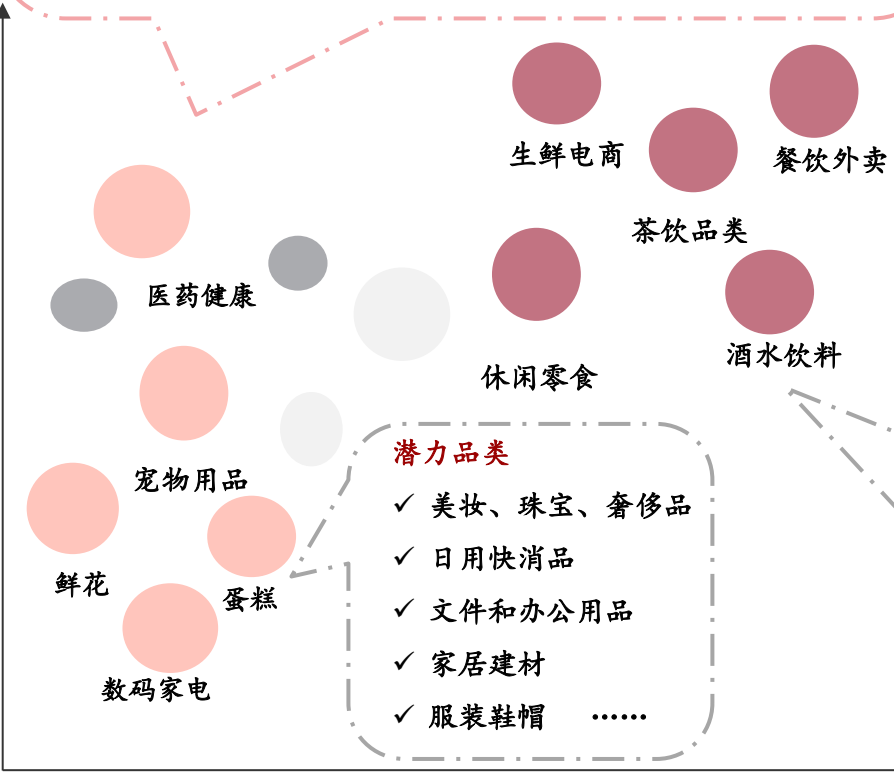
- 市场需求增长：随着“一人食”概念的兴起，消费者对于便捷、高品质餐饮的需求不断增加，尤其是在外卖领域。例如，海底捞推出的“一人份迷你火锅”和西贝的“一人食套餐”都精准地满足了这一需求。这些产品不仅适合单身消费者，也适合忙碌的上班族和独居人群。
- 配送服务的高要求：“一人食”套餐和迷你火锅对即时配送提出了更高的要求。一方面，新鲜的肉类、蔬菜、海鲜以及各种锅底调料需要在低温环境下快速、安全地送达消费者手中，以确保食材的新鲜度和口感。另一方面，火锅外卖通常配备较重的锅具和包装，对即时配送的稳定性和安全性要求更高。

即时零售品类不断丰富，全品类覆盖势头强劲，持续拓展消费市场边界。在此趋势下，鲜花、蛋糕、3C 数码等品类高价值订单数量攀升，渗透率提升

“低即时零售渗透率，高成长性”品类

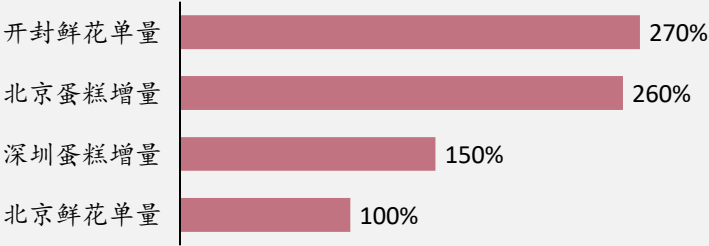
- ✓ 鲜花蛋糕：节日消费热潮促进品类消费持续走高。
- ✓ 医药健康：目前在即时配送中的占比相对较低，但随着互联网医疗的发展和消费者对即时药品需求的增加，未来增长潜力巨大。
- ✓ 宠物用品：市场占有率较低，但随着宠物经济的快速发展，消费者对宠物食品、药品等即时配送需求增加，成长性较高。
- ✓ 数码家电：即时零售中的数码家电品类过去3年高速增长。

即时需求强度

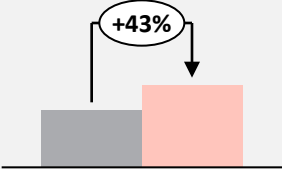


注：气泡大小代表品类增速

2024年母亲节当天顺丰同城鲜花蛋糕单量大幅增长

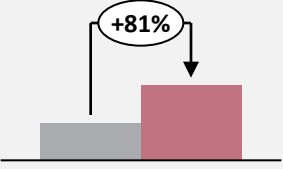


2024年顺丰同城双十一期间全品类日均配送单量同比增长43%



- ✓ 顺丰同城双十一期间全品类日均配送单量同比增长43%
- ✓ 其中美妆、商超便利、饮品等单量均同比增超100%
- ✓ 顺丰同城“十一”全场景单量同比大幅增超81%

2024顺丰同城“十一”全场景单量同比大幅增超81%



在即时零售发展的初期，市场主要集中在满足高时效、低便携需求的基础消费品类。这些品类通常具有以下特点：



**高频次消费：**消费者日常生活中频繁购买的商品，如蔬果生鲜、休闲零食等。



**低门槛：**价格相对较低，消费者购买决策过程简单，易于冲动消费。



**即买即用：**消费者对时效性要求高，希望购买后能够立即使用或消费。

随着即时零售生态的逐步成熟，消费者的消费习惯逐渐多元化，即时零售的品类也从基础消费品类向更高价值、更个性化的产品拓展。这一阶段的特点包括：

- 品类丰富度提升
- 满足多元化需求
- 个性化与定制化

“高即时零售渗透率，高成长性”品类

- ✓ 餐饮外卖：作为即时配送的主力品类，市场占有率高，且随着外卖消费习惯的养成，需求持续稳定增长，特别是在工作日午餐、晚餐时段。
- ✓ 茶饮品类：现制茶饮市场规模呈上升趋势，消费场景丰富，不仅在下午茶时段受欢迎，更成为佐餐选择。
- ✓ 生鲜：消费者对生鲜食品的新鲜度和即时性要求高，市场占有率和成长性均较高。
- ✓ 休闲零食和酒水饮料：即时零售中交易规模排名靠前的品类，具备高即时性，消费者购买后期待快速使用。尤其是在聚会和节假日等消费场景中有更高的增长潜力。

消费频次

流量多极化趋势加深，流量入口更加多元化，社交媒体、短视频平台、直播带货等新兴渠道成为重要的流量来源；多元即时零售业态并存发展，综合性平台通过整合多种零售形式，提供快速便捷的购物体验，满足消费者多品类即时消费需求

流量多极化

主流“新”平台



大型连锁商超



品牌方



品类多元化

常规外卖品类



新兴发展品类



零售密度增加，配送距离缩短，利好即时配送专业履约服务商



山姆前置仓加密策略

- ✓ **核心城市加密：**北上广深等一线城市，前置仓数量从2021年的30个增至2024年的500个，覆盖90%以上会员集中区。
- ✓ **下沉市场试点：**杭州、成都等新一线城市布局“中心仓+卫星前置仓”，探索低线城市会员渗透路径。
- ✓ **爆品前置：**将山姆明星商品（MM自有品牌、榴莲千层蛋糕等）预置至前置仓，确保高需求商品即时可得。
- ✓ **差异化SKU：**前置仓保留800-1000个高频刚需SKU（生鲜占60%），与山姆大店（4000+SKU）形成互补。

正从“仓储式大店”向“全域即时零售服务商”转型



名创优品加入美团闪购“闪电仓”

- 2024 年名创优品与美团达成合作，以即时零售业务为合作重点，名创优品2024年内将在美团上线**超过800家闪电仓形态的“24H超级店”**。
- ✓ **主要布局：**一线和超一线城市，以及对线上消费有着高需求的热门出行城市。
  - ✓ **主要选址：**社区、住宅等人群密集区域，以补充常规线下商场门店的覆盖范围。
  - ✓ **差异化：**24H超级店与普通名创优品门店商品结构计划相差70%以上

新质生产力：AI技术与无人机配送协同助力即配服务，显著提升管理效率和响应速度。

即时零售正在通过AI技术实现全链路优化，从库存管理到配送决策，提高效率并满足消费者对时效性的需求。AI技术在即时配送服务中的应用，通过智能调度、智能客服、精准需求预测、动态调价、ETA准确预测等多方面的创新，显著提升了管理效率和响应速度，同时也优化了客户体验。

