

---

## 行業概覽

---

本節及本招股章程其他章節所載資料及統計數據摘錄自由我們所委託的弗若斯特沙利文編製的報告，以及取自於各類政府官方刊物及其他公開可得刊物。我們委託弗若斯特沙利文就股份發售編製弗若斯特沙利文報告(乃屬獨立行業報告)。我們、獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商、彼等各自的任何董事及顧問或參與股份發售的任何其他人士或各方並未對取自政府官方來源的資料進行獨立核實，亦無就其準確性發表任何聲明。

### 資料來源

我們已委託獨立市場研究公司及顧問弗若斯特沙利文對中國跨境電子商務物流業進行分析及報告。弗若斯特沙利文為獨立全球諮詢公司，於1961年在紐約成立。弗若斯特沙利文提供行業調查及市場策略，並提供發展顧問服務及企業培訓。其在中國涉獵的行業覆蓋汽車及運輸、文化及娛樂、科技、媒體及電信、批發及零售貿易、旅遊、消費品、化學品、材料及食品、商業航空、能源及電力系統、環境及建築技術、醫療保健、工業自動化及電子以及工業及機械。我們就委聘弗若斯特沙利文支付費用合共人民幣780,000元，我們認為，支付此筆費用不會影響弗若斯特沙利文報告所得結論的公正性。

### 弗若斯特沙利文報告

本公司將弗若斯特沙利文報告內若干資訊納入本招股章程，因為董事認為該等資料有助於潛在投資者了解相關市場。弗若斯特沙利文報告的市場調查程序已通過詳盡的一手研究而進行，一手研究涉及與業內龍頭參與者及行業專家對跨境電子商務物流業的討論。間接研究涉及審閱公司報告、獨立研究報告及弗若斯特沙利文本身的研究數據庫的數據。

弗若斯特沙利文中的分析及預測乃基於編撰此類報告時的以下主要假設：(i)中國經濟在預測期內可能保持穩定增長；(ii)中國的社會及經濟環境在預測期內可能保持穩定；

及(iii)國際貿易及網購用戶數量的增加、跨境電子商務物流服務的升級、有利的政策等市場推動因素預計將推動中國跨境電子商務物流業增長。

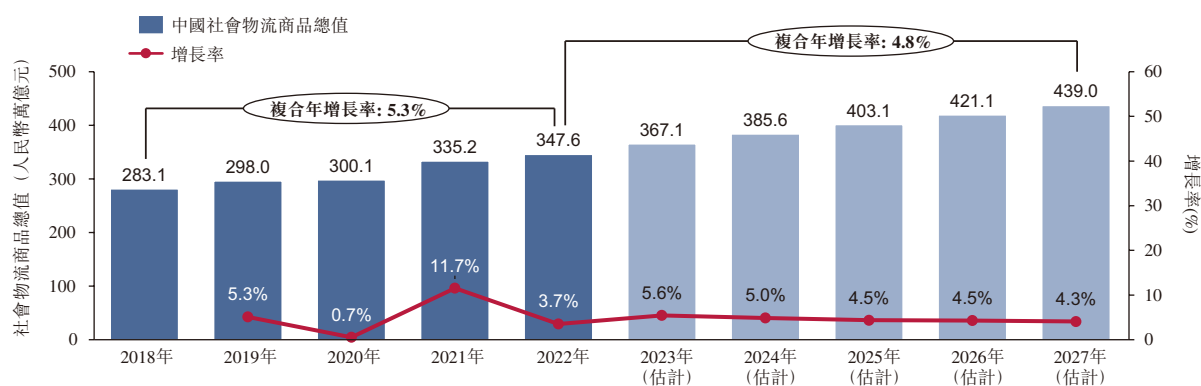
### 中國宏觀經濟概況

#### 社會物流商品的總價值

社會物流商品包括(i)農產品、(ii)工業產品、(iii)外部流入商品、(iv)可再生資源及(v)單位及居民商品。在過去數年，根據國家發展和改革委員會的資料，中國社會物流商品的總值一直保持高速增長，由2018年至2022年實現了5.3%的複合年增長率。由於2020年COVID-19疫情爆發，貨車運輸能力及運輸緊張，因此社會物流商品總值的增長率面對暫時下降，由2019年的5.3%下降至2020年的0.7%。然而，有賴中國政府有效的防疫政策，物流迅速恢復，在2021年達到人民幣335.2萬億元，增長率較2020年增加11.0%。然而，由於2022年再次出現COVID-19疫情，社會物流商品總值的增長率於2022年下跌至3.7%。

隨著經濟的急速增長，社會物流商品的總值預期在未來將進一步增加。根據預測，由2022年至2027年，社會物流商品總值將以4.8%的複合年增長率增長，預期至2027年底將達到人民幣439.0萬億元。

