



学校编码: 10384

学号: 17920091150825

分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_

UDC \_\_\_\_\_

# 廈門大學

## 碩士學位論文

### 郵政速遞物流 B2C 電子商務企業 配送體系研究

The Research on B2C Electronic Commerce Enterprise  
Distribution System of China Post

王政

指導教師姓名：許志端 教授

專業名稱：工商管理(MBA)

論文提交時間：2013 年 10 月

論文答辯日期：2013 年 12 月

學位授予日期： 年 月

答辯委員會主席 \_\_\_\_\_

評閱人 \_\_\_\_\_

郵政速遞物流 B2C 電子商務企業配送體系研究

王政

指導教師 許志端 教授

廈門大學

2013 年 10 月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

# 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（ ）课题(组)的研究成果，获得（ ）课题(组)经费或实验室的资助，在（ ）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人(签名): 王政

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：王政

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 摘要

随着电子商务的迅速发展，消费者的消费行为和企业的市场行为都在发生巨大，也给许多新兴的行业，例如快递行业带来巨大的商机和市场成长。

同时，B2C 电子商务的发展对物流配送提出了更高的要求，订单凭空消失、购买商品迟迟不发货、货物延误、损坏甚至丢失，快递公司频频出现“爆仓”现象，如何完善物流配套体系、保障消费者利益已经成为电商最大的瓶颈。

邮政速递物流作为中国最早的快递服务商，由于受到原有体制和机制的限制，在市场上的领先优势已逐步丧失。但近年来，随着邮政速递物流改革的推进，邮政速递物流已作为独立的实体参与市场竞争，内部运作体系不断完善，市场结合不断紧密。邮政速递能够结合 B2C 电子商务企业的需求，提供更好的服务方案，提升市场占有率。

本文主要选取目前在电子商务市场中具有代表性，发展潜力大的 B2C 电子商务细分客群为主要研究对象。一方面，从目前市场上现有的 B2C 电商配送模式入手，归纳出 B2C 电商物流配送的特征、存在问题和实际需求。另一方面，从邮政速递的经营模式出发，在邮政速递现有业务模式的基础上，提出即能够满足 B2C 电商需求的，又适合邮政速递的 B2C 电子商务配送体系的模式，即“仓储+配送”模式。

同时，采用实践总结的方法，对目前部分已经采取该模式的地区进行效果评估，总结出新模式的优势和收益。

**关键词：B2C 电子商务企业；邮政速递物流；配送体系**

厦门大学博硕士学位论文摘要库



## Abstract

With the rapid development of E-commerce, consume behavior changes dramatically. It built a huge market for many emerging industries, such as express industry.

Meanwhile, the development of B2C E-commerce put forward higher requirements in distribution system. Such as orders suddenly disappear, delay, damage, lost or others problem become the bottleneck for B2C E-commerce distribution. They require a better distribution system to enhance customers satisfaction.

China Postal Express & Logistic Co.,Ltd (CNPEL) is the first express company in China. But it has gradually lose the lead in the market for the inflexible management system.Recent years, CNPEL participate in market competition with the strong reform. CNPEL management system has become more and more improvement. It could effectively meet the needs of B2C E-commerce enterprises and provide better service solutions in the market.

This article selected B2C E-commerce enterprises as the main object of study. On the one hand, i summarized the features and the real needs of B2C e-commerce enterprises distribution from the current available B2C E-commerce market. On the other hand, based on the existing distribution model of CNPEL,i proposed a new B2C E-commerce distribution model which can meet the needs of B2C E-commerce enterprises, but also suitable for the CNPEL which called "warehouse & distribution" mode.

Finally, i summarized the advantages and benefits of the new model after i analyst the experience which already used the the new distribution model.

**Keywords: B2C e-commerce enterprise; China Post Express & Logistics; distribution system**

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 目 录

<b>第一章 绪 论 .....</b>	<b>1</b>
<b>第一节 研究的背景.....</b>	<b>1</b>
<b>第二节 研究的思路 and 主要方法.....</b>	<b>5</b>
<b>第二章 电子商务企业配送体系概述 .....</b>	<b>6</b>
<b>第一节 B2C 电子商务商业模式 .....</b>	<b>6</b>
<b>第二节 B2C 电子商务物流配送特征 .....</b>	<b>11</b>
<b>第三节 B2C 电子商务物流配送业务流程 .....</b>	<b>14</b>
<b>第四节 当前 B2C 电子商务配送模式分析 .....</b>	<b>17</b>
<b>第三章 邮政速递配送体系分析 .....</b>	<b>25</b>
<b>第一节 邮政速递物流公司简介 .....</b>	<b>25</b>
<b>第二节 邮政速递 B2C 电子商务配送业务现状 .....</b>	<b>27</b>
<b>第四章 邮政速递 B2C 电商配送体系方案.....</b>	<b>33</b>
<b>第一节 邮政速递 B2C 电商配送体系的总体思路 .....</b>	<b>33</b>
<b>第二节 整体方案和具体流程.....</b>	<b>36</b>
<b>第三节 方案效果评估.....</b>	<b>43</b>
<b>第五章 研究结论及建议 .....</b>	<b>45</b>
<b>第一节 研究结论.....</b>	<b>45</b>
<b>第二节 建议.....</b>	<b>45</b>
<b>参考文献.....</b>	<b>47</b>
<b>致 谢.....</b>	<b>48</b>

