MobData研究院

谁才是同城货运界的“滴滴”？

2019同城货运行业分析报告

MobData 研究院

目 录

01. 同城货运行业发展概况
02. B2C头部App用户画像洞察
03. B2B典型App用户画像洞察
04. 同城货运行业发展趋势分析

1

MobData 研究院

Part One

同城货运行业发展概况

大物流行业边界界定

同城货运、城际货运与即时配送构成“互联网+物流”的三大垂直领域

快递行业

服务个人消费者

货物以小件为主
一般不超过50公斤

送货上门

缩短储运时间，快速分拨

获取消费者零散利润

到货时间越快越好

物流行业

服务大中型企业

货物以大件为主

固定取货点，自提货

提供仓储服务

以合同和项目的方式
赚取企业整合利润

在既定的窗口时间内送达
就好

互联网+物流

同城货运行业

同城-短距离-城内公路运输

运货　　时效性强

城际货运行业

跨城-长距离-城际公路运输

运货　　时效性一般

即时配送行业

同城-短距离　　时效性非常强

以商务信函、餐饮外卖为主

Source：MobData研究院分析师定义，取物流行业和快递行业的狭义定义口径
窗口时间：在限定的时间范围内完成特定的货物交接任务，这一限定的时间范围，称之为窗口时间

大物流行业图谱一览

MobData 研究院

传统物流企业开始兼营快递业务，升级为综合型物流公司，以德邦为代表

快递行业

- 顺丰速运 SF EXPRESS
- 百世快递 BEST EXPRESS
- 申通快递 sto express
- 韵达 EXPRESS
- 中通快递 ZTO EXPRESS
- EMS
- 圆通速递 YTO express
- 天天快递 EXPRESS
- 国通快递 EXPRESS

物流行业

- 中国邮政 CHINA POST
- 中远海运物流有限公司 COSCO SHIPPING Logistics Co., Ltd
- 中铁快运 CRE
- 天地华宇 全心承递
- 宅急送 ZJS EXPRESS
- 新邦物流 xb

互联网+物流

同城货运行业

- 驹马 JVMA
- 云鸟 www.yuniao.me
- 唯捷城配 仓配一体 全网服务
- 易货嘀 EHD 城市物流专家
- 快狗打车 充值特惠

城际货运行业

- 运满满
- 壹米滴答
- 福佑卡车 FUYOUKACHE.COM
- 货车帮 -中国公路物流基础设施-
- 罗计 LOJI

即时配送行业

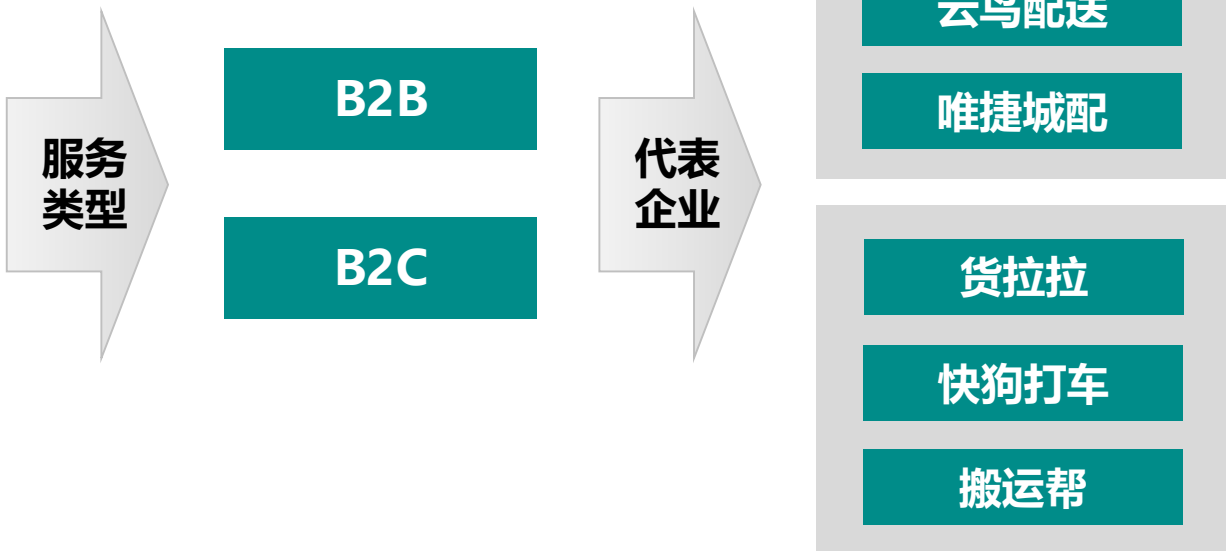
- 点我达
- 闪送员

Source：MobData研究院

同城货运定义

指的是在一个城市内点对点或一点对多点之间的短距离货物运输服务

同城货运，主要是指第三方物流企业在一个城市内点对点或一点对多点之间，对客户货物进行仓储、分拣、加工、包装、分割、组配、配送、交接、信息协同等基础作业或增值作业的短距离货物运输服务。同城货运又被称为**“最后一公里”物流**、轻物流。



Source：MobData研究院

同城货运行业的兴起

物流和快递行业的天然劣势，出行行业的巨大融资空间，刺激行业兴起

物流行业

- 配送效率低，缺少及时性
- 需要自提货

快递行业

- 配送小型包裹、文件
- 时效性不强

出行行业

- 巨大的融资空间为同城货运行业带来无穷的想象空间

Source：MobData研究院

同城货运行业的发展阶段

纵然阶段变迁，但只是信息媒介进行了升级，而本质未变

01

传统作坊式货运中心阶段

小黑板/LED显示屏+座机+员工是一个小型货运中心的标配

02

PC端物流信息网站阶段

通过网站，货主和司机发布需求信息，进行匹配

03

移动端同城货运平台阶段

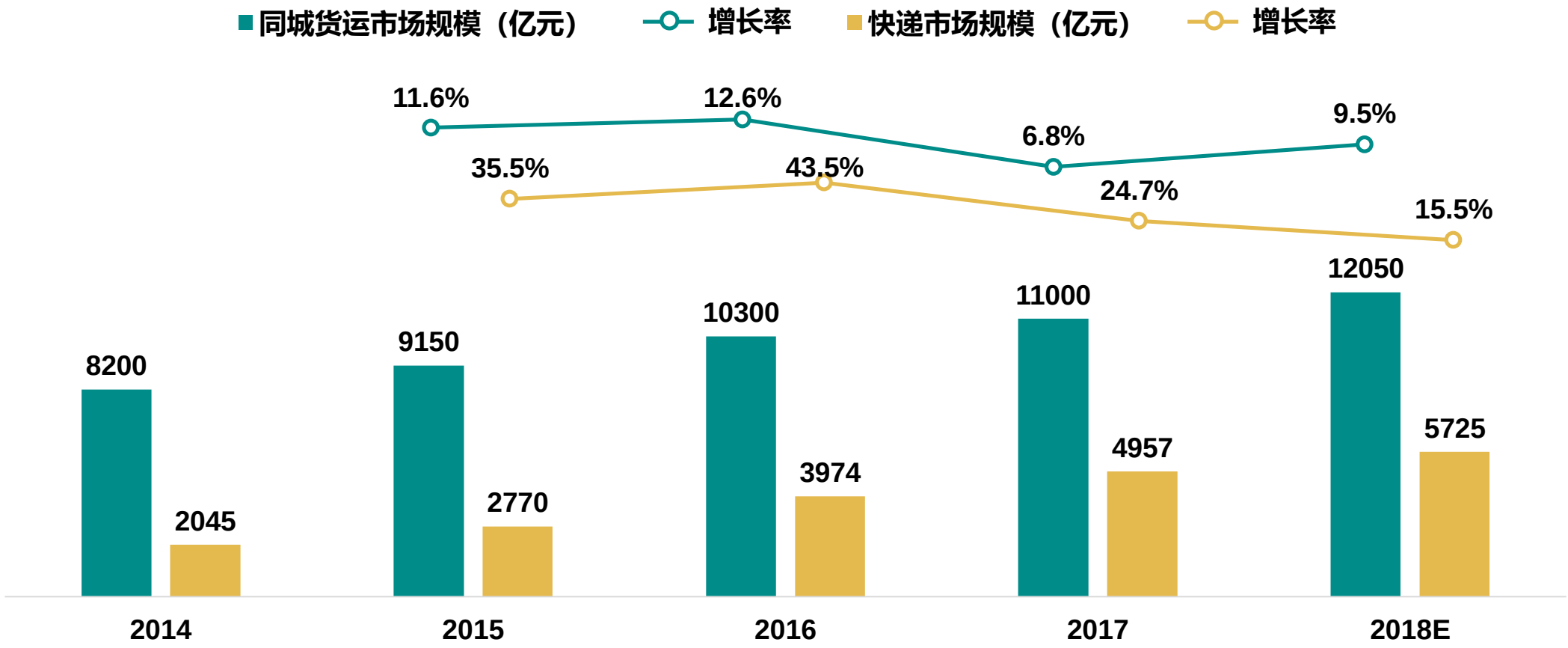
同城货运平台提供个人/企业用户App和司机App，用户发布信息，平台实现货源车源自动匹配，在线收费，服务评价的闭环

Source：MobData研究院

同城货运市场规模

同城货运步入万亿赛道，其市场规模是快递的2-3倍

2014-2018年中国同城货运、快递市场规模



Source：中商产业研究院

同城货运行业政策指导

绿色货运、城乡高效配送、智慧物流是关键词

2013.2 交通运输部等

《关于加强城市配送运输与车辆通行管理工作的通知》，**规范城市配送运输经营活动，**改善城市配送车辆通行环境，缓解城市交通拥堵，促进物流业健康发展。

2014.1 交通运输部等

《关于加强和改进城市配送管理工作的意见》，有关部门**第一次发布**对城配行业表达关注的体系文件，宏观的提出规范、指导、监督措施。

2017.10 交通运输部等

《城乡高效配送专项行动计划（2017-2020年）》，计划到2020年初步建立起**城乡高效配送体系**；确定示范城市50个、骨干企业100家；**商贸企业物流费用率降低到7%**。

2017.12 商务部等

《促进道路货运行业健康稳定发展行动计划(2017-2020)》，旨在**规范行业发展，发放政策红利，提倡新能源车的使用**，全面保障货运行业劳动人员的权益。

2017.12 交通运输部等

《关于组织开展城市绿色货运配送示范工程的通知》，从2018年初启动至2020年年底，力争在示范城市建成**“集约、高效、绿色、智能”**的城市货运配送服务体系。

2018.1 国务院办公厅

《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》，要求强化服务创新，提升快递末端服务能力，同时要强化**标准化智能化**，提高协同运行效率。

2018.12 国务院办公厅

《推进运输结构调整三年行动计划（2018-2020年）》，提出引导特大城市群和区域中心城市规划建设**绿色货运**配送网络；到2020年，城市建成区新增和更新轻型物流配送车辆中，**新能源车辆和达到国六排放标准清洁能源车辆的比例超过50%**，重点区域达到80%。

Source：MobData研究院根据公开资料整理

同城货运行业融资分析

行业大局已定，头部企业不断被加持，B2B比B2C涌入更多搅局者

2014.11 未披露 A 轮 易货嘀

2017.2 6.9亿 D 轮 云鸟配送

2018.1 未披露 天使轮 蚂蚁速运

2018.5 1亿 A 轮 闪电狗

2018.6 1.16亿 B 轮 唯捷城配

2018.11 15亿 C 轮 驹马物流

2016.3 未披露 待披露 蓝犀牛

2018.7 16.7亿 A 轮 快狗打车

2018.9 5000万 Pre-A轮 搬运帮

2019.2 20.2亿 D 轮 货拉拉

Source：融资数据来自天眼查，以公开披露为准，MobData研究院整理
注：最近一次融资轮次，最近一次融资金额（人民币），汇率按融资当日计算

同城货运行业产业链分析

同城货运是城际货运的延伸，目前第三方物流公司是行业经营主体

异地货主

- 生产商
- 电商
- 个人

城际货运

物流集散中心

同城货主

第三方物流公司

企业自建物流

社会车辆

本地收货方

- 品牌商
- 经销商
- 贸易商
- 各终端门店
- 个人

城市A- 同城货运

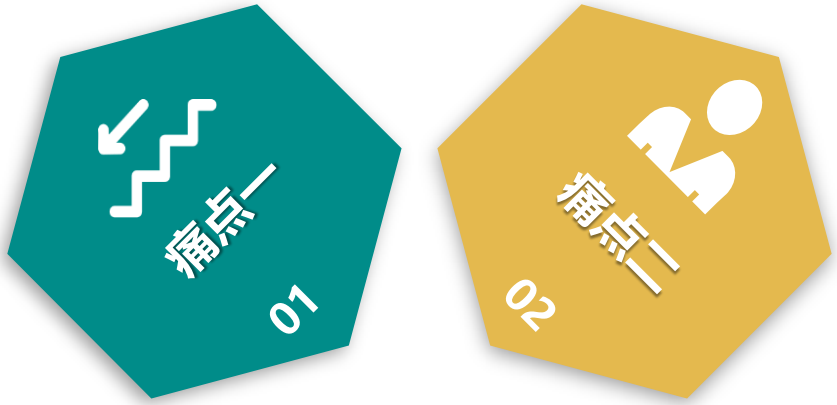
Source：MobData研究院

同城货运行业痛点分析

解决思路在于如何将客户偶发性需求通过标准化作业来完成

行业准入门槛低

- 具体内容：只要有车和司机，都可以入行搀和一脚，造成行业内私营业主较多，行业分散，无序竞争。
- 解决方案：与中小车队签订协议，重点收编经验丰富的“金牌司机”
- **代表企业：易货嘀**



运营管理难度大

- 具体内容：货车司机管理难度大；城内车辆交通管理难度大。
- 解决方法：与司机建立强关联关系，加强培训；从技术上克服城内车辆路线规划。
- **代表企业：驹马物流、云鸟配送**

客单价低，利润薄

- 具体内容：货运、搬家消费频次低，导致车源货源匹配难，满载率低、空载率高。
- 解决方案：加强精细化运营
- **代表企业：货拉拉**

价格标准化难，难以提供标准服务

- 具体内容：影响服务价格的不确定因素多，距离、人际、货种，交易不透明导致难以提供专业服务。
- 解决方案：运费按里程数收费、搬运工人费按时长收费
- **代表企业：搬运帮**

Source：MobData研究院

同城货运2B端、2C端差异分析

2B端运力需求是规模化的稳定运力，2C端则是碎片化的潮汐态运力

客户类型	中大型客户	C端+小B端客户
客户需求	以计划性需求为主 严格风控标准	以偶发性需求为主 服务及时、性价比高
运力辐射	一点对多点（A点到B点、C点、D点）	点对点（A点到B点）
运力需求	规模化的稳定运力	碎片化的潮汐态运力

Source：MobData研究院

同城货运B2B头部企业分析

头部企业探索出差异化运营方向

	满帮	云鸟	唯捷城配
企业定位	围绕运力升级打造重资产、科技、金融	科技破局 横向拓宽物流业务	聚焦餐饮和商超 拓展业务覆盖城市
差异化战略	自营重资产模式 自有运力资源	众包轻资产模式 整合社会运力资源	仓配一体化 轻资产重运营
最新业务动态和方向	打造适用于城市物流的智慧卡车	投资物流公司（亿家速配）拓宽物流业务	发起成立中国快消品城配物流联盟； 目标成为消费供应链最好的基础设施；

