

数字货运平台 头豹词条报告系列

赵长

赵思源 等 2 人

2023-10-09 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业： 信息传输、软件和信息技术服务业/互联网和相关服务/互联网平台

服务

关键词： 互联网+

物流

数字化



词条目录

行业定义

数字货运平台是指利用互联网技术和人工智能技术的...

AI访谈

行业分类

数字货运平台属于新兴行业，尚未有权威的行业分...

AI访谈

行业特征

在政策与用户需求的推动下，数字货运平台行业的...

AI访谈

发展历程

数字货运平台行业目前已达到 **4个** 阶段

AI访谈

产业链分析

上游分析 中游分析 下游分析

AI访谈

行业规模

数字货运平台行业规模暂无评级报告

AI访谈

SIZE数据

政策梳理

数字货运平台行业相关政策 **5篇**

AI访谈

竞争格局

随着数字货运基础技术逐渐普及，数字货运平台竞争...

AI访谈

数据图表

摘要

数字货运平台利用大数据、人工智能等技术提供运输及管理服务。服务内容主要包括货物配载与运输、物流管理、支付结算等。2022年中国数字货运平台行业规模为4,503.7亿元，同比增长近4.74%，2017-2022年年均复合增长率为44.9%。预计未来在政策与需求的推动下，数字渗透率提高，数字货运平台行业市场扩大，核心竞争驱动力在于技术创新及需求增长。

数字货运平台行业定义^[1]

数字货运平台是指利用互联网技术和人工智能技术的物流服务平台。平台提供一站式服务，其内容包括货物配载与运输、物流管理、支付结算等。服务过程信息呈现可视化，智能化与全面化，提高了物流效率以及供应链管理成本的可控性。通过数据分析以及智能化技术的应用，数字货运平台能够实现运输路线优化以及资源分配合理化，符合绿色可持续概念，对环境保护具有积极意义。数字货运平台可利用大数据技术生成数据资产并以此为基础提供增值服务，有望利用供应链金融解决物流行业中小企业的资金问题。受资本、社会力量和国家宏观政策的影响，平台经济快速发展，数字货运平台市场需求量增加，发展环境良好。

数字货运平台行业分类^[2]

数字货运平台属于新兴行业，尚未有权威的行业分类标准。现阶段比较有说服力的分类方式是根据公路货运的货运类型分类。公路货运是指以货车为运输工具，在公路上运送原材料、半成品及成品的运输方式。从货物类型角度划分，平台可分为大宗、普货、冷链三种。其中大宗网络货运平台的代表性企业主要有：快成物流、世德物流等，常温普货类货运平台的代表性企业有满帮、顺丰快运等，冷链类网络货运平台有顺丰冷运、京东冷链等。

按货物类型角度分类

数字货运平台分类

大宗货运平台

大宗货物运输包括煤炭、矿石原料、钢材、粮食等能源、原材料、农副产品，运输量占社会货运总量的50%以上，其特点为运量大、时效性和安全性要求高，需要运力稳定、运输过程安全可控。对能源、煤炭、钢铁企业来说，大宗类生产材料的运费成本巨大，驱动他们通过网络货运平台实现运力优化和降本增效。

普货货运平台

常温普货类平台呈现多而散的特点，运营主体包括物流公司、工业园区、快递公司、电商企业，服务对象包括工厂企业、小型作坊、电商平台、零售店铺、个人消费者等多个角色。普货类网络货运平台的运输距离涵盖同城、跨城，按货物重量和运输的组织方式可分为整车、零担、快递三种主要形式。整车运输是托运一批次货物至少占用一节货车车皮（或公路运输的一辆货运汽车）进行铁路或公路运输的运输形式。零担运输是指当一批货物的重量或容积不够装一车的货物（不够整车运输条件）时，与其他几批甚至上百批货物共享一辆货车的运输方式。而快递是指物流企业（含货运代理）通过自身的独立网络或以联营合作的方式，将用户委托的文件或包裹，快捷而安全地从发件人送达收件人的门到门的新型运输方式。

冷链货运平台

是指专门为冷链物流提供货源信息的在线平台。冷链物流是一个涉及食品、药品和其他需要在特定温度范围内运输的商品的物流系统。这些商品在生产、存储、运输和销售的全过程中都需要维持在一个稳定的温度环境中，以确保它们的质量和安

数字货运平台行业特征^[3]

在政策与用户需求的推动下，数字货运平台行业的行业规模逐渐扩大，成为物流与交通行业的重要支持。行业现阶段主要呈现出市场规模庞大，服务平台化，面向个人货运、物流企业以及部分企业，竞争激烈及符合绿色环保理念的行业特征。^[4]

