

## 行業概覽

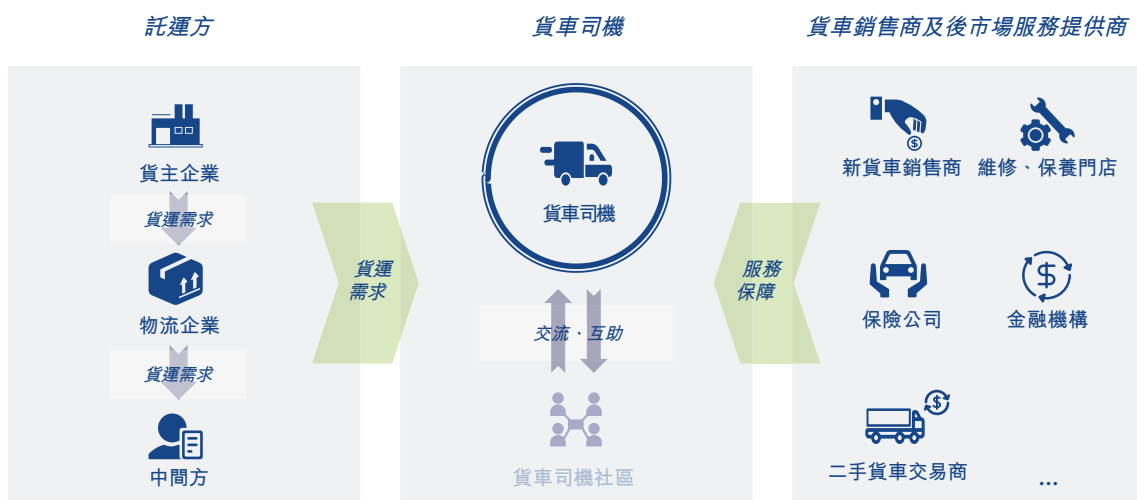
本行業概覽所載資料涵蓋有關我們經營所在行業的資料及統計數據。本節所載的資料及統計數據部分來自公開可獲取的政府官方來源。本節所載的若干資料及統計數據摘自我們委託的獨立第三方灼識行業諮詢有限公司（「灼識諮詢」）的市場研究報告。本公司、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何[編纂]、我們或彼等各自的任何董事、監事、高級人員、僱員、顧問、代理或代表或參與[編纂]的任何其他人士尚未對本行業概覽所載政府官方來源的資料進行獨立核證，亦不對其準確性發表任何聲明。

### 中國道路貨運生態圈概覽

根據灼識諮詢的資料，以運費計，2021年，中國為全球最大的貨運市場，整體市場規模達人民幣9.0萬億元。按照運輸方式，貨運行業可進一步分為公路、鐵路、水路、民航及管道貨運。

道路貨運是指以貨車為運輸工具，在公路上運送原材料、半成品及成品的運輸方式。根據灼識諮詢的資料，2021年，就貨運量而言，道路貨運佔中國總貨運市場的約78%。在道路貨運中，主要參與者有託運方、貨車司機、運力組織方以及貨車銷售商及貨車後市場服務提供商等其他生態服務合作夥伴。以上參與者在整個道路貨運過程中相輔相成，因運輸過程中產生的需求及所提供的相關服務而緊密相連，共同構成了充滿活力的道路貨運生態圈。

### 中國道路貨運生態圈概覽



信息來源：灼識諮詢

---

## 行業概覽

---

相較於其他運輸方式，道路貨運在路線選擇和時間規劃方面具有高度靈活性及更廣泛的地理覆蓋面，並實現高效交付。根據灼識諮詢的資料，該等優勢使道路貨運成為中國最受歡迎以及最常見的貨物運輸方式。在巨大的道路貨運需求的驅動下，就市場規模而言，中國形成了全球最大的道路貨運生態圈。根據灼識諮詢的資料，以商品交易總額計，中國道路貨運生態圈的總市場規模自2017年的人民幣8.4萬億元增至2021年的人民幣10.5萬億元，2017年至2021年的年複合增長率為5.6%。該市場預計將自2021年起以5.8%的年複合增長率進一步擴大，在2026年將達到人民幣13.9萬億元的總規模。

道路貨運生態圈總市場主要由道路貨運市場和貨車銷售及後市場服務市場組成，2021年分別佔中國道路貨運生態圈總市場的64%和36%。預計道路貨運市場和貨車銷售及後市場服務市場於2026年將分別達到人民幣8.7萬億元及人民幣5.3萬億元，2021年至2026年的年複合增長率將分別為5.1%及7.0%。除以上兩個主要組成部分外，貨車司機社區是道路貨運生態圈中不可或缺的一環，其為道路貨運市場提供強大的運力支持，並為貨車銷售及後市場服務市場引流。

