400-072-5588

房地产行业
物流地产研究——巨头入局，物流地产行业进入发展新阶段

行业走势图



消费研究团队

曾亮 分析师

邮箱：cs@leadleo.com

相关热点报告

- 房地产系列概览——2019 年中国文化地产行业概览
- 房地产系列概览——2019 年产业园开发运营模式概览
- 房地产系列概览——2019 年中国互联网房地产经纪行业概览

报告摘要

物流地产是指物流地产企业选择合适的地点，投资建设优质而完善的物流设施，再将此物流设施租给有物流业务需求的客户，并由物流地产企业提供相关物业管理服务的物流活动。按照功能和服务对象的不同，物流地产可分为四大类：城市配送类物流地产、进出口类物流地产、工业区类物流地产和交通枢纽类物流地产。近五年，中国仓储业固定资产投资额从 2013 年的 4,235.7 亿元增长到 2017 年的 6,855.8 亿元，年复合增长率达到了 12.8%。

热点一：物流地产自动化、信息化程度提升

物流行业作为劳动密集型行业，随着中国劳动力的不断减少，越来越多的企业开始注重技术应用和物流装备升级，努力提升物流信息化、自动化水平，减少对人工的依赖。信息化、自动化更高的物流地产既能有效解决物流行业面临的人工短缺和成本上升的问题，也能提升物流效率，是行业发展大势所趋。

热点二：行业新入局者持续增多

近几年，零售企业、金融机构也开始涉足物流地产领域，成为行业的新生力量。例如平安不动产 2014 年收购了成都新地空港物流园，正式进入物流地产领域，并迅速成长。传统零售企业东百集团也在 2016 年确立了重点发展物流仓储业务的目标，并在 2017 年实现了物流仓储营业收入 457.03 万元，毛利率 55.62%。未来，随着物流地产行业的进一步发展，将吸引更多参与者进入行业之中。

热点三：行业向中小城市发展

虽然一线城市的租金收益率依旧稳定，但行业的投资机会将会出现中小城市，类似于哈尔滨、唐山的城市，物流地产出租率高的城市。饱和市场的城市不具投资价值。如今人口众多的二线城市中物流地产市场已基本饱和，企业如果再进入此类城市中投资，势必是无法竞争过市场中已有的企业。行业的投资机会只会出现在物流地产的需求还没有完全得到满足的下一档城市中。

目录

1 方法论 5

1.1 研究方法 5

1.2 名词解释 6

2 中国物流地产行业市场综述 7

2.1 物流地产的定义与分类 7

2.2 中国物流地产行业的市场规模 8

2.3 中国物流地产行业发展历程 9

2.4 中国物流地产产业链分析 10

2.4.1 上游分析 11

2.4.2 中游分析 13

2.4.3 下游分析 15

3 中国物流地产驱动及制约因素 15

3.1 驱动因素 15

3.1.1 居民收入提升，电子商务蓬勃发展 15

3.1.2 零售业持续发展，推动物流地产进步 17

3.1.3 市场前景广阔，资本大量涌入 18

3.2 制约因素 18

3.2.1 土地供应紧张，拿地难度日益提升 18

3.2.2 投资回收周期长，盈利模式单一 20

3.2.3 中国经济增速放缓，发展存在不稳定因素 21

4 中国物流地产行业政策及监管分析 22

5 中国物流地产行业市场趋势 23
5.1 物流地产自动化、信息化程度提升 23
5.2 行业新入局者持续增多 24
5.3 行业向中小城市发展 25
6 中国物流地产行业竞争格局 26
6.1 竞争格局分析 26
6.2 物流地产企业分析 30
6.2.1 京东物流 30
6.2.2 万纬物流 32
6.2.3 新地物流 34

图表目录

图 2-1 中国仓储业固定资产投资额，2013-2022 预测 9

图 2-2 中国物流地产行业发展历程 9

图 2-3 中国物流地产行业产业链 11

图 2-4 物流地产基金模式示意图 12

图 3-1 中国互联网购物规模，2014-2018 年 16

图 3-2 中国社会物流总费用，2014-2018 年 17

图 3-3 中国建设用地供应量与工矿仓储建设用地供应量，2013-2017 年 19

图 3-4 物流地产收入来源简介 21

图 4-1 中国物流地产行业相关政策 23

图 5-1 中国 16-59 岁劳动年龄人口数量，2014-2018 年 24

图 6-1 重点地区知名物流地产企业布局情况 28

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，地产，物流，电商，零售等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 5 月完成。

1.2 名词解释

分拨中心：是集仓储、分拣、加工、理货、送货等多种职能于一体的物流据点。

前置仓：是指企业内部仓储物流系统中，离门店最近，最前置的物流仓储节点。

保税仓库：是指用于存储应税货物的建筑物，其中存储的货物可以暂时豁免关税。通常用于转口或免税店出售的商品会存放在保税仓库中。

工矿仓储用地：建设用地类别之一，具体包括①工业用地：工业生产及其相应附属设施用地；②采矿地：采矿、采石、采砂场、盐田、砖瓦窑等地面生产用地及尾矿堆放地；③仓储用地：用于物资储备、中转的场所及相应附属设施用地。

三通一达：是四家快递公司的合称，“三通”指圆通速递、申通速递、中通速递，“一达”指韵达快递。此四家公司均与淘宝有紧密合作，淘宝的快递业务主要由这四家快递公司负责。

现金流：指某一特定时间内，企业在进行经济活动中发生的现金和现金等价物流入和流出的数量。企业的偿债能力取决于其现金流，有现金流问题的企业通常会立即倒闭。现金流也代表着企业当下运营的能力，有足够的现金的企业才能进行投资，扩展业务。



2 中国物流地产行业市场综述

2.1 物流地产的定义与分类

物流地产是指物流地产企业选择合适的地点，投资建设优质而完善的物流设施，再将此物流设施租给有物流业务需求的客户，并由物流地产企业提供相关物业管理服务的物流活动。物流地产中的设施主要为物流仓库，为下游客户提供物流仓储服务。物流地产能够满足下游客户的非核心业务外包需求，有利于系统地优化下游客户的物流业务。

按照功能和服务对象的不同，物流地产可分为四大类：

第一类是城市配送类物流地产。城市配送类物流地产集中在人口密集的城市，主要为一线城市以及二线城市。此类物流地产主要服务于第三方物流企业、零售企业等，这类企业在城市周边租赁物流地产仓库用于货物的就近配送，提升配送效率，提高消费者的消费体验。城市配送类物流地产是市场中数量最多的物流地产类型，数量占比超过 60%。

第二类是进出口类物流地产。进出口类物流地产是进出口企业用作货物的周转仓库。此类物流地产主要位于港口附近，根据港口的类型的不同，进出口类物流地产可进一步分为海港类型、空港类型和陆港类型，此外还可分为保税区仓库和非保税区仓库两种类型。进出口类物流地产的发展受国内进出口贸易影响较大，2018 年以来，受中美贸易战影响，部分地区进出口类物流地产租金、出租率持续下滑。

第三类是工业区类物流地产。工业区类物流地产主要位于工业较发达城市的工业聚居区内，为工业企业提供仓储服务，主要客户有汽车制造企业、化工企业等。市场中工业区类物流地产数量不多，主要是因为大部分工业企业具有自己的仓库，较少对外租赁专业的物流地产仓库。

第四类是交通枢纽类物流地产。此类物流地产主要位于区域性的中心城市，是作为该区

域内的货物集散中心而存在。例如武汉、成都城市中的交通枢纽类物流地产是华中地区、西南地区的货物集散中心。区域性城市中交通枢纽类物流地产数量众多，一部分服务于物流企业，作为物流企业的分拨中心；一部分服务于散户用于堆放农产品等低端货物。

