硕士学位论文

考虑部分多归属行为的众包物流平台定价策略研究

作 者 \*\*\*

培养单位 \*\*学院

学位类别 管理学硕士

一级学科 工商管理学/管理科学与工程

研究方向 \*\*\*

导 师 \*\* 教授

完成时间 2024年6（冬季毕业填12）月

Classified Index： Code：

Confidential (yes/no)：no NO.：

Dissertation for the Professional Master Degree

专业学位硕士学位论文示例

Dissertation for the Professional Master Degree

**Candidate:**

**College: School of Management**

**Degree Category: Master of Engineering Management**

**Research Field：**

**Study Mode：**

**Supervisor:** Prof.□□□

**completion date：**

硕士（博士）学位论文原创性声明

本人郑重声明：本论文的所有工作，是在导师的指导下，由作者本人独立完成的。有关观点、方法、数据和文献等的引用已在文中指出，并与参考文献相对应。除文中已经注明引用的内容外，本论文不包含任何其他个人或集体已经公开发表的作品成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本论文文责自负。

学位论文作者签名： 签字日期： 年 月 日

**学位论文中文摘要示例：**

摘 要（小2号黑体，居中）

（隔一行）

本研究\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

摘要正文：中文字体字号：宋体五号，西文字体字号（含字母、阿拉伯数字等）：times new roman五号；行距：固定值18磅。

（隔一行）

**关键词:**（粗体）\*\*；\*\*；\*\*；\*\*；\*\*（宋体5五号字，西文字体字号（含字母、阿拉伯数字等）：times new roman五号顶格）

注：硕士学位论文摘要1000字左右；博士学位论文2000-3000字。

**学位论文英文摘要示例：**

**Abstract**（新罗马小2号字粗体，居中）

（隔一行）

Abc abc abc

摘要正文字体字号：5号 times new roman；行距：固定值18磅。

（隔一行）

**Key words:**（粗体）Supply chain; Management（5号字体，首字母大写，顶格）

注：英文摘要内容和关键词必须与中文一一对应。

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。

先讨论消费者的多归属行为，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。

：平台 在时刻 的需求量