AI技术实现全链路优化

业务预测与规划

订单接收与融合推荐

配送过程监控

数据分析与优化

AI  
技术  
应用

- 借大数据与AI算法，收集历史订单、实时天气、当地活动、交通状况等多维度数据，用时间序列分析模型等机器学习模型，精准预测不同区域订单需求波动。

- 用户经电商平台等多渠道下单后，借自然语言处理和图像识别技术快速解析内容，再依据订单属性，用智能算法动态定价，将订单推荐调度给最合适骑手。

- 通过物联网、高精度定位、图像识别和传感器技术，实时追踪骑手位置、配送状态，监控其驾驶行为与货物状态，异常时自动预警。

- 收集存储订单、骑手表现、用户反馈等配送数据，运用数据挖掘与机器学习算法深入分析，挖掘优化点。

效率  
和  
质量  
提升

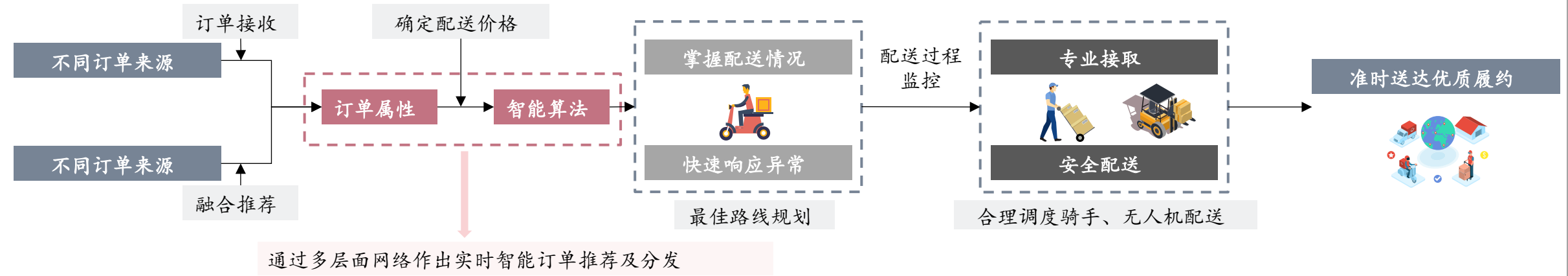
- 提前掌握需求波动，合理调度，避免高峰运力不足与低谷运力浪费，减轻骑手疲劳压力，提升配送质量，降低失误率。

- 快速准确处理订单，减少人工错误。提升接单与配送效率，动态定价激励骑手在高峰或偏远地区接单，保障服务覆盖，提升整体质量。

- 实时监控配送情况，快速响应异常，异常处理时间从缩减，配送准时率提升，还保障货物安全，提升服务质量。

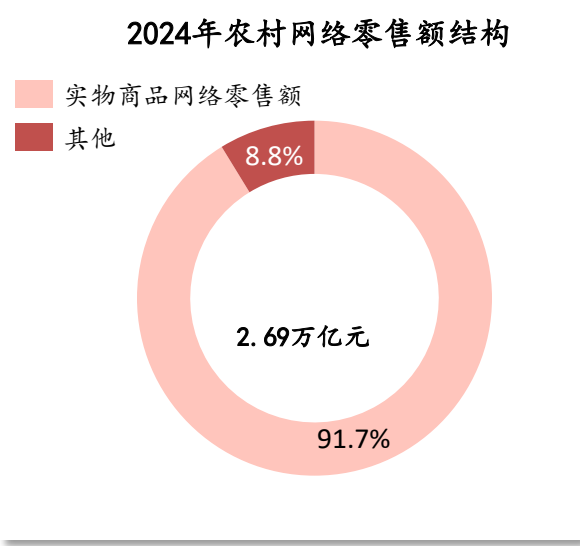
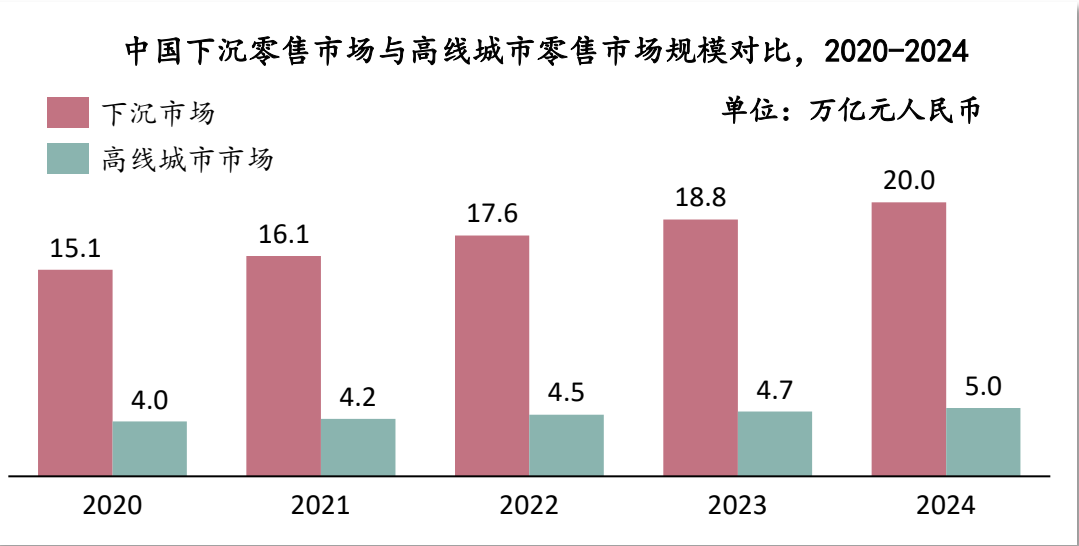
- 数据分析优化改进系统功能与运营策略，培训指导骑手提升服务水平，优化业务预测与订单分配，降本提效。

以顺丰同城城市物流系统（CLS）为例



下沉市场的外卖需求和零售规模正在快速增长，且对网络购物的依赖程度较高。头部品牌在下沉市场的布局也在不断加强，进一步推动了下沉市场的消费增长

下沉市场零售规模快速增长

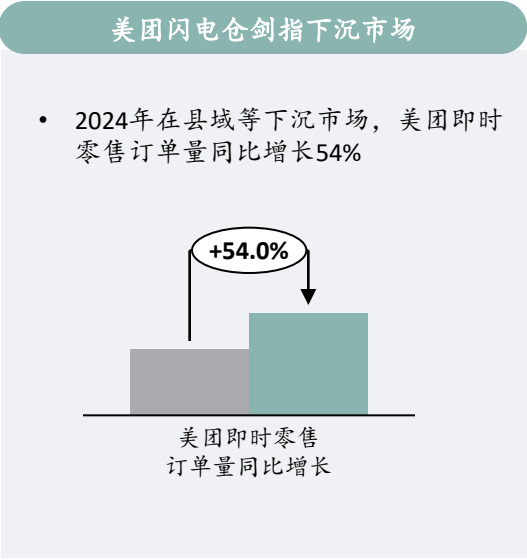
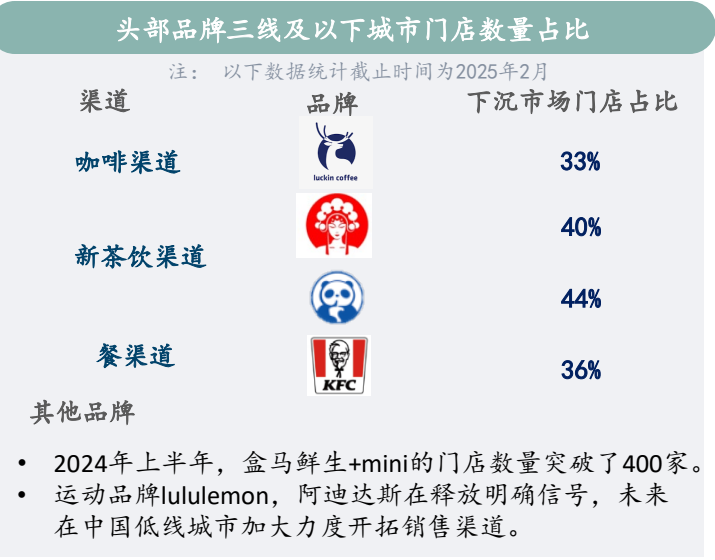
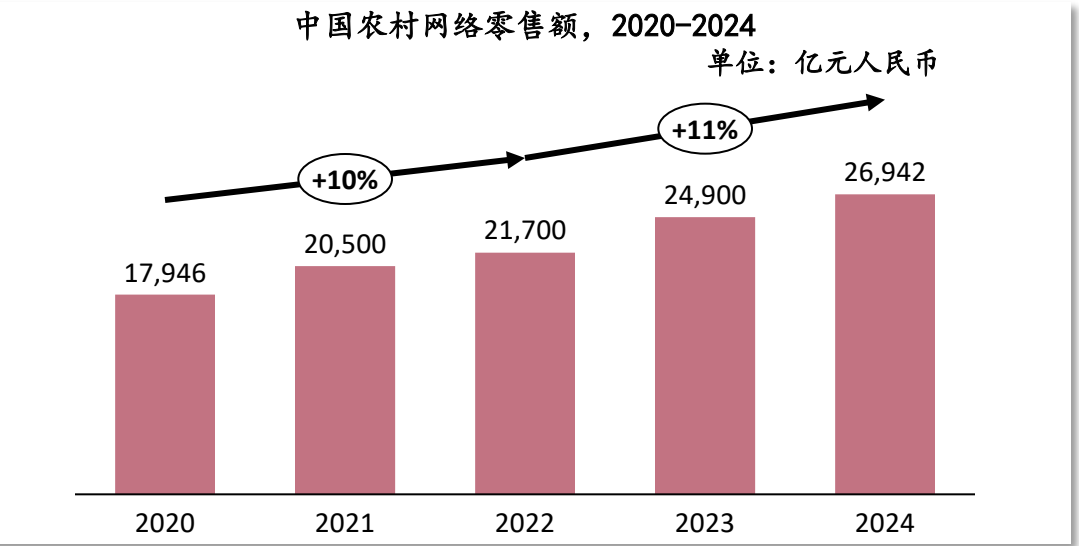


下沉市场零售规模显著高于高线城市

- 从2020年到2024年，下沉市场的零售规模持续增长，2024年下沉市场零售规模为20.0万亿元，显著高于高线城市总体量，未来数字化渠道可渗透空间巨大。

下沉市场对网络购物依赖程度高

- 2024年农村实物商品网络零售额占比为91.7%，高于全国水平。农村线上消费更加注重实物商品，服务消费比例相对较低，外卖属于“线上+服务消费”范畴，预计未来外卖在农村市场的渗透空间较大，尤其是作为线上服务消费形态，可填补农村服务消费领域的增长缺口。