**2018年至2027年(估計)社會物流商品(中國)的總值**



資料來源：國家發展和改革委員會、弗若斯特沙利文

### 中國經空運、鐵路、水路及道路運輸的貨物吞吐量

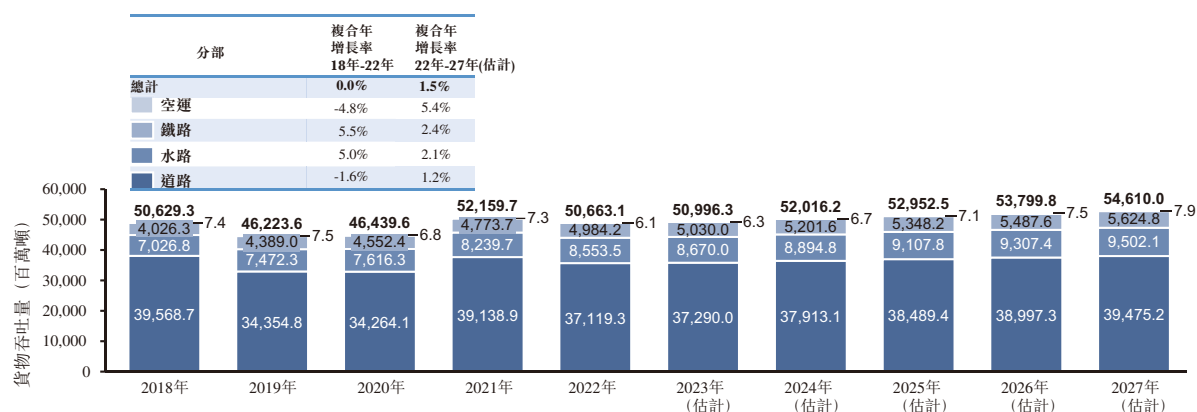
隨著中國的進一步改革及發展，多年來已建立及完善現代化綜合運輸系統及綜合管理系統。中國已形成一個多節點、全覆蓋的運輸網路。中國的總貨物吞吐量由2018年的50,629.3百萬噸穩步增長至2022年的50,663.1百萬噸。由2022年至2027年，總貨物吞吐量以複合年增長率1.5%增長，於2027年底達到54,610.0百萬噸。

多年來，全覆蓋的公路網已然建立，國家級及省級幹線公路網亦有所完善。道路運輸為不同貨物運輸方式中最常見的運輸方式，在2022年達到37,119.3百萬噸，佔總貨物吞吐量的73.3%。估計此數字將於2027年增加至39,475.2百萬噸。作為第二大運輸方式，水路貨物吞吐量由2018年的7,026.8百萬噸增加至2022年的8,553.5百萬噸。預計至2027年，其將增加至9,502.1百萬噸，並於2027年底佔總貨物吞吐量的17.4%。

根據國務院新聞辦公室發佈的《中國交通運輸發展》，機場軌道交通和機場快速通道加快建設，機場與其他交通運輸方式的銜接更加緊密。鐵路貨物吞吐量於2018年至2022年的複合年增長率為5.5%，預期於2027年達到5,624.8百萬噸。空運的貨物吞吐量佔總貨物吞吐量的最小部分，總空運貨物吞吐量於2022年達6.1百萬噸。於2027年，空運貨物吞吐量預期達7.9百萬噸，表示由2022年起的複合年增長率為5.4%。而就不同運輸方式的貨物吞吐量在總吞吐量中的比例，水路及空運的貨物吞吐量比例相對穩定。由2022年至2027年，道路運輸的貨物吞吐量比例預計將略為下降，而鐵路運輸的貨物吞吐量比例在同期可能會出現些微上升。根據交通部於2021年11月公佈的《綜合運輸服務「十四五」發展規劃》，估計道路貨物吞吐量增長於2021年至2025有所放緩，而鐵路貨物吞吐量增長預期將於同期上升。

## 行業概覽

### 2018年至2027年(估計)經空運、鐵路、水路及道路運輸(中國)的貨物吞吐量



資料來源：國家發展和改革委員會、弗若斯特沙利文

### 進出口跨境電子商務行業的市場規模

根據電子商務研究中心(「電子商務研究中心」)，跨境電子商務為進出口電子商務貿易及零售相關業務。

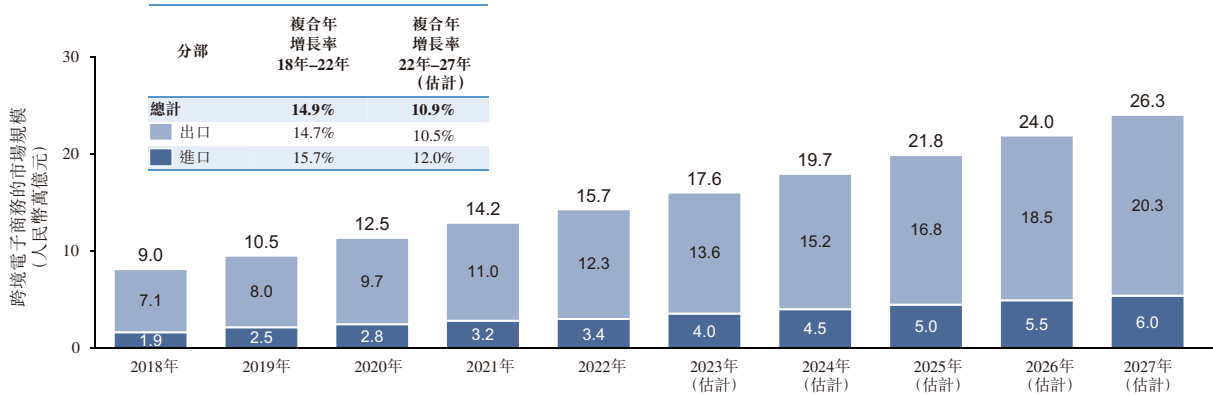
中國跨境電子商務的市場近年來急速發展，於2022年達人民幣15.7萬億元。得益於中國國務院於2021年7月刊發的《加快發展外貿新業態新模式的意見》等有利政策，其擬將跨境電子商務B2B出口的海外倉庫監管模式在全國應用，並擴展跨境電子商務綜合試點區的試點範圍。展望將來，中國當局可能維持開放合作政策，以支持跨境電子商務的進一步發展。於2027年，預期中國的跨境電子商務市場規模將達人民幣26.3萬億元，自2022年起的複合年增長率達10.9%。

於2018年，進出口跨境電子商務分別佔跨境電子商務的市場規模的78.9%及21.1%。由2018年至2022年，出口跨境電子商務的市場規模由人民幣7.1萬億元增至人民幣12.3萬億元。未來，預期該數據將於2027年增至人民幣20.3萬億元，相當於自2022年起的複合年增長率達10.5%。

就進口跨境電子商務而言，預期市場規模將繼續擴大，由2022年至2027年的複合年增長率為12.0%，於2027年達人民幣6.0萬億元。於2027年末，進出口跨境電子商務的比例預期分別為77.2%及22.8%。

