

2017年上半年·移动互联网货运行业洞察

QuestMobile

2017.7



ONE

移动互联网货运行业概述

- 移动互联网货运行业定义及范围
- 移动互联网货运行业宏观环境分析
- 移动互联网货运行业市场规模与用户规模
- 移动互联网货运行业各细分市场对比
- 移动互联网货运行业投融资情况

- ◆ **移动互联网货运**，是区别于传统“四通一达”及各地物流厂商的新型物流货运模式，它属于“移动互联网+物流”的范畴，是移动互联网、大数据、云计算、人工智能等信息技术与物流的深度融合。根据面向的用户群体不同，可分为干线物流、同城物流、众包快递等类型。
- **干线物流**，指的是利用公路干线进行的长距离、大数量的城际运输。
- **同城物流**，也被称为城市“轻物流”，提供一个城市内A到B之间（尤其是市区范围内）的物流配送。
- **众包快递**，是指把原由企业员工承担的配送工作，转交给企业外的大众群体来完成，每个人既可以是收件人也可以是自由快递人。
- 本报告研究对象主要为移动互联网货运细分行业中的**同城物流行业**和**干线物流行业**。

干线物流



同城物流



众包快递



- 2017年3月底，在“一带一路”建设与物流发展国际研讨会上，世界银行、国家交通运输部以及“一带一路”沿线各省交通运输管理部举办参加达成共识：借助“一带一路”政策东风，深化“移动互联网+物流”；
- 《商贸物流发展“十三五”规划》提出“十三五”期间，我国将基本形成城乡协调、区域协同、国内外有效衔接的商贸物流网络，基本建立起高效集约、协同共享、融合开放、绿色环保的商贸物流体系。

- 2016年全国社会物流总额229.7万亿元，比上年增长6.1%；社会物流总费用11.1万亿元，比上年增长2.9%；物流业总收入7.9万亿元，比上年增长4.6%；
- 社会物流总费用与GDP的比率为14.9%，比上年下降1.1个百分点，这一数据不仅高于众多发达国家，同时也高于亚太和南美国家平均值。其主要原因是物流中的各种低效现象，可提高空间巨大。

P

E

S

T

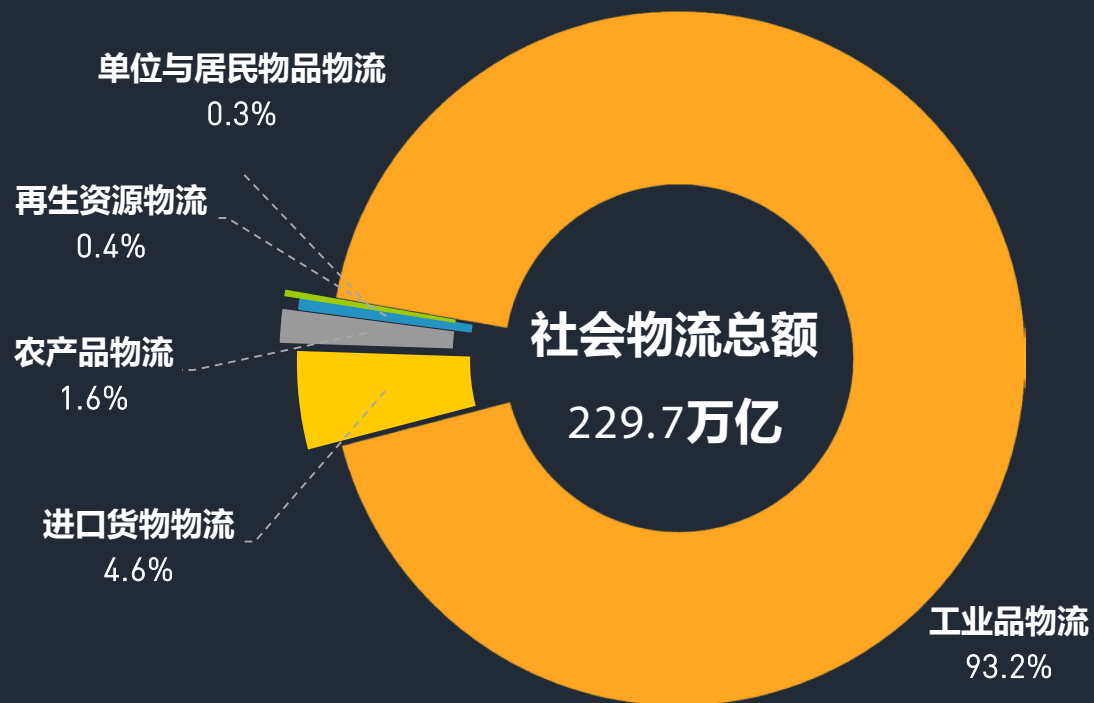
- 移动互联网的发展普及。截至2016年12月，中国手机网民规模达6.95亿，占网民总数的95%。
- 滴滴打车等网约车平台运营多年，拥有广泛的用户群体；作为新事物的移动互联网货运平台类似于“货运版滴滴”，使其用户的认知和接受难度大大降低。

- ◆ 随着4G移动网络铺开，移动互联网的高传输速度大大提高。截至2016年12月，中国4G用户总数达到了7.34亿。
- ◆ GPS定位技术发展，精度不断提高。
- ◆ 大数据、机器学习、云计算等技术的快速发展，智能调度系统趋于成熟。

