

读懂中国电商物流系列图书

百余张图片浓缩了中国各大物流电商平台  
的迭代与发展，给物流人一个全面的  
视角来俯瞰这个行业

现代物流人的行业指南

一书知全局

# 物流大生态

构建新零售时代的  
电商物流模式图

黄刚 陈鹤天 © 编著



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

BUILD THE E-COMMERCE LOGISTICS MODEL OF THE NEW RETAIL ERA  
**LOGISTICS ECOLOGY**



# 物流大生态： 构建新零售时代的电商物流模式图

黄 刚 陈鹤天 编著



本书分为12个部分，分别介绍了10种物流类型、10种物流设施设备和10种物流信息系统。每种物流类型又分别按照品牌进行细化，从模式定位、核心业务及布局、大事记、投融资状况4个方面进行阐述，并用一张张图表的形式对每个品牌的运营模式进行描述，清晰、一目了然、便于学习记忆，使读者对中国物流行业有一个系统、全面、科学的认识、物流企业的管理者、从业者、创业者和企业物流部门的管理者可以重点阅读本书。

### 图书在版编目 (CIP) 数据

物流大生态：构建新零售时代的电商物流模式图 / 黄刚，陈鹤天  
编著. —北京：机械工业出版社，2017.8

ISBN 978 - 7 - 111 - 57699 - 0

I. ①物… II. ①黄… ②陈… III. ①电子商务—物流管理  
IV. ①F713.365.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 193160 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑：马 佳 责任编辑：马 佳

版式设计：张文贵 责任印制：李 飞

责任校对：赵 蕊

北京新华印刷有限公司印刷(北京新华印刷有限公司装订)

2017 年 8 月第 1 版·第 1 次印刷

285mm × 210mm · 13.75 印张 · 387 千字

标准书号：ISBN 978 - 7 - 111 - 57699 - 0

定价：89.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

服务咨询热线：(010) 88361066

读者购书热线：(010) 68326294

(010) 88379203

封面防伪标均为盗版

网络服务

机工官网：[www.cmpbook.com](http://www.cmpbook.com)

机工官博：[weibo.com/cmp1952](http://weibo.com/cmp1952)

教育服务网：[www.cmpedu.com](http://www.cmpedu.com)

金书网：[www.golden-book.com](http://www.golden-book.com)



## 推荐语

### 钟鼎创投合伙人 董中浪：

物流行业需要敏锐的观察者，专业的研究者和有情怀的行业变革推动者！我相信黄刚老师及其团队正在正确地扮演着这三种角色！

### 百诚源科技 CEO、原沱沱工社 CEO、原红孩子商城总经理 杜非：

毫无疑问，这是近几年归纳设计中国电商物流最完善、最直观、最具分析力的一本书了。我想，这与黄刚及他的汉森团队这几年在电商供应链领域的深耕是分不开的。如果说国内还有一本书，是可以全面深入揭示中国电商物流发展生态的，那一定是这本书；如果说中国还有一个团队可以全面深入分析中国电商供应链发展环境的，那么，我认为一定是汉森团队。

### 优联资本董事长、前阿里集团副总裁、中国电商物流企业联盟会长 王孝华：

电商物流是中国特有的物流业态，是随着电子商务的告诉发展而逐渐形成的。电商给物流带来了新的转型发展机遇，物流也成了电商发展的核心竞争力。作为首任中国物流企业联盟会长，本人一直在推动电商与物流产业的跨界融合发展。本书信息丰富，汇聚了行业大部分的企业，对于了解企业商业模式及运作体系很有帮助。

### 原滴滴出行对公加盟负责人、原百度外卖全国物流负责人 王耀弘：

对于本书，汉森团队策划了很久，经过漫长时间的沉淀，现在终于出版。在各行业都在快速发展的当下，能够潜下心来做调查、做研究、梳理脉络、想明白、写出来、发表出去……这需要长时间的投入和巨大的耐性。也正是因为如此，我内心对这本书尤为期盼。因为这让我有机会向思考着、构建者、原创者致敬；因为这也是我特别箱套的一本枕边书、案头书、随身书！