1 物流行业参与者为主要用户

货车司机、运输公司以及部分企业为主要用户，覆盖面较广

数字货运平台涵盖了货主、物流公司、运输工具提供商等多个参与者。这些参与者通过平台互相连接，实现货物的预订、运输和交付。截至2021年12月31日，中国有约37.9百万名货车司机，数量庞大。司机利用数字货运平台进行接单以获得收入，对于平台的依赖性高，为主要用户群体。运输公司主要借助数字货运平台的技术特点进行合理的资源配置，实现资源与成本的节约。部分其它企业用户利用数字货运平台进行物流系统的管理，减少非必要的管理成本。数字货运平台逐步渗透物流行业并形成一定的关联与依赖性，具有良好的市场规模前景。

2 市场竞争激烈

由于技术发展与推广，服务同质化严重，市场集中度较低

根据国家发展改革委发布的《关于数字经济发展情况的报告》，中国数字基础设施得到优化完善，数字产业创新能力增强，产业数字化程度加深。**在技术普遍应用的条件下，数字货运平台整体服务水平上升，但服务仍存在较为严重的同质化问题。**数字经济的应用与推广在政策与市场需求的推动下，2021年，中国数字货运市场中前五大平台的市场份额总计为36.0%，市场集中度较低，中小型企业可占市场份额有限，竞争激烈。

3 符合绿色环保理念，帮助行业参与者优化决策

利用大数据以及数字化信息技术进行合理的资源规划

近年来，中国重视可持续发展并奉行科学发展观。数字货运平台利用大数据分析以及信息存储和共享技术，加大线上工作量，减少实际的资源浪费，顺应时代号召。与此同时，数字货运平台收集大量的运输数

据，这些数据可以被用于分析运输模式、瓶颈和改进点，帮助参与者进行优化决策。数字货运平台正在逐步建立一个物流生态系统，将不同的参与者连接在一起，形成协同作用，促进整个行业的发展和创新。

[3] 1: <http://www.bailuz...> | 2: 国家发展改革委

[4] 1: 合肥維天運通信息科技...

数字货运平台发展历程^[5]

在中国数字货运平台的发展过程中，行业的技术门槛及创新实力持续提升。2010年至2015年逐渐得到发展，技术依赖性提高，以B2B、B2C、C2C等多种形式吸引消费者，打开市场。2016年起，行业得到国家重视，随着无车承运模式的试点实现行业业务模式的创新，数字货运平台处于高速发展阶段。2020年至今，在政策推动以及技术发展的条件下，区块链、大数据以及人工智能技术得到广泛应用。未来在技术支持和行业总需求量较大的情况下，行业仍会在短期内正向发展但速度放缓。在行业达到较高饱和度之后，行业中可能出现中小型企业的淘汰，而后进入成熟期。

萌芽期 · 2000~2010

连锁型的公路港信息实现互联互通，同时一批新兴的技术型公司通过构建B2B公路货运信息交易平台，提供车辆信息与货源信息的匹配服务。大部分网站逐步被淘汰而退出市场，公路货运交易大屏仍然是主要模式。

运输流程繁琐，效率较低，成本较高，服务局限性大，用户体验感较差。

启动期 · 2010~2015

数字货运平台扩大服务范围，逐渐囊括B2C、C2C等多元化模式。平台依靠互联网和云计算等技术的发展实现物流网络完善。

2012年前后开始兴起“互联网+物流”的概念，以车货匹配平台为代表性的商业形态出现。

行业技术门槛提高，用户体验感提升，市场扩大。

高速发展期 · 2016~2019-12

无车承运模式在2016年开始试点，于2019年12月结束试点。

交通部2019年9月6日公布《网络平台道路货物运输经营管理暂行办法》，“网络货运平台”得到官方认可，市场逐渐出现结算业务的形态。

无车承运模式进入大众视野，行业市场包容度提升，技术水平仍在提升。

成熟期 · 2020~2023

自2020年1月1日起正式开展网络货运道路运输经营许可。IT技术的进步与资本投入逐步改善全链数字化水平；龙头企业通过并购实现跨区域与跨产品扩张，逐步实现“端到端”标准服务；规模效应降低成本
业务模式逐步成熟，技术应用水平较高，服务全面化程度高，市场广阔。

[5] 1: 华创证券

[6] 1: 华泰证券

数字货运平台产业链分析^[7]

[9]

