中国同城货运市场热点简报

2015年

www.iresearch.com.cn

iResearch
艾 瑞 咨 询

1 同城货运市场介绍

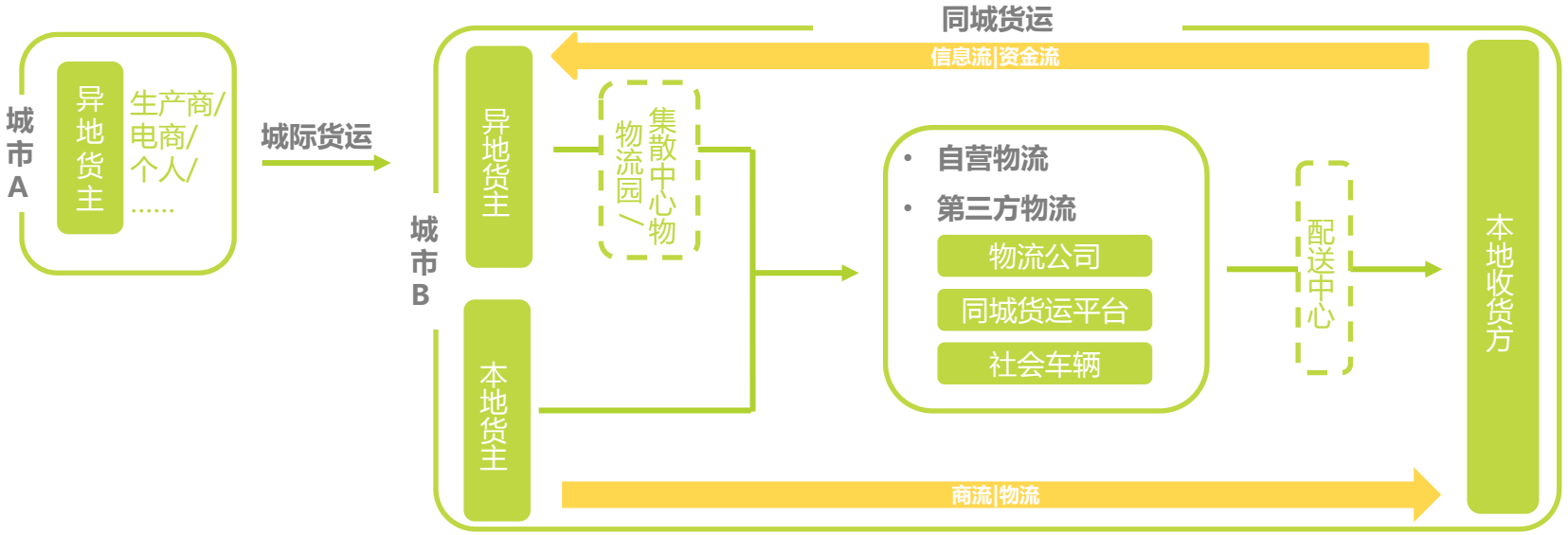
2 同城货运市场互联网化

同城货运市场介绍

同城货运是既城际货运的延伸，又是独立的货运经营模式

同城货运 属于专业物流配送服务，又被称为“最后一公里物流”，与顺丰、申通、德邦、圆通等全国联网的专业物流公司的的业务侧重点不同，同城货运仅提供一个城市内点到点之间的短距离物流配送，通常满足“多种产品、单方收货”或“单一产品、多方收货”两种不同需求，配送货品以大件（数量大、体积大）为主。

- **城际货运的延伸**：在城际货运阶段完成后，同城货运服务提供方负责将异地货主的货物从物流园\集散中心配送至本地供应商、商户等收货方，完成整个物流环节；
- **独立的货运经营**：同城货运服务提供方可以为本地超市、商户等货主提供城市内点到点的货运服务。



