

成都市 红星路二段159号

成都报业大厦

T: 86 -28-8651 0930

F: (021) 61283006

---

[www.nbd.com.cn](http://www.nbd.com.cn)



中国智慧物流研究院

# 中国智慧物流末端配送趋势报告



每/经/智/库/出/品

2018年1月

---

## 主要观点

---

物流成为“水电煤”一样的社会基础设施；收快递更如同“柴米油盐酱醋茶”，构成老百姓现代生活“新开门七件事”

消费者成为新的供应链“权力中心”，末端配送越来越“脸谱化”



“品质化”升级迫在眉睫，是未来末端配送争夺的“新战场”

---

## 总体框架

---



行业现状



消费者需求



发展趋势



## 一、末端配送行业现状



传统配送模式已无法满足日益增长的服务需求

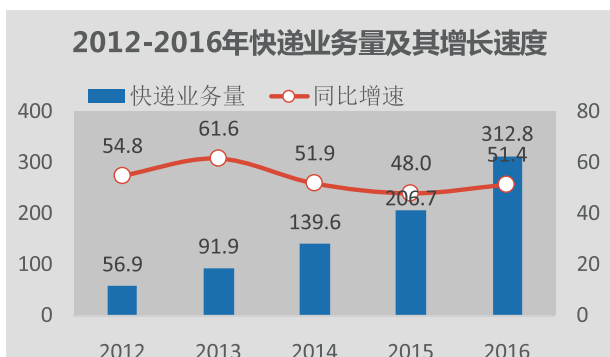


升级进化、推陈出新，末端配送新模式崭露头角



末端配送行业痛点仍在

一天一亿件！中国快递业务量连续三年世界第一  
消费升级！日益增长的美好服务需求



数据来源：《2016年邮政行业发展统计公报》



中国快递业务连续6年同比增速超过50%，自2014年以来，业务量连续三年稳居世界第一。



2017年1-11月，全国快递服务企业业务量累计完成358.6亿件，同比增长28.6%。



在巨大的业务量面前，传统单一的上门投递方式难以满足市场需求。

目前，传统末端配送主要三种模式

### 共同配送模式

由若干个配送企业联合起来，对某一地区的用户进行集中配送服务的物流形式。

### 与便利店合作模式

企业在便利店设置储物柜等，与便利店形成终端物流合作。

**3.2万**  
京东便民点

### 自设终端物流中心模式

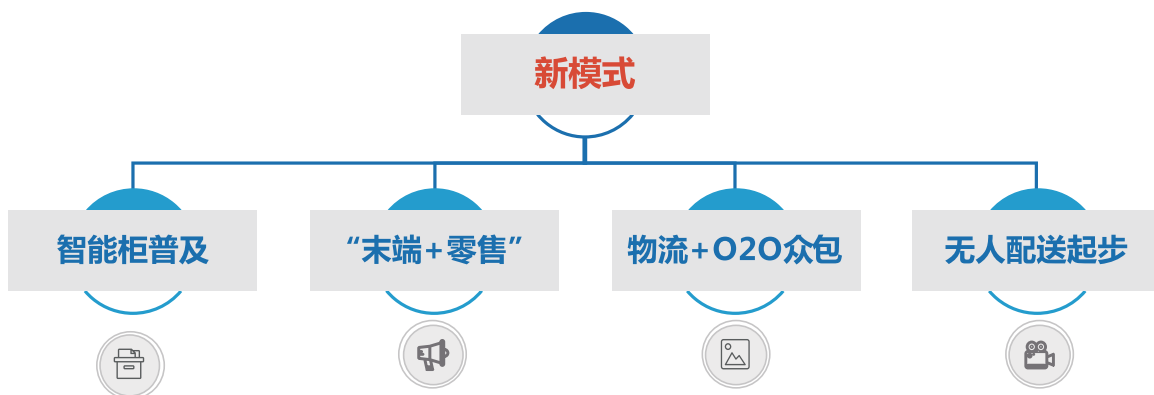
不依赖于其他机构，企业自身广泛建立终端物流中心。

以美国亚马逊、  
京东为代表

零售革命、消费升级……

传统配送模式已无法满足日益增长的服务需求

**末端配送新模式**崭露头角



智能柜逐渐普及，数量已超 17 万组

智能柜普及

智能柜普及速度惊人

**2014**

全国投入使用智能快件箱 **1.5 万组**，快件箱派件量占全国业务量的 1%。

**2015**

全国主要城市安装智能快件箱 **逾 6 万组**，快件箱派件量为 6.2 亿件。

**2016**

全国布放快件箱累计 **超 10 万组**，年投递快件逾 10 亿件。

**2017 上半年**

全国城市地区投入运营快件箱数量 **超过 17 万组**。

电商系



物流平台系



三方平台系



数据来源：《2017 中国快递末端服务发展现状及趋势报告》

## “末端 + 零售”，社区商业与快递服务创新嫁接

### 末端 + 零售

2011

#### 顺丰 + 7-Eleven

早在 2011 年，顺丰就与 7-Eleven 展开了涉及 100 多家门店的战略合作，随后开出了 20 多家“顺丰便利店”，在一般便利店的功能中加入了收发快递的功能。2014 年，顺丰嘿客横空出世。

2017

