



于宝琴 编著

# 中小型电子商务和物流 企业案例集

Zhongxiaoxing  
Dianzi Shangwu he Wuliu  
Qiyè Ànlìjī



中国财富出版社  
CHINA FORTUNE PRESS

# 中小型电子商务和物流企业案例集

于宝琴 编著

中国财富出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

中小型电子商务和物流企业案例集/于宝琴编著. —北京: 中国财富出版社, 2014. 6

ISBN 978-7-5047-5195-9

I. ①中… II. ①于… III. ①中小企业—电子商务—案例 ②中小企业—物资企业—企业管理—案例 IV. ①F713.36 ②F253.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 079154 号

策划编辑 寇俊玲

责任印制 方朋远

责任编辑 张小玲 谷秀莉

责任校对 杨小静

---

出版发行 中国财富出版社 (原中国物资出版社)

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010-52227568 (发行部) 010-52227588 转 307 (总编室)

010-68589540 (读者服务部) 010-52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 三河市西华印务有限公司

书 号 ISBN 978-7-5047-5195-9/F·2144

开 本 710mm×1000mm 1/16

版 次 2014 年 6 月第 1 版

印 张 15.25

印 次 2014 年 6 月第 1 次印刷

字 数 316 千字

定 价 58.00 元

---

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换

# 前言

跨入 21 世纪, 互联网改变着人们生活的方方面面。据 CNNIC 统计, 目前中国上网人数已达 1.23 亿。从网民、网友到网商, 互联网用户经历了上网体验、上网娱乐、上网交友及上网商务, 从单纯的娱乐到商务, 上网人群越来越成熟, 互联网给人们带来全新的生活方式。

随着互联网的迅速发展, 整个世界经济进入了一个前所未有的高速增长期, 电子商务正在造就一个全球范围内的新经济时代, 这种新经济就是利用信息技术, 使企业获得新的价值、新的增长、新的商机、新的管理。扑面而来的电子商务热潮在发展新经济的同时, 也对传统企业提出了严峻的挑战, 这就是电子商务的普及和发展远远没有跟上互联网前进的脚步。据统计, 中国有 3000 万家中小企业, 目前经常使用互联网的企业不过 50 万家。从这个数据上来看, 中国的企业运用电子商务的比例还是很低的。因此, 大力推广企业应用电子商务平台是一件势在必行的工作。电子商务的普及和应用需要企业、政府和学校共同努力。

电子商务是一个新兴的产物, 大家都处于摸索的过程中。这本案例集就是通过对获得成功的中小型电子商务企业进行走访、调研, 总结它们取得的经验, 为已经运用电子商务或者准备开展电子商务的企业以及准备从事电子商务工作的学生提供方向和思路。

全球化与电子商务时代的快速来临, 带来了消费者对物流配送的迫切需求, 催生了各行各业形态各异的物流配送系统。以消费者体验为中心的商业生态文明, 充分体现在依托互联网存在的物流配送体系的服务质量与配送效率上。物流效率和质量成为当今电子商务巨头决战互联网平台的关键战场。本案例集以较大篇幅总结了具有行业代表性的多家知名物流企业的商业模式, 旨在推动分布在我国 4000 多个行业中的行业精英在“触网”时获得物流领域最新的专业实战经验。对致力于电子商务创新以及迫切需要整合物流配送资源的企业家而言, 分享这些独具魅力的物流创新模式的成败得失, 亦不啻为一种宝贵的知识储备和行业经验交流。

电子商务行业的崛起, 已经从经济社会的各个层面为我国中小企业的经营管理带来了颠覆性变革。以最快速度总结重要的行业创新经验是广大中小企业的迫切需求。

本案例集原始资料是由天津市商务委员会和天津市电子商务协会提供, 在此

表示衷心的感谢。本案例集得到天津市教委社会科学重大课题 (No. 2012ZD029) 及天津财经大学校级重点建设课程 (KCP2014—03) 的资助。其中案例 1 至案例 5 由陈祺楠整理编著, 案例 6 至案例 11 由陈伊萍整理编著, 案例 12 至案例 15 由武淑萍整理编著, 案例 16 至案例 26 由韩雪整理编著, 案例 27 和案例 28 由袁玉娟整理编著, 案例 29 至案例 39 由张哲整理编著, 案例 40 至案例 46 由白玉坤整理编著; 张博文负责案例 47 至案例 56 的整理编著、全书文字修改和参考文献格式整理工作; 全书由张哲纂稿, 于宝琴定稿。在此也感谢毕业设计小组叶俊杰、曾晓伟、杨春影、荣春兰、刘博凝和王汀等同学提供的文献检索资料。

