从云鸟配送和诸葛修车牵手

看物流平台跨界合作的必要性

最近，我看到一则消息，诸葛修车网与云鸟配送在北京达成战略合作；我心里一动，云鸟又和一家企业合作了；回头再找找之前梳理的云鸟配送合作的对象资料，发现云鸟配送自前年成立后，一路高歌猛进，不仅获得了三轮达数亿元的融资，而且，在不到两年的时间内，我看公开报道的资料，已先后和近十家各类物流龙头企业、物流平台进行战略合作；这引起了我的兴趣，我作了分析，云鸟配送起步于京津的同城配送业务，而如今这些战略合作，让云鸟的触角和领域扩大到了干线运输、区域配送、家居大件物流、仓配、后汽车市场等领域，这进一步让云鸟的生态体系扩大，和外界的连接更多和密切，我个人较为佩服，这正是互联网企业的经营之道：连接和共享。

下面，我就来分析云鸟这数起战略合作的内容及背后的意义。

1. **和安能的战略合作**

2015年10月，距云鸟成立不足一年，云鸟配送和安能达成战略合作。

安能物流已发展了六年的零担加盟模式，在数轮融资的支持下，公司规模和业绩十分可观，也验证了两年前市场对零担加盟模式可行的论断；和安能一样，云鸟配送的发展模式和理念都得到资本市场的认可，短短一年时间，云鸟已获得两轮融资；创始人同样具有领导魅力，经营模式同样发展迅速，应该说，这两家企业具有一样的基因；那么，安能在两端的网点和集散货上，使用得更多的是社会资源；当市场上出现云鸟这样得到资本认可、理念相近、管理手段有效的同城配送平台时，它能解决安能同城配送的潜在需求，所以，两家战略合作就水到渠成，而两家企业的文化基因，决定了他们能最先进行合作。

作为云鸟来说，和安能合作，既能解决稳定、大量货源的需求，又能通过和安能合作，学习加盟公司、高成长公司运营、管理的经验，还能提高行业知名度，是一举数得的事。

1. **和运满满的战略合作**

2015年12月，云鸟配送和运满满达成战略合作。

我们知道，运满满是起步较早的干线车货匹配平台，创始人来自阿里，早在2013年就开展车货匹配平台的市场调研和APP产品开发，投入大量人力进行产品地推，打磨产品，经过数年发展和努力，是国内车货匹配平台做得比较扎实、市场达到一定占有率和较好用户口碑的平台企业；运满满主要深耕的是干线的车货匹配；除了B端的整车需求，电商的蓬勃发展和订单需求的碎片化，客户还需要到配送到门或能提供一体化的运输服务的能力，所以，两端的集配，还是需要象云鸟这样的同城配送平台去响应、进行衔接。

那么，作为云鸟来说，它可以接上中间的干线运输服务平台运满满，也让云鸟面向客户具有的一定的综合服务能力。

1. **和宅急送的战略合作**

2016年3月1日，云鸟配送和宅急送达成战略合作。

宅急送是快递行业的先驱，它的发展史和走过的曲折大家都知道，就不再赘述了；去年下半年，陈平总回归后，宅急送重新梳理战略、进行聚焦，相信未来会更稳健；新的宅急送围绕仓、干、配开展物流服务，围绕仓和配，决定做轻的宅急送是需要整合社会运力，云鸟配送经过两年发展，在司机招募、司机培训、项目化运输服务SOP已建立标准，能符合宅急送同城运力的需求，双方都立足于北京，进行合作也就比较顺畅。

1. **和日日顺的战略合作**

2016年3月8日，云鸟配送和日日顺物流达成战略合作。

可以说，日日顺物流是行业隐形冠军，依托于海尔集团早期的可靠货源、网点资源、销售渠道，日日顺物流在家电物流、大件物流上经过多年沉淀，其服务能力在行业首屈一指。

日日顺的车小微平台需要类似云鸟这样的运力平台，因为这样的平台将社会运力进行初步过滤，进行服务培训，输出的就是符合市场需求的资源；日日顺体系中有还有仓储体系，仓配同样也可以通过云鸟平台去整合资源。

对云鸟配送来说，日日顺的货源比较有吸引力，还有在家电、家居、大件物流的送装一体化、售后服务能力，也值得发展同城配送的云鸟去学习的；在家电、家居、大件领域，售后服务能力直接决定物流服务的质量。

1. **和壹米滴答的战略合作**

2016年4月5日，壹米滴答与云鸟配送在上海达成全国战略合作。

壹米滴答也是一家新公司，成立于2015年3月，最初由湖北大道、山东奔腾、四川金桥、山西三毛、东北金正、西北卓昊等知名区域零担企业组成。汇聚各区域领先物流网络及优质专线公司，共建全国性物流网络平台。壹米滴答采用合伙或加盟制，所有成员企业之间实现五大统一：产品与服务统一、品牌统一（双品牌）、结算统一、信息系统统一、管理统一，实现产品化、标准化、信息化及网络的集约化整合发展，为客户提供高性价比服务。  
 壹米滴答是解决干线特别是区域配送的问题，在前、后端的门到站、站到门上是非核心能力，如果和云鸟配送进行合作，可以很好地补充这一部分的能力。