#### 圆通“妈妈菁选”

2017 年，圆通在上海开设了国内首家“妈妈菁选”便利店，提供生鲜、日用品售卖，以及洗衣等各种零售服务，同时承担着“最后一公里”的功能。

#### 邮政“友邻居便利店”

中国邮政推出了友邻居便利店，同时提供 24 小时邮储 ATM、邮政快递、电商、便利店四大业务。

2016

#### 申通“巨贤百味”

2016 年申通快递打造的 O2O 线下实体零售店“巨贤百味”正式在四川亮相；同年，百世店加推出了便利店业务。

注：由于多方面因素导致顺丰嘿客模式已失败。

## 京东物流 + O2O 众包模式试水成功

### 物流 + O2O 众包



2017 年“双11”期间，达达吸纳了接近 **30%** 的京东订单

—— 科技进步，推动无人配送起步，无人机、末端配送机器人等纷纷亮相 ——

无人配送起步



2017年无人配送企业多点开花，苏宁、邮政、中通、菜鸟网络、唯品会纷纷亮相



顺丰、京东的探索助推行业无人技术进步



—— 末端配送行业痛点仍在 ——



末端网点  
安家难、盈利难



社区、校园、农村  
场景化投递难



快递三轮车  
游走灰色地带、车辆派送难



末端快递员  
流动大、雇佣难



消费者体验  
满意度不高、规范管理难



末端快递  
垃圾围城、环保难

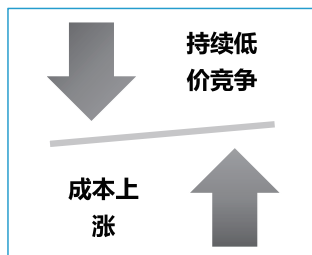
## 末端网点布局安家难、盈利难

### 末端网点安家难

以北京为例，北京三环内的快递网点越来越少，很多往外搬迁，快递员送件从原先的两三公里范围内，变成十几公里甚至几十公里范围内派送。造成网点安家难的原因之一则在于老百姓不喜欢网点安在自己家门口，觉得太嘈杂，很多快递网点被投诉扰民，基本是半年搬一次。

**城市配送难——国家邮政局局长 马军胜**

### 末端网点盈利难



盈利水平压缩甚至亏损，直接影响末端配送服务

**市场反应** 今年双十一前夕，中通、韵达宣布价格调整

## 社区、校园、农村场景化投递难

### 社区投递难

- 城市化进程加快，大型社区不断涌现，如居住区、商业区、校区、机关企事业单位综合办公区等，对快递末端投递服务能力提出要求
- 社区人员密集、交通繁忙、管理各异，服务需求个性化突出，快递服务难匹配，造成服务满意度降低、影响配送效率。

### 校园投递难

- 有调查显示，可以收到上门快递的在校生仅占6.74%，大多数学生只能去快递分发点或校外领取。
- 如何打通校园快递流通的“最后一公里”，是高校学生群体和快递行业共同关心的问题。



### 农村投递难

- 农村基础设施薄弱、物流成本高
- 传统镇级政府驻点形式，虽然规避了更下一级物流下沉成本，但耗费额外时间、退换货不便，严重影响农村网购体验；
- 农村网购用户习惯、消费场景等对物流灵活性提出要求。

“ 收货地址：xx村大槐树下 ”



快递三轮车游走灰色地带，上路难……



末端快递员流动大，雇佣难……

### 行业用人荒

#### 低工资、高强度，一线快递员流动大

- 春节后，返岗率仅70%左右，造成员工短缺，给末端配送时效和服务品质造成影响
- 2016年发布的《全国社会化电商物流从业人员研究报告》数据显示，近一半站点人员工作年限在1年以下