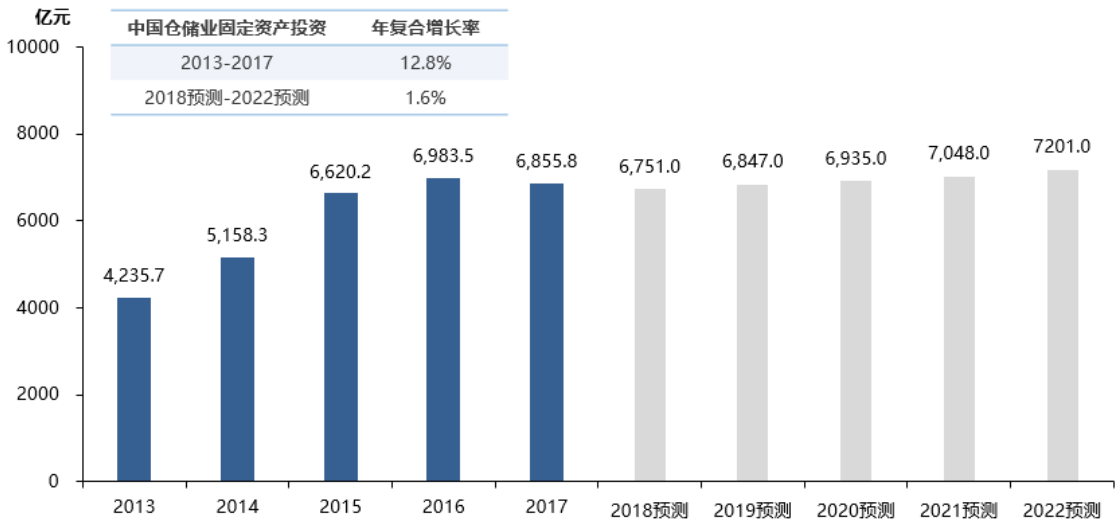
此外，市场中还存在冷藏库、冷冻库等具有特殊用途的仓库，但此类物流地产的规模相对较小，市场占比低。

2.2 中国物流地产行业的市场规模

随着中国经济持续增长和互联网的不断发展，中国电子商务、零售、制造、物流等行业逐渐兴盛，市场对仓储的需求持续上升，中国物流地产市场规模得以保持长期的快速增长。同时，中国物流地产行业良好的发展前景吸引房地产、电商、零售、金融等行业中的资本和企业进入，也进一步推动了行业的发展。近五年，中国仓储业固定资产投资额从 2013 年的 4,235.7 亿元增长到 2017 年的 6,855.8 亿元，年复合增长率达到了 12.8%。但中国仓储业投资额的增长在 2015 年之后明显放缓，其中 2017 年的仓储业投资额较 2016 年略有下降，主要是因中国经济增长放缓以及工矿仓储用地供应日趋紧张所导致。

虽然行业增速在逐渐放缓，但由于中国人均仓储面积远低于欧美等发达国家，处于世界低位，市场整体尚处于供不应求的状态，行业仍有较大的发展空间。头豹预测，随着中国经济的不断发展，电商、零售、制造、物流等行业的持续进步，中国物流地产行业规模仍将保持快速增长，预计到 2022 年中国仓储业投资额超过 7,200 亿元（见**图 2-1**）。

图 2-1 中国仓储业固定资产投资额，2013-2022 预测



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

2.3 中国物流地产行业发展历程

物流地产于 20 世纪 80 年代开始在欧美等发达国家中发展，在国外发展的较为成熟后才进入中国。中国的物流地产行业兴起于电商行业之后，21 世纪初物流地产行业才正式起步（见**图 2-2**）。

图 2-2 中国物流地产行业发展历程



来源：头豹研究院编辑整理

2002 至 2005 年，物流地产行业处于起步阶段。中国电子商务行业自 1999 年诞生以来，迅速成长，拉动了第三方物流企业的成长，市场中对专业的物流仓储、物流设施的需求增多，催生了物流地产行业的形成。2002 年，中国真正意义上的物流地产诞生在电子商务

兴盛的东部沿海地区。2003 年，美国物流地产企业普洛斯进入中国，并在 2004 年正式成立其第一个中国物流园。2005 年，丰树正式进入中国，中国物流地产行业正式起步。

2006 至 2015 年，物流地产行业处于高速增长阶段。随着中国市场的仓储需求快速增长，众多外资企业进入中国市场，行业整体投资热度上升。一些进入中国市场较早的外资物流地产企业，如普洛斯、丰树等，在此阶段跑马圈地，实现了高速增长，其中普洛斯在此阶段成长为行业龙头。同时，电子商务行业在推动物流地产发展上发挥出越来越重要的作用。2006 年，圆通成为第一家接入淘宝的配送服务商，电子商务平台开始为物流企业发展提供助力。2007 年，京东开始自建物流，电商企业正式进军物流地产领域。2013 年 5 月 28 日，阿里巴巴集团、联合银泰集团、富春控股、“三通一达”等公司共同组建菜鸟网络，进一步推动物流行业的升级。在此阶段，中国仓储业投资额从 2006 年 370.9 亿元增长到 2015 年的 6620.2 亿元，十年增长了 17 倍。

2016 年至今，行业处于多元发展期。随着中国经济增速放缓以及工业用地指标收紧，行业增速开始放缓，但行业中的参与者仍在持续增多，众多企业跨行进军物流地产，中国物流地产行业进入到多元化发展阶段。

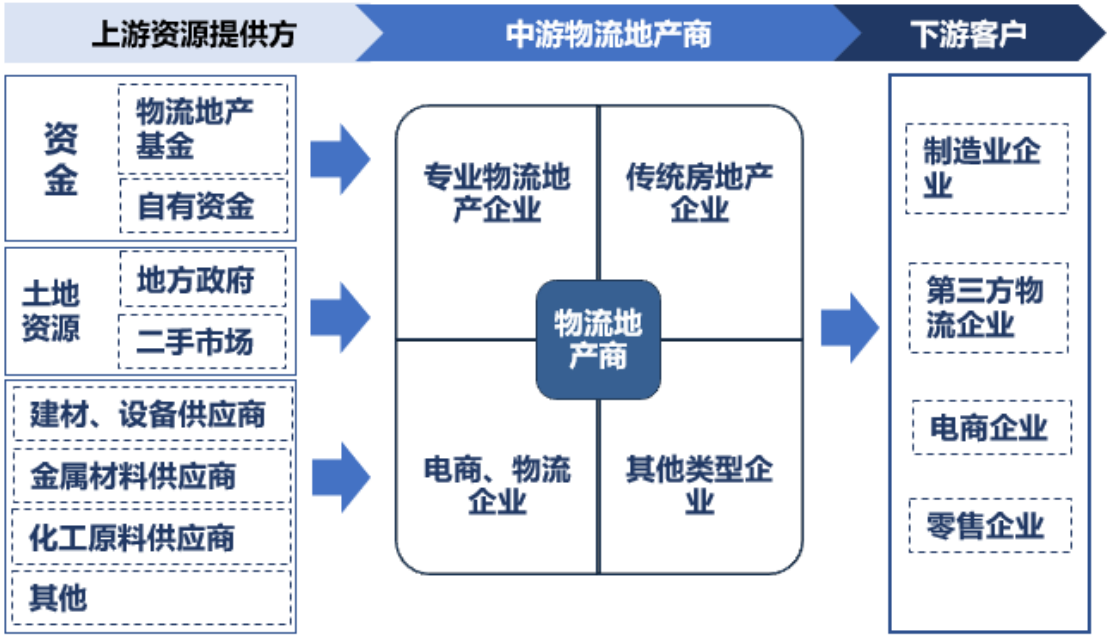
在此阶段，电商企业加大了在物流地产行业的投入；传统的房地产企业因房地产市场的降温，开始进军物流地产行业；零售企业、金融机构也开始涉足物流地产中，成为行业的市场的新生力量。与此同时，在经济增长放缓的情况下，市场中一些小型项目、经营不善的项目开始被持有者抛售，市场面临一轮调整。

2.4 中国物流地产产业链分析

中国物流地产行业产业链上游的参与者是资源的提供方，包括资金的提供方，土地资源提供方，建材、设备的供应商，金属、化工材料的供应商等。产业链中游环节主体是物流地产企业，可分为四类：专业的物流地产企业、传统房地产企业、电商或物流企业、其他类型