由于编者水平有限, 本书错漏之处在所难免, 希望读者批评指正。

编 者

2014 年 4 月

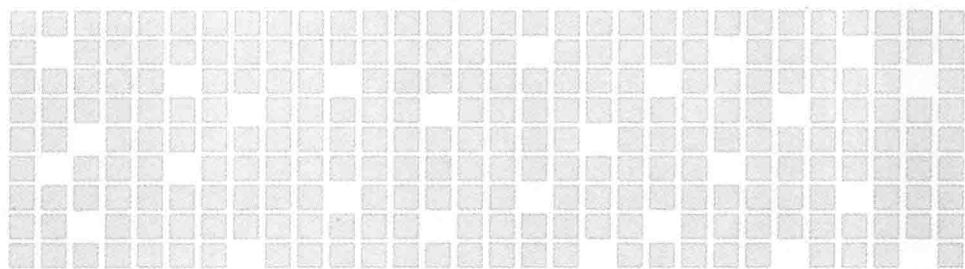
# 目 录

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| <b>第一部分 电子商务案例分析 .....</b>        | <b>1</b>  |
| 案例 1 花度公司电子商务案例分析 .....           | 3         |
| 案例 2 今天快递电子商务案例分析 .....           | 7         |
| 案例 3 可喜放心蔬菜电子商务案例分析 .....         | 11        |
| 案例 4 润发航空电子商务案例分析 .....           | 14        |
| 案例 5 天津市万全食品电子商务平台案例分析 .....      | 17        |
| 案例 6 天津市健康食品公司电子商务案例分析 .....      | 22        |
| 案例 7 天津市化工公司电子交易平台电子商务案例分析 .....  | 25        |
| 案例 8 天津市金属制造有限公司电子商务案例分析 .....    | 28        |
| 案例 9 天津市化工网电子商务案例分析 .....         | 32        |
| 案例 10 天津市农特产公司特产商城电子商务案例分析 .....  | 35        |
| 案例 11 跨境电子商务全网服务平台项目案例分析 .....    | 38        |
| 案例 12 基于移动互联网分类信息发布平台案例分析 .....   | 43        |
| 案例 13 通用积分电子商务网站案例分析 .....        | 48        |
| 案例 14 大禹电子商务案例分析 .....            | 52        |
| 案例 15 天津利和集团跨境电子商务案例分析 .....      | 55        |
| 案例 16 舒心食品电子商务案例分析 .....          | 59        |
| 案例 17 食好佳网上购物农贸市场电子商务案例分析 .....   | 63        |
| 案例 18 数来宝电子商务孵化平台案例分析 .....       | 66        |
| 案例 19 天津 Q 公司 W 品牌电子商务案例分析 .....  | 69        |
| 案例 20 天津市 S 公司电子商务案例分析 .....      | 74        |
| 案例 21 A 公司 Q 品牌电子商务案例分析 .....     | 77        |
| 案例 22 恒星 B2B2C 模式电子商务平台案例分析 ..... | 82        |
| 案例 23 天津大业股份有限公司电子商务案例分析 .....    | 86        |
| 案例 24 津津商城电子商务案例分析 .....          | 89        |
| <b>第二部分 电子商务产业园案例分析 .....</b>     | <b>93</b> |
| 案例 25 达泰电子商务产业园核心区案例分析 .....      | 95        |
| 案例 26 天津泰海区电子商务产业园案例分析 .....      | 98        |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| <b>第三部分 国内物流案例分析</b>          | 103 |
| 案例 27 A 电力公司物流案例分析            | 105 |
| 案例 28 M 汽车零部件物流公司案例分析         | 110 |
| 案例 29 北京金港物流有限公司案例分析          | 117 |
| 案例 30 成都航空技术公司与美国伟伦公司的国际供应链分析 | 122 |
| 案例 31 光芒集团农药供应链管理分析           | 125 |
| 案例 32 广东省普安钢铁物流有限公司案例分析       | 129 |
| 案例 33 果果物流配送中心案例分析            | 133 |
| 案例 34 海虹集团物流系统案例分析            | 139 |
| 案例 35 佳通物流管理信息系统案例分析          | 144 |
| 案例 36 凯瑞甘酿酒厂的物流成本管理分析         | 148 |
| 案例 37 李家港物流案例分析               | 151 |
| 案例 38 明日海运运营模式分析              | 154 |
| 案例 39 南京东方航运物流中心建设的风险分析       | 160 |
| 案例 40 千港工业品超市物流案例分析           | 166 |
| 案例 41 上海东源配送的物流末段服务案例分析       | 170 |
| 案例 42 泰安公司第三方物流案例分析           | 172 |
| 案例 43 天津滨海泰新物流集团案例分析          | 178 |
| 案例 44 天津光化物流案例分析              | 181 |
| 案例 45 天津华景货运代理的物流案例分析         | 184 |
| 案例 46 天津万恒物流案例分析              | 187 |
| 案例 47 天津中信物流案例分析              | 189 |
| 案例 48 天津周鼎集团仓储物流管理系统分析        | 193 |
| 案例 49 亚达(天津)物流案例分析            | 198 |
| 案例 50 杨光石化 MRO 库存储备案例分析       | 201 |
| 案例 51 中国程元 VMI 实施模式分析         | 206 |
| 案例 52 中通股份南京分公司质押监管风险控制分析     | 209 |
| 案例 53 A 公司鞋业物流中心案例分析          | 214 |
| <b>第四部分 国外物流案例分析</b>          | 219 |
| 案例 54 荷兰 YQL 公司案例分析           | 221 |
| 案例 55 德国 YMN 公司集成采购模式案例分析     | 225 |
| 案例 56 美国洛杉矶的花卉公司花卉物流案例分析      | 230 |
| <b>参考文献</b>                   | 234 |

