我为什么看好这几类物流平台

从2014年开始，我陆续在研究和分析市场上出现的一些物流平台或物流APP产品，包括在此之前在行业中也了解一些物流信息化产品；一晃快三年，曾经百轲争流的数百家物流APP或平台，目前还经常能被我们关注到的也不太多了，一方面是大浪淘沙，靠烧钱搏眼球的许多产品因为多方面因素，资金难以为继，渐渐销声敛迹，虽然在曾在一段时间内风风火火、妇孺尽知；另一方面，也可能是躲开了烦嚣的烧钱大战转而低调地去修炼内功、打磨产品去了；那么，2016年快走完一半了，再来看看市场上仍然不时发声，还在我们物流人眼球中的这些互联网+物流的平台或产品，我想着试着作一分析，哪些模式会被看好？缘何被看好？

本人不才，在我看来，以下一些平台或模式或许在未来有不错的发展。

1. **打通天、地，形成完整闭环的公路港物流模式**

所谓天，指信息化平台；地，指物流的基础设施；要形成闭环，则需打通支付，完成交易的闭环。在整个物流市场中，公路运输占七成以上；在这种物流模式中，以传化物流和林安物流为代表；这两家经过多年的发展，依托于母公司实业货源的巨大支持，先后都规划了较为完善的信息化平台，包括信息撮合平台、交易平台、园区管理系统、落地车货匹配等；同时，传化、林安在全国都有多处实体物流园区，线下服务于货主和司机群体；有相应的交易诚信评估体系；都有第三方支付牌照，可以完成体系内交易支付闭环。

这两家的信息平台以及线下资源实力，可以很方便地在网上找到，在此就不做多余的引用。

我个人认为，传化、林安模式，从目前的布局来看，大都建立了自己整个链条的生态体系，是我看好在未来数年内会脱颖而出，一支独大的一种模式。

1. **起于资源整合，转而抓住行业、政策风向做重的整合型平台**

这类平台企业，我举两个企业为代表，一个是天地汇，一个是物流小秘，前者是利用其园区管理平台、行业人脉和运营能力，整合全国各地的园区，提供园区代运营，提高孤立园区的运营效率；物流小秘，起于车货匹配平台，通过物流APP，希望提高运输市场信息不对称；这两家平台企业都不约而同地从资源整合的做轻模式转向做重，都在发展甩挂运输业务，天地汇购买数百台标有天地汇LOGO的甩挂车辆，在天地汇合作的园区间开展甩挂运输业务，从做“参谋”转而直接入局；物流小秘和汽车厂商合作，在广济等地开展小秘专车甩挂运输；

这两家企业都抓住了国家政策的风口，甩挂运输虽然在欧美国家普遍已成熟，但在国内，虽然从政策层面已倡导几十年，但主要还是因为时机未到，包括在信息化对称、经济体量、行业从业者意识方面，但在中国经济改革开放近四十年，中国经济体量达到今天这样庞大的形势下，新一届政府又多次部署甩挂运输的实施，应该说，时机已到了，天地汇和物流小秘能抓住这样一个时间节点，利用自身在资源整合上的优势，重金布局甩挂运输，既响应国家号召，又将自身优势发挥得更深入。所以，我认为这类平台型企业走在了行业的前列，应该有一个不错的发展前景。

其它还被看好的方向，包括托盘社会化应用，市场上目前还没有能在全国范围内进行整合、串联托盘使用单位形成社会化流转的平台；

甩挂运输、托盘共用等通过共享模式提高设备利用率，增加设备周转率，节省采购成本，都是值得进行投资、提前布局的方向。

1. **积累多年，通过数据资源做后汽车市场的平台**

代表是路歌电商平台、易流等，这类平台初期一般以GPS或车辆定位切入市场，面向中小物流企业和用户，满足投入少又能解决运输过程透明化的问题；他们一般进入市场多年，提供车辆定位、追踪服务，积累了大量的活跃车辆数据以及单位用户；这类平台，一方面可以利用自己的有效运力池服务于用车单位，同时，依托长期服务经验，能给客户提供一定程度三流合一的服务；另一方面可以为平台上的司机群体提供后汽车服务；通过平台的运力大数据，考虑怎样更好地服务于物流链条最底层的司机群体，更多地考虑卡车司机的生产、生活需求，在给司机带来利益的同时，围绕司机的需求，可以在后汽车市场上做深做大，利用规模经济，既能带给司机实惠，又能增加平台的赢利能力。