在中国数字货运平台行业产业链中，上游环节主要是数字货运物流核心技术，主要包括车联网（负责运输追踪、货运地图）、物流云（负责提供云设施环境）、人工智能（负责视觉识别和智能仓库），为整个产业链的运作提供了基础。由于货运市场的供求分布不均，从业者在面临信息不对称和匹配效率低等问题。中游数字化货运平台以聚合长尾用户的方式，有效提升了匹配效率，为行业从业者降低成本提供了支持。下游环节则包括物流企业、物流服务商与货主企业，涵盖了信息获取与匹配功能。

上游环节的互联网技术支持和金融服务不仅为数字货运平台提供了更加便捷的金融服务，降低了交易成本，还通过数据分析和风险管理技术，提高了金融服务的效率 and 安全性。中游环节的数字货运平台主要以助力物流行业内企业，实现降本增效、保障运输安全、拓展各项增值服务，并确保上下游供应链关系稳定。此外，对于中小型物流企业，前期在物流IT开发费用支出无法承担的情况下，可通过物流相关的数字货运平台，实现传统物流业务上的数字化转型。并通过平台端提供的多元化、多样化、个性化的方式，形成全新的商业新模式，以及新的商业生态圈。下游环节的物流企业受经济整体环境的景气度影响大，近年来由于经济大环境市场规模有所缩减，但随着企业数字化转型的加速，与物流企业的强关联性将为数字货运平台创造更广阔的市场前景。^[8]

上 产业链上游

生产制造端

数字货运物流核心技术

上游厂商

[地上铁](#)[福佑卡车](#)[中交兴路](#)[查看全部](#)

产业链上游说明

(1) **车联网**：当前，汽车数字化、网联化、智能化成为趋势。车联网通过将“车-路-云-网”等要素连接，应用场景和服务能力不断演进，市场渗透不断提升。2022年,中国车联网行业渗透率已达59.8%，超过全球车联网行业渗透率，车联网用户规模约为20,890万辆。中国车联网市场规模高速增长，2022年超过2,700亿元，年均复合增长率达到30%。

(2) **物流云**：随着数字化的深入，传统自建自用计算机设施的模式逐步被云计算取代。云计算的物流实体是超大型数据中心，涉及计算、存储和数据库等基础设施技术，以及机器学习、人工智能以及物联网等新兴技术。在提供服务类型上，主要包括IaaS(基础设施即服务)、PaaS(平台即服务)、SaaS(软件即服务)。根据中国物流与采购联合会，到2022年，全球公共云服务支出已经突破5000亿美元大关。

(3) **人工智能**：随着数据量的爆发式增长、计算能力大幅提升，尤其是机器深度学习算法的发展，新一代人工智能技术驶入发展“快车道”。近年来，中国人工智能产业在政策与技术双重驱动下呈现高速增长态势。根据中国信通院数研中心测算，人工智能产业蓬勃发展，核心产业规模达到5000亿元，企业数量超过4300家，创新成果不断涌现，货运物流领域是人工智能的重要应用场景，除了自动驾驶卡车外，还包括物流机器人、视觉识别、智能仓库等。

中 产业链中游

品牌端

数字货运平台

中游厂商

[货车司机宝](#)[货拉拉](#)[福佑卡车](#)[查看全部](#)

产业链中游说明

运营数字货运平台的公司在中游扮演关键角色。其连接了上游的服务提供商和下游的需求方，提供订单管理、跟踪、支付和数据分析等功能。

(1) **数字化货运助力行业参与者降本增效，线上渗透率有望提升**。因货运市场供需分散，行业参与者面临信息不对称，匹配效率低等痛点。2022年整体市场规模约为7000亿元,市场渗透率约为15%。据交通运输部网络货运信息交互系统统计，截至2022年底，全国共有2537家网络货运企业(含分公司),整合社会零散运力594.3万辆,整合驾驶员522.4万人。全年共上传运单9401.2万单,鉴于对提升效率的需求，预计将推动数字货运平台的渗透率进一步提升。以满帮为代表的数字化货运平台通过聚合

长尾用户提升匹配效率，助力行业参与者降低成本。

(2) 数字货运平台商业模式：目前中国数字货运平台商业运营模式可分为撮合交易平台和技术服务平台两种。前者以满帮为例，在货运电子商务中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易业务。撮合交易平台不承担承运人责任。技术服务平台是依托新一代信息技术，为货运企业提供数字化转型所需的开发工具和公共性服务，以及经营管理、生产加工、物流售后等核心业务环节数字化转型技术服务，促进物流企业数字化转型。易流科技作为中国领先的供应链物流数字化服务运营商，通过IoT智能硬件和物流透明SaaS服务，为客户提供软硬一体的解决方案，实现物流基础设施的物联网化、供应链全链条的数字化和物流全场景的智能化。目前，已为全国4万多家物流企业和4,000多家货主企业提供物流透明服务。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