### 亚马逊全球副总裁、亚马逊全球物流中国总裁 薛小林：

中国电子商务井喷式发展促成了电商物流快速地从无到有，互联商业模式的迭代升级推动了电商物流资源的社会化和共享。本书以创新方式系统呈现了中国电商物流的主要竞争力，浓缩了电商物流行业十余年发展的宝贵精华，以全面视角启发我们对未来的思考。在大数据驱动智慧物流标配化的今天，电商物流的新一轮竞争将愈发着眼于全球物流能力的构建和创新。



**深圳触电电商创始人、电商类微博意见领袖 龚文祥：**

黄刚是我多年自媒体界的朋友，他是中国电商物流自媒体第一人，这本书是我看到的目前为止关于中国电商物流最干货的内容，大力推荐。

**睿泰涂布科技副总裁、原顺丰供应链事业部副总裁、阿里巴巴集团高管、宝供物流企业集团有限公司 燕鹏飞：**

这是一本物流行业最具权威性、实战性的书籍。它的实战性源于专业的作者和圈内大咖们的鼎力相助，黄刚老师及其团队成员更是付出了很多，才有了这样一本物流行业的大典，希望未来不断更新。

**微博电商专家、上海万擎商务咨询 CEO 鲁振旺：**

黄刚是国内电商供应链第一人，拥有大量的实战经验，这次带领汉森团队将国内主流电商平台物流生态体系图示化，完整反映电商高速发展的十年里，各大电商及物流平台的物流形态如何迭代、创新和演变，设计内容也很全面，从跨境电商、O2O、B2C 到第三方物流，这是国内首次电商物流形态被完整的图示化展现，对于电商和物流行业从业者来说，这本书是开创性的，一书知全局！

**国内某大型物流集团高管、物流资深专家 孟凡武：**

本书堪称物流业界的百科全书，书内详实地记录了黄刚先生及团队对电商物流、物流平台及物流上下游企业的研究成果，堪称物流界的“史记”，不论对于物流从业人员还是高校物流专业的教育都有极强的研究价值，对于物流投资者也是必备指南。在大数据和互联网的时代，物流正朝着科技化和智能化发展，愿这本书也成为物流行业的又一不可或缺的驱动力。

**数据化专家（微博：数据化管理） 黄成明：**

这是一本物流行业年鉴的资料，专业性很高。读下来，就连我这个物流行业的门外汉也大致熟悉了行业的运作方式。互联网+的时代下的物流业是一个信息整合的时代，也是一个平台物流崛起的时候，更是一个多元物流发展的年代。在这个时代中各行各业的发展都必须综合行业发展取长补短，再营运过程中不断地试错以及整合终端消费者的分享经济模式。而这本书能给到各位大部分实用资料，值得自信阅读。这也是一个数据驱动营运的时代，企业不断地产生各种新的数据，有效的利用这些数据才能赢得下一阶段的胜利。让我们一起努力！

**亿欧网创始人及主编、O2O 分析师 黄渊普：**

金融和物流是社会运行的基础行业，2016 年的一个明显的趋势是金融改革收窄，物流改革放开。本书正逢其时，系统而简明地反映了物流行业的现状和未来。黄刚老师期望该书成为“中国电商及电商物流领域总裁案头册”，这个目标显然已经达到了。

