漫谈平台的本质

平台不分大小，不分行业，不分区域，不分时代，不分技术和生产力水平，没有时空限制。

平台具有相对性，即相对于平台的参与单位来说，才好界定什么才是它的平台。

家庭是我们按血脉关系组成的平台；企业、单位是我们职业、工作的平台；乡村、城市、国家是我们个体人、企业、组织的平台；非盟是非洲国家的政治、经济平台；一带一路是两条经济带相关国家、人民的平台；联合国是地球上大多数国家的平台；宇宙又是我们地球的平台。

有农业经济社会中，平台的范围是以村、集市以及脚和牛马车可以丈量的范围；工业经济社会中，平台的范围是以城市、国家和汽车、火车甚至飞机可以到达的范围；到了互联网经济时代，平台的范围跨越了时间和空间的限制，相对于前两个经济时代，互联网时代的平台具有指数级、超大范围、超大数量、同时兼具垄断和长尾效应的特点。

所以，我们是生活在平台之中；阿里、腾讯、百度、滴滴、美团等是互联网时代的平台；他们是历史长河的平台中比较耀眼的明星。

平台经济、平台思维、平台模式就存在于我们周围，无时无刻，无处不在；所以，从无处不在的“平台”中找到平台的玩法借鉴，也是一种有趣的视角。

家庭平台对我们的价值在哪里呢？

家庭是我们生存、物质和精神生活的依托，家庭平台就是要满足成员的这些需求；做好了，就是一个好的“平台”。

企业平台对我们的价值在哪里？

首先还是员工生存的基础；又是员工个人价值实现的场所；还能实现员工精神、成就感的地方；做好了这些或没有提到的其它的点，企业平台就能办好。

乡村、城市、国家、地球、宇宙平台呢，无非都是这些：生存保障、价值实现、归属感……

那么，我们干平台，无论是电商平台，物流平台还是B2B平台等等；以上的视角和解读对我们有哪些启发呢？

平台本质的几个认知点

1. 让平台参与、关系方生存下去；
2. 让平台参与者价值得到实现；帮助他们实现；
3. 实现平台自身的价值（社会价值、经济价值、行业、产业价值等）
4. 为平台参与方提供物理的或虚拟的空间开展生活、生产、生意活动
5. 不断完善平台附件值，实现平台可持续发展
6. 建立平台游戏规则，保证平台公开、公正、公平
7. 平台建立的前提要基于真实存在的经济、社会、商业需求。

小结

所以，平台的本质就是：是参与者提供生存之处，能给其提供可持续性发展的价值； 同时，平台自身也能实现一定的社会、经济和商业价值。

当我们明白平台的本质后，就围绕这些本质去做，让别人活下去，让别人温暖，让别人觉得有奔头、干劲十足，让别人觉得也是主人或半个主人，主动与平台携手面向未来；实现了别人的价值，自己的价值也同时实现了。

价值的实现，后面自然是商业的成功。