公路货运生态企业/物流企业

渠道端

顺丰控股

京东物流

菜鸟网络

查看全部 ▼

产业链下游说明

(1) 数字货运平台的主要服务对象为公路货运生态行业。公路货运三大板块，运按照重量划分，可分为快递、零担、整车三大板块。根据国家统计局数据，2015-2022年期间，中国公路货运市场规模从3.80万亿元增长至5万亿元，年复合增长率为4.91%。2022年网络货运平台的线上交易额占公路整车运输市场的比例从2019年的4.8%已升高到11.4%，预计到2025年比例将升高到15%，表明整个网络货运行业不仅正在往信息化、数字化的方向发展，且在未来仍有较大的发展空间。庞大的下游端公路货运生态规模有利于促进中游数字货运平台的发展。

(2) 公路货运的供需分布相对分散且杂乱。就托运人的结构而言，在整车市场中，中小型托运人占据主要比例。2020年，中小型托运人为整车货运需求做出了巨大贡献，达到了70%。具体而言，仅有20%的整车运输采取稳定的合同运力方式，而其余80%的运输任务需要通过中间方的协助，寻找熟悉的运力或未曾接触过的运力。与那些具有大规模稳定货运需求的托运人不同，中小型托运人的运输需求往往呈现较大的波动性。而数字货运平台的出现有望改善当前行业现状，促进中国整体物流行业的发展。

[8] 1: 合肥維天運通信息科技...

[9] 1: <https://xxgk.mot.g...>

2: <https://xxgk.mot.g...>

3: 中华人民共和国交通运...

数字货运平台行业规模^[10]

社会经济正在从传统的技术经济范式向创新驱动的数字经济范式转变，数字经济与货运物流相融合。2022年中国数字货运平台行业规模为4,503.7亿元，同比增长近4.74%，2017-2022年年均复合增长率为44.9%。预计到2027年，中国数字货运平台行业规模将达到21,726.2亿元，2023年至2027年间年均复合增速为31.7%。

数字货运平台行业市场规模增长的驱动因素：（1）**数字货运平台行业近年增长稳定，快递行业业务量大规模增长具有较大贡献。**2007-2020年，快递行业业务量从12亿件增至833.6亿件/年，13年时间近70倍规模扩张，复合增速近40%，呈现高景气；快递行业收入规模从300亿提升至8,795亿，规模约25倍扩张，复合增速近30%，低于业务量增速。随着数字货运的发展，带来组织系统的快速变革，平台型企业成为数字货运的主体。数字货运平台的产生有两条关键路径：互联网原生与传统企业转型。根据中国物流与采购联合会，2022年中国数字货运整体市场规模约为7,000亿元，市场渗透率约为15%。截至2022年底，全国共有2537家网络货运企业，整合社会零散运力594.3万辆，整合驾驶员522.4万人。2022年，全年共上传运单9,401.2万单，同比增长36%，有超过七成的货车司机使用过数字货运平台，数字货运平台已成为广大货车司机承揽货源的重要载体。满帮、货拉拉等都是互联网原生型企业，具有互联网基因，不以提供产品或服务为导向，而是着力建设数字货运基础设施、打造共享平台、培育生态体系，实现短时间内的爆发式增长。传统的大型物流企业也在加快通过数字化转型转向数字货运平台体系，一批具有行业经验的传统企业将数字技术与产业痛点相结合，通过平台化方式打破企业边界，向更多的中小微企业赋能。例如，中国南山集团成立新赤湾、东方驿站、卡车易购等各类平台，利用行业运营经验帮助中小微企业和个体司机降本增效。（2）**企业数字化转型需求大幅增长。**根据中国物流与采购联合会，调查数据显示，近六成(59.7%)的企业在数字化转型方面投入有所增长，还有近三分之一(33.1%)的企业反映投入基本持平，两者合计占比超过九成(92.8%)，显示企业在数字化转型方面投入保持积极态势。数字货运物流的发展顺应了货运物流转型升级的需要，抓住了新一代信息技术与产业变革的机遇，正在指引走出一条动能转换的新道路。（3）**数字货运受市场景气度影响大。**2021年与2022年由于经济大环境因素，数字货运市场规模两年年均复合增长率为15%，增速均有所放缓，较前几年处于较低增长水平，并出现逐月下滑态势。社会物流需求增速总体放缓，主要是投资和消费增速放缓。公路货运市场占物流市场比重大，反映公路货运行业景气度的公路运输效率指数全年在100点以下，表明市场运行总体低迷。但是，无论需求如何收缩，客户对货运服务体验的要求在加快升级，也给企业在后来的生存发展带来新的机遇，而经济大环境下滑过后经济的复苏将给数字货运平台提供大的冲力。