# 第一部分

## 电子商务案例分析







## 案例 1 花度公司电子商务案例分析

**[摘要]** 随着电子商务领域的不断发展,花度公司凭借对行业的敏锐观察,对企业需求的调研,通过实行国内市场业务开展通路策略(创新引领趋势,责任实践使命),线上线下经营相互带动,线上线下不断开启移动化、电子化、网络化的信息视角,创新人们的生活方式和习惯,成为这一领域不可或缺的中坚力量。本文以花度公司电子商务为案例,通过对该公司的基本情况、商业模式、经营模式、技术模式、管理模式等方面进行分析,总结其成功的经验并指出其面临的挑战。

**[关键字]** 花度公司; 电子商务案例; 商业模式

### 1.1 基本情况

#### 1.1.1 公司简介

花度公司是一家网络搜索科技有限公司,是全球休闲第一传媒品牌,花度网络搜索科技有限公司作为综合性的国际传媒机构和多元化运作的现代企业,始终致力于中国以及海外的休闲产业市场,以传播藏獒文化、水族文化、花艺文化等主流休闲文化产业为己任,经过近 10 年的努力,整合了国内外主流休闲行业资源,建立了独有的强大数据库,建立了一个以花度网络搜索科技有限公司为中心的网上家园。

花度网络搜索科技有限公司独特的 BMC 商业运作模式,花度公司领先全球的视频直播互动技术,以及花度网络搜索科技有限公司的产品和品牌包装理念,得到了业界的认可。目前,花度网络搜索科技有限公司由 200 多名专科生、本科生、研究生、归国留学生组成的高学历、高素质的年轻团队,是我国首屈一指的精英媒体队伍。

“年轻、勤奋、敏锐、团队”是花度网络搜索科技有限公司的核心企业文化,秉承着“帮助第二名超越第一名”的核心理念,花度网络搜索科技有限公司作为全球领域企业推广产品和品牌的首选平台,花度网络搜索科技有限公司作为最大的花鸟鱼虫网上商城,正不断地进行创新,朝着宏伟的目标前进。