**摩根士丹利研究部亚太区交通运输行业首席分析师、执行董事 徐华翔：**

本书是跨界思维的生动图谱，现代物流人的行业指南。



## 前言

互联网经济驱动着中国商业的快速发展，过去 10 年时间，我们一起见证了中国电子商务新生态驱动下的中国物流的快速迭代与升级。但遗憾的是，一直没有一个人或者一个机构去全面收集汇总中国电商物流发展历程中各大企业的商业模式、成长历程、成功与失败背后的经验和教训。其实这是中国互联网商业非常宝贵的财富，一方面行业迭代升级变化太快；另一方面行业缺乏真正专业的团队去系统化地梳理和记载。在过去 6 年的时间里，我通过微博这样的社交平台，记录了行业发展的新闻、案例、专家点评、企业家思想、商业模式创新、技术创新……这些内容给我本人和长期关注的粉丝带来了巨大的商业价值，同时也给一些企业高管、高校、学术机构、投资机构 [包括国内各大投资机构、美国华尔街投资机构（如摩根士丹利）等] 带来了一些外界根本不能获取的商业参考信息。

微博、微信是目前被广泛应用的社交工具，拥有可记录、可分享传播、可互动、可引流商业合作等非常创新的功能，但在行业内容记录方面也存在着不足。它们的优点是可以每天按照流水式沉淀和记录一些非常有价值的东西，基本不会遗漏每一个细节，比如阿里巴巴的物流投入历程，从原来的淘宝大物流，到 2013 年 6 月菜鸟的起盘，再到近 3 年菜鸟的发展历程，我的个人微博都几乎全面记录。这些都是依托时间轴来记录的，但事实上行业和社会需要的是更深层次的记录，即按照企业分类、商业模式的递进进行的深度提炼，最好还能简单明了地呈现，一目了然就能看懂。这就比较困难。

经过我们周密的计划，汉森商学院于 2014 年开始筹备。希望汉森商学院能够搭建一个内部机构，通过互联网的便捷方式，连接一切行业资源的动态、行业模式的梳理、企业家的新思维、行业专家的观点等信息，最终收集整理汇总，成为真正能够读懂中国电商物流的行业生态体系。2015 年汉森商学院正式启动专项工作小组，从 260 多家中国电商物流生态的关联企业的梳理开始，收集了大量的行业内容，实时同步访谈了数百位行业资深的企业家、企业高管、行业专家。2016 年，汉森商学院投入了大量的人力和精力，做了全面的升级和优化，包括内容的呈现方式、内容的持续迭代与矫正、专家对每一家企业的点评和解读，这四项工作难度非常大。

第一，内容的呈现方式。我们希望能够通过一张或多张图的方式呈现，互联网时代是读图的时代，图的表达方式更容易被读者认可，这个方面我们投入了大量的精力。

第二，内容的迭代与矫正。行业变化太快，比如菜鸟、京东、顺丰、最后一公里模式等内容，当一部分内容定稿了，结果 1~2 个月就发生了很大的变化，这给我们带来了巨大的工作量。



第三，对待专家的观点和点评。我们希望客观地收集各种行业专家对每一个企业的点评和解读，让读者能够从不同的角度获得不一样的思维判断。但这个方面的工作量巨大，而且不少专家的观点是不太方便解读的，这也是我们写作本书的一大挑战。

第四，创新方面。我们希望这本书具有移动互联网的商业属性，能够与物流行业最大的公众号——物流指闻进行信息互通，通过二维码能够反向阅读到移动社交端，同时实现便捷分享。

时至今日，当汉森商学院的陈鹤天老师安排我写前言的此时，我倍感欣慰，本书终于要问世了。这本书倾注了陈老师团队很大的精力，正如我们在一年前筹备这本书的时候思考的一样，我们要把这本书定位成“中国电商及电商物流领域总裁案头册”。这句话说得容易，实际做起来真的不容易。其实人生就是在一次次的挑战看似不可能的目标中让自己获得新的升华，如果我们不去探索，就永远获得不到属于自己的那一份惊喜。