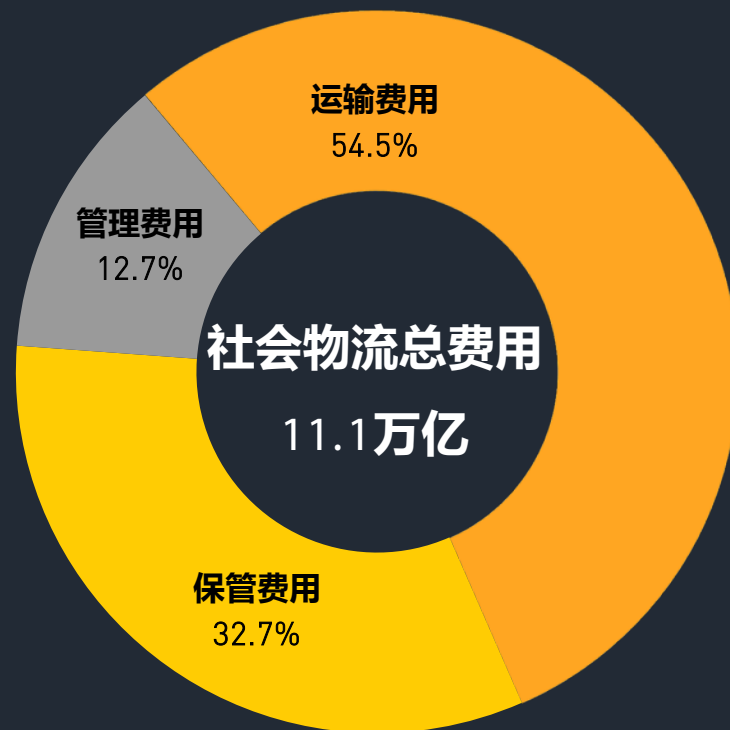
社会物流市场规模巨大，工业品的运输是重点业务

- 2016年社会物流总额达229.7万亿，其中工业品物流占93.2%，处绝对优势地位；
- 2016年中国社会物流总费用达11.1万亿，运输费用占了半壁江山。

2016年中国社会物流构成



2016年中国社会物流总费用构成

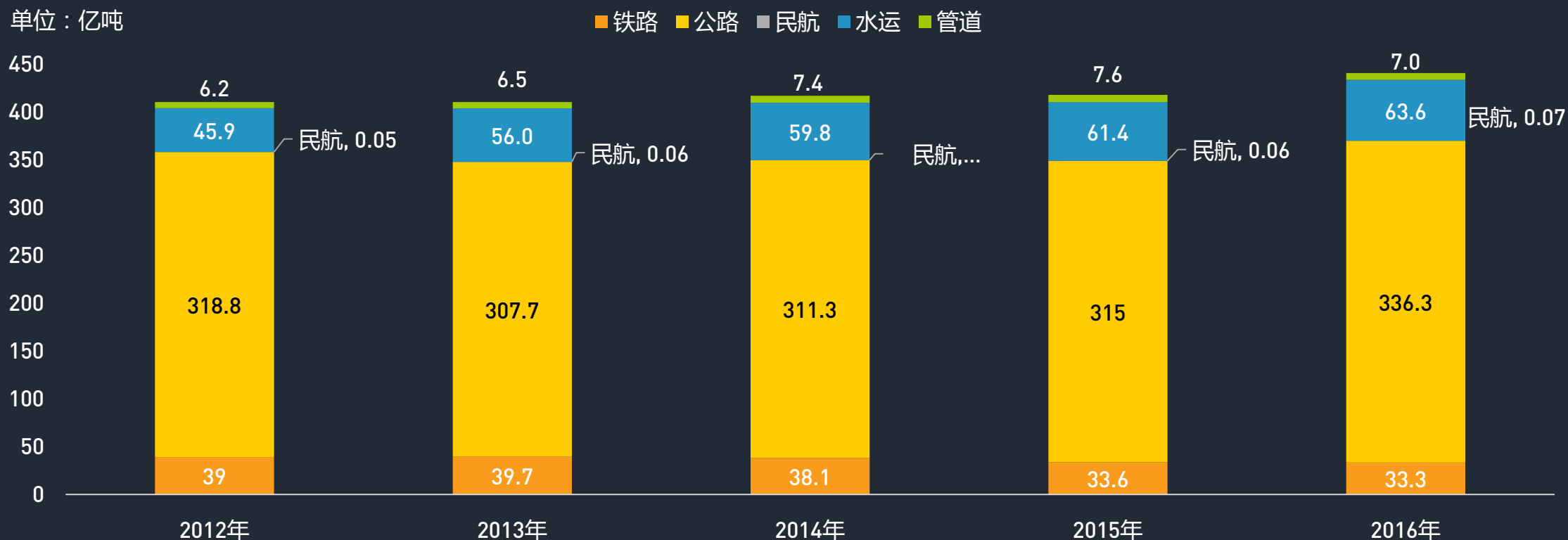




公路运输是主力运输方式，干线物流大有可为

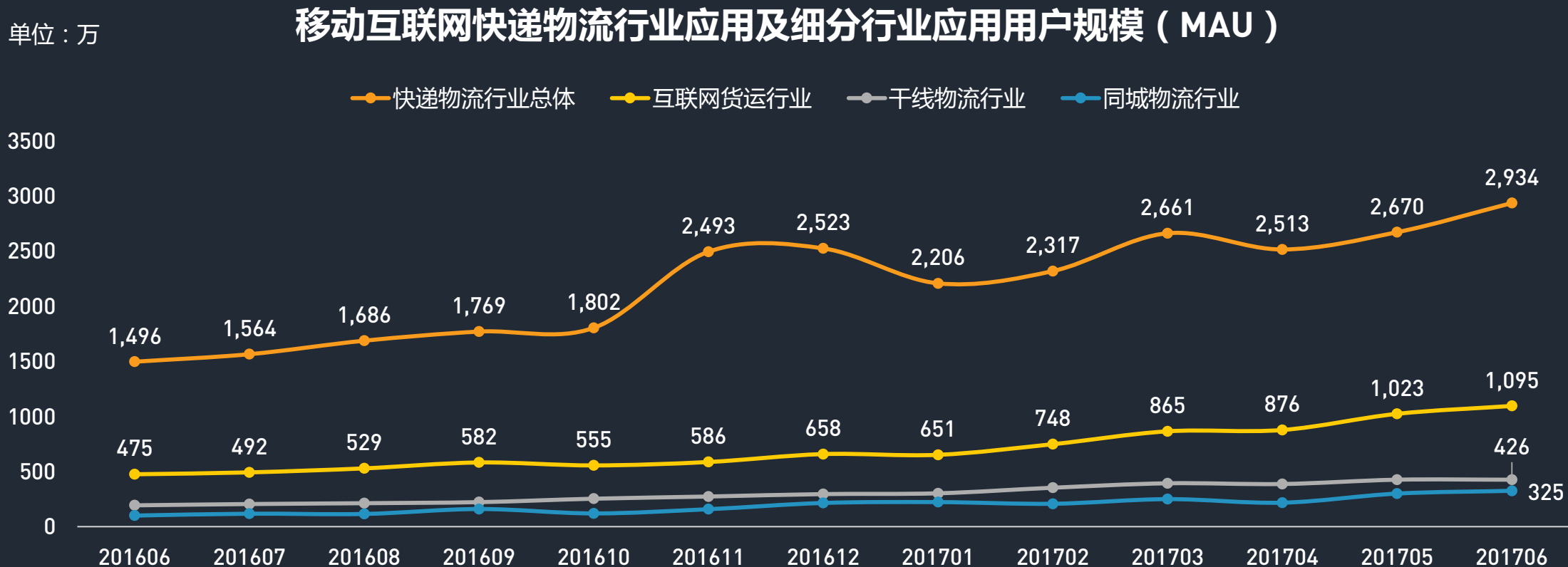
- 交通运输部数据显示，全国货物运输总量2012年-2016年的5年间，从410亿吨增长至440.4亿吨，除铁路货运外，公路、水运、民航均有所增长，其中，公路和水运增长幅度较大。
- 2016年，公路货物运输总量环比增长6.8%，超过民航、水运等增长速度，干线物流市场空间大。

2012年-2016年全国货物运输总量分布





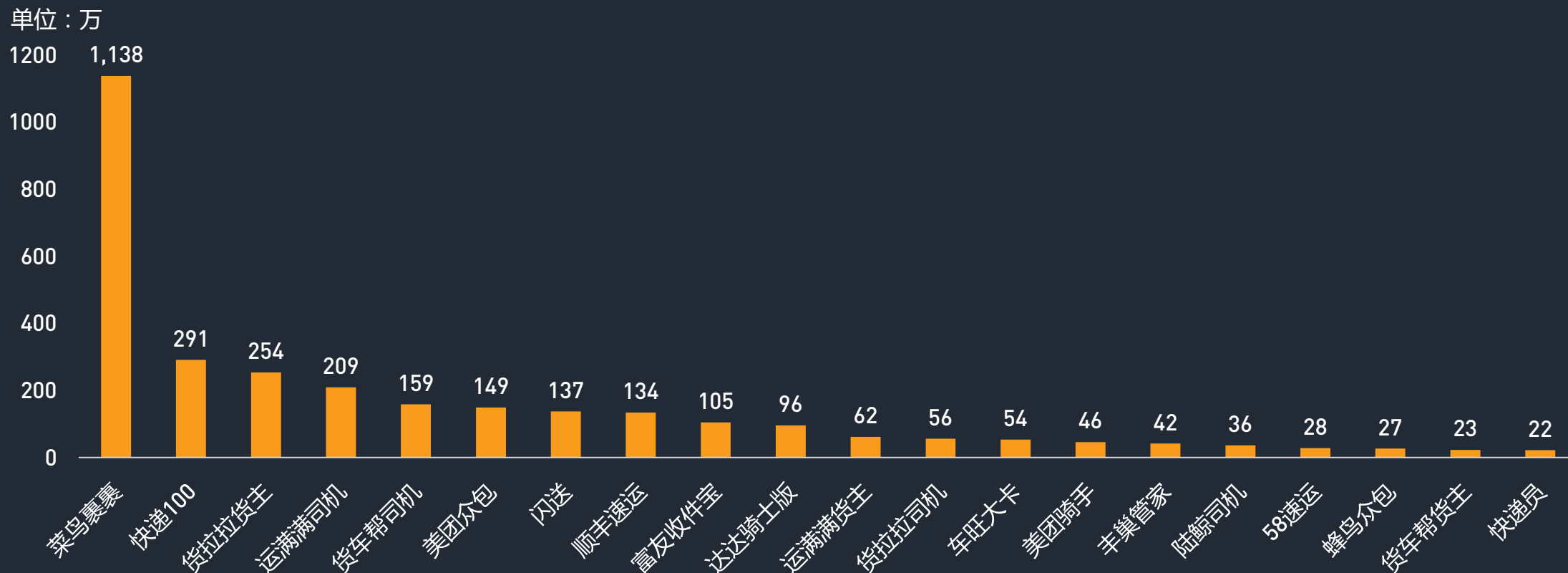
- 截至2017年6月，移动互联网快递物流行业MAU为2,934万，同比增长率为96%；
- 移动互联网快递物流的细分行业中，移动互联网货运行业MAU达1,095万，同比增长131%；
- 移动互联网货运的细分行业中，干线物流行业MAU达426万，同比增长120%；同城物流行业MAU达325万，同比增长223%。





- 2017年6月，移动互联网快递物流行业MAU TOP 20 APP中，菜鸟裹裹MAU最高达1,138万，是第2名近4倍；
- 同城物流行业应用中，货拉拉货主端APP排在首位，在快递物流行业中位列第3名；
- 干线物流行业应用中，运满满司机端APP排在首位，在快递物流行业中位列第4名。

2017.6 移动互联网快递物流行业应用TOP20 (MAU)

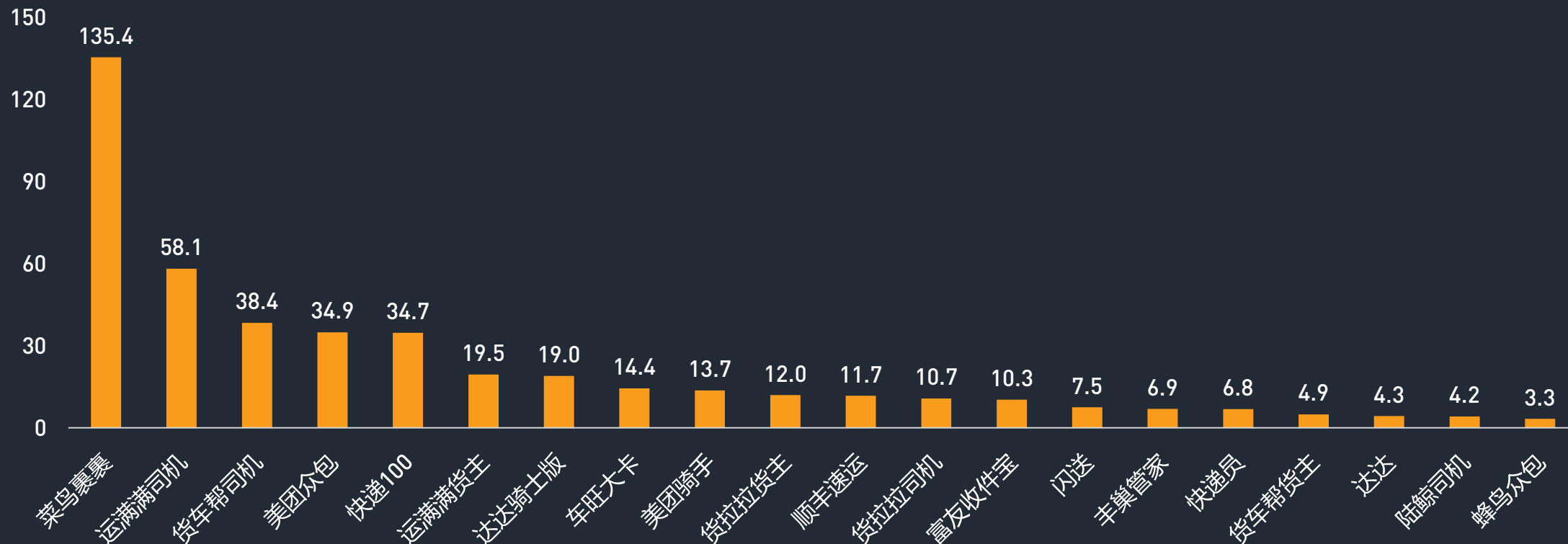




- 2017年6月，移动互联网快递物流行业月日均活跃用户规模TOP 20 APP中，菜鸟裹裹DAU最高达135.4万；
- 同城物流行业应用中，货拉拉货主端APP的DAU为12万，排在快递物流行业第10位；
- 干线物流行业应用中，运满满表现最为突出，双端均在快递物流行业应用TOP 10以内，司机端仅次于菜鸟裹裹排在大行业第2位，货主端排在第6位。

2017.6 移动互联网快递物流行业应用TOP20 (DAU)

单位：万



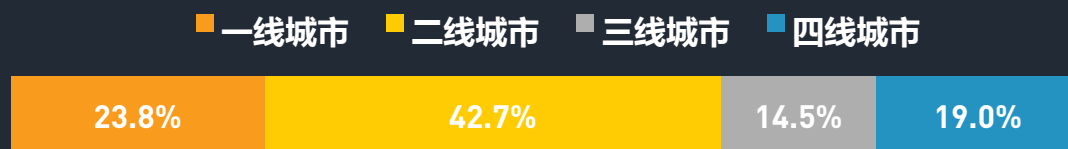


- 2017年6月，移动互联网快递物流行业用户以男性为主，男女比例约为3:2；66.5%的用户分布在一二线城市；30岁以下用户占比达75%，年轻用户是行业主体；
- 移动互联网货运行业用户对于汽车类的汽车社区和养护，生活类的家政服务、二手交易，以及购物休闲类的电商购物、电影演出等具有较强的偏好。

性别分布



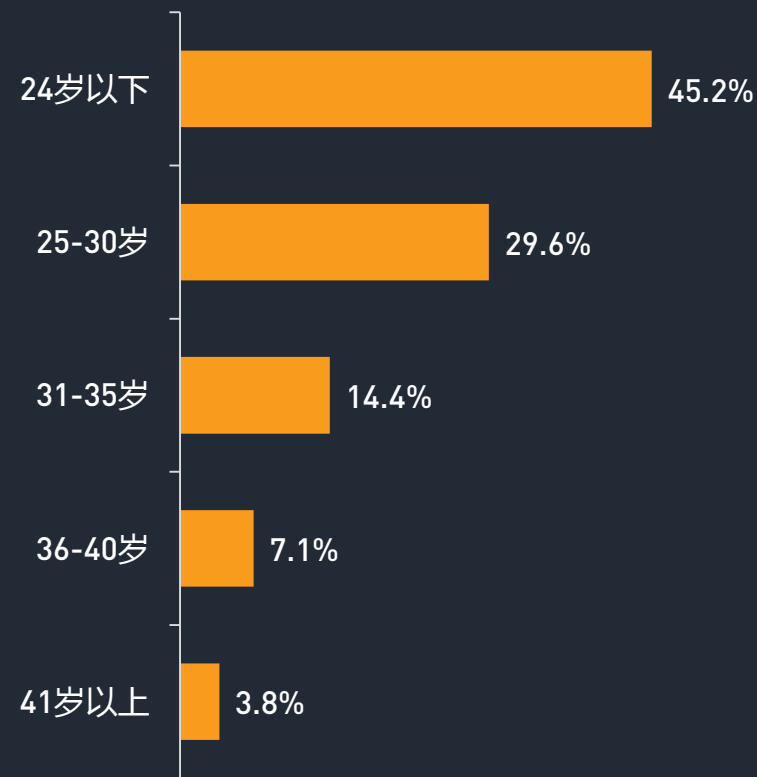
城市等级分布



行为偏好TGI



年龄分布





- 2017年6月，移动互联网货运行业用户以男性为主，相比快递物流行业整体，女性用户更多；近七成用户分布在二线城市，24岁以下用户占比明显低于快递物流行业；
- 移动互联网货运行业用户对于汽车类的汽车交易、养护、违章查询，和生活类的家政服务、医药服务，以及工作社交类的名片管理等具有较强的偏好。