## 行業概覽

### 2018年至2027年(估計)進出口跨境電子商務行業(中國)的市場規模



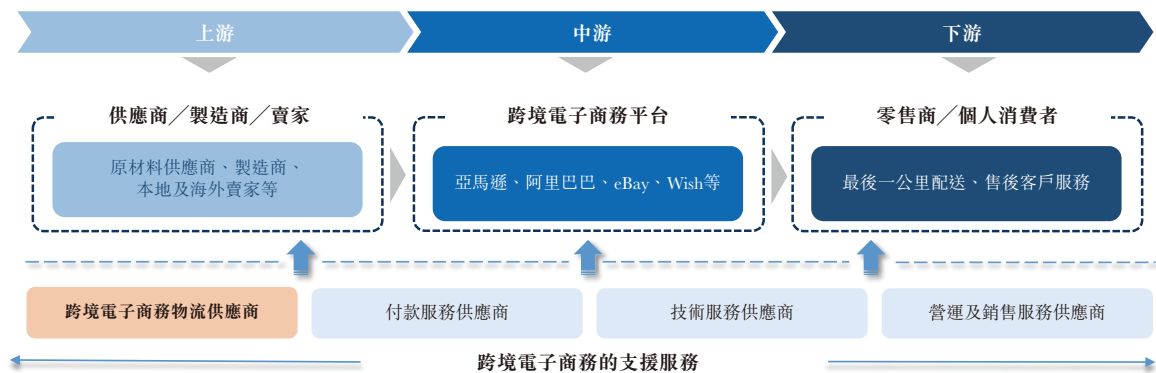
資料來源：海關總署、電子商務研究中心、弗若斯特沙利文

### 中國跨境電子商務物流業概要

#### 跨境電子商務價值鏈

跨境電子商務的價值鏈包括上游供應商、中游跨境電子商務平台及下游消費者。

跨境電子商務行業的上游主要包括原材料供應商、產品製造商、本地及海外賣家等。跨境電子商務平台為跨境電子商務行業中游的主要組成部分之一。該等平台包括亞馬遜、阿里巴巴、eBay等供賣方向全球客戶出售產品的線上市場。跨境電子商務行業的下游參與配送、產品退貨及客戶服務等流程的最終階段。零售商及個人消費者為跨境電子商務行業下游的主要組成部分。物流服務、營運支援、技術支援及付款處理為整個跨境電子商務流程中的關鍵支援服務。



資料來源：弗若斯特沙利文

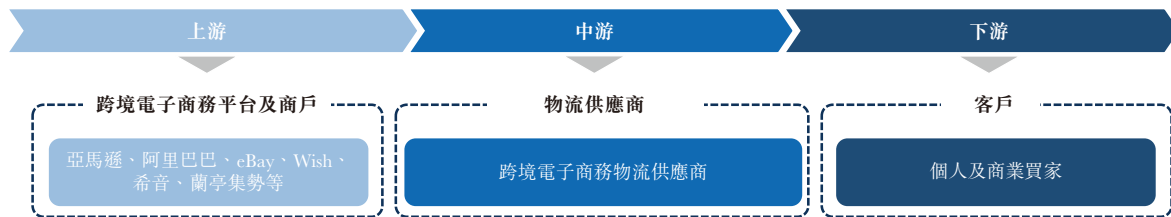
### 跨境電子商務物流價值鏈

跨境電子商務物流為跨境電子商務服務的關鍵承運商。其為跨境電子商務企業提供進出口倉儲、商品營運、商品運輸及清關服務。

在跨境電子商務物流的價值鏈，跨境電子商務物流的上游主要包括跨境電子商務平台及商人。該等平台為客戶提供下達訂單及賣家展示產品的場所。

跨境電子商務物流的中游指將商品從來源地移動至配送目的地及處理程序與活動。跨境電子商務物流供應商及跨境電子商務倉儲服務供應商為跨境電子商務物流中游的主要參與者。部分公司主要提供部分跨境物流服務，例如倉儲、包裹配送、清關等。部分公司則覆蓋跨境物流程序的所有主要層面，並提供端到端跨境電子商務物流服務，包括攬收包裹、倉儲、安檢、打包、標籤、分揀、出口報關、國際長途運輸、清關及最後一公里配送。本集團主要專注於在中國提供端到端跨境物流服務。

跨境電子商務物流價值鏈的下游主要包括個人及商業買家，為產品的最終接收者。



資料來源：弗若斯特沙利文

### 跨境電子商務物流服務流程

包裝、倉儲、清關及運輸是跨境電子商務物流服務的核心流程。跨境電子商務物流的服務水平及物流系統的效率是跨境電子商務發展的保障。

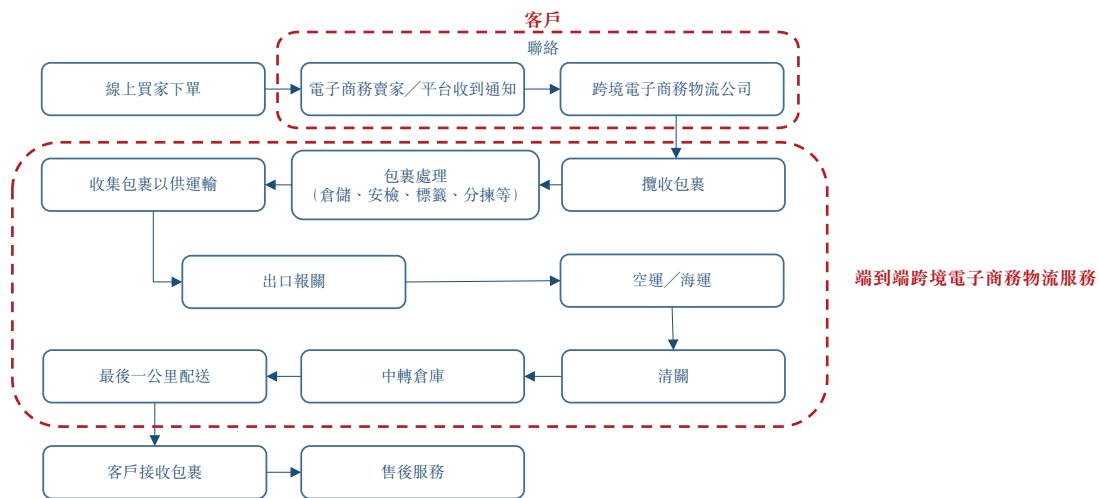
跨境電子商務對外貿的轉型、創新、升級具有重要意義。傳統外貿面對成本高、交易效率低、交易步驟複雜等問題。同時，傳統外貿的市場參與者相對有限，主要是