企业。产业链下游是物流地产的客户，包括第三方物流企业、电商企业、制造业企业、零售企业等（见**图 2-3**）。

图 2-3 中国物流地产行业产业链



来源：头豹研究院编辑整理

2.4.1 上游分析

➢ **资金资源**

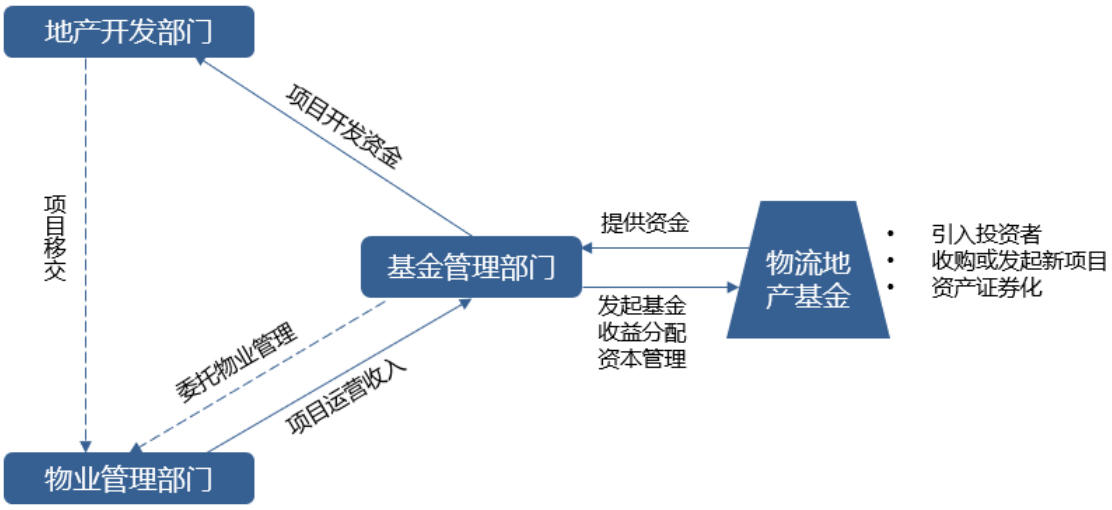
物流地产具有重资产属性，其开发建设需要投入大量资金，且投资回收周期长，物流地产企业单纯依靠自有资金难以实现迅速扩张，因此业内企业主要通过成立物流地产基金的方式对外融资（见**图 2-4**）。

地产基金模式下，物流地产企业与其他投资者共同成立物流地产基金，其中投资者只负责提供资金，物流地产企业在提供资金的基础上确保项目完成开发和运营。物流地产基金成立后，物流地产公司的开发部门将从物流地产基金获得资金支持，进行物流地产项目的开发建设。项目开发完成后，开发部门会将项目移交给物流地产公司的物业管理部门运营。物业管理部门通过仓库租赁、物业管理等服务获取运营收入，最后将运营收入交给基金。

整个过程中，物流地产基金独立于物流地产企业，基金始终持有物流地产项目的产权。项目开发完成后，基金将项目租给物流地产企业进行运营，获得持续的运营收入。基金获得收入后可以继续投资收购或者新建物流地产项目，从而形成开发、运营和收购的循环，得以实现快速扩张。投资人既可以长期持有基金获取稳定的运营收益，也可以通过基金退出机制或者资产证券化的方式获取一次性高额收益。

物流地产基金帮助物流地产企业实现了轻资产运营，解决了物流地产企业长期持有项目引起的资金沉淀问题，提高了企业资金流转速度。同时，物流地产基金也为追求长期、稳定收入的投资人提供了投资物流地产的渠道。

图 2-4 物流地产基金模式示意图



来源：头豹研究院编辑整理

此外，部分业内企业采取了完全由自有资金主导的自持模式。此模式下，物流地产的产权始终在物流地产企业手中，企业参与到项目的投资、开发、运营全过程。例如宝湾物流从物流地产项目的资源获取、规划设计、再到具体的开发建设、以及后期招租、运营都有参与，是典型的重资产运营方式。自持模式需要占用企业较多资金，给企业现金流带来压力，限制了企业的扩张速度。

- **土地资源**

市场中物流地产企业获取土地获取的方式有两种，一种是直接物流地产企业从政府手中

直接获取土地，另一种是在二手市场中，物流地产企业从已经获得土地的企业手中购买，但二手市场中的土地转让也需政府同意，土地资源获取受政府限制较大。

土地价格因地而异，具体受地段、交通、经济环境等因素影响。物流地产作为物流的重要一环，主要是在交通便利、人口聚集的经济发达地区开发建设，但相比于商业地产、住宅地产，物流地产的价值较低，其土地价格更低。例如在北京、上海等一线城市中，物流地产的土地价格在 200 万-500 万元/亩之间，上海金山地区的物流地产的土地价格甚至可低至 100 万元/亩。

虽然物流地产的土地价格较低，但获取难度高。由于物流地产造价低，占地大，且产生的税收也低于住宅地产、商业地产，因此政府更倾向于将土地用作其他用途。通常在土地卖不出去的情况下，政府才会考虑将土地用作物流地产。此外，行业发展至今，一线城市的土地资源严重紧缺，物流地产企业基本上通过二手市场获取土地资源，增加了企业的土地获取难度和成本。

- **其他资源**

建材、金属、化工等资源是中国房地产开发的必不可少的资源，中国房地产市场发展多年，其上游市场已较为成熟，此类资源价格无太大波动，因此物流地产的造价成本已较为固定。例如单层仓库造价普遍在 2200 元/平米左右，具体价格还会受当地的土地条件，天气条件等因素影响。双层库的建造成本在 2600 元/平米左右，其中坡道库在 2800 元/平米左右，电梯库在 2500 元/平米左右，由于电梯库运货不便，相对较难出租。

2.4.2 中游分析

物流地产行业产业链中游环节参与主体是物流地产开发企业，目前参与物流地产开发的主体主要分四类：专业物流地产企业、传统房地产企业、电商和物流企业、其他类型企业。

不同的主体有着不同的发展方式与竞争优势。

① 专业的物流地产企业主要是普洛斯、安博、宇培等国外企业。此类企业拥有领先的仓储设施技术、管理水平以及充足的资金，在进入中国市场后，复制其国外的成功模式，快速成长。此类企业在中国物流地产行业的发展过程中起到了引领标杆作用。

② 传统房地产企业投身物流地产领域的有万科、绿地等。传统房地产企业的拿地能力较强，土地储备丰富，规模庞大，资金实力雄厚。房地产企业在利用手中的工矿仓储用地储备进行物流地产开发的同时，还可以利用手头的资金大量收购物流地产企业，并且积极向专业的物流地产企业学习，在行业中快速成长。

③ 电商、物流企业进行物流地产开发的企业有京东、苏宁、菜鸟等。此类企业来自产业链下游，有着源源不断的仓储需求，并对物流行业有着深刻的理解，对物流园区的区位和价格也更为敏感。电商企业通过布局物流地产能够构建起“电商+物流”的生态圈，覆盖客户购买到产品配送的全周期，提升其竞争力。

④ 其他类型企业则是在某一领域方向有着较强优势，依托其优势进军物流地产行业领域。如金融机构平安不动产，零售企业东百集团等。随着其他类型的企业涌入，业内诞生了民熙的金融物流园、环普的产业物流园等新模式的物流地产，在竞争激烈的市场中开辟出了一条独特的道路。

在这四类主体中，电商企业在近年来不断加大物流地产的建设力度，但主要是自建仓储，用于服务自身核心电商业务。其他的企业则无物流需求，建设物流地产用于服务于下游客户，实现稳定的收益。自建仓储需要占用企业较多资金，且规模局限于企业核心业务规模，发展有限，未来将不会是行业主流。

2.4.3 下游分析

物流地产主要为 B 端客户提供仓储服务，仓库的租金价格受地段，仓库功能，以及供需关系的影响，例如双层库面积更大，冷藏冷冻仓库具有特殊功能，因而租金更高。物流地产的主要客户包括电商企业、制造业企业、第三方物流企业、零售企业等。

第三方物流企业是物流地产最主要的客户。仓库作为物流企业开展业务的基础，是物流企业必不可少的一部分，由于物流地产投资大，因此第三方物流企业基本上都采取租用的方式。当前中国物流行业发展迅速，2018 年的物流业总收入已经达到 10.1 万亿元，第三方物流企业对物流地产的需求庞大。

