

Internet+  
Logistics

# 互联网+物流

“互联网+”时代  
下一个千亿级“风口”

王先庆 李征坤 刘芳栋 张靖军◎著



**足不出户 线上线下 没有距离**

互联网+物流之后 物流变成什么样了？

我们该怎么将物流加入互联网特性，实现跨越？

顺风，还是顺水，能到风口？

“互联网+”带来了无限可能，在物流行业中继续进化



中国工信出版集团



人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

“互联网+”  
行业落地系列

Internet+  
Logistics

# 互联网+物流

“互联网+”时代  
下一个千亿级“风口”

王先庆 李征坤 刘芳栋 张靖军◎著



人民邮电出版社  
北京

## 图书在版编目 (C I P) 数据

互联网+物流 : “互联网+”时代, 下一个千亿级“风口” / 王先庆等著. — 北京 : 人民邮电出版社, 2015. 11

(“互联网+”行业落地系列)  
ISBN 978-7-115-40579-1

I. ①互… II. ①王… III. ①互联网络—应用—物流—经济发展—研究—中国 IV. ①F259.22-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第238853号

## 内 容 提 要

本书以物流行业为研究对象, 重点阐述了在经济新常态和信息化革命来临后, 物流业如何把握发展机遇, 颠覆与重构传统物流商业价值, 优化物流配送体系, 开启电商与物流的互通之路, 实现物流、信息流、资金流“三流合一”的智慧物流, 实现自我颠覆与谋变。本书结合丰富的物流企业实例, 能够给物流企业管理者、物流行业从业者、市场营销、互联网营销等从业人员, 以及近期关注“互联网+”问题的读者带来些许启发。

- 
- ◆ 著 王先庆 李征坤 刘芳栋 张靖军  
责任编辑 赵娟  
责任印制 彭志环
  - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号  
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn  
网址 <http://www.ptpress.com.cn>  
大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷
  - ◆ 开本: 700×1000 1/16  
印张: 17 2015年11月第1版  
字数: 213千字 2015年11月河北第1次印刷
- 

定价: 45.00元

读者服务热线: (010)81055488 印装质量热线: (010)81055316  
反盗版热线: (010)81055315  
广告经营许可证: 京崇工商广字第0021号

2015年两会上，“互联网+”一词被写入政府工作报告，由此正式上升到国家战略的层面。关于“互联网+”的概念，政府工作报告中这样解释道：推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场。

也就是说，“互联网+”的对象是各个传统行业，其内涵是各传统行业充分挖掘并利用与互联网相关的移动互联网、云计算、大数据、物联网等技术，实现自身与互联网的深度融合，塑造全新的、更具有发展活力的生态体系。

如果进行类比的话，互联网的价值就如同第一次工业革命当中的蒸汽机和第二次工业革命当中的电力一样，作为一种全新的生产力工具，它必然会大幅提升各传统行业的效率，为其带来翻天覆地的变化。

自1994年互联网进入我国，它就已经开始了与各个行业的融合。互联网与零售的融合，诞生了淘宝、天猫、京东等电子商务平台；互联网与金融的融合，诞生了支付宝、财付通、微信支付等第三方支付平台；互联网与教育的融合，催生了MOOC等全新的教育形式……而互联网与物流的融合也已经在我

国如火如荼地发展开来。

根据多年的从业经验和研究体会，我认为互联网与物流的结合，主要体现在以下几个方面。

### (1) 物流行业商业模式的再造

在互联网所创造的广阔空间和平台上，物流行业不再是简单的收件和投递那么简单；在物流应用领域逐渐扩大、业务量大大提升的基础上，单纯的货源优势已经不能让物流企业在行业中站稳脚跟；在这个“体验为王”的时代，谁能够为客户提供良好的服务体验，谁就能在竞争中占据更大的优势。

与互联网的结合必然会给物流行业带来商业模式上的创新，如物流园区模式、自建物流模式、“物流 + O2O 模式”等，都是互联网商业模式创新的典型之作。

### (2) 智慧物流引领现代物流新变革

互联网自诞生以来就以迅猛的姿态进军物流领域，传统物流在其影响下发生了变革，开启了“智慧物流时代”。

机械化、自动化的物流技术以及物流体系标准程度的提高，带动了智慧物流体系的发展。云计算和大数据分析技术，不仅为物流企业进行信息处理提供了技术支持，将物流信息网络成功对接实体网络，使得对商品配送环节的统一管理成为可能，而且可以实现物流行业自动化及智能化的运营，可以充分整合、利用物流企业经营过程中产生的信息资源，大大提升物流行业的效率。

### (3) 物流 + 电商

网购的发展一方面带动了物流行业规模的增长，另一方面也对物流行业提出了更高的要求。数据显示，2014 年我国快递业务量同比增长了 52%，达到 140 亿件。在“双 11”等物流高峰时期，每天甚至有超过 1 亿件的快件处