数字货运平台行业未来市场规模增长的主要原因包括：（1）**互联网企业与传统物流企业进一步加大数字化转型的投入力度。**从企业开展实践看，企业数字化转型正在多个层面展开。根据中国物流与采购联合会，近八成(77.7%)的企业进行了管理信息系统建设或改造升级，加快业务管理的在线化。有超过一半(50.4%)的企业自建或运营互联网平台，探索和尝试企业运营的平台化。超过四成(43.9%)的企业投入智能技术装备改造升级，加快物

流作业的自动化、智能化。还有不到两成(17.3%)的企业使用社会化的平台服务，融入行业生态化系统。2022年中国在数字化转型方面的投入总体呈增长态势。根据中国物流与采购联合会，近六成（59.7%）的企业在数字化转型方面投入有所增长，还有近三分之一（33.1%）的企业反映投入基本持平，两者合计占比超过九成（92.8%），显示企业在数字化转型方面投入保持积极态势。

（2）数字货运平台的发展持续受到优惠政策支持。鉴于数字货运平台能够加强公路货运的合规性，自2015年以来，中国政府已颁布诸多条例，以促进数字货运平台的发展。以2020年1月《交通运输部国家税务总局关于印发<网络平台道路货物运输经营管理暂行办法>的通知》为例，根据该《通知》，无车承运人正式更改为网络货运，进一步加强对数字货运行业的监管并规范数字货运平台运营，同时要求必须取得电信业务的相关经营许可证且满足国家信息安全等级保护相关要求。

（3）基础公路设施的持续投资和公路网络的扩展是另一大利好。截至2021年年底，中国公路里程达520.0万公里，高速里程17.0万公里。随著对基础设施的投资增加，预计到2026年公路及高速网络总长度将分别进一步延伸至550.0万公里和21.53万公里。此外，得益于相关政府政策的支持，中国农村道路建设不断发展，道路运输条件不断改善。该发展预计将推动全中国的货物交付，有助于中国公路货运及数字货运市场的进一步发展。



[10] 1: <http://www.china...> 2: 合肥维天运通信息科技...

数字货运平台政策梳理^[11]

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响

	《数字交通发展规划纲要》	交通运输部	2019-07-25	10
政策内容	推动构建数字化采集体系、网络化传输体系和智能化应用体系，培育产业生态体系，健全网络和数据安全体系，完善标准体系及支撑保障体系			
政策解读	《数字交通发展规划纲要》的出台，促进了交通行业的数字化发展，形成相关产业体系以实现有序化及规范化，有利于交通行业与数字化的深度融合。			
政策性质	指导性政策			

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《推进综合交通运输大数据发展行动纲要（2020-2025年）》	交通运输部	2019-12-12	10
政策内容	夯实大数据发展基础，深入推进大数据共享开放，全面推动大数据创新应用，加强大数据安全保障，完善大数据管理体系			
政策解读	《推进综合交通运输大数据发展行动纲要（2020-2025年）》政策的出台，促进了物流信息共享，重视物流货运行业未来发展，有利于“互联网+货运物流”模式的发展			
政策性质	指导性政策			

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《交通运输部关于推动交通运输领域新型基础设施建设的指导意见》	交通运输部	2020-10-21	9
政策内容	打造融合高效的智慧交通基础设施，助力信息基础设施建设，完善行业创新基础设施			
政策解读	《交通运输部关于推动交通运输领域新型基础设施建设的指导意见》的出台，促进了物流基础设施的优化，有利于数字经济与物流行业的发展与深度融合			
政策性质	鼓励性政策			

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响

	《“十四五”现代综合交通运输体	国务院	2021-12-	9
政策内容	系发展规划》 构建高质量综合立体交通网，夯实城乡区域协调发展基础支撑，推进城市群和都市圈交通现代化，扩大优质运输服务供给，加快智能技术深度推广应用，全面推进绿色低碳转型，提升安全应急保障能力，推动高水平对外开放合作，加强现代化治理能力建设，强化规划实施保障			
政策解读	《“十四五”现代综合交通运输体系发展规划》的出台，促进交通运输体系的全面完善，有利于数字货物平台的优化与市场拓展			
政策性质	指导性政策			