Source：MobData研究院

同城货运B2C头部企业分析

头部企业同质化严重，多方出击新业务，苦苦探索新方向

	货拉拉	快狗打车	搬运帮
企业定位	即时同城货运交易平台	拉货搬家运东西 全方位满足用户货物出行一切需求	面向C端市场的搬运服务平台
差异化战略	精细化运营 进军大B端客户 布局购车业务	保证B端优势 牢牢巩固C端优势	里程费、工人费双管齐下，实现定价标准化
最新业务动态和方向	移动端上线快递业务 海外版Lalamove落地印度，服务小B端	改名快狗打车，或发力出行行业；推出司机“合伙人计划”	获得新融资，用于人才招募、产品升级优化、城市运营拓展

Source：MobData研究院

注：定价标准化是指运费按里程数收费和搬运工人费按时长收费

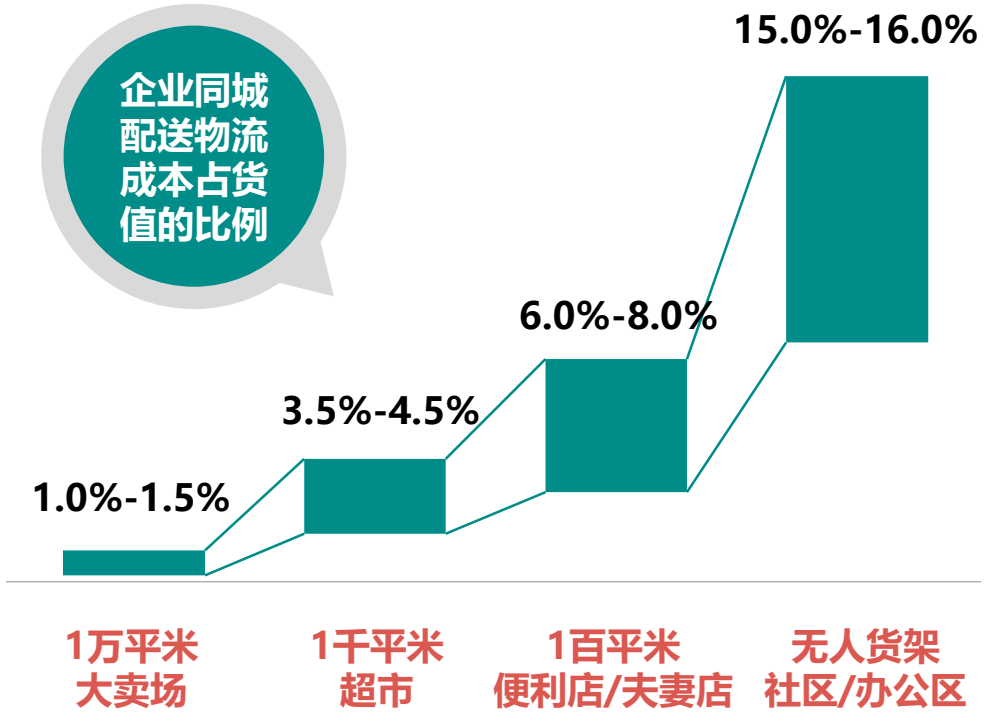
同城货运企业客户结构分析和成本分析

B端客户占比9成，掘金空间大；客户店面形态决定了客户配送物流成本的投入

同城货运-客户结构分析

物流公司商户货物配送	40%
商超、门店快消配送	40%
批发市场生鲜果蔬、建材、服装等配送	10%
个人搬家、二手交易货物配送	10%

同城货运-客户物流成本分析



Source：MobData研究院根据公开资料整理，物流成本不包括仓储成本

2

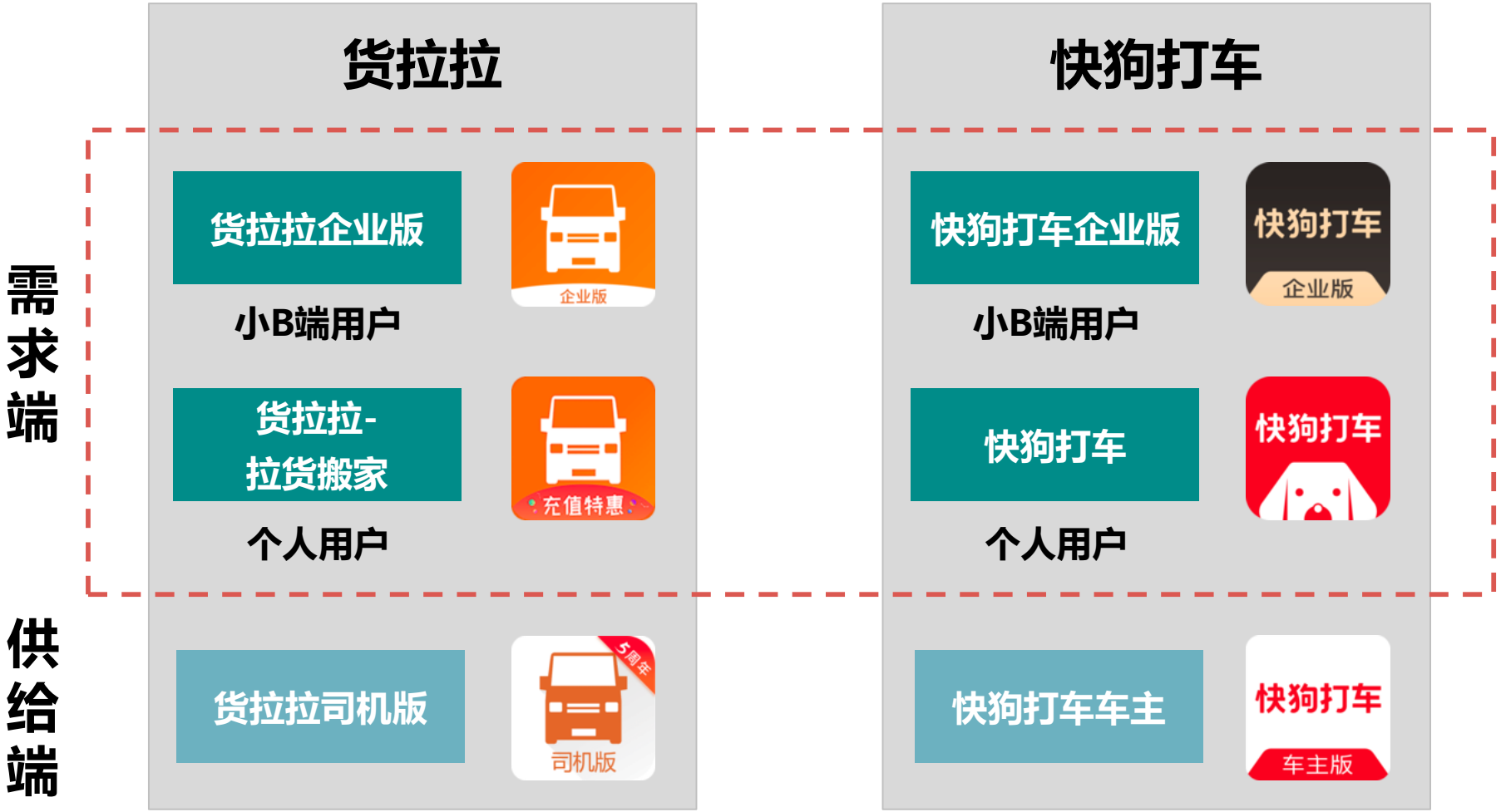
Part Two

B2C头部App用户画像洞察

头部企业：货拉拉、快狗打车

货拉拉、快狗打车App介绍

可分为需求端和供给端，需求端包括小B端用户和个人用户