## 行業概覽

製造商、外貿企業等，交易企業極為依賴有傳統外貿背景的商家中介。由於COVID-19爆發，傳統外貿發展受阻，而跨境電子商務則受到企業和消費者的極大青睞。由於並無時間及空間限制，交易鏈條大大縮短，跨境電子商務能夠為消費者提供便捷的購買渠道，大大提高了外貿交易效率。

此外，跨境電子商務物流可運輸更多貨品種類，在運輸過程中採用小量多次的貨品運輸，而對傳統外貿而言，單次貨物吞吐量，而貨品類型較為單一。此外，商家亦可根據銷量及庫存狀況選擇合適的物流來降低營運成本。因此，作為外貿轉型的重要渠道，跨境電子商務在外貿創新發展中發揮著主導作用。

跨境電子商務物流的整個流程涉及眾多參與者，包括攬收包裹的貨車運輸公司、專注從事清關的公司、專注從事倉儲及包裝儲存的公司、專注從事陸上、海上及航空運輸的公司等。本集團的角色為集成商，與該等公司建立緊密合作關係，包括參與包裹攬收、清關、倉儲、配送、陸上、海上及航空運輸、最後一公里配送等服務的公司。此舉讓本集團應對服務過程的潛在變動，提升效率並為客戶提供高質服務。



資料來源：弗若斯特沙利文

### 跨境電子商務物流業的市場規模

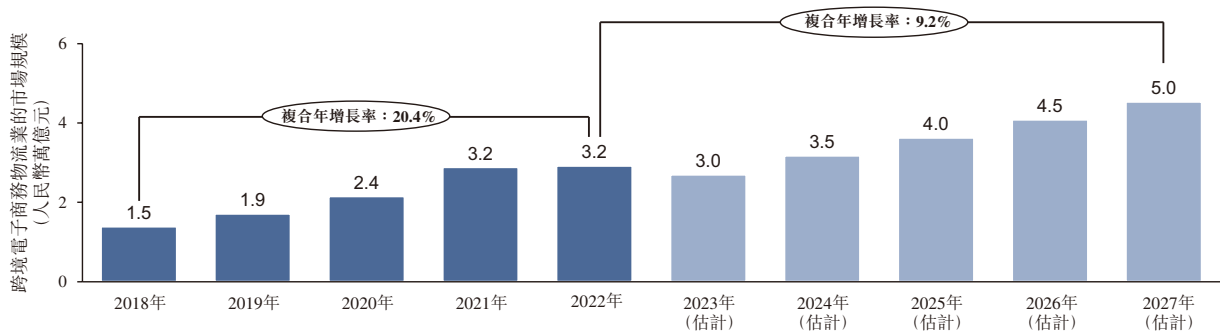
在經濟增長的推動下，物流經歷了高質素的發展。多年來，海外貿易有見升級。根據海關總署的資料，2021年外貿進出口市場規模首次超過6萬億美元。與主要交易夥伴及「一帶一路」倡議沿線國家的進出口在2021年實現穩定增長。此外，商務部、國家發展和改革委員會等部門亦於2021年3月發佈連串政策及法規，如《關於擴大跨境電商零售進口試點、嚴格落實監管要求的通知》，旨在將跨境電子商務零售進口試點計劃擴大到所有自由貿易試驗區、跨境電子商務綜合試驗區、綜合保稅區等，以及中國國務院於2020年8月出台的《關於進一步做好穩外貿穩外資工作的意見》，其旨在進一步加強穩定對外貿易及外商投資工作、穩定產業鏈及供應鏈、支持貿易新業態的發展等。因此，隨著近年來海外貿易的升級及利好政策，跨境電子商務已從數量型增長轉向質素型增長，不斷促進跨境電子商務物流的發展及升級。

跨境電子商務物流的市場規模包括本地及中國境外物流供應商就中國跨境電子商務物流產生的收益。跨境電子商務物流的市場規模由2018年的人民幣1.5萬億元增加到2022年的人民幣3.2萬億元，複合年增長率為20.4%。於2021年3月，由於蘇伊士運河受阻，貨輪無法順利通過，影響跨境電子商務物流運輸。大型貨輪被堵在蘇伊士運河，短期內造成運力不足，導致市場供應短缺、運費暴漲。蘇伊士運河堵塞對全球航運業造成影響，波及國內運輸供應商、零售商、製造商及其他相關群體。因此，2021年跨境電子商務物流業的市場規模達到人民幣3.2萬億元，並預計於2023年將逐步恢復。直至2027年，此數字預計將達到人民幣5.0萬億元，由2022年至2027年的複合年增長率為9.2%。