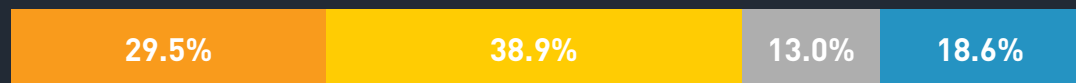
性别分布

■ 男 ■ 女



城市等级分布

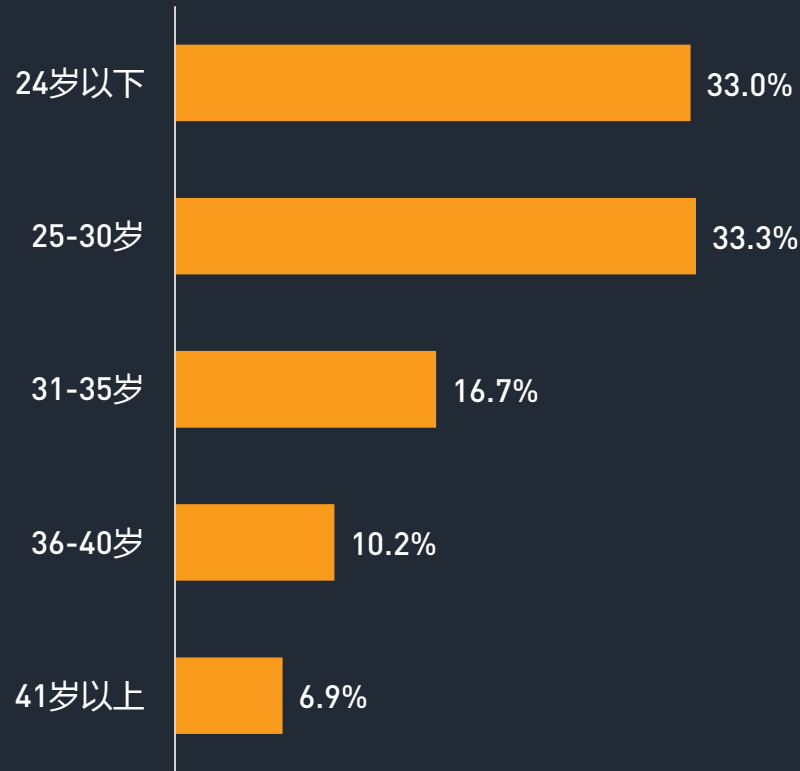
■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线城市 ■ 四线城市



行为偏好TGI



年龄分布

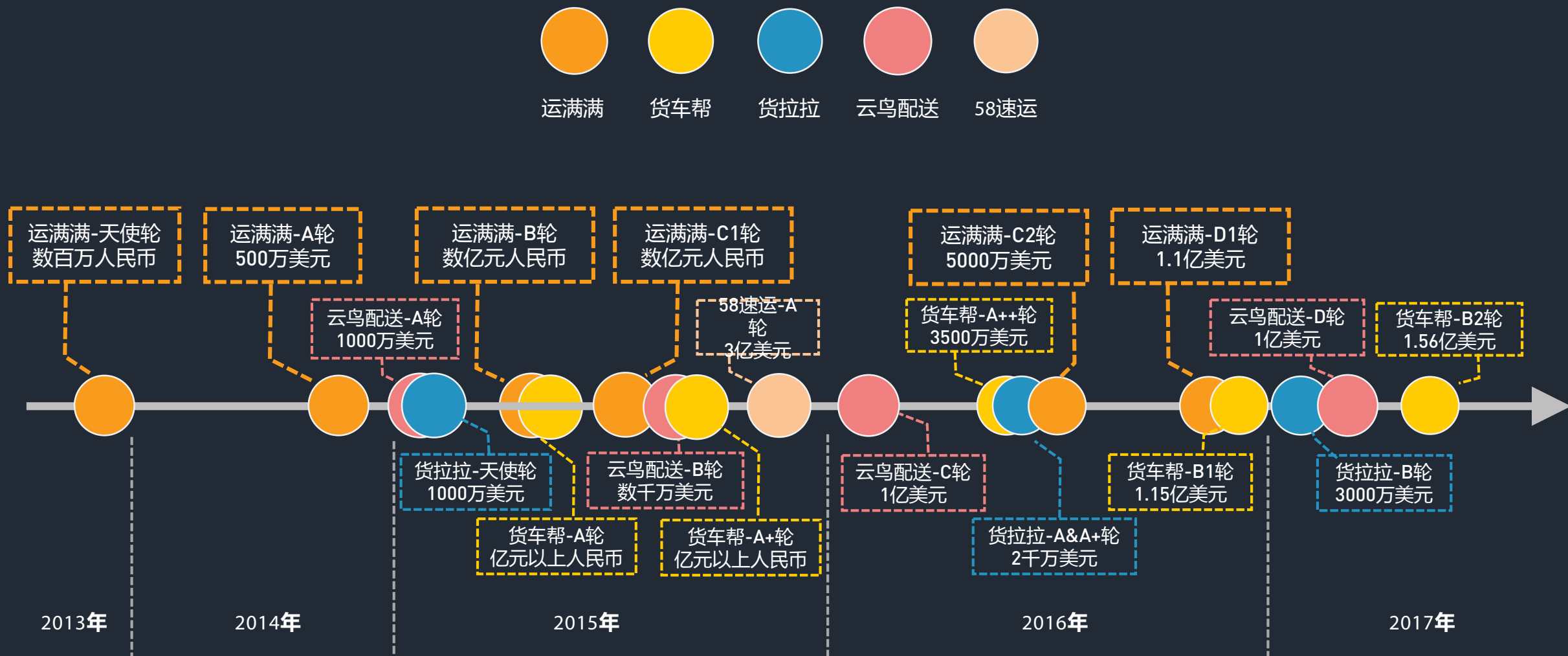




QUEST MOBILE

移动互联网货运行业融资情况

- 据网络公开数据统计，截止2017年6月，移动互联网货运应用行业有4家独角兽公司，分别是运满满、货车帮、58速运和云鸟配送。



TWO

细分市场之一：同城物流相关APP洞察

- 同城物流相关APP用户规模
- 同城物流相关APP用户行为特点
- 同城物流相关APP人群画像

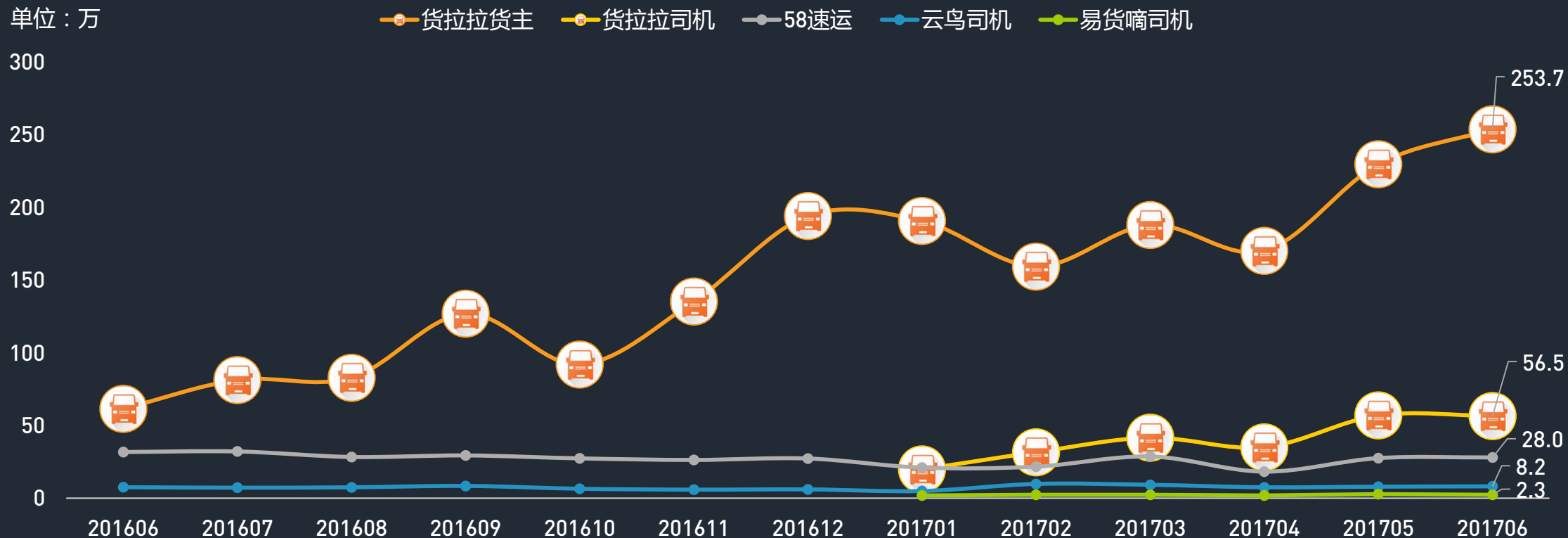


QUEST MOBILE

同城物流行业中，货拉拉APP领跑

- 截至2017年6月，同城物流行业中，货拉拉货主端MAU超过250万，同比增长达413%，司机端用户也达到57万，领先同行业APP；
- 58速运、云鸟司机等APP的用户规模较为稳定。

同城物流行业热门APP用户规模（MAU）

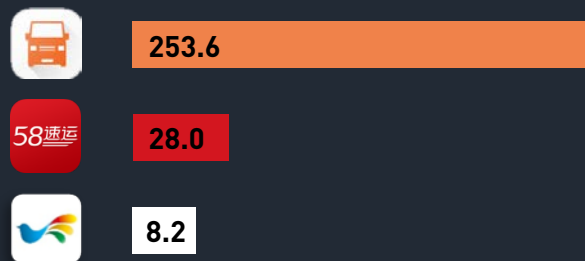


- 2017年6月，货拉拉、58速运和云鸟司机MAU分别为253.6万、28万和8.2万；
- 3个APP的重合用户数为0.24万，独占用户均在80%以上，用户重合度较低。

货拉拉 VS 58速运 VS 云鸟司机



2017年6月活跃用户数(万)