同样，云鸟也可以通过和壹米滴答合作，拓展在这些区域和客户群体中向上游服务的渠道。

1. **和垂直物流服务商的合作**

2016年3月23日，云鸟与丽维家达成战略合作，深耕家居供应链体系

2016年4月8日，云鸟与春风物流签署全国战略合作协议，深耕服装供应链配送体系。

**7、和B2B采购平台进货宝的合作**

2016年4月26日，云鸟配送和移动互联网B2B采购平台进货宝在北京签署战略合作协议。

进货宝于2015年10月06日正式上线，是一家基于移动互联网的B2B采购平台。进货宝以社区商业为突破口，直接链接品牌厂商和亿万社区小微商家，实现快消品流通领域的“互联网+”变革。帮助社区小微商家降低进货成本，提高运营效率，优化流通环节。

云鸟配送可以进一步向上游厂家、商家、社区拓展，整合需求，增加了货源结构，可以更好地平衡运力调度，优化路由设置。

**8、和中仓网的合作**

2016年5月，云鸟配送和中仓网全国战略合作举行签约仪式。

中仓网是由中国仓储协会和中铁物流集团下属企业中铁物流集团仓储管理有限公司投资组建，是一个以信息交互及交易服务为主的B2B公共电商平台。最新的运联传媒零担30强排名，中铁物流集团在国内零担业务排名第二，是一家具有较长发展历史的物流企业，近些年不断变革、奋发图强，行业地位不断上升。

云鸟配送和中仓网的合作，双方将在全国订单资源、网络配送资源方面平等交换共享，共同开发新客户，合作承接老客户。对双方来说，是一种资源嫁接、共赢的关系。

**9、和诸葛修车的合作**

2016年5月19日，云鸟配送和诸葛修车网在北京达成战略合作。

诸葛修车网于2014年2月18日正式上线，目前已登陆新三板。从上线至今，诸葛修车网一直致力于汽车后市场产业链生态平台的构建，以基于互联网平台化战略打造集商城、正品、物流、修车、车友为一体的一站式汽车服务平台，建设信任、透明、公平、共赢的未来中国汽车服务市场。在线下配送保障方面，诸葛打造了集快物流业务，为诸葛修车网平台客户提供更优质的配送一站式服务。基于诸葛全国服务站，目前已经拥有200余个配送站点，2000余条同城配送线路。

那么，这次合作，明显是云鸟配送向下游拓展，引入后汽车服务平台资源，为云鸟平台上的司机群体提供更优惠、便捷的后汽车服务能力；同时，和诸葛修车网优势互补，用云鸟优质的配送资源，逐渐可以替代、完善诸葛修车网的物流配送资源，让其专注于核心的后汽车服务能力建设，我想，这也是双方互相看重、能达成合作的价值点吧。

以上是在网上能找到、我关注到的云鸟近两年来合作的企业、平台的相关情况，我相信云鸟在接下来的发展过程中，还会和更多的企业、平台进行合作，因为，我相信他们的野心不只在目前十来个城市的同城配送业务上，他们将会通过连接相关企业、平台，建立上、下游甚至关联产业，共享各自的资源，让各自的资源、优势最大化，让云鸟和其它平台、企业能演化到一个大的生态系统中，形成“活水”，最终带来双赢、多赢；我相信，最先去连接别人的，一定会在未来的大生态体系中先人一步，会占有更多的资源、更有能力去推动生意的发展。

那么，从云鸟的故事中，我们各家物流平台能得到什么启示呢？

我的启示有以下两点

1. **平台企业要多连接**

目前，国内许多所谓的物流平台，其实不能叫平台，一来它不是中立的地位，它参与到平台的交易中，二来是它们没能完成平台体系的搭建，包括不能实现交易的闭环；所以说，这些平台，只是具有平台的部分功能，这样来说，一定要补齐平台其它的功能要素，那么这就需要通过连接，连接其它关联产业、关联平台，大家一起来构建真正实现平台功能的体系；就象淘宝平台、京东平台这样的平台体系。

另一方面来说，做到了纵向的一体化，在横向一体化上也需要通过连接来构建更大的生态体系，比如说车货匹配平台可以和园区平台、B2B垂直平台、餐饮平台、商用车平台等等建立一定的连接，相信连接越多，平台的服务能力、价值和竞争力越强。

所以，平台企业，从今天开始，向云鸟一样，更多地去连接！这关乎平台未来的生存和最终价值！

1. **通过共享实现平台价值最大化**

共享经济提出后，国外的UBER、国内的滴滴出行等互联网企业已经证实了它的巨大价值，这是一种符合经济规律的模式；对我们物流行业来说，近几年各类车货匹配平台、物流平台、互联网+物流的模式，无不是借用了共享经济的理念；但许多物流平台，目前还未真正领会共享经济的精髓，敝帚自珍，不愿、不敢开放自己的资源或数据，这样的想法多了并付诸实践，那么，就不能真正、更好地发挥社会共享经济的实际效率，达不到真正的效果；比如，做车货匹配平台的，紧攥自己的运力资源，只服务于自己的平台，因为一家能力有限，相对于多家平台、整个社会平台能共享资源来说，当然不能形成更有效的对流和资源的利用。国家倡导的甩挂运输、托盘社会化应用多年不能得到真正地推广，除了经济实力未到，资源拥有的需求方不能真正共享资源也是一个影响的因素。

象滴滴出行一样，完全自主、自由地实现全社会资源的共享，在物流行业，目前来看还有一定难度，当然，除了资源组织体系不合理、经济结构差异化等因素外，在法律法规、行业规范和从业者的理念方面，大家还要一起推动，都实践开放自己、共享资源，那么，在国家经济发展大势的带动下，有资本界的扶持，我相信，形成物流行业真正的资源最大化共享最后可以实现的。

以上观点，欢迎大家指正！

作者：物流人杨浩峰，微信号：yhf2012。