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”现代物流发展规划》	国务院办公厅	2022-05-17	10
政策内容	精准聚焦现代物流发展重点方向，加快培育现代物流转型升级新动能，深度挖掘现代物流重点领域潜力，强化现代物流发展支撑体系			
政策解读	《“十四五”现代物流发展规划》的出台，促进了产业链延伸与价值提升，扩大市场，有利于货运行业的数字化信息化发展			
政策性质	指导性政策			

[11]	1: http://www.bailuz...	2: http://www.bailuz...	3: http://www.bailuz...	4: 交通运输部
[12]	1: http://www.bailuz...	2: http://www.bailuz...	3: 国务院	

数字货运平台竞争格局^[13]

随着数字货运基础技术逐渐普及，数字货运平台竞争激烈。技术水平、研发能力以及品牌知名度成为重要的竞争，信息化的渗透程度是能否获得竞争优势的关键因素，目前中国数字货运平台市场份额较为分散，行业竞争激烈。根据中国物流与采购联合会，2021年中国首部国家数字经济五年规划《“十四五”数字经济发展规划》，明确提出“大力发展智慧物流”，中国八大数字货运平台分别为菜鸟物流、京东物流、货运中国、满帮集团、货拉拉、欧冶云商、六六云链与丰巢科技。以在线GTV总额计，2021年数字货运市场中前五大平台的市场份额总计为36.0%，其中满帮集团为中国最大的数字货运平台，市场份额占比9.8%，合肥维天运通信息技术股份有限公司位居第二，市场份额占比8.8%。目前行业整体呈现集中度较低、百花齐放的局面，其中满帮集团与维天运通是行业领先者。

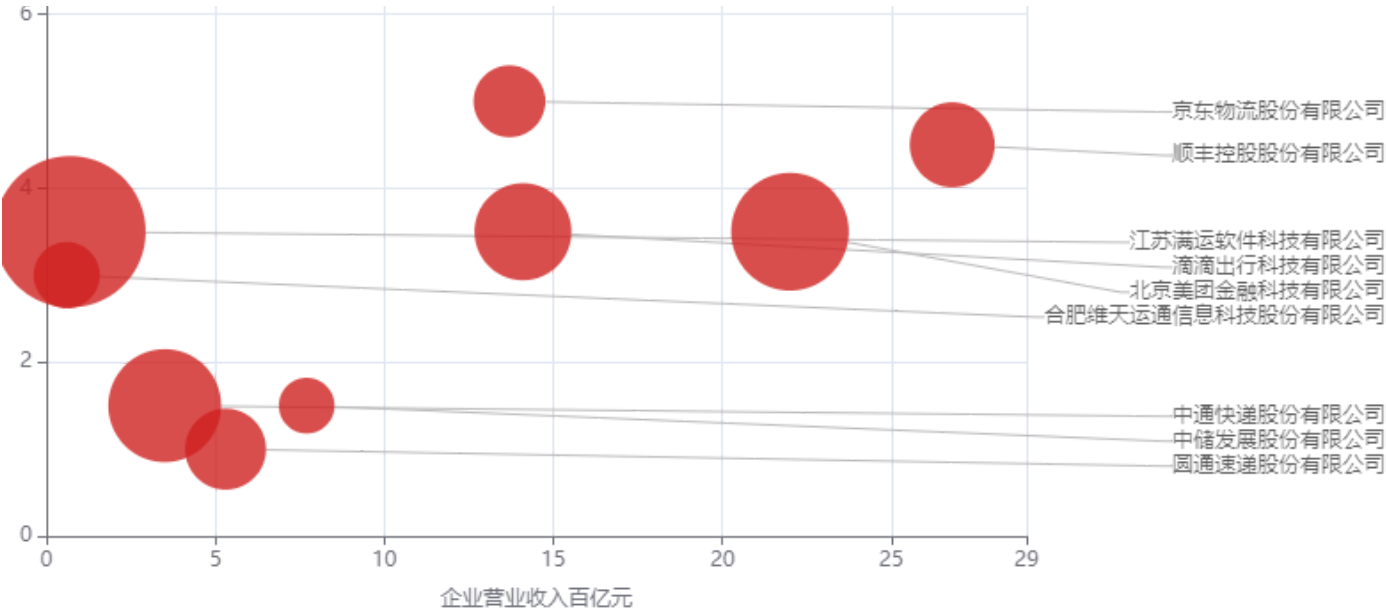
中国数字货运平台行业目前竞争激烈、市场集中度低，主要原因在于（1）技术发展迅速，基础技术普及程度高。近年来，大数据、人工智能等技术迅速发展，数字货运平台的基础技术普及程度较高，降低了行业的技术门槛，为新兴竞争力的出现留有空间。新一代信息技术与公路货运行业相结合，持续为企业降本增效赋能。货运互联网平台进入2.0阶段，越来越多的货主和传统货运企业落户，既有地方政府优惠政策的促进作用，也有打通运输数据链条带来的降本增效潜力的影响。