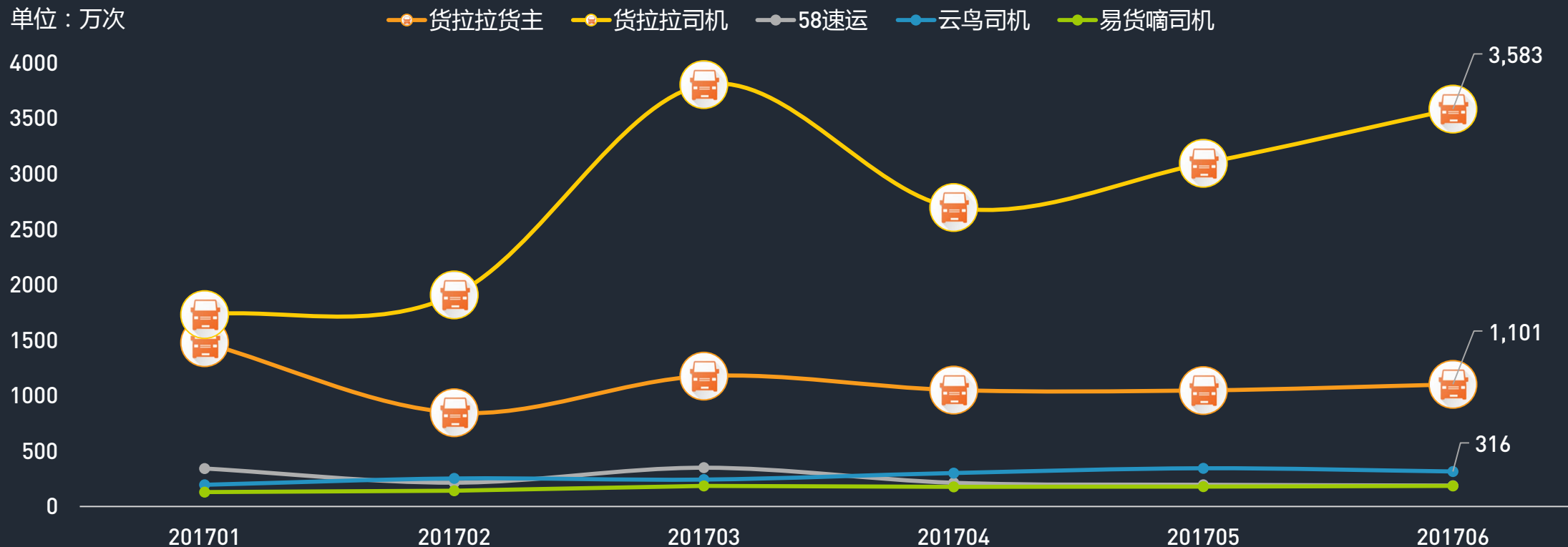


2017年6月活跃用户重合数(万)



- 截至2017年6月，虽然货拉拉的货主端MAU是司机端的4.5倍，但次数方面司机端更高，总使用次数达3,583万次，是货主端的3倍以上；58速运、云鸟司机等变化不大。

同城物流行业热门APP用户总使用次数





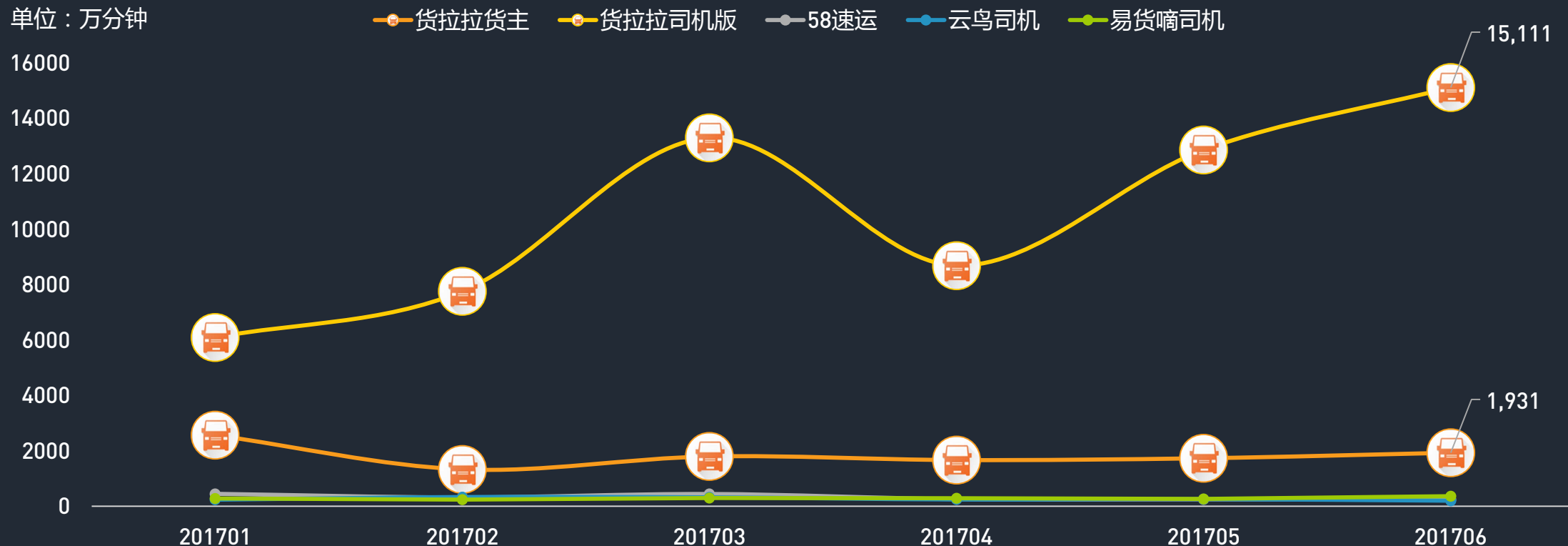
QUEST MOBILE

同城物流行业中，货拉拉司机端总使用时长一枝独秀

- 截至2017年6月，货拉拉司机端总使用时长超1.5亿分钟，远超货主端的1,931万分钟；58速运、云鸟司机等APP使用时长在1000万分钟以下。

同城物流行业热门APP用户总使用时长

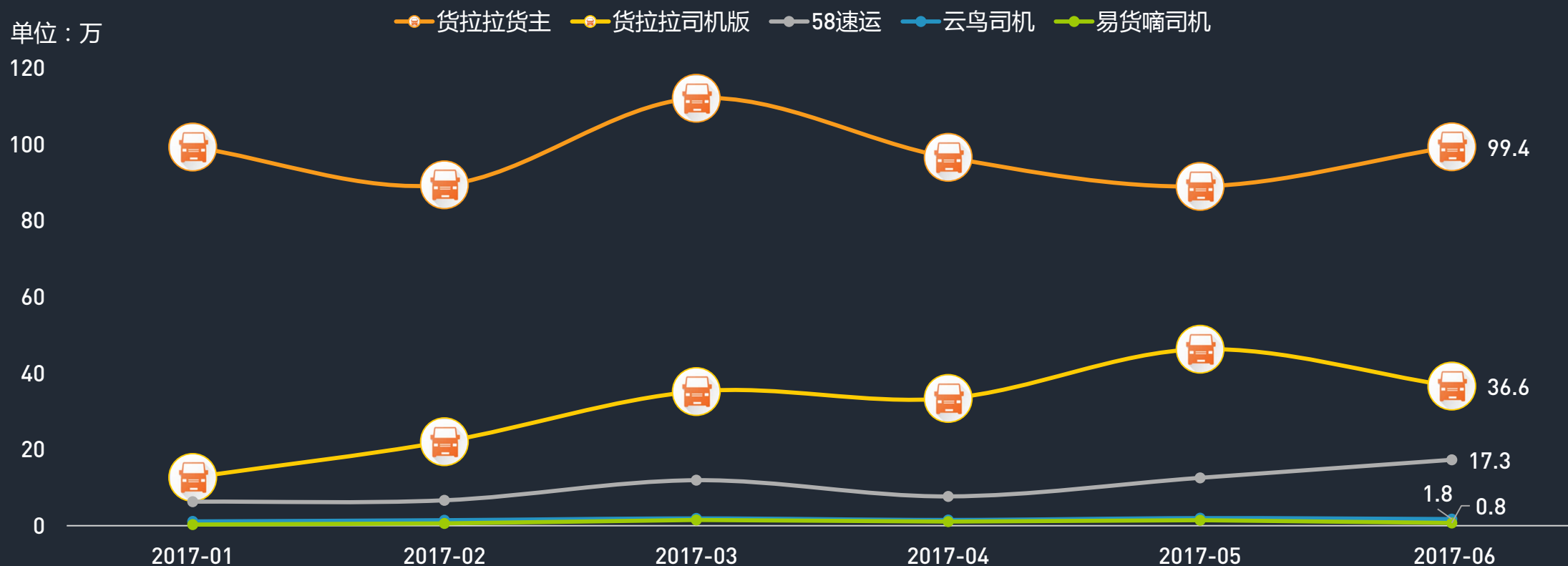
单位：万分钟



货拉拉双端下载量高于同行业APP，呈波动上升的趋势

- 截至2017年6月，同城物流行业APP中，货拉拉货主端及司机端APP月下载量占据前两位，两个APP的总下载量为136万，高于同行业APP。

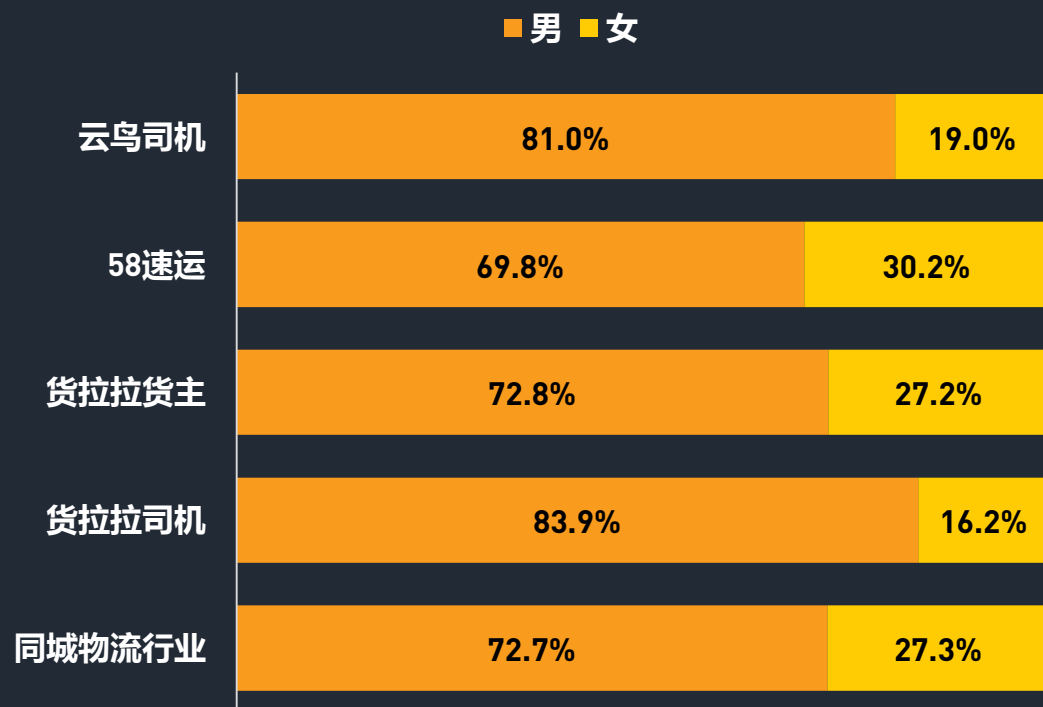
同城物流行业热门APP月下载量



同城物流行业相关APP主要用户为30岁以下男性

- 2017年6月，与同城物流行业整体相比，货拉拉司机端与云鸟司机男性用户占比更高，58速运女性用户占比更高；
- 年龄方面，除云鸟司机的31-40岁用户占比明显高于行业整体外，其他APP用户年龄分布差异不明显。