C端多元化的配送场景不断拓展，消费者对配送时效和配送品质的要求也在不断提高

C端多元化的配送场景不断拓展



夜间配送需求增长

- 在欧洲杯期间，消费者在夜间观赛时对啤酒和夜宵的需求显著增加，2024年1月至8月，美团闪购夜间订单占比持续提升达到26%。



本地生活服务需求

- C端的本地生活服务已拓展到了很多高品质的领域，除了常见的餐饮和商超便利，还包括了商务文件、贵重珠宝奢侈品的取送，以及宠物相关的服务等。



旅游场景需求

- 即时配送服务不仅限于传统的餐饮和日用品配送，还拓展到了旅游景点的行李帮送、景点排队、特产代买等服务。

夜间消费场景扩展

新场景  
暑期文旅  
消费热潮



各地助推暑期“文旅热”，  
夏日夜游成出游新趋势

新趋势  
游客出行呈现  
“昼伏夜出”



全国多地打造出“Night Walk”夜市、夜游项目，多景区  
及公园延长开放时间

新消费  
即配夜间订单量  
大幅增长



年轻消费者倾向于满足即时性需求，如旅行时通过平台购买夜宵特产、酒水饮料、一次性内衣、酒店用品等，将即时零售视为一种  
高效生活方式的选择



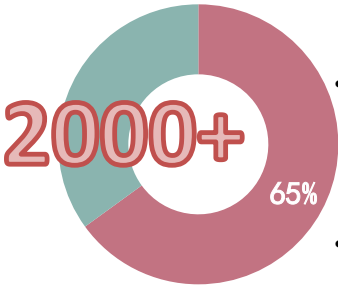
永辉超市：24小时不打烊



- 永辉门店白天服务线下客流，夜间则转为线上订单履约。24小时服务不仅将永辉从“计划性采购”场景延伸至“即时性需求”，还增加了用户打开APP/小程序的频率，推动了从“周活”向“日活”的转变。



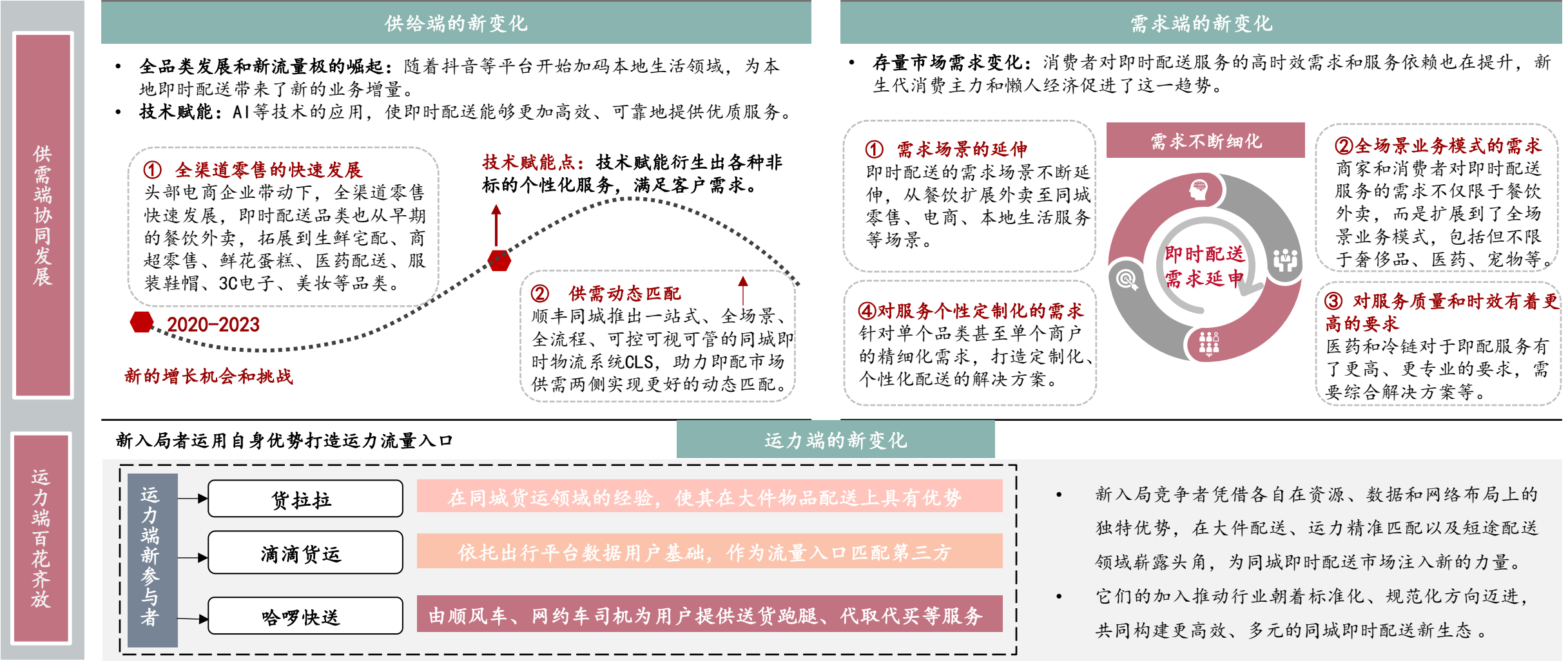
顺丰同城配送覆盖网络广，配送覆盖时间长



- **城市覆盖持续扩展**：2024年顺丰同城配送网络已覆盖全国2000多个市县，顺丰同城在满足消费者全天候配送需求方面仍有较为广泛的布局。
- **24小时全时段覆盖**：其中24小时运营市县已达1300个，至少有65%的市县实现了24小时运营。**能够为大量地区的用户提供夜间等非传统时段的即时配送服务。**
- **夜间及特殊场景**：包括年夜饭专送（如联合香格里拉等品牌）、直播电商夜间订单、跨城急件等，以及高温季的夜宵及防暑药品配送。

同城即配行业在供给端多元化、需求端细化和运力端竞争加剧的共同作用下，正朝着更高效、多元和专业化的方向发展

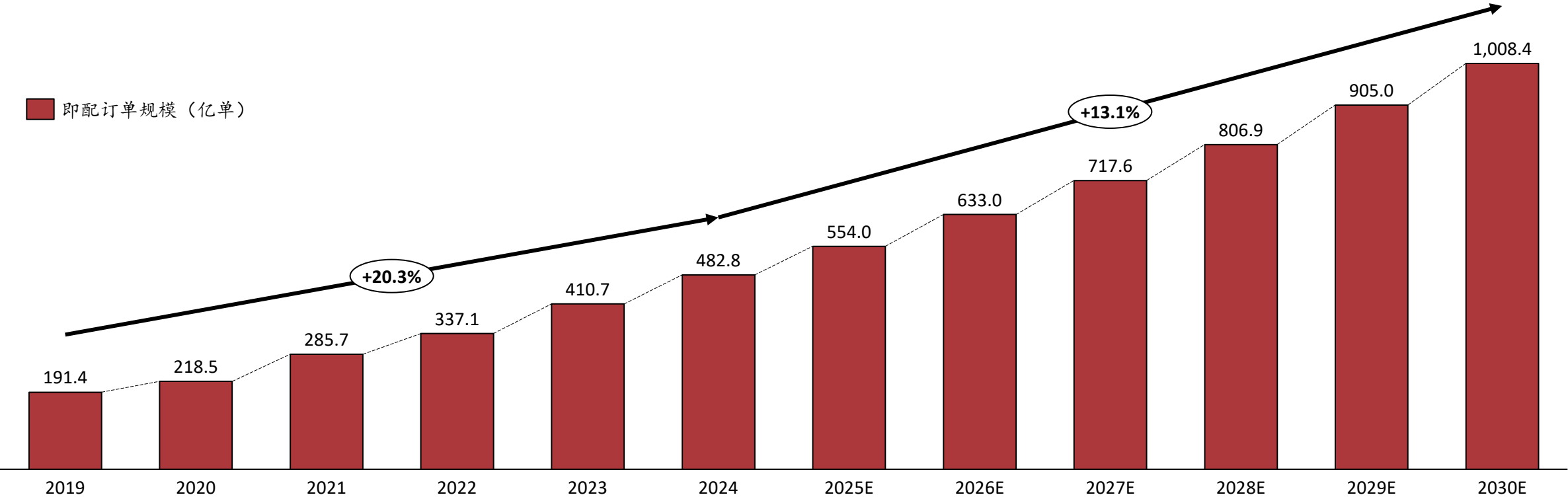
- 同城即时配送行业价值链各环节相互影响、协同发展。供给端的多元化推动需求端的增长，而需求端的变化又反过来促使供给端和运力端不断优化。**新流量极和运力端参与者的加入，打破了传统的市场格局，行业竞争从单一维度向多维度转变，包括流量获取、运力调配、服务质量和成本控制等。**



本地生活物流仓储基础设施的持续完善、数字化运营能力的快速提升、商品供给丰富度的不断增加以及消费者对于消费确定性和时效性日渐提升的要求，共同驱动中国即时配送行业的高速增长

- 在2023年中国即配市场实现快速反弹的基础上，2024年中国即配行业订单规模仍继续保持高速增长，全行业订单规模达到约482.8亿单，同比增长17.6%，2019-2024年均复合增长率达到20.3%。
- 未来，除餐饮外卖场景之外，即时零售万物到家势头不减，3C数码、零食饮料、服装鞋帽、生活日化等诸多品类都将成为即时零售和即时配送行业的重要增量来源，为即时配送行业带来持续增长动能。预计到2030年，全国即时配送订单规模将达到1,008.4亿单，未来6年保持年均13.1%的两位数增长。