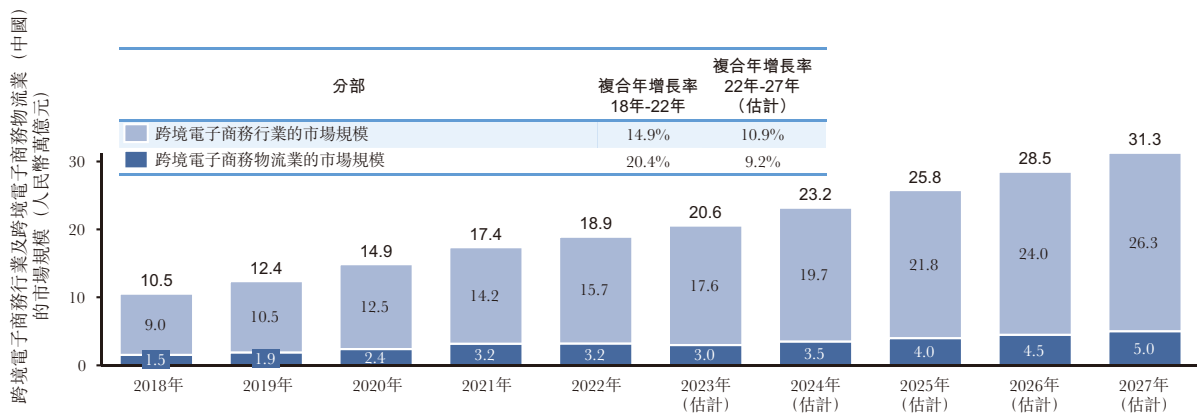
## 行業概覽

### 2018年至2027年(估計)跨境電子商務物流業(中國)的市場規模



資料來源：海關總署、弗若斯特沙利文

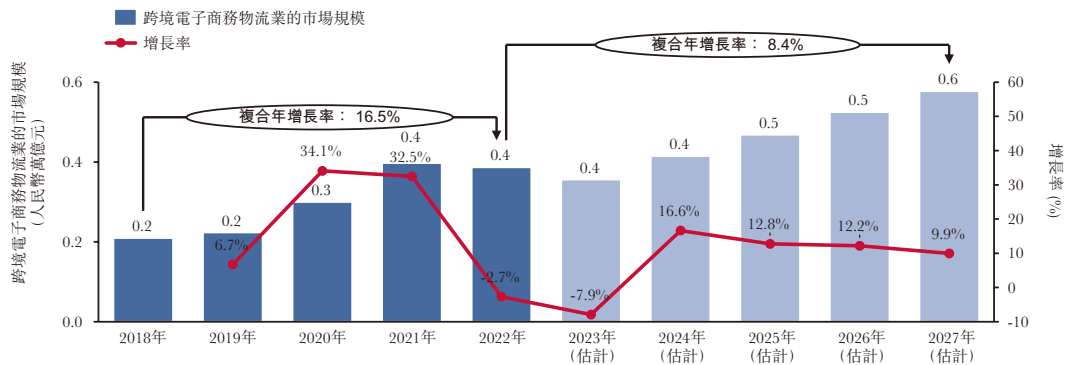
### 2018年至2027年(估計)跨境電子商務行業及 跨境電子商務物流業(中國)的市場規模



資料來源：海關總署、弗若斯特沙利文

附註：跨境電子商務服務行業的物流成本為跨境電子商務物流業的市場規模。

### 2018年至2027年(估計)跨境電子商務物流業(中國—美國)的市場規模



資料來源：海關總署、弗若斯特沙利文

## 行業概覽

跨境電子商務活動的急速擴張及國際線上購物需求上升有助跨境電子商務行業增長。中國與美國之間的跨境電子商務物流業的市場規模由2018年的人民幣0.2萬億元增至2022年的人民幣0.4萬億元，複合年增長率為16.5%。

未來，中國與美國之間的跨境電子商務物流業的市場規模預期將於2027年增至人民幣0.6萬億元，2022年起複合年增長率為8.4%。

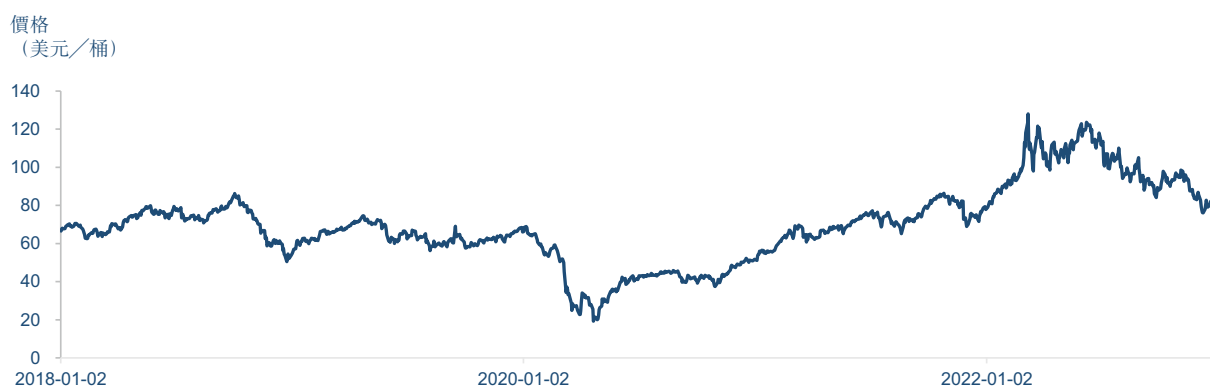
### 跨境電子商務物流業的價格分析

影響跨境物流服務費用的主要因素包括貨櫃及貨運費率、燃料價格、運輸市場競爭價格、商品價值及類型、目的地區的稅項及法規、運輸距離及時間。例如，燃料價格為影響運輸成本的因素之一。倘燃料價格增加，公司可能需要因應燃料成本上升調整價格，最終導致客戶承擔更高運輸價格。此外，商品價值及類型亦會影響定價。例如，高價、需要特殊處理或需要特殊設備運輸的商品可能在運輸過程中需要額外保險或保安措施，從而增加整體運輸成本。