于流通中。

电子商务的优势就在于高效，物流体验已然成为“互联网+”时代下消费者购物体验不可或缺的重要组成部分。然而，当前我国物流行业发展的滞后，以及存在的各种问题（过于分散、低价竞争、暴力操作等），在一定程度上也影响了电子商务的发展。因此，如何把握好电子商务带来的绝佳发展机遇，改进和完善物流的服务水平，满足市场需求，成为当前我国物流行业面临的主要问题。

#### （4）物流 + 供应链金融

传统的物流企业受到电子商务的冲击，纷纷进行自我整合，推行信息化、智能化、便捷化的管理方式，与金融、互联网深度融合。

物流业与金融业、互联网业融合，除了依靠网上的营销宣传之外，还需要将工业化思维转向互联网化思维，利用线上平台进行货物配送、交易支付、售后服务等环节，实现智能化管理。以快递行业为例，可以通过微信平台实现下单、付款、跟单、售后服务等。

而“互联网+物流+金融”模式可以有效避免物流的运输费用、交易费用、管理费用、附加费用形成资金沉淀，将资金聚集起来，投向物流链上的下一环节，提高资本运作效率，增强物流行业的竞争力。

#### （5）物流 + 大数据

云时代的到来，让大数据开始逐渐受到更多的关注，人们对于大数据的挖掘和利用，不仅带来了新一轮的生产率增长，同时也在改变着企业的生产方式和思维方式。物流行业正是在大数据的影响下经历着新的变革，主要表现在利用大数据变革车货匹配、运输线路的分析和优化、设备修理预测、供应链协调管理、库存和销售预测等方面。

随着大数据在各个领域的渗透和应用，大数据已经成为企业在新时代实现突破以及现代社会发展过程中必不可少的一部分，其重要程度就相当于公路、铁路、水电、网络等基础设施。美国著名的咨询公司麦卡锡认为，大数据的宝贵程度堪比石油，利用得好将为企业带来不可估量的回报。

### （6）跨境物流

中国电子商务研究中心发布的《2014年度中国电子商务市场数据监测报告》显示：2014年中国跨境电商交易规模约4.2万亿元，同比增长33.3%，其中出口占比约85.4%，进口占比约14.6%。预计2016年跨境电商交易额将增长至6.5万亿元，年均增速将超过30%。

跨境电商已经进入了一个前所未有的高速发展时期。自2013年以来，政府出台了一系列鼓励跨境电商发展的扶植政策，并在上海、重庆、杭州、宁波、广州、深圳、郑州建立了跨境电子商务试点城市，以进一步促进跨境电商的发展。

随着跨境电商的快速发展，消费者所关注的焦点已不仅仅是产品的价格、质量，而且对跨境物流的服务效率也提出了更为苛刻的要求。

物流行业的出现要早于互联网行业，但是其发展速度却远远落后于互联网，当互联网已经以突飞猛进、不可阻挡之势进入人们生活的各个角落的时候，物流行业的发展却始终处在不温不火的状态。

这主要是因为，物流行业自出现以来都属于规模经济，在产品实现批量生产，并达到一定规模的时候，才能达到最低的生产成本要求，从而提高物流行业的收益和利润。

而互联网不仅能够对物流行业的资源进行整合，有助于改变我国物流行业整体“散、乱、小、差”，以及交易双方信息不对称、中间过程冗余、

标准化程度不高等方面的缺陷。而且,互联网与物流的结合,能够使金融、物联网、智能制造等元素也融入到物流行业的当中,提高物流行业的附加值。

毋庸置疑,在“互联网+”时代,物流必将是下一个千亿级“风口”。至于如何在经济新常态下,把握物流业的发展机遇和战略选择,希望本书能够给相关的从业者带来些许启发。



## Part 1 互联网 + 物流：经济新常态下，物流业的发展机遇与战略选择 /1

- ◎ “互联网 + 物流”：一场颠覆传统模式的物流信息化革命 /2
- ◎ 机遇与挑战：深度揭示“互联网 + 物流”的 10 大新特征 /6
- ◎ 一个崭新的蓝海时代：“物流 + 电商”引发的商业核裂变 /15
- ◎ 变局 VS 洗牌：物流与信息的深度整合，重构物流生态圈 /21
- ◎ 第一物流：移动互联网时代，颠覆传统物流产业“四重奏” /28