### 中國數字貨運市場概覽

### 中國整車運輸市場概覽

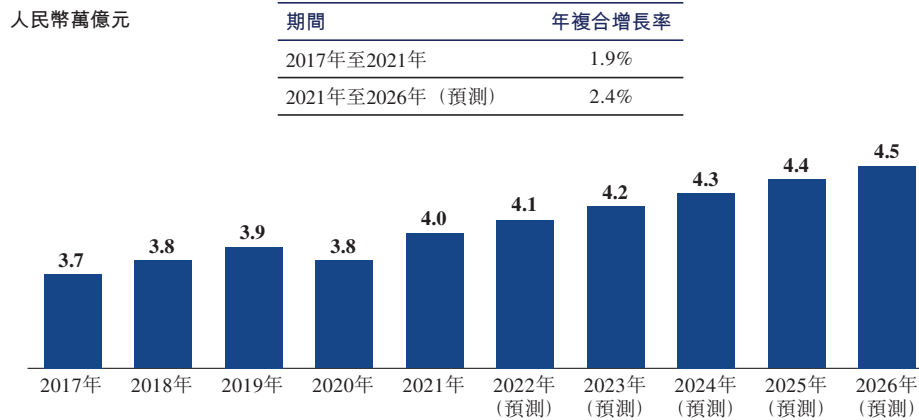
根據所運貨物的重量，道路貨運可進一步分為以下三大分部：

- **快遞**：快遞運輸指及時的運輸服務，其運輸的貨品通常為單件，包括體積較小和價值較低的貨物。
- **零擔**：零擔運輸指一種貨物少於或輕於整車貨物的運輸服務，通常將幾批貨物組合拼滿一車。
- **整車**：整車運輸指那些需佔據整輛貨車的貨物專運運輸服務。在整車運輸中，貨品通常直接從始發地運往最終目的地。

## 行業概覽

2021年，按運費計，整車運輸佔中國道路貨運市場的約60%。根據灼識諮詢的資料，2021年中國的整車運輸市場規模達到人民幣4.0萬億元，預計2026年將達到人民幣4.5萬億元，2021年至2026年的年複合增長率為2.4%。

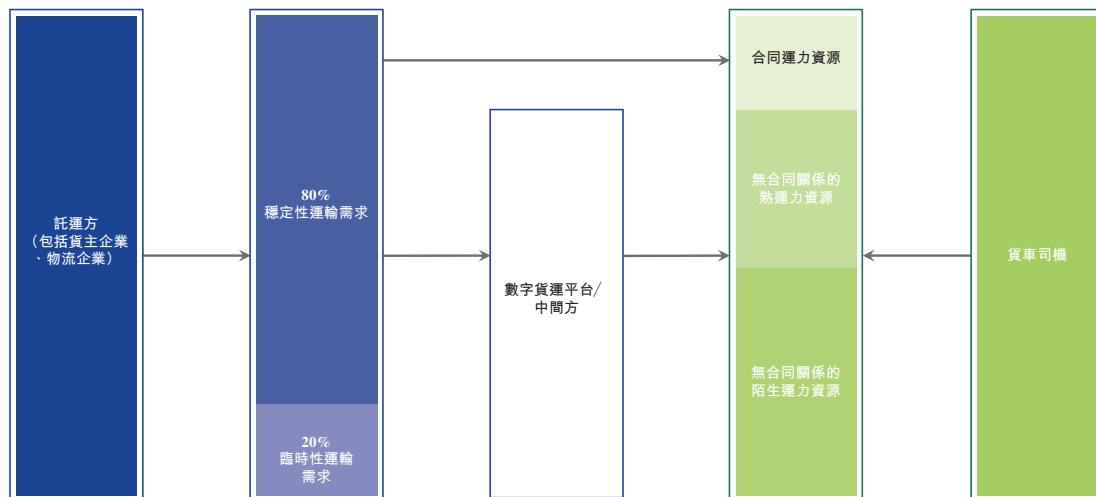
中國整車運輸市場規模，2017年至2026年（預測）



信息來源：灼識諮詢

託運方的需求可分為穩定性及臨時性運輸需求。大型企業通常已經發展了成熟的產品線並形成了固定的客戶群，因此，其往往擁有較為穩定、長期及預先規劃的原材料、半成品與成品運輸需求。此類需求通常具有多批次、大批量的特點。根據灼識諮詢的資料，此類需求平均約佔託運方整車運輸需求的80%。我們的數字貨運業務涵蓋具有穩定性及臨時性運輸需求的託運方，儘管於往績記錄期間具有穩定性運輸需求的託運方佔我們所服務的託運方的大部分。