中国即时配送服务订单规模，2019-2030年预测



# 目录

1 报告要点概览

2 中国宏观经济概述

3 中国即时配送行业驱动因素

4 中国即时配送行业**2024新趋势洞察**

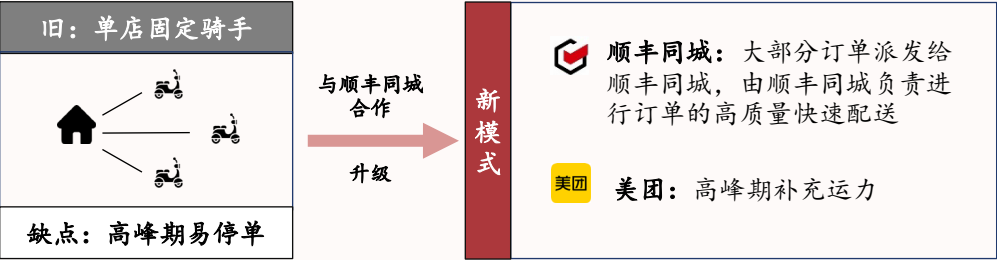
5 中国即时配送行业领先企业分析

趋势一：头部快餐巨头“提速扩圈”加码外卖业务，成为即配行业重要增量来源

百胜中国持续提升外卖业务重要性



1 缩小自有骑手比重、与外部专业运力合作，提高履约效率和质量



2 推出“一人食”小份量低客单价订单，吸引更多潜在消费者

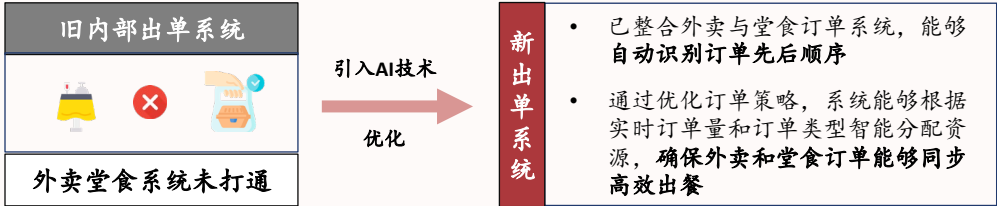
肯德基推出“9.9元汉堡券”限时活动

活动范围从“仅外送”扩大到“外送+堂食”，产品包含原味鸡汉堡、香辣鸡腿堡等产品

必胜客开设“Pizza Hut Wow乐享店”

餐厅对标萨莉亚，主打披萨、意面、炒饭、小吃等产品，价格在10元-30元之间

3 门店订单管理系统智能化，外卖订单优先出餐顺序

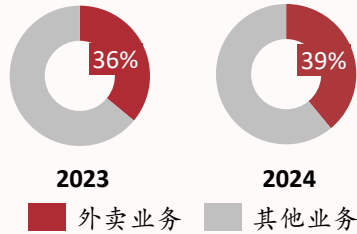


4 高线城市门店扩大厨房面积、降低就餐区域面积，以适应到店取餐和外卖等场景

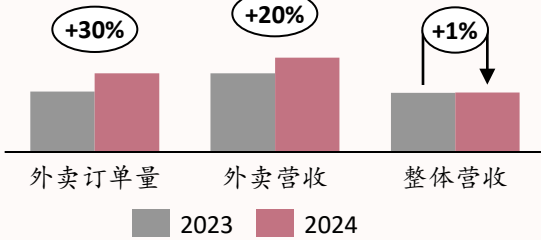
百胜中国外卖业务占比提升，增速高于整体



百胜中国外卖业务占比，2023-2024



必胜客外卖订单量及营收增速情况，2023-2024

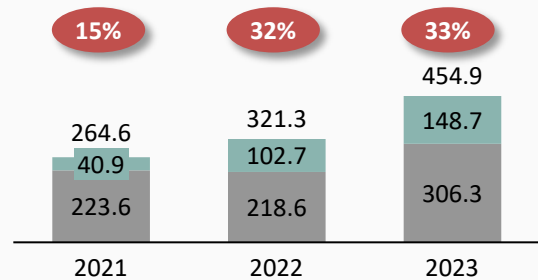


小菜园积极发展外卖业务，打造“到店+到家”全场景

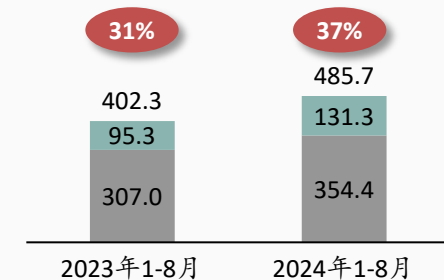
小菜园外卖业务的快速增长主要得益于以下因素：

- 小菜园针对外卖消费者偏好进行研究，有效开发及更新外卖专用菜品（小份菜以及外卖专供菜）；
- 小菜园与线上外卖平台积极寻求推广，设置外卖促销菜单；
- 在疫情期间为消费者提供便民服务，外卖服务在疫情后已经成为中国消费者流行的用餐选择。

小菜园外卖业务占比，2021-2023



小菜园外卖业务占比，2023年1-8月 vs 2024年1-8月

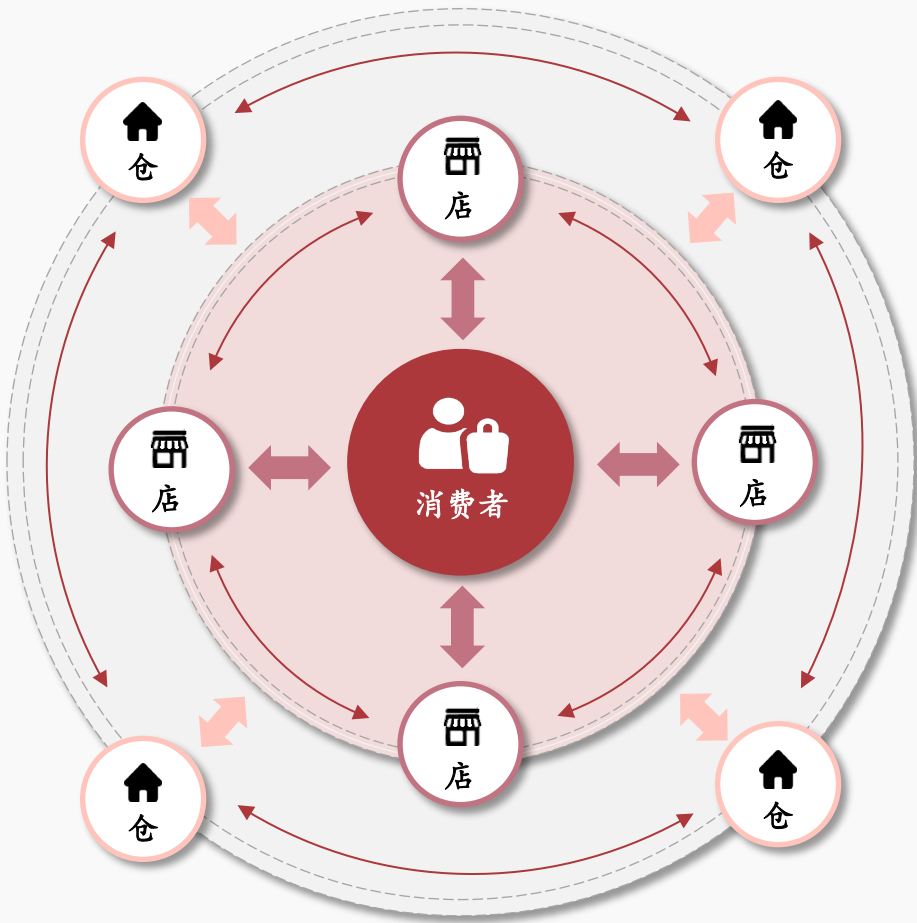


■ 外卖业务营收 ■ 外卖业务占比 ■ 其他业务营收

趋势二：即时零售新生态加速构建，传统电商、经销商和品牌商纷纷入局推动线上线下相融合，“线上订单占比持续提升、线上线下一盘货、货离消费者更近”等成为核心特征

- 即时零售新生态
- 即时零售的新生态主要表现为供应链渠道线上化和全链条数字化。线下订单不断减少，线上和线下货架被打通，越来越多的实体门店开拓同城线上消费渠道。
  - 即时零售新生态对供应链的渠道和效率提出新需求，仓-仓、仓-店、店-店、店-消费者、仓-消费者等均需要深度打通，因此仓储、拣货、打包、交接、配送、售后等**全链路履约能力**成为同城配送服务商的核心竞争力。