### 跨境電子商務物流業的成本分析

由於跨境電子商務物流過程涵蓋在多國間倉儲及運輸，跨境電子商務物流成本主要受國際燃油、運輸成本、勞工成本、倉儲租賃成本等因素影響。布蘭特原油期貨平均結算價由2018年每桶71.7美元升至2022年每桶99.0美元。

#### 2018年至2022年布蘭特原油期貨平均結算價

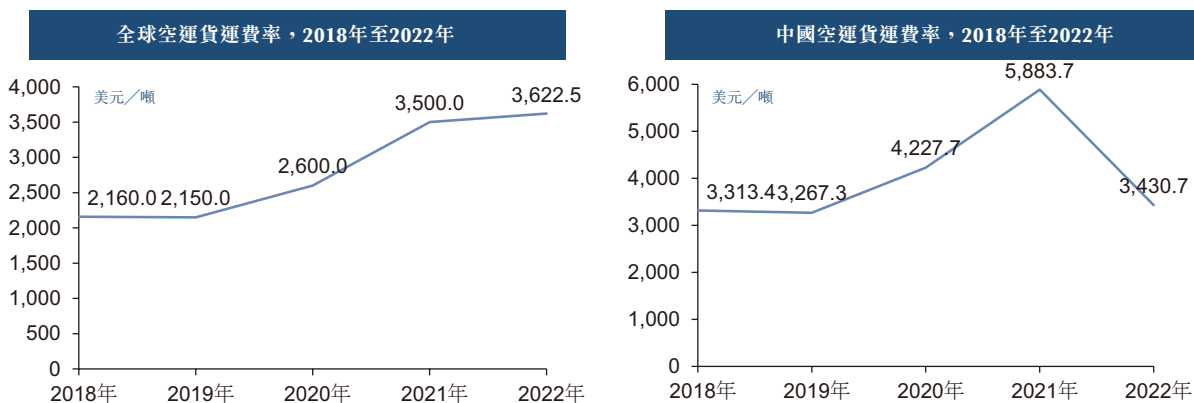


資料來源：國際石油交易所、弗若斯特沙利文

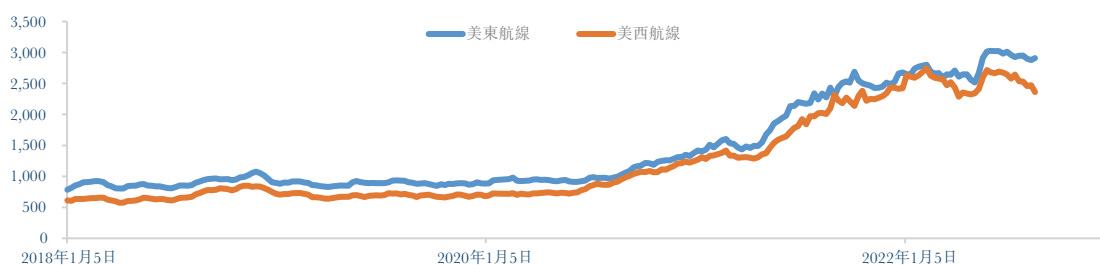
## 行業概覽

由2018年至2019年，全球空運貨運費率介乎2,100.0美元／噸至2,200.0美元／噸。同期，中國空運貨運費率介乎3,200.0美元／噸至3,300.0美元／噸。

全球空運貨運費率及中國空運貨運費率於2020年及2021年快速上升，主要原因為航線減少及航班取消，整體運力相對不足，導致空運價格上漲並維持在較高水平。由2021年至2022年，中國跨境物流業逐步復甦，中國空運貨運費率由2021年的5,883.7美元／噸下降至2022年的3,430.7美元／噸。



2018年至2022年中國出口集裝箱運價指數（美東航線及美西航線）



資料來源：中國出口集裝箱運價指數、弗若斯特沙利文

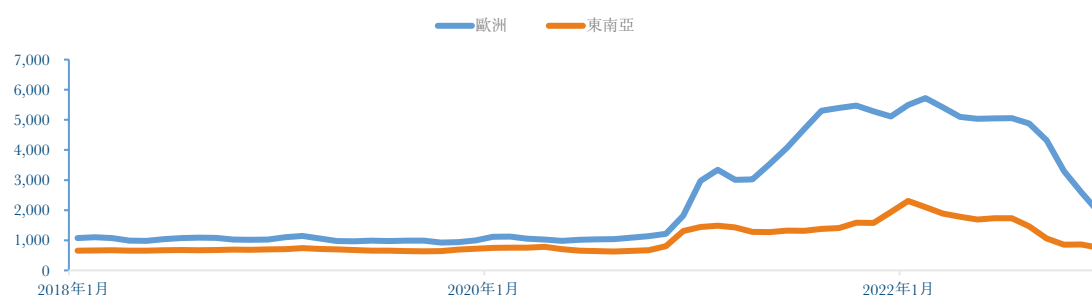
除布蘭特原油期貨平均結算價外，集裝箱運價亦為影響運輸成本的另一因素。根據上海航運交易所，中國出口集裝箱運價指數（「中國出口集裝箱運價指數」）反映中國出口集裝箱運輸市場，而航線運價指數反映整條航線的運價變動。美西航線指中國出口至美國西岸，而美東航線指中國出口至美國東岸。

## 行業概覽

由2018年至2020年，美西航線及美東航線的運價呈現平穩趨勢。於2021年，由於COVID-19繼續在美國擴散，美西航線及美東航線的平均運價指數於2021年1月分別達1,298.4點及1,441.1點，較2020年12月分別上升6.0%及8.0%。於2021年12月，疫情導致運輸需求持續高企、港口擁塞及集裝箱週轉問題，美西航線及美東航線的平均運價指數分別達2,409.1點及2,573.0點，較2021年11月分別上升6.4%及5.3%。

於2022年12月，運輸需求疲弱。中國出口至美國西岸及美國東岸航線的平均運價指數分別為898.7點及1,455.3點，較2022年11月下跌17.1%及20.3%。