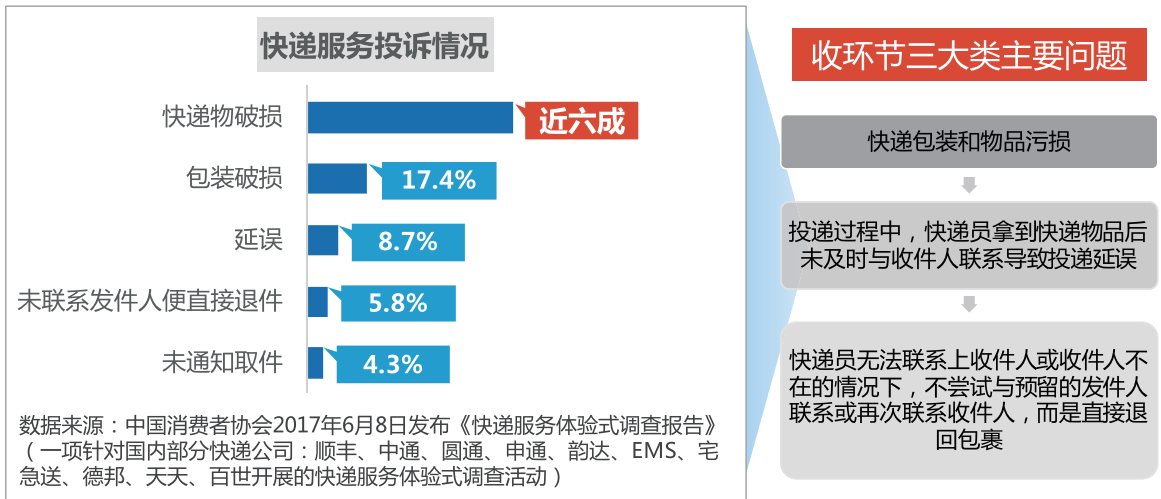
### 京东优势

✓ 一线员工足额、全额  
缴纳**五险一金**

仅2016年，为全部员工缴纳

五险一金达**27亿元**

消费者体验满意度不高，规范管理难……



末端快递垃圾围城，环境难……

## 中国之最 网络购物最发达、包装物流资源消耗最大



资料来源：国家邮政局

新华社发（大巢制图）

## 二、末端配送消费者需求

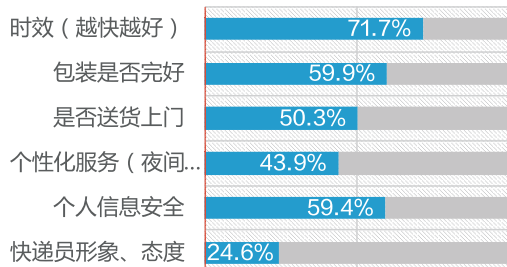


消费者对“时效”持续提出更高要求

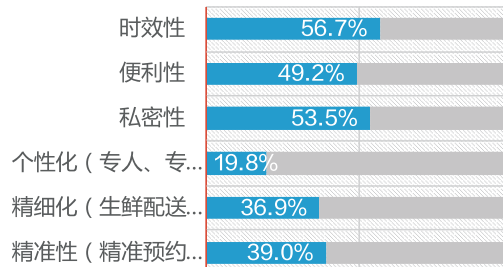
2017年11月底，为了更好地开展末端配送调研，每经智库中国智慧物流研究院特别针对末端配送开展了一项问卷调查。

- 调研显示，“时效”（越快越好）依然是消费者最在意的末端配送体验；末端配送最希望增强的服务也是时效性。
- 现有末端配送服务中，体验最好的依次是当日达、次日达、1小时/2小时精准预约；最期待的场景是希望“开启时空任意门，上一秒下单、下一秒送到”（38.5%）。

