

中国网络货运行业现状深度研究与发展前景分析 报告（2025-2032年）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国网络货运行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202510/766486.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、行业相关定义

网络货运是在利用互联网技术开发的车货匹配平台的基础上发展起来的，通过互联网平台加数字化技术引用，在大数据的介入下，促使货运全网互联互通，借助智慧物流模式进行行业升级。

交通部重点强调全面贯彻、坚持发展的“互联网+”高效物流，通过发展网络货运，推动解决道路货运行业多年来积累的深层次矛盾和问题，有效解决货运经营者在配货理货方面的操心事、运费结算方面的烦心事、税收保险方面的揪心事。

从事网络货运经营的，是指经营者依托互联网平台整合配置运输资源，以承运人身份与托运人签订运输合同，委托实际承运人完成道路货物运输，承担承运人责任的道路货物运输经营活动。

网络货运不仅可以帮助企业实现运力资源的高效调配，还可以帮助物流企业真正实现降本增效。网络货运还为多家合作企业提供了平台推广、运营、财税等方面的支持，结合客户情况，为客户提供定制化指导服务。在企业快速发展的同时，有效降低运营成本，保持核心竞争力，助力企业做强做大。

二、行业规模现状

1、市场规模

中国网络货运行业自2016年试点启动以来，经历了从模式探索到规模化发展的关键阶段，市场规模持续扩大，成为公路货运领域数字化转型的核心力量。预计随着政策的鼓励和引导、网络货运平台的逐渐成熟以及用户心智的强化，网络货运渗透率有望持续提升。

2024年我国网络货运市场规模已经达到930.15亿元，同比增长11.97%。2025年上半年行业市场规模约为505.79亿元，具体如下：

备注：本报告网络货运市场规模是国内所有网络货运企业营业收入总和，非官方所说的网络货运订单金额总和。

资料来源：观研天下数据中心整理

2、供应规模

近年来我国网络货运企业(含分公司)数量保持快速增长，2020年企业数量为817家，2021年增长至1968家，2024年达到3490家。初步估计2025年上半年国内网络货运企业数量为3665家，具体如下：

资料来源：交通运输部，观研天下数据中心整理

3、需求规模

近年来我国网络货运需求规模也在快速增长，2020年我国网络货运整合社会零散运力287万辆，运单量1772.3万单，2024年增长至870.5万辆和18544.8万单，无论是货运车辆还是运单数量都有大幅度增长。初步估计2025年上半年国内网络货运社会零散运力和运单量分别为954.1万辆和8411.2万单，具体如下：

资料来源：交通运输部，观研天下数据中心整理

三、行业细分市场分析

1、整车跨城

整车跨城市场是网络货运行业最大的细分市场，跨城领域在网络货运的介入下，信息流畅度大为改善，效率大幅提升，加之跨城领域的货运客单价普遍更高，因此是当下网络货运最主要的细分市场，2024年整车跨城市场规模约为548.42亿元，2025年上半年整车跨城市场规模初步估计为291.89亿元，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

2、整车同城

相对于跨城领域来说，网络同城领域的市场体量更小，一方面传统的同城货运本来就比跨城更为完善，圈子更为集中，信息更为通畅，网络货运的改善效果不如跨城那么明显，另一方面同城的客单价也更低，使得同城市场规模相对较小，2024年整车同城市场规模约为115.62亿元，2025年上半年整车同城市场规模初步估计为66.74亿元，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

3、零担

零担市场是网络货运的重要市场，也是网络货运起家的基本盘市场，2024年零担市场规模约为266.12亿元，2025年上半年零担市场规模初步估计为147.15亿元，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

四、行业竞争情况

网络货运行业竞争格局呈现“头部集中、长尾分散”特征，技术创新、资源整合与政策合规能力是企业突围的核心。未来，行业将从价格竞争转向生态竞争，具备数字化能力、供应链协同优势及全球化布局的企业将占据主导地位。

满帮集团是我国网络货运行业的龙头企业，作为行业龙头，凭借其强大的资源整合能力、技术优势和品牌影响力，在市场中占据主导地位。其他企业如货拉拉、中储智运等也在各自的细分领域具有一定的竞争力。