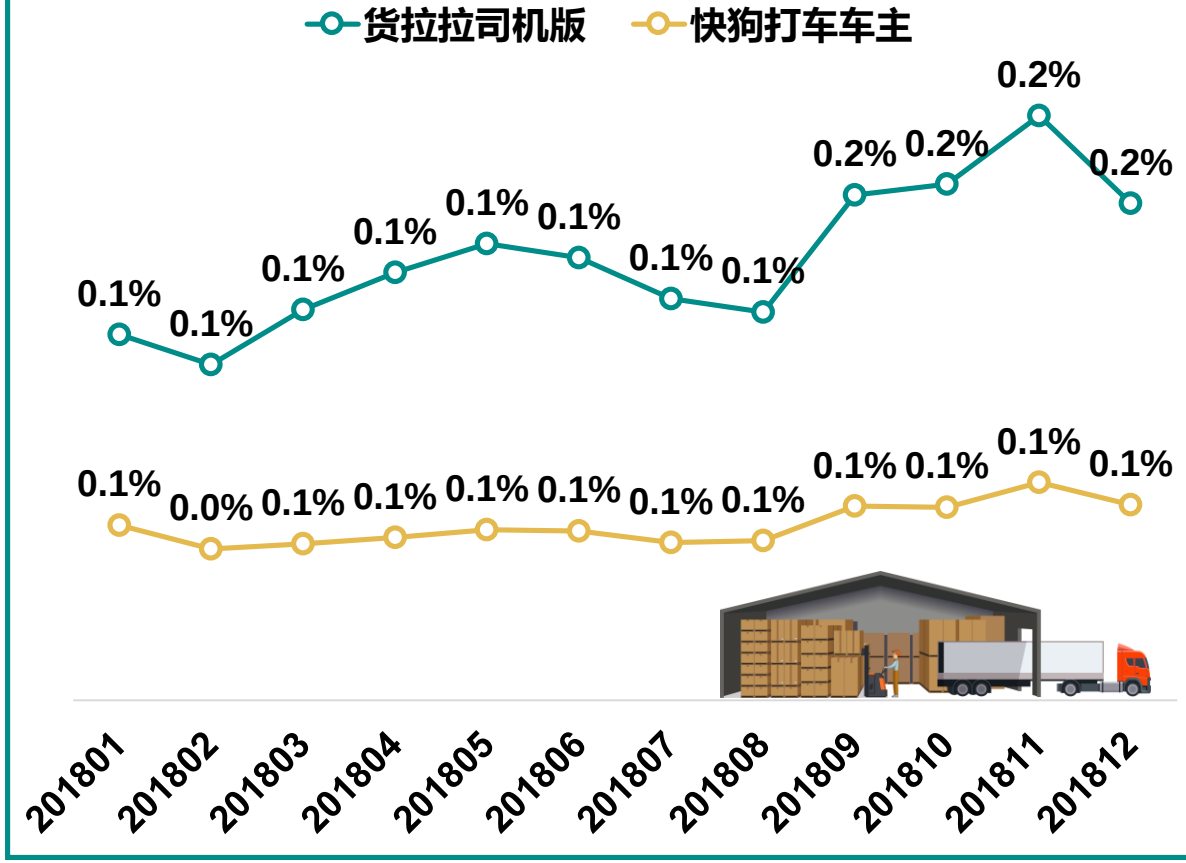


Source：MobData研究院

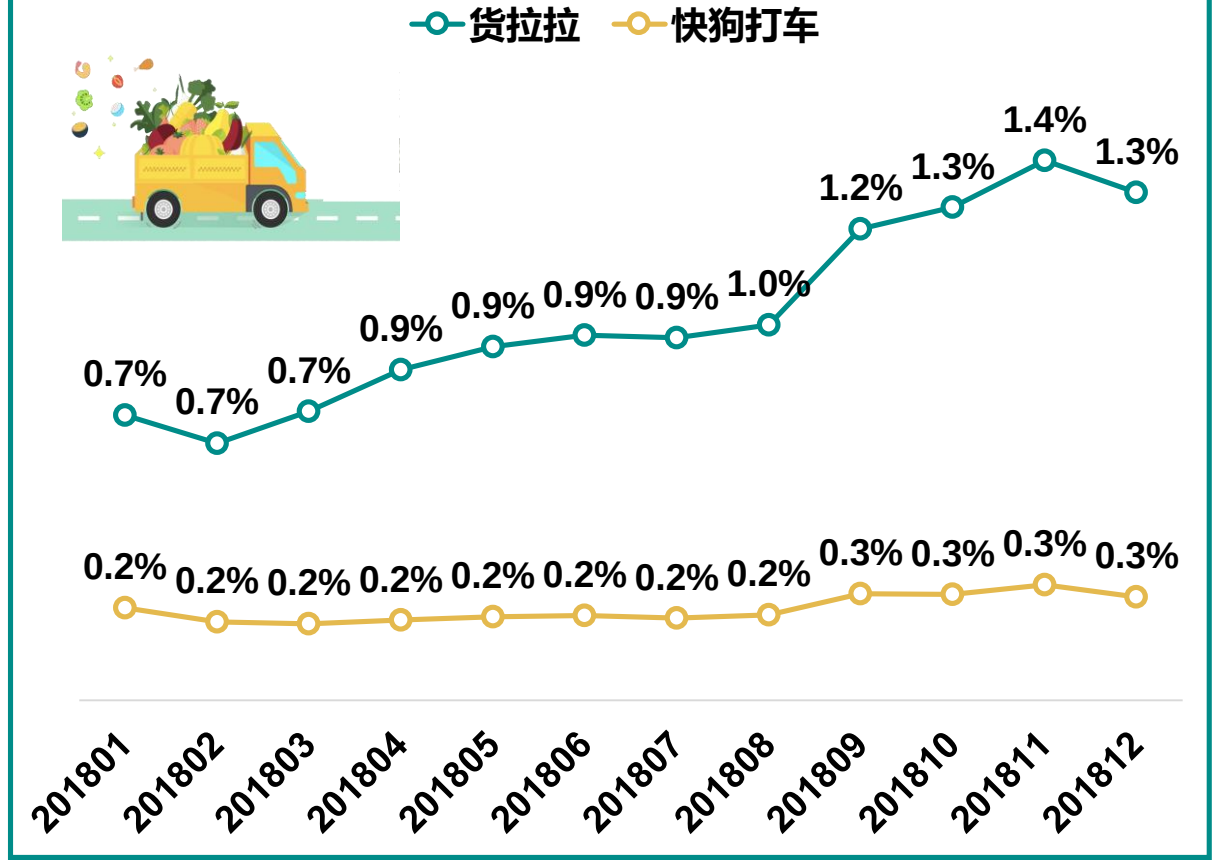
同城货运-B2C-安装渗透率分析

与其他行业相比，同城货运行业安装渗透率低

司机用户



个人用户

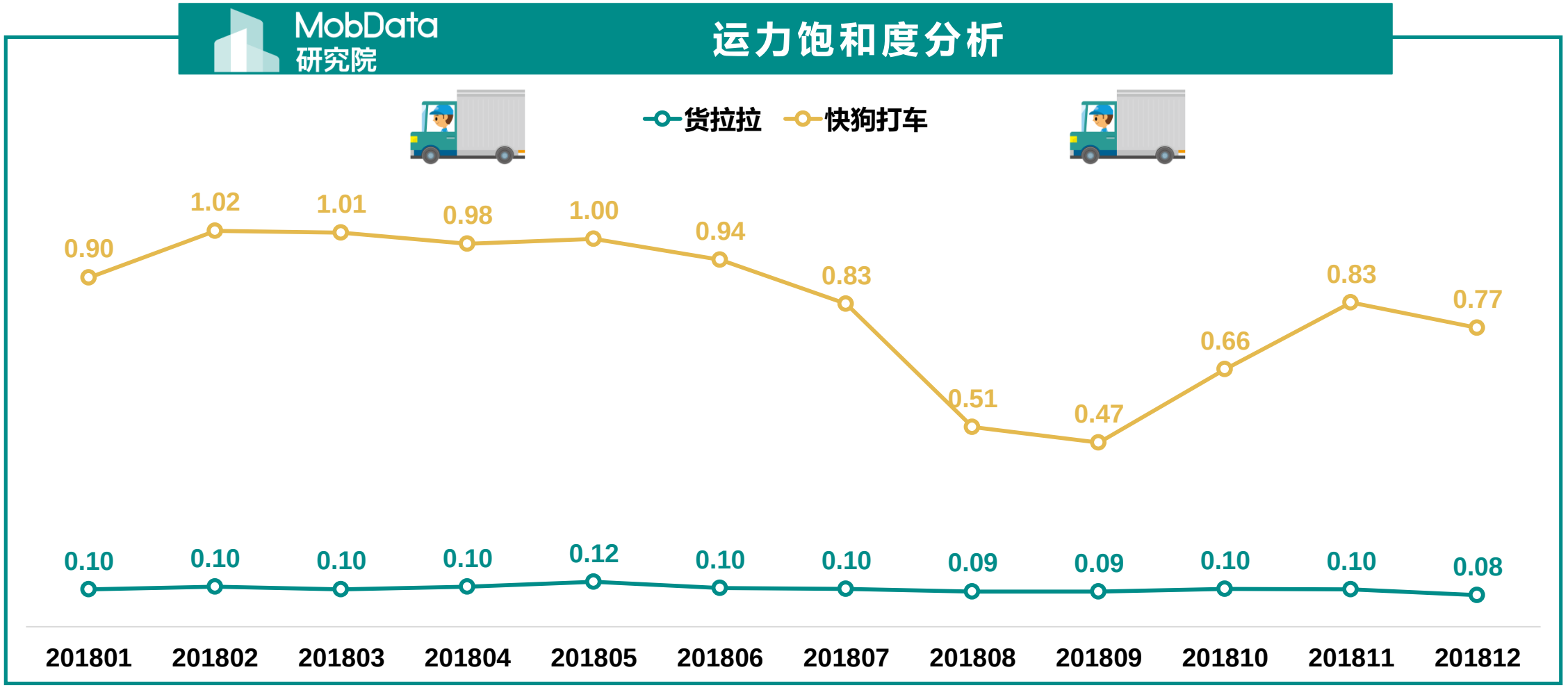


Source：MobData研究院，2018.1-2018.12

注：安装渗透率=所选时间内装载该App的设备数占所有设备数的比例，安装渗透率保留小数点后一位小数

同城货运-B2C-运力饱和度分析

快狗打车运力饱和度低于货拉拉，其拓客能力有待提升



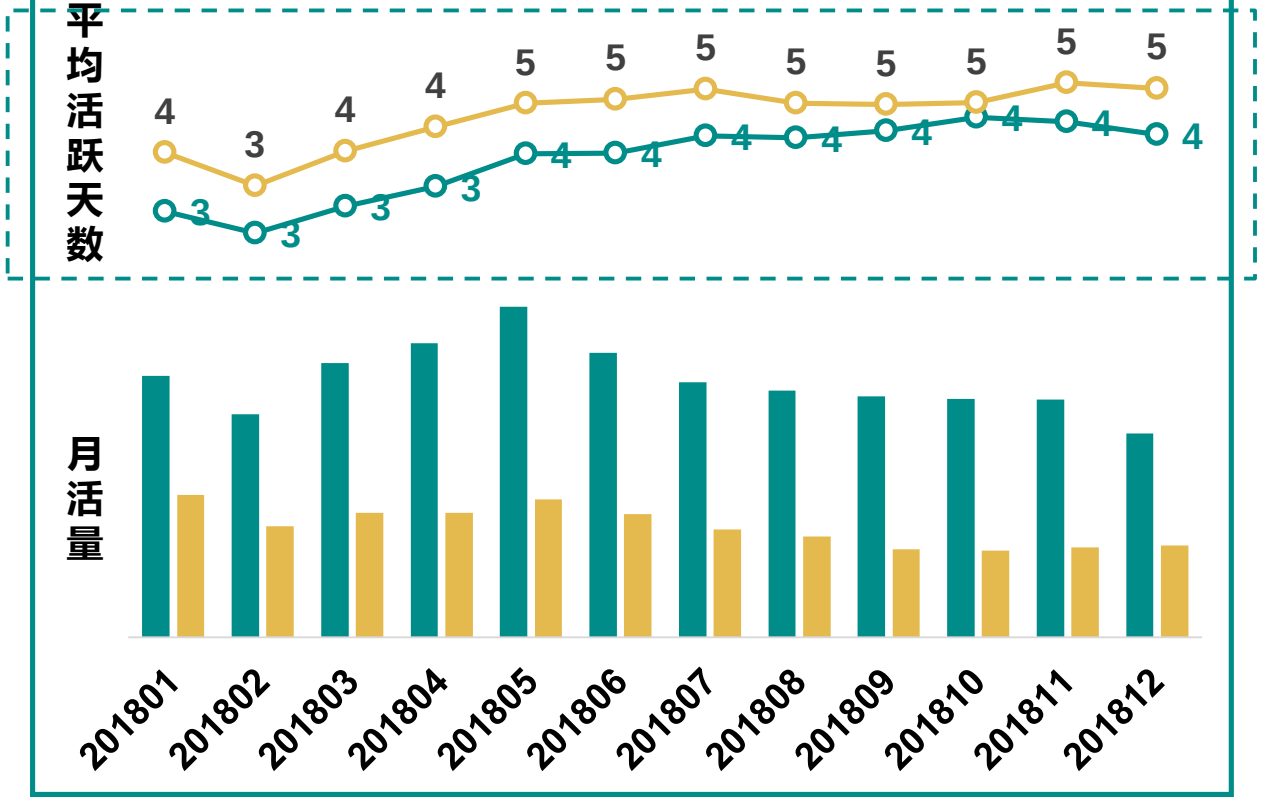
Source：MobData研究院，2018.1-2018.12

注：运力饱和度=司机用户（月活量）/【企业用户(月活量)+个人用户(月活量)】，比例越小，运力饱和度越高

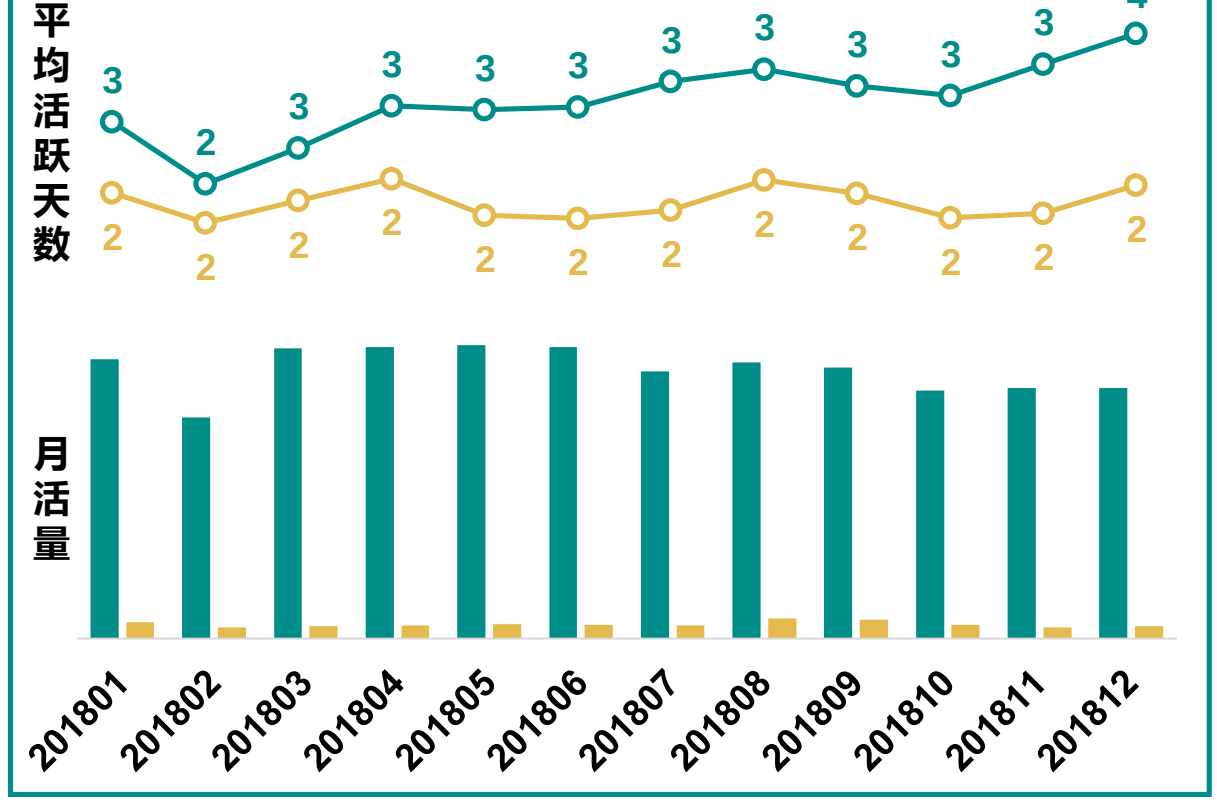
同城货运-B2C-月活量、平均活跃天数分析

货拉拉用户活跃度更高，精细化运营卓有成效；快狗打车运营司机用户更有心得

司机用户



个人用户



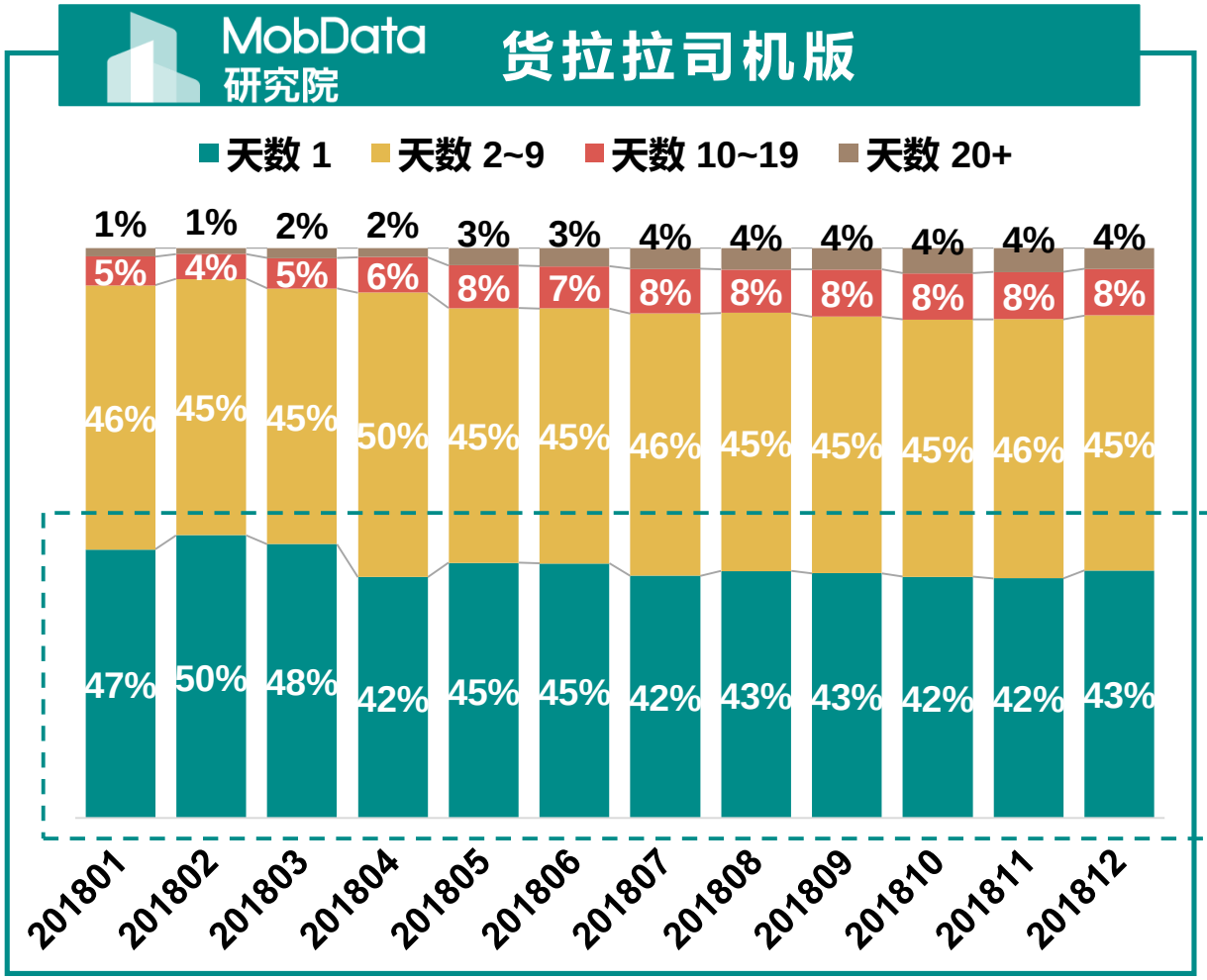
Source：MobData研究院，2018.1-2018.12

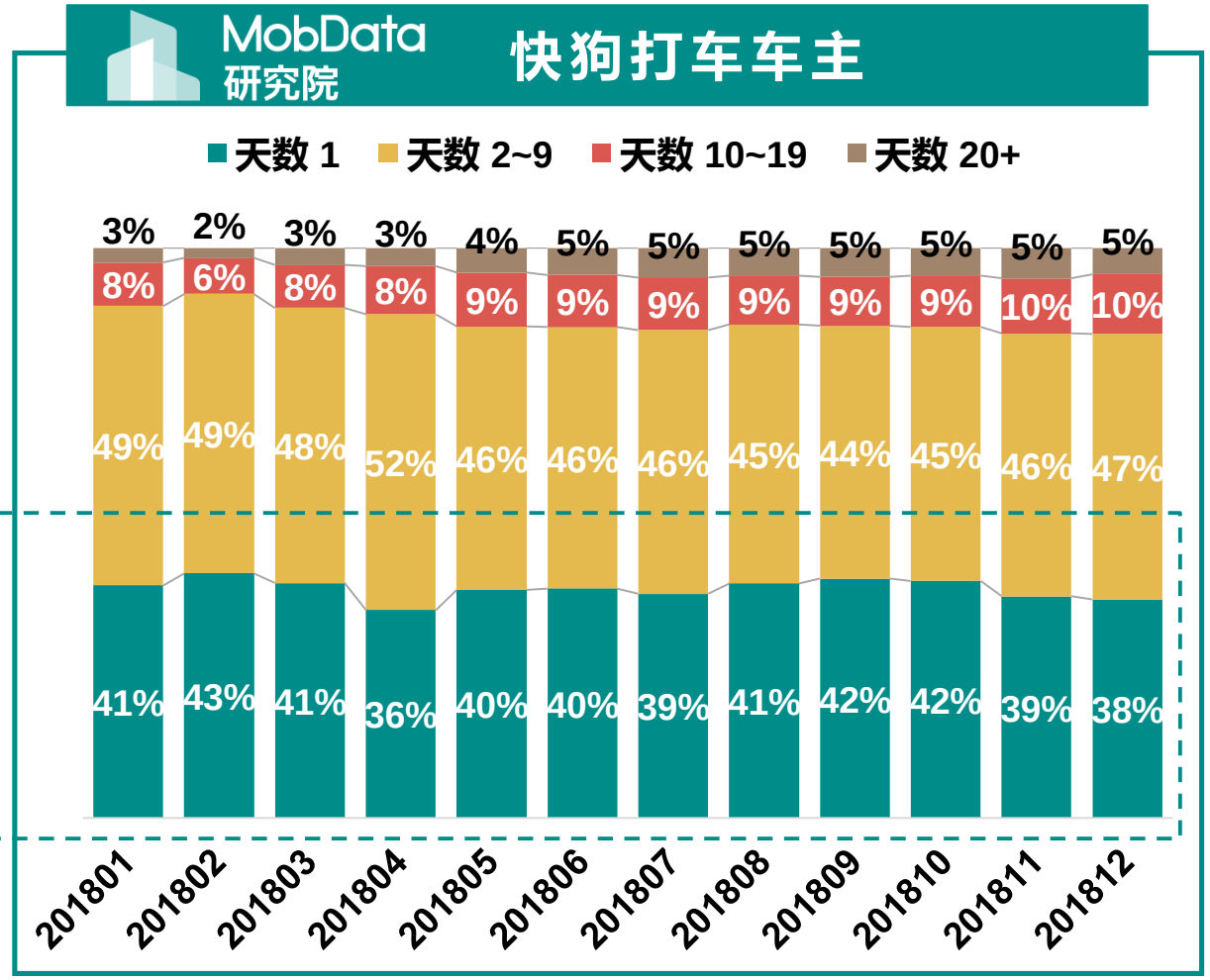
注：平均活跃天数=该App活跃用户在指定统计周期内使用该App的平均天数，平均活跃天数保留小数点后零位