### 您最在意的末端配送体验是？

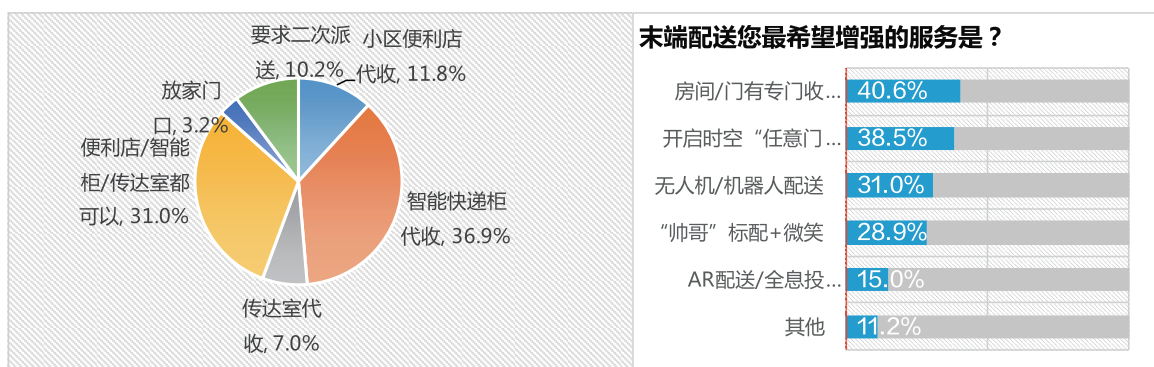


### 末端配送您最希望增强的服务是？



## “私密性”倍受关注

- “最在意的末端配送体验”选项中，“个人信息安全”得票率 59.4%，仅次于“时效”；“最希望增强的服务”选项中，“私密性”同样排名第二，仅次于“时效性”。
- 当送货上门不在家时，36.9% 的受访者选择更愿意智能快递柜代收，因为其私密性较便利店/传达室更强；“未来最希望的配送场景”是“房间/门有专门收货管道，再也不用蓬头垢面见小哥”。



## 个性化需求显著提升

“个性化服务(夜间配等)”的得票率占到了 43.9%。

**“最在意的末端配送体验”**

### “末端配送最希望增强的服务”

将近 40% 的受访者表达了对精准性（精确预约时间、夜间配等）和精细化（生鲜）的配送需求。



### “现有末端配送服务中体验最好/最期望体验”

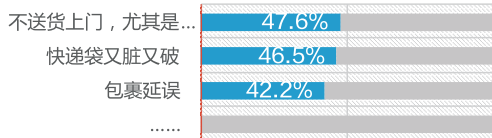
“个性化高端配送（专人、专车、专线顶配服务）”与“隐私面单”不相上下。

品质升级 末端配送将进入“消费者愿意付费时代”