2017.6 同城物流行业热门APP-用户性别分布



2017.6 同城物流行业热门APP-用户年龄分布



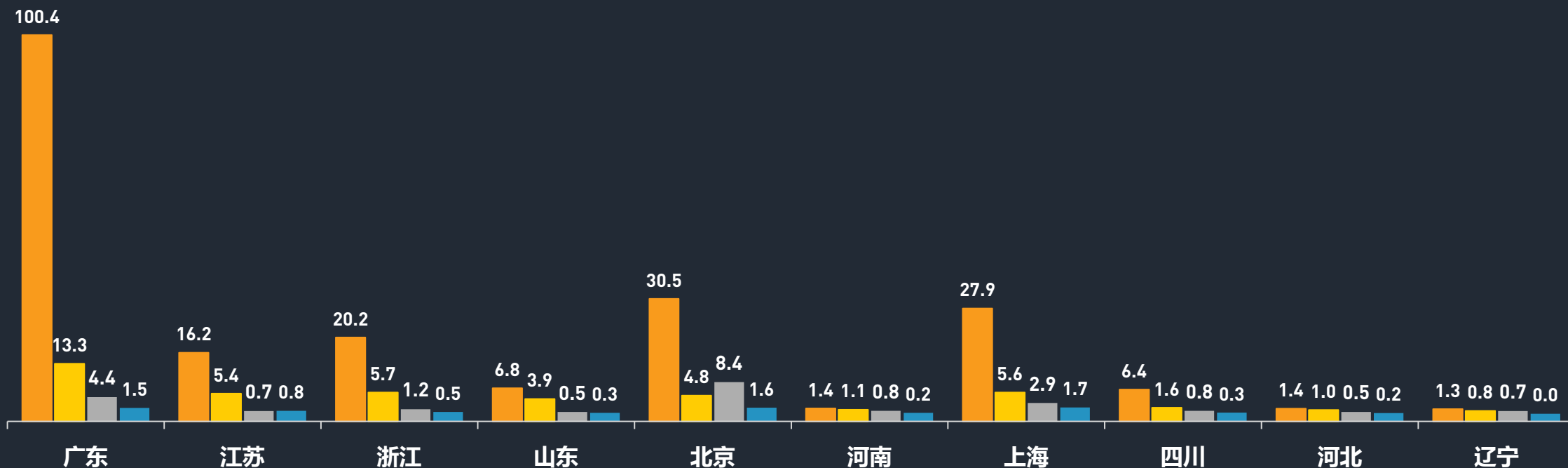


- 从移动互联网TOP 10省份看，货拉拉在北上广及江浙地区的用户最多，58速运用户主要集中在北京和广东；云鸟司机的用户主要集中在北京和上海。

2017.6同城物流行业热门APP-省份分布

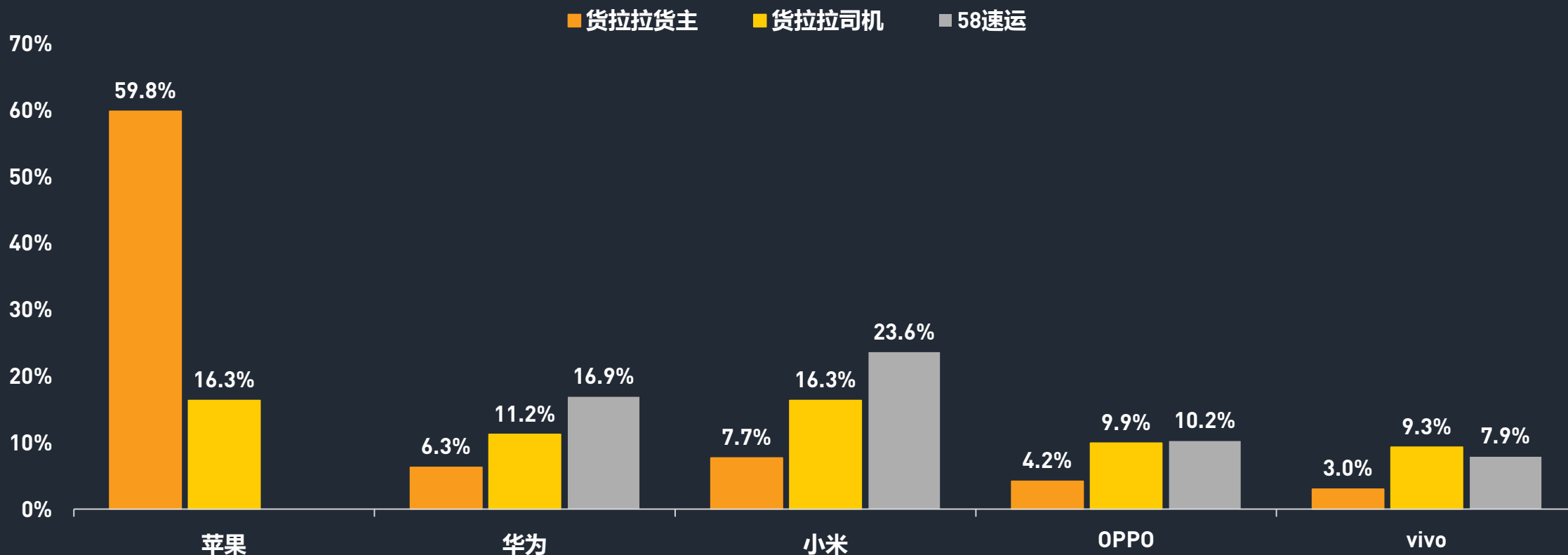
单位：万

■ 货拉拉货主 ■ 货拉拉司机 ■ 58速运 ■ 云鸟司机



- 从移动手机品牌TOP5看，货拉拉货主APP的苹果手机用户近六成，是资深果粉用户，司机端苹果用户占比也达到16.3%；58速运的华为和小米用户占比达到40%。

2017.6同城物流行业热门APP-手机品牌分布



THREE

细分市场之二：干线物流相关APP洞察

- 干线物流行业相关APP用户规模
- 干线物流行业相关企业服务/产品情况
- 干线物流行业相关APP用户行为
- 干线物流行业相关APP人群画像

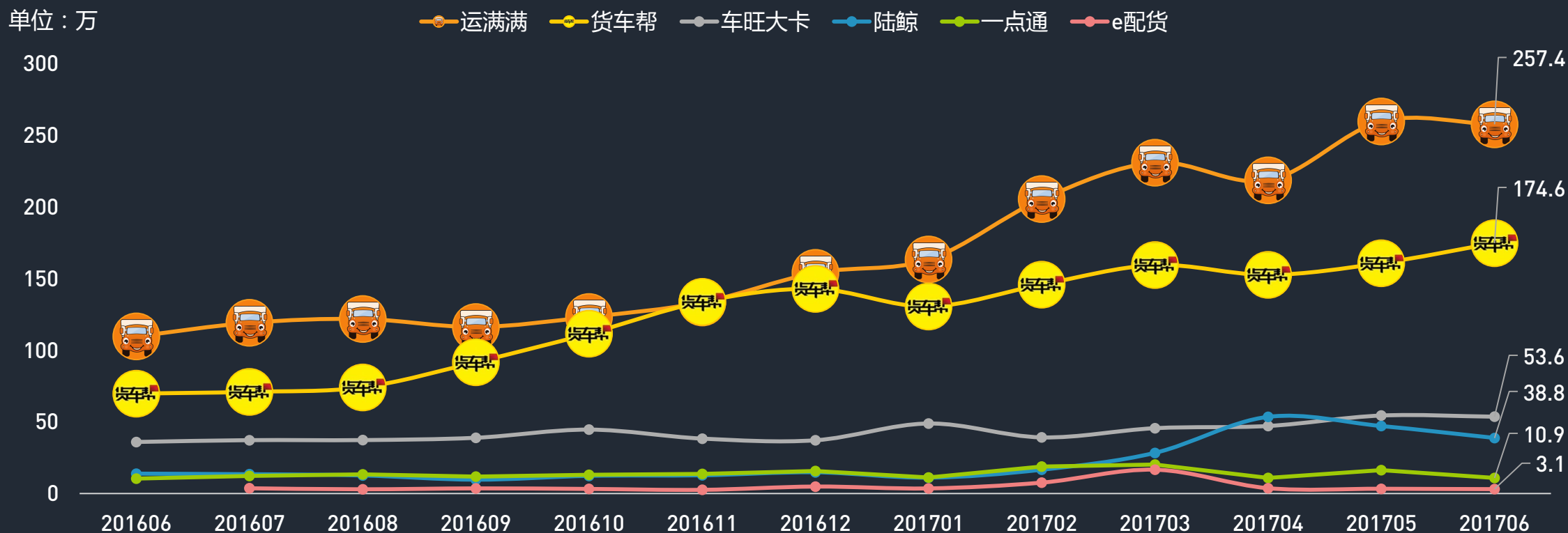


QUEST MOBILE

2017年开始运满满（司机端+货主端）双端领跑干线物流行业

- 截至2017年6月，运满满APP总用户规模达257万，排在行业首位，货车帮以175万的用户量排在第二位；
- 除运满满及货车帮外，陆鲸用户规模近3个月增长较快，目前在40万左右，车旺大卡稳定在50万左右。

干线物流行业主要企业APP用户规模（MAU）





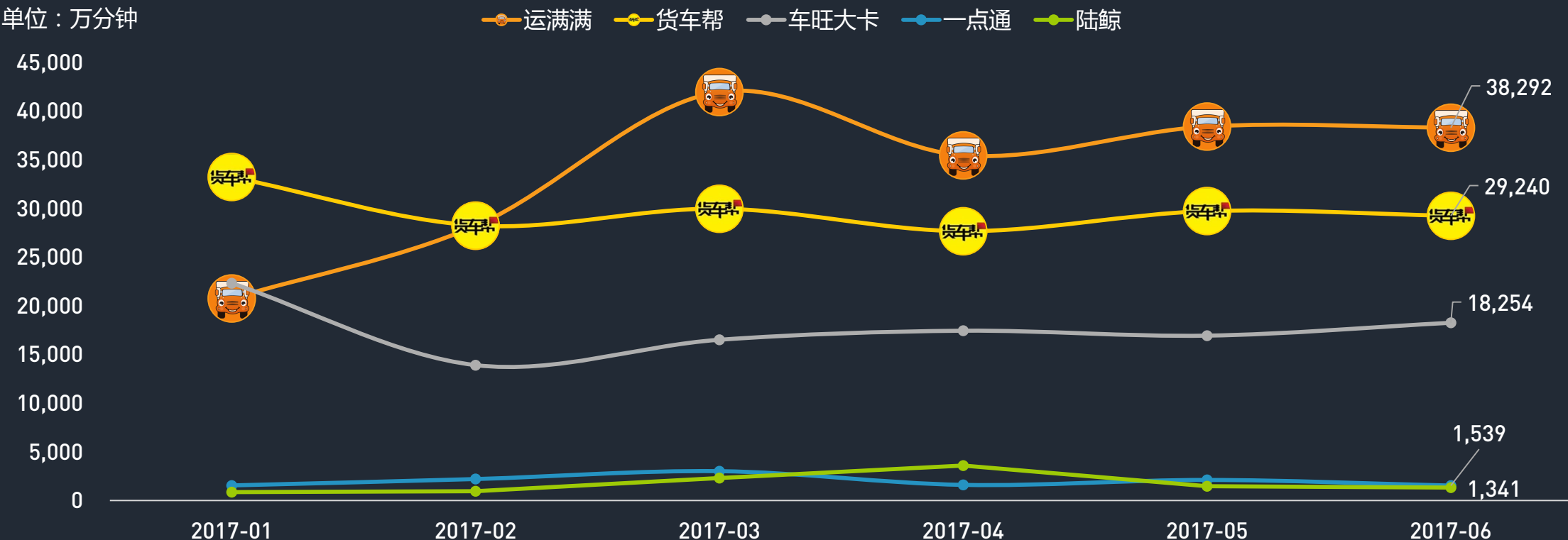
QUEST MOBILE

2017年开始，运满满用户时长反超货车帮，并保持领先

- 截至2017年6月，干线物流行业中，运满满的用户总使用时长约为3.8亿分钟，货车帮缓慢回落至2.9亿分钟，排在第二位；其次，是车旺大卡的1.8亿分钟；一点通和陆鲸在1500万分钟左右。

