

京东商城物流模式研究

尹亚仙

(河南省工业设计学校 河南 郑州 450002)

[摘要] 随着互联网经济的发展,越来越多的人选择网购,进而涌现出一大批电商企业。京东商城作为国内最大的自营式电商企业,其发展受到了社会各界的广泛关注和研究。本文首先介绍了京东商城企业概况,接着介绍了电商企业常用的物流模式以及京东商城的物流模式,然后指出京东商城物流模式存在的问题,并提出改进策略。

[关键词] 京东商城;物流模式;自营物流模式

电子商务的兴起打破了传统的商务运营模式,改变了人们的消费方式。物流作为电子商务不可或缺的部分,是实现电子商务的重要保障,同时电子商务的发展也促进了物流的发展。近年来,在电子商务发展的浪潮下,京东商城发展迅猛,目前已成长为我国数一数二的电子商务企业,其有效的物流模式起到了至关重要的作用。

一、京东商城企业概述

1998年刘强东在中关村创业,成立了京东公司,2004年京东开始涉足电商领域,2007年京东更名为京东商城。近年来,随着京东商城销量的逐年提高,京东商城已成为电商行业的领头羊。

京东商城是中国最大的自营式电商企业,致力于打造一站式综合购物平台,服务于中国亿万家庭,3C、家电、消费品、服饰、家居家装、生鲜和通路(B2B)全品类领航发力,满足消费者多元化需求。在传统优势品类(3C)上,京东商城已成为中国最大手机、数码、电脑零售商,超过其他任何一家平台线上线下的销售总和。京东商城也是中国线上线下最大的家电零售商,占据国内家电网购市场份额的62%。近几年京东商城服饰销售额年均增长率超过100%,增速是行业平均增速的2倍以上。2016年京东商城积极布局生鲜业务,致力于成为中国消费者安全放心的品质生鲜首选电商平台,目前已在300多个城市实现自营生鲜产品次日达。新通路重释渠道价值,为全国中小门店提供正品行货,为品牌商打造透明、可控、高效的新通路。2018年京东商城双11全球好物节累计下单金额达1598亿元,创下新高。

二、电商企业常用的物流模式

(一) 自营物流模式

自营物流是指企业自身经营物流业务,设立全资或控股物流子公司,完成企业物流配送业务,即企业自己建立一套物流体系。自营物流的模式有利于企业对供应、生产及销售中的物流进行较为全面的控制,有利于为企业提供专业、高效的物流服务,也有利于根据企业的经营生产需要来规划物流作业流程。自营物流模式的缺点是不利于核心竞争力的提高,对于非物流企业来说,尽管在有的条件下,物流对自身的活动起着重要的影响,但物流并非企业自身的核心业务,也非企业自身最擅长的业务,如果采取自营物流,一方面减少对核心业务的投入,另一方面企业管理人员需花费过多的时间、精力和资源去从事物流工作,会削弱企业的核心竞争力。

(二) 第三方物流模式

第三方物流模式也称物流外包模式,是指生产经营企业为集中精力搞好主业,把原来属于自己处理的物流活动,以合同方式委托给专业物流服务企业,同时通过信息系统与物流企业保持密切联系,以达到对物流全程管理控制的一种物流运作与管理方式。简言之,第三方物流模式是指物流服务由供需双方之外的第三方完成。第三方物流模式的优势体现在:生产经营企业可以专心致志地从事自己所熟悉的业务,将资源配置在核心业务上;生产经营企业无需投入大量的资金购买物流设施,建设仓库和信息网络等专业物流设施,这就减少了固定资产投资,加速资本周转。当然,第三方物流模式也存在一定的劣势,如:企业不能直

接控制物流职能;不能保证供货的准确性和及时性;不能保证顾客服务的质量和与维护与顾客的长期关系;企业将放弃对物流专业技术的开发等。

(三) 物流联盟模式

物流联盟模式也称共享第三方物流服务模式,指多个客户联合起来共同由一个第三方物流服务公司来提供物流配送服务。物流联盟模式的本质是通过作业活动的规模化降低作业成本,提高物流资源的利用效率,提高物流服务水平,提升客户的满意度。物流联盟模式的缺点是:组织协调难度大,各个货主对货物的配送都存在着一一定的差异,如:时间、地点、安全、数量等,要把这些要素统一起来,不是一件容易的事情;成本分担、利益分配上的矛盾,由于物流联盟模式所耗费的成本及实现的利益在各货主之间进行分配时缺乏客观的标准,难以做到公平、合理地分配;各经营主体的商业秘密由于共同配送不易保密,有此货主不愿参加出于对自己商业秘密的保护。