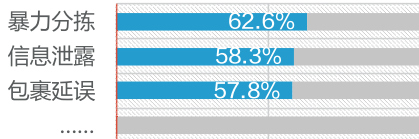
消费者体验到的糟心配送体验和最担心的末端配送问题体现在服务细节，而非及时性；

超过六成的消费者愿意付费获得更好的服务，例如 47.6% 的受访者能接受 3 块钱以内的涨幅。

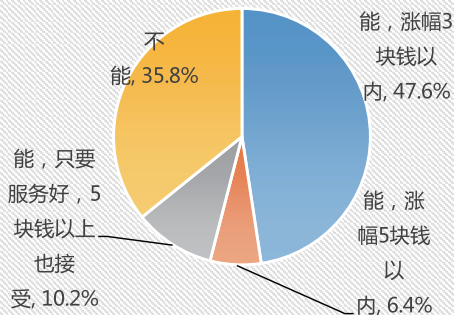
您有过最糟心的末端配送体验是？



您最担心的末端配送问题是？



为了享受更好的服务，能否接受涨价？



共同参与努力，绿色化、环保意识觉醒

企业

2017年“双11”是国内绿色物流的首次集中行动：  
多家快递企业 + 各零售平台

消费者

Q: 当你知道今年双11一天剁手产生的包裹就超过10亿件，你的第一感受是？

- ✓ 43.9% → “爱护环境，人人有责”
- ✓ 89.3% → 愿意快递箱被回收

## 三、末端配送发展趋势



### 末端配送发展驱动因素分析

#### 宏观政策利好

2017年11月2日，十部委联合发文明确了“十三五”期间快递业绿色包装工作要实现绿色化、减量化、可循环取得明显效果三大目标，由此对末端配送提出明确方向

1

#### 电商发展保证了物流需求持续增长

《全国电子商务物流发展专项规划（2016-2020年）》指出，电商物流需求将保持快速增长，渠道下沉和“走出去”趋势凸显

2

#### 科技进步推动智慧物流发展

随着人工智能、机器人、云计算、区块链等的应用和发展，新一代智慧化物流体系有望实现效率全面提升、成本下降，在网络层面实现更大的社会化协同和分工

3

#### 零售革命重塑消费习惯

电商迅猛发展 + 消费升级开启第四次零售革命，对人、货、场实现重构

4

#### 资本角逐智能快递柜战场

2017年，丰巢完成A轮融资、速递易新增注册资本、顺丰入股智莱科技等事件标志着智能快递柜率先成为资本入局的切入点，对未来末端配送竞争态势产生深远影响

5

#### 消费者提出快递服务新诉求

个人信息保护、时效个性化等服务成为末端投递的新诉求，提升末端投递用户体验越来越成为行业竞争力

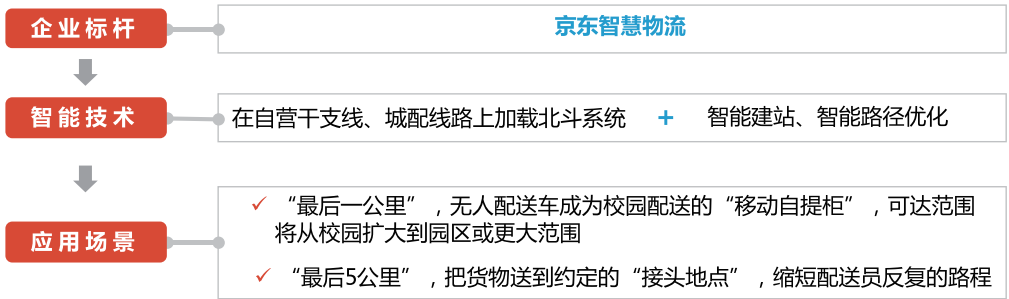
6

持续智能化升级，行业纷纷加速向智慧物流转型

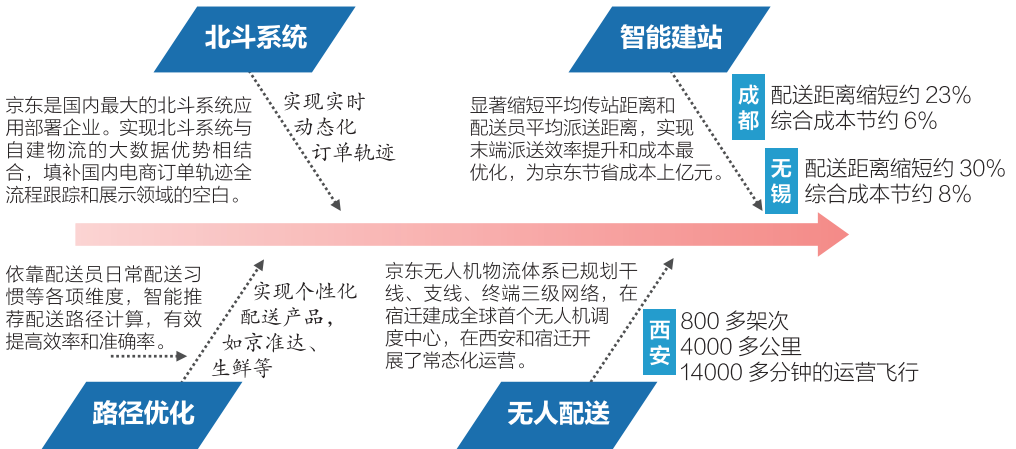
趋势一  
智能化

**现实一** 智能算法、自动分拨流水线、机器人分拨相继投入使用，使得分拣、干线等各环节效率显著提升

**现实二** 末端配送仍需消耗大量人力，整体智能化水平还有待持续提升



末端配送智能化已经具备现实基础



多元化配送、多元场景解决方案将成常态

趋势二 多元化



绿色化全面提速，国家倡导绿色物流，企业积极响应

趋势三 绿色化

绿色快递宣传周 每年11月第一周 “创新、协调、绿色、开放、共享”