这本书的价值，不仅仅是图文上的价值，更多的是图文给大家带来的对商业思考的价值，或许这个价值我们更值得关注。

接下来我们一起来回顾一下中国电商物流的发展历程吧！

中国的电商物流经历了五个重要的阶段：

第一阶段：传统零售时期，基于 B2B 交易的商业，物流供应链以渠道为核心，主要的物流模式是合同物流（整车和零担物流）。

第二阶段：传统的 B2C、C2C 电商时代。2003 年非典过后，京东、当当等电商兴起，B2C 的时代初期是缺乏能够覆盖到 C 端的第三方物流的，物流成了 B2C 电商发展的短板，当找不到靠谱的物流服务商的时候，以京东为代表的企业从 2007 年开始推动自建物流；同时期阿里巴巴的淘宝 C2C 平台的兴起，也带动了 C 端配送的需求，以“三通一达”为代表的桐庐帮在 2005 ~ 2007 年期间快速发展，可以说是马云成就了“三通一达”。当然没有“三通一达”，淘宝也不能够在当时快速地发展。

第三阶段：B2BC 电商时代。2010 年后，阿里天猫平台、京东开放平台陆续启动，开放平台模式无疑让品牌方面临多平台的订单运营支撑。无疑，“云仓 + 快递”模式成了市场的需求。一大堆云仓模式全面起盘，顺丰云仓、EMS 云仓、中联网仓、网仓科技、发网、百世云仓以及 2013 年菜鸟启动后的菜鸟大云仓平台（后融入心怡物流），这些都是典型的服务于开放平台电商的仓储物流服务平台。

第四阶段：“O2O + B2B2C”的电商时代。2014 年，O2O 全面开花，线上线下可以全面融合了，线上订单，线下库存，就近门店配送，用户体验拉动线上订单……每一个品牌都进入多家电商平台，甚至布局微商。O2O 本质上不是卖东西，而是“用户体验 + 线上线下服务协同 + 物流 + 精准用户大数据沉淀”的全新商业模式。这时候的电商物流又进一步发生了巨大的变化：库存在云端，全网调拨（大包裹、零担的需求逐步兴起），配送到店 + 配送到 C 端融合，快递员直接门店取货就近配送。

第五阶段：“O2O + C2B + C2M”的新时代。2016 年开始，互联网深度发展——工业 4.0、物联网技术、粉丝经济、网红经济、社群经济，逐步催生了电商新一轮的变革。未来工业品的定制化、农产品的原产地直供、线上线下 O2O 的体验与购买融合、大数据驱动下的精准营销、共享经济与众包模式都是电商物流必须要思考的方向，未来工厂和农场直接和用户之间连接越来越便捷，物流从工厂、农场到用户的扁平化，产地直供一定是主流趋势。



传统的快递会面临新一轮的变革，即使他们 2016 年大面积上市，如果不转型，未来的生存也未必乐观。“产地直供快物流 + 城市智能云仓 + 末端共享经济的宅配”可能是未来的发展趋势。

其实，未来已来，如何拥抱未来，唯一不变的就是变化。本书每一年都会升级迭代，同时我们还将在这里做很多创新，由于时间紧迫、行业变化太快以及我们汉森商学院团队的能力还不足，这本书可能会存在一些表达不完善和描述不专业的地方。我们会虚心听取大家的信息补充和意见建议并期待您提供更多的信息，因为这是我们共同的成果，如果您提供的内容有价值，我们将把您的名字和介绍一起纳入行业专家库、顾问名单中，期待您的参与！

黄刚（微博@黄刚—物流与供应链）

2016 年 12 月



## 编者的话

本书能够顺利出版，首先要感谢黄刚老师的鼎力支持，从商业模式的分析到行业信息的对接，黄老师非常费心，再次表示感谢；还要感谢为配本书做出贡献的刘桐源、韩宜衡、李政锦、刘磊、陈浩、张帆、刘思坤、孙俊彦、王嘉良、李秋健、刘文羽、金聪敏、王越等伙伴们的大力支持与配合；同时感谢预订了此书的读者耐心的等待，久等了！

