**我看福佑卡车和德邦联姻**

福佑卡车最近好事不断：4月12日，致力于“专为货主提供稳定高效发货服务的平台”的福佑卡车宣布完成1亿元B轮融资，融资由钟鼎创投领投、某物流地产巨头企业跟投；

4月19日，以“共见证•同发展”为主题的福佑卡车&德邦战略合作发布会在京举行，德邦物流董事长崔维星亲自站台，在发布会上，崔总说：“福佑卡车平台给我们带来了优质的车源、司机，丰富的运力不仅提高了整车运输的可靠性，还能为我们降低一定的成本；通过与平台对接，整个交易过程更加透明了，效率也提高了，最终给客户带来了更加优质的服务体验。”

2015年3月18日，福佑卡车正式上线；这家成立不足三年的公司，深得资本市场青睐，先后获得了多轮投资：2014年6月，福佑卡车曾获得梅花天使创投吴世春300万人民币天使轮融资；2015年3月，福佑卡车获得300万美元A轮融资；2015年8月，完成4500万A+轮融资，由深圳盈信资本独家投资。目前福佑的体量是：员工200多人，9个多月的时间已经拿下22个物流主要城市，福佑卡车的专业物流经纪人达到6000之多，福佑卡车平台交易额增长迅猛。

作为一名物流行业的从业人员，我在为福佑这样服务于物流行业的平台感到高兴的同时，也在思考下面一些问题：

1. **为什么福佑能得到资本市场的青睐？**

从2014年开始，在国内互联网和移动互联网蓬勃发展、智能手机普及、网络硬件更成熟、淘宝京东电商平台的多年培育等诸多因素影响下，国内各类物流信息平台高歌猛进，资本市场对物流领域投资不断，据粗略统计，至少有三十家以上各类物流信息平台获得资本至少一轮以上投资，包括汇通天下、维天运通、福佑卡车等，那么为什么成立仅三年不到的福佑卡车能得到多轮投资呢？个人分析认为主要有以下几点：

**1、大环境因素**：物流是影响国计民生的实业，国家重视，社会需要；物流行业经过近四十年在国内的发展，面临许多问题；物流信息化是需突破的瓶颈之一，投资物流信息化是风口；

**2、创始人因素：**创始人在建立福佑之前，曾在物流行业从业十余年；且有互联网创业经历；对资本来说，找个既有互联网创业经验，又懂行业的创始人来说是真确的投资方向；

**3、物流行业现状因素：**福佑卡车定位于长途整车物流O2O平台，长途干线运输相比同城运输其实更多的是“熟人交易”。福佑卡车就是想通过撬动中介、经纪人、信息部这些物流行业的“中间纽带”来重塑物流运输行业。也就是说采用的是改良而非改革的方式，所以，相对一上来就要革物流园区或信息部命的众多车货匹配平台来说，更能得到包括现有生态圈的支持，推动更易。

**二、德邦为什么会选择和福佑合作？**

经过二十多年的发展，德邦已成为国内首屈一指的零担巨头，取得了极快的发展，其独有的运营、管理、人才机制深为同行推崇；那么，德邦为什么会选择与成立时间较短的福佑进行合作？个人分析下来可能有以下几点：

**1、拥抱互联网+，求变：**我们知道，德邦主营的零担物流是靠拼网点、运营车辆、人员、管理等实打实的资源，经多年发展，德邦已有五六千个网点、9000多台车、数万员工、完善的经营管理体系；但经济发展形势、客户需求的变迁及提高、行业竞争形态及对手的不断涌现壮大，作为德邦来说，也要变革，不只是在内部管理，在发展形态及业务模式上也面临变革、求发展，所以我们看到德邦也进军快递业、走仓配、施行合伙人制度、和同城配送速派得合作，包括这次和福佑在长途整车业务上的合作；互联网+又是国家力推，企业界普遍看好的方向；所以，从这个层面来说，德邦积极求变，积极和互联网业态的福佑进行合作。

**2、经营管理需要：**零担业务，地域覆盖范围广，需要资源多、分散，资源自营，存在管理、折旧、维修、人员费用等诸多重资产问题；传统大型三方物流公司普遍采用分包商、大车队企业间的合作，虽能一定程度规避风险、解决税费合规化问题，但同时也增加了成本；所以，从德邦发展来看，向轻资产模式转变，减少养车及管车投入，采用福佑随行就市的社会运力，是适应企业降本增效的一个途径。

**3、需求的匹配**：德邦作为大企业，目前还不能完全面向个体车主采购，一方面市场不成熟，另一方面不想承担个体用车的风险；福佑的经纪人平台模式，既能满足面向市场调车的需求，又能在一定程度上规避用车风险，这是德邦希望看到的。

另外，据悉，德邦崔总和福佑单总私交不错，这也许也是德邦选择和福佑进行合作的一个原因吧。呵呵。

**三、德邦选择和福佑合作对物流企业的启示？**

德邦和福佑进行合作对其它物流企业有什么借鉴或启示意见呢？可以从以下几个点去看：

**1、物流企业要加紧互联网布局：**排名国内零担物流第一的德邦，在企业发展上升的时期，尚能考虑拥抱互联网+，进行互联网、信息化布局，那么对我们其它物流企业来说，不论是如德邦一样的物流巨头，还是中小物流企业，甚至有物流需求的企业单位，加紧互联网布局，借互联网东风，提升自己的运力供应链能力，采用成熟的运力平台和解决方案，提升自己的服务能力和竞争力也就是比较迫切的事了。

**2、运力下沉，走无车承运人的路子：**除了少量专注于做大车队的同行来说，大部分物流企业还是要做轻，向无车承运人模式发展；第一、国内运力构成，1800万台运输车辆，近九成是个体运力构成；第二、运力自营，存在较大固定资产投资、管理成本、人员成本、折旧、维修等支出；第三、经过近几年车货匹配平台的培育，车主和用车人也逐渐在适应通过信息平台、运力平台来调车；第四、无车承运人模式近几年得到国家层面认可，也有相关的政策及税务支持。从目前来看，类似路歌电商平台、易流平台都能帮助各类物流、用车企业实现无车承运人的梦想。

关于德邦、福佑合作的后续发展，笔者还有两点猜想

**1、对德邦来说：**借势互联网新贵福佑，通过和福佑召开合作发布会，展示传统零担巨头拥抱互联网+，拥抱变化的决心，对后期德邦上市和估值产生一定的促进作用；德邦和福佑合作，同时也解决了部分实际资源采购问题，将原来线下的部分运力采购搬到平台上来，在一定程度上杜绝了传统线下调车的灰色地带部分，面向社会运力竞价机制，能在一定程度上降本增效；同时，我们发散想一下，如果后期德邦能基于此次合作，在一定时间后，将福佑收归囊内，福佑资源，既能服务于本企业，又能作为第三方平台进行布局，这倒是挺有意思的。

**2、对福佑来说：**能和德邦这样大物流公司合作，既能极大地丰富了他的货源，又能借和大公司合作不断完善其服务流程，还可借德邦提升福佑品牌知名度，这是它的好处；不好的地方在于，已和最大的物流公司德邦合作了，对其它物流公司来说，基于竞争考虑，在一定程度上会影响和福佑进行合作。

以上偶感而发；见识粗陋，不当之处，请大家指正。