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## Contents

<b>Chapter 1 Introduction.....</b>	<b>1</b>
Section 1 Research Background .....	1
Section 2 Ideas and Methods of the Study.....	5
<b>Chapter 2 E-commerce distribution system.....</b>	<b>6</b>
Section 1 B2C e-commerce business model.....	6
Section 2 B2C e-commerce logistics & distribution mode .....	11
Section 3 B2C e-commerce logistics & distribution process .....	14
Section 4 Current B2C e-commerce distribution status .....	17
<b>Chapter 3 CPLE logistics &amp; distribution system analysis .....</b>	<b>25</b>
Section 1 The Profile of CPLE .....	25
Section 2 The B2C e-commerce distribution status of CPLE .....	27
<b>Chapter 4 The B2C e-commerce distribution system program of</b>	
<b>CPLE.....</b>	<b>33</b>
Section 1 The profile of the program.....	33
Section 2 The detail and the process of the program.....	36
Section 3 Program evaluation.....	43
<b>Chapter 5 Conclusions and recommendations .....</b>	<b>45</b>
Section 1 The conclusions .....	45
Section 2 The Proposal .....	45
<b>References.....</b>	<b>47</b>
<b>Acknowledgments .....</b>	<b>48</b>

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 第一章 绪 论

### 第一节 研究的背景

#### 一、B2C 电子商务发展情况

##### （一）B2C 电子商务的发展情况

1998 年，我国 B2C 电子商务开始起步，但以淘宝网为代表的 C2C 电子商务迅速超越 B2C 电子商务，并获得快速发展。2007 年 B2C 电子商务的增长率达到最低点，此后增长率开始持续上升，2010 年增长率达到 181.25%。随之而来的是 B2C 交易规模持续上升，2010 年达 630 亿元，是 2004 年的 48 倍。

根据易观智库 EnfoDesk 发布的《2012 年第 4 季度中国 B2C 市场季度监测报告》数据显示，2012 年第 4 季度，B2C 市场交易规模达 1685.5 亿元，2012 年全年 B2C 市场交易规模达 4792.6 亿，较 2011 年增长 99.2%。

2012 年网上零售市场交易规模达 13018.4 亿元，较 2011 年增长 47.5%。B2C 交易规模在网上零售市场的比重持续上升，2012 年 B2C 在网上零售市场中的占比达 37%，较 2011 年提高了近七个百分点。

易观智库分析认为，2012 年 B2C 市场的稳健增长，主要源于以下几方面：

一是主流 B2C 电商为了争夺市场份额，频频发动的价格战成为拉动 B2C 平台交易规模攀升的直接驱动力。6·18 价格战、8·15 价格战以及“双十一”大促，在拉动交易规模增长的同时，将更多消费者的注意力由线下转移到线上。

二是批量传统企业触网，传统品牌商加大了线上渠道的运营力度。尤其是双十一当天 191 亿的交易额，使更多传统企业意识到线上渠道的重要性。同时，以苏宁、国美、银泰等为代表的传统零售商加大了电商推进力度。

三是网购用户规模不断提升。据公开数据显示，截止到 2012 年 12 月，中国网购的用户规模达 2.47 亿人，同比增长 21.7%。预计 2014 年我国 B2C 交易

将达到 5917.28 亿元。<sup>①</sup>

## 二、快递行业发展情况

随着快递网络的建立与拓展, 受益于电子商务的兴起, 快递行业的盈利能力也呈现几何级数式的增长。2005 年至 2011 年, 中国快递全行业年业务量由 9 亿件飞跃到 37 亿件, 全国快递业务量复合增长率超过 27%, 行业收入复合增长率达 21%。2011 年增长率更是达到了 56.84%, 快递行业收入也由 239.7 亿元激增到了 757.8 亿元, 且增长势头依旧强劲。根据邮政管理局的统计, 2012 年全国快递业务量达 57 亿件, 同比增长 55%, 快递业务收入达 1060 亿元, 同比增长 40%, 快递网络的规模效应正在显现。

蓬勃发展的快递物流业为 B2C 电子商务配送创造了很好的网络条件和配送资源, 随着信息技术的不断提高, 快递物流企业市场竞争加快快递市场规范, 促进全网配送能力提升, 必将为 B2C 电子商务企业配送创造良好的条件。

## 三、电子商务和物流结合度愈加紧密

电子商务与现代物流的发展是近几年比较热门的话题之一。夏祖彬认为: 首先, 中国电子商务企业发展呈现出一些新的变化, 越来越多的传统企业已经开始进入到电子商务领域, 例如: 消费品类企业、家电企业、服装企业等, 具体如宝洁公司、阿迪达斯、国美、苏宁、七匹狼等。其次, 行业里的垂直网站越来越多。比如京东商城等都得到了长足发展。随着市场的进一步发展, 电子商务供应链服务企业开始产生。围绕着整个网购市场的变化, 产生越来越多的新兴服务企业, 它们提供销售、客服、物流的综合服务, 给想进入到电子商务行业网络市场进行销售的企业提供一个整体打包的服务。<sup>②</sup>

## 四、电子商务物流的发展趋势

电子商务的这些新变化, 也对物流提出了新需求。如对物流企业 IT 系统的需求。电子商务企业希望物流企业能提供 IT 服务接口, 并能达到实时订单跟踪、

<sup>①</sup> 易观智库. 2012 年第四季度中国 B2C 市场季度监测报告.[J]. www.enfodesk, 2012.

<sup>②</sup> 夏祖彬. 中国电子商务物流该向何处[J]. 运输经理世界, 2010, (11): 36.



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库