干线物流行业TOP5企业APP用户总使用时长

单位：万分钟



➤ 从网络公开数据来看，运满满和货车帮是行业领跑者，从运营相关数据来看竞争也十分激烈。

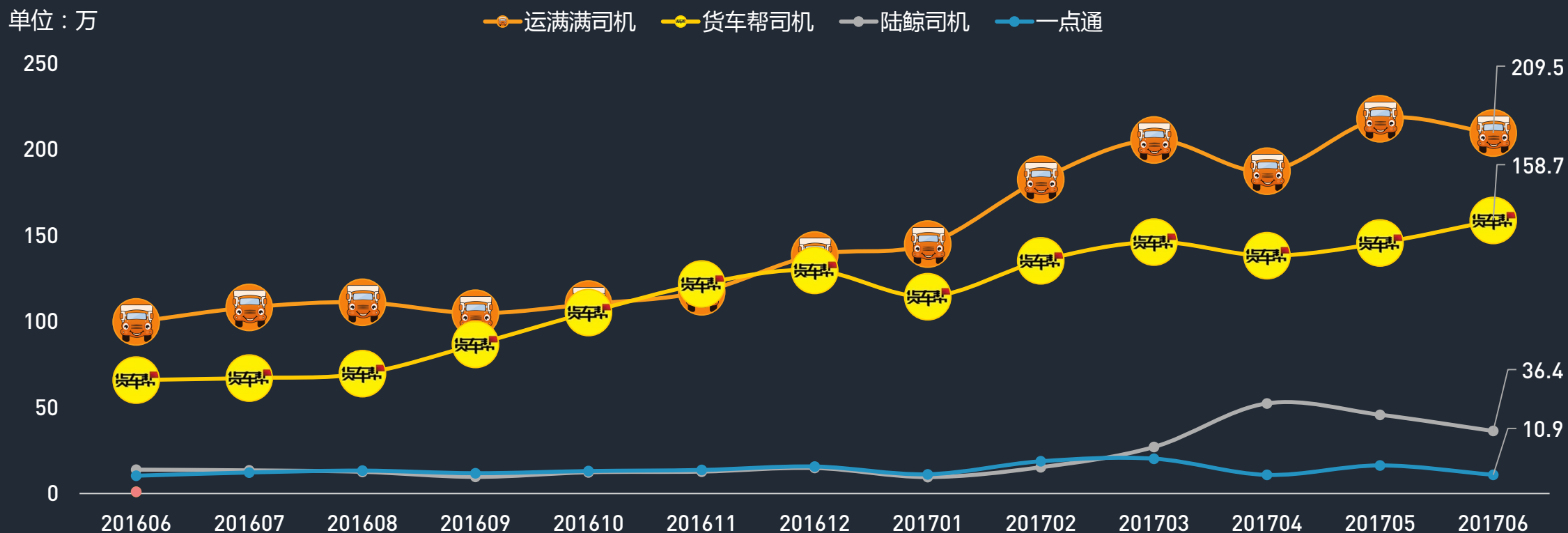


APP 名称	认证会员车辆	认证货主/会员	QM- 司机端MAU	QM- 货主端MAU	服务城市数
 运满满	390万	85万	209.5万	62.0万	300+
 货车帮	370万	63万	158.7万	23.0万	300+
 陆鲸	100万	20万	36.4万	2.8万	68+

QUEST MOBILE 2017年开始运满满司机端稳步增长，优势日益凸显

- 2017年6月，运满满司机端 MAU为209万，同比增长109%，已拉开了与同行业间的距离；
- 货车帮司机端 MAU为159万，位列第二，陆鲸司机今年出现了较明显的涨幅，MAU最高达到52万。

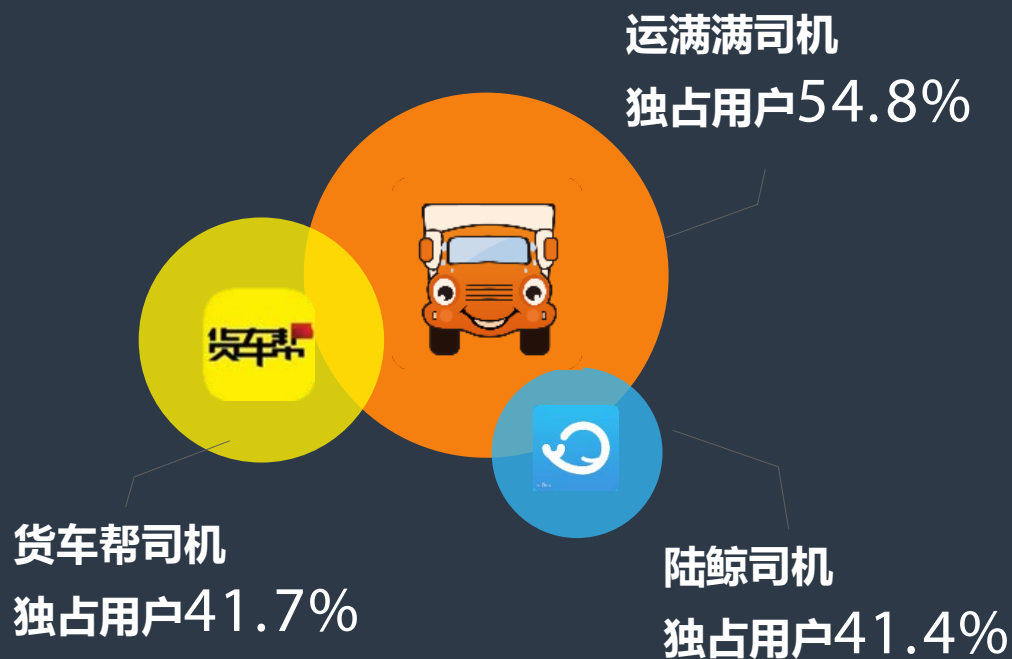
干线物流行业司机端 TOP APP用户规模（MAU）



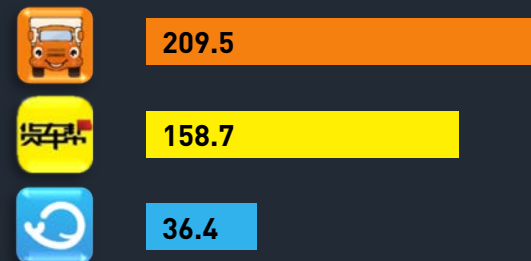
干线物流行业中，运满满独占用户比例最高

- 2017年6月，运满满司机、货车帮司机和陆鲸司机MAU分别为209.5万、158.7万和36.4万；
- 3个APP的重合用户数为14.2万，用户重合度较同城物流APP略高，司机可能为了接单，也会同时使用多个APP，但运满满司机端的独占用户比例最高。

运满满司机 VS 货车帮司机 VS 陆鲸司机



2017年6月活跃用户数(万)



2017年6月活跃用户重合数(万)