同城货运-B2C-活跃天数分布分析

MobData 研究院

货拉拉轻度使用用户占比大于快狗，如何增加司机用户粘性是其精细化运营重点





Source：MobData研究院，2018.1-2018.12

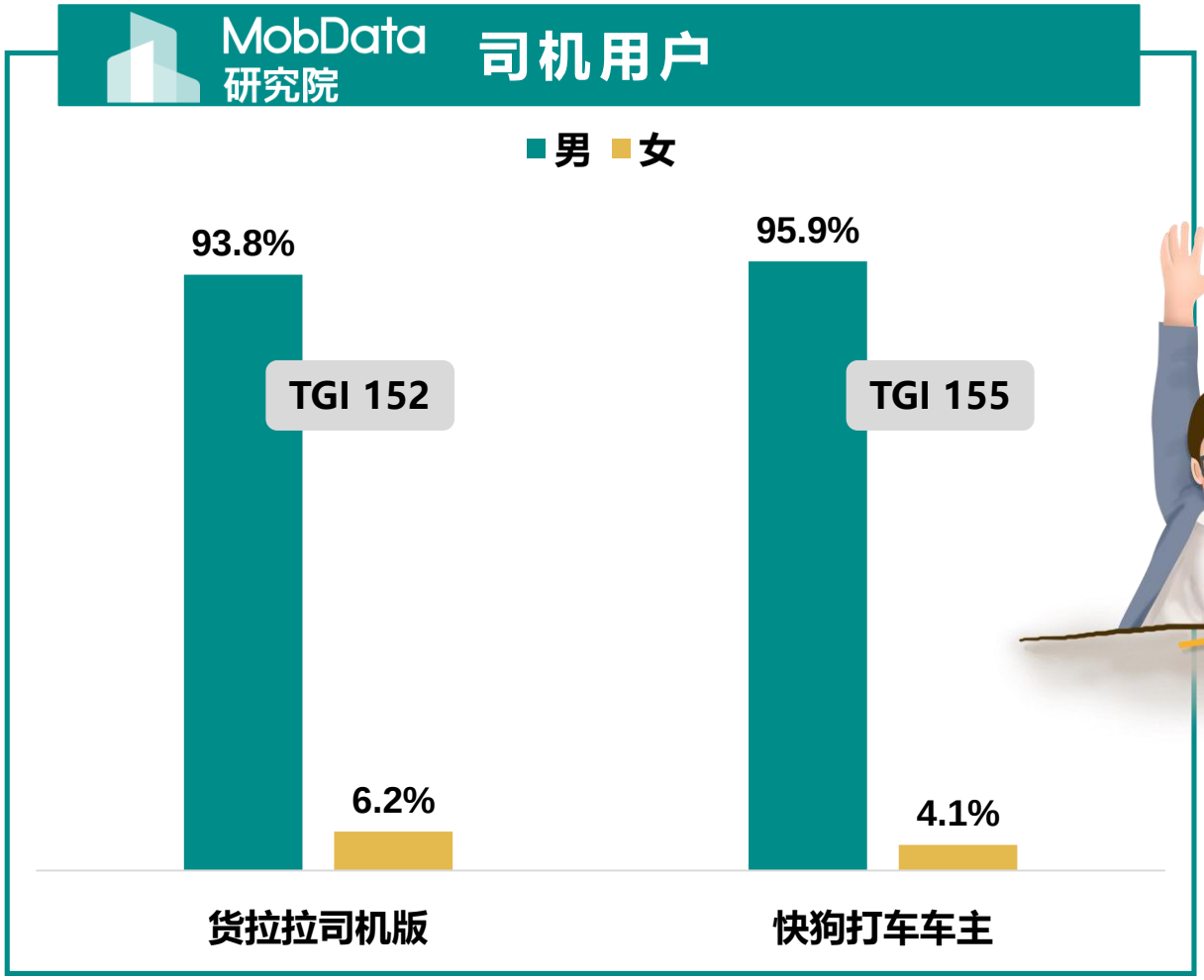
注： “活跃1天”称之为“轻度使用用户”