中国电子商务的发展也离不开高效的物流支持，高效的物流有助于电子商务渗透率的提升和规模的增长，电商企业对仓储有着源源不断的需求。零售行业也随着电商行业发展而进一步发展，中国网络零售额如今已经突破了 7 万亿元。同时，互联网技术的进步和新零售模式的出现使得零售行业进一步发展，零售企业对物流地产的需求持续增长。

此外，仓储是制造业企业的刚性需求，中国作为制造业大国，对物流地产有着大量需求。随着中国制造 2025 的推动，中国制造业将迈入新的台阶，市场对仓储的需求将持续提升。

3 中国物流地产驱动及制约因素

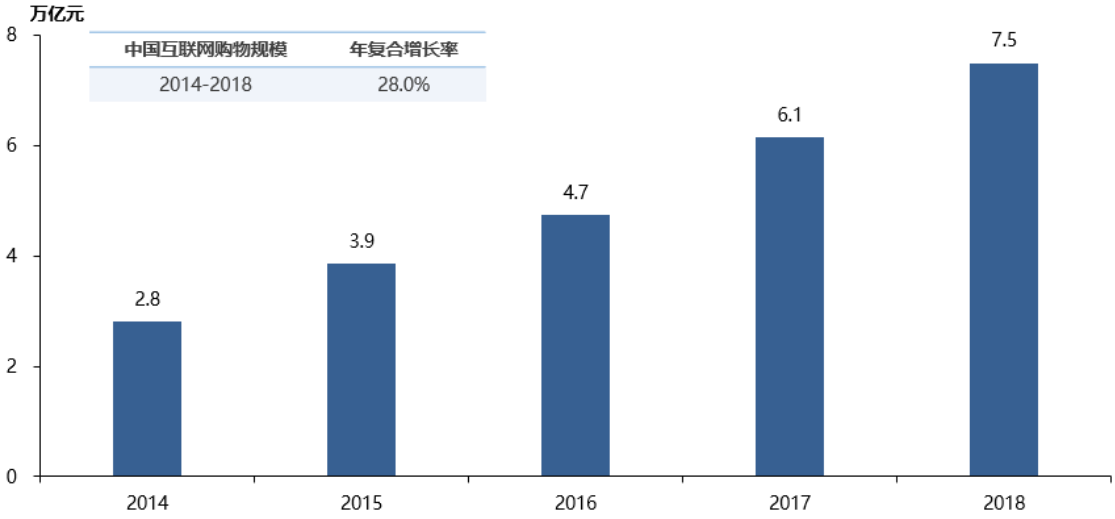
3.1 驱动因素

3.1.1 居民收入提升，电子商务蓬勃发展

进入 21 世纪以来，随着互联网的普及和中国居民收入的持续增长，中国电子商务行业迅猛发展，网络购物规模持续扩大。截止到 2018 年底，中国网络购物用户规模已经达到 6.1 亿人，中国网络购物规模在 2018 年达到了 7.5 万亿元，同比增长 22.0%（见**图 3-1**），中国

网购交易额占社会零售总额的比例接近 20%。电子商务的蓬勃发展，促使包括食品饮料，家居用品，服装用品在内的各类消费品销量大增，消费品企业对仓储的需求快速提升，促进了物流地产的发展。

图 3-1 中国互联网购物规模，2014-2018 年

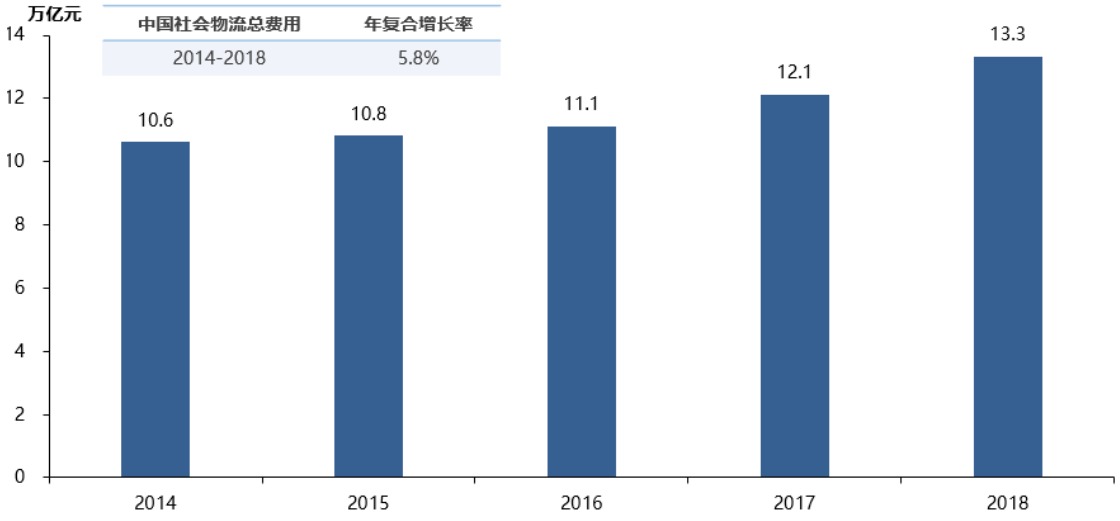


来源：头豹研究院编辑整理

中国电子商务的蓬勃发展推动着中国物流行业的进步，物流地产得以快速发展。高效的物流配送和现代化的物流设施才能保证消费者拥有良好的网购体验，是电子商务行业进一步成长和渗透的重要助力，也是电商企业的核心竞争力之一。随着电商行业的进一步发展，电商企业对物流设施的需求不断增多，要求不断提高。如今京东、苏宁、阿里巴巴等电商巨头纷纷投身到物流地产行业之中，通过自建定制化物流仓库的方式，不断提升其电商平台的物流效率。

专业的第三方物流企业也随着中国电子商务的兴盛而崛起。2018 年，中国社会物流总费用达到 13.3 万亿元，近 5 年复合增长率为 5.8%（见**图 3-2**），2018 年中国快递业务量完成 505 亿件，同比增长 25.8%，连续 5 年高居世界第一。中通、申通、圆通、韵达等物流快递企业均因电商行业而快速崛起，如今已成为物流地产企业最主要的客户。

图 3-2 中国社会物流总费用，2014-2018 年



来源：中国物流与采购联合会、国家发改委，头豹研究院编辑整理

3.1.2 零售业持续发展，推动物流地产进步

仓储作为零售供应链的中的重要一环，在提升零售企业物流配送效率，提升消费体验方面有着重要作用，因此零售业一直对物流地产有较多需求。随着消费升级和新零售概念的兴起，零售行业进入了升级阶段，其产品、模式、技术上均得到了升级，零售业在原有的仓储需求上，对物流地产其他方面的要求不断提高，推动着物流地产行业的进步。

产品方面，随着零售业步入升级，市场中零售产品的种类持续增多、品质不断提升，其中跨境商品、生鲜产品等细分市场崛起，导致零售企业对保税仓库、冷库等物流地产需求迅速增加；模式上，新零售模式的出现推动了零售企业线上线下的融合，传统的零售分销体系被打破，消费者、消费品、消费场所三者之间的次序被打乱，行业的供应链得到重构。产品的物流时间得到缩短，企业更加重视提前备货和仓储功能，零售企业对即时配送愈发重视，推动了前置仓的需求增长；技术上，新零售业积极应用新技术，通过新技术赋能，零售行业链条上各个环节的效率均能得到提升。其中物流作为供应链的重要环节，成为技术赋能、智慧改造的重点，物流设施硬件的升级和智能仓储解决方案成为零售业升级的重要组成部分。在零售业升级的驱动下，物流地产行业在产品种类、产品功能等方面得

到全方位的进步。

3.1.3 市场前景广阔，资本大量涌入

中国物流地产广阔的发展空间持续吸引着资本进入，资本的进入也加速了中国物流地产行业的发展。从人均物流仓储面积来看，中国人均仓储面积仍处于低位。截至到 2018 年底，中国通用仓储面积约 10.6 亿平方米，人均通用仓储面积仅为 0.76 平方米，仅为美国的 14%。中国物流地产市场整体仍处于供不应求的状态，优质的物流地产项目的租金连年上涨，其空置率长期处于低位。加之政府持续出台政策推动现代综合交通运输体系的发展和建设，为物流地产市场发展奠定基础，中国物流地产行业前景光明。