一年时间的沉淀，对物流行业各生态进行了一次系统的梳理，书稿从第一稿修改到第五稿，有的内容甚至修改了近20次，就为了将本书更好地展现在大家面前。我们在这个过程中也体会到了本书出版的喜悦。当然，本书中难免有不完善的地方，恳请各位专家导师、读者给予建议与意见。行业的发展离不开企业的不断迭代更新，更离不开物流人持续的创新与思考，这本书正是试图给物流人一个引子来俯瞰这个行业，无论是商业模式的创新还是业务的拓展与延伸、行业趋势的把握，都希望大家能够有所收获。

期望所有物流人都有所收获，有所成长！

陈鹤天（个人微信号：chtvip）

2016年12月



全视觉解读**中国电商物流生态**  
深度洞察**全行业发展趋势**  
全新呈现**行业企业新模式**  
总裁案头**必备**  
探索行业**新机会**

2016-2017

**中国电商物流生态图**

CHINA E-COMMERCE LOGISTICS ECO-MAP



## | 目 录 | CONTENTS

推荐语

前言

编者的话

**第一部分** 电商自建物流 / 1

**第二部分** 零担快运物流 / 23

**第三部分** 快递 / 45

**第四部分** 园区地产公路港 / 69

**第五部分** 电商空运物流 / 81

**第六部分** 云仓 / 91

**第七部分** 生鲜冷链物流 / 105

**第八部分** 跨境电商物流 / 117

**第九部分** 最后一公里配送 / 133

**第十部分** 货运 O2O 平台 / 155

**第十一部分** 物流设施设备 / 193

**第十二部分** 物流信息系统 / 199

结束语 / 208

汉森商学院简介 / 209



## 第一部分 电商自建物流



1.菜鸟网络



2.京东物流



3.亚马逊物流



4.日日顺物流



5.苏宁物流

6.唯品会 (品骏快递)



7.当当物流



8.我买网物流



9.酒仙网物流



10.国美 (安迅物流)



\* 说明: 序号排名不分先后



## 1. 菜鸟网络

### 模式定位

菜鸟网络科技有限公司（简称“菜鸟网络”）是一个基于互联网，以数据驱动的社会化协同物流及供应链平台，由阿里巴巴集团、银泰集团联合复星集团、富春集团、申通集团、圆通集团、中通集团、韵达集团等共同组建。

### 核心业务及布局

菜鸟网络主要包括七大业务：仓配、跨境、快递、农村物流、物流云、菜鸟驿站、裹裹。通过接入快递公司、仓配服务商、日日顺、苏宁物流、落地配等，打通覆盖跨境、快递、仓配、农村、末端配送的全网物流链路，提供大数据联通、数据赋能、数据基础产品等。菜鸟网络还打通了跨境、仓库、配送链条，将不同服务商串接在一起，为商家提供了仓配一体解决方案、跨境物流解决方案等服务。菜鸟网络业务覆盖全国 250 个城市，仓储面积超过 100 万平方米。