2018年至2022年中國出口集裝箱運價指數（歐洲及東南亞）



資料來源：中國出口集裝箱運價指數、弗若斯特沙利文

中國出口至歐洲及東南亞的中國出口集裝箱運價指數於同期呈現類似趨勢。於2021年1月，中國出口至歐洲及東南亞路線的中國出口集裝箱平均運價指數分別為2,971.8點及1,440.0點。該等指數較上一個月的平均值大幅上升63.4%及10.2%。

中國出口至歐洲及東南亞的中國出口集裝箱運價指數於2022年達最高點。於2022年1月，持續高企的運輸需求及現行的集裝箱週轉問題繼續影響供應鏈的效率。因此，中國出口至歐洲及東南亞路線的中國出口集裝箱平均運價指數分別為5,492.0點及2,305.0點，較2021年12月上升7.4%及18.7%。

### 跨境電子商務物流業市場推動力

中國的跨境電子商務物流業的發展主要由以下因素推動：

- **國際貿易及網上購物用戶數量的增加：**國際貿易促進了貿易自由化的發展。商品、貨物及技術在世界範圍內迅速流通。經濟及貿易聯繫加強，為多國帶來新機遇。近年網購用戶數量經歷了快速增長，由2018年的610.1百萬上升至2022年的845.3百萬。同時，由於2020年COVID-19爆發，全球消費已由線下轉向線上模式。在此經濟背景的推動下，跨境電子商務因其不受地域限制、購物體驗更便捷經濟及商品品類更多等優勢，近年來呈現快速增長的態勢。因此，作為交通的基礎支撐，隨著宏觀經濟的繁榮及跨境電子商務行業的發展，上游的跨境電子商務物流亦不斷獲得推動。
- **跨境電子商務物流的服務升級：**為降低物流成本、提高物流服務效率、滿足客戶多元化的需求，跨境電子商務物流服務不斷轉型升級。傳統的物流服務相對簡單，而升級後的物流服務能夠整合整個流程，包括收集、倉儲、配送等。升級後的物流服務亦可提供清關、資訊管理、供應鏈管理及其他增值服務，建立更全面、高效的物流網路。跨境電子商業物流服務的升級，提高了整個跨境電子商業市場的效率，因為貨物的流通得以加速及提升。因此，跨境電子商務物流企業的收益與訂單數量激增，繼而刺激跨境電子商務物流業的發展。
- **有利政策：**根據《「十四五」現代物流發展規劃》(2021年至2025年)，其目標為於2025年前加快整合物流樞紐資源，建設主要國際及本地物流渠道，並基本確立具有供需協調與內外連接且為安全、高效、智能及環保的現代物流系統。此外，杭州市政府頒佈《關於加快推進跨境電子商務高品質發展的實施意見》，鼓勵建設跨境電子商貿物流(如建設綜合倉庫及海外倉庫)及為優秀的跨境電子商務企業提供財務支援。一般而言，財務支持乃透過直接撥款予公司。2018年，深圳市財政委員會發佈《深圳市現代物流業發展專款管理方法》。該

政策旨在推動深圳市現代物流業發展、促進經濟結構調整優化及鞏固深圳市物流業支柱地位。再者，根據《關於新時代推進西部大開發形成新格局的指導意見》，其目標為鼓勵中國西部在「一帶一路」政策下加大開放力度。長江沿岸的火車運力及港口的貨物收集及配送系統將得以改善，且將採取積極措施透過加快興建連接港口與工業園的火車及高速公路支持多模式運輸。2021年12月，成都市政府發佈《加快推進成都航空貨運樞紐建設扶持政策》。該政策旨在發揮成都機場優勢，培育基地貨運航空公司及航空物流集成商，打造全球航空門戶樞紐、州際航空中轉樞紐及航空貨運轉運中心。2023年4月，成都天府國際機場成功開通全貨機航線，協助成都航空物流業發展。

### 跨境電子商務物流業市場趨勢

- **智能化物流服務：**在技術發展與下游多元化需求的推動下，跨境電子商務服務得到進一步拓展及完善，實現多個服務環節的智能化。基於大數據的全鏈路優化分析，跨境電子商務物流企業能夠優化服務步驟、提高服務效率。例如，跨境電子商務物流服務商要在各個環節進行資訊收集及分析，實現貨物運輸最佳路線的演算法規劃、智能庫存管理等。大數據、人工智能自動導引車（「AGV」）及其他智能設備（例如自動稱重及量度系統以及自動分揀系統）的應用可有效提高貨物分揀及包裝效率以及降低人工成本。因此，智能服務是跨境電子商務物流服務的市場趨勢。擁有智能服務的企業預期提升跨境電子商務物流的市場競爭力。

- **供應鏈物流服務**：目前的跨境電子商務物流服務尚屬有限，主要集中在清關、倉儲、運輸等物流營運。然而，隨著市場需求的不斷變化及完善，物流公司需要相應地擴大其服務範圍。跨境電子商務物流服務不僅提供傳統的物流服務，亦提供覆蓋產業鏈各渠道的服務，如庫存優化、運輸優化、倉庫地點佈局等。未來，供應鏈與物流的結合預期將進一步發展，而公司為客戶提供一體化、全管道、多維度的增值服務是跨境電子商務物流業的市場趨勢之一。

### 跨境電子商務物流業的威脅及挑戰

- **關稅及海關檢查可能發生政策變化**：視乎不同司法權區的法律法規，電子商務物流服務供應商可享有關稅及海關檢查豁免。例如，豁免由中國運往美國的包裹的海關檢查最少包裹數量，跨境電子商務物流服務供應商可向美國海關申請第86類進口清關，並以較低成本進行端到端跨境配送。有關利好政策的變動可能會影響跨境貨物及服務流程，導致跨境電子商務物流服務供應商的業務營運成本較高。