中國整車運輸需求與供給流程圖



信息來源：灼識諮詢

---

## 行業概覽

---

儘管中國傳統整車運輸市場規模龐大，但仍高度分散，整個價值鏈效率低下且數字化水平較低。中國的傳統整車運輸市場面臨以下挑戰：

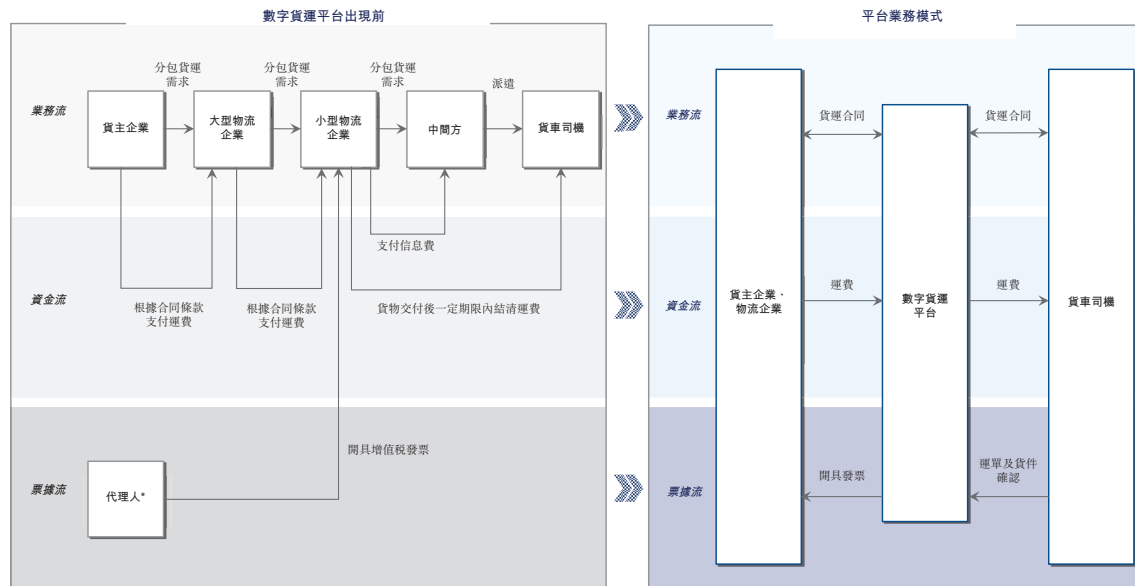
- **冗長且不透明的交易鏈條**：按照慣例，對運力資源的需求通常被層層分包，最終由中間方將其分配給個體貨車司機。中間方的存在增加了託運方的成本，並減少貨車司機的收入，從而阻礙可持續合作，削弱交易參與各方之間的平衡互惠。這種冗長的安排亦導致交易鏈條更不透明，令託運方難以實時跟蹤貨運信息。此外，傳統的交易鏈條在很大程度上依賴於交易中各個參與者之間的個人信任，而不是基於信用體系，這使得交易鏈條更加脆弱及低效。這些缺點導致託運方難以對交易鏈條進行有力把控，令託運方更難監督所提供的運輸服務的質量。
- **穩定的運力資源供應和需求均未得到很好地滿足**：為追求貨運過程的順暢和貨物的安全交付，託運方傾向於尋找穩定運力資源。在供給方面，貨車司機更願意與有穩定運輸需求的託運方合作，從而可獲得穩定的收入。然而，仍有大量的貨物運輸以臨時、機動的方式安排。
- **對外部貨車司機提供的運力資源缺乏控制**：按照慣例，託運方依靠內部調度員和外部中間方管理由外部貨車司機提供的運力資源。這種內部調度員和外部中間方提供的服務通常缺乏統一性和一致性，這導致託運方更難直接監督和管理負責實際承運的貨車司機。
- **貨車司機權益缺乏保障**：根據灼識諮詢的資料，2021年中國約80%的道路貨運行業貨車司機都為個體司機，彼等運輸費用定價話語權薄弱、付款賬期無保障。除此之外，由於中國整車運輸市場運力供應過剩，競爭激烈，貨車司機經常有著工作量不穩定及收入不理想的困擾。

## 行業概覽

### 中國整車運輸市場在數字貨運平台出現後的轉變

隨著移動手機在市場主體間的愈發普及，政府對整車運輸市場數字化轉型的大力支持，以及GPS、物聯網等技術的興起，中國整車運輸市場的新型業務模式數字貨運平台逐漸在2010年代出現在大眾視野。下圖展示了隨著數字貨運平台的出現，中國整車運輸市場變化。

#### 中國整車運輸市場價值鏈在數字貨運平台出現前後的模式轉變



附註：\*代理人指不直接參與運輸過程的一方，經常擔任向第三方物流企業開具增值稅發票的角色

信息來源：灼識諮詢

在該新業務模式中，數字貨運平台是實現託運方和貨車司機間連接的不可或缺的一環。該等平台通常以承運方身份與託運方簽訂運輸合同，隨後委聘貨車司機進行實際運輸。託運方可以在數字貨運平台上選擇貨車司機完成彼等託運訂單；或者，數字貨運平台可以就託運訂單甄選貨車司機。我們的行業顧問灼識諮詢認為，這兩種選擇貨車司機的做法在數字貨運行業中司空見慣。貨物交付後，貨車司機獲得運輸費用付款，且由平台負責向託運方開具有效增值稅發票，實現業務流、資金流與票據流一致。數字貨運平台所具有的以下特點有效地解決了上述難點：

- **更為高效、透明的價值鏈：**數字貨運平台有效縮短價值鏈，免去中間方產生的成本，並盡量降低潛在溝通成本，從而提升運輸過程的整體效率。數字貨運平台通過利用移動互聯網及GPS等技術，讓託運方更好地實時監控運輸過程、全程跟蹤貨物移動情況。

