**3 定价模型的构建**

**3.1 多归属行为的描述与基本假设**

**3.1.1 平台多归属行为的描述与特性**

在现代众包物流市场中，消费者和配送员的多归属行为显著影响着平台的竞争格局。消费者可以同时注册多个众包平台，这种灵活性使得他们能够根据价格、服务质量、配送速度等多重因素，在不同时间段动态选择平台。这种多归属行为复杂化了平台的定价决策过程，因为平台的需求和供给不仅受到自身定价的影响，还直接受到竞争对手的定价和服务策略的干扰。

平台面对这样的复杂局面，必须制定更加动态化和灵活的定价策略，以确保在竞争中保持竞争力，同时满足消费者的需求和激励配送员的积极性。

消费者在选择平台时通常依据效用最大化原则，根据多个平台的定价和服务质量动态调整选择。我们通过以下需求函数来描述消费者在多平台之间的选择行为：

 (3-1)

该需求函数体现了消费者在多个平台之间动态选择的行为，通过引入非线性需求函数，我们可以更真实地模拟消费者对平台价格变化的响应。