近年来，涌入物流地产行业的资本不断增多，如万科早在 2014 年便成立了物流地产事业部，2015 年成立了独立的物流品牌万纬专营物流地产。2017 年，万科联合厚朴投资、高瓴资本、中银等多家机构和个人，对物流地产行业龙头普洛斯进行私有化，因此一跃成为普洛斯最大股东；2017 年，菜鸟与中国人寿共同成立 85 亿元人民币的物流地产基金；同年，江苏信托携手万科成立 60 亿元人民币物流基金；苏宁云商与深创投设立 300 亿元人民币物流地产基金。在资本的持续涌入下，行业新生力量不断诞生，物流地产行业得以快速发展，同时资本的介入也将给行业带来新的变革，推动着行业的进步。

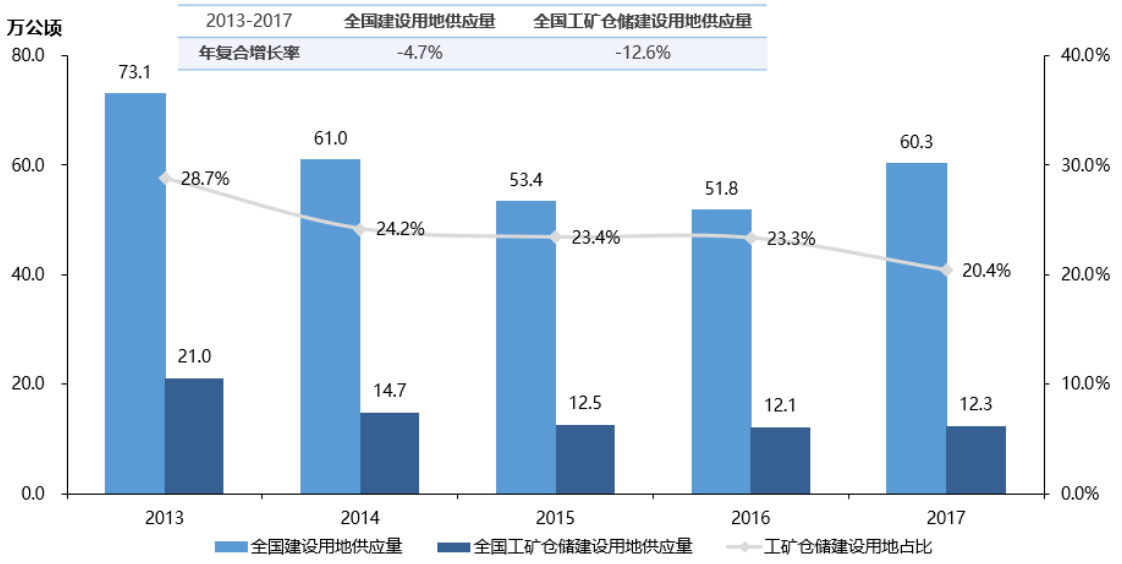
3.2 制约因素

3.2.1 土地供应紧张，拿地难度日益提升

近年来，随着中国城市城镇化程度的提升，以及房地产市场的火热，中国城市土地资源消耗快速。土地供应日益紧张、拿地成本持续升高已经成为中国物流地产行业发展的重要障碍。2017 年，全国建设用地供应量为 60.3 万顷，较 2016 年上升了 16.4%，但仍远低于

2013 年的 73.1 万顷，其中物流地产所需的工矿仓储用地供应量近 5 年下降明显，2017 年仅为 12.3 万顷，较 2013 年减少了约 9 万公顷，工矿仓储用地供应量占总建设用地供应量的比例持续下降（见**图 3-3**）。尤其是一线城市，基本上不再供应新的工矿仓储用地。

图 3-3 中国建设用地供应量与工矿仓储建设用地供应量，2013-2017 年



来源：国土资源部，头豹研究院编辑整理

在土地供应日益减少的情况下，市场中大部分物流地产企业无法直接从政府手中拿地，只能采取迂回策略拿地，导致拿地难度大增，拿地成本上升。物流地产企业采取的拿地策略主要有：①整块拿地后划出项目配置中的物流仓储用地；②与政府达成合作；③与有实力的地产企业、有背景的国企达成合作，通过建立资本关联的方式获取土地资源；④从有土地资源储备的企业手中获取。无论是何种方式，物流地产企业拿地成本都不可避免的上升，影响到行业的发展。

此外，部分地方政府对物流地产的积极性并不高，也加大了企业拿地难度。政府积极性不高的主要原因有：①物流地产税收贡献小。物流地产的投资相对小，贡献的税收主要来自租金的营业税，小于制造业企业或者商业地产项目带来的税收；②物流地产建造周期长，见效慢。物流园区建设周期一般 3 至 5 年，无法立即给地方政府带来效果；③物流地产就业贡献小。随着物流园区的机械化、智能化程度不断上升，其所需劳动人员少远小于工业企业

或商业地产项目。

3.2.2 投资回收周期长，盈利模式单一

中国物流地产经过十余年发展，仍旧存在投资回报周期长，营收单一的问题。物流地产项目的投资回收率普遍在 5%-7%之间，即一个物流地产项目需要十余年的时间才能收回成本，追求高利润的投资者往往不会选择投资物流地产项目，导致市场中投资客户较为有限，且不少投资者长期持有的意愿不高。为了吸引更多的投资人，目前行业中盛行的地产基金模式均拥有完善的退出机制，投资者通过退出基金获得的一次性收益较高，收益率可高达 20%以上，但投资者退出获利是建立在项目成功的基础上，需要首先确认项目运营良好。此外，投资人退出基金时所能选择的接手企业有限，通常是追求稳定收益的上市公司或养老基金等。

中国物流地产行业在过去十余年保持着持续的快速增长，业内企业将大部分精力放在扩大规模上，采取了扩张规模优先的粗放型发展模式，导致业内产品同质化严重，物流地产项目提供的服务大同小异，营收方式单一。如今市场中物流地产项目的收入来源主要有租赁服务、增值服务、土地增值和政府补贴（见**图 3-4**）。其中租赁服务带来的租金收益是物流地产最主要的收入来源，其他收益并不稳定，不具普遍性，行业整体对租金收入极为依赖。

图 3-4 物流地产收入来源简介

收入来源	简介
租赁服务	租赁服务包括仓库租赁、设备租赁、房屋租赁等。仓库租赁是指经营者将大型仓储场地租给物流、电商、制造业企业等客户。设备租赁则是出租一些装卸设备、运输设备等，甚至是铁路专线这类交通资源。房屋租赁是指将园区内的办公室等非物流建筑物的租赁。租赁服务带来租金收入稳定，是物流地产最主要的收入来源
增值服务	增值服务的内容较多，大致可分为物业管理服务、物流配套服务和金融服务等，不同物流地产项目所能具体提供的增值服务差别较大。物流相关的服务包括货物装卸、加工、配送等；物业管理服务则是对物流地产项目提供物业管理；金融服务方面，则是物流地产企业提供参供应链金融服务，为仓储客户提供放贷服务；此外，一些特殊的地产项目，例如保税仓项目，还可能提供报关、报检等相关服务。增值服务中物业管理服务收入较为稳定，其他服务不具有普遍性，带来的收入有限
土地增值	土地增值是指随着物流地产项目的健康运营，加之工业用地政策的指标收紧情况下，项目价值不断增长，企业通过土地溢价，项目溢价获取收益。土地增值并不是一项常规收益，是一次性收入，且风险较高，不具普遍性，不是物流地产项目盈利的主要来源
政府补贴	部分地产政府会通过退税，发放补贴等方式帮助物流地产在当地迅速成长