## 行業概覽

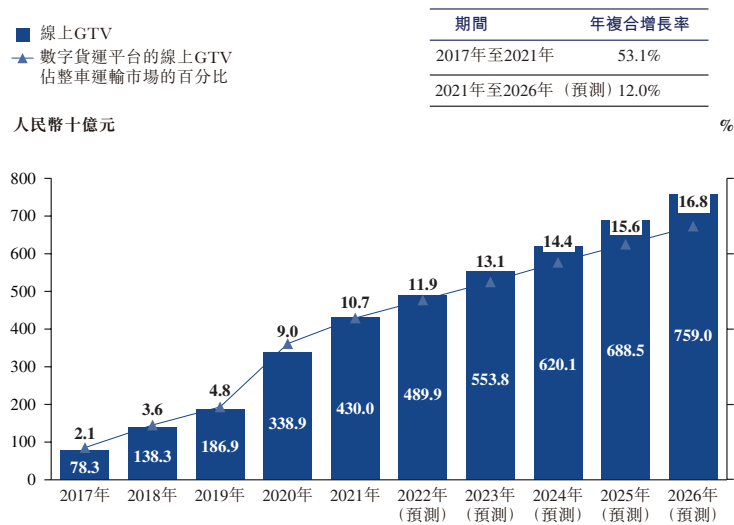
- **對外部貨車司機的精細化管理**：在運輸服務開始之前，關於託運方、貨車司機和貨物的全部信息均將上傳至數字貨運平台，從而使託運方掌握貨車司機重要信息，深入了解整個運輸過程。該過程可進一步讓託運方通過貨車司機以往的運輸活動積累、整合和分析其信息，由此可更高效地協調貨車司機匹配合適的運輸任務，從而實現運力資源的更精細化管理。
- **更好地保障貨車司機權益**：數字貨運平台實現託運方和貨車司機之間的貨運信息交換，通過向貨車司機提供穩定的貨運任務，使貨車司機賺取相對穩定的收入。此外，數字貨運平台實現數字化付款及訂單確認流程，為貨車司機提供更好的運輸服務及時結算保障。
- **利於加強稅務監管**：數字貨運平台可供精確追蹤運輸過程中的服務及付款流程，使運輸過程更為透明，並因此協助有關部門對運輸過程進行稅務合規性監管。

數字貨運平台幫助物流企業申報其有權享有的增值稅減免，提升稅務合規狀況並增加地方政府稅收收入。然而，通過代替物流企業直接與貨車司機打交道，數字貨運平台自身在根據其付予貨車司機的運輸費用申報其有權享有的增值稅減免時亦面臨實際困難，進而導致數字貨運平台承擔不合理的高增值稅義務。為解決該問題且考慮到數字貨運平台對地方經濟的貢獻，地方政府通常會採取強有力的激勵措施向數字貨運平台提供政府補助。根據灼識諮詢的資料，數字貨運行業公司獲得與彼等數字貨運業務相關的大量政府補助已成為一種行業慣例。於2021年，按2021年的線上GTV計，十大數字貨運平台的政府補助佔線上GTV總額的比例約為4%至5%。請參閱「財務資料－政府補助」。

2021年，以線上GTV計，中國數字貨運平台市場規模為人民幣4,300億元，在整車運輸市場中的滲透率為10.7%。憑藉以上優勢，數字貨運平台預計將在託運方中獲得更多青睞。預計數字貨運平台市場規模將在2026年繼續擴大至人民幣7,590億元，自2021年起的年複合增長率為12.0%，在整車運輸市場的滲透率為16.8%。

## 行業概覽

數字貨運平台市場規模，以線上GTV計，2017年至2026年(預測)



信息來源：灼識諮詢

根據灼識諮詢的資料，於2018年、2019年、2020年及2021年，以線上GTV計，數字貨運市場的總市場規模分別為人民幣1,383億元、人民幣1,869億元、人民幣3,389億元及人民幣4,300億元，2018年至2021年的年複合增長率約為46%。由於數字貨運市場的快速擴張，我們能夠利用我們於業內的品牌力量及我們的技術優勢，以把握重大商機並顯著擴大我們的業務規模。於2018年、2019年、2020年及2021年，我們錄得的線上GTV分別為人民幣177億元、人民幣234億元、人民幣279億元及人民幣380億元，2018年至2021年的年複合增長率約為29%；同期，我們錄得的收入分別為人民幣20億元、人民幣36億元、人民幣47億元及人民幣63億元，2018年至2021年的年複合增長率約為46.7%。2018年至2021年，我們的線上GTV增長率低於同期整體數字貨運市場的增長率，主要由於有利的市場條件及政府政策（如《網絡貨物運輸暫行辦法》）令大量新進入者在此期間進入數字貨運市場，而該等新進入者於最初進入市場時普遍經歷快速增長。

數字貨運服務的託運訂單涵蓋廣泛的行業部門。於往績記錄期間，以線上GTV計，我們託運訂單的主要行業部門為(i)設備及配件；(ii)煤炭；(iii)化學產品；及(iv)穀物，於往績記錄期間該等各個部門佔我們線上GTV總額的約10%至20%。根據灼識諮詢的資料，該等行業部門通常為家庭或生產商的必需品，即使在經濟低迷的情況下，預計對該等商品的需求的下滑幅度將不及對非必需消費品的需求下滑幅度。因此，該等部門對商品運輸的需求預計保持相對穩定，且與我們託運訂單的主要行業部門相關的風險較低。