三、京东商城的物流模式

电子商务环境下,企业物流模式首先要符合整个电商行业企业管理的规范和企业的发展目标,其次要体现出物流管理的特点和要求。目前,京东商城主要以自营物流模式为主,且自营物流一直以来都是其核心竞争力;第三方物流模式为辅,以保证全国各地的用户都可以在京东商城上购物。

(一) 京东商城的自营物流模式

为了提高客户满意度,有效地控制物流环节,京东在2007年就开始自建物流体系,并在2017年正式成立京东物流子集团,以打造客户体验最优的物流履约平台为使命,通过开放、智能的战略举措促进消费方式转变和社会供应链效率的提升,将物流、商流、资金流和信息流有机结合,实现与客户的互信共赢。京东物流通过布局全国的自建仓配物流网络,为商家提供一体化的物流解决方案,实现库存共享及订单集成处理,可提供仓配一体、快递、冷链、大件、物流云等多种服务。目前,京东物流是全球唯一拥有中小件、大件、冷链、B2B、跨境和众包(达达)六大物流网络的企业。

京东物流在全国范围内拥有263个大型仓库,运营了9个大型智能化物流中心“亚洲一号”,自营配送覆盖了全国98%的人口,将商品流通成本降低了70%,物流的运营效率提升了2倍以上。现阶段,京东已设立各项特色服务保障用户享受到良好、完善的物流配送和完整的“端到端”购物体验。

(二) 京东商城的第三方物流模式

随着市场规模的扩大,京东商城的业务发展开始向中部和西部地区拓展,但当前京东的自营物流覆盖不全面,难免有京东物流送不到的地方,考虑到二级城市消费规模不大和物流设施差的情况,建立自营配送中心的运作成本远大于利润,在这种情况下,京东采用第三方物流模式进行配送。

随着电子商务行业的快速发展,第三方物流企业不断涌现,能提供满足客户需求的物流服务。所以,电商企业可以根据企业需求选择合适的第三方物流公司合作,将物流业务外包,以满足企业物流配送的需要。由于我国地域广阔,京东自营物流在建设

中难免有无法送达的地方,所以,对于京东自营物流无法送达的客户订单会委托专业的第三方物流公司进行配送,这种合作模式不仅提高了京东商城的销量,也提升了京东商城的竞争力。

四、京东商城物流模式存在的问题及解决策略

(一) 京东商城物流模式存在的问题

1、物流发展规划不明确

自营物流模式可以提高物流配送的效率和质量,但需要庞大的资金链来支持物流基础设施的建设和运营。京东的自营物流投资大,物流成本居高不下,利润降低,增加了企业的财务风险。京东自营的物流只为京东商城提供物流配送服务,但自营物流的发展速度仍滞后于庞大的销售量。京东商城的第三方物流模式只应用在二三线城市,在一线城市没有很好的和自营物流结合起来,没有达到有效利用资源的作用。总之,京东物流发展缺乏明确的方针指导。

2、企业无法专注于核心业务

京东商城是凭借3C领域的积累发展起来的电子商务企业,随着企业规模的发展壮大,供应商的数量和业务量也在逐步增加,企业在协调供应链关系中已经投入了大量精力。物流作为完成商品交易的辅助性环节,投资大,回报慢,且物流运作具有专业性,需要专业的管理知识和操作人员。京东商城自营物流会延伸企业的资金链,增加投资风险,在不断扩张物流业务的同时,会影响企业核心业务发展,削弱竞争力。

3、采用第三方物流模式导致客户满意度下降

京东商城采用第三方物流模式配送后,延误、丢件、货物损坏的情况时常发生。这增加了客户管理关系的风险,减少了企业和客户的交流,无法直接了解到客户的利益需求,而且客户的信息有泄露风险。此外,京东商城无法实现对企业物流服务的控制权,物流配送的系统性、稳定性不高,导致客户满意度下降。在物流信息化管理上无论在自建物流还是第三方物流都存在很大的不足,缺乏有特色的物流服务。

