

南京信息职业技术学院

# 毕业设计论文

作者 匡俊宏 学号 61622H29

系部 信息服务

专业 物流管理（海外本科）

题目 淘宝网物流配送模式分析

指导教师 董淑华 顾建宁

评阅教师 \_\_\_\_\_

完成时间： 2019 年 3 月 14 日

## 淘宝网物流配送模式分析

**摘要:**在这信息快速发展的时代人们主要的购物途径发展成了淘宝网而淘宝网物流配送中存在的问题，主要原因是物流配送的现状得不到改变，对这些物流配送问题的原因分析从而找到解决淘宝网物流配送问题的方法，实现差异化经营从而为物流行业发现更大的利润空间，使物流发展更加完善，淘宝网应加快电子商务物流的基础设施建设，提高物流配送的质量，提高物流配送的效率以及对接受物流配送设施的实时信息加以完善，从而更能更加精确的知道货物在运送过程中的状态，同时既降低物流的成本，提高经济效益也是淘宝网现阶段的主要问题，提高服务质量完善物流配送的相关法规，树立良好的信誉形象，是淘宝网物流配送更加完美。

淘宝网的物流配送模式现在已经与人们的生活息息相关，人们更多选择了足不出户在家购物，而物流为这些消费者提供了方便，完善淘宝网物流配送模式，是给人们带来更好的生活的一种方式。

**关键词:** 淘宝网, 物流配送, C2C,

## **The Analysis of the Logistics Distribution of the Taobao**

**Abstract:** In this era of rapid development of information, people's main shopping channels have developed into Taobao and the problems existing in the logistics distribution of Taobao, the main reason is that the status quo of logistics distribution has not been changed. By analyzing the reasons of these logistics distribution problems, we can find the way to solve the problem of Taobao net logistics distribution, realize the differential operation and find more profit space for the logistics industry, and make the logistics development more perfect. Taobao Network should speed up the construction of e-commerce logistics infrastructure, improve the quality of logistics distribution, improve the efficiency of logistics distribution and improve the real-time information of accepting logistics distribution facilities, so as to know the goods more accurately. At the same time, it is the main problem of Taobao net at the present stage to reduce the cost of logistics, improve the economic benefit, improve the quality of service, perfect the relevant laws and regulations of logistics distribution, and establish a good reputation image. Is Taobao net logistics distribution more perfect.

The logistics distribution model of Taobao has been closely related to people's lives, and more people have chosen not to go home to shop at home, and logistics has provided convenience for these consumers, and improved the distribution mode of Taobao net logistics. Is a way to bring people a better life.

keywords: taobao, Logistics distribution, C2C

# 目录

引言.....	1
2 淘宝网物流配送的现状及其问题 .....	2
2.1 淘宝网物流配送概念 .....	2
2.2 提高物流配送质量问题 .....	2
2.3 物流配送相关法规及配送中心体制不健全 .....	2
2.4 配送成本问题 .....	3
2.5 配送管理问题 .....	3
3 淘宝网物流配送问题原因分析 .....	3
3.1 淘宝网原因分析 .....	3
3.2 物流配送行业原因分析 .....	4
3.3 3C2C 卖家原因分析 .....	4
3.4 物流配送的基础设施不完善 .....	5
3.5 物流配送服务质量差 .....	5
4 解决淘宝网物流配送问题的方法.....	5
4.1 淘宝应建立物流公司参与的网上支付业务 .....	5
4.2 淘宝网应合理的选择配送战略伙伴 .....	6
4.3 加快信息系统的建设 .....	7
4.4 优化淘宝物流配送系统 .....	7
4.5 加快电子商务物流配送基础设施建设 .....	7
结论.....	8
致谢词.....	9
参考文献.....	10

# 淘宝网物流配送模式分析

## 引言

随着网络在人们生活中的普及，网络化进程的不断深入人心，以电子商务为核心的经营理念使整个社会的经济结构发生巨大变化。越来越多的人选择在网络上购买自己所需要的东西所以淘宝网物流配送模式基本现状网络购物成为了一种购物流行，淘宝网等平台式购物网站力推诚信保障体系，降低了消费者转向网购的心理门槛，推动网络购物应用在网民中的渗透。淘宝网目前已经发展成为亚太地区最大的 C2C 购物网站，日交易规模达 600 万笔。C2C 物流配送是指物流配送企业针对客户的需求，进行一系列分类、编码、整理、配货等理货工作，按照约定的时间和地点将确定的数量和规格要求的商品传递到用户的活动及过程。根据中国互联网信息中心《第 29 次中国互联网络发展状况统计表》显示我国网民规模达到了 5.13 亿，随着网络购物的条件不断提高改善，消费者的网络购物观念逐步提高，网络购物市场得到了空前的发展，其中阿里巴巴占的比例最大，成交规模最大。

淘宝网主要业务在于网上零售商品，目前它也是国内比较大的拍卖网站，也是全亚洲最大的购物网站。由于消费者的折扣及方便心理，业务量大的都是体积小的商品，决定了淘宝物流配送是小规模、多频次的格局。

淘宝网购物产业链中，主要由淘宝网交易网站平台、物流公司、卖家、买家共同构成。这条产业链中，物流、信息流、商流、资金流实现了完整的电子信息化，只有将货物的实体流动实现好，才能使整个产业链得以实现价值。物流配送才能启动运作。