京东物流 清流计划

韵达快递 可降解胶袋 + 可循环使用布袋  
+ 试点回收纸箱

苏宁物流 共享快递盒

菜鸟网络 回箱计划 + 绿仓





## 绿色化全面提速，成效卓著

2016年以来，快递包装在**绿色化、减量化、可循环**等方面的努力初见成效 ↓

**70%**

快递包装减量化成效显著，快递电子运单占比大幅提升至70%。

**25%**

胶带、塑料袋消耗量明显减少，单个快件使用封装胶带量同比减少。

**30%**

2016年全国快递业可循环包装使用量占快递业直接用量的30%。

数据来源：《2017中国快递领域绿色包装发展现状及趋势报告》

## 企业案例

### 京东物流“青流计划”升级

#### 绿色包装

#### “青流”汇聚大咖力量



青流计划，京东物流绿色供应链行动！

京东物流携手  
供应链上下游伙伴

推动供应链端到端  
(B2B、B2C)  
绿色化、环保化

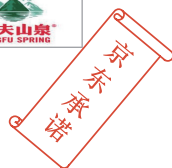


3年内减少100亿个一次性纸箱的使用

回收纸箱，新投放10万“青流箱”，并首次尝试引入第三方专业回收循环机构，打造物流包装的全新回收体系，让绿色物流形成可持续的规模效应。



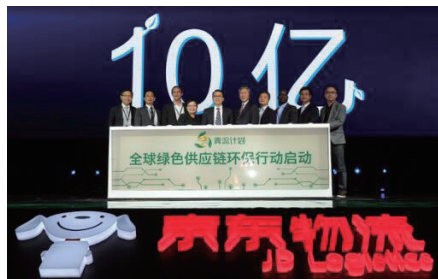
“青流计划”  
合作品牌



#### 绿色基金

2017年12月11日，京东物流联合DHL、法国邮政、雅玛多、顺丰、普洛斯、绿色消费与绿色供应链联盟、雀巢、达能、达达等共同举行了“青流计划”全球供应链绿色环保行动启动仪式。

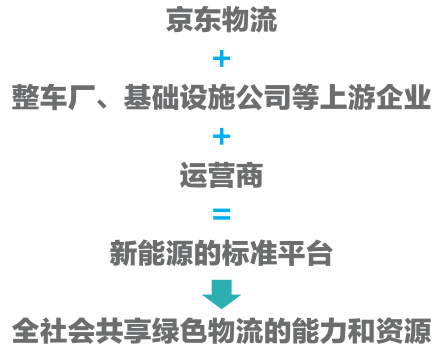
同时，宣布投入10亿成立京东物流绿色基金，用于供应链环保技术改造、创新研发、绿色消费社会的倡导和推动。



京东绿色运输：新能源车，搭建产业链开放平台

电动物流运输车

3年更换数十万辆新能源车，搭建产业链开放平台



消费者成为新的供应链“权力中心”

“脸谱化”势在必然

时效“快”已成常态，个性化、精细化成末端服务新趋势

生鲜“大闸蟹”寄递



京东精细化产品布局阵列

211限时达·夜间送·极速达·京鲜达·京准达·京尊达.....

顺丰个性化产品布局阵列

顺丰即日·顺丰次晨·重货快运·  
生鲜速配·顺丰专送.....



## 企业案例

京东物流已发展多种配送产品：京准达、京尊达…  
以“快”和“准”双重标准树立行业标杆

### 趋势四 脸谱化

时效“快”已成常态，个性化、精细化成末端服务新趋势

快

革新电商物流  
配送时效标准

京东自营**90%**的订单在24小时内送达

精

“京尊达”  
极致服务

京尊达针对高价值奢侈品，由专属配送团队、着西装、戴白手套进行配送，打造**专属于高端客户**的极致服务

准

首创“京准达”  
树立行业标杆

截至2017年双11，19个城市**30分钟**京准达，32个城市**1小时**京准达；250个城市**2小时**京准达（覆盖全国85%的人口）

品质升级迫在眉睫，是未来末端配送“新战场”

### 趋势五 品质化

**宏观机遇** “十三五”是国内主要快递企业转型升级、提质增效的关键期

**现实挑战** 目前占据市场70%以上份额的末端配送都是加盟模式管理，这给品质化带来较大难度

**市场动力** 伴随国内主要快递公司集体踏入资本市场（申通、圆通、中通、韵达、顺丰、百世），也或将加快促进行业品质化服务升级

消费、产业、技术的升级，零售市场整体向品质化、智慧化、个性化迈进，消费者对品质化服务提出更高需求

**行业标杆** 目前，在行业内品质化服务极具代表性的主要是京东物流和顺丰速运。

## 京东品质化服务

**2016年6月：微笑面单**

以一种更温情化的方式有效保护用户隐私。目前，该服务已在全国范围内进行推广应用，超过90%的自营配送订单均已实现面单“微笑化”

**2017年4月：“五星级配送服务”标准**

这是业内首个“五星级配送服务”标准，包含“您好+”（微笑及文明用语）服务、清洁包裹、纸箱回收、帮带垃圾、拍照通知、闪亮登场、呵护孩子、佩戴鞋套、郊县代购、京尊达服务等十条服务规范

**2017年10月：上线“95056京东配送员”号码**

在北京、上海、广州、成都、武汉、沈阳、西安7个城市推出，给消费者提供更加标准化的高品质服务。

