货代的产生和发展浅谈

货代（经纪人/黄牛）当前难以被取代的关键因素是什么？熟人关系在其中如何体现？其货源渠道是哪些？长期来看，什么是破局的可行路径？

货代难以被取代，它的原因可能是：

第一：中国契约精神差，所以，相信熟人，货代和司机群体有密切的联系，老乡、朋友、长期合作关系，天然能得到司机的认可；

第二：中国车源结构近九成为个体车主，太分散，货代作为中间环节，担负司机找寻、鉴定的工作；

第三：基于以上原因，自中国现代物流诞生始货代模式即伴随中国物流，已成习惯，习惯改变不易。

我们来看看货代的来源，大概有以下几种：

1、由资深车主发展过来（车黄牛，面向老乡）

2、从货源方脱离或有关系的人（货黄牛）

3、物流公司里面掌握人脉的人（车和货）

4、其它（当成职业）

从以上货代的演化来看，熟人关系在货代生意中发挥着不可替代的重要作用。

货代的货源渠道有哪些呢？大概地分析一下，可能有以下几种：

1. 本身就是厂家组建的信息部，面向厂家服务
2. 货源方核心物流角色的亲属、朋友
3. 货源方直接找上门
4. 三方或专线公司的货源
5. 同行卖货

互联网时代，要减少中间环节，增加效率，货代作为一直以来外界宣称多余的环节，是在当下“革命”之列，那么，货代如何破局？

如前面分析的，货代角色会存在一定时间，而且在一定程度上会长期存在，特别是其物流经纪人职能将会长期存在；所谓破局，我们要看大环境，互联网、移动互联网的深入发展，车货匹配平台这类借技术来改变传统行业的坚持培育，物流主力人群（特别是司机群体）逐渐被互联网原住民取代，社会征信体系、契约精神的逐渐完善，这样，现在这种货代所带来的增值少的机构会逐渐减少；货代会被依托于各大物流平台的物流专业经纪人所取代，经纪人依托于他专业的车辆知识、成本控制能力、服务能力服务于所有用车单位。

从国外发展来看，例罗宾逊物流，他也是有大量物流经纪人来采购运力。