## Part 2 再造商业模式：“互联网 +”时代，颠覆与重构传统物流商业价值 /37

- ◎ 群雄逐鹿时代，“互联网 +”引领物流企业的“模式竞争” /38
- ◎ 全新的物流生态圈：互联网物流企业的 5 大主流商业模式 /43



- ◎赢在移动端：快递企业布局 App，抢滩移动互联网“风口” /49
- ◎物流 + 互联网思维：互联网给物流业带来怎样的商业启示 /54
- ◎物流园区模式：“天网 + 地网”融合背后的物流供应链变革 /62
- ◎自建物流模式：电商企业“野蛮生长”背后的 4 大物流路径 /67
- ◎“物流 + O2O”模式：O2O 模式如何突破“最后一公里”难题 /77

### Part 3 物流 4.0 战略：物联网时代，智慧物流引领现代物流新变革 /85

- ◎智慧物流：物流 4.0 时代，基于物流互联网的产业大变革 /86
- ◎物流 + 物联网：物联网在物流业的 4 大应用领域及未来趋势 /96
- ◎自动化物流仓储：电商需求驱动下仓储物流的“智慧之变” /101
- ◎智能无人机 + 仓储物流：自动化物流装备带来无限想象空间 /108
- ◎瓶颈 VS 破局：物联网时代，传统物流业如何实现转型升级 /112
- ◎“丰巢”智能快递柜：顺丰布局社区快递背后的物流生态战略 /118

### Part 4 物流 + 电商：优化物流配送体系，开启电商与物流的互通之路 /129

- ◎决战电商物流：2015 年电商物流领域将呈现哪些趋势 /130
- ◎症结与突破：打造高效物流配送，提升电商核心竞争力 /135

- ◎ 电商物流的“落地”策略：降低物流成本的3大发展路径 /141
- ◎ 物流 + 农村电商：渠道下沉，农村电商如何做好配送服务 /149
- ◎ 物流 + 生鲜电商：生鲜电商平台如何突破冷链物流的制约 /154
- ◎ “物流企业 + 微商运营”：物流平台如何玩转服务型微商 /160
- ◎ 菜鸟网络 VS 顺丰速运：电商与快递的混搭与跨界经营战略 /166

## Part 5 物流 + 供应链金融：如何实现物流信息流和资金流“三流合一” /177

- ◎ “物流 + 电商 + 金融”模式：为消费者打造一站式服务方案 /178
- ◎ 即将到来的物流“三国杀”：如何实现物流一体化运作模式 /185
- ◎ 顺丰 VS “四流合一”：顺丰布局互联网金融背后的战略思考 /189
- ◎ 腾邦物流：“价值供应链 + 互联网金融”，引领商业模式创新 /196

## Part 6 物流 + 大数据：物流大数据时代，物流企业的自我颠覆与谋变 /203

- ◎ 物流 + 大数据：大数据重构物流生态圈，开启物流变革时代 /204
- ◎ 大数据时代下的供应链管理：大数据如何推动物流业变革 /209
- ◎ 颠覆 VS 变革：大数据给传统物流业带来怎样的模式创新 /214
- ◎ 优势 VS 应用：“物流 + 大数据”的4大优势及4大落地实践 /221



◎揭秘亚马逊“神奇物流”：优质配送服务背后的大数据玄机 /228

## Part 7 跨境物流：跨境电商开启黄金时代，得供应链者得天下 /235

◎跨境电商迎来崭新的黄金时代，给跨境物流带来怎样的机遇 /236

◎跨境电商 2.0 时代的供应链管理：从注重货源渠道到物流为王 /243

◎跨境物流供应链管理：跨境电商如何完善供应链一体化服务 /249

◎跨境物流的 5 大类型：跨境电商卖家如何调整物流资源配置 /256



# Part 1

## 互联网 + 物流：

经济新常态下，物流业的发展机遇与战略选择



## “互联网 + 物流”：一场颠覆传统模式的物流信息化革命

产生于 20 世纪 60 年代的互联网改变了人们的生活方式和消费习惯，也改变了众多行业的发展模式；但随着人们对互联网认识的深入，逐渐发现它对人们的影响才刚刚开始。

在 2015 年 3 月召开的全国人民代表大会和中国人民政治协商会议上，李克强总理提出了“互联网 +”行动计划。所谓的“互联网 +”就是“互联网 + 各个传统行业”，如“互联网 + 金融”“互联网 + 物流”“互联网 + 教育”“互联网 + 医疗”“互联网 + 农业”等，运用信息平台，让互联网与传统行业深度融合，创造新的经营模式。在未来，“互联网 +”的发展前景广阔。