同城货运-B2C-用户画像-性别分布

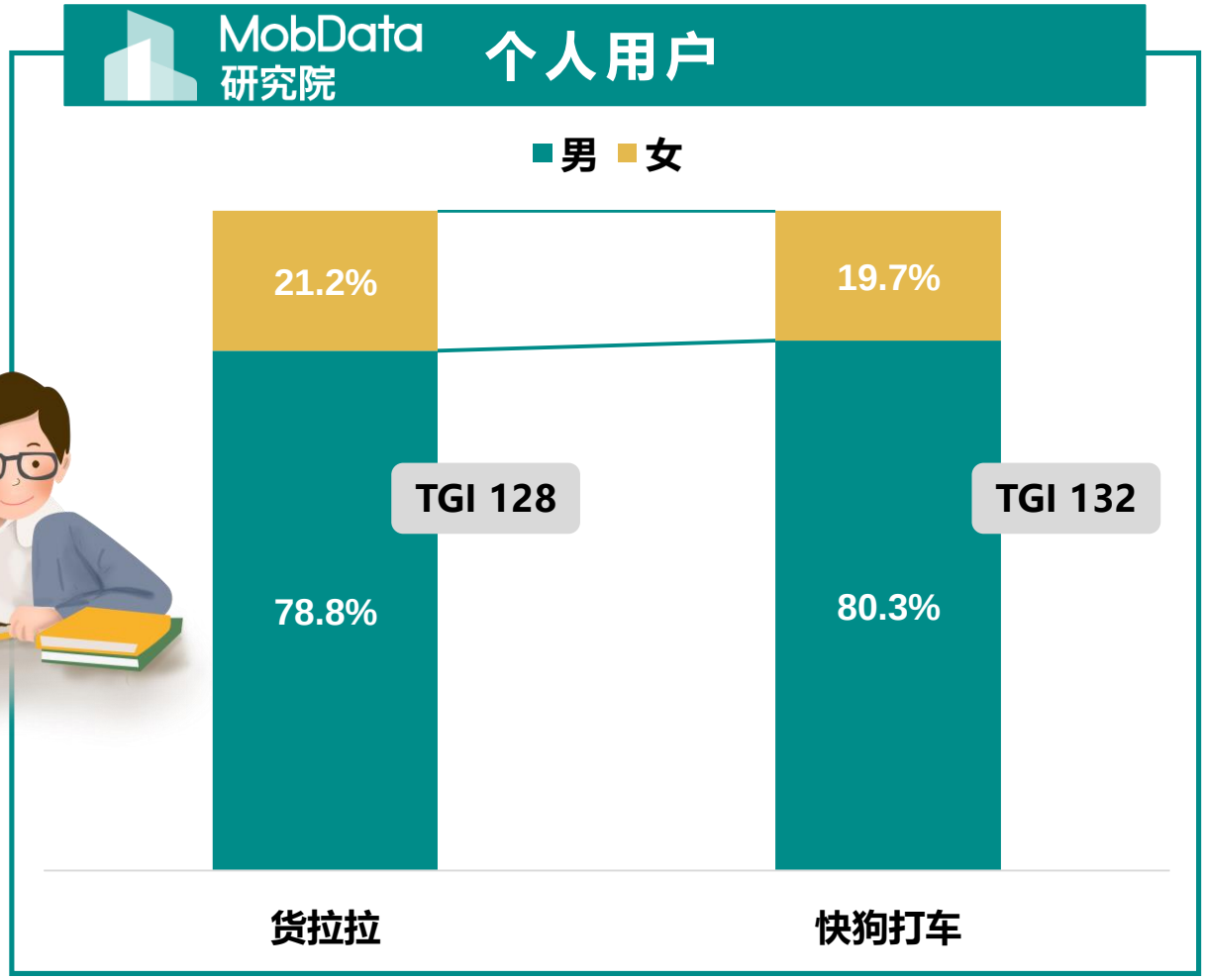
均以男性为主，司机用户中女司机占比仅在5%左右

MobData 研究院

司机用户



个人用户

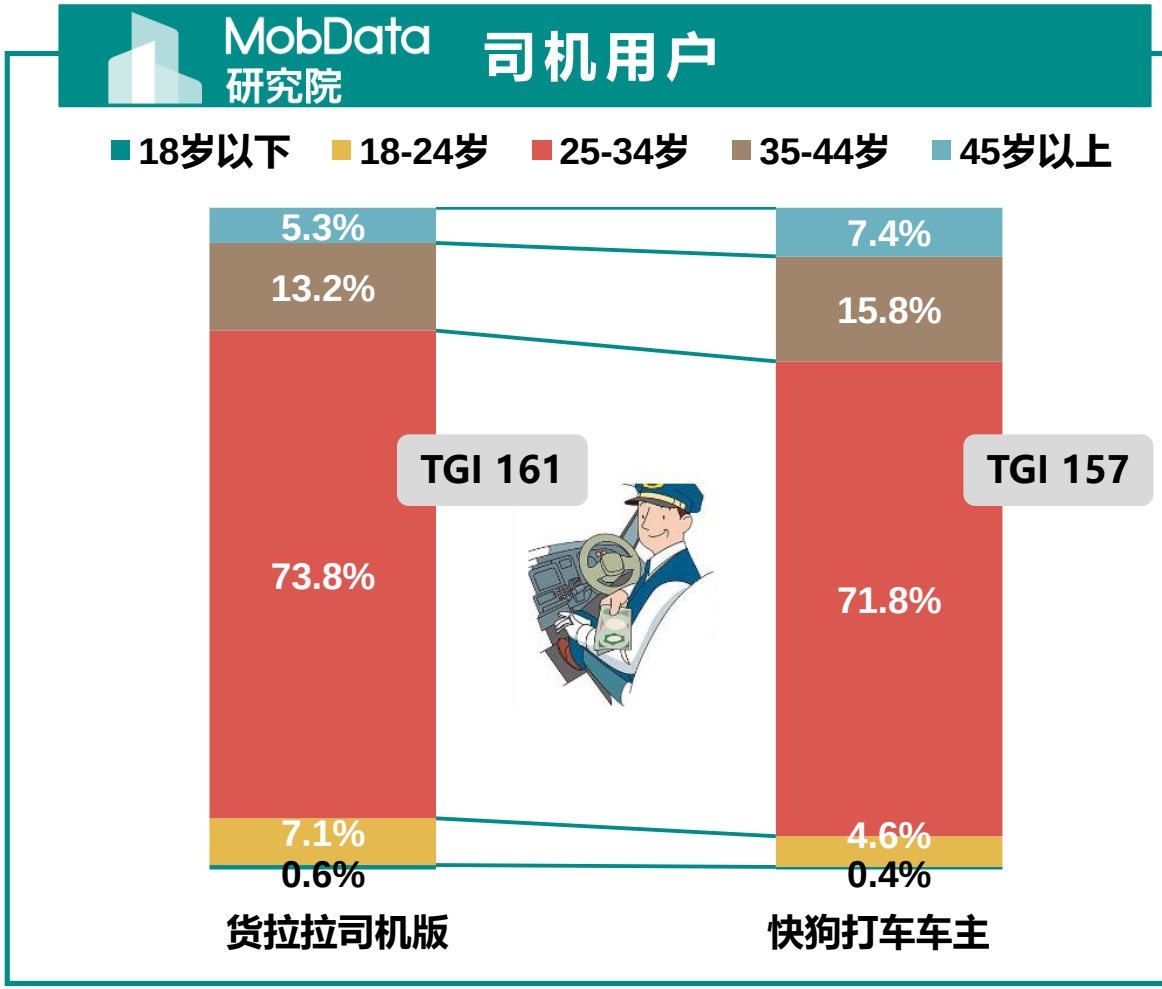


Source：MobData研究院，2018年12月

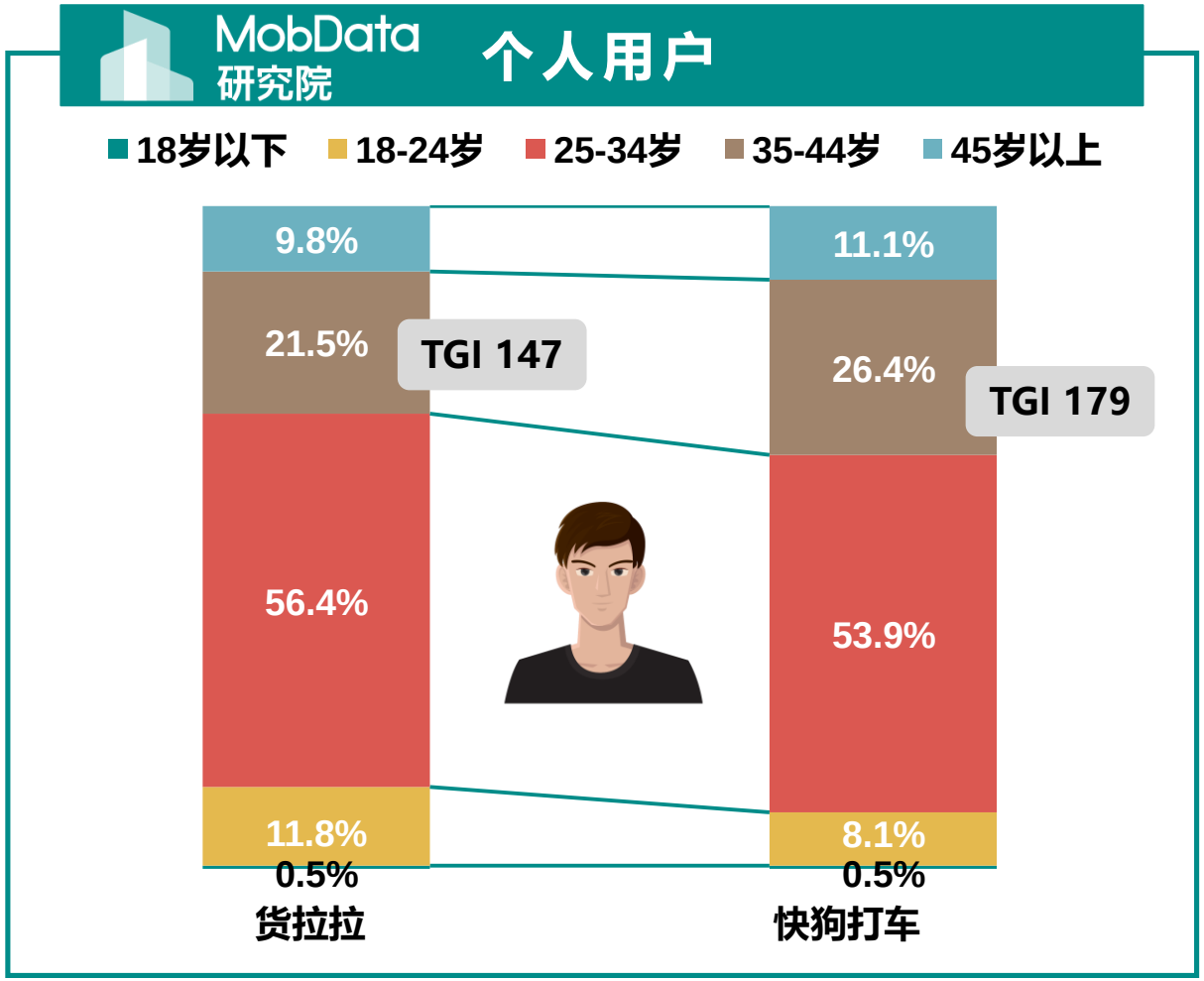
同城货运-B2C-用户画像-年龄分布

25-34岁人群是主要用户，35-44岁人群在个人用户中TGI最大

司机用户



个人用户



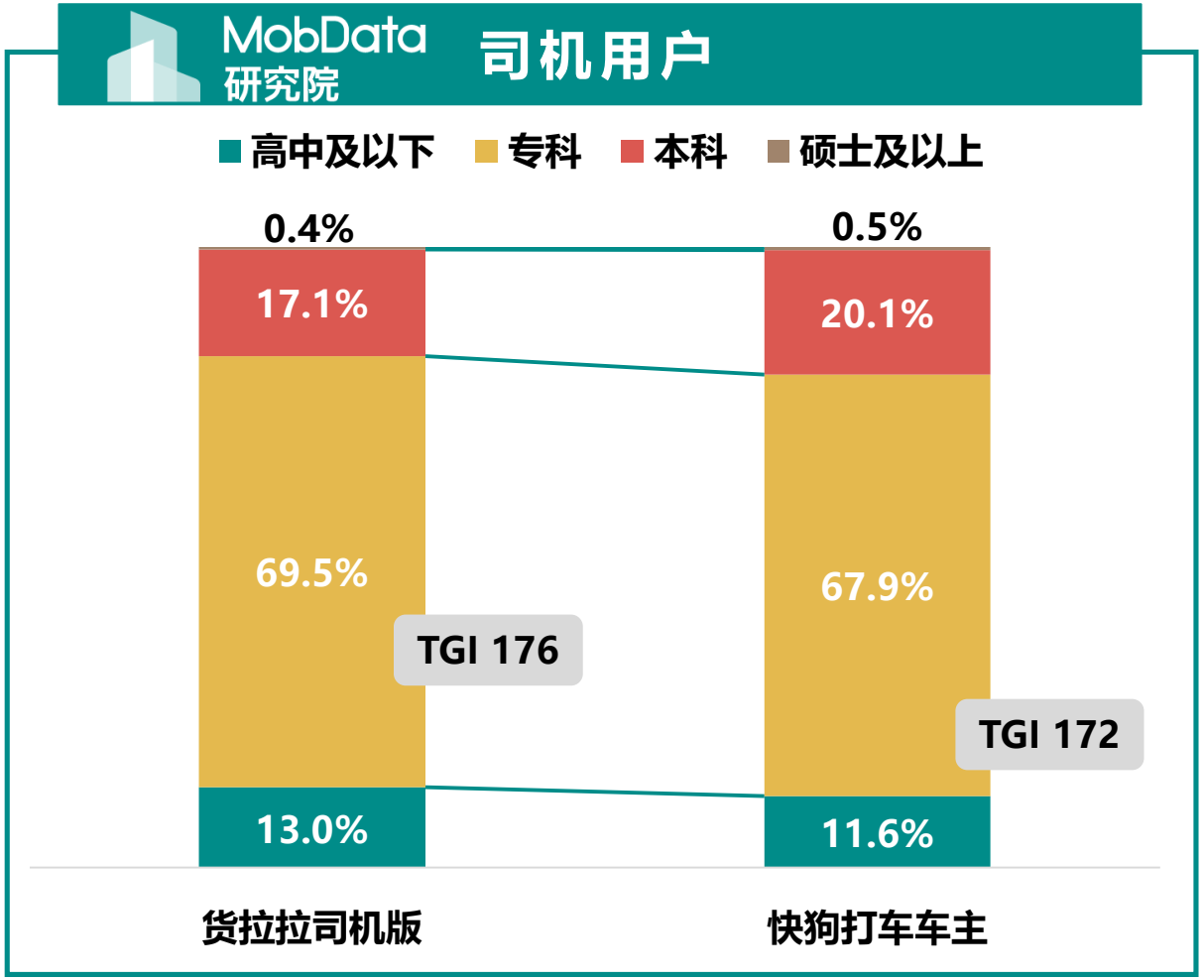
Source：MobData研究院，2018年12月

同城货运-B2C-用户画像-学历分布

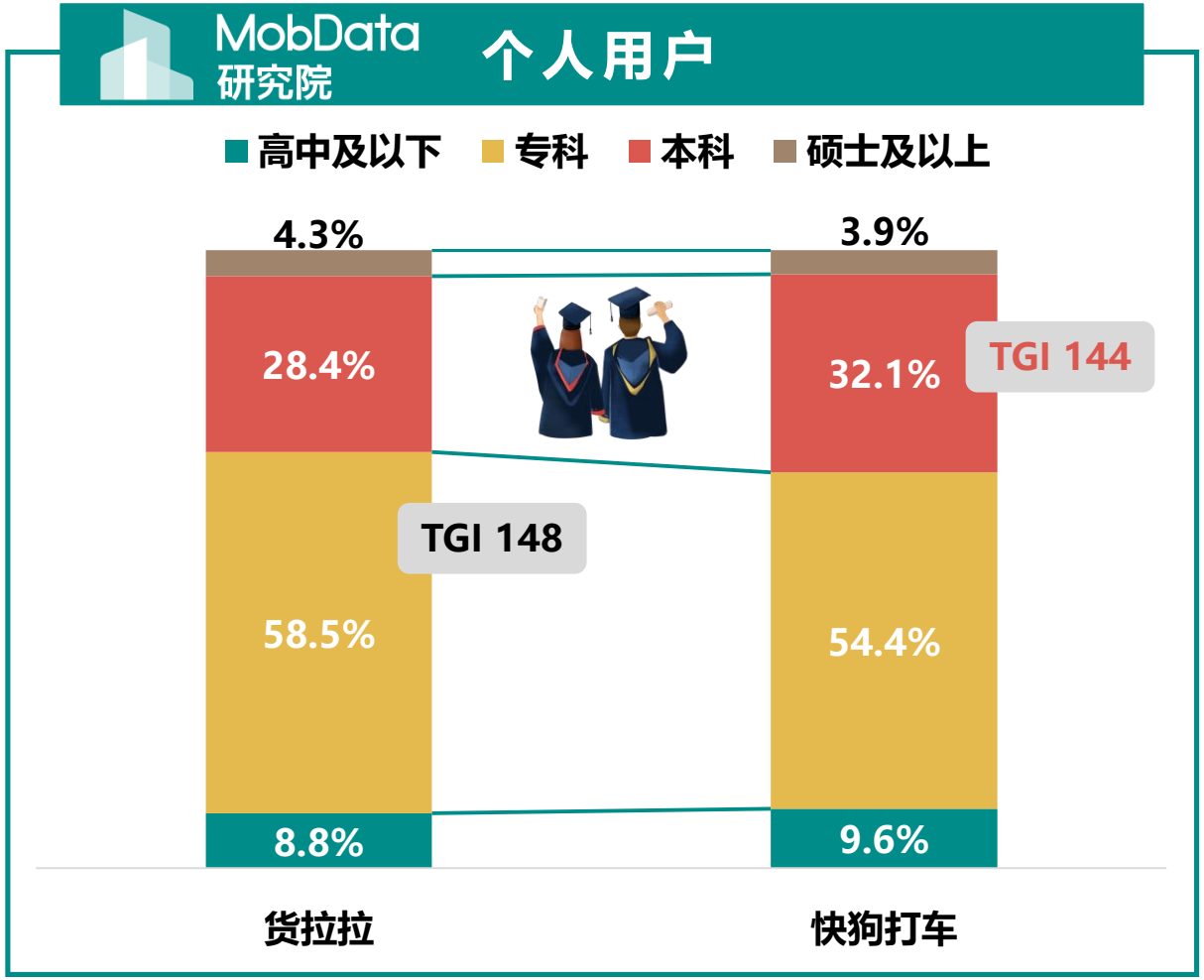
均以专科人群为主，个人用户中本科人群更偏好使用快狗打车

MobData 研究院

司机用户



个人用户

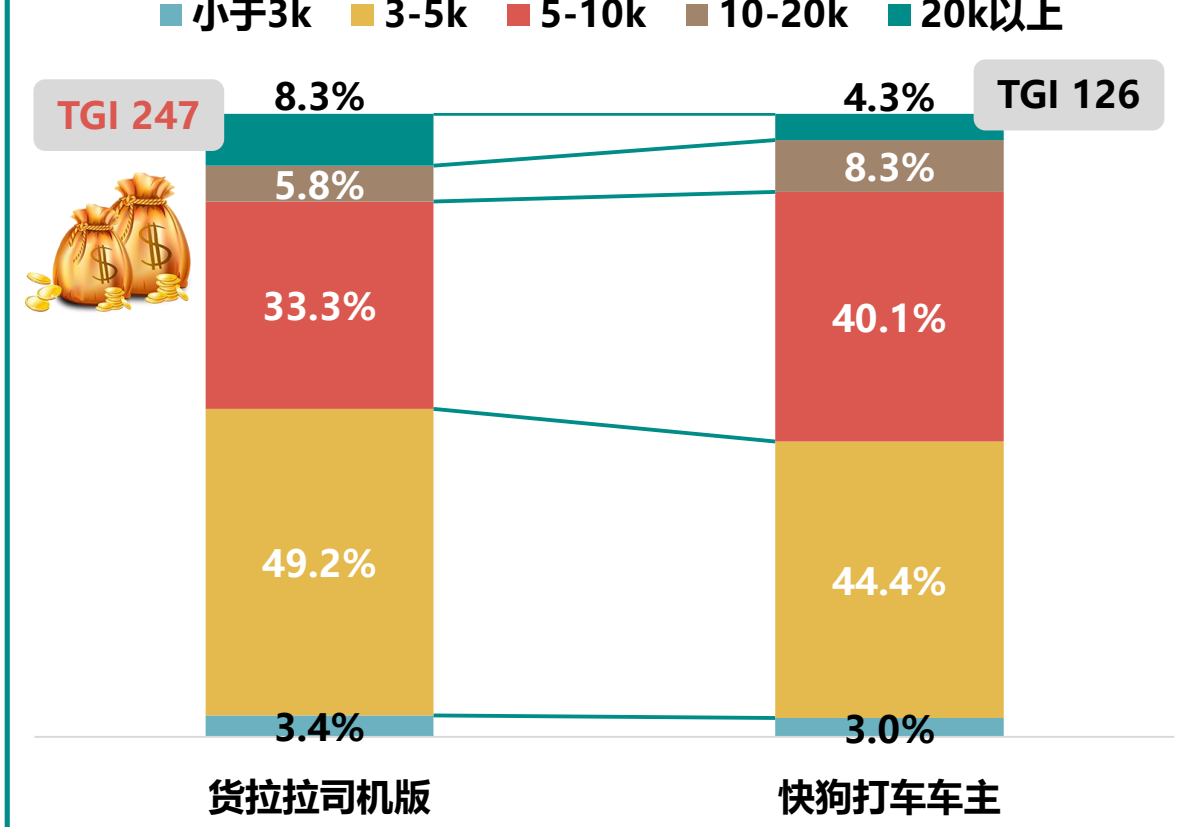


Source：MobData研究院，2018年12月

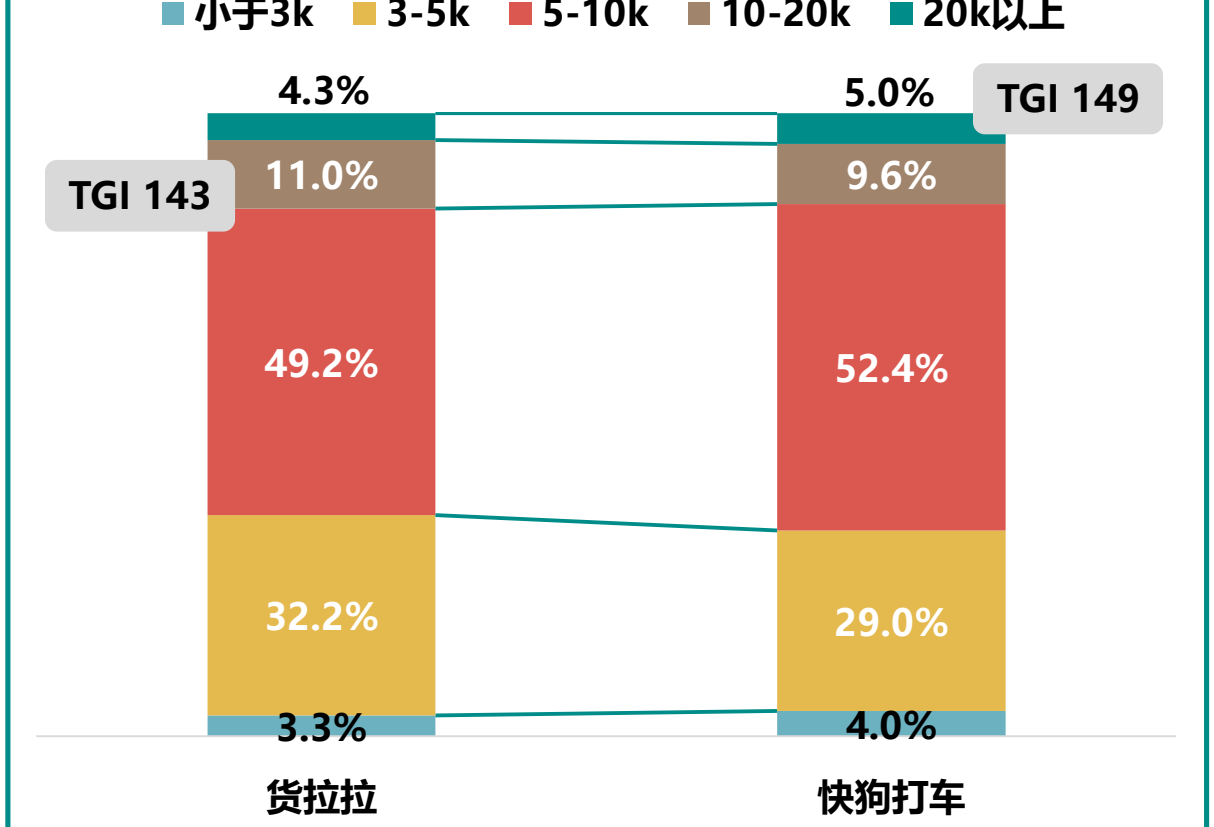
同城货运-B2C-用户画像-收入分布

司机用户中，货拉拉收入20k以上人群占比更大，TGI247，明显高于平均水平