### 大事记

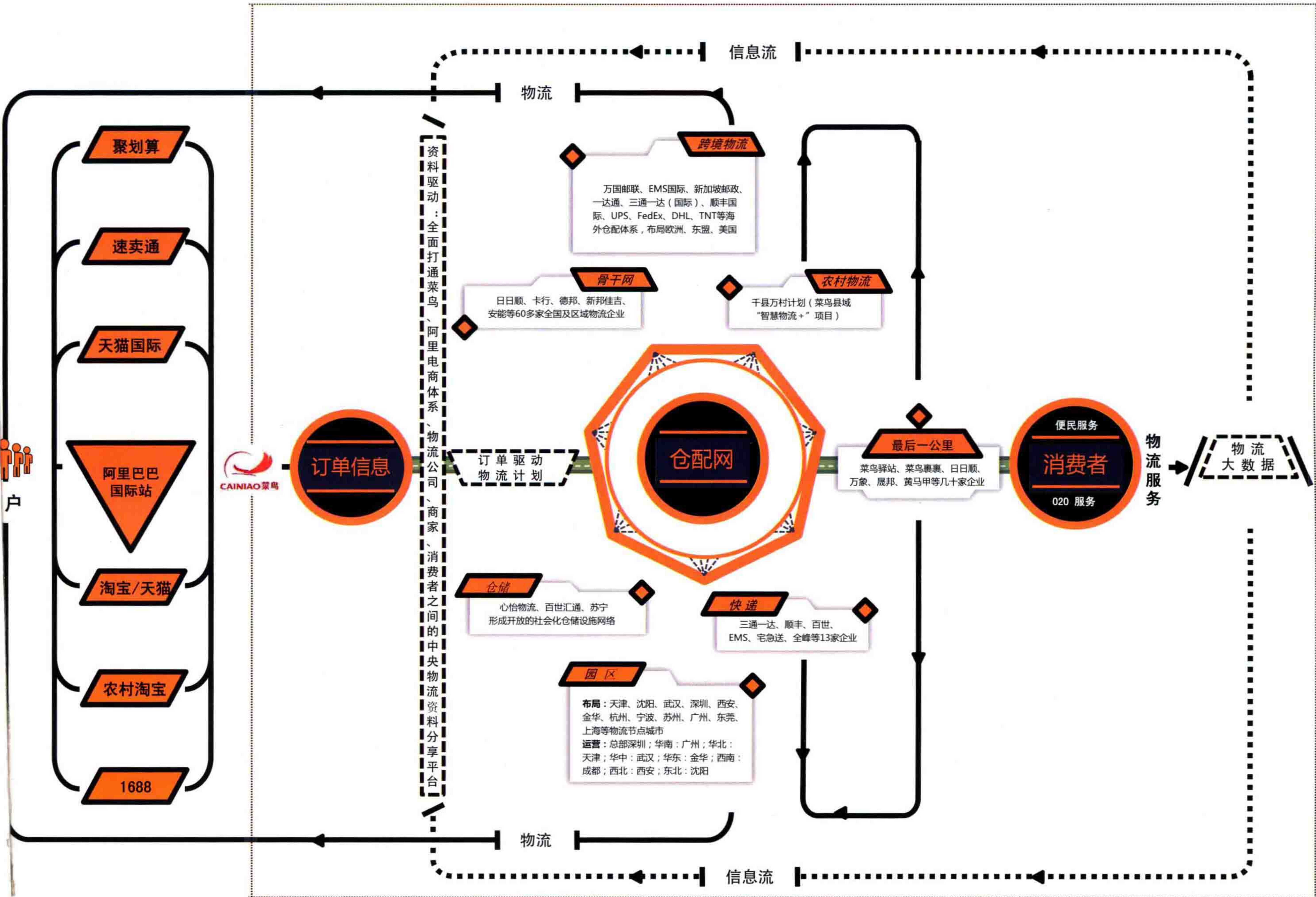
- 2016 年 7 月 菜鸟网络与纸箱哥（快递创意包装企业）建立合作，启用可二次使用的定制包装
- 2016 年 6 月 菜鸟网络与时空电动（浙江时空电动汽车有限公司）建立战略合作，菜鸟使用纯电动物流车来送货
- 2016 年 3 月 菜鸟网络推出菜鸟联盟
- 2015 年 12 月 菜鸟网络推出中国首个物流云平台
- 2015 年 6 月 菜鸟网络在北京、上海、广州推出生鲜电商专用仓，布局全国冷链仓配网
- 2014 年 5 月 菜鸟与国内 13 家主流快递公司建立战略合作，携手打造物流大数据平台
- 2013 年 5 月 菜鸟网络科技有限公司成立