我国网络货运行业竞争主体分类

企业类型	代表企业	竞争特点
综合型平台	满帮、货拉拉	覆盖全国干线

城配市场，整合海量运力，提供车后市场、金融等增值服务，技术驱动效率提升。

垂直领域平台

成丰货运、路歌

聚焦大宗物流（如成丰货运）或供应链管理（如路歌），通过场景化服务构建护城河。

国有背景平台

央企物流子公司

依托资源优势切入特定领域（如能源、跨境运输），政策敏感度高，合规能力强。

资料来源：观研天下整理

不过，根据相关行业协会统计来看，行业CR10仅30%左右，集中度较为分散，竞争型格局较为显著，龙头企业满帮的市占率也仅5%左右，行业仍呈现“大市场、小企业”特征。

中国网络货运行业主要品牌

企业名称	品牌	简介
满帮集团	满帮	由运满满和货车帮于2017年合并而成，是一家“互联网+物流”的科技企业。通过大数据的智能推荐帮助货车司机及货主双端用户快速完成运输交易和增值服务，是中国领先的网络货运平台之一。
货拉拉	货拉拉	作为同城货运市场的领先企业，货拉拉通过创新的商业模式和技术应用，在市场中崭露头角。其凭借便捷的平台操作和高效的车货匹配，吸引了大量货主和司机用户，市场份额不断扩大。

中储智运 在大宗货物运输等细分领域具有较强的竞争力，通过整合优质运力资源和先进的技术手段，为客户提供高效、可靠的物流运输服务。成丰货运 公司成立于2016年，是国家首批无车承运试点企业之一，高新技术企业，山西省重点支持发展的网络货运平台，国家税务总局山西省税务局代开增值税发票试点企业。公司利用互联网创新平台优势，打造了大宗商品智慧物流服务平台“成丰货运”。路歌 合肥维天运通信息科技股份有限公司（品牌名“路歌”），是行业领先的全链路数字货运服务商。公司创始于2002年，总部位于合肥，2023年在香港联交所主板上市，是港股“数字货运第一股”。公司是公路货运行业数字化的开拓者，始终秉承“求真、公道、利他”的核心价值观，致力于通过创新的技术应用和服务模式打造良性货运生态圈，让货运人行之有道、取之有道，推动数字货运生态的可持续生长与繁荣。

资料来源：观研天下数据中心整理（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国网络货运行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的

行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国	网络货运	行业发展概述
第一节	网络货运	行业发展情况概述
一、	网络货运	行业相关定义
二、	网络货运	特点分析
三、	网络货运	行业基本情况介绍
四、	网络货运	行业经营模式
(1) 生产模式		
(2) 采购模式		
(3) 销售/服务模式		
五、	网络货运	行业需求主体分析
第二节 中国	网络货运	行业生命周期分析
一、	网络货运	行业生命周期理论概述
二、	网络货运	行业所属的生命周期分析
第三节	网络货运	行业经济指标分析
一、	网络货运	行业的赢利性分析
二、	网络货运	行业的经济周期分析
三、	网络货运	行业附加值的提升空间分析
第二章 中国	网络货运	行业监管分析
第一节 中国	网络货运	行业监管制度分析
一、行业主要监管体制		
二、行业准入制度		
第二节 中国	网络货运	行业政策法规
一、行业主要政策法规		
二、主要行业标准分析		
第三节 国内监管与政策对	网络货运	行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国	网络货运	行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对	网络货运	行业的影响分析
一、中国宏观经济环境		
二、中国宏观经济环境对	网络货运	行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对	网络货运	行业的影响分析	
第三节 中国对外贸易环境与对	网络货运	行业的影响分析	
第四节 中国	网络货运	行业投资环境分析	
第五节 中国	网络货运	行业技术环境分析	
第六节 中国	网络货运	行业进入壁垒分析	
一、	网络货运	行业资金壁垒分析	
二、	网络货运	行业技术壁垒分析	
三、	网络货运	行业人才壁垒分析	
四、	网络货运	行业品牌壁垒分析	
五、	网络货运	行业其他壁垒分析	
第七节 中国	网络货运	行业风险分析	
一、	网络货运	行业宏观环境风险	
二、	网络货运	行业技术风险	
三、	网络货运	行业竞争风险	
四、	网络货运	行业其他风险	
第四章 2020-2024年全球	网络货运	行业发展现状分析	
第一节 全球	网络货运	行业发展历程回顾	
第二节 全球	网络货运	行业市场规模与区域分 布	情况
第三节 亚洲	网络货运	行业地区市场分析	
一、亚洲	网络货运	行业市场现状分析	
二、亚洲	网络货运	行业市场规模与市场需求分析	
三、亚洲	网络货运	行业市场前景分析	
第四节 北美	网络货运	行业地区市场分析	
一、北美	网络货运	行业市场现状分析	
二、北美	网络货运	行业市场规模与市场需求分析	
三、北美	网络货运	行业市场前景分析	
第五节 欧洲	网络货运	行业地区市场分析	
一、欧洲	网络货运	行业市场现状分析	
二、欧洲	网络货运	行业市场规模与市场需求分析	
三、欧洲	网络货运	行业市场前景分析	
第六节 2025-2032年全球	网络货运	行业分布	走势预测
第七节 2025-2032年全球	网络货运	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】			
第五章 中国	网络货运	行业运行情况	
第一节 中国	网络货运	行业发展状况情况介绍	