儘管不時討論應修訂關稅及海關檢查優惠的相關政策以保障目的地國家的利益，尤其是美國，主要入口國家的相關清關規例現時概無將影響物流公司國際營運的主要變動。此外，跨境電子商務物流服務供應商能在其供應商網絡的協助下提供彈性解決方案以滿足客戶的需求，例如委聘提供不同清關渠道的新報關代理，以確保貨運可快速及有效清關。

- **燃料價格波動及潛在成本上升**：由於運輸成本為特快配送行業的主要成本之一，主要成本波動會對端到端跨境電子商務物流公司的溢利造成若干影響。當燃料價格上升時，運輸成本亦會隨之上升，可能會導致跨境電子商務物流公司的成本上升。倘價格持續上升，該等公司將承受成本上升的壓力。

端到端跨境電子商務公司提供需要投資人力及設備的服務。例如，隨著薪金及原材料成本上升，該等公司可能需要支付更多勞工及設備開支，導致成本上升。

### 中美脫鈎與友岸外包

- 過去數十年來，中國一直是美國的主要商品供應國。然而，兩國之間的貿易正面臨威脅與挑戰。美國政府推出一項名為「友岸外包」的計劃，旨在限制將供應鏈外包予特定國家或地區(尤其是部分拉丁美洲國家)的機會。此舉措的主要目的是減少對中國的依賴，嘗試與中國經濟「脫鈎」。脫鈎的核心是美國在技術上脫離中國。具體而言，就是通過限制中國的技術發展，同時加強美國國內的技術能力。此外，脫鈎亦涉及對跨境貿易及投資的限制。
- 中美脫鈎可能導致兩國之間的貿易限制收緊，監管措施更加嚴格。當中可能包括出口管制，如限制向外國轉運敏感商品及數據。當中亦涉及對技術轉移的限制及對跨境投資的限制。此外，亦可能提高進口關稅、增加檢查程序及清關規定。
- 目前，中美兩國的貿易及技術關係正在轉變。此對兩國跨境電子商務同時帶來了機遇與挑戰。在此新形勢下，中美雙方均在努力尋求適當的平衡，以確保經濟及貿易穩定。

為應對燃料價格波動及潛在成本上升的威脅及挑戰，端到端跨境電子商務物流公司可能考慮使用符合燃料效益的運輸選項，並投資於自動化及科技以降低勞工成本及提升效益。



### 中國跨境電子商務物流業的競爭格局

中國跨境電子商務物流市場主要包括中國境外參與者及本地參與者。中國境外參與者為國際物流供應商，例如DHL、UPS、聯邦快遞及其他公司，主要提供包裹配送、跨境貨運、海外倉儲服務等物流服務。該等中國境外參與者有廣闊的海外物流網絡，主要負責海外地區的運輸。就在中國境內的業務而言，中國境外國際物流服務供應商主要專門提供國際長途運輸服務，與國內企業相比，對中國(勞動密集型)投入較少資源，例如用於市場營銷以及標籤、打包及分揀的倉庫營運的人力。因此，中國境外國際物流服務供應商經常與國內企業合作，客戶將委聘國內企業提供跨境配送服務，而國內企業則在中國服務網點完成倉儲、安檢、標籤、打包及分揀流程後，委聘中國境外國際物流供應商提供國際長途運輸及最後一公里配送服務。無法取得該等中國境外參與者的跨境電子商務物流收益。

中國跨境電子商務物流市場高度分散，其中按2022年跨境電子商務物流服務產生的收益計，跨境電子商務物流服務供應商的五大本地參與者佔市場份額總額的2.5%。

於2022年，按跨境電子商務物流收益計，本集團在中國本地跨境電子商務物流服務供應商中排名介乎25名至30名，其收益人民幣10億元佔市場份額的0.03%。

## 行業概覽

### 2022年以跨境電子商務物流服務收益(中國)計跨境電子商務物流服務的 五大本地供應商的排名及市場份額

排名	本地跨境電子商務物流服務供應商	跨境電子商務物流服務收益 (人民幣十億元)	市場份額(%)
1	菜鳥智慧物流網絡有限公司	36.9	1.1%
2	福建縱騰網絡有限公司	17.5	0.5%
3	中外運航運有限公司	11.3	0.4%
4	深圳市遞四方速遞有限公司	11.0	0.3%
5	順豐速運有限公司	6.7	0.2%
	五大	83.4	2.5%
	總計	3,220.0	100.0%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

1. 本公司的數據由本公司提供。
2. 菜鳥智慧物流網絡有限公司為一間於2013年成立的私人公司。其主要提供物流服務，包括跨境電子商務物流服務、國際供應鏈服務等。
3. 福建縱騰網絡有限公司為一間於2009年成立的私人公司，總部設在深圳。其主要提供跨境電子商務物流服務，包括海外倉庫、專線物流等。亦包括產品分銷及供應鏈服務。
4. 中外運航運有限公司為一間於2002年成立的香港聯交所上市公司，總部設在北京。其主要提供物流服務，包括跨境電子商務物流服務、冷鏈物流、化學物流等。
5. 深圳市遞四方速遞有限公司為一間於2004年成立的私人公司，總部設在深圳。其主要提供跨境電子商務物流服務，包括郵遞系統物流、專線物流、FBA等。
6. 順豐速運有限公司為順豐控股股份有限公司(其已發行股份於深圳證券交易所上市(股份代號：002352.SZ))的附屬公司，總部設在廣東省深圳。其主要提供跨境物流服務，包括跨境電子商務物流服務、海外倉儲等。
7. 本地跨境電子商務物流服務供應商，包括電子商務平台旗下的物流公司(如菜鳥智慧物流網絡有限公司)及非電子商務平台旗下且專門提供跨境電子商務物流服務的公司。
8. 市場規模及收益數據主要根據海關總署、電子商務研究中心公佈的數據、招股章程及相關公告等公開可得資料以及對行業專家的訪問估算得出。