司机用户



个人用户



Source：MobData研究院，2018年12月

同城货运-B2C-用户画像-家庭与资产情况

已婚有房人群占比大，快狗打车司机用户有车比例高于货拉拉

司机用户

	货拉拉司机版	快狗打车车主
已婚	62.2%	65.3%
有房	65.6%	68.2%
有车	83.5%	87.1%

个人用户

	货拉拉	快狗打车
已婚	65.6%	70.6%
有房	74.1%	81.8%
有车	68.7%	76.4%

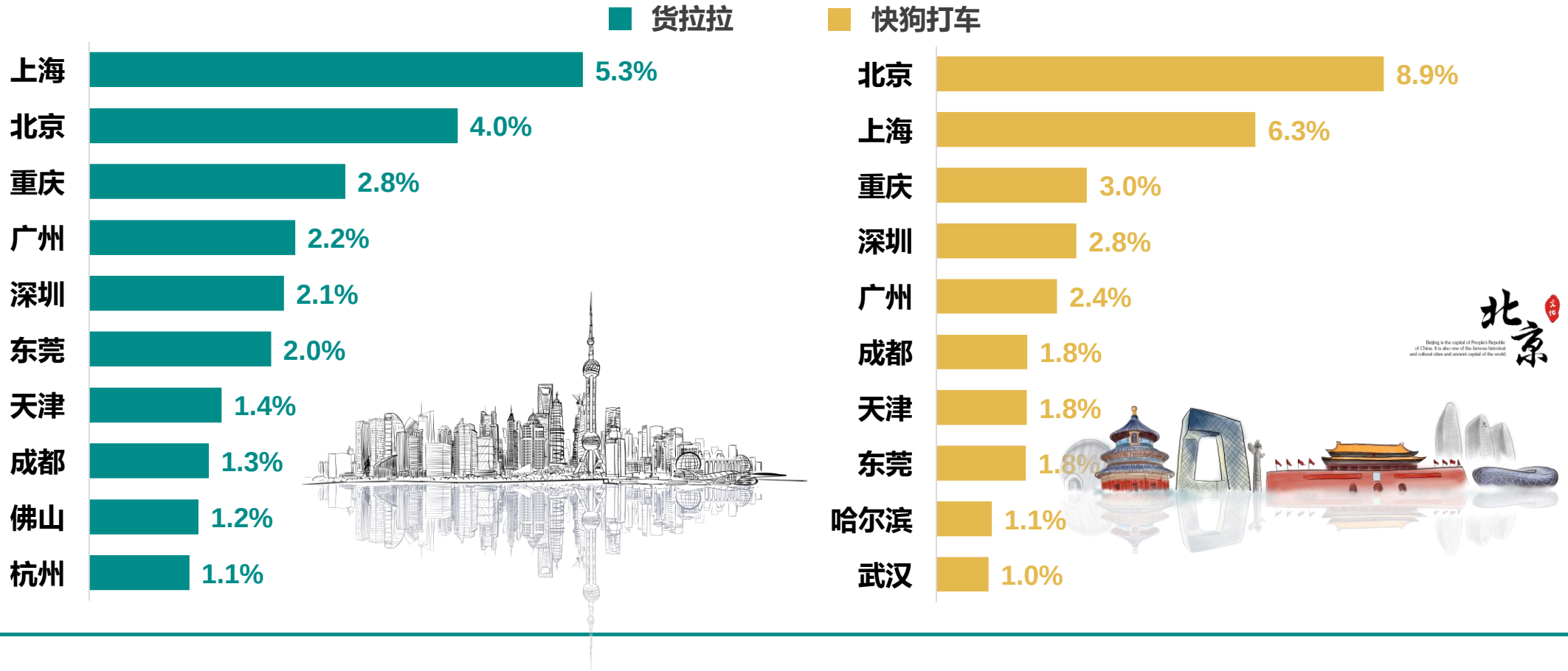
Source：MobData研究院，2018年12月

同城货运-B2C-用户画像-地域分布

货拉拉在上海的司机用户占比最大，快狗在北京的司机用户占比最大

MobData 研究院

B2C-司机用户-城市TOP10



Source：MobData研究院，2018年12月

3

Part Three

B2B典型App用户画像洞察

头部企业：云鸟配送
新秀企业：易货嘀

云鸟、易货嘀App介绍

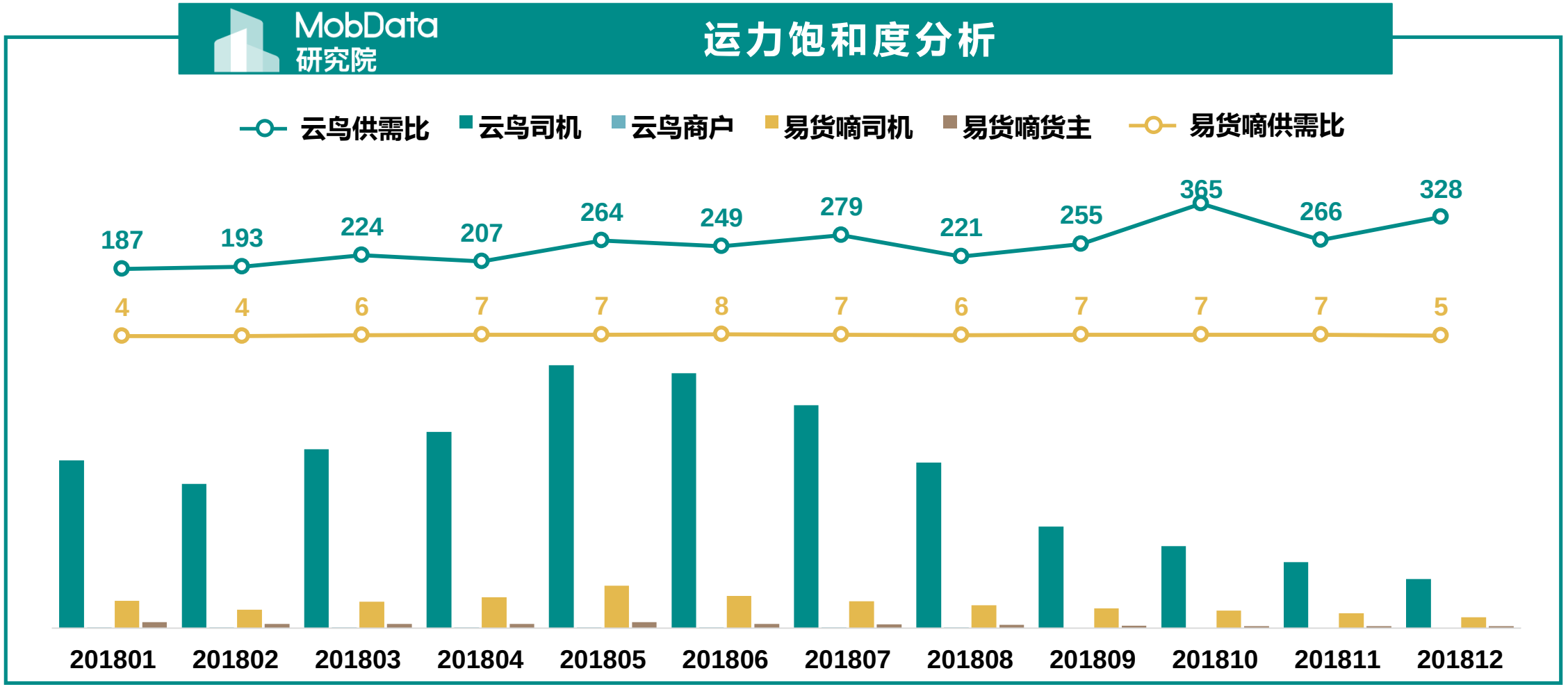
从司机端运营模式来看，云鸟是抢单模式，易货嘀倾向于培训管理司机

	云鸟	易货嘀
需求端	云鸟商户	易货嘀货主
供给端	云鸟司机	易货嘀司机
运营差异	以司机抢单模式为主	招募协议司机、专业车队 以定契约、重培训为主