一、行业发展历程回顾		
二、行业创新情况分析		
三、行业发展特点分析		
第二节 中国	网络货运	行业市场规模分析
一、影响中国	网络货运	行业市场规模的因素
二、中国	网络货运	行业市场规模
三、中国	网络货运	行业市场规模解析
第三节 中国	网络货运	行业供应情况分析
一、中国	网络货运	行业供应规模
二、中国	网络货运	行业供应特点
第四节 中国	网络货运	行业需求情况分析
一、中国	网络货运	行业需求规模
二、中国	网络货运	行业需求特点
第五节 中国	网络货运	行业供需平衡分析
第六节 中国	网络货运	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国	网络货运	行业产业链及细分市场分析
第一节 中国	网络货运	行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍		
二、产业链运行机制		
三、	网络货运	行业产业链图解
第二节 中国	网络货运	行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状		
二、上游产业对	网络货运	行业的影响分析
三、下游产业发展现状		
四、下游产业对	网络货运	行业的影响分析
第三节 中国	网络货运	行业细分市场分析
一、细分市场一		
二、细分市场二		
第七章 2020-2024年中国	网络货运	行业市场竞争分析
第一节 中国	网络货运	行业竞争现状分析
一、中国	网络货运	行业竞争格局分析
二、中国	网络货运	行业主要品牌分析
第二节 中国	网络货运	行业集中度分析
一、中国	网络货运	行业市场集中度影响因素分析
二、中国	网络货运	行业市场集中度分析

第三节 中国	网络货运	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征		
二、企业规模分 布	特征	
三、企业所有制分布特征		
第八章 2020-2024年中国	网络货运	行业模型分析
第一节 中国	网络货运	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理		
二、供应商议价能力		
三、购买者议价能力		
四、新进入者威胁		
五、替代品威胁		
六、同业竞争程度		
七、波特五力模型分析结论		
第二节 中国	网络货运	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述		
二、行业优势分析		
三、行业劣势		
四、行业机会		
五、行业威胁		
六、中国	网络货运	行业SWOT分析结论
第三节 中国	网络货运	行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述		
二、政策因素		
三、经济因素		
四、社会因素		
五、技术因素		
六、PEST模型分析结论		
第九章 2020-2024年中国	网络货运	行业需求特点与动态分析
第一节 中国	网络货运	行业市场动态情况
第二节 中国	网络货运	行业消费市场特点分析
一、需求偏好		
二、价格偏好		
三、品牌偏好		
四、其他偏好		
第三节	网络货运	行业成本结构分析

第四节	网络货运	行业价格影响因素分析
一、供需因素		
二、成本因素		
三、其他因素		
第五节 中国	网络货运	行业价格现状分析
第六节 2025-2032年中国	网络货运	行业价格影响因素与走势预测
第十章 中国	网络货运	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国	网络货运	行业所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析		
二、行业资产规模分析		
第二节 中国	网络货运	行业所属行业产销与费用分析
一、流动资产		
二、销售收入分析		
三、负债分析		
四、利润规模分析		
五、产值分析		
第三节 中国	网络货运	行业所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析		
二、行业偿债能力分析		
三、行业营运能力分析		
四、行业发展能力分析		
第十一章 2020-2024年中国	网络货运	行业区域市场现状分析
第一节 中国	网络货运	行业区域市场规模分析
一、影响	网络货运	行业区域市场分布的因素
二、中国	网络货运	行业区域市场分布
第二节 中国华东地区	网络货运	行业市场分析
一、华东地区概述		
二、华东地区经济环境分析		
三、华东地区	网络货运	行业市场分析
（1）华东地区	网络货运	行业市场规模
（2）华东地区	网络货运	行业市场现状
（3）华东地区	网络货运	行业市场规模预测
第三节 华中地区市场分析		
一、华中地区概述		
二、华中地区经济环境分析		