(二) 解决策略

1、制定合理的物流发展规划

京东商城的决策者应站在战略决策的高度上,制定合理的物流发展规划,结合自营物流和第三方物流模式,推动京东商城物流配送的发展。此外,加强物流设施建设,提高物流人员素质,

创建自身的物流文化。发展有特色、有亮点的自营物流。同时在选择第三方物流时应建立一套高效评价机制,选择信誉好的物流企业进行合作,用心打造一流的物流服务。

2、做专业化电商平台

京东商城的商品品种多达30余万种,商品零售品种过多使京东商城没有自己的核心特色,缺乏市场竞争力,和淘宝、天猫等电商平台不能有效区分。缺乏企业特色的产品不利于企业的长远发展,因此,决策者应优化企业资源,开发特色产品,京东商城应做专业化的3C网购平台,在成熟阶段可向上延伸到3C辅助产品,向下延伸到连锁产业。

3、创新物流配送模式

创新是一个企业长远发展的重要保证,京东商城不应满足于当前的现状,在面对日益复杂的市场环境下需要不断发现现有物流模式存在的问题,并及时解决。要向优秀的物流配送企业学习,学习先进的物流管理理论和物流技术,创新物流模式,使企业保持旺盛的活力。

五、总结

当前,网购成为人们日常生活必不可少的一部分,这也给电子商务企业的发展带来机遇和挑战。京东商城如果很好地把自营物流模式和第三方物流模式相结合,将提高物流配送响应速度,提升服务质量,拓展城乡市场,增加市场份额和企业知名度,它将成为京东商城的核心竞争力之一。在今后的发展中,京东商城应该继续保持自己的优势,改进自身的不足,发展成一流的企业。

参考文献

- [1]徐婷婷.我国B2C电子商务的物流配送模式研究——以京东商城为例[J].商场现代化,2018(14):38-40.
- [2]林家丽,殷丽杰.京东商城物流模式分析[J].现代营销(下旬刊),2017(12):58-59.
- [3]马欣,李蕾.京东商城物流配送模式的问题及对策[J].中国市场,2016(45):34-35.

作者简介:

尹亚仙(1989.03-),女,汉族,河南周口人,研究生,助讲,研究方向:物流与供应链管理。

(上接第786页)

其中的问题也不容忽视。因此,政府应该鼓励、支持、引导正规保健品企业的发展,为其开拓和提供相应的推广平台,使正规保健品占据消费市场的主流,为国产优质保健品树立信心。同时,市场的监管部门应完善相关监管内容,严格把控保健品的生产许可,抬高每个产品进入保健品市场的门槛,从源头处杜绝不合格产品的生产和销售,保障消费者的利益。保健品厂商更要树立企业道德,做到“义大于利”,自觉生产和销售正规保健品。消费者也应培养识别虚假保健品的能力,树立正确的消费观念,合理购买,避免盲目从众,坚持理性消费。这样,我国的保健品市场才能进入一个良性循环,使老年人在没有高度辨别能力的情况下,也能购买到优质保健产品。

四、结论

总而言之,随着中国社会转型的发展,老年人保健品消费是一个亟待解决的社会问题。因此应当呼吁子女多陪伴关爱老人;提高老年人对保健品的鉴别能力,增强老年人的维权意识,合理消费保健品;严厉打击虚假保健品,提升保健品的品质,形成一个规范、有序的市场环境推动社会的和谐稳定发展。

参考文献

- [1]鲍晓菁,徐文婷,肖思思.保健品暴利靠忽悠 还有多少“极草”要警惕[J].广西质量监督导报.2016(06)
- [2]保健品乱象缘何屡禁不止[J].中国防伪报道.2017(09)
- [3]李颖.揭秘五大保健品的“忽悠”套路[J].中国质量万里行.2016(11)
- [4]刘玉成.警惕保健品虚假宣传营销 侵害老年人权益[J].中国防伪报道.2016(01)

作者简介:

孙爽(1998-),女,辽宁兴城人,学生,沈阳工业大学经济学院,研究方向:中国老年人保健品消费行为研究;

毛思阳,女,辽宁沈阳人,学生,沈阳工业大学经济学院,研究方向:中国老年人保健品消费行为研究;王焜阳,男,山西太原人,沈阳工业大学管理学院,研究方向:中国老年人保健品消费行为研究;

邵意,女,辽宁普兰店人,学生,沈阳工业大学经济学院,研究方向:中国老年人保健品消费行为研究。