## 行業概覽

### 中國數字貨運市場驅動因素

在不久的將來，中國的數字貨運市場預計受以下因素驅動：

- **經濟穩定發展**：根據中國國家統計局數據，與其他主要經濟體相比，中國經濟展現出更強勁的從COVID-19疫情中恢復的勢頭，2020年GDP同比增長2.3%。在經濟復原力的推動下，原材料、半成品和成品運輸的需求暢旺，再加上中國消費者不斷增強的購買力和持續的消費升級，都進一步推動了中國整車運輸及數字貨運市場的發展。
- **基礎設施的持續投資和公路網絡的擴展**：截至2021年年底，中國公路里程達520.0萬公里，高速里程17.0萬公里。隨著對基礎設施的投資增加，預計到2026年公路及高速網絡總長度將分別進一步延伸至550.0萬公里和21.53萬公里。此外，得益於相關政府政策的支持，中國農村道路建設不斷發展，道路運輸條件不斷改善。該發展預計將推動全中國的貨物交付，有助於中國道路貨運及數字貨運市場的進一步發展。
- **數字貨運平台的發展持續受到優惠政策支持**：鑒於數字貨運平台能夠加強道路貨運的合規性，自2015年以來，中國政府已頒佈以下條例，以促進數字貨運平台的發展。

時間	條例	影響
2020年1月	《交通運輸部 國家稅務總局關於印發〈網絡平台道路貨物運輸經營管理暫行辦法〉的通知》	根據該《通知》，「無車承運人」正式更改為「網絡貨運」，進一步加強對數字貨運行業的監管並規範數字貨運平台運營，同時要求必須取得電信業務的相關經營許可證且滿足國家信息安全等級保護相關要求。



## 行業概覽

時間	條例	影響
2016年5月	《財政部 國家稅務總局關於全面推開營業稅改徵增值稅試點的通知》	該《通知》規定無車承運人按照交通運輸服務繳納增值稅；意味著國家允許無車承運人從事貨物運輸服務，並有資格按11%的稅率開具發票。
2015年9月	《關於推進線上線下互動加快商貿流通創新發展轉型升級的意見》	該《意見》明確提出轉變物流行業發展方式，尤其鼓勵物流行業依託互聯網平台，向無車承運人輕資產化發展。
		<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>託運方數字化轉型加劇</b>：2021年中國IT支出佔GDP比重為3.3%，低於全球5.0%的平均水平。然而，到2026年，該百分比預計將增至約4.0%，這表明中國經濟持續向數字化轉型，且中國企業的技術能力快速增長。由於技術能力的增強，預計中國的託運方對具有高附加值服務的增強綜合運輸解決方案的需求將不斷增長，以應對其對更高的運輸流程運轉效率及對運力資源更為精細化的管理的需求。</li></ul>

### 中國數字貨運市場的未來趨勢

根據灼識諮詢的資料，我們認為，中國數字貨運市場的未來發展將呈現以下趨勢：

- **移動互聯網在貨車司機中的逐漸普及**：中國已進入互聯網經濟時代，預計手機用戶群體將自2021年的1,022.9百萬人增至2026年的1,183.8百萬人。自2014年以來，移動互聯網廣泛普及，亦已逐漸滲透至貨車司機群體。貨車司機通過移動互聯網能夠更高效地接收託運訂單。未來，移動互聯網預計提供更為多元化的功能組合（如線上採購後市場服務等）以賦能貨車司機。
- **運力資源管理需求不斷增加**：鑒於整車運輸市場競爭日益激烈，物流企業迫切需要提高運輸服務質量以進一步吸引和留住客戶。因此，物流企業對

## 行業概覽

能促進其進行內部或外包運力資源精細化管理的平台需求日益增加。數字貨運平台將在其中發揮重要作用，持續整合和積累運力資源，從而賦能託運方(包括物流企業)以更好地管理其優質外包貨車司機運力資源。

- **運力資源相匹配的穩定供給和穩定需求**：數字貨運平台讓託運方更好地獲取穩定豐富的運力資源，及促進與貨車、貨物的協調。同時，數字貨運平台可以讓貨車司機直接與有穩定運輸需求的上游託運方聯繫，為建立長期合作關係奠定基礎。
- **馬太效應加劇**：隨著相關監管政策的不斷發展，數字貨運平台有望相應提升其數據管治及合規性水平。伴隨這種趨勢的發展，不合規的平台將被逐漸淘汰，越來越多託運方將青睞於更為規模化、合規化、具有數字化能力及運力資源的數字貨運平台，從而進一步提升市場集中度。

### 數字貨運市場競爭格局

於2021年，以線上GTV總額計，中國數字貨運市場中前五大平台的市場份額總計為36.0%。根據灼識諮詢的資料，按2021年我們的線上GTV計，我們為中國規模第二大的數字貨運平台。下表載列按2021年的線上GTV計的中國數字貨運市場前五大平台。

公司	上市狀態	描述	於2021年	
			線上GTV	市場份額
			人民幣十億元	%
公司B	已上市	一個道路貨運貨車及信息匹配平台，專注於提供貨運信息匹配、貨車售後增值服務及其他服務。公司B成立於2014年，總部位於南京。該公司於2021年在紐約證券交易所上市。	42.0	9.8
本集團	未上市	詳情請參閱「業務」。	38.0	8.8

