

项目五 电子商务物流配送模式选择

任务1 电商自营物流

《电子商务物流与配送》教材配套资源

任务导入

小丽认为自营物流有较高的控制权、避免商业机密外泄、降低交易成本等优点，应该优先考虑建设自营物流，请问大家是这样吗？让我们一起来了解一下自营物流吧。

任务分析

从企业竞争战略的角度来考虑，对渠道的控制力要求就其最重要的决策变量之一。对于竞争激烈的产业来说，企业需要强化对供应和分销渠道的控制，往往会选择自营物流。根据规模经济原理，企业生产经营达到一定的规模时，物流集约化程度越高，物流营运成本越低，自营才能发挥其系统管理的功效

知识百宝箱

（一）电商自营物流

电商自营物流就是指电子商务企业借助自身的物流设施、设备和管理机构等自行组织的物流活动，通过组建自己的配送系统来完成企业的配送业务，直接管理整个物流运作过程。

《电子商务物流与配送》

公司/品牌名称	自建物流名称	成立时间（年）
京东	京东物流	2007
苏宁	苏宁物流	1990
海尔	日日顺物流	1999
美的	安得物流	2000
国美	安迅物流	2012
唯品会	品骏快递	2013
洋码头	贝海国际速递	2010
本来生活	微特派快递	2011
易果生鲜	安鲜达	2015
小红书	REDelivery国际物流系统	2017

（二）自营物流的类型

采取自营物流模式的电子商务企业有两种：

1. 资金实力雄厚、业务规模较大的电子商务公司

如京东、亚马逊等大型电子商务企业，为了摆脱影响其自身业务的快速发展的物流困境，企业不惜投入巨资自己建立物流体系，通过组建自己的配送系统来完成企业的配送业务，包括对内部各场、店的配送和对企业外部顾客的配送。

（二）自营物流的类型

2. 传统的大型制造企业或批发零售企业经营的B2C电子商务网站

这一类企业自身已经具备初具规模的营销网络和物流配送体系，只需将其加以改进、完善便可以为电子商务活动提供更好的物流配送服务，如苏宁、国美等。

《电子商务物流与配送》



SUNING
苏宁物流

供应链+

苏宁快递

同城服务

农村物流

物流金融

物流大市场

物流云

S.实验室

自助服务

新闻动态

开放 | 智能 | 生态

致力于打造社会化的 高效供应链基础设施服务平台



（三）自营物流的案例介绍

1. 京东物流

京东商城是中国最大的自营式电商企业，为了解决物流配送瓶颈，降低物流配送对电商运营的影响，选择了自建物流体系，控制整个供应链链条，为其保持高速发展提供强有力的支撑。通过自营物流配送，京东商城大幅度提升了其在全国的配送速度，改善了服务质量。

《电子商务物流与配送》

电子合同签订 | 商家开放平台 | 技术开放平台 | 智慧物流平台

你好



供应链服务

快递与快运服务

跨境物流服务

云+科技服务

共建生态

新闻动态

京东物流 有速度，更有温度

使命 降低社会化物流成本

愿景 成为社会供应链的基础设施



（三）自营物流的案例介绍

2. 亚马逊物流



亚马逊（Amazon）是美国最大的一家网络电子商务公司，是网络上最早开始经营电子商务的公司之一，产品销售范围延伸至CD、DVD等音像制品以及电脑、电子游戏、软件、照相器材和电子产品等，

随着业务范围和业务量的扩展，为了满足客户对于及时交货的要求，亚马逊从1999年开始建立物流设施，随后逐步扩展为完整的供应链系统。目前，物流体系已经成为亚马逊的核心竞争力之一，建立了对物流网络的完整评价指标体系，包括服务可得性、可靠性、快速响应性、专业性、完整性等衡量指标。

物流体系
专业高效

十余年打磨标准化流程
保证商品安全和用户体验



500+
专业物流中心



12,000,000m²
物流基础设施



300,000+
末端服务网点



250,000
物流服务车辆

截止至2020年1月，亚马逊在美国拥有110多个活跃的物流配送中心，在全球拥有185个以上的物流配送中心。在英、法、德等欧洲国家，以及日本、中国等亚洲国家都建有配送中心。

轻松使用亚马逊物流服务

1



卖家发送商品至亚马逊运营中心

2



亚马逊存储并管理您的商品

3



顾客订购您的商品

4



亚马逊对商品进行捡货包装并提供快捷配送

5



亚马逊用当地语言提供顾客服务及退换货服务

（四）电商自营物流的优势与劣势

物流配送模式	优势	劣势
电商自营物流	<p>第一，可控性强。自营物流能够让企业对物流环节有较强的控制能力，使企业的供应链更好地保持协调、简洁与稳定</p> <p>第二，服务性强。自营物流能够保证供货的准确和及时，保证顾客服务的质量，维护了企业和顾客间的长期关系。</p> <p>第三，协调性强。可根据企业生产经营合理规划物流作业流程，实现准时采购、调控库存、减少资金占用，从而降低企业经营成本。</p> <p>第四，针对性强。可以根据企业自身的经营特点，制定配套的物流服务，能够为企业提供高质量的专业物流活动。</p>	<p>第一，投资大，建设成本高，增加了企业的固定资产成本。</p> <p>第二，规模化程度较低。受制于企业规模，难以形成规模效应，导致物流的成本较高。</p> <p>第三，影响企业核心竞争力。电商企业从事不擅长的业务活动，一方面减少企业对核心业务的投入，另一方面企业还得花费额外的时间、精力和资源去从事物流工作，导致削弱了企业的核心竞争力。</p>

谢谢!