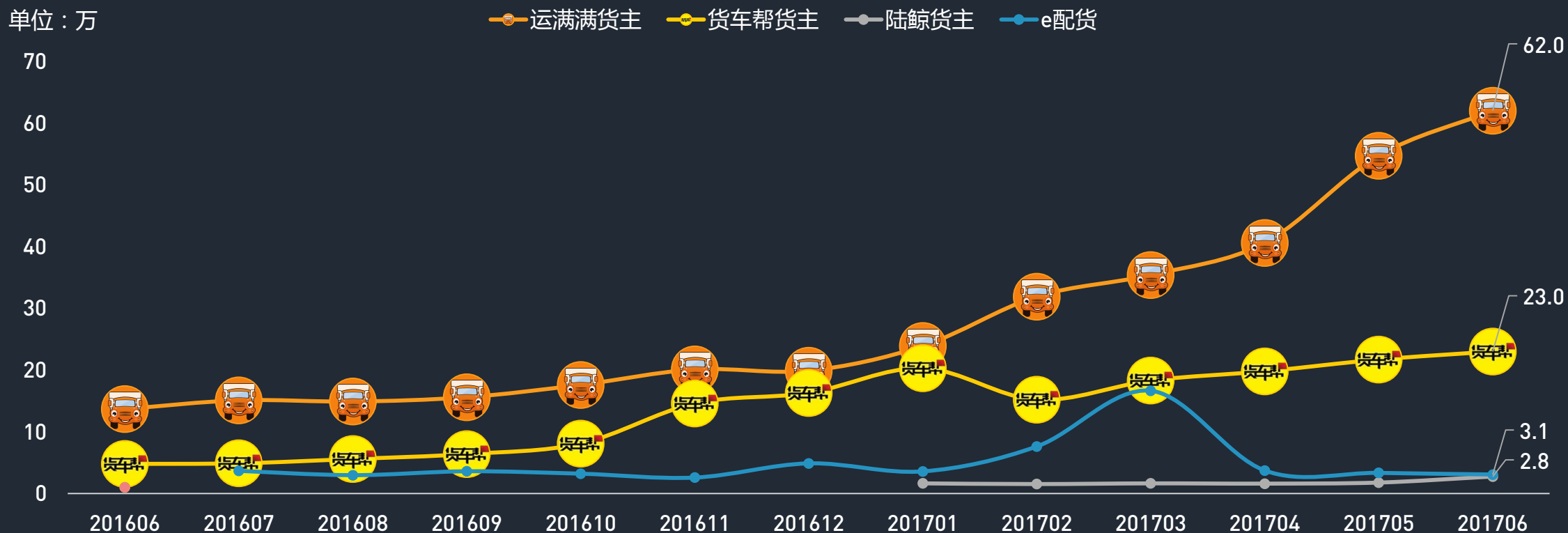


QUEST MOBILE

2017年开始运满满货主端迎来高速增长，货主数是第二名的近3倍

- 运满满货主端 MAU达62万，同比增长353%，远超其他APP；用户规模是第二名的近3倍，第三名的20倍，实现了双端领跑行业的局面。

干线物流行业货主端 TOP APP用户规模（MAU）



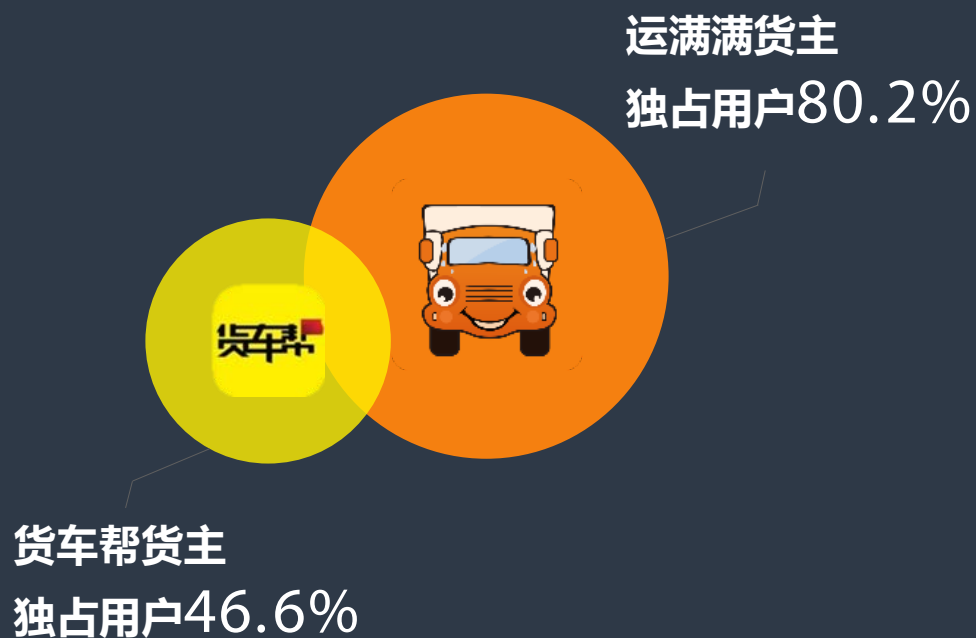


QUEST MOBILE

货车帮有超过一半货主也是运满满货主

- 2017年6月，运满满货主和货车帮货主MAU分别为62万和23万；
- 重合用户数12.3万，运满满独占用户比例在80%以上，货车帮为46.6%，货车帮有超过一半货主用户在同时使用运满满货主APP。

运满满货主 VS 货车帮货主



2017年6月活跃用户数(万)



2017年6月活跃用户重合数(万)

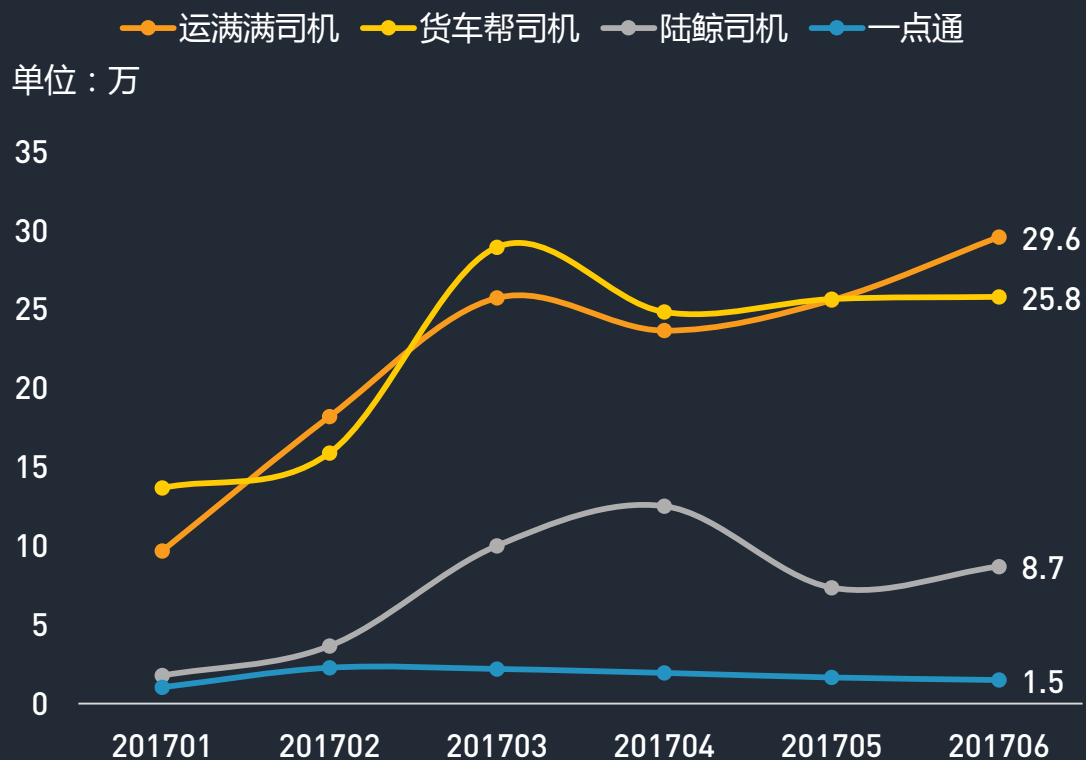




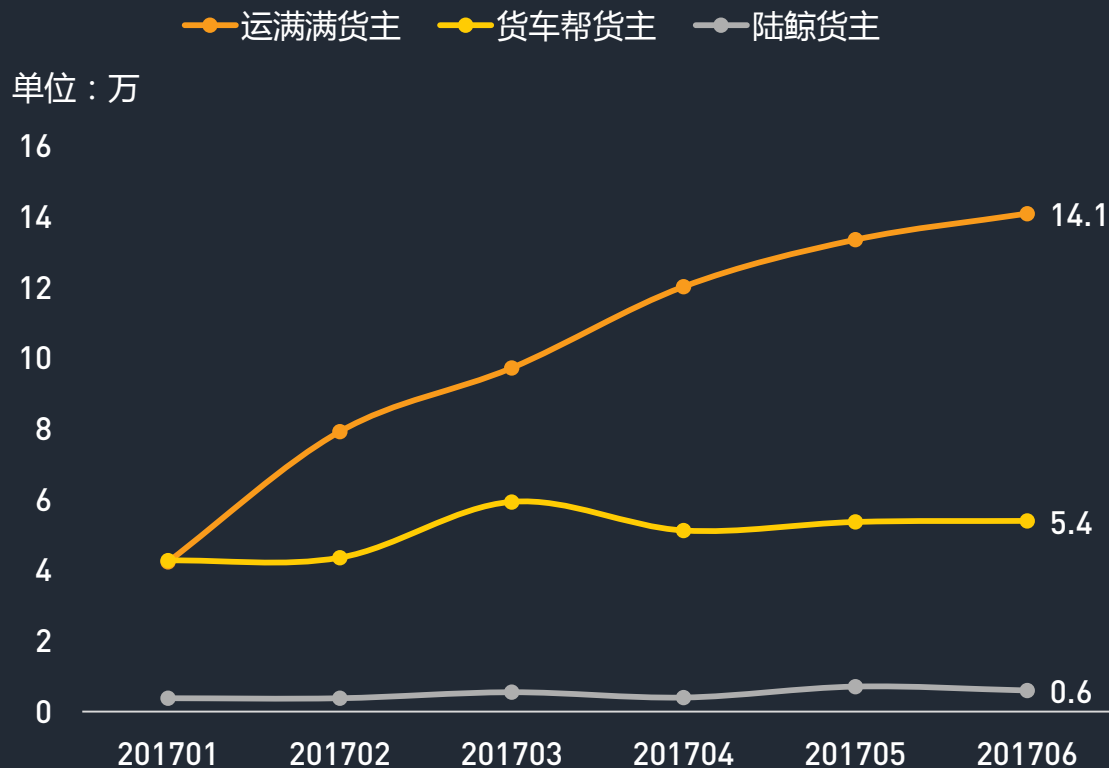
从下载趋势看，运满满货主端优势显著，司机端开始发力

- 从司机端下载量看，1-5月运满满和货车帮交错增长，基本处于同一水平，6月运满满提升至29.6万；陆鲸司机在连续增长后回落，一点通下载量波动不大；
- 从货主端下载量看，运满满的优势明显，近期一直保持快速增长势头，货车帮、陆鲸基本保持不变。

干线物流行业-司机端APP下载量



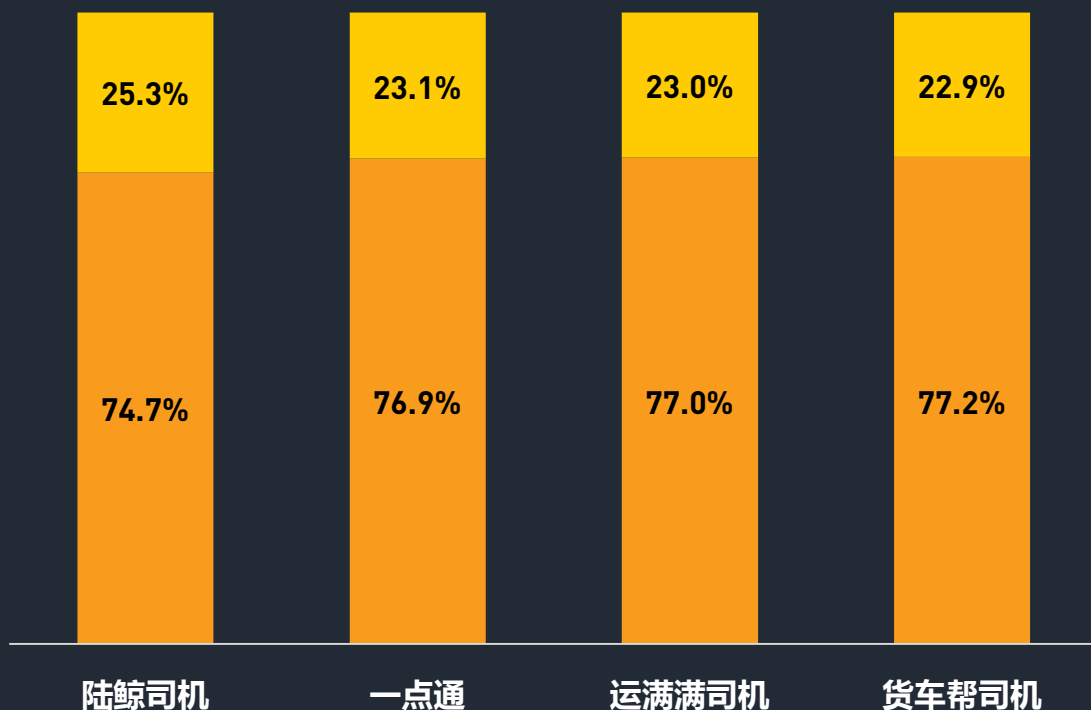
干线物流行业-货主端APP下载量



- 在干线物流行业中，据从业人员反馈，“夫妻档”合作的现象非常普遍，虽大部分司机都为男性，但妻子常常通过APP抢单，女性用户比例明显高于同城物流行业司机端APP。

