



传媒行业：快狗打车：深耕线上同城物流 海内外齐发力



核心观点:

国内领先的线上同城物流平台，管理团队有丰富产品管理与运营从业经验。快狗打车是中国香港最大、中国内地第三大的线上同城物流平台，2021Q1-3 市场份额分别为 50.4%和 3.4%。公司发展经历了三个主要阶段：

(1) 第一阶段 (2014~2016 年)：网约车掀起“O2O 浪潮”，58 速运切入同城物流赛道。(2) 第二阶段 (2016-2020 上半年)：市场竞争降温行业格局初现，58 速运改名快狗打车，市场份额排名第二。(3) 第三阶段 (2020 下半年至今)：滴滴货运强势切入同城货运赛道，市场重回补贴烧钱时代。快狗打车近期通过港交所聆讯。

同城物流行业持续线上化，行业增量空间大，同时内地市场竞争激烈。得益于互联网的发展和普及，同城物流市场持续推进线上化。根据弗若斯特沙利文的预测，中国同城物流线上渗透率预计将在 2020 到 2025 年期间从 2.9%提升至 18.8%。线上化率的提升预计将带动中国线上同城物流市场从 2020 年的 356 亿元增长至 2025 年 3990 亿元，年化复合增长率为 53.0%。竞争格局看，滴滴货运在 2020 年 6 月开始加入竞争，发起新一轮补贴大战，行业竞争升级。激烈竞争下市场头部公司股份开始下滑。2020 年至 2021Q1-3 期间，货拉拉份额从 54.7%下降至 49.6%，快狗打车份额从 5.5%下降至 3.4%。滴滴货运份额升至 3.9%，成为行业市场份额第二的公司。

市场竞争升级让业绩承压，抽佣率的上升和海外市场拉动收入，毛利

率持续改善。用户规模方面：受疫情以及竞争影响，平台服务平均 MAU 从 2018 年 86.9 万人下降至 2021Q1-3 的 59.4 万人。托运订单数量方面：平台服务托运订单数量从 2018 年 3133 万下降至 2021 年 Q1-3 的 1914 万。平台服务平均抽佣率在 2018 到 2021Q1-3 期间稳步增长，内地平台服务平均抽佣率从 5.8% 上升至 11.7%，公司货币化率提升。抽佣率的提升和海外市场的增长帮助快狗在中国内地市场份额下降的情况下在 2021Q1-3 取得收入 4.73 亿元，同比增长 27.2%。毛利率在 2018 至 2021Q1-3 期间持续增长，从 2018 年的 23.0% 上升至 2021Q1-3 的 36%。盈利方面，快狗打车 2018，2019，2020，2021Q1-Q3 归母净利润分别是 -10.5 亿元，-2.29 亿元，-4.91 亿元和 -3.95 亿元，合计亏损 21.65 亿元人民币。亏损在 2018-2020 年期间改善，但市场竞争的升级让快狗打车亏损在 2020 年开始扩大。

投资建议。我们持续看好同城物流行业线上化推进。在激烈的竞争环境下，建议关注快狗打车的中国内地市场份额的变化和海外市场收入增长情况。

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_37405