即时零售新生态全链路示意图

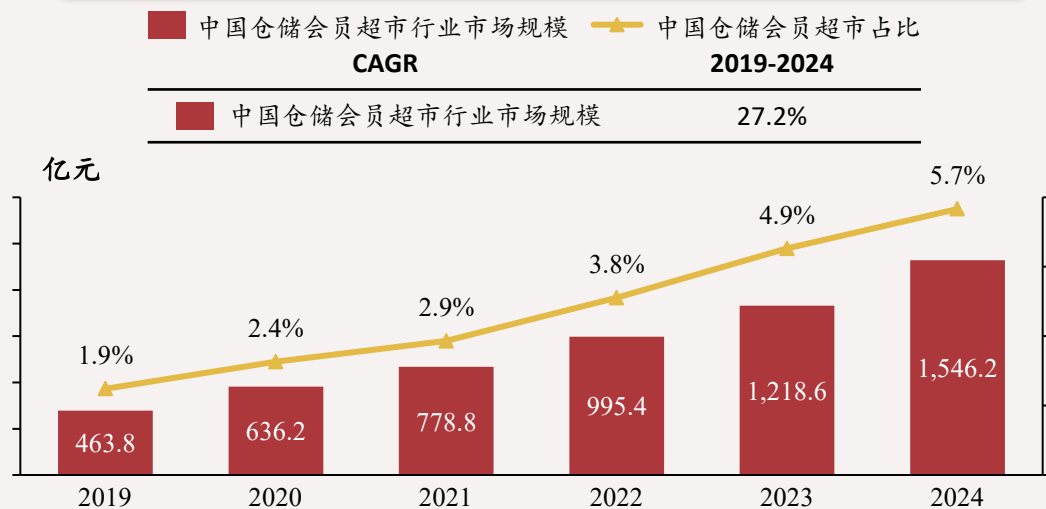


具有多元运力能力的服务商在新生态中脱颖而出

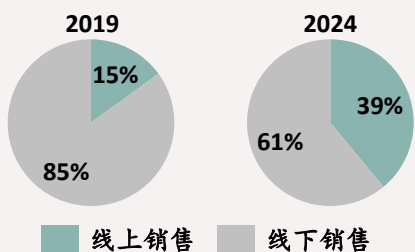


**趋势三：会员制商超高速发展并加速数字化转型，高品质、高客单价商品对即时配送履约提出更高要求**

## 中国仓储会员超市行业市场规模，销售额计，2019-2024



中国仓储会员超市线上销售占比，按销售额计



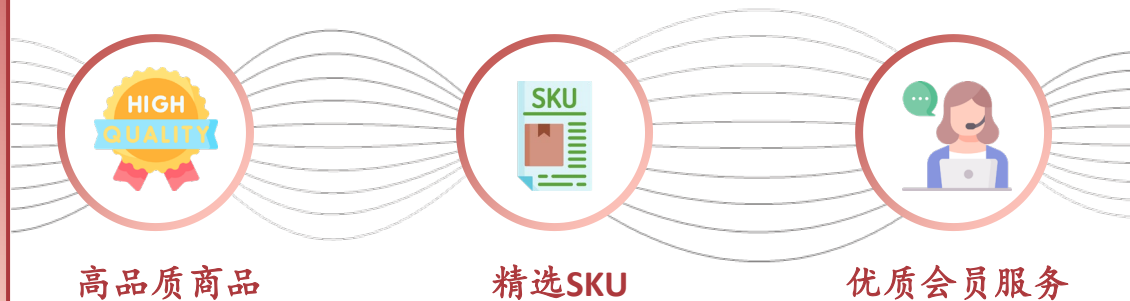
线上销售在中国仓储会员超市的业绩中占比不断攀升，即时配送业务正由附加服务转变为企业运营的核心配套功能

随着消费者线上购物需求的持续增长，仓储会员超市在中国的业务模式正发生深刻变化。线上销售在整体业绩中的比重逐步增加，成为超市增长的重要驱动力。同时，即时配送业务也不再仅仅是增值服务，而是成为了企业运营的必要配套功能。

中国仓储会员超市市场正迎来爆发式增长，以山姆会员店、Costco为代表的头部品牌加速下沉布局，过去五年仓储会员超市行业市场规模年复合增长率超过27%，会员体系与高性价比商品策略持续激活中产消费潜力。与此同时，仓储会员超市线上销售占比从2019年的15%攀升至2024年的39%，即时配送订单量激增倒逼行业升级：消费者对“半日达”“小时达”的履约时效要求，推动仓储会员超市与即配企业共建数智化供应链体系。

## 关键分析

## 仓储会员超市对即配行业提出更高要求



- 1 **高客单价与高品质商品对配送时效与品质的双重考验**

高品质商品，尤其是生鲜食品对配送时效有较高要求；高端商品在配送过程中需要确保商品不受损
  - 2 **精选SKU与前置仓模式加速供应链优化，提升履约难度**

通过精细化管理、数据驱动决策来提升供应链的效率，同时在配送和库存管理等方面面临新的挑战
  - 3 **数字化体验升级推动全链路数据对接与系统协同**

随着商超数字化升级，消费者的需求发生了变化；即配企业快速、精准的配送成为了核心竞争力
  - 4 **对配送团队与服务标准化提出更严苛的要求**

配送服务不仅仅是完成交易的“最后一公里”，而是直接影响到消费者的体验、满意度和品牌忠诚度
  - 5 **多样化场景满足新消费趋势，形成深度价值协同**

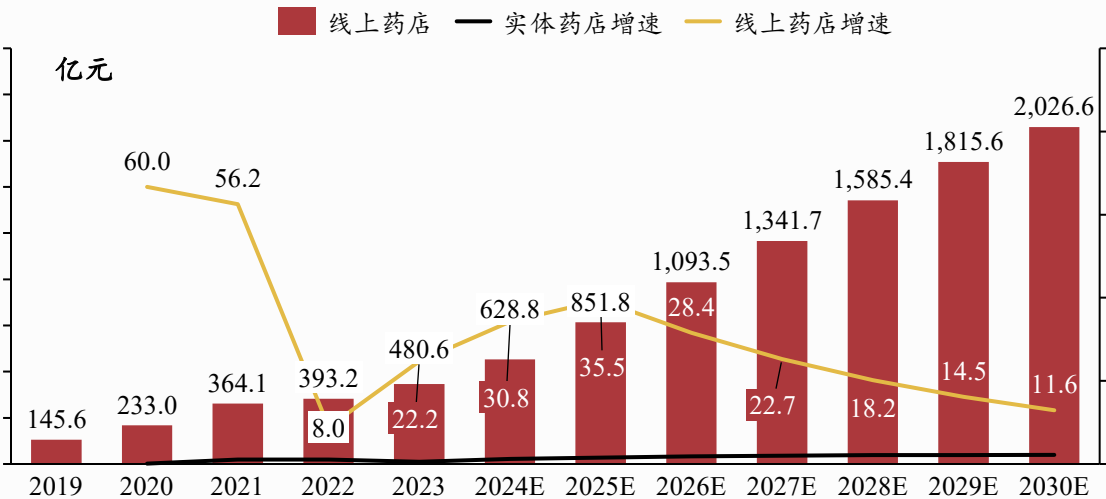
会员制商超不仅局限于传统的线下购物场景，还推出了线上线下融合的方式，对配送服务的履约质量提出更高的要求
  - 6 **仓储会员超市对配送区域和距离也有更高要求**

仓储会员超市要求配送团队具备更高的灵活性和效率，以满足消费者对快速、精准配送的需求

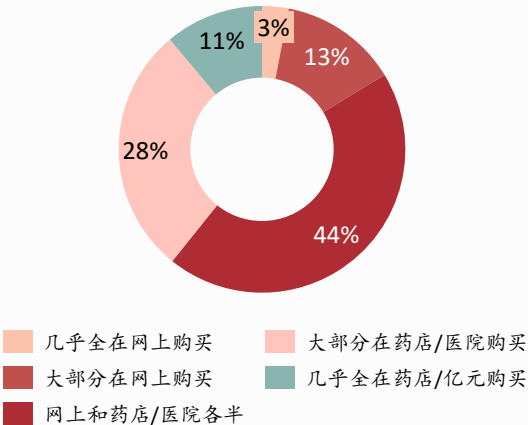
趋势四：互联网+医疗健康趋势加深，即配服务向专业化、精细化、定制化方向发展

医药电商成为重要销售渠道，增长表现强劲

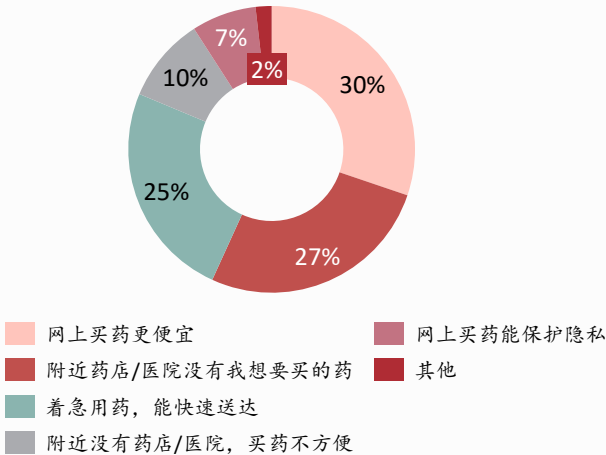
中国医药零售市场规模，2019-2030E



用户购买药品渠道选择



用户选择线上购药的主要原因



关键分析

随着医药电商行业的发展，已经有大量用户逐渐建立起了以医药电商渠道为主的购药习惯。医药电商行业能够在近几年快速崛起，很重要的原因是医药电商不仅可以提供与线下购药同等的服务，还能实现线下购药无法满足的用户需求，尤其体现在“快”和“全”上。在这一大趋势下，即配服务从传统单一的“送货上门”功能，向满足医疗健康场景下的复杂性要求与高标准服务规范不断演进。这种演进具体体现为以下几个方向：

1 数据驱动下的全链条管理与透明度提升

通过大数据和人工智能等技术，能够实时监控服务质量，并提供更高的透明度，帮助患者和服务提供商共同进行决策

2 精细化运营与定制化解决方案

个性化服务可以帮助医疗健康行业更好地满足用户的多样化需求

3 政策与监管协同下的合规运营

随着“互联网+医疗健康”的发展，相关政策和监管不断完善

4 专业化分工与履约标准提升

药品配送的每个环节都需要更加严格的履约标准，以确保服务质量和效率

5 场景延伸与生态协同

互联网+医疗健康的模式不仅局限于线上诊疗，还扩展到健康管理等领域



顺丰同城正式推出一体化医药配送综合配送解决方案

- 一方面，顺丰同城作为第三方即配平台，可以全方位直连多端系统，适配医药零售企业在外卖平台，实现外送订单的统一管理和最优规划。
- 另一方面，线下医院接诊服务压力大，一些常见病就诊挂号排队难、慢性病复诊购药流程繁琐成为常态。因此，开通互联网医院服务，以“线上问诊+跑腿送药”的形式为患者提供就医体验，成为不少医院升级服务的选择。

