

# 破解B端物流“降本”难题： 货拉拉企业版的数字化突围

中国物流行业正在经历一场从“规模扩张”向“提质增效”的深刻转型。

2024年中国网络货运市场规模已达到930.15亿元,2025年上半年行业市场规模约为505.79亿元。这一连串数字背后,是实体企业对物流时效、合规与成本控制日益严苛的要求。传统的物流模式已难以承载现代商业的高频流转需求,以货拉拉企业版为代表的互联网货运平台,正通过数字化手段介入B端企业的生产经营环节。这不仅是运力匹配方式的革新,更是一场关乎实体经济流通效率的深层次变革。

■新快报记者 郑志辉



## 被“隐形痛点”困扰的供应链神经末梢

在珠三角繁忙的商业版图中,无数中小企业的货运需求构成了区域经济的毛细血管。然而,血管若不通畅,肌体便难以高效运转。广州枫车电子商务有限公司(下称“枫车”)对此深有体会。

作为一家覆盖3万家线下门店的汽车后市场全服务集成商,枫车的业务核心在于“快”。汽车配件属于极度非标准化的产品,其维修场景又对时效要求极高。“找到一家可以承接当天1到2个小时内到货的物流服务商,对枫车来说至关重要。”枫车相关负责人坦言。过去,由于缺乏专业的物流支持系统,平台调度员只能通过电话或社交软件人工叫车。这种原始的操作方式在业务波峰期显得捉襟见肘:响应速度慢、无法开具对公发票、物流轨迹不可视,由此带来的人力成本高企与售后服务缺失,成为

制约企业扩张的瓶颈。

类似的困境在B2B领域普遍存在。如批发业务往往涉及大宗货物,商家自行找车不仅服务质量参差不齐,更关键的是缺乏可靠的轨迹追踪和正规签收凭证。在商业贸易中,物流凭证往往关联着回款周期,物流环节的任何一点不

确定性,都可能转化为商家的资金压力。

相较于自建物流的高昂成本,以及传统第三方物流在数字化能力上的短板,市场亟需一种既能提供弹性运力,又能满足企业级管理需求的解决方案。这正是互联网货运平台切入B端市场的契机。

## 算法定义的B端服务新逻辑

面对企业级市场,简单的C端撮合逻辑无法奏效。2017年,货拉拉敏锐地察觉到B端需求的特殊性,决定通过货拉拉企业版这一独立业务线,重构服务逻辑。

C端用户往往对价格敏感,而B端企业则将天平倾向于“可控性”与“合规性”。制造业、家居、汽配等行业高度关注对公账户安全与物流轨迹回传;跨境电商与大型商超则需要涵盖跑腿、干线甚至空铁联运的综合物流方案。

针对这些差异化需求,货拉拉企业版构建了一套分层服务体系。货拉拉企业版华南区大客户业务负责人黄蛊缘介绍,对于内部缺乏物流系统的中小型企业,平台直接提供可视化的管理端口,涵盖下单、轨迹监控到交易交付的全流程;对于拥有成熟ERP或SaaS系统的大型企业,则开放API接口,将运力池“嵌入”企业原有的业务流中。

这种技术上的“嵌入”,直接改变了企业的作业模式。以枫车为

例,双方实现API对接后,客户在枫车平台下单,系统自动解析需求并呼叫对应车型,全程无需人工干预。这种模式彻底解决了“人效”问题。原本随着业务扩张,枫车需要不断增加仓库调度人员,但在接入系统后,通过算法进行的自动排线与拼单,实现了多种车型的复合使用。在枫车新开设的东莞、中山仓库中,尽管订单量激增,线下调度人员反而精简了,配送效率不降反升。

## 生态共创:超越运力的价值融合

技术的价值在于解决实际场景中的极限挑战。在电商大促、“618”等特殊节点,订单量呈几何级数增长,运力“爆仓”是行业的常态化痛点。

“高峰期的用车需求,一秒钟就可以传给我们,我们的响应机制是靠算法系统完成的,而不是靠人堆出来的。”黄蛊缘表示。通过大数据算法,系统能瞬间扩大运力搜索半径,精准调配周边资源,消化

企业临时爆发的波峰需求。

这种能力在一次与国内某头部平台的合作中得到了深度验证。这不仅是一次简单的运力采购,更是一场涉及研发、运营、市场全链路的深度共创。为了满足对方在非标场景下的复杂需求,货拉拉企业版团队与客户共同打磨系统,打通了内部货运流程,利用覆盖300个城市的跑腿业务支撑起对方的新业务形态,并延伸至海外跨

境物流服务。

除了直接的运力支持,数据价值开始显现。一位SaaS平台产品经理指出,接入货拉拉企业版API后,原本零散的物流数据被集成到系统中,变得透明且可追溯。这些沉淀下来的数据,为企业优化库存管理、制定生产计划提供了精准的决策依据。企业在物流端节省下来的真金白银,最终回流至研发与创新环节,形成了良性的产业循环。

## 稳固的三角形: 司机、企业与平台的共赢

技术构筑了平台的地基,而活跃在路上的司机则是维持生态运转的血液。对于货拉拉企业版专送司机赖国栋而言,B端订单意味着更强的“确定性”。

每年1月和9月的海运旺季,是赖国栋最忙碌的时刻。自2021年加入平台,并于次年开启企业版服务后,他驾驶着一辆2.8米的中面货车,频繁往返于珠三角各城市与港口之间。2023年9月,一笔送往中外运仓库的通宵订单让他印象深刻——虽然辛苦,但单笔收入高达1300元。“企业版订单,尤其是工厂订单,时间、路线固定,收入也相对稳定。”赖国栋坦言,这种稳定性是很多司机选择深耕B端的核心原因。

B端服务对司机的专业度提出了更高要求。赖国栋总结了一套自己的服务标准:接单后详细确认货物类别、装卸要求,并严格执行单据回收流程。“接单习惯好、口碑好、客户评价高,企业就会更愿意用你。”如今,他已是众多企业客户收藏列表里的“资深老司机”。

在这一生态中,企业获得了经过筛选、服务可控的优质运力,且通过平台解决了对公结算与纠纷处理的难题;司机获得了稳定的收入来源与职业尊严;平台则通过连接供需两端,实现了商业价值的落地。这是一个稳固的三角形结构,也是行业可持续发展的基石。

## 延伸的边界: 构建全链路物流基础设施

随着中国制造向全球价值链高端攀升,企业的物流需求正在突破地理边界。货拉拉企业版并未止步于同城货运,而是将目光投向了更广阔的供应链深处。

针对企业发空运、海运时面临的“找车-签约-发货”繁琐流程,货拉拉企业版通过与航司直接合作,打通了中间环节,实现了一键下单、全程跑通。在跨境电商场景中,企业只需确定起止点,平台即可提供端到端的解决方案。这种打破传统物流分段割裂的尝试,极大地提升了物流流转效率。

有机构预测,到2026年,同城货运市场规模有望达到2.3万亿元,其中计划性物流规模将占据主导地位。这片万亿级的蓝海,考验着平台的综合服务能力。

从解决单一的用车难题,到嵌入企业的生产系统,再到布局全球化的物流网络,互联网货运平台正逐步成长为实体经济的基础设施。对于货拉拉企业版而言,持续夯实数字化能力,拉通更多复杂的配送环节,其最终目标清晰可见——助力企业实现真正的降本增效,让物流成为产业升级的助推器。