这类后汽车服务平台切记不要急功近利，早早地就想将用户资源变现做生意；应该更多地关注司机这个群体，先帮他们解决问题、带来实惠，形成一定的影响力，在司机群体中创造美誉度，比如路歌公司，他们有专门团队服务于卡车司机，产品围绕司机的生产、生活需求去设计，建立卡友社区、组织卡友活动，日常也有专业团队帮卡车司机解决生产生活上的困难，应该说，这是一种可持续发展的路子。

服务于物流链条上、中游的产品众多且需求普遍苛刻；服务于下游的司机群体产品目前甚少，他们要求相对来说简单，无非是有效的货源和社会的尊重理解，而下游的司机群体是运输业务真正执行者，是影响运输效率的最后一环，而且围绕司机消费、车辆是万亿级的市场，我相信，沉下去，真正能服务好这个群体会是不错的蓝海。

1. **背靠垄断资源，利用垄断资源抓刚需市场的平台**

代表是中交兴路的车旺平台，北京中斗的快乐大车；中交兴路原为发改委等国家部委委托对运输在途跟踪透明化、甩挂运输等进行政策落地试点的单位，背靠国家的支持，通过GPS的推广，掌握有全国几百万台车辆的资料，正是在这样的背景下，中交兴路可以和中石油、中石化机构有更好地合作，拿到更低的油价，通过面向目标司机发行有一定竞争力的油卡；利用国企的实力，在全国进行网点布局，提升线下服务能力，通过整合资源，引入车辆维修、轮胎采购、保险等各种司机生产、生活需求服务商，通过规模经济，用较低的采购成本，给司机群体提供生产、生活服务功能，也给自身发展带来收益；

这类平台，依靠它的垄断及先入优势，能形成一定的的垄断收入，在国内目前的营商环境下，他们在一定时期内，具有不可替代的优势。

以上是我认为在未来几年中可以有较好发展空间的四类物流平台。

当然，我也认为，模式无好坏，关键在于运营；还有其它许多物流平台、互联网+物流的模式都可以发展得不错，我相信，只要能足够专注、抓住产业链真正的痛点，哪怕是一个比较小的切入点，也能有所成就，比如专注于垂直领域的冷链、生鲜、人才、教育等细分领域，只要做得足够专业，能解决产业链实际的问题，我相信市场也能足够大。

菜鸟平台、京东物流、苏宁物流、日日顺物流平台，或服务于自己的商业体系，或服务于某一行业的物流需求，基于他们的体量，我觉得应该是比较平稳，但同时又局限于自有小体系，能够形成社会化平台的可能性短期内有限。

另外，还有其它一些物流平台，目前刚起步，但我认为假以时日，也是不错的发展方向，比如专注于物流大数据的第E物流，专注于物流第五方平台的共生平台，互联网跨界的58速运、饿了么外卖平台。

我认为未来无论何种平台，都要善于进行合作，不仅要在纵向产业链进行整合、合作，也要横向平台间进行合作、融合，纵向整合比如表现在运输链条上下游的整合，横向整合表现在类似城际交易平台和同城平台的合作、货主平台和车货平台的合作、园区平台和车货平台的合作等等。

以上观点，宥于个人见识、观察问题的角度，观点肯定有所偏颇，读者见谅。

作者：物流人杨浩峰，微信号yhf2012