## 行業概覽

公司	上市狀態	描述	於2021年	
			線上GTV	市場份額
			人民幣十億元	%
公司A	未上市	一家中國道路貨物運輸市場的物聯網技術公司，專注於提供數字貨運、車載GPS服務及數字貨艙等服務。公司A成立於2010年，總部位於北京。	30.0	7.0
公司D	未上市	一家專注於為散貨運輸行業提供數字貨運、多式聯運及其他服務的中國綜合物流服務提供商。公司D成立於2018年，總部位於上海。	23.0	5.3
公司C	未上市	一家專注於提供數字貨運、多式聯運及國際物流服務等服務的中國綜合物流服務提供商。公司C成立於2014年，總部位於南京。	22.0	5.1
小計			<u>155.0</u>	<u>36.0</u>

信息來源：灼識諮詢

### 數字貨運市場的關鍵成功因素

根據灼識諮詢的資料，為在市場中保持競爭力，中國的數字貨運平台需具備以下能力：

- **卓越的技術能力**：獲取先進技術對數字貨運平台而言至關重要。為滿足交通運輸部頒佈的《網絡平台道路貨物運輸經營服務指南》中訂明的要求，數字貨運平台需要利用卓越的技術能力，以實現、維護及優化所規定功能。

---

## 行業概覽

---

同時，從合同簽訂到運費支付，數字貨運服務的全流程均在線上進行，而這將積累和整合大量的貨運數據至平台，因此，數字貨運平台具備較強的風控能力，是確保數據安全的關鍵。

- **豐富的行業專業知識和運營經驗：**經驗豐富的管理層及僱員團隊是發展數字貨運平台的關鍵。對行業具有深刻理解且經驗豐富及專業的管理層能夠引領數字貨運平台提供一流的產品及服務，從而增加客戶黏性。不同的託運方針對自身業務情況往往擁有不同的需求，線下銷售及運營人員在部署和操作系統時提供的定制化服務、創新產品、支持和指導尤為關鍵。在平台使用過程中，託運方往往會遇到各種需要及時解決的問題。配備經驗豐富的研發人員的平台能夠利用彼等之經驗為客戶提供價值。訓練有素的服務團隊和及時的回覆自然會提高用戶的黏性。
- **先發優勢及品牌效應：**為確保合規性，託運方傾向於選擇業內擁有良好口碑及豐富資源的平台。平台與託運方之間發展的合作，以及此等合作過程中積累的數字資產，致使託運方在轉移至另一個平台時面臨額外遷移成本，可進一步令託運方對其形成高客戶黏性。此外，擁有資源的平台，尤其是運力資源，可進一步增強這種客戶黏性。因此，先發優勢、品牌效應及豐富資源可為數字貨運平台創造競爭優勢，並協助其進一步保持行業競爭力。
- **豐富的運力資源：**為滿足託運方的運輸需求，有能力留住和積累大量優質運力資源的數字貨運平台可在業內獲得關鍵競爭優勢。

### 貨車司機社區市場概覽

貨車司機是道路貨運生態圈中最重要參與者之一。根據灼識諮詢的資料，截至2021年12月31日，中國約有37.9百萬名貨車司機從事提供道路貨運服務。貨車司機大多為農村男性居民且受教育程度相對有限，其在工作 and 日常生活中通常面臨著以下挑戰：

- **差強人意的從業環境：**與其他職業群體相比，貨車司機的工作時間長、勞動強度大，因此一般會面臨較高的職業病風險以及事故率。然而，社會保險和商業保險往往沒有充分覆蓋該等高風險。此外，道路貨運行業的固有

## 行業概覽

風險（如貨車故障及交通事故）令貨車司機面臨更大挑戰，而由於缺乏價格合理的優質後市場服務（如維護服務），這些挑戰通常無法得到充分解決。

- **不利的財務狀況：**根據灼識諮詢的資料，大多數貨車司機都是自營業者，是多子女家庭的經濟支撐。然而，低收入水平、不穩定的就業機會以及貨車維護等高運營費用往往給貨車司機施加巨大的財務壓力。
- **匱乏的社交及家庭生活：**根據灼識諮詢的資料，貨車司機的日常工作往往要獨自在道路奔波駕駛8小時以上，導致貨車司機與親朋好友的團聚時間有限。這種薄弱的社會人際紐帶令貨車司機易產生強烈的孤獨感。

貨車司機社區正是為應對這些挑戰而成立，這類社區是以貨車司機為中心而建立的線上、線下相結合的社區網絡，旨在改善貨車司機的從業環境、舒緩經濟壓力及提升其心理健康。貨車司機社區通過在線論壇、心得分享等線上服務，為貨車司機提供交流及交友平台，幫助貨車司機結識更多道路貨運行業從業者，建立社會關係新紐帶，減輕孤獨感。同時，線上平台的建立也為貨車司機間的互助創造了條件；基於線上的關係紐帶，貨車司機能自發性地建立線下互助小社群，為出現突發意外事故的貨車司機朋友提供及時緊急援助。此外，貨車司機社區開放更好的後市場服務入口，貨車司機可以優惠價格購置相關服務。



信息來源：灼識諮詢

## 行業概覽

### 貨車司機社區市場競爭格局

根據灼識諮詢的資料，我們搭建的貨車司機社區－卡友地帶是中國推出時間最早、規模最大的物流行業社區和中國最大的貨車司機社區。下表載列分別按截至2020年及2021年12月31日的中國物流行業註冊用戶計的前幾名社區。

