

台湾COD、台湾空运专线

产品名称	台湾COD、台湾空运专线
公司名称	深圳浩亿达国际物流有限公司
价格	7.00/kg
规格参数	跨境电商:COD小包 跨境电商:COD物流 跨境电商:物流专线
公司地址	深圳市宝安区福海街道塘尾社区凤塘大道福洪工业区讯源智创谷1栋102
联系电话	15874277716 15874277716

产品详情

对于抖音来说，目前唯一的合作选择，可能面临供应链对流量的吞噬。美团和饿了么占据全国90%以上份额的外卖市场，作为第二名的饿了么，几乎是无二选的供应链合作伙伴，目前还没有其他理想的合作伙伴，一旦跑通商业模式，那么抖音就难免面对强势的饿了么。

而对于饿了么来说，天下没有免费的午餐，饿了么前期需要为流量买单。掌握流量的抖音，前期没有效益之前，很可能以流量费的形式向饿了么收费，可以先挣一笔流量费，对于饿了么来说，则是真金白银的付出。

其次，就是面临竞争时，可能会出现亏损问题。

老二要翻身，必然需要抢夺老大的蛋糕，如今美团的本地生活蛋糕已经吃得非常稳，想要动，除了流量，那就是价格，价格打下来无疑会出现短暂性的亏损，这个亏损双方如何来平衡？是抖音免除

流量的费用，饿了么再进行补贴？还是饿了么自己一个人独自承受？

两家企业合作，不怕挣钱，其实怕的是亏钱，挣钱无疑是怎么分，但是亏钱的话，就会让合作变得很脆弱。

后一点，就是这种合作机制下的履约问题。

目前，抖音已经证明，用短视频的模式玩到店业务，是完全没有问题的，但是以外卖为主的到家业务呢？

比如一份外卖，从抖音上卖出去，然后饿了么来承接，这一单到底算是抖音的单，还是饿了么的单？出现的一切问题，算是谁的责任？

郑州一名餐饮人士告诉陆玖商业评论，他认为，未来在抖音做外卖的企业，还是以比较有特色的大中型餐企为主。“一方面，抖音的视频拍摄，相对于美团的图文展示，有一定的门槛；另一方面，抖音做的比较好的是到店业务和团购业务，即为店面引流，而并非实际销售。”该业内人士直言，抖音的瀑布流设计本身内容容载量有限，黄焖鸡米饭、米皮等常规餐饮无法进入。

“即使后期抖音给外卖专门开页面，消费者舍弃生态更完善的美团，选择刚刚起步的抖音，图什么呢？如果直接是饿了么网页植入，那么为啥不直接下载饿了么呢？”该人士坦言，目前，不少餐饮店目前在抖音上的套餐，都是赔钱卖，相当于打广告费来引流，很难形成持续性生意。

当然，无论未来抖音和饿了么的合作成功与否，透过现象看本质，此次合作还是字节携手阿里，对腾讯的一场对抗赛——抖音想完成超级平台梦，怀揣一个能与微信相抗衡，且能尽可能延长产品生命周期的愿景。而无法从腾讯处获得流量池的阿里，能从其对手处获得流量，也是好事。

这场对抗中，字节和阿里分别要什么？

首先，对于抖音而言，可以获得平台的扩容，以及开放生态的姿态。此次抖音和饿了么合作，主要是通过饿了么的抖音小程序展开，而抖音则在强调抖音开放平台的重要性。