物流平台建设模式之二：分发商模式

接物流平台建设模式之一互为平台模式。

分发商模式灵感来源于铁路购票的代理渠道模式，以及其它一些知名商业、品牌的代理、加盟模式（平台建立标准，在全球和地区间通过代理商模式或加盟模式来开展业务）。

这或许也是目下物流平台百轲争流格局下的一种建设模式。

物流平台目前的困局在物流平台建设模式之一中也说明了：存在着恶性竞争和市场参与者众多的情况；头部效应；人的惰性记不住多于一至两个的品牌，所以，对大部分物流平台来说，结局是被忘记或惨淡经营。

所以，为了占领用户心智，建立自己的生意，头部之外的和后进入的物流平台为了突破困局，可以采用分发商模式。

何为物流平台的分发商模式？

这种模式是指放弃自建综合性物流平台，或想通过从零打造出物流平台，转而选择市场头部物流平台，成为其业务或地区的“平台分发商”。

平台本身是一种互联网模式；互联网在O2O的线上端本身就是扁平的、去中介，所以，平台分发商商模式体现在：

1. 线上的信息化模式采用头部物流平台的统一标准；
2. 头部平台制定制度，完成对分发商能力、价值观的培训；
3. 平台分发商价值和核心能力体现在业务或区域的线下的服务可得性和可触及性能力。

物流平台的分发商模式的好处是

1. 避免了物流平台的重复建设，减小市场恶性竞争（适当的良性市场竞争还是需要的）
2. 实现物流平台行业良性发展；避免社会资源的浪费
3. 头部平台+区域分发商（业务分发商）模式是强强联合，实现头部平台信息汇聚优势和分发商的区域、业务版块优势结合，提升了物流平台整体竞争力，提高了客户满意度
4. 促进行业发展，加快行业生态进化。

平台分发商模式思想来源于互联网的头部思维和工业经济时代的外包非核心业务理念。

分发商模式的经营风险和难点在于物流平台的管理能力、平台和分发商的利润分成合理化。