### 投融资状况

- 2016 年 3 月 首轮融资超百亿人民币，合作企业有新加坡政府公司、淡马锡控股公司、马来西亚国库控股公司、春华资本等







## 2. 京东物流

### 模式定位

京东物流隶属于京东集团，通过布局全国的自荐仓配物流网络，提供一体化解决方案，包括仓配一体、快递、冷链、大件、物流云等服务。

### 核心业务及布局

提供 211 限时达、次日达、夜间配和三小时极速达，GIS 包裹实时追踪、售后 100 分、快速退换货以及家电上门安装等服务。

截至 2016 年 9 月，京东运营了 254 个大型仓库，6 个“亚洲一号”智能物流中心投入使用，仓储设施占地约 430 万平方米，全国拥有 5987 个配送站和自提点。京东的物流体系已经覆盖全国 2646 个区县，6 万自营配送员工。

### 大事记

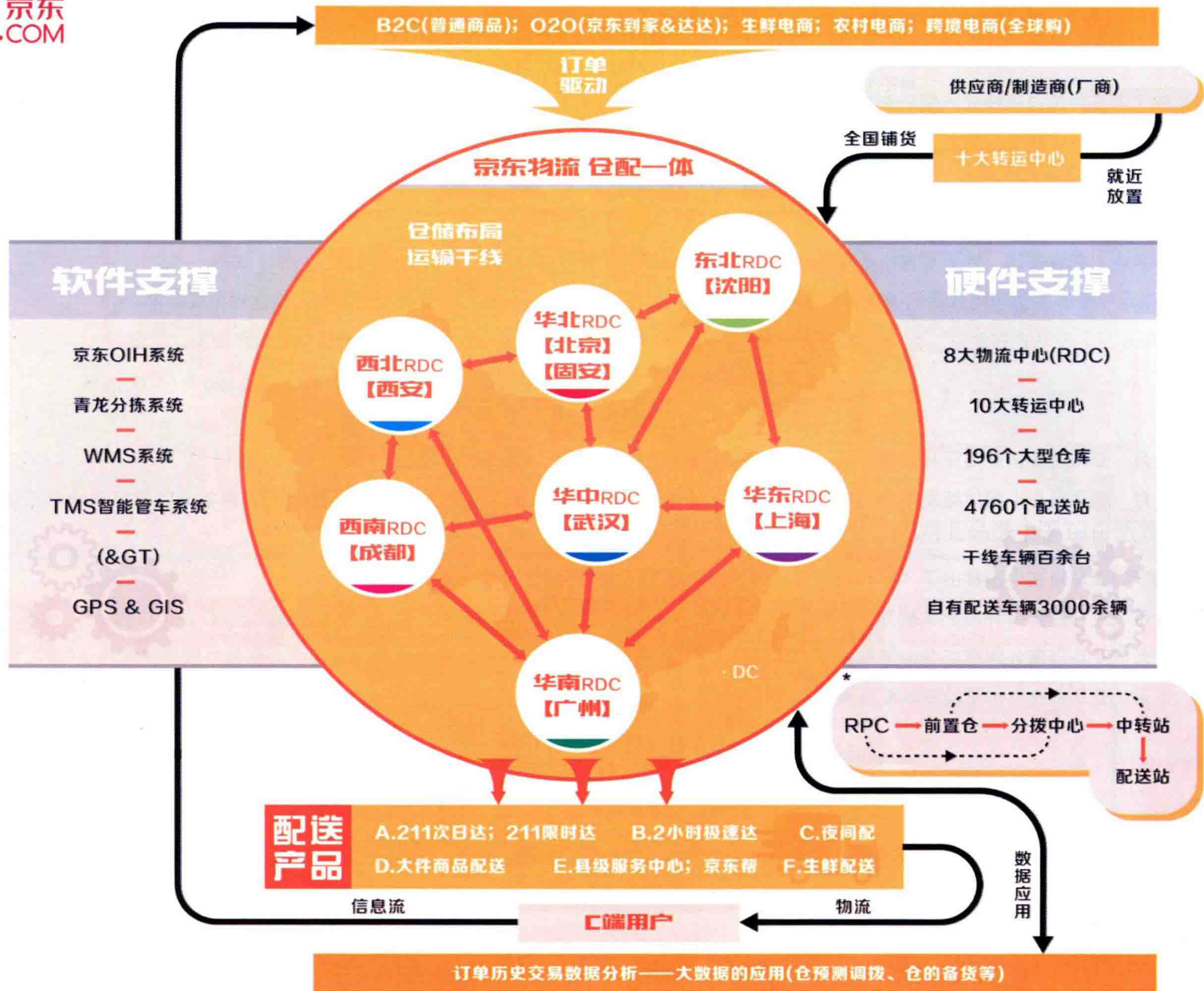
- 2016 年 9 月 京东物流对外开放，主要提供京东快递、供应链物流及物流云服务
- 2016 年 5 月 京东与沈阳新松机器人建立合作，双方将在智慧物流领域开展合作，京东未来将打造农村快物流体系
- 2016 年 4 月 京东到家和达达合并，打造“众包物流平台 + 超市生鲜 O2O 平台的最后一公里物流 + O2O 众包模式”
- 2015 年 6 月 京东一号自动化分拣中心投入使用
- 2015 年 4 月 京东 O2O “京东到家”正式启动，以众包物流模式抢占生活服务 O2O 市场
- 2014 年 10 月 京东首个“亚洲一号”现代化物流中心投入使用
- 2013 年 6 月 京东自提柜在北京沈阳投放，布局最后一公里物流自提柜模式，实现京东商品 24 小时自提服务
- 2012 年 11 月 青龙系统上线
- 2010 年 3 月 京东推出“211 限时达”极速配送服务
- 2009 年 1 月 京东自购 1400 亩地自建物流，自此京东布局全国自建仓储网络