Source：MobData研究院

同城货运-B2B-运力饱和度分析

云鸟运力饱和度很低，该平台攒聚了大量司机运力资源有待释放



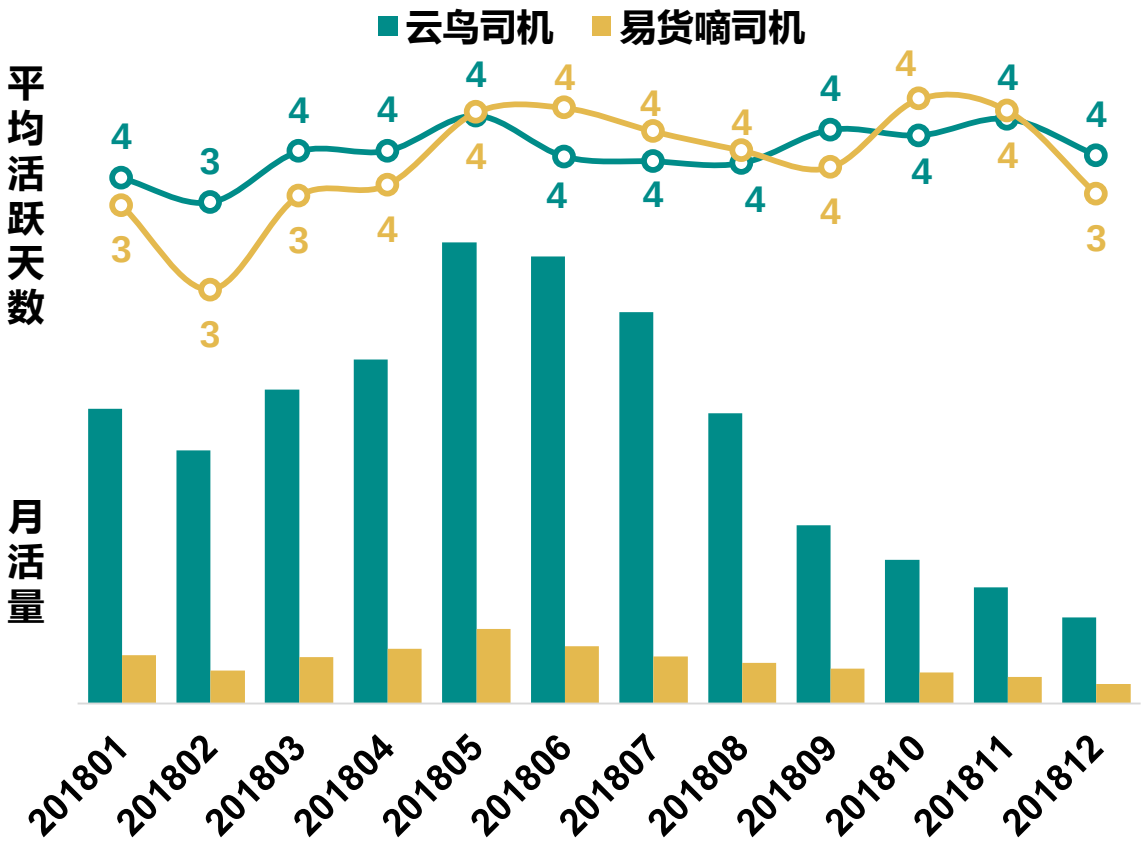
Source：MobData研究院，2018.1-2018.12

注：运力饱和度=司机用户（月活量）/商户用户(月活量），比例越小，运力饱和度越高

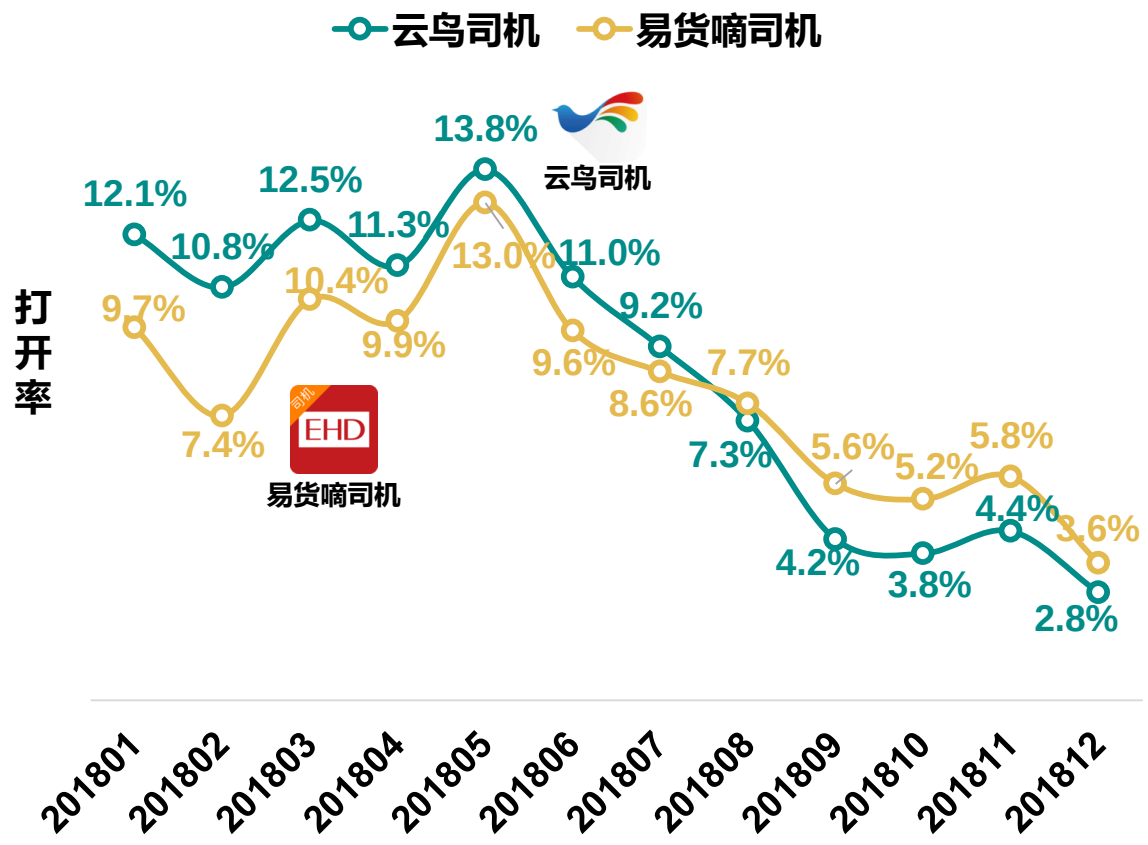
同城货运-B2B-月活量、平均活跃天数及打开率分析

从用户活跃度看，云鸟稳居TOP宝座；从打开率看，下半年易货嘀有超越之势

司机用户-活跃度



司机用户-打开率

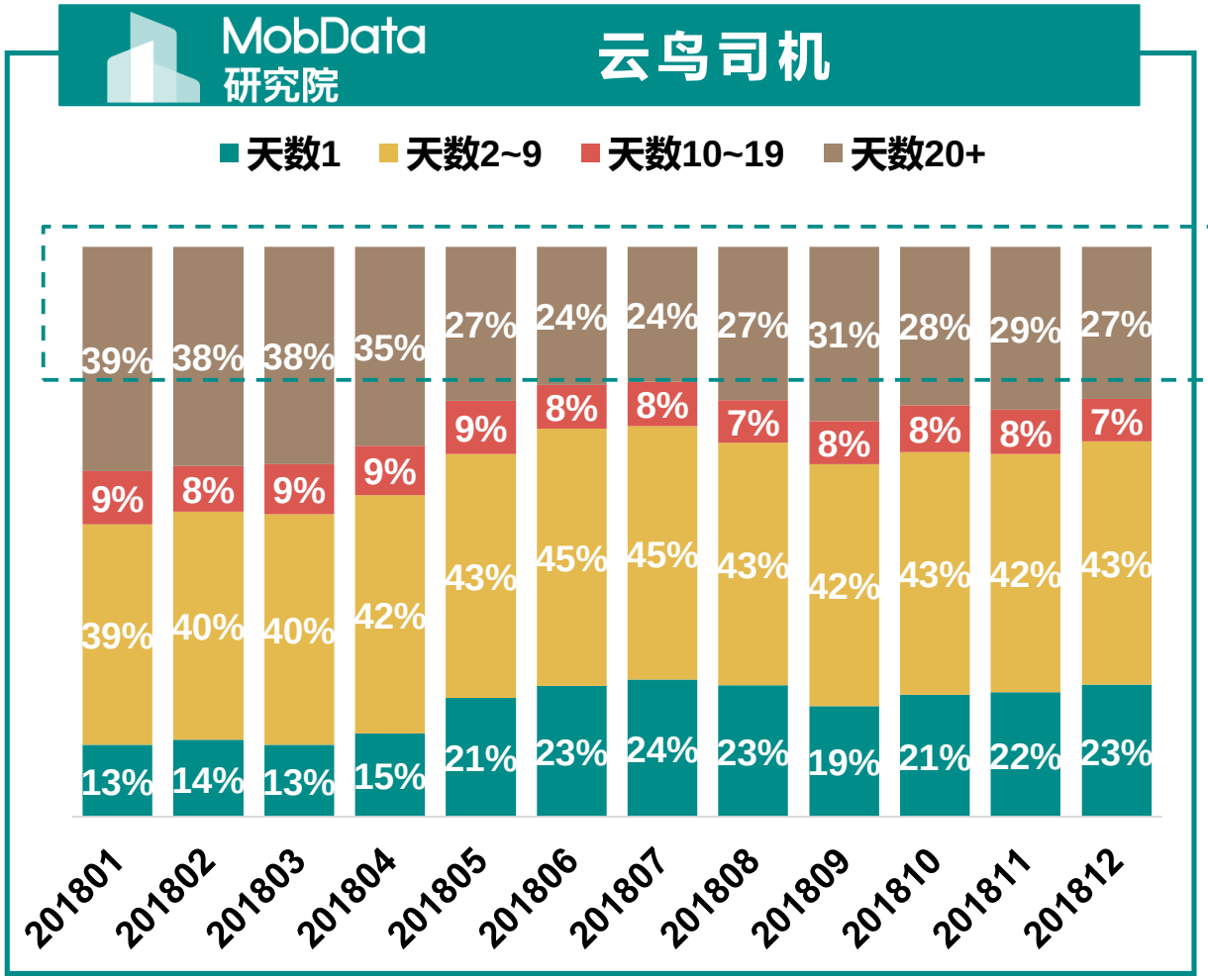


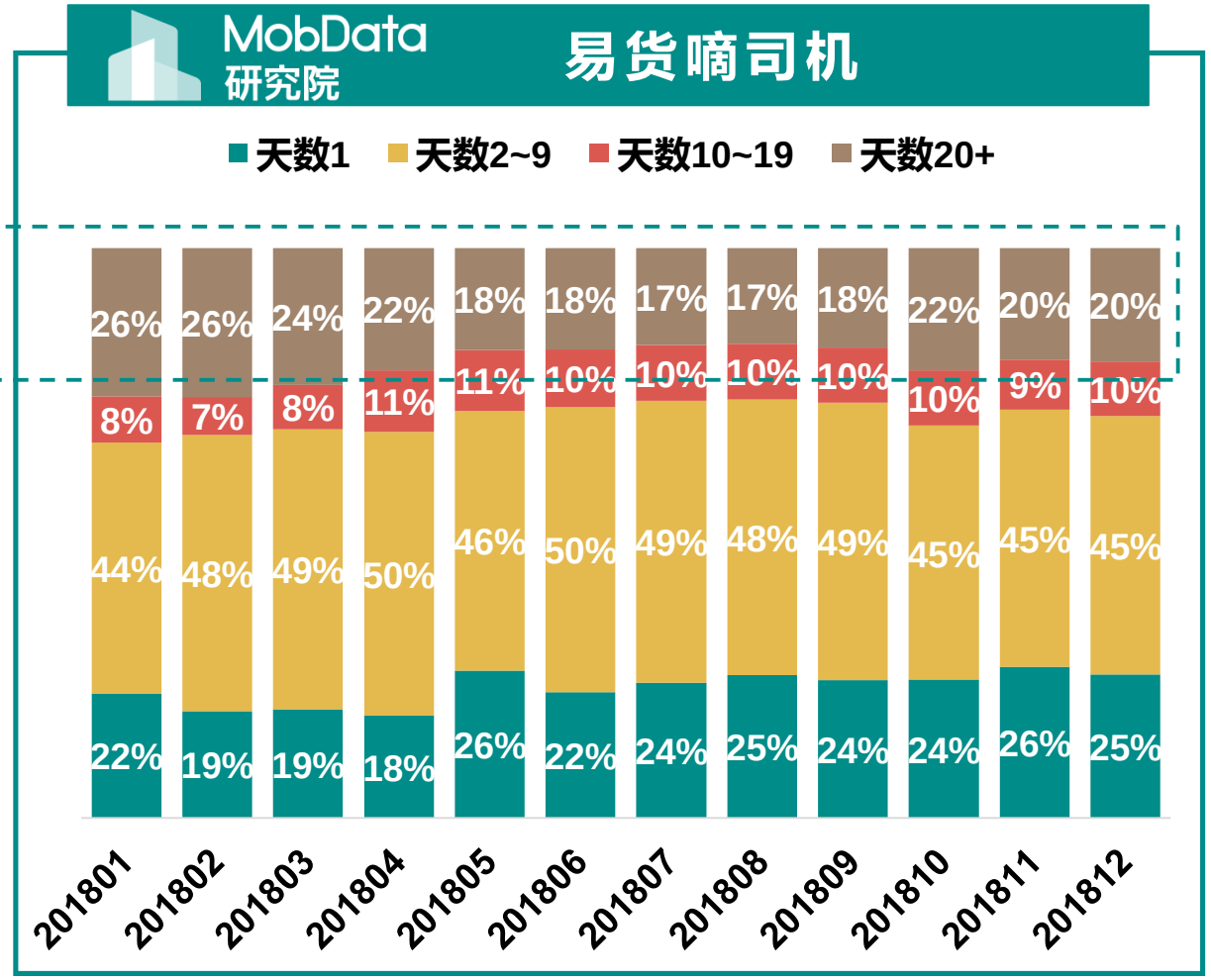
Source：MobData研究院，2018.1-2018.12

注：平均活跃天数=该App活跃用户在指定统计周期内使用该App的平均天数；打开率=所选时间内该APP的活跃设备数占该APP安装设备数的比例

同城货运-B2B-活跃天数分布分析

云鸟忠诚用户占比大于易货嘀，抢单模式有助于提升用户粘性





Source：MobData研究院，2018.1-2018.12

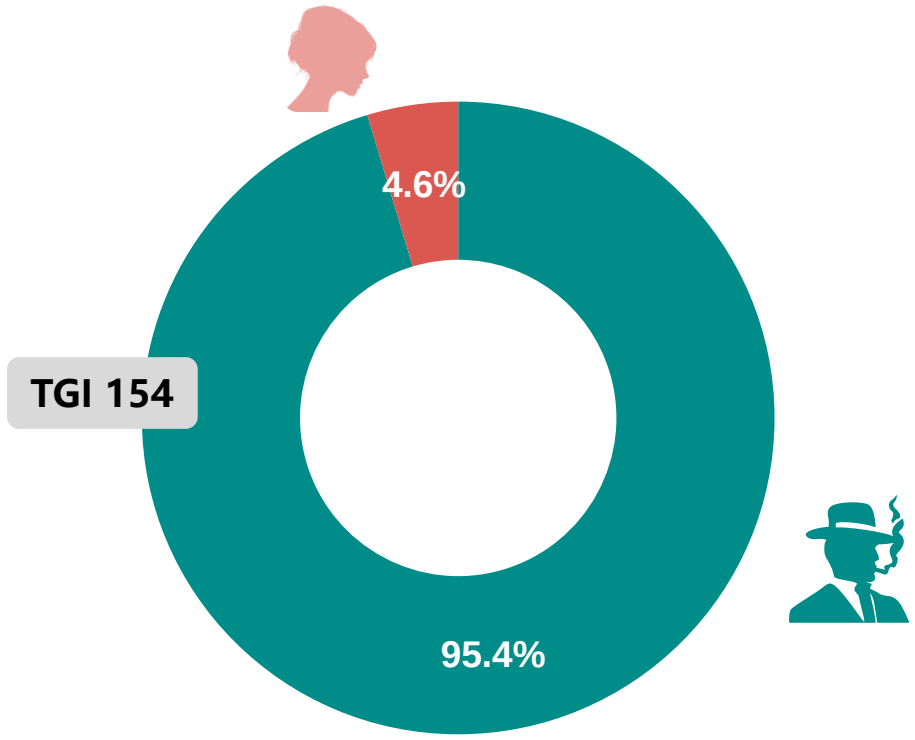
注：“活跃20天+”称之为“忠诚用户”