趋势五：服务出海成为新热门、中国本地生活服务行业探寻海外增长机遇点



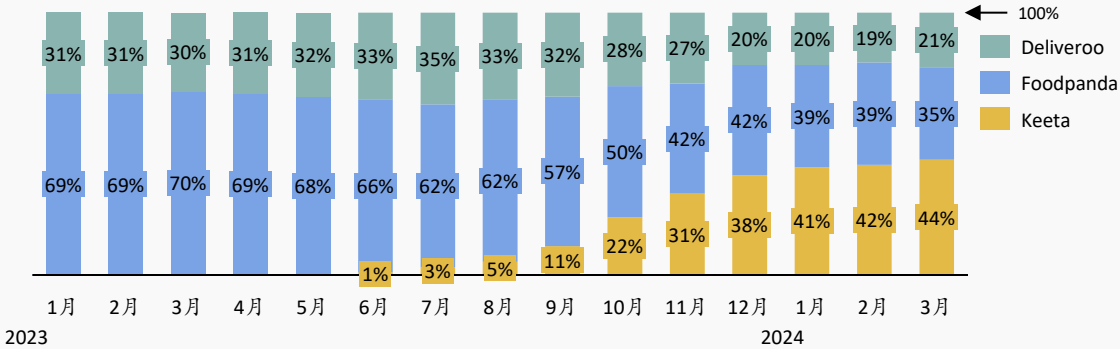
美团出海：香港练兵，沙特选将



香港

Keeta于2023年5月正式登陆中国香港市场，2023年10月底便完成了香港全区域覆盖，11月，以单量份额计算，Keeta跃居全港第二，稳步逼近市场第一。到2024年3月，Keeta成为香港第一大外卖平台。2025年3月，外卖平台Deliveroo宣布退出香港市场。

香港月度外卖平台市场份额，2023年1月-2024年3月



沙特阿拉伯

2024年9月，Keeta在沙特阿拉伯的阿尔卡吉上线。自2024年4月以来，Keeta在当地开放了多个岗位，并迅速完成了团队组建。团队成员包括本国及多国人才，他们精通阿拉伯语且熟悉当地市场。Keeta已与多家国际餐饮运营商和本土餐厅洽谈合作，并与当地骑手公司达成合作协议。



顺丰同城：入港迈向出海第一步

2024年7月1日，国内规模最大的第三方即时配送平台顺丰同城，正式登陆香港市场，开始以“SoFast”品牌在香港开展即时配送服务。

目前，顺丰同城依托顺丰香港APP落地业务，并且提供全天24小时服务。用户可在最新版本的顺丰香港APP内，选择并使用顺丰同城SoFast服务，新老用户均可享受高额折扣优惠。



SoFast将为香港用户提供全港点到点全品类同城急送服务，快至1小时送达全港地区。首阶段开放人口较为密集的油尖旺区取货，送至全港的服务范围，已于2024年覆盖香港所有区域。在配送范围上，SoFast可配送文件、鲜花、餐饮、珠宝、数码等全品类场景，相当于用户想送任何物品，顺丰同城均可承接。

趋势六：在企业社会责任（CSR）层面，即时配送行业正从单纯的业务扩张转向更加可持续、有温度的发展模式

骑手权益保障与福祉提升

即时配送行业依赖大量的骑手作为核心劳动力，这些骑手在工作中面临高强度的劳动和一定的安全风险。近年来，随着社会关注度的提升，企业开始更加重视骑手的权益保障。包括但不限于：

-  顺丰同城自2016年孵化之时，坚持为全职骑手缴纳社保；2024年成立骑手委屈关怀专项基金，基金规模高达500万元；
-  京东于2025年3月1日起逐步为全职外卖骑手缴纳五险一金，美团将于2025年二季度为全国范围内的全职及稳定兼职骑手缴纳社保。

绿色配送与可持续供应链建设

随着环保意识的不断提升，绿色配送已经成为即时配送行业中的一个重要发展方向。企业在推动业务增长的同时，也在积极寻求环保与可持续的解决方案，包括：

-  顺丰同城推动使用绿色运力，年度总配送距离超78亿公里，其中电动交通工具配送距离超98%，使用绿色交通工具带来的碳排节约为230万吨；
-  达达充分发挥即时配送的低碳优势，全年即时配的配送距离超过22亿公里，助力减碳60万吨。

本地社区融合与社会价值创造

即时配送行业不仅仅是提供快速便捷的物流服务，还在本地社区融合和社会价值创造方面发挥着越来越重要的作用：

-  顺丰同城积极响应国家《关于发展银发经济增进老年人福利的意见》等政策要求，助力实现“老有所依”，提升养老服务品质；
-  美团关注数字化浪潮中的老年人和弱势群体，通过助力孝心经济、完善适老化产品、服务特殊人群等举措，帮助他们解决在数字化生活中遇到的困难。

数据安全与消费者隐私保护

随着即时配送行业的发展，数据安全与消费者隐私保护成为了社会关注的热点问题。为了提升消费者的信任度和企业的合规性，越来越多的企业开始投入更多资源在以下几个方面：

-  顺丰同城为保护平台上骑手、商家和用户的数据安全，建立严格的数据安全和隐私保护措施，并正式通过ISO27001信息安全管理体系国际认证；
-  饿了么利用元数据进行数据安全防护。通过对元数据的监控和管理，饿了么能够及时发现和解决潜在的数据安全问题，如数据泄露、数据篡改等。

共建行业标准与协同治理

随着行业的不断发展，如何保持行业的健康竞争和高质量发展，成为了一个必须面对的问题。企业需要积极推动共建行业标准和协同治理：

-  为推动社区团购与即时零售业的标准化与规范化，提升整个产业的服务品质与效率，顺丰同城与相关部门和研究院共同参与了围绕即时配送履约能力相关的团体标准与研究项目；
-  国家标准化管理委员会公布了2024年度国家级服务业标准化试点项目，饿了么申报的即时配送服务标准化方案获批立项。

乡村振兴和下沉市场建设

即时配送行业的快速扩展不仅仅局限于一线城市，乡村振兴和下沉市场建设也成为了重要方向。这些市场的开拓既能提供便捷的基础设施服务，也能创造更多的就业机会：

-  传递社会价值，顺丰同城切实参与城邦建设和乡村振兴，与各地社区在便民养老、民生保障等场景下积极联动；
-  美团不断发挥科技创新优势，将实惠优质的商品带到更多的县城和乡村，让城乡消费者都能够切实享受互联网带来的便利生活。

## 趋势七：以低空经济、无人驾驶等为代表的新技术领域加速落地应用，推动即时配送及整体物流行业降本增效



### 顺丰同城数智化赋能高质量履约

#### 案例 顺丰同城试点无人机服务

2022年5月，顺丰同城在深圳试点上线无人机急送服务，采用“同城急送上门取件+丰翼ark40无人机运输+同城急送直取直派”的运输方式，打造出全新的物品急送解决方案。并于2023年进一步拓展无人配送技术在商业化场景的应用规模与深度，在城市商业区、校园以及产业园等封闭园区内，对无人机、无人车的配送方案和运营模式进行测试并取得阶段性成功进展。



#### 案例 顺丰同城布局无人配送服务

2024年，顺丰同城加速布局无人配送技术，在多个城市推进无人车配送试点与投产，围绕最后一公里业务，重点探索无人车在同城接驳与网点集散的运营模式。同时，从系统侧配套能力，实现车辆调度、运营监控等功能，并基于实际履约情况和数据分析，持续迭代运营策略，提升无人车配送效率与稳定性，降低运营成本。目标是无人配送能力成为骑手网络的有效补充。



顺丰同城已打造出无人配送+二轮/四轮车+骑手的“**天地人**”完整配送生态，而为了履约效率进一步提升，顺丰同城致力在各环节推进运营数字化和AI决策智能化，通过自研城市物流系统CLS，智能统筹配送各环节。



国内规模最大的第三方即配平台顺丰同城已接入DeepSeek等大模型。作为物流行业首批接入DeepSeek等AI大模型的企业，将依托人工智能低成本、高性能、高开放度的三重优势，为顺丰同城全场景业务和全生态链参与者提升智慧化赋能。

### 美团

### 美团持续加强科技研发投入

美团持续加强对科技研发的投入，致力于提高科技创新的能力，倾听用户的声音，将科技与生活紧密融合，不断优化产品和服务，努力让大家的生活变得更加便捷、智能和美好，让科技的力量惠及到更多人



#### 无人机低空物流产业加速发展

截至2023年底，美团无人机已在深圳、上海等城市11个商圈落地了25条航线



#### 自动配送升级服务体验

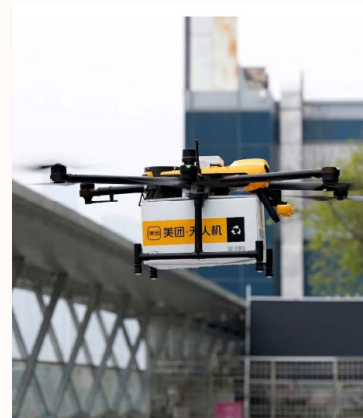
截至2023年12月底，美团自动配送车完成室外全场景配送近400万单，自动驾驶里程占比99%

#### 案例

#### 美团无人机新航线将外卖送到5A级景区

2023年4月，美团无人机与深圳世界之窗开展国内首条景区常态化航线。新航线以景区外约1公里的购物中心为起点，最快5分钟即可将各类餐饮以及湿巾、隔汗巾、防蚊贴等居家出游常用的母婴急需品等送抵世界之窗内。

过往配送服务无法送达景区内部，游客即便想点外卖也要步行10余分钟到景区门口取货。游客秦女士表示：“每次带孩子出门都需要带好几个包装不同的母婴用品，这次发现在景区内还可用无人机采购这些，这样即便忘带了湿巾和奶粉，也可以点外卖送来，方便很多。”



