

2026-2031年中国同城货运行业发展态势与前景展望研究报告

报告简介

随着信息技术、网络技术日益广泛用于物流领域，依托于智能化信息管理技术的同城货运配送平台逐渐取代传统同城配送形式，成为新兴的物流配送平台。

相较于传统的同城货运模式在线同城速运克服了效率、服务低下等问题。同时，“互联网+短途速运”作为新零售业态的组成部分，一定程度上提高运输与配送效率、减少运输成本，将更有效地满足新零售碎片化、个性化、多元化的货运新需求，随时随地的为个人、商家及企业用户提供快速、安全、省钱的物品运送服务，显著提升用户体验。

大环境下，短途速运的地位，不言而喻。目前中国同城货运智能物流配送平台正处于市场快速发展阶段，同时商户使用第三方同城物流的意识增强，同城物流配送行业竞争越来越激烈。经历过企业倒闭潮的洗礼，以货拉拉、58速运、云鸟为代表的企业已经摸索出自己的优势壁垒及发展路径，市场已进入高速发展阶段。

目前，我国同城货运已是一个万亿市场，不仅需求旺盛，存在供需直接匹配的结构性红利，还有大量资本涌入。同城货运市场的壮大，是同城货运平台吸引资本入驻最直接的原因。现阶段我国四大巨头BATJ都已布局同城货运行业。随着资本纷纷入局，未来市场竞争越发激烈。

对于同城货运行业来说，虽说已经经过了几年的发展，也有了类似货拉拉、58货运等发展态势良好的企业，但终究一直都没有诞生真正意义上的独角兽，这也使得对于同城货运的行业特征值得进行更深层次的研究。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家邮政局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国同城货运行业及各子行业的发展状况、市场

供需形势、进出口贸易等进行了分析，并重点分析了中国同城货运行业发展状况和特点，以及中国同城货运行业将面临的挑战、行业的发展策略等。报告还对国际同城货运行业发展态势作了详细分析，并对同城货运行业进行了趋向研判，是同城货运生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前同城货运行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 同城货运行业综述

第一节 同城货运概念

- 一、同城货运概念
- 二、同城货运服务分类

第二节 中国物流行业发展分析

- 一、中国物流行业发展概况
- 二、中国物流行业竞争格局
- 三、中国快递业发展概况
- 四、中国快递业竞争格局

第三节 中国同城货运行业发展环境

- 一、国内经济形势
- 二、行业政策规划
- 三、行业社会环境

第二章 中国同城货运行业发展分析

第一节 中国同城货运行业发展状况

- 一、中国同城货运行业发展阶段
- 二、中国同城货运行业发展现状

三、中国同城货运行业发展特点

四、中国同城货运行业商业模式

第二节 中国同城货运行业总体规模

一、企业数量结构

二、人员规模状况

三、行业资产规模

四、行业市场规模

第三节 中国同城货运市场供需分析

一、中国同城货运行业供给情况

二、中国同城货运行业需求情况

三、中国同城货运行业供需平衡

四、中国同城货运服务价格走势

第四节 中国同城货运行业财务指标

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业营运能力

四、行业发展能力

第三章 中国同城货运细分市场分析

第一节 货运市场

一、主要需求群体

二、需求市场概况

三、需求市场规模

四、服务距离长短

五、服务费用价格

第二节 搬家市场

一、主要需求群体

二、需求市场概况

三、需求市场规模

四、服务距离长短

五、服务费用价格

第四章 中国同城货运行业竞争分析

第一节 中国同城货运行业竞争结构

一、行业现有竞争者

二、行业潜在进入者

三、行业替代品威胁

四、行业供应商议价能力

五、行业购买者议价能力

六、行业竞争情况总结

第二节 中国同城货运行业swot分析

一、同城货运行业优势分析

二、同城货运行业劣势分析

三、同城货运行业机会分析

四、同城货运行业威胁分析

第三节 中国同城货运行业竞争分析

一、同城货运行业竞争格局

二、同城货运行业集中度

三、同城货运行业竞争力

第四节 中国同城货运行业竞争趋势与策略

一、同城货运行业竞争趋势

二、同城货运行业竞争策略

第五章 中国同城货运行业部分区域市场分析

第一节 北京

一、地区流动人口变化情况

二、地区物流行业发展概况

三、地区同城货运发展现状

四、地区同城货运市场规模

五、地区同城货运市场格局

六、地区同城货运发展前景

第二节 上海

一、地区流动人口变化情况

二、地区物流行业发展概况

三、地区同城货运发展现状

四、地区同城货运市场规模

五、地区同城货运市场格局

六、地区同城货运发展前景

第三节 广州

- 一、地区流动人口变化情况
- 二、地区物流行业发展概况
- 三、地区同城货运发展现状
- 四、地区同城货运市场规模
- 五、地区同城货运市场格局
- 六、地区同城货运发展前景

第四节 深圳

- 一、地区流动人口变化情况
- 二、地区物流行业发展概况
- 三、地区同城货运发展现状
- 四、地区同城货运市场规模
- 五、地区同城货运市场格局
- 六、地区同城货运发展前景