同城货运-B2B-用户画像-性别分布

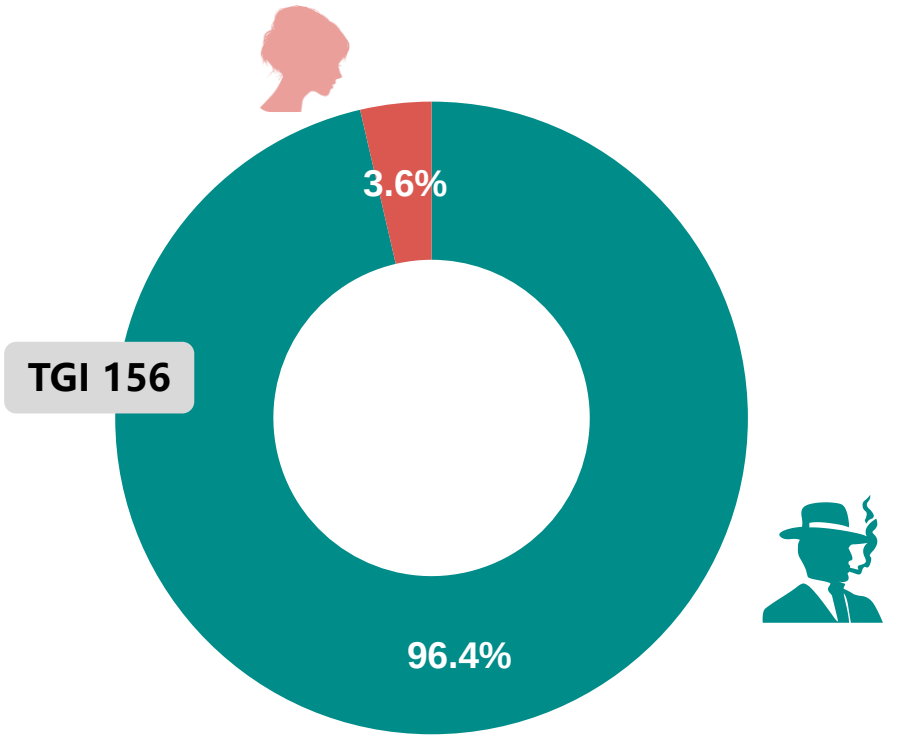
用户以男性为主，女性司机用户比例低

MobData 研究院

云鸟司机



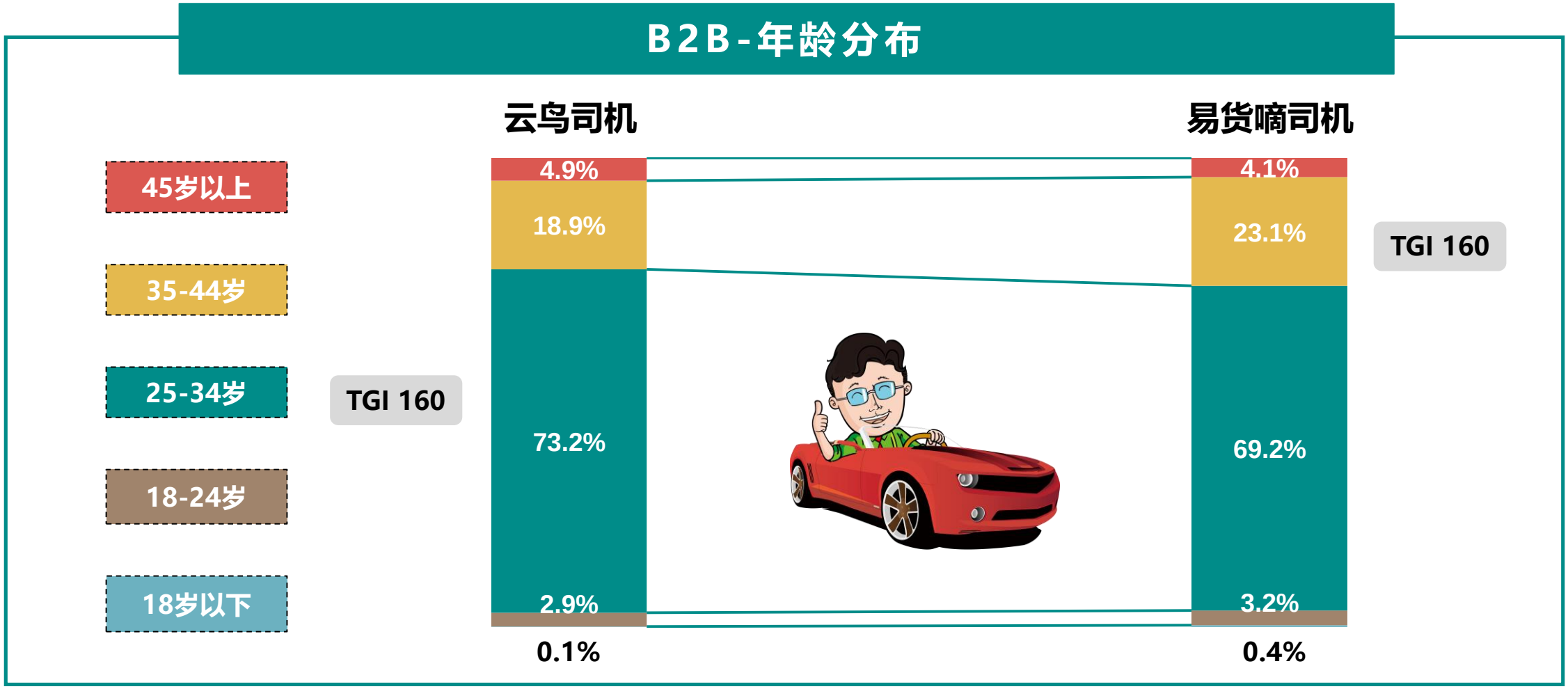
易货嘀司机



Source：MobData研究院，2018年12月

同城货运-B2B-用户画像-年龄分布

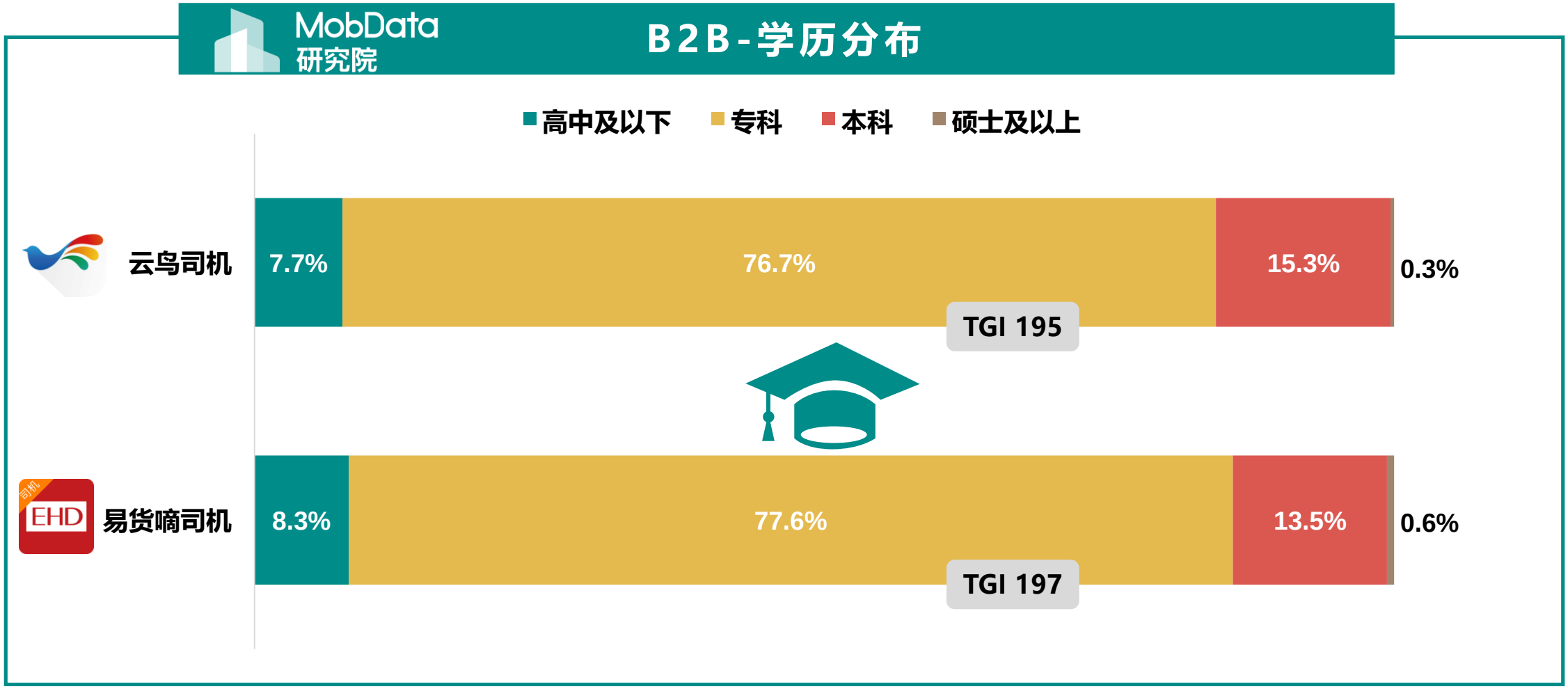
25-44岁是主力用户，其中云鸟司机用户更偏年轻化



Source：MobData研究院，2018年12月

同城货运-B2B-用户画像-学历分布

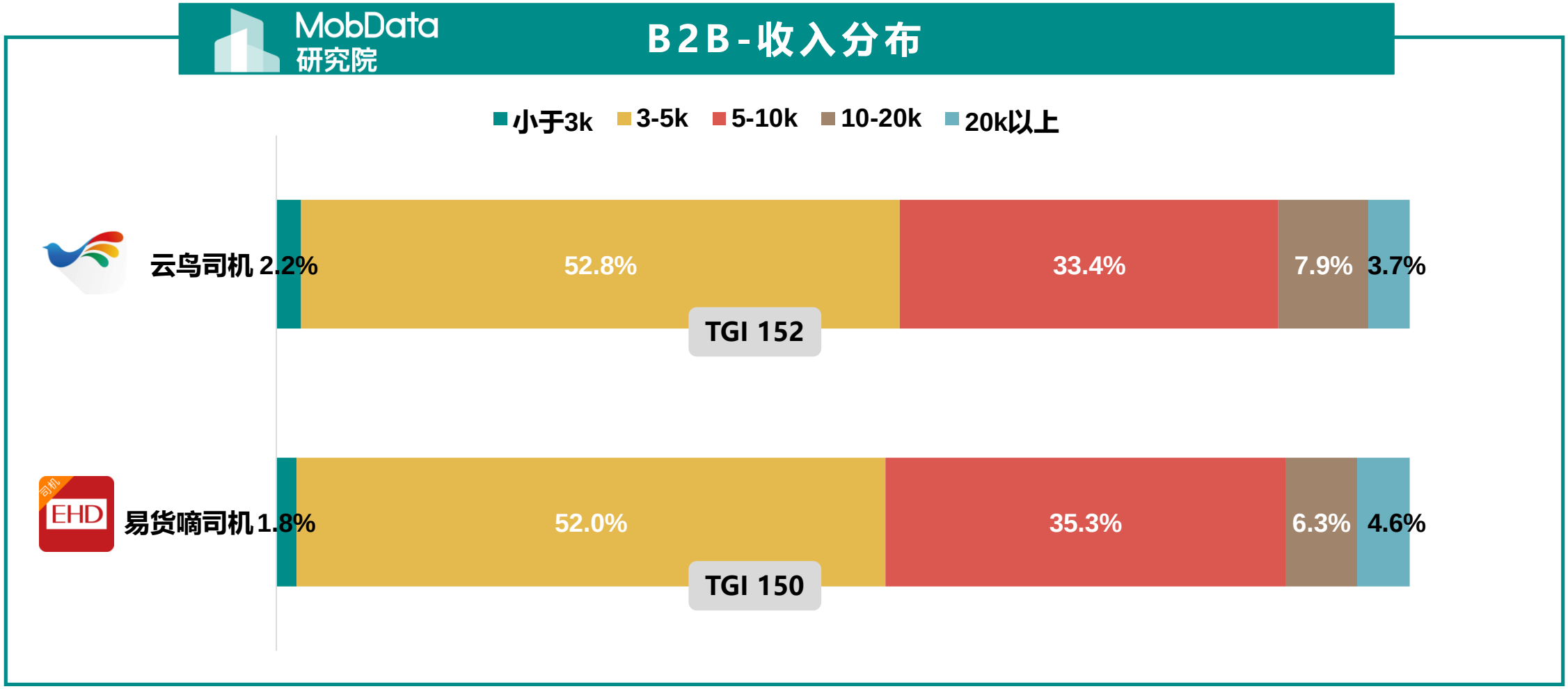
头部App学历分布较为接近，用户多为专科学历



Source：MobData研究院，2018年12月

同城货运-B2B-用户画像-收入分布

头部App收入分布类同，其中3-5k收入用户占比最大



Source：MobData研究院，2018年12月

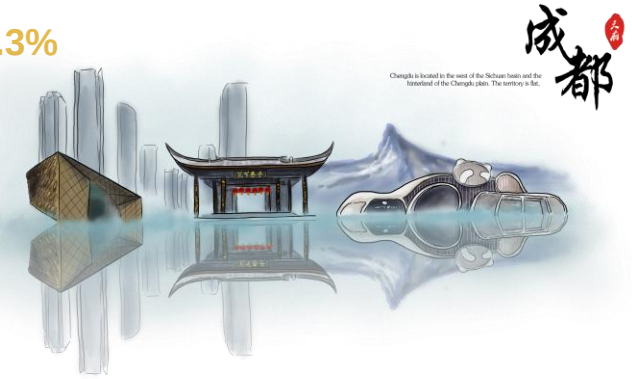
同城货运-B2B-用户画像-地域分布

云鸟在上海的司机用户占比最大，易货嘀在成都的司机用户占比最大

MobData 研究院

B2C-城市TOP10

云鸟司机		易货嘀司机	
上海	9.9%	成都	8.0%
北京	8.3%	杭州	5.8%
天津	2.4%	上海	4.7%
广州	2.3%	北京	3.5%
重庆	2.1%	广州	2.3%
深圳	1.9%	重庆	2.3%
武汉	1.8%	天津	1.2%
杭州	1.6%	青岛	1.1%
成都	1.5%	东莞	1.1%
苏州	1.4%	宁波	0.9%



Source：MobData研究院，2018年12月

4

MobData 研究院

Part Four

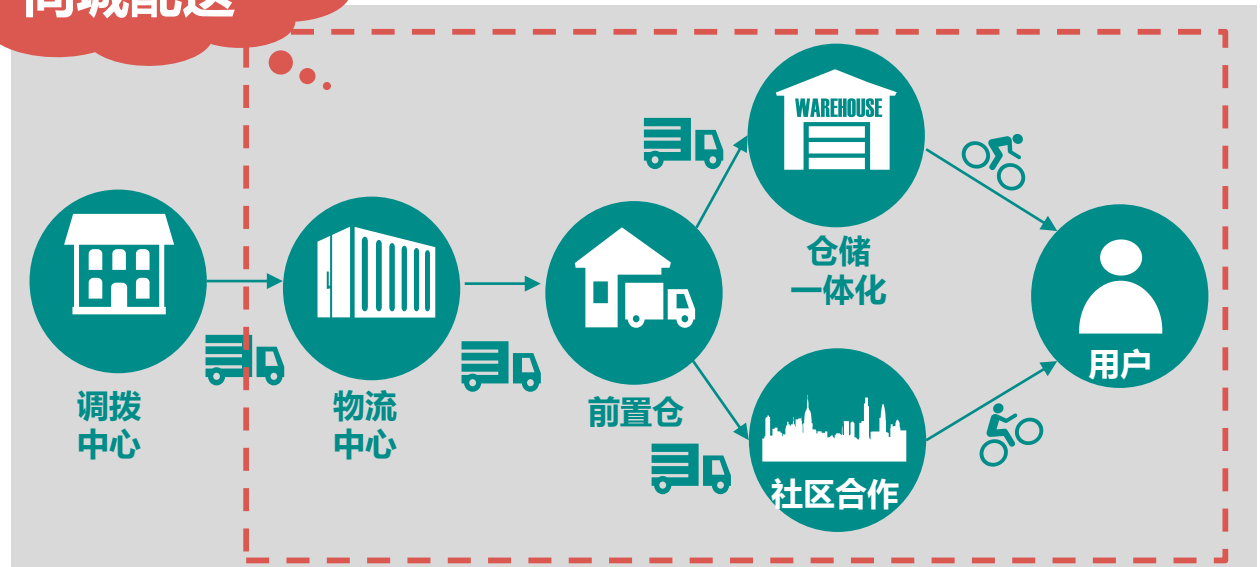
同城货运行业发展趋势分析

新零售给予同城货运行业持续性热度

新零售本质“线上+线下+物流”一体化，加剧“最后一公里”物流之争

同城配送

新零售物流网络图



内容节选自MobData研究院《2018新零售研究报告》

大家好，又要开始洗牌了

Source：MobData研究院

进入下半场，货源成为核心话语权

围绕货源、运力构筑护城河，共建城配新商业业态

运力是核心

自有运力	VS	众包社会化运力
优势：更能掌握运力资源，为企业客户提供高质服务 劣势：重资产，运营成本高 代表企业：驹马物流等		优势：轻资产，运营成本低 劣势：对运力资源掌握较弱 代表企业：云鸟配送、货拉拉、快狗打车、易货嘀等

城市配送新商业业态

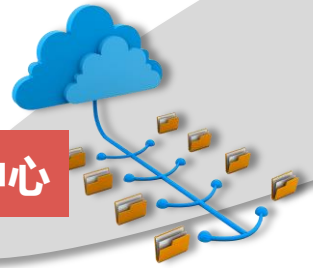
大数据 BIG DATA

大数据驱动

新能源货车

上半场：百花齐放阶段

社区云仓（店仓）



成熟枢纽调拨中心

现在

下半场：洗牌、站队阶段

- 阿里、京东（**新零售货主**）：新配盟、冷链城配产品
- 苏宁（**传统商超、新零售货主**）：提供准时达服务
- 海尔（**家电类大件货主**）：日日顺物流
- 国美（**家电类大件货主**）：安迅物流

货源是核心

Source：MobData研究院

切入2B端业务是大势所趋

自有运力和众包运力高下未分，新能源造车紧跟国家政策导向

2B还是2C?

- B端客户占比**9成**、计划性稳定需求、**消费频次高**
- C端客户占比**1成**、非计划性偶发需求、**消费频次低**

自有运力还是众包运力?

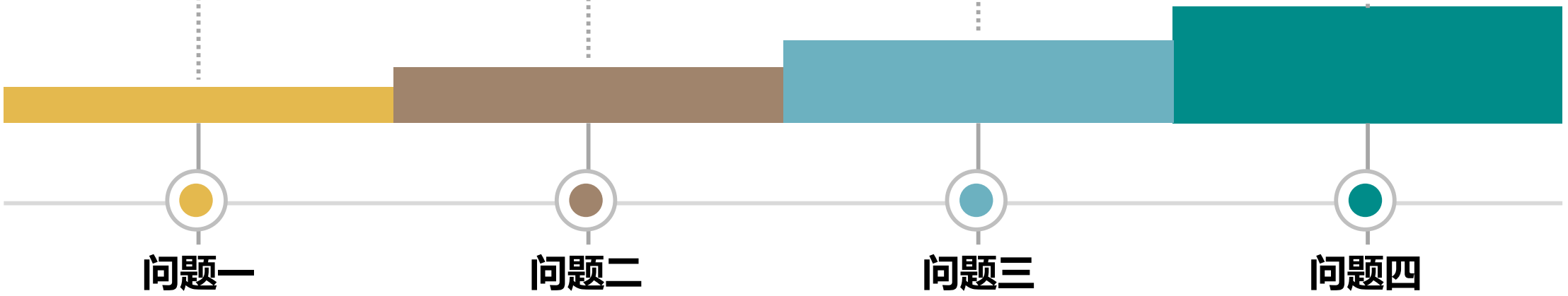
- 自有运力通过**造车**解决重资产运营成本高问题
- 众包运力难以单凭技术稳抓运力资源，但可服务更多C端客户

造不造车?

- 造车：符合国家政策导向（**新能源车**）、降低车辆损耗折旧成本、加强与司机的维系

运力还是货源?

- 货源：新零售、传统商超货主一旦开展城配业务，将从资金、货源角度强势冲击，**如何与货主建立强关系**是所有从业者需要考虑的问题



Source：MobData研究院

报告说明

1.数据来源

MobData研究院报告数据基于市场公开信息，MobData自有监测数据，以及MobData研究模型估算等来源。

2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2018.1-2018.12

具体数据指标请参考各页标注

3.版权声明

本报告为MobData研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中国人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobData监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobData无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

MobData研究院

谢谢观看

关注我们