（2）对于平台型公司而言，公司壁垒由线下产业的分散度及标准化决定，其对线下市场实现线上化改造时，产业线下分散度越高，标准化越低，信息不对称程度越高，其线上化改造将更加困难，平台的壁垒也将更高。而在货运市场中，货主及司机分散，货运行业需求标准化程度很低，双方需要对车型、货物类型、运输重量、运输地点等多个变量精准撮合。以头部企业满帮为例，其先发优势明显，抵御竞争能力强。货车帮及运满满于2011年、2013年相继成立。早期较少有公司涉及货运线上信息匹配的业务，因此满帮具有较大的时间窗口优势。公司采取强地推策略，从物流园及加油站等司机、货主聚集地入手，积累了大量的司机及货主，双边网络效应逐渐显现。

（3）先发优势有赖于较高的获客壁垒，即司机端更为分散，货主需求更为广阔。根据中国物流与采购联合会，约85%卡车司机来自农村地区；截至2021年12月，农村互联网普及率仅57.6%。因货车司机较难通过互联网推广获取，因此拥有先发优势的企业在市场竞争中将占得先机。以行业头部企业菜鸟为例，菜鸟物流成立于2013年，是最早成立数字货运平台的企业之一，虽然以数字快递服务为主，但业务已覆盖全球物流、消费者物流、供应链服务、全球地网、物流科技五大服务板块，全球运营地网设施面积超过1000万m2，日均服务跨境包裹量超过500万件，已成为全球新四大跨境包裹网络之一，日均处理订单超过FedEx和DHL，仅次于UPS。

未来数字货运平台行业倾向于企业参与行业完整产业链，通过自行研发或厂商合并等途径保持企业活力与竞争力。在激烈的竞争环境中，中游数字货运平台考虑到产业链完整性的把控以及行业竞争主动权，**逐渐承包上游产业链任务，通过自行创新研发相关技术提升竞争实力。**例如2022年，中储智运已经形成一套内外高效协同的架构体系，掌握智能匹配、物流指数、商业智能、信用分模型等一系列核心算法并上线运营“中储智运物流指数网”，升级货主和司机信用体系，重点完成供应链综合服务平台SCM项目，智慧多式联运系统M-TMS1.0、智慧仓储管理平台ZWMS1.0、区块链BaaS平台、大数据中台2.0、业财一体化系统2.0、集团客户平台、智能风控系统、鹰眼系统等都已形成标准化产品及对外输出的能力。**未来具有丰富货主端及司机端资源的企业将具备较强的发展潜力。**根据弗若斯特沙利文，中国线上同城货运市场有望于2025年达到3,414亿元，零担市场规模有望于2025年达1.9万亿元。以目前行业头部公司满帮为例，满帮其货主端以中小托运人为主，需求丰富且多样，不仅具跨城运输需求，对于城内运输、零担运输亦有相应需求。公司用户资源将助力满帮切入同城及零担市场，扩充产品矩阵。当前，满帮新业务仍处推广阶段，长期来看，新业务为满帮等资源端丰富的企业带来的交易额增量空间值得期待。





上市公司速览

顺丰控股股份有限公司 (002352)				圆通速递股份有限公司 (600233)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	610.5亿元	-3.07	13.86	-	129.1亿元	9.19	11.55

合肥维天运通信息科技股份有限公司 (02482)				中储发展股份有限公司 (600787)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
40.4亿	26.1亿	--	-	-	334.9亿元	-13.60	2.70

京东物流股份有限公司 (02618)				美团 (03690)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
2.5千亿	1.4千亿	31.2400	-	3.8千亿	2.2千亿	22.7900	-

[13]

1: <https://xxgk.mot.g...>

2: <https://xueqiu.co...>

3: <http://www.china...>

4: 中华人民共和国交通运...

[14]

1: 京东物流股份有限公司 ...

[15]

1: 京东物流股份有限公司 ...

[16]

1: 京东物流股份有限公司 ...

