关于物流平台发展的一点讨论

A问：对当前的一些物流平台怎么看？

答：范围太大了；我想也会产生“bat”；也就是说，物流平台（物流信息平台是物流平台的一种）将也会如互联网产品一样，会产生一两家独大的局面，比如在综合性的物流平台传化、林安这样能具有全国性布局、全产品体系、知名度的平台；但也有很多平台会转向垂直领域、地方性、区域性范围，以保持竞争力。

有资本背景的物流平台如果商业模式不清晰、赢利能力不强，最后也会如滴滴、快的合并一样，为资本驱动而合并。

A说：各种平台的出现只是一个膨胀期，在一定成熟期后，大型的平台会出现，而独具特色的平台也有一定空间，唯独只有同质化的会和专线命运一样被整合。

答：平台的发展方向是专业领域+头部平台，也就是在细分领域只能存在一两家平台：比如车货匹配领域有一两家全国性的物流平台；冷链、园区、大件、国际货代、集装箱等细分领域也一样，会呈现一开始多家齐上共举，到竞争后最后留存一两家全国性的平台；也就是说，平台只会有一两家，但平台上的物流公司始终是多家、多区域、多种企业经营主体的。

A说：据我所知，现在各个区域都开始做平台了，越来越多

答：平台是挣生态圈的钱，长久的钱；做物流、做业务是挣一年的钱（大部分要重新和货主投标、签合同）

A说：（平台）问题前期都是烧钱的

答：好事当然都争着去参与，做平台也一样；在决定做平台之前要评估：自己有没有做平台的要素禀赋？所在领域做平台的时机是否已过？市场是否已有领导者、巨头是否已关注了？能不能坚持做个四五年或更长时间？有没有足够的钱去烧？有没有人？有没有创新和好的产品？这些都是问题

总之，做平台，道路光明，前途曲折；甚至九死一生。