三、华中地区	网络货运	行业市场分析
（1）华中地区	网络货运	行业市场规模
（2）华中地区	网络货运	行业市场现状
（3）华中地区	网络货运	行业市场规模预测
第四节 华南地区市场分析		
一、华南地区概述		
二、华南地区经济环境分析		
三、华南地区	网络货运	行业市场分析
（1）华南地区	网络货运	行业市场规模
（2）华南地区	网络货运	行业市场现状
（3）华南地区	网络货运	行业市场规模预测
第五节 华北地区	网络货运	行业市场分析
一、华北地区概述		
二、华北地区经济环境分析		
三、华北地区	网络货运	行业市场分析
（1）华北地区	网络货运	行业市场规模
（2）华北地区	网络货运	行业市场现状
（3）华北地区	网络货运	行业市场规模预测
第六节 东北地区市场分析		
一、东北地区概述		
二、东北地区经济环境分析		
三、东北地区	网络货运	行业市场分析
（1）东北地区	网络货运	行业市场规模
（2）东北地区	网络货运	行业市场现状
（3）东北地区	网络货运	行业市场规模预测
第七节 西南地区市场分析		
一、西南地区概述		
二、西南地区经济环境分析		
三、西南地区	网络货运	行业市场分析
（1）西南地区	网络货运	行业市场规模
（2）西南地区	网络货运	行业市场现状
（3）西南地区	网络货运	行业市场规模预测
第八节 西北地区市场分析		
一、西北地区概述		
二、西北地区经济环境分析		

三、西北地区	网络货运	行业市场分析	
（1）西北地区	网络货运	行业市场规模	
（2）西北地区	网络货运	行业市场现状	
（3）西北地区	网络货运	行业市场规模预测	
第九节 2025-2032年中国	网络货运	行业市场规模区域分布	预测
第十二章	网络货运	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节 企业一			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
（1）主要经济指标情况			
（2）企业盈利能力分析			
（3）企业偿债能力分析			
（4）企业运营能力分析			
（5）企业成长能力分析			
四、公司优势分析			
第二节 企业二			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
（1）主要经济指标情况			
（2）企业盈利能力分析			
（3）企业偿债能力分析			
（4）企业运营能力分析			
（5）企业成长能力分析			
四、公司优势分析			
第三节 企业三			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
（1）主要经济指标情况			
（2）企业盈利能力分析			
（3）企业偿债能力分析			
（4）企业运营能力分析			
（5）企业成长能力分析			

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国	网络货运	行业发展前景分析与预测
第一节 中国	网络货运	行业未来发展前景分析
一、中国	网络货运	行业市场机会分析
二、中国	网络货运	行业投资增速预测
第二节 中国	网络货运	行业未来发展趋势预测
第三节 中国	网络货运	行业规模发展预测
一、中国	网络货运	行业市场规模预测
二、中国	网络货运	行业市场规模增速预测
三、中国	网络货运	行业产值规模预测
四、中国	网络货运	行业产值增速预测
五、中国	网络货运	行业供需情况预测
第四节 中国	网络货运	行业盈利走势预测
第十四章 中国	网络货运	行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国	网络货运	行业研究综述
一、行业投资价值		
二、行业风险评估		
第二节 中国	网络货运	行业进入策略分析
一、目标客户群体		
二、细分市场选择		
三、区域市场的选择		
第三节	网络货运	行业品牌营销策略分析
一、	网络货运	行业产品策略
二、	网络货运	行业定价策略
三、	网络货运	行业渠道策略
四、	网络货运	行业推广策略
第四节 观研天下分析师投资建议		

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202510/766486.html>