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	1000000万人民币
企业总部	深圳市	行业	互联网和相关服务
法人	万霖	统一社会信用代码	91440300068579872B
企业类型	有限责任公司(台港澳法人独资)	成立时间	2013-05-16
品牌名称	菜鸟网络科技有限公司		
经营范围	一般经营项目是：互联网软件、物联网技术开发、技术咨询和技术服务；企业管理咨询、... 查看更多		

融资信息

出资设立

未披露
2013-05-28

A轮

100亿人民币
2016-03-09

战略融资

233亿人民币
2019-11-08

天使轮

数亿人民币
2013-08-01

战略融资

53亿人民币
2017-09-26

· 竞争优势

菜鸟网络科技有限公司成立于2013年5月，是一家客户价值驱动的全球化产业互联网公司。菜鸟坚持长期主义，聚焦产业化、全球化和数智化，坚持把物流产业的运营、场景、设施和互联网技术做融合，坚持数智创新、开拓增量、普惠服务和开放共赢。菜鸟已形成面向消费者、商家和物流合作伙伴三类客户的五大核心服务板块：全球物流、消费者物流、供应链、全球地网、物流科技。菜鸟持续投入全球物流基础设施和底层能力建设，全球运营地网设施面积超过1000万㎡，日均服务跨境包裹量已超过500万件，可助商家用“一杯咖啡钱”实现全球Top20城市5日达。菜鸟数智物流设施和供应链已服务商家品牌数万个，80%从菜鸟产地仓库发出的包裹可隔日达。菜鸟驿站已覆盖全国200多个城市、3000所高校和4万多个乡村，菜鸟裹裹为3亿多消费者带来寄件服务。

2 京东物流供应链有限公司



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	1000000万人民币
企业总部	宿迁市	行业	多式联运和运输代理业
法人	余睿	统一社会信用代码	91321300MA21QTJU9H
企业类型	有限责任公司(港澳台法人独资)	成立时间	2020-06-17
品牌名称	京东物流供应链有限公司		

经营范围

许可项目：道路货物运输（不含危险货物）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可... [查看更多](#)

竞争优势

京东物流是中国领先的技术驱动的供应链解决方案及物流服务商，以“技术驱动，全球高效流通和可持续发展”为使命，致力于成为全球最值得信赖的供应链基础设施服务商。体化供应链物流服务是京东物流的核心赛道。京东物流主要聚焦于快消、服装、家电家具、3C、汽车、生鲜等六大行业，为客户提供一体化供应链解决方案和物流服务，帮助客户优化存货管理、减少运营成本、高效分配内部资源，实现新的增长。同时，京东物流将长期积累的解决方案、产品和能力模块化，以更加灵活、可调用与组合方式，满足不同行业的中小客户需求。

3 跨越速运集团有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	66127.14955万人民币
企业总部	深圳市	行业	多式联运和运输代理业
法人	胡海建	统一社会信用代码	91440300665859389F
企业类型	有限责任公司	成立时间	2007-08-13
品牌名称	跨越速运集团有限公司		
经营范围	一般经营项目是：国内货运代理；货物运输信息咨询；海上、陆路、航空国际货运代理业务... 查看更多		

融资信息

A轮
未披露
2018-05-22

并购
30亿人民币
2020-08-14

B轮
未披露
2019-05-03

竞争优势

跨越速运集团有限公司（以下简称跨越速运）2019年10月21日，胡润研究院发布《2019胡润全球独角兽榜》，跨越速运排名第84位。2020年8月，跨越速运集团有限公司以200亿元人民币市值位列《苏州高新区·2020胡润全球独角兽榜》第108位。跨越速运集团成立于2007年，注册资金4.67亿元，是一家主营“限时速运”服务的大型现代化综合速运企业，拥有AAAAA级物流企业资质。在北京、上海、天津、浙江、江苏、福建等二十几个省市设7个关联公司、32个子公司，拥有11架货运包机，5万余员工，1.7万台运输车辆，服务网络遍布全国32个省级行政区域500多个城市。跨越速运率先推出三大时效产品：当天达、次日达、隔日达，同时更为客户推出特色服务：24小时上门取派件。

4 江苏满运软件科技有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	10000万人民币
企业总部	南京市	行业	软件和信息技术服务业
法人	付强	统一社会信用代码	91320114MA1MXEHK9K
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2016-10-20
品牌名称	江苏满运软件科技有限公司		
经营范围	计算机软硬件研发、销售、技术咨询、技术服务、技术转让；互联网信息技术服务；企业形... 查看更多		



· 竞争优势

运满满成立于2013年，隶属于江苏满运软件科技有限公司，是国内首家基于云计算、大数据、移动互联网和人工智能技术开发的货运调度平台。凭借平台积累的大量用户交易习惯和货运数据，为货主和司机提供实时、精准的车源信息和货源信息的匹配，大大降低了公路物流的空载率，提高了行业的运行效率。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。