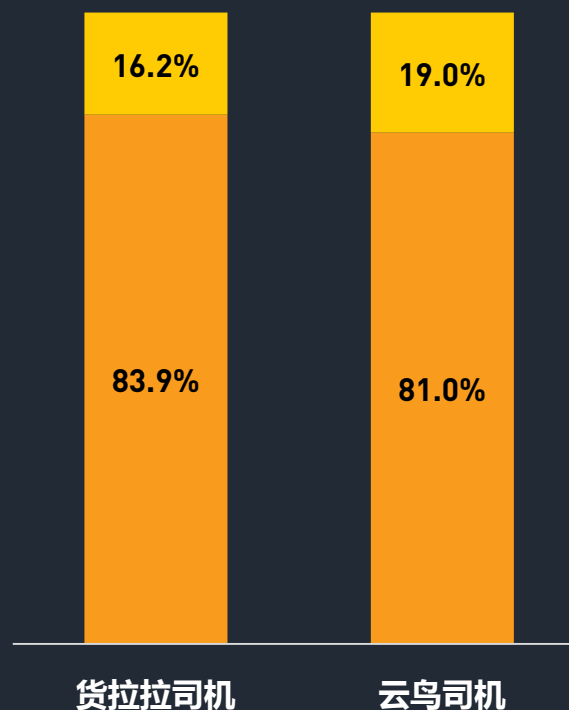
2017.6 干线物流行业司机端APP-用户性别分布

■男 ■女



2017.6 同城物流行业司机端APP-用户性别分布

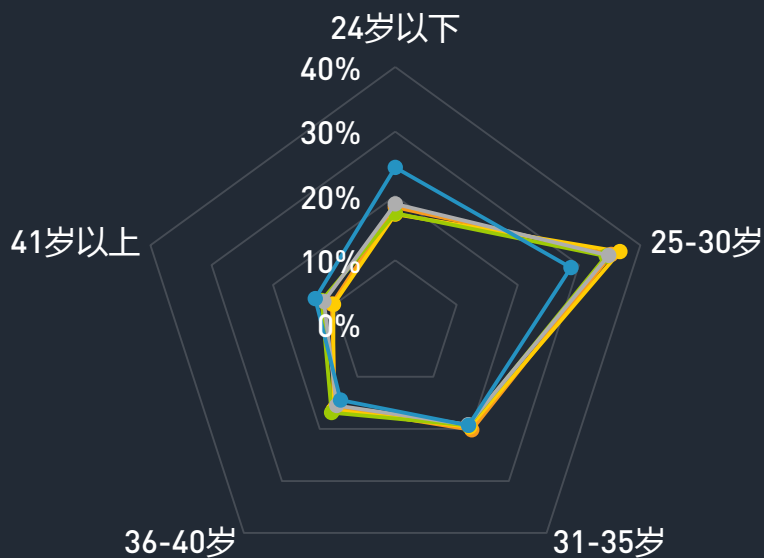
■男 ■女



- 司机端APP中，除一点通用户年龄两极分化（24岁以下，41岁以上）较明显之外，其他APP的用户年龄分布基本与行业值相当，年轻司机是主力；
- 货主端APP中，e配货的25-30岁用户占比突出，41岁以上的用户较少。

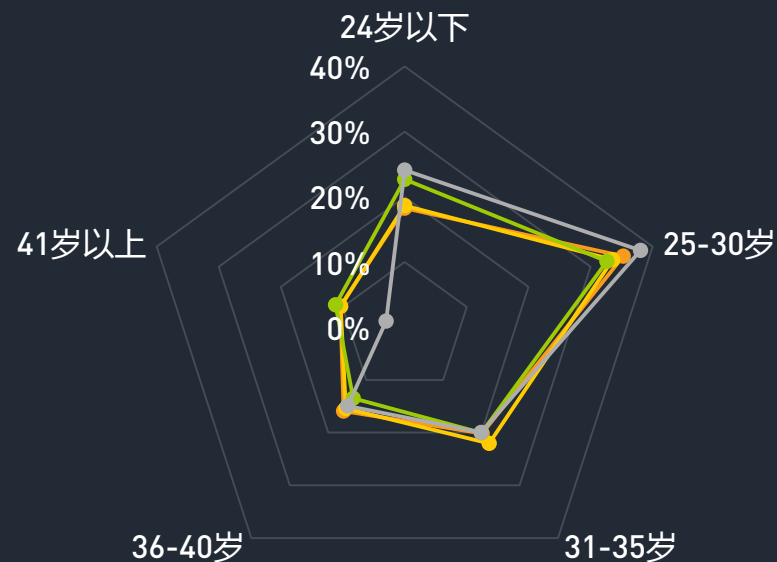
2017.6 干线物流行业APP司机端-用户年龄分布

— 干线物流行业 — 运满满司机 — 货车帮司机
— 陆鲸司机 — 一点通



2017.6 干线物流行业APP货主端-用户年龄分布

— 干线物流行业 — 运满满货主 — 货车帮货主 — e配货

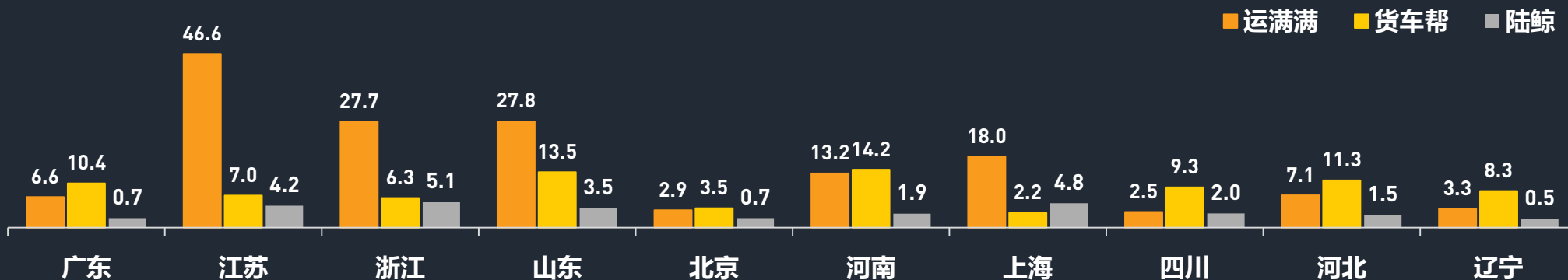


- 从移动互联网TOP10省份看，在司机端，运满满在江苏、浙江、山东和上海的用户规模更大；货车帮在河北，四川，辽宁，广东的用户规模更大；陆鲸司机在浙江、上海和江苏的规模大；
- 货主端差异更为明显。运满满的江苏用户达14.6万，浙江、山东和上海的用户数也在7万左右；货车帮的广东和山东用户较多，陆鲸货主的江浙用户最多。

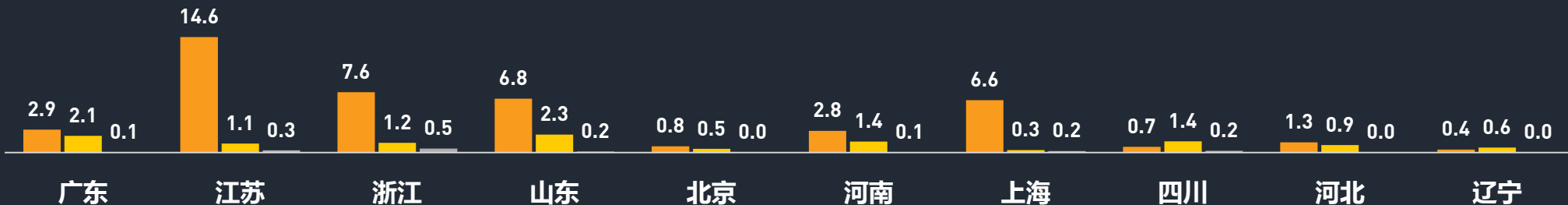
2017.6 移动互联网TOP10省份用户分布对比

单位：万

司机端

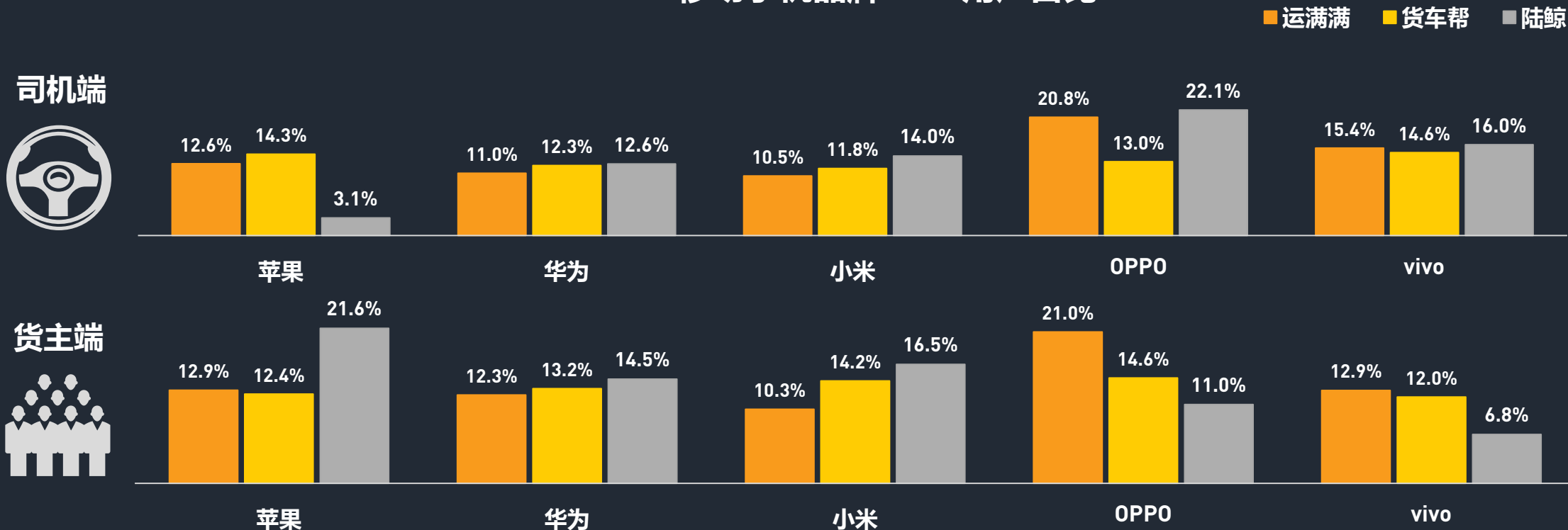


货主端



- 从移动手机品牌TOP5看，司机端，运满满和陆鲸的OPPO用户突出，占比超20%，货车帮TOP5品牌分布相对较均匀；陆鲸司机的苹果用户占比远低于其他两家；
- 货主端，运满满OPPO用户占比同样突出，达到21%；货车帮终端占比差异不大；而陆鲸货主钟爱苹果手机，与司机端对比差异显著。

2017.6 移动手机品牌TOP5用户占比



本次报告数据源及研究范围说明

➤ 研究对象

移动互联网货运行业，包括3个细分行业：同城物流行业、干线物流行业和众包快递行业。

本次的主要研究对象为：同城物流行业和干线物流行业。

➤ 数据来源

大数据服务公司QuestMobile Truth系列及数据挖掘，样本总覆盖设备数超过5亿。

➤ 统计周期

2016年6月至2017年6月

➤ 数据定义

MAU：即月活跃用户数，在一个月内至少启动过一次应用的设备数

使用次数/时长：APP用户在统计周期内，打开APP的次数/时长

重合用户：即2个或3个APP的用户中，同时使用其中2个或3个APP的用户

独占用户：即3个APP的用户中，仅使用其中一款APP的用户

TGI：（目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例）*100

THANK YOU

获取最快，最丰富的移动营销数据

尽在QuestMobile