### “互联网 + 物流”的产生发展

互联网曾在军事作战中发挥了巨大作用，而在知识经济兴起的时代，也会掀起一阵狂澜，将给传统企业造成巨大冲击，那么传统企业应该如何面对这种冲击呢？



当前，电子商务、微商、支付宝等正渐渐兴起，并逐渐改变我们的消费行为和消费习惯，互联网的发展也改变了传统企业的经营模式，纷纷与互联网相融合，提升自身的竞争优势。

随着互联网与各个传统行业相融合，对传统行业的发展也提出了新的挑战。以物流行业为例，在互联网时代消费者通过购物平台下单之后，物流行业就要运输，但运输速度过慢的问题渐渐突显出来，无法满足客户的需求。

每年的“双11”是各大商家进行年终促销的大好时机，但消费者下单之后的很长一段时间里都不见商家发货。互联网的出现，为商家提供了新的营销渠道，但物流行业的手忙脚乱也是不可忽视的问题。

传统的物流行业以人工劳力为主，基础设施简单，大多数的物流公司规模小，员工数量少，因而面对庞大的订单、堆积如山的快件时，由于人手不足，无法满足客户的需求。与此同时，物流量的原始驱动力也发生变化，电子商务的兴起提高了物流量，第三方物流正逐渐被取代，朝小批量、多批次、高频率发展。

随着互联网的发展，消费者形成了以线上网购和线下体验为主的两种购物模式。虽然网购有很大的发展前景，但与线下实体店相比，消费者无法及时试穿、试用，产品的到达也有一定的滞后性，无法给客户 provide 体验服务。

虽然顺丰意识到线上网购的缺陷，推出了网购社区服务店——嘿客，为客户提供智能、便捷的体验，但是这种便民服务也是基于虚拟化的。社区服务店内没有存货，消费者在店内选购了满意的商品却不能及时带走，仍然离不开物流配送。嘿客的出现是基于互联网的方式为消费者提供更完善的体验服务，但是消费者却不容易适应消费方式的改变。

新的商业运营模式给传统的物流行业以巨大冲击，而消费者的需求在这种冲击中越来越旺盛。



消费者要求物流速度快，又要求能够及时地体验产品。在双重要求下，传统的物流行业必须进行自我整合，与互联网相融合，实现“互联网 + 物流”的发展模式。不仅要解决消费者的需求问题，同时还要运用“互联网 +”的思维整合传统企业，充分利用大数据，顺应时代发展的要求，实现自身的发展。



## 互联网 + 物流前景广阔 (图 1-1)



图 1-1 互联网物流的 3 大前景

### (1) “互联网 +” 可以全面推行物流的信息化

传统的物流行业与互联网相融合，可以实现精细、科学的管理和物流的可控化、智能化和网络化。

“互联网 + 物流”模式不是简单地通过计算机技术建立网站，发布信息，而是用智能化的手段全程监控物流，实现信息化和资源共享。

与互联网融合后，消费者可以通过微信选购、下单、支付，托运司机也可以在发生交通事故时，拍几张车的照片上传到微信，不等查勘员来就可以完成定损。而在传统的零担货运中，运用互联网思维可以更科学合理地管理物流运营，提高运输效率：通过微信等社交平台确定货源，通过 GPS 定位运输位置，通过网络处理投诉理赔等问题。



## （2）互联网+物流为延伸精准营销提供了可能

虽然消费者很反感一些营销的电话，但却乐于接到快递的电话。由此可以看出，只要恰当地利用互联网这个平台，提高物流行业的服务能力，运用信息化的手段监管，可以形成粉丝经济。再加上物流企业通过线上网购掌握了详细的用户资料，如姓名、地址、联系方式等，那么就可以发展定制物流服务了。

## （3）互联网+物流可以加速向其他业态的渗透

物流由于其特殊性，很容易和其他行业相融合，进而拓展业务。或许物流自身不赚钱，但其延伸出来的业态却能够获取利润。

淘宝上最常见的一种营销模式就是包邮，给消费者物流免费的错觉，但实际上运费已经包含在产品的价格中了。四川航空大巴免费，却能盈利上亿元的秘诀也是如此，它能同时兼顾乘客、司机、汽车公司、航空公司四者的利益。因此，在互联网与传统企业相融合的过程中，只要做好物流行业向其他业态的延伸，就能够实现盈利。

物流在向其他业态渗透的过程中，也应做好营销，毕竟利润的获取还需要客户的消费。当前，物流行业还存在诸多缺陷，如经营规模小、市场份额少、货源单一、竞争能力弱等，亟须进行整合，增强自身竞争力。“互联网+物流”的模式一定要充分利用大数据，实现信息化监管。

成立于2013年的菜鸟网，就是在“互联网+”时代的一个成功的典型。菜鸟网用智能化的手段管理整个物流流程，充分利用数据库分析数据，采用信息化手段控制物流运输节奏。它不是自建物流，而是为其他公司提供服务平台。发宝网也是一个基于“互联网+”兴起的平台，与搜索引擎和大众点评模式相融合，旨在为发货方提供高性价比的物流平台。