公司	上市狀態	描述	相關社區 成立時間 年份	截至2021年	市場份額 %	截至2020年	市場份額 %
				12月31日註冊 用戶數量 百萬人		12月31日 註冊用戶數量 百萬人	
本公司	未上市	詳情請參閱「業務」。	2014年	2.7	7.1	>2.2	>6.3
公司E	未上市	一家中國的綜合(車聯網)解決方案提供商，專注於數字貨運平台上的貨車司機社區服務。公司E成立於2015年，總部位於北京。	2015年	<2.3	<6.1	<1.8	<5.1
公司F	未上市	一家中國的貨車服務平台提供商，提供貨車導航系統及後市場服務。公司F成立於2020年，總部位於深圳。	2020年	<1.2	<3.2	<0.9	<2.6
公司G	未上市	一家中國的由慈善基金會資助的私營公司，專注於化工、物流及貨車司機社區服務等領域。公司G成立於2017年，總部位於杭州。	2017年	<0.2	<0.5	<0.1	<0.3

附註：市場份額計算方式為註冊用戶數量除以中國道路貨運行業貨車司機總數。為了收集排名所需的資料，灼識諮詢從市場參與者的官方網站、財務報告及專家訪談獲取彼等的背景資料。由於中國的貨車司機社區市場尚無可公開獲取的排名或財務／運營數據，灼識諮詢對前四大市場參與者及其財務／運營數據的研究方法乃基於從私人渠道而非公共來源收集的市場信息。其對前幾名市場參與者的研究方法如下：(i)審查專有專家網絡，根據專家的工作經驗及專業知識，選擇專家候選人；(ii)編製調查問卷並發送給專家候選人作為初步溝通，以確定專家候選人是否會提供所要求的市場信息；(iii)與能夠提供有用市場信息的專家進行面談。

信息來源：灼識諮詢

---

## 行業概覽

---

### 貨車司機社區的未來趨勢

根據灼識諮詢的資料，我們認為，貨車司機社區的未來發展將呈現以下趨勢：

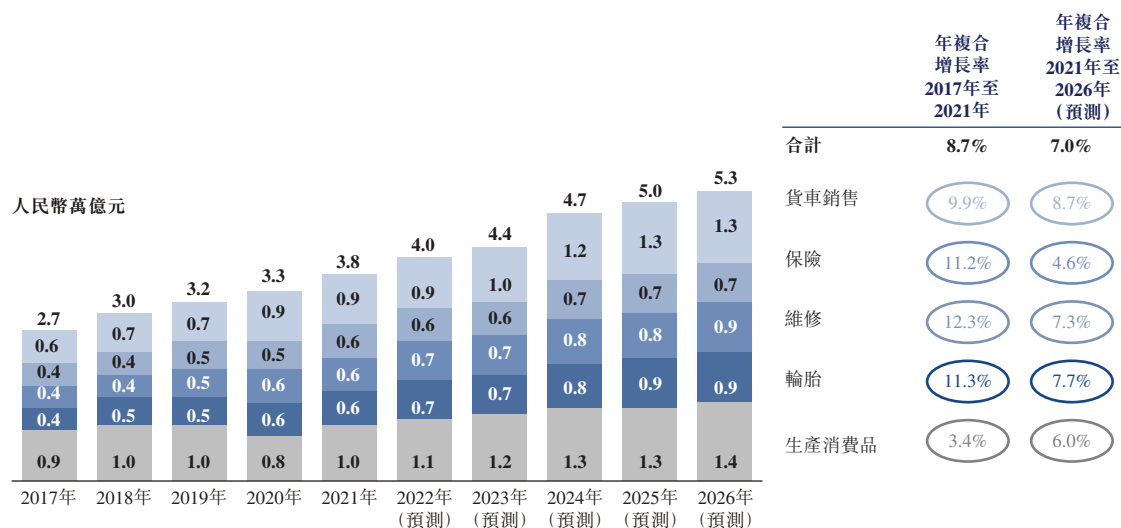
- **利用規模經濟**：貨車司機社區的成功營運主要取決於一個足夠龐大的貨車司機群體，由於規模經濟其可以使社區的各項功能與服務順利、有效開展。此外，擁有大規模、忠實貨車司機群體的社區往往線上交流活躍度更高、線下互助效率更高，運營上的成功將進而有效吸引更多貨車司機加入社區。擁有可觀的運力資源的社區有望擴大其領先地位，「馬太效應」明顯。擁有大量貨車司機的成功社區加強了貨車司機、託運方和運輸生態系統中其他參與者之間的合作網絡，進而實現增值，例如為數字貨運平台提供運力資源。
- **愈發廣泛的線下互助網絡**：長途運輸貨車司機經常在陌生地區遭遇突發事件。該等貨車司機通常很難及時查找到當地的救助設施和維修資源，而貨車司機的經濟問題可能會使情況更糟。該等挑戰可以通過組織有效的由貨車司機社區推動的線下互助網絡來解決，從而增強貨車司機的忠誠度，擴大線下互助網絡，並進一步提升線下互助功能的有效性。
- **通過貨車銷售及後市場服務變現**：貨車司機社區的商業潛力預計將通過貨車銷售及後市場服務市場實現，原因是該等社區內的大量貨車司機均為新貨車及二手貨車以及貨車供應產品的潛在買家，且該等社區可以通過向該等貨車司機銷售貨車及貨車供應產品實現變現。隨著貨車司機群體在貨車司機社區的積累與沉澱，預計將吸引更多貨車銷售商和後市場服務提供商加入社區，為貨車司機提供更加經濟實惠的貨車及後市場服務。