# 目录

1 报告要点概览

2 中国宏观经济概述

3 中国即时配送行业发展现状

4 中国即时配送行业**2024新趋势洞察**

5 中国即时配送行业**领先企业分析**



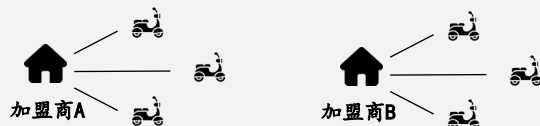
## 顺丰同城是即配服务专业解决方案垂直行业覆盖最广的即配服务商之一

面对即时零售爆发式增长，顺丰同城以“全场景覆盖、全距离触达、全时段响应”的三维服务网络持续升级履约能力，成为优质KA客户的首选第三方配送服务商

### 01

#### 即配服务专业解决方案垂直行业覆盖最广的即配服务商之一

传统即配

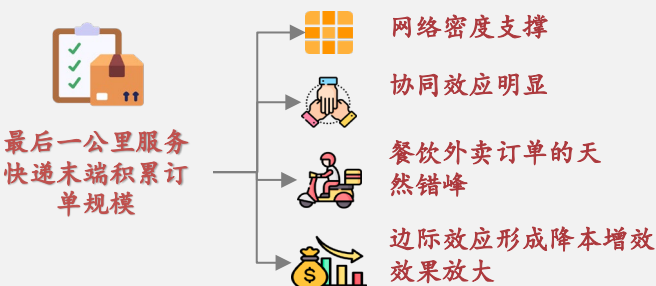


短距离加盟商网络，不能跨圈

同城优势：高质量



网络协同优势



即配解决方案覆盖行业



### 02

#### 头部客户的首选第三方配送服务商之一



循环包装；推荐最优配送门店  
驻点+商圈+全城配送网络



冷链配送；仓储；门店调拨



医药冷链；检测配送



城市仓；前置仓；跨城配送

....



#### 集团协同优势助力同城打造奢侈品即配标杆

顺丰同城已在业内率先推出了奢侈品专送服务，助力LV、GUCCI、DIOR、FENDI等高奢品牌，在北京、上海、成都、杭州等多地开启同城配送，依托多年来深耕各品类精细化配送解决方案的优势，让消费者享受更优质、更安心的“到家”购物体验。



#### 关键分析

- 在零售和餐饮数字化程度加深以及本地生活仓储物流基础设施不断发展完善的背景下，即时配送向更为专业化的方向发展，更加专注于为大型KA客户（包括头部餐饮连锁、大型商超、各垂直行业品牌方等）提供定制化解决方案。
- 与传统的标准化配送服务不同，这种转型要求配送服务商深入了解不同客户的业务需求与行业特性，量身打造高效、灵活的配送方案。
- 服务内容不仅限于送货，还包括库存管理、智能调度、定时配送、温控管理等增值服务。
- 通过提供个性化、精细化的服务，即时配送能够帮助品牌方提升运营效率、降低成本并改善消费者体验，进一步增强客户的竞争力和市场份额。



顺丰同城在同城零售全链路供应链服务领域建立起了显著的领先地位，推动即配行业向更加高效与专业化方向转型

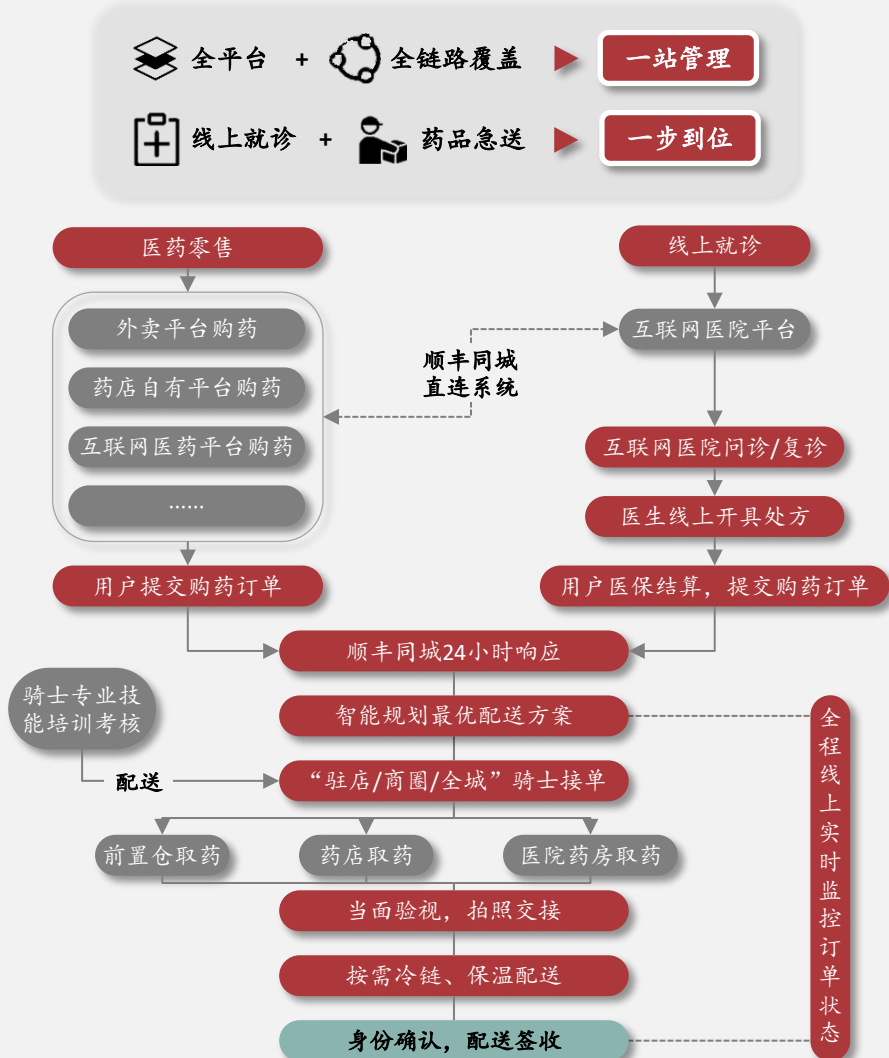
# 中国即时配送行业领先企业分析-顺丰同城 (2/2)