#### 1.1.2 项目背景

由于花度商城是一家依托花度网络搜索科技有限公司近 10 年来积累的媒体

资源与品牌力的平台，因此，其具有的独特核心竞争力。

- (1) 无产品，零库房。
- (2) 全国 50 家服务中心，实现同城配送，当日到达。
- (3) 完善的、专业的售后服务体系。
- (4) 丰富的传媒资源，有利于花度商城平台的推广。

## 1.2 商业模式

### 1.2.1 公司的总体目标

(1) 花度商城依靠品牌优势，秉承互利、共赢、创新的理念，为厂商提供更广阔的发展空间，聚集上游、下游的产业链力量，打造良性的供货、销售生态圈，拓展遍布全国的合作伙伴。

(2) 提供个性化的推广、购买体验、便携交付及安全的消费保障服务；服务于商家，服务于终端客户。汇聚产业链力量，促进合作，提升整体产业链竞争力。

(3) 建立全球最大的花鸟鱼虫商城。

(4) 到 2015 年销售额达到 15 亿元人民币。

(5) 建立一套完善和快速灵活的供应商体系，整合国内资源，建立并实现覆盖区域内同城配送的自由物流体系，实现零库存运营。

(6) 引入风险投资，按照香港上市要求建立完善的财务体系。

### 1.2.2 公司的发展计划

第一阶段：2011 年 5 月—2012 年 5 月。花度商城研发。

第二阶段：2012 年 5 月—2012 年 12 月。花度商城运营。

第三阶段：2012 年。在天津、北京、上海、广州、珠三角、东三省等 10 个城市开展电商及网络营销培训。

第四阶段：2012—2014 年。完成全国 50 个城市的电商及网络营销培训。

第五阶段：2012—2014 年。完成全国 3000 家供应商招商及合理布局。

第六阶段：2012—2014 年。在全国 50 个二、三线以上城市建立 50 个花度商城服务中心。

第七阶段：2014 年之前。组建完成 300 人的专业电商团队。

## 1.3 经营模式

花度公司作为目前中国最大的花鸟鱼虫网上商城公司，它的经营模式是电子商务、渠道销售模式相结合。以创新为主导思想，以市场为导向，以创新为动力，以效益为中心，坚持“以人才兴企业，以质量求生存，以科技促发展，靠管

理出效益”和“市场第一，质量第一”的经营理念，强化管理，提高企业经济效益。

公司产品营销实施电子商务、渠道销售相结合的销售战略，坚持走专业化、系列化的产品开发之路，目标是做一家专业的、有影响力的电子配件产品综合品牌商。公司坚持“用户第一，质量第一”的营销理念，制订和完善各项管理规章制度和制度。

## 1.4 技术模式

花度公司的技术模式定位于线上营销。依托其核心互联网进行产品买卖，提供全方位的电子商务平台。在原有实体企业的基础上，发展电子商务。

公司会建立一套配套服务体系（物流、支付、客服等），完善花度商城、公司信息的线上（包含谷歌、百度搜索引擎）推广，支持进行网上交易；同时，依托天猫、京东商城形象店的建立，国内市场将会快速生长，这是2013年花度线上（电子商务）在国内市场开展的重点项目。近两年政府（全国电子商务示范基地）对电子商务的重视程度日益加大，相继出台多个支持鼓励政策，这将对电子商务市场未来的发展起到极大的助推作用，相信未来国内的电子商务市场将逐渐走向稳健和成熟。结合线下实体经营，相信花度一定会创造一种全新的经营模式，打破大卖场相对垄断的不健康市场结构，为更多的年轻人实现创业梦想，也为他们迈入国际市场打造一个发展的平台。市场会促使公司更好更快地发展，向上市目标大踏步迈进。

## 1.5 管理模式

### 1.5.1 企业理念

企业领导者树立“诚信、质量、服务”的经营理念，培育企业的良好形象。在公司内部管理中坚持以人为本的理念，增强管理团队和全体员工的向心力和凝聚力，企业发展朝气蓬勃。花度网络搜索科技有限公司凭借其独特商业模式，开拓出自己的一片领域。

商业模式：①通过收取加盟费让线下企业加盟花度商城；②通过渠道资源，实现线下渠道销售；③通过收取活体销售佣金，实现宠物等活体的销售；④通过在全国重点城市建立的50个服务中心，拓展花度商城的产品线，收取产品售后服务费。