来源：头豹研究院编辑整理

不同于传统的房地产，物流地产不存在较大的投机性，真正符合市场需求的项目才能实现盈利，因此对物流地产企业的运营能力要求就高。在运营能力欠缺，租金收入不高的情况下，物流地产项目是无法依靠土地溢价、物流规模溢价、物流增值服务溢价实现盈利的，最终导致投资人投资失败的情况发生。未来，行业的进一步发展需要企业将更多精力放在产品的升级上和盈利方式的探索上，不断减少项目对租金收入的依赖，才能进一步提升物流地产项目的成功率。

3.2.3 中国经济增速放缓，发展存在不稳定因素

随着中国经济增速的放缓，中国经济已经进入新常态，各行各业的增长速度放缓，导致市场对仓储需求有所放缓。由于物流地产收益稳定，且能作为资产持有，因此物流地产项目颇受上市公司、国企的青睐，此类企业收购物流地产项目产权后，无需花费太多精力便可稳定获取收入。但随着经济增长放缓，众多企业出现主营业务不力的情况，导致物流地产的潜在客户减少，市场中一些持有物流地产项目的企业也开始抛售其物流地产，以便维持企业现

金流的正常运转。

此外，中国经济发展还面临着中美贸易战的不稳定因素。进出口企业是物流地产的重要客户之一，受中美贸易战的影响，众多进出口企业的业务受到冲击，一些拥有物流地产项目在 2018 年开始出现租金下降，出租率下降的问题。除一线城市外，大部分城市的进出口类物流地产出现了出租率下降的情况，尤其是宁波、大连、青岛等进出口城市的一些区域，其仓库出租率普遍低于 50%，导致行业中进出口类物流地产投资热情冷却。

物流是中国经济的基础性产业，宏观经济的波动势必将造成物流行业的波动。2018 年，受经济增长放缓以及中美贸易战影响，行业内出现了项目抛售情况，市场中物流地产的价格也在 2018 年 6 月份之后持续下滑，以往市场中难得一见的一线城市项目也开始不断被出售。未来，政府、企业需要共同努力维持中国强劲而稳定的经济环境，才能确保物流地产行业的持续发展。

4 中国物流地产行业政策及监管分析

物流行作为支撑国民经济发展的基础性产业，一直受到政府重视，国家已出台多个政策推动物流行业发展（见**图 4-1**）。在国务院、发改委、工信部发布的《国务院关于印发物流业调整和振兴规划的通知》、《物流业发展中长期规划（2014-2020）》、《国务院办公厅关于进一步推进物流降本增效促进实体经济发展的意见》、《全国物流园区发展规划（2013-2020）》、《关于推进物流信息化工作的指导意见》、《关于继续实施物流企业大宗商品存储设施用地城镇土地使用税优惠政策的通知》、《关于开展 2018 年流通领域现代供应链体系建设的通知》等文件中，政府一方面推动中国物流现代化水平，提升物流运营效率，提高物流企业的专业化水准，另一方面也为物流地产企业提供土地优惠政策，直接推动着物流地产行业的发展。

同时，在发改委颁布的《国家物流枢纽布局和建设规划》、《关于推动物流高质量发展促

进形成强大国内市场的意见》等文件中，政府积极进行物流交通枢纽的布局和建设，物流枢纽的建设能够起到降本增效成果，增强物流企业活力的作用，为物流地产行业发展创造了有利空间。

图 4-1 中国物流地产行业相关政策



来源：头豹研究院编辑整理

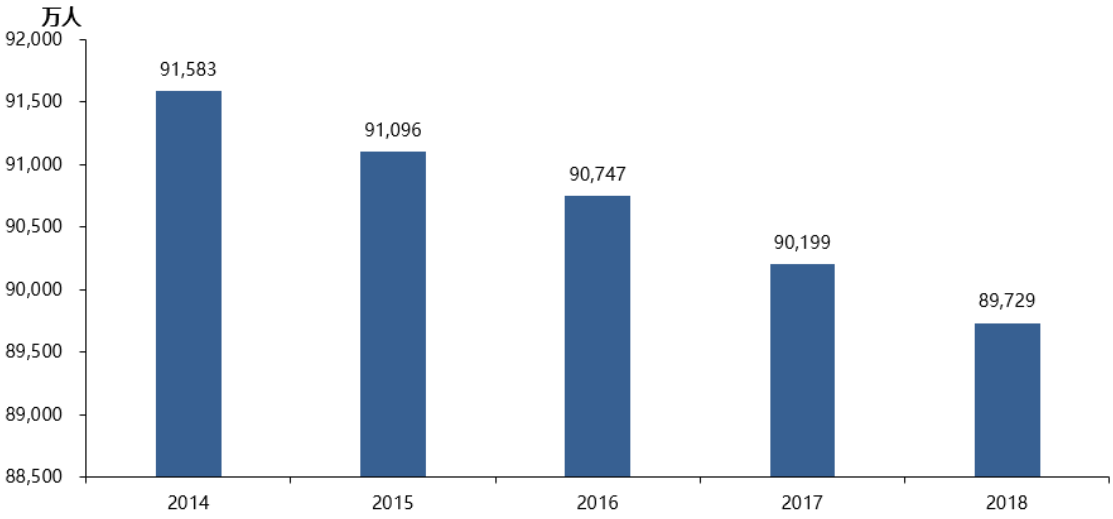
5 中国物流地产行业市场趋势

5.1 物流地产自动化、信息化程度提升

物流行业作为劳动密集型行业，随着中国劳动力的不断减少，已经开始出现人工紧缺和人工成本上升的情况。根据国家统计局数据，中国 16-59 岁劳动年龄人口已连续 8 年下降，2018 年的劳动年龄人口数量已较 2014 年减少了 1,854 万人（见**图 5-1**），中国城镇居民人均可支配收入在 2018 年增长至 39,251 元。物流行业所面临的人工紧缺，人工成本上升的

问题日益突出。越来越多的企业开始注重技术应用和物流装备升级，努力提升物流信息化、自动化水平，减少对人工的依赖。

图 5-1 中国 16-59 岁劳动年龄人口数量，2014-2018 年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

电子商务行业的发展和零售业的升级，促使电商企业、零售企业对物流地产的要求日益提升，信息化、自动化程度更高的物流地产受到了市场青睐。同时，随着大数据、人工智能的等信息技术的进和应用，物流地产在基本的仓储功能之外，已在拣货路径优化、智能排产、路网规划、动态路由规划等领域取得进步，业内的一些仓库已经实现了无人化，有效提升了物流体系的运营效率。大量物流设施通过传感器接入网络之中，物流行业的物联网连接程度快速提高，物流地产的信息化程度、自动化程度不断提升，物流效率增长快速。

信息化、自动化更高的物流地产既能有效解决物流行业面临的人工短缺和成本上升的问题，也能提升物流效率，是行业发展大势所趋。如今市场中菜鸟、京东、苏宁等一批企业均已开始建设新型物流地产仓库，其中京东投入使用了全国规模最大的机器人仓群，数量超过 50 个，配送机器人已落地全国 20 多个城市。

5.2 行业新入局者持续增多

中国物流地产行业拥有广阔的发展空间，源源不断的吸引企业和资本进入行业中，除了

专业的物流地产企业，其他类型的企业也逐渐加大了对物流地产的投入。中国传统房地产市场利润的逐渐缩减，导致众多房地产企业开始更加深入的介入到物流地产行业中。万科、绿城等房地产企业已纷纷在物流地产行业布局，其中万科不仅成立万纬物流来专营物流地产，还在 2017 年成为普洛斯最大的股东，深度参与到物流地产行业中。

电商发展使得电商企业对物流的要求越来越高，促使众多电商企业布局物流地产，以提升其电商业务的竞争力。阿里巴巴、京东、苏宁等电商巨头均已涉足物流地产领域，京东早在 2007 年开始自建物流，并在 2019 年宣布将成立物流地产基金；阿里巴巴联合多家机构成立菜鸟，入局物流地产；苏宁在 2018 年已设立物流地产基金，并已募得首期 50 亿元的资金。

近几年，零售企业、金融机构也开始涉足物流地产领域，成为行业的新生力量。例如平安不动产 2014 年收购了成都新地空港物流园，正式进入物流地产领域，并迅速成长。传统零售企业东百集团也在 2016 年确立了重点发展物流仓储业务的目标，并在 2017 年实现了物流仓储营业收入 457.03 万元，毛利率 55.62%。未来，随着物流地产行业的进一步发展，将吸引更多参与者进入行业之中。