同城货运市场介绍

同城货运≠同城快递

通常来说，根据货品数量、体积区分同城货运和同城快递业务。两者具备同城配送和零担物流的特点，但在服务群体、服务需求和配送效率上存在较大差异。

	服务群体和对象	服务需求	配送效率
同城货运	• 服务群体包括个体业主、中大型企业 • 基本为50公斤左右货物，大型公司则以大票大件货物为主	**规范、定制需求** • 规定时间内送货 • 进场验货 • 送货到架 • 货品码放 • 全程服务节点反馈 • 签单限时返回等	• 对各线路中转的时间对接和转运中心的操作时间有较严格要求 • 部分城市有货车禁行线路，对配送时效性有较大影响
同城快递	• 服务群体主要为个体业主 • 以小件包裹、信件为主	**基本需求** • 送件上门 • 验货签收 • 反馈收货信息等	• 配送任务随时可分发，无严格时间要求 • 每名快递员有固定分配区域 • 多为“点对门”配送，由小型电动车进行，对配送路途的交通情况要求较低，且无限行限制

同城货运市场的发展

同城货运行业已进入移动互联网时代

货运市场的发展，实际上是货运市场信息载体的变迁及发展。由“小黑板”时代到信息网时代再到货运信息平台时代，物流信息的转化率不断提高。



同城货运信息平台：随着智能手机等移动终端的普及，移动互联网时代下同城货运App客户端应运而生。货运信息平台（移动端App为主体）将货源信息和车源信息进行匹配，帮助企业简化不必要的环节，节省大量的人工、收派成本，并且为货主提供个性化的服务。



物流信息网：进入互联网时代，货运信息由LED屏幕登上网页，出现物流信息网。物流信息网汇聚更多的货源及车源信息，且更新速度明显提高。但信息传递方式并未发生实质性变化，货主及司机将相关信息发送到物流信息网，同时寻找可能跟自己匹配的货运司机或货运订单。



“小黑板”作坊式货运中心：小黑板+座机+工作人员可以组成一个小型传统的货运中心。货主通过电话将货运信息告知工作人员，工作人员将相关信息写在小黑板上，司机从小黑板的货运信息中，寻找适合自己的运单。后来，“小黑板”进化为“LED显示屏”，城市内出现货运信息港，但其信息传递本质并未发生改变。

1 同城货运市场介绍

2 同城货运市场互联网化

同城货运市场的弊端

同城货运行业是一个市场份额大、但发展却相对落后的行业。

目前就北京而言，2015年同城货运市场规模大概为250亿元—300亿元。但传统的同城货运行业存在信息转化率低、定价透明度低、货主及司机的权益无保障等弊端。

信息转化率较低

- 货主有货物运输需求时，通常是直接联系“熟车”司机。当发生“熟人”司机已有别的货主订单等临时事件，货主通常直接在会在批发市场门口等货运司机聚集的地方（相当于信息港）寻找适合的司机。在这种情况下，从“需求”到“交易”的信息转化率较低。

运费定价透明度低

- 由于信息转化率较低的存在，货运运费通常由司机自行决定，虽然同行竞争在一定程度上可以使得运费合理化，但由于缺乏统一的市场行业标准，定价透明度较低。另外，在空驶率较高的情况下，司机通常会将空驶的运费加在货运费用中。

货主及司机的权益无保障

- 传统同城货运模式下，出现“丢货”“损货”的概率较大。货主无法放心的将货物交给司机是大多数同城货运货主主动选择“熟车”司机的主要原因。
- 另外，传统模式下，由于中介的存在，司机要交较高的中介费，才能拿到中介的货单。更有黑心中介利用虚假物流信息欺骗货运司机。

