



探索数字货运平台新模式





黄赞，李元鹏，邵岷，冯聿娴

共享经济的迅速发展带动了传统货运领域的创业潮。近几年国内外涌现出了一大波基于互联网的数字货运平台。据 Armstrong & Associates 统计，2011 年至今，全球货运平台类创业公司吸引了 1.8 亿美元的风险投资。在中国，货运平台类 APP 近两年猛增至 200 多家，既有互联网科技类公司创建的，也有物流实体公司运营的。

数字货运平台主要利用网站或者手机 APP，匹配货主的运输需求和车主的闲置运力，以解决货运市场运价不透明、运力分配不均等问题。数字货运平台可细分为三大类：一是城际之间干线运输的车货匹配平台，如 Getloaded 和货车帮等；二是针对同城货运市场，如 Uber Cargo 和 1 号货的等；三是利用兼职人员完成最后一公里快递配送，如 Amazon Flex 和

京东众包等。

其实早在 2000 年初上一轮互联网热潮时，就出现过为数众多的货运平台。时至今日，大部分平台已消失。国内近期也陆续出现货运 APP 难以为继的情况。我们认为，缺乏货源，只能依靠大量补贴来保证平台活跃度是根本原因。而缺乏货量的原因主要如下：

现有的货运平台多为独立的创业公司，没有基础货源，只能通过线下渠道推广或者大量补贴吸引货主，从运输企业和中介手中争取货源。

由于公路货运市场总体供大于求，货少车多，令货运平台吸引货源愈加困难。

简单复制客运出行 APP 的模式，难以吸引货主和车主。相较于客运出行，货运平台面对的运营模式更为复杂，一方面干线运输、同城货运和快递的货运需求迥异，另一方面在支付、收货等方面需要更强有力的背书。

如何解决货源不足的难题？我们认为，货运平台需要从“与货运企业争抢货源”转变为“与传统货运企业共生共荣”。理解货运痛点，借助平台解决其核心问题。

如下图所示，货运各个环节都面临车辆载运率低和高峰时期自有运力不足的困难。针对各个环节的痛点，货运平台可以将货运 / 快递企业的线下需求放到线上平台，利用社会闲置资源帮助其解决难题。例如，快递末端配送环节，在现有运力不足的地区通过平台寻找兼职快递人员；同城货

运环节，利用货运平台寻找货源，增加现有车辆载运率；城际干线运输环节，将高峰期的货运需求发布在货运平台上，采购社会运力，并确保运价透明合理。同时，货运平台也可依托货运企业的货量保持平台活跃度，实现双赢。

创新的数字货运平台解决了传统货运和快递业的痛点



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_46899