## 深入医药配送全链条，顺丰同城一体化配送方案引领行业标准

凭借着覆盖全配送链条、专业高效的一体化服务优势，顺丰同城助力各大互联网医院和医药零售平台填补了医药配送标准化服务的空白，首创医药领域即配专业解决方案

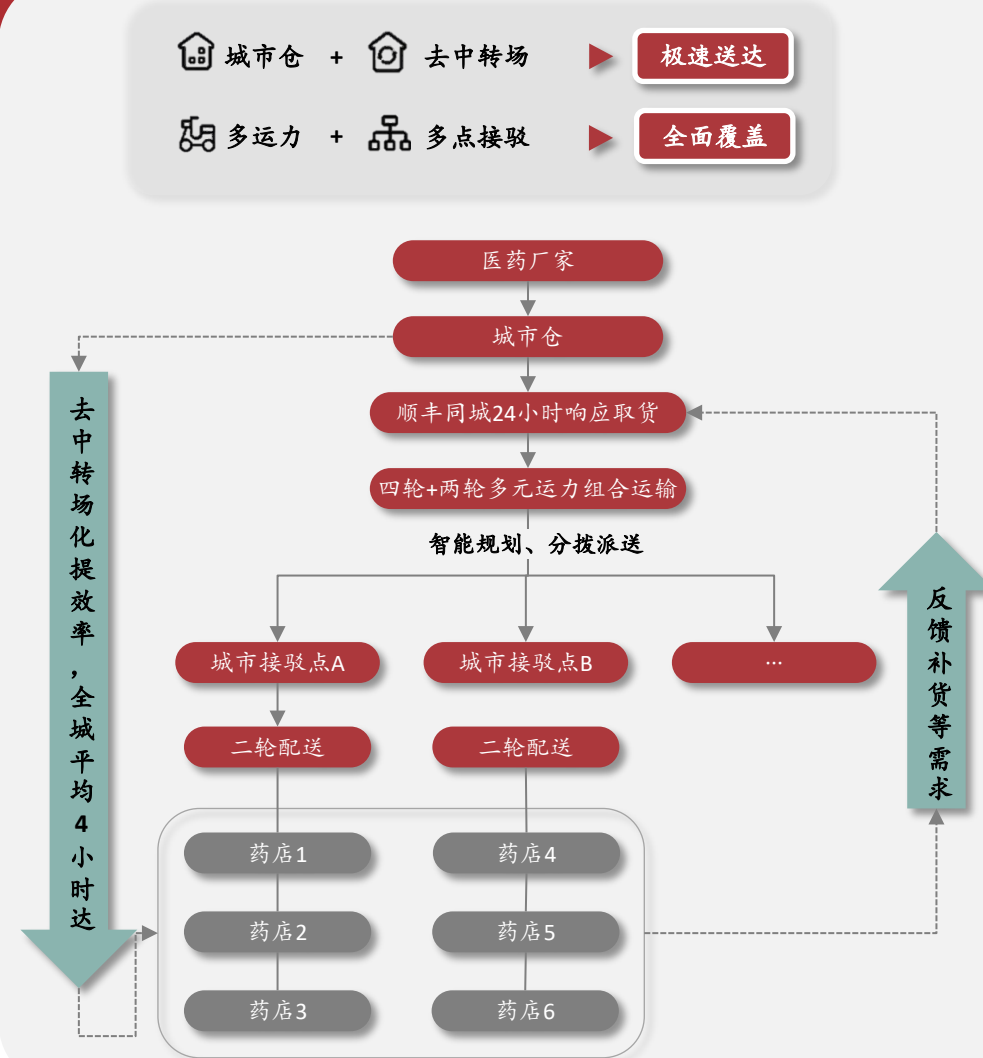
01

### 零售、医院全平台直连，药品一键即达



02

### 仓配接驳直送到店，全城平均4小时达



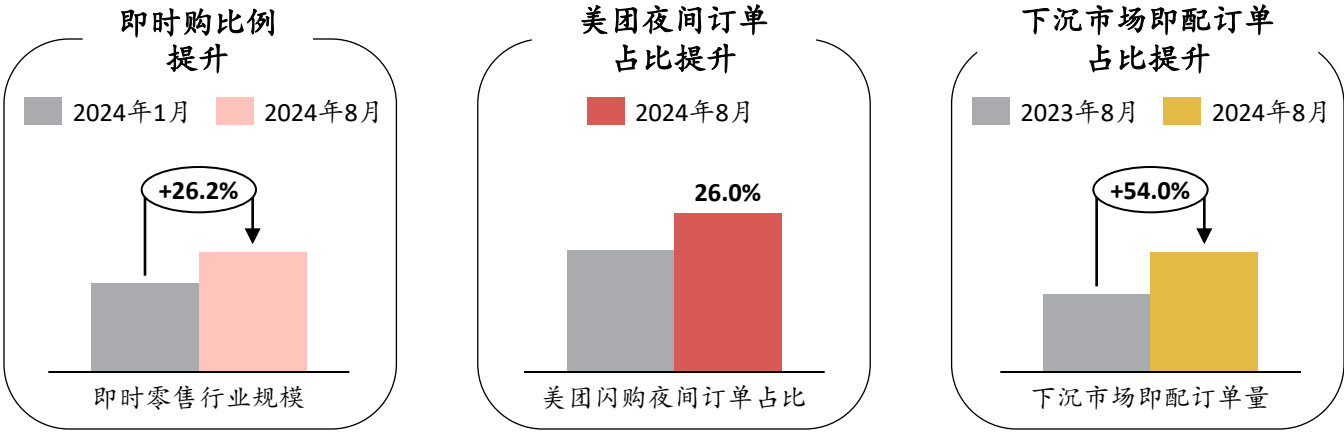
### 关键分析

- 信息时代，医疗服务的数字化转型升级正深入推进。早前，国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》，再次强调要大力发展“互联网+医疗健康”，优化各类医疗服务设施。
- 顺丰同城顺势推出一体化医药配送综合配送解决方案，力求通过多平台、全链路覆盖模式，助力多方提质增效。本次推出的医药领域即配专业解决方案，全面覆盖医药新零售和互联网医院两大核心医疗消费场景。
- 作为医药零售平台、医院和消费者之间的第三方连接纽带，顺丰同城针对医药行业打造的一体化配送综合配送解决方案，以高品质的医药配送，赋能医疗服务升级。

中国即时配送行业领先企业分析-美团配送

闪电仓已经成为即时零售的典型业态，美团配送依托互联网交易平台，线上下单、线下配送、即时履约，开创了零售业态发展的新模式

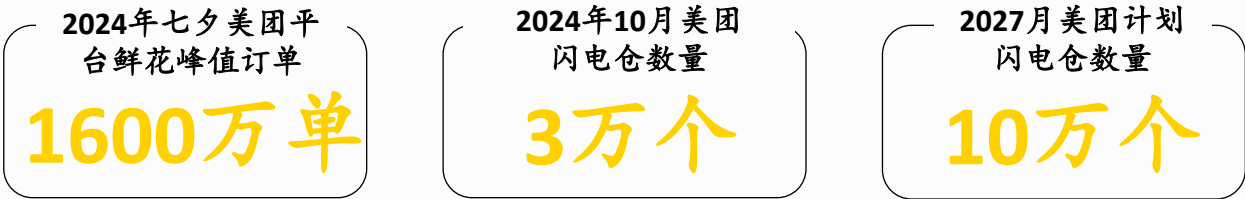
同面积下单店和单仓利润率对比，200m²



|                 | 仓               | 店               |
|-----------------|-----------------|-----------------|
| 房租成本            | 10,000元-20,000元 | 30,000元-50,000元 |
| 陈列SKU           | 6,000-10,000    | 2,500-3,500     |
| 营业时长            | 可达24H           | 10H-20H不等       |
| 坪效<br>(元/平方米/天) | 83.3            | 59.2            |
| 月销售额            | 约50万元           | 约35.5万元         |
| 利润率             | 3%-10%          | 1%-5%           |

即时零售已经成为消费者习惯和需求变革中的主流模式

在零售电商的快速发展中，闪电仓作为即时零售业务的衍生模式，正在成为实体零售行业转型与增长的新引擎。闪电仓是前置仓的一类，与最早出现的以生鲜品类为主的自营前置仓不同，闪电仓是接入了美团闪购的前置仓系统，拥有理货、拣货、配送等功能，同时在美团平台以实体店形式上线售卖商品的实体仓。



闪电仓的优势在于24小时专注于服务线上消费者，能够覆盖各种品类；对门店面积要求较低；人才需求也相对简单，仅需拣货员即可，因而具备快速全国扩张的潜力。

案例

名创优品“开仓”，持续看好闪电仓业态

名创优品与美团已达成深度战略合作，名创优品2024年内将在美团上线超过800家闪电仓形态的“24H超级店”。

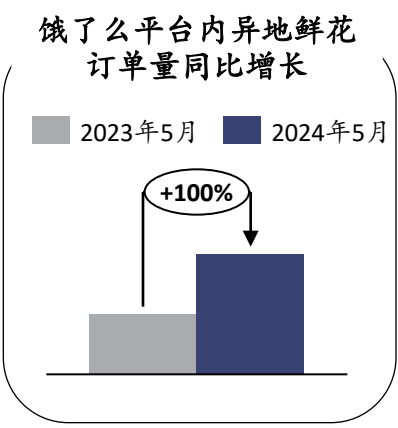
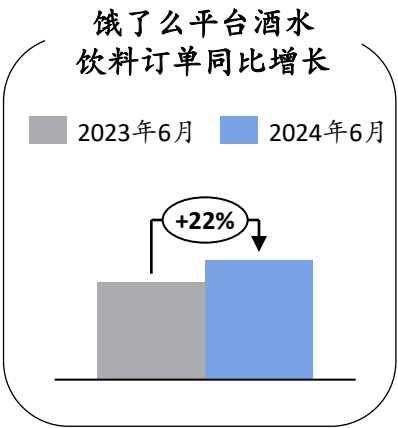
从今年1月开设首店至今，我们已经开设约500家24H超级店，累计业绩破亿元，‘试跑’近半年，这一闪电仓新业态表现出了十分积极的增长和盈利趋势。

未来，24H超级店和常规线下门店的商品差异率预计将达到70%，我们也将持续加深与美团合作，随着即时零售用户人数的增长继续加速‘开仓’进程。



名创优品即时零售负责人





蜂鸟即配服务场景增加形成正向循环的社区服务生态

据中国互联网信息中心数据，外卖渗透率保持提升，目前已超过网络用户一半——截至2024年6月，中国在线外卖用户规模达到5.53亿人，占全部网民的50.3%，随着银发经济到来和青少年消费的崛起，呈现出由年轻人向中青老年群扩散的特征，也大大激发了生活服务业新的增长潜能。

即时配送覆盖  
**2000**多市县

骑手公益助老  
**60**多万人次

饿了么推出行业首个骑手公益激励体系，让公益行为被看见、被记录、被重奖，形成正向循环的社区服务生态。

蓝骑士“社区侠”积极投身社区“助老、助残、爱小、急救、消防”等服务，守护全国2000多个社区，助老助小60多万人次。

案例

即时配送新“天”“地”

核心内容

- 蜂鸟正推进数字化能力——“天”和“水电煤”平台——“地”的建设，搭建起城市、社区的新基础设施。

覆盖范围

- 蜂鸟正推进的“水电煤”平台建设，面向骑手出行、工作保障和人力服务，做好车电综合服务、保险服务、人力运营等，给生态商“同盟”提供粮草与动力。



案例

蜂鸟打造骑手友好社区

核心内容

- 在骑手友好社区打造上，为方便骑手送餐，解决“进门难”等问题，饿了么、蜂鸟即配联合支付宝、绿城服务推出“碰一下开门”新体验。蓝骑士进小区送餐，通过支付宝“碰一下”可最快3秒进门。

覆盖范围

- 目前全国超3000个绿城服务小区正实现这项便捷服务，还在全国更多城市、物业小区推广中。



# 沙利文大中华地区办公室



## 上海办公室及 中国研究院：

上海市静安区  
南京西路1717号  
会德丰国际广场25楼及  
27楼

电话：86 21 5407 5781  
传真：86 21 3209 8500  
[www.frostchina.com](http://www.frostchina.com)

## 香港办公室：

香港中环  
康乐广场8号  
交易广场2期3006室

电话：852 2191 5788  
传真：852 2191 7995  
[www.frostchina.com](http://www.frostchina.com)

## 北京办公室：

北京市朝阳区  
建国门外大街1号  
国贸写字楼2座2401室

电话：86 10 5929 8678  
传真：86 10 5929 8680  
[www.frostchina.com](http://www.frostchina.com)

## 深圳办公室及 深圳研究院：

广东省深圳市南山区大冲  
一路18号华润置地大厦E  
座1302室

电话：86 755 3651 8721  
传真：86 755 3686 8806  
[www.frostchina.com](http://www.frostchina.com)

## 南京办公室及 南京研究院：

江苏省南京市经开区  
兴智路6号  
兴智科技园B栋401室

电话：86 25 8509 1226  
传真：86 25 8509 1226  
[www.frostchina.com](http://www.frostchina.com)

## 成都办公室：

四川省成都市青羊区  
西御街3号  
领地中心东塔14楼

电话：86 28 63207456  
传真：86 28 63207456  
[www.frostchina.com](http://www.frostchina.com)

## 台北办公室：

台北市信义区  
松高路9号  
统一国际大楼25楼

电话：886 2 7743 0566  
传真：856 2 7743 7100  
[www.frostchina.com](http://www.frostchina.com)