### 投融资状况

- 2007 年 京东获得第一笔融资后，决定自建仓配一体的物流体系，这是京东物流发展的重要起点
- 2011 年 京东完成 C 轮 15 亿美金融资，市场估值 100 亿美金，刘强东把融资的所有钱全部用于布局全国一级物流中心，他的战略是到 2013 年构建全国的物流配送体系，同时把平台开放给第三方电商和供应商
- 2014 年 5 月 京东 IPO 路演，自建物流体系是京东上市的重要卖点
- 2015 年 8 月 京东 42 亿入股永辉超市，持永辉 10% 股份，双方“探索线上线下 O2O + 仓储物流协作”战略







### 3. 亚马逊物流

#### 模式定位

亚马逊开创了电商物流自建模式，借助亚马逊大数据和云技术进行仓储物流的管理，推出了随机存储模式、大数据预测调拨、智能分仓、机器人仓储、无人机配送等创新物流模式，并对外推出“亚马逊物流+”服务，为第三方商家提供电商运营解决方案和智能化的仓储物流解决方案。

#### 核心业务及布局

自建物流体系中，包含美国、欧洲运营中心对亚马逊中国的跨境直邮业务。

“亚马逊物流+”业务主要包括仓储物流整合方案——仓储运营方案、运输配送方案、跨境物流服务和定制化物流服务等。

截至2015年6月，亚马逊在北京、西安、沈阳、天津、厦门、广州、济南、四川、武汉、上海等地设立了运营中心。

#### 大事记

2016年11月 亚马逊英国登陆亚马逊海外购，实现了英国直邮中国的跨境物流网络

2016年10月 亚马逊在中国战略发布会上宣布亚马逊 Prime 会员正式登陆中国，提供亚马逊全球首个及国内首个跨境订单全年无限次免费配送服务

2015年下半年 亚马逊在中国推出了“亚马逊物流+”的新战略，开放其仓储物流体系给中国企业

2014年11月 亚马逊全面升级配送服务，将当日达、次日达拓展到全国1400多个城市区县，并在全国设立5000多个自提点

2014年11月 亚马逊海外购商店在中国推出，实现国际网络与中国网络的无缝对接，建立由美国运营中心直邮中国的跨境物流体系

2011年11月 亚马逊在业内首推夜间配送服务

#### 投融资状况

未公布投融资状况。