同城货运平台介绍

以移动端App为主体，解决同城货运市场弊端

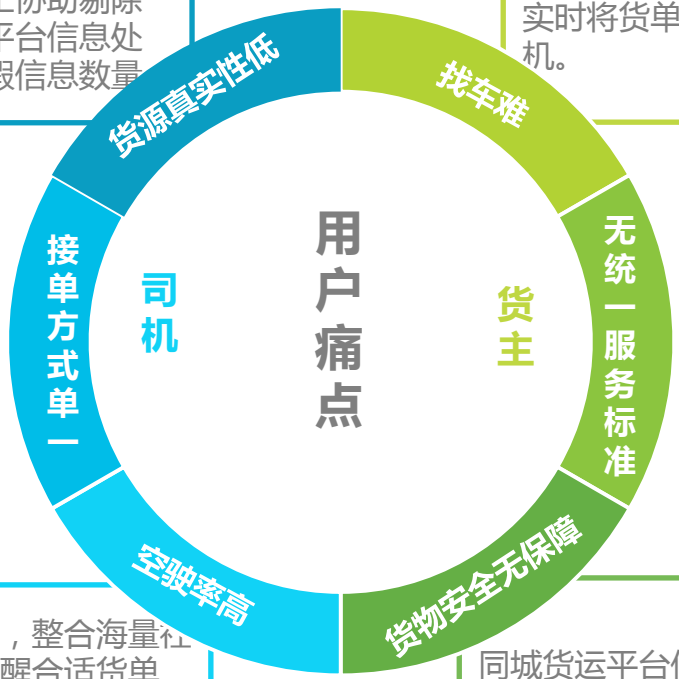
互联网模式下，希望通过搭建同城货运信息交易平台，将同城货运的信息同时对接给司机和用户两方，做到信息扁平化，整合社会上的车辆及司机资源来实现同城间货运。提供一个城市内两点之间(尤其是市区范围内)的物流货运, 要求的是时效性。

在信息交易平台的信用背书下，司机与货主双方可以自由交易，拥有充分的信誉保障。通过网络匹配、网络交易、网络结算完全替代传统货运信息传播模式，简化传统货运模式下所有不必要的环节，节省大量时间和成本，并且能为用户提供个性化服务。



注释：货运移动端App的logo排列不分先后。

同城货运App—用户痛点



解决方案

- 整合社会货源和车源，实时更新货单信息
- 利用大数据，人工协助剔除虚假信息，提高平台信息处理能力，降低虚假信息数量

提供PC端、移动端两种接单方式，设计个性化提醒铃声，也可提供实时短信提醒。

- 发挥互联网优势，整合海量社会货源，实时提醒合适货单，提高可接单数量
- 智能依据返程路线匹配返程货单，降低空驶率

解决方案

采用“嘀嘀打车”“Uber”模式，可在线选择合适车型，并实时将货单信息推送给空闲司机。

- 运输费用公开化
- 同城货运公司向司机提供培训服务，统一货运服务
- 在出现临时性事件时，信息平台会及时处理，调度可用车辆，降低配送延误率

同城货运平台作为第三方提供信用担保，为配送货品接入保险服务，提供闪赔基金等保障

同城货运App—构建主体

目前，同城货运App的构建主体主要分为四类：**互联网公司、物流公司、物流信息网站和货车制造企业**

	互联网公司	物流公司	物流信息网站	货车制造企业
目的	解决行业痛点，获取用户流量	管理车队，提高运输效率	拓展信息发布渠道	促进车辆销售
优势	① 较强的技术研发能力 ② App交互性能优秀 ③ 具备较强的互联网思维，善于发现用户痛点、发展延伸业务	① 较丰富的车队管理经验 ② 与集散中心和物流园联系紧密 ③ 自有车队可以相对提高、统一的服务质量	① 拥有一定数量的原用户 ② 对行业、用户的需求较熟悉 ③ 研发技术方面强于物流公司	① 现金流充足，可投入资金量较大 ② 良好的企业口碑易形成宣传品牌
不足	① 对于货运行业的认识可能存在不足 ② App的实用性有待提高	① 用户群体有限 ② App界面较粗糙，交互性能较差	① 用户群体有限 ② 盈利性较强，发展后劲不足	① 对物流行业、用户需求理解不足 ② 属于大型企业，创新能力及应变能力相对较弱