### 1.5.2 核心管理团队

花度商城有运营中心、分销中心、客服中心、技术中心、服务中心等部门，并针对专业人才培养、人才发展、团队合作等业务要求建立了一套完整的管理制

度、财务制度。

花度商城目前有员工 86 人。其中,技术研发人员 31 人,商城运营管理人员 25 人,线上营销研究人员 6 人,线下渠道拓展人员 22 人,系统设计人员 4 人。从学历上看,员工中硕士 2 人,本科 60 人,专科生 24 人,普遍具有高学历,在技术开发上具有很大优势。预计 2014 年,花度商城将配置 300 人的专业团队。

## 1.6 问题与建议

(1) 花鸟虫鱼市场的经营标的物主要是动植物活体,品类繁多,经营者的业态更是纷繁复杂、千姿百态,在这一领域创建全国性的专业网购商城是一件极具挑战性的风险投资。据此,建议投资者深入研发全球云计算环境下花鸟虫鱼类产品的电商运营模式、全产业链物流快递配送模式。

(2) 本案例宣称其经营模式“目标是做一家专业的、有影响力的电子配件产品综合品牌商”,但在上述电子商务策划中并没有就这一目标提供相关产品素材并说明其产品线具体是什么,以及如何利用电商与互联网的优势节约流通成本,如何与现代物流结合提高配送效率,赢得竞争优势,以实现更高的客户满意度。

(3) 建议本案投资者应先从创建一家规范的“花鸟虫鱼示范商城(线上+线下实体)”做起。创业之初,切忌拉出一个大而全的商业投资计划,宁可“小而美”。

## 案例 2 今天快递电子商务案例分析

**【摘要】**随着电子商务领域的不断发展,今天快递公司正积极培育电子商务服务,深化电子商务应用,促进经济发展方式转变,方便百姓生活,改善民生。在深化电子商务应用方面,它支持传统流通企业建立电子商务平台。对行业的敏锐观察,对企业需求的调研,对人们生活方式和工作习惯的创新,使其成为这一领域不可或缺的中坚力量。本文以今天快递电子商务为案例,通过对该公司的基本情况、商业模式、经营模式、技术模式、管理模式等方面进行分析,总结其成功的经验并指出其面临的挑战。

**【关键字】**今天快递公司;电子商务案例;商业模式

### 2.1 基本情况

#### 2.1.1 公司简介

今天快递股份有限公司隶属于今天报社,负责各大出版社的发行快递工作,还提供为读者订阅其他报刊、配送鲜奶等多种生活用品的服务。1995 年今天快递股份有限公司在国内报业首创“送报上门,服务到家”的报纸发行模式,被读者称为“红报箱”。随后,“红报箱”开展了快递及物流配送业务,经营范围涉及广告、信息咨询、代收代办服务、生活用品直销等。其在天津市建有 60 个发行站点,拥有百余台物流运输车辆、员工近 3000 人,成为天津市一张最大的无店铺直销网。

利用“红报箱”发行网络更广泛地服务读者生活,让读者在订阅《今天日报》的同时享受到更多的实惠、便利,“今天快递”项目就是公司在传统服务形态基础上,建立起新的电子商务平台,打造实体店和网点并进的服务体系。

#### 2.1.2 项目依据

今天快递公司于 2011 年年底创建,实现了网店及实体连锁店、物流配送、读者客户群三网合一运营,并以社区服务为其电子商务发展方向。

国家《关于开展国家电子商务示范城市创建工作的指导意见》中要求,创建电子商务示范城市,加快推进资源整合,深化“三网合一”,进一步改善电子商务发展环境,壮大电子商务服务业,形成新的经济增长点。

《国家发展改革委办公厅关于组织开展国家电子商务示范城市电子商务试点专项的通知》(以下简称《通知》)再次明确,积极培育电子商务服务,深化电子商务应用,促进经济发展方式转变,方便百姓生活,改善民生。在积极培育电子商务服务方面,《通知》鼓励基础条件较好的电子商务服务企业,完善电子商务交易平台;在深化电子商务应用方面,支持传统流通企业建立电子商务平台,推进实体市场和网上市场结合,支持电子商务服务企业或机构,通过整合各类公共服务资源,建设综合信息服务平台,面向教育培训、医疗卫生、健康、旅游、家政等民生服务领域,为公众提供各类便民电子商务服务。