## 行業概覽

### 中國貨車銷售及後市場服務市場概覽

貨車銷售及後市場服務市場涵蓋橫跨貨車整個生命週期的廣泛服務組合，從新貨車和二手貨車交易到提供保險、維護服務等。中國貨車銷售及後市場服務市場的整體規模自2017年的人民幣2.7萬億元增至2021年的人民幣3.8萬億元，預計到2026年將達到人民幣5.3萬億元。具體而言，中國貨車銷售市場的規模由2017年的人民幣6,040億元（包括新貨車人民幣5,356億元及二手貨車人民幣684億元）增至2021年的人民幣8,816億元（包括新貨車人民幣7,624億元及二手貨車人民幣1,191億元），且預計將於2026年達到人民幣13,407億元（包括新貨車人民幣11,187億元及二手貨車人民幣2,220億元）。對新貨車及二手貨車的需求取決於對道路貨運的需求，而這將進一步取決於通過道路貨運交付產品的企業所開展的生產、銷售及營運活動，且通常隨經濟的增長而增加。

貨車銷售及後市場服務市場規模（以GTV計），2017年至2026年（預測）



附註：生產消費品GTV包括燃油、過路費及尿素GTV。

信息來源：灼識諮詢

貨車銷售市場高度分散，截至2022年12月31日，約有30,000至40,000名新貨車及二手貨車的區域經銷商，該等區域經銷商在當地區域進一步向貨車司機或次級經銷商銷售貨車。以2022年的收入計，中國五大貨車經銷商的總市場份額佔2022年貨車銷售市場總額的5%以下。貨車經銷商的規模通常受限於向供應商採購貨車時所需的大量資金。貨車保養市場亦高度分散，截至2022年6月30日，中國約有900,000名貨車保養服務提供商。貨車保養服務提供商的規模通常受限於貨車司機對該等貨車保養服務提供



---

## 行業概覽

---

商所提供服務的黏性較低。貨車經銷商之間的競爭以及貨車保養服務提供商之間的競爭均取決於多項因素，包括彼等銷售網絡的地域覆蓋範圍、彼等與供應商的業務關係（這會影響彼等的採購價格）以及彼等與貨車司機（尤其是貨車車隊的領導者）的關係，該等因素將影響彼等的貨車銷售或服務。我們的卡加車服能夠抓住市場增長的潛力，主要歸因於我們於貨車司機、供應商以及卡友地帶平台上積累的大量貨車司機中的品牌知名度。

儘管貨車銷售及後市場服務市場規模龐大，但仍然面臨巨大挑戰，最主要是必要的標準化水平和質量保證不足。傳統的貨車銷售商和後市場服務提供商通常運營規模相對較小，因此無法以合理的價格來提供高質量的產品及服務。此外，貨車司機有義務滿足中國相關環境法律法規就貨車排放施加的相關要求，因此，彼等須確保所購買的貨車或貨車供應產品符合相關環境要求。因此，貨車司機通常很難找到可靠的貨車銷售商及後市場服務提供商，尤其是在相對偏遠的地區進行運輸作業時。

在過去十年中，基於平台的貨車銷售及後市場解決方案如雨後春筍般湧現，通過更好地連接貨車司機與貨車銷售商及後市場服務提供商重塑市場。憑藉該等平台的規模經濟效應，貨車司機能以合理的價格更容易地獲得高質量的貨車銷售及後市場服務。根據灼識諮詢的資料，隨著主要參與者不斷提升運營效率，預計基於平台的貨車銷售及後市場解決方案市場於不久的將來將繼續擴大，向更加集中化的競爭格局轉變。

### 資料來源

我們委託灼識諮詢（一家獨立市場研究及諮詢公司）對中國道路貨運市場進行詳細的研究及分析。灼識諮詢於香港成立，提供行業諮詢、商業盡職調查及策略諮詢等專業服務。我們已同意就灼識諮詢編製灼識諮詢報告向其支付費用100,000美元。我們認為支付該費用不會影響灼識諮詢報告所得出結論的公正性。我們已自灼識諮詢報告摘取若干資料以供載入本節以及本文件「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」及其他章節，為[編纂]提供有關我們經營所處行業更全面的介紹。

---

## 行業概覽

---

在編製灼識諮詢報告的過程中，灼識諮詢進行了一手及二手研究，獲得了有關中國一體化供應鏈物流服務市場的知識、統計數據、信息及行業見解。一手研究涉及採訪關鍵行業專家及領先的行業參與者。二手研究涉及分析來自各種公開可用數據來源的數據。灼識諮詢報告的編製乃基於以下假設：(1)中國整體社會、經濟及政治環境預期於預測期間保持穩定；(2)在整個預測期間內，相關主要驅動因素可能推動中國道路貨運市場持續增長；及(3)不存在可能會對本行業造成巨大或根本性影響的極端不可抗力或不可預見的行業規管。所有與市場規模有關的預測乃基於截至最後實際可行日期的總體經濟狀況，倘COVID-19疫情持續或升級，或對總體經濟產生無法預料的負面影響，則有關預測將會予以調整。