5.3 行业向中小城市发展

尽管中国物流地产仍有广阔的发展空间，但部分城市和地区已经出现市场饱和的情况。例如一线城市作为物流地产企业优先布局的地区，经过多年发展，市场早已饱和，且面临土地资源短缺的问题，物流地产行业在一线城市中已无太多增量空间，行业未来的机遇将出现在市场需求尚未完全满足的中小城市。

此外，电商、零售等行业也逐渐向中小市场中发展，进一步推动物流地产行业向中小城市发展。尽管中国电商行业中已涌现出多个行业巨头，市场处于竞争红海，但拼多多此类主

打下沉市场的电商企业依旧能快速崛起，表明中国中小城市的市场潜力巨大，电商企业在此类地区仍有较大的发展空间。中小城市将成为电商、零售企业未来发展的重点，从而带动中小城市仓储需求的快速增长。

拥有十年物流地产投资管理经验的专家指出，虽然一线城市的租金收益率依旧稳定，但行业的投资机会将会出现中小城市，类似于哈尔滨、唐山的城市，物流地产出租率高的城市。专家进一步分析指出，饱和市场的城市不具投资价值。如今成都、武汉、西安等发展迅速，人口众多的二线城市中物流地产市场已基本饱和。企业如果再进入此类城市中投资，势必是无法竞争过市场中已有的企业。行业的投资机会只会出现在下一档的城市中，在物流地产的需求还没有完全得到满足的城市中。

6 中国物流地产行业竞争格局

6.1 竞争格局分析

- **一超多强竞争格局，新入局者众多**

中国物流地产行业目前呈现“一超多强”的市场竞争局面。其中普洛斯（GLP）是行业的龙头企业，占据了 50%左右的市场份额。万纬、丰树、嘉民、易商、安博、丰树、宝湾等企业是业内知名品牌，市场份额相对较高，属于行业第二梯队。整体而言，普洛斯、嘉民、安博、丰树等国外物流地产企业占据了 70%左右的市场份额，主要原因为国外物流地产企业在运营管理，资本运作等方面领先于本土企业，本土物流地产企业中，宇培、易商、宝湾等企业虽然也跻身于第二梯队，但在规模上、市场份额方面与国外企业差距较大。

普洛斯不仅是中国最大的物流地产企业，还是全球领先的、亚洲最大的现代物流设施提供商，业务覆盖中国、日本、美国和巴西等多个国家和地区，物业总面积超过 7300 万平方

米。普洛斯在中国地区运营的高端仓储面积超过 2000 万平方米，遥遥领先中国市场其他对手，独居行业第一梯队，第二梯队中的物流地产企业运营的高端仓储面积在 250~400 万平方米之间，例如嘉民在 280 万平米左右，宇培在 240 万平米左右，相互之间差距不大。

除专业物流地产企业外，行业中新入局的竞争者众多，来源广泛。电商企业、房地产企业、物流企业、零售企业、金融机构等均涌入物流地产领域，成为行业的新兴力量，物流地产行业正处于参与者众多、多样化竞争的阶段。房地产企业中，万科处于领先地位，万科旗下万纬物流运营及在建物流地产面积超过 1000 万平米；电商企业中，京东是布局最物流地产最早的电商企业，旗下仓库面积已超过 1000 万平米，菜鸟的仓储面积超过 200 万平米，苏宁仓储面积超过 1000 万平米；金融机构中，平安不动产 2014 年开始布局，如今旗下园区项目已超过 20 个；零售企业中，东百集团处于领先，2016 年开始布局物流地产，2017 年物流地产项目已达到 6 个，面积 77 万平米。

- **地域分布不均衡**

中国物流地产项目的分布并不均衡，主要分布在经济发达，人口众多，交通便利的地区，其中三大经济圈是物流地产最主要的项目分布地。长三角地区以上海为中心，包括了周边的昆山、苏州、无锡、太仓、常熟、南京、嘉兴、杭州等地；珠三角地区以广州、深圳为中心，包括了周边的东莞、惠州、佛山等地；环渤海地区以北京、天津为中心，包括周边的廊坊、保定、青岛、济南、大连等地；此外，西南地区的重庆、成都，中部地区的郑州、武汉等地，也是中国重要的人口聚集区和交通枢纽。具有一定规模的物流地产企业纷纷在此五大区域布局，但侧重点有所不同（见**图 6-1**）。

图 6-1 重点地区知名物流地产企业布局情况

地区	涵盖城市	重点布局企业
长三角地区	上海、昆山、苏州、无锡、太仓、常熟、南京、嘉兴、杭州、温州等	普洛斯、嘉民、宝湾、宇培、安博、易商.丰树、万纬等
环渤海地区	北京、天津、廊坊、保定、青岛、济南、大连等	普洛斯、嘉民、宝湾、宇培、安博、丰树.万纬等
珠三角地区	广州、深圳、东莞、惠州、佛山等	普洛斯、宝湾、宇培、安博、万纬等
成、渝地区	成都、重庆	普洛斯、嘉民、宝湾、宇培、安博、易商.丰树、万纬等
中部地区	武汉、长沙、郑州等	普洛斯、嘉民、宝湾、宇培等

来源：头豹研究院编辑整理

具体从城市的空间分布上来看，物流园区通常分布在城市的边缘地区或卫星城市中，靠近国道、省道、高速公路或空港、水港，距离市中心交通便利，此类地区地价较低且交通发达。以长三角地区为例，虽然人口和市场需求主要集中在上海，但上海的土地供应短缺，土地成本高，因此离上海地区不远，但土地供应更多、成本更低的昆山、常熟等城市成为物流地产企业的投资重点地区。当前中国物流地产呈现出“立足二线，服务一线”的分布格局，一线城市的周边区域是各大企业的布局重点，例如长三角地区的苏州、昆山，珠三角地区的佛山、肇庆、东莞，环渤海地区的廊坊等区域。


innovation 创新地图 map
推广
前哨 2020 科技特训营
掌握创新武器 抓住科技红利
Insights into Tech and the Future
直播时间
每周四20:00-21:00
全年50次直播课程
+私享群互动
随报随听
王煜全
海银资本创始合伙人
得到《全球创新260讲》主理人
扫码报名
微信咨询：InnovationmapSM
电话咨询：157-1284-6605

6.2 物流地产企业分析

6.2.1 京东物流

6.2.1.1 企业简介

京东物流隶属于京东集团，起步于 2007 年。京东物流最初是京东集团为提升其自营电商业务的消费体验而建设成立的，其业务仅对内服务。之后随着京东物流不断的成长，京东物流逐步对外开放，并正式独立。2007 年，京东正式建立了第一个物流配送站。2013 年，京东建成 1,000 个配送站，并对外推出了“极速达”业务，开始对外开放部分物流业务。2016 年 11 月，京东物流正式以品牌化运营的方式，全面对社会开放。2017 年 4 月，京东物流正式宣布独立，京东物流子集团成立。2018 年，京东集团通过出售物流子公司股份，为京东筹资大约 25 亿美元，并引入了高瓴资本、红杉资本、腾讯、招商局集团等投资者。

京东物流以降低社会化物流成本为使命，致力于成为社会供应链的基础设施。发展至今，京东物流是全球唯一拥有中小件、大件、冷链、B2B、跨境和众包（达达）六大物流网络的企业。京东为客户提提供仓储、运输、配送、客服、供应链解决方案、快递、快运、大件、冷链、跨境、客服、售后等全方位的物流产品和服务，以及物流云、物流科技、物流数据、云仓等物流科技产品。2018 年，京东物流开放业务全年收入同比增长超 100%；服务客户数超过 20 万家，多个客户年合作额超过 1 亿。

6.2.1.2 物流地产业务简介

京东是电商企业涉足物流地产行业的先驱和典型代表，与专业的物流地产企业或者房地产企业不同，京东的物流地产主要是服务于自身的物流业务，通过布局物流地产，京东完成产品销售到配送全周期的布局。截至 2018 年 12 月 31 日，京东在全国运营超过 550 个大