## 2.2 商业模式

### 2.2.1 公司的总体目标

建设一个覆盖全市的社会服务型的同城电子商务平台。该项目依托“今天”品牌优势和今天报社宣传优势,整合互联网平台、发行服务网点、物流配送网络和读者客户资源,致力于将其打造成四网合一、网店与实体店相结合的“今天快递电子商务”平台,综合发行服务站点、连锁便利店、社区配送站、社区便民亭体,最终发展成为1000余个电子商务的社区服务网点,成为天津市最大、最健全的一个线上、线下便民服务网站。

#### 2.2.2 具体实施条件

- (1) 今天快递公司有着近3000人的配送队伍,60个服务网站。
- (2) 今天快递“五报三刊”媒体资源为今天快递提供了强大的宣传推广资源。
- (3) 今天快递有着全国第一媒体呼叫中心。
- (4) “今天”品牌在天津深入人心,“红报箱”配送已成为百姓信赖的品牌。

### 2.2.3 公司的未来发展计划

第一阶段:2011年年底为项目筹备阶段。完成可行性研究、立项审批等手续;建立项目运营管理结构;与供应商、金融机构、电商开展合作接洽,同时选择8家实体便利店,进行内部改造和装修。此阶段已经完成。

第二阶段:2012年第一季度为项目实施阶段。购置商城软件,设计页面,租用服务器,搭建起“今天快递”电子商务平台,完成系统平台的搭建调试运营工作。供应商开始供应,并在各实体店铺货。2012年4月18日,“今天快递”正式上线,8家实体店同时开业。

第三阶段:2012年年底以前为项目推广阶段。“今天快递”上线前开始做形象推广,在今天快递等媒体上刊发消息及广告,并配合上线做推广活动,此阶段完成,并继续做推广宣传。同时,继续完善项目内容,增加配菜、配餐、文化便

利、周周惊喜等，完成 15 家实体连锁店、50 个亭体建设。

第四阶段：2012 年项目完成。虚拟网络和实体店相结合的“今天项目”在线上线下同时运营，扩大烟酒、无公害蔬菜、家庭配餐、米面油等商品在“今天快递”的销售，扩大“今天快递”网络销售在同城电子商务中的影响力，并使之粗具规模。

## 2.3 经营模式

今天快递电子商务平台，是依托今天快递股份有限公司在报刊投递规模、货品入户递送、入户代收费等服务经验，在网点覆盖、人力资源、物流运输等方面所具有的良好基础上立项实施的，以打造“社区服务型垂直电子商务”为目标，以线上网络超市、线下多种连锁来服务社区居民生活。

公司管理团队优秀，有开拓创新能力和现代化管理理念，具有较好的凝聚力，能够带领公司员工为企业发展目标作出贡献。

## 2.4 技术模式

今天快递的技术模式采用自主开发的形式，线上经营的模式，符合现代人们的生活方式和习惯。

公司采用 LAMP 结构设计、最新的系统内核、绚丽的页面设计以及与程序彻底分离的模板技术、独立模板文件的编码模式、开放完整的 API 体系、具备大数据的处理功能，高效，稳定，确保安全。系统端口的开放性好，方便快捷，有较好的可拓展性。

## 2.5 管理模式

### 2.5.1 企业理念

企业领导者树立“客户至上”的经营理念，着力打造一支专业化、资深化的团队。

### 2.5.2 核心管理团队

公司的核心管理团队具有专业性、高效率性、团结等特点，企业核心管理团队的努力和奉献成就了公司多年来的茁壮成长和健康发展。

总经理：江××，毕业于南京大学，主要负责公司的整体规划和领导。

运营总监：宋××，高级工程师，具有丰富的企业规划、架构设计及市场分析工作经验。

财务总监：郑××，毕业于江西财经大学，本科学历，分管财务部，主要负责项目的财务管理和风险预测，具有丰富的经验。



## 2.6 问题与建议

区域同业项目竞争分析：本项目发起及实施单位得益于绝对资源优势，决定其在该地区市场短期内不会出现有威胁的竞争影响。在“今天快递”实施“今天快递网上超市”，必将获得规模化社会效益。