第五节 武汉

- 一、地区流动人口变化情况
- 二、地区物流行业发展概况
- 三、地区同城货运发展现状
- 四、地区同城货运市场规模
- 五、地区同城货运市场格局
- 六、地区同城货运发展前景

第六节 成都

- 一、地区流动人口变化情况

二、地区物流行业发展概况

三、地区同城货运发展现状

四、地区同城货运市场规模

五、地区同城货运市场格局

六、地区同城货运发展前景

第七节 杭州

一、地区流动人口变化情况

二、地区物流行业发展概况

三、地区同城货运发展现状

四、地区同城货运市场规模

五、地区同城货运市场格局

六、地区同城货运发展前景

第八节 南京

一、地区流动人口变化情况

二、地区物流行业发展概况

三、地区同城货运发展现状

四、地区同城货运市场规模

五、地区同城货运市场格局

六、地区同城货运发展前景

第九节 郑州

一、地区流动人口变化情况

二、地区物流行业发展概况

三、地区同城货运发展现状

四、地区同城货运市场规模

五、地区同城货运市场格局

六、地区同城货运发展前景

第六章 中国同城货运行业主要平台经营分析

第一节 货车帮

一、平台发展简介

二、平台业务结构

三、平台规模实力

四、平台经营情况

五、平台品牌价值

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

八、平台发展动态

第二节 货拉拉

一、平台发展简介

二、平台业务结构

三、平台规模实力

四、平台经营情况

五、平台品牌价值

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

八、平台发展动态

第三节 运满满

一、平台发展简介

二、平台业务结构

三、平台规模实力

四、平台经营情况

五、平台品牌价值

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

八、平台发展动态

第四节 云鸟配送

一、平台发展简介

二、平台业务结构

三、平台规模实力

四、平台经营情况

五、平台品牌价值

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

八、平台发展动态

第五节 运立方

一、平台发展简介

二、平台业务结构

三、平台规模实力

四、平台经营情况

五、平台品牌价值

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

八、平台发展动态

第六节 快狗打车

一、平台发展简介

二、平台业务结构

三、平台规模实力

四、平台经营情况

五、平台品牌价值

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

八、平台发展动态

第七节 福佑卡车

一、平台发展简介

二、平台业务结构

三、平台规模实力

四、平台经营情况

五、平台品牌价值

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

八、平台发展动态

第八节 驹马juma

一、平台发展简介

二、平台业务结构

三、平台规模实力

四、平台经营情况

五、平台品牌价值

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

八、平台发展动态

第九节 卡行天下

一、平台发展简介

二、平台业务结构

三、平台规模实力

四、平台经营情况

五、平台品牌价值

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

八、平台发展动态

第十节 中国物通网

一、平台发展简介

二、平台业务结构

三、平台规模实力

四、平台经营情况

五、平台品牌价值

六、平台竞争优势

七、平台产业布局

八、平台发展动态

第七章 中国同城货运行业投资分析

第一节 同城货运行业投资特性分析

一、同城货运行业进入壁垒分析

二、同城货运行业盈利因素分析

三、同城货运行业盈利模式分析

第二节 同城货运行业投资情况

一、同城货运行业投资现状

二、同城货运行业投资机会

二、同城货运行业投资风险

第三节 同城货运行业投资前景

一、同城货运行业投资前景

二、同城货运行业投资建议

第八章 中国同城货运行业前景展望

第一节 同城货运行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 同城货运行业存在的问题与对策

一、行业存在的问题

二、行业发展的对策

第三节 2026-2031年同城货运行业发展预测

一、2026-2031年同城货运市场规模预测

二、2026-2031年同城货运行业供给预测

三、2026-2031年同城货运行业需求预测

第四节 2026-2031年同城货运行业发展前景

一、同城货运行业发展趋势

二、同城货运行业发展前景

第九章 中国同城货运行业企业品牌竞争策略

第一节 中国同城货运行业品牌的重要性

一、同城货运行业品牌的重要性

二、同城货运实施品牌战略的意义

第二节 中国同城货运行业企业品牌建设对策

一、强化品牌战略意识，树立品牌营销观念

二、强化品牌管理团队，完善品牌管理体系

三、强化品牌保护意识，准确把握品牌定位

四、深入挖掘文化内涵，创建品牌核心价值

五、提高质量管理意识，完善质量管理体系

六、加强品牌形象塑造，推进品牌有效传播

七、强化品牌创新意识，提升企业创新能力

图表目录

图表：同城货运行业生命周期

图表：同城货运行业产业链结构

图表：同城货运行业产业价值链

图表：中国同城货运行业市场规模

图表：中国同城货运行业企业数量分析

图表：中国同城货运行业人员规模分析

图表：中国同城货运行业资产规模分析

图表：中国同城货运行业市场规模分析

图表：中国同城货运行业盈利能力分析

图表：中国同城货运行业偿债能力分析

图表：中国同城货运行业营运能力分析

图表：中国同城货运行业发展能力分析

图表：同城货运行业集中度分析

图表：中国同城货运行业竞争格局

图表：2026-2031年同城货运行业市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Emai : kf@51baogao.cn

报告编号：132298

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20190809/132298.shtml>

在线订购：[点击这里](#)