型仓库，总面积约为 1200 万平方米。2018 年，京东物流“亚洲一号”达到 16 座，投用了全国规模最大的机器人仓群，数量超过 50 个。京东无人机已经在全国 8 省实现常态化运营，配送机器人则落地全国 20 多个城市。

京东物流在过往一直保持独立自持的开发模式，资金投入大，长期面临着较大的资金压力。2019 年 2 月 28 日，京东正式对外宣布与新加坡政府投资公司（GIC）合作共同成立京东物流地产核心基金，京东将认缴该基金 20%的份额并担任基金的普通合伙人和资产管理人。预计该基金未来管理的资产规模约 109 亿元人民币，基金将从京东收购部分现代化物流仓储基础设施且京东将继续租用这些基础设施。通过此次交易，京东的物流地产将从重资产运营模式转变为轻资产运营模式，京东旗下的物流地产的价值得到释放，收回的资金将极大的减轻京东的资金压力。

6.2.1.3 竞争优势

- **大力研发无人物流设备，提升物流效率**

京东物流旗下拥有 X 事业部，着力进行无人机、无人车、无人仓、无人超市的研发和推广。京东无人车是京东智能物流体系中的智能运载装备。京东根据不同场景的需求，研发并生产了多种型号的自动驾驶无人车产品。针对物流运输和配送场景，京东研发生产了自动驾驶货车和配送机器人；针对仓库、厂区、园区、社区等场景，京东研发生产了安防巡检机器人。京东无人车将大幅提升物流效率，减少物流对人工的依赖。

京东无人仓是实现高密度存储和全自动化生产的高效无人仓库。无人仓大量采用智能机器人进行多环节、全流程作业；人工智能算法指导生产，大数据与电商业务紧密结合解决商品布局问题，智能排产系统解决各生产环节匹配等问题，模块化设计解决库房柔性和扩容难题。京东无人仓极大降低仓储成本，提高仓储效率，引领中国物流行业的变革与升级。

此外，京东正在打造干线级、支线级、末端级三级无人机+通航物流体系，努力构建天地一体化的智能物流网络，实现 2 小时物流生活圈，提升消费者的购物体验。

- **物流与电商协同发展，优势互补**

物流仅仅是京东业务的一环，是其业务生态的一部分。京东自建物流主要用于配合其核心电商业务的发展，通过提升自建物流提升物流效率，从而促进电商业务竞争力，电商业务再反哺物流业务，形成正向循环。京东物流在成长为一定规模后，还能对外发展，实现进一步扩张。

不同于“三通一达”、顺丰等第三方物流企业，京东物流采取“仓配一体化”为中心的业务模式，而专业的第三方物流企业则采取“揽件-分拨-配送”为中心的 C2C 模式。京东物流的仓配一体化实现了上下游全流程联动，全程可视、可控、可查。京东物流对上游连接电商平台中的商户，帮助商户储存货物，将商户货物纳入京东仓配体系中，对下游则建立多个终端，覆盖更多消费者。通过仓配一体的体系，京东既能满足商家对安全性、时效性、准确性的高要求，也能提升商户在电商平台上的竞争力，从而促进电商业务的发展。

京东的电商业务也为其物流业务的发展起到重要助推作用。作为知名电商企业，京东能够促进地区经济发展，因此受到政府青睐，拿地更容易。凭借更低的拿地成本和发展快速的电商业务，京东能够吸引到足够多的投资者投资其物流业务。目前京东物流已成功获得了高瓴资本、红杉中国、招商局集团、腾讯、中国人寿等知名企业、投资机构的融资，受到资本市场的认可。

6.2.2 万纬物流

6.2.2.1 企业简介

万纬物流是万科涉足物流地产领域而成立的品牌。2014 年，万科成立物流地产事业部，

正式进军物流地产。2015 年，万科正式推出独立物流品牌——万纬。2016 年，万纬进一步扩大业务至冷链市场。发展至今，万纬物流已成为国内领先的物流服务商。

万纬定位于现代仓储设施和物流一体化运营的物流园区和产业园区专业开发商及运营商，其业务分为标准设施开发、定制个性化物流服务、收购与回购三部分。万纬物流坚持以客户需求为导向的经营理念，为客户提供专业化和定制化的产品和服务解决方案，并致力于成为物流地产行业的领导者。

万纬的物流地产目前主要布局于三大经济圈与中西部重点城市。运营及在建总面积 1056 万平方米、运营及在建项目 134 个、进驻城市 45 个、服务客户 700 家。2018 年，万纬物流融合太古冷链物流平台，加速布局冷链物流全国业务版图。

6.2.2.2 竞争优势

- **集团优势**

万纬物流隶属于万科集团，万科集团是中国房地产行业的龙头企业，资金实力雄厚，房地产开发经验丰富。2018 年，万科集团收入 2,976.8 亿元，位居世界 500 强第 332 位。依托地产开发经验和资金储备，万科能够在物流地产领域实现快速扩张，持续收购、投资、建设物流地产项目。万科在地产行业经营多年，拥有经验丰富的专业的管理经营团队，对政策和市场有把握能力强。凭借地产业务建立起的优势，万科还能够引进了大量物流地产行业相关人才，增强了万纬的竞争力。

万科集团作为房地产行业的领跑者，还具有规模优势和品牌优势，受政府和市场的信赖。在拿地方面，万科较物流地产企业更受政府信任，拿地难度低于专业的物流地产企业。在运营方面，万科凭借品牌号召力，招商难度更低。此外，万科还入股了物流地产行业的龙头普洛斯，成为普洛斯最大股东，从而学习吸收到更多的先进物流地产经验，有助于旗下万纬物

流的发展。

- **业务优势**

万纬物流拥有三大业务，标准设施开发、个性化物流服务、收购与回购。三大业务相互促进，帮助万纬物流实现了快速发展。其中标准设施开发是指万纬物流为电商、零售商、物流企业提供高端、标准的仓储设施，业务涉及到选址、建设、运营整个环节；个性化物流服务是指万纬根据客户个性化需求，提供高效、精准、智慧化的物流仓储产品和服务；收购与回购是指万纬收购部分客户运营项目并实现返租，帮助客户实现轻资产运营。

万纬物流通过标准设施开发和个性化物流服务能够满足各类客户的仓储需求，将企业客户与广大终端消费者相连接，不断吸引下游客户。通过收购与回购，万纬物流则将业务向上游延伸，凭借其资金优势能够快速收购市场中存在的物流地产项目，实现快速扩张。

6.2.3 新地物流

6.2.3.1 企业简介

新地物流于 2003 年在成都成立，是一家现代物流仓储设施开发及服务提供商。新地物流目前已建成并自持的物流园物业面积超过 80 万平方米，在建的物业面积 100 万平方米，规划物业面积 200 万平方米，项目遍布北上广及成都、武汉、西安、苏州、哈尔滨、济南、昆明、郑州淮安、荆门等城市，形成了一个覆盖全国的物流仓储网络。

新地物流所管理和运营的多个园区被中国仓储协会评为“中国五星级仓库”。2015 年，在中国仓储协会发布的《2014 年全国通用仓储企业排名》中，新地物流排名位居前列。

6.2.3.2 竞争优势

新地物流重视环保，追求可持续发展。新地物流坚持“创新发展，绿色发展”的发展理

念，从项目规划到项目最终的运营过程中，新地物流努力在环境保护和业务发展之间保持平衡，实现可持续发展。新地采取的措施有：在设计规划阶段充分考虑周边生态环境，充分利用土地资源；在建设过程中减少施工对环境影响；搭建雨水收集回用系统、仓库屋面光伏发电系统；购买使用节能设备、节水设备等。

新地物流能够为客户提供一站式物流解决方案，并根据的客户特点和要求，量身定做服务。此外，新地物流车队及运作中心与客户的配送中心实现了零距离，从而大幅度缩短了车辆响应时间，提高送货准点率，使得客户的工作效率提高，成本下降，满意度上升。

新地的物流园区除提供仓储服务外，还提供食、住、行、乐等保障型功能型的服务，进一步提升了园区的使用价值。新地物流还建立了科学的安全防范体系，为客户构建安全园区，并推行完善的环境管理，为客户营造整洁园区。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451