同城货运App—实现功能

	运单处理	货运在途	收货交付	后期管理
服务流程	运单受理 → 货车调度	提货装车 → 运输在途	收货确认 + 费用结算	运单管理
实现功能	**运费定价** **定位** **车货匹配**	**诚信体系** **在线投保**	**支付**	**评价**
	• 对货源、车主进行位置定位是车货精准匹配的基础 • 实现货主发货+找车、司机找货+抢单，实现货主主动找车、司机主动找货的功能，提高匹配效率，降低空驶率。	• 诚信体系包括： 1、交易个体本身的诚信，主要通过查验三证来解决； 2、交易行为的诚信，主要靠交易后的互评来解决。 • 货损、货丢关键要靠接入保险来解决，在运单确认环节中接入在线投保。	•货主先把运费支付给同城货运平台，司机运输结束，货主确认满意后在线付款。	•完成交易后双方可以进行互评，为诚信体系积累数据， •评价很差的司机，被计入黑名单，注销帐号。

同城货运公司的资本基础

自2014年以来，同城货运相关企业的融资事件层出不穷，其中罗计物流、一号货车等均在2015年获得数亿元B轮融资。这一方面反映了资本市场对于同城货运信息平台的看好，另一方面也一定程度的反映出现阶段同城货运行业尚处于发展初期。

公司	资本市场融资				平台车辆数目	覆盖城市
	时间	金额	阶段	投资方		
罗计物流（罗计同城）	2015年5月	1.26亿 美元	B轮	-	-	北京
	2014年7月	300万美元	A轮	IDG		
一号货车	2015年7月	数亿元	B轮	DCM领投	>60000	北京、上海、广州、深圳、杭州、天津、宁波、佛山、东莞、武汉、郑州、西安、济南
	2015年初	数千万	A轮	红杉		
云鸟配送	2015年7月	数千万美元	B轮	红杉资本领投	>20000	北京、天津、上海、深圳、广州、南京、杭州
	2015年1月	1000万美元	A轮	经纬创投、金沙江创投、盛大资本		
蓝犀牛	2014年12月	3300万元	A轮	君联资本	-	北京、上海、广州、深圳、杭州、南京、成都、郑州、天津、武汉 、重庆、 东莞

注释：公司排名不分先后。
来源：艾瑞咨询，根据调研数据及公开数据整理。

移动互联网下货运市场行情



来源：艾瑞咨询，根据调研数据及公开数据整理。

同城货运平台的未来发展

打造统一规范服务的同城货运市场



车货精准匹配，提高用户粘性

•与打车市场不同的是，同城货运市场中，“车”+“货”的简单匹配模式无法满足货主和司机的需求。由于货物的标准化程度较低、没有统一的定价标准，车型、货重及价格等均是需要考虑的匹配条件。需要满足的匹配条件越多，货运平台需要提供的可匹配货物及司机就越多。因此，提高用户粘性，建立有效的平台连接，进行精准的车货匹配，是提高同城货运效率的第一步。



资金支付与结算

•效仿支付宝与余额宝的模式，做同城货运版的资金支付与结算第三方平台。

•提供货币基金等基础货币增值服务，针对货主和司机提供相关理财产品，帮助货主和司机进行智慧理财。



提供汽车后市场服务，构建自有车队

- 以保证货运质量为基础目的，向平台中社会车辆提供平价的汽车后市场服务，提升司机端增值服务；
- 在服务不断完善下，可构建自有车队。自有车队有助于统一服务标准，提高服务质量，形成平台特有的服务特色及体系。进一步提升货主及司机的粘性

法律声明

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。
本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司服务介绍：
艾瑞咨询集团：http://www.iresearch.com.cn
公司产品介绍：
艾瑞客户解决方案：http://www.iresearch.com.cn/solution
艾瑞连续数据研究产品：http://www.iresearch.com.cn/product
艾瑞专项研究咨询服务：http://www.iresearch.com.cn/consulting
艾瑞研究观点报告：http://www.iresearch.com.cn/report
艾瑞学院培训业务：http://www.iresearch.com.cn/institute
艾瑞媒体会议服务：http://www.iresearch.com.cn/meeting
公司资讯网站：
艾瑞网：http://www.iresearch.cn
艾瑞广告先锋：http://www.iresearchad.com
艾瑞网络媒体精品推荐：http://www.iwebchoice.com
联系方式
北京：86-010-51283899
上海：86-021-51082699
广州：86-020-38010229

洞察互联网的力量

UNLOCK THE POWER OF INTERNET

iResearch

艾 瑞 咨 询