物流平台建设模式五之好莱坞明星模式

本模式的启发来自于阿里巴巴战略官曾鸣的S2B思想；S指供应端平台，B是指小企业、小的服务提供者；这种模式的核心是S端对小B端赋能，补充小B端能力的不足，实现其服务能力升华；同时，S端平台通过赋能小B端打造自身更强大的生态体系。

这种模式也让我联想到好莱坞明星的打造；好莱坞就是一个电影产业链的平台，在这个平台上，通过星探完成潜在明星的找寻，通过培训学校、明星训练班完成明星能力的打造，通过经纪人公司完成明星个人品牌的经营，通过签约影视公司、拍摄电影完成明星的打造,通过影评人的评论实现明星更强认知……围绕好莱坞平台的这许多赋能最终完成一个潜在明星转化为真正的明星。

这些思路也可以借鉴到物流平台的建设上，也有一些启发意义。

物流的产业链是个庞大、多层级的体系，体现出小、散、乱、差的特点；其中物流的服务主体就是由绝大多数的小B和KOL(例如货运经纪人等)这样的体系构成。实际大部分的物流业务都是由小B端来组织和最终执行下去。

互联网的发展，电商平台的成功实践，让平台经济得到认可并盛行起来，物流行业也也具备发展平台模式的条件；作为物流平台建设来说，领会S2B思想，打造一种物流平台的“好莱坞明星”模式，是物流平台提升竞争力、实现商业模式持续的一种重要思想。

物流平台的S2B模式建设思路如下

1. 物流平台需先找到自己的小B和KOL(物流行业的关键意见领袖，比如能有效整合车源的货运经纪人，甚至资深物流经理人的人脉资源等)；
2. 有效识别小B和KOL的专长和不足之处，发挥他们的专长，给他们的不足赋能；
3. 打造平台的赋能能力；形成赋能的产品体系；
4. S端和B端形成合力，共同服务好客户；
5. S端平台和B端利益分配机制的建设，良性、共赢的制度设计。

物流平台可以在哪些方面给小B端赋能？

小B端的核心能力专注，或者在于对资源的天然信任力，或者在于某些客户资源优势，或者在于低成本的优势，或者在于灵活的经营机制……

面对客户完美需求的趋势，单项能力显然并不能满足客户的需求；物流平台的价值就体现在对小B端不足能力的赋能，使之达到甚至超越客户的期望。

具体的赋能包括但不限于以下内容：

1. 对外营销能力
2. 对B端服务能力的补充和加强
3. 规范化售后体系
4. B端的人才体系建设
5. B端财税合规化
6. 小B端做大做强的引导和资源支持
7. 其它。

小结和展望

反观当下物流平台的诸多模式，许多是搭建平台、吸引用户形成平台流量，平台通过流量做广告、流量变现赢利，对平台上的用户并不太在意“发展得怎么样”，缺少一种共赢、长远发展的意愿；这固然有物流平台发展本身的资本压力和企业发展的赢利压力，赚快钱、赚当下的钱，是一种非持续的发展模式。

S2B模式或通俗化的好莱坞明星打造模式可以为当下物流平台建设提供一种思考。

这种模式也有许多物流平台在践行着；但很多只是把它作为一种业务发展模式而未深入到一种战略、长远思维；对小B端的用户群体挖掘得还不够，对小B端的真正需要了解和服务还浮于表面、短期化，在赋能于小B端的产品化体系上还不够丰富，赋能的手段比较单一，并不能真正让小B端产生依赖和共生的意愿。

物流的供给是巨大的长尾服务市场，也正是物流平台践行S2B模式的巨大商机；明显的是，物流的小B端需求还处于初级满足状态，那么，物流平台如何构建S2B模式？如何打造赋能的能力和产品力？通过打造一个个小B的物流“明星”，形成物流平台的“好莱坞”，这是个有意思的事。