淘宝网在为客户提供更安全和高效的网络交易平台，离不开物流的支持。通过参考“网货物流推荐指数”，淘宝网与圆通速递、中通速递、韵达快递、中邮 EMS 等公司合作。这些物流公司在服务质量、服务价格等方面参差不齐。由于观念的差异或配送设施的差距，消费者往往会因为第三方物流公司的过错而迁怒于购物网站，比如会因为商品或包装在运输过程中有破损而去责怪那些本身信誉很好的购物网站。尽管淘宝网也致力于让客户享受更好的物流服务，但它却很难改变这个现状。

现在最受关注的物流公司，因该属于顺丰快递，网购的人都知道顺丰快递效率高，即使是在双十一双十二这样的网络促销大活动的时候，顺丰也能按时的快速地把货物完整的送达，所以现在和很多的淘宝网店家都愿意和顺丰合作，这样也是为了给客户一个良好的购物体验，但是即使是顺丰，也有不足的方面，物流人员的在招募，以及人员的工作态度，顺丰这些都无法控制。以至于很多快递人员都是使用扔踢的方式装卸货物，索换快递网包装内的货物，给消费者带来不良的影响。

## 2 淘宝网物流配送的现状及其问题

### 2.1 淘宝网物流配送概念

配送是一项以“配”和“送”为主体的运输活动，几乎包括了货物从物流节点到货物交到收货人手中的所有的物流功能要素。包括物品的拣选、加工、包装、运输、运达等以送货上门为目的的商业活动，是物流活动的一个缩影。配送是以现代生产力和劳动手段为技术支持，以用户要求为出发点，从客户利益出发，以实现客户满意度为最终目标，是货物从配送中心或其他物流节点进行货物配备，到按时以最合理的方式送交指定地点的物流活动。物流配送贯穿整个供应链过程，并成为联系供应商、生产商、中间商及消费者的纽带。电子商务物流配送是指在一定的经济合理区域范围内，卖家根据顾客订单进行理货、配货、包装，再由配送企业采用网络化的计算机技术和现代化的硬件设备、软件系统、及先进的管理手段，根据卖家的配送订单进行分类、编码、整理、配货等理货工作，再将指定的商品通过各种途径在规定的时间内准确地送到消费者手中。物流配送作为电子商务的最后一步，也是最关键的一步，对整个交易环节具有一票否决的作用，失败的配送往往会使之前各个环节提高商务活动质量的努力前功尽弃。

### 2.2 提高物流配送质量问题

物流配送的质量问题在于，物流配送的效率，以及配送人员的工作态度，现阶段很多的物流公司选招的配送人员，多半是社会上的临时人员，因为大多公司认为，这样的临时工作人员工资较低可以减少工人工资开支从而节约成本，但是这样的临时人员，他们的工作态度直接影响了货物在配送过程中的质量，另外很多物流配送的时间都超过3天及以上，让客户的长时间等待也是一个待改进的问题。想要提高物流配送的质量，要从人员与技术上全面提高，招聘高学历一以及高素质教育的人员通过电脑程序操作机械分配货，再从各个地区的仓库中调货，发往该地区。这样节省了时间，又能保证货物的质量。

### 2.3 物流配送相关法规及配送中心体制不健全

目前,我国关于物流配送方面的法律法规还不完善,对于市场体制没有明确规定,形成一种无人管理的现象。各区域之间缺乏协调统一的发展规划和协调有序的协同运作,归口管理不一致,制约着物流配送的效率。与电子商务物流配送相适应的财税制度、市场准入与退出制度、社会安全保障制度、纠纷解决程序等还不够完善,制度和法规的缺陷阻碍了电子商务物流配送的发展。各地区的配送机构独立发展,缺少统一的发展政策和规划。不仅造成巨大的资源浪费,也形成物流设施不合理的布局状态,同时降低了物流系统运作的效率,而且无论从物流行业的外部环境、法律法规,还是物流行业内的行规、制度,都需要进一步的完善,尤其在配合电子商务发展的部分。

## 2.4 配送成本问题

大多数消费者选择淘宝网出于网上购物比实体店购物价格低,以及网店的折扣诱惑。消费者的购物费用可以包括,上网费用,商品价格费用以及配送费用。如果配送成本过高,消费者就会放弃网上购物选择实体店购物,目前消费者对于包邮购物产生极大兴趣,卖家想要挣得利润,就提高了商品价格,压低了给物流公司的送货费用,物流公司的服务质量也随之下落。近来,淘宝网的配送成本也越来越高。

## 2.5 配送管理问题

我国目前电子商务物流的需求量很大,而且还在不断上升,但是我国的电子商务配送系统水平仍较低,主要表现在信息传送速度慢、配送中心作业速度慢、送货速度慢、配送自动化程度低、信息化程度低;配送总成本高。还有工作人员较难为管理。

# 3 淘宝网物流配送问题原因分析

## 3.1 淘宝网原因分析

淘宝网主要业务在于网上零售商品,目前它也是国内比较大的拍卖网站,也是全亚洲最大的购物网站。由于消费者的折扣及方便心理,业务量大的都是体积小的商品,决定了淘宝物流配送是小规模、多频次的格局,其中就存在有很多物品名不符实,存在挂羊头卖狗肉的店铺很多,这就影响了消费者对一些正品的识别。淘宝网对物流的控制能力差。例如淘宝网通常都会建议买家先验货后签字收

货，但“先签字后验货”



已经快递行业的潜规则，而淘宝网事实上没有对自己所推荐的快递公司的控制权限。近两年淘宝网的物流配送企业集体进行了两次涨价，而淘宝网也只能被迫接受。淘宝网对于物流配送环节缺乏重视。马云曾经说过，淘宝网绝不涉足线下物流。但事实证明，物流配送已成为淘宝网更好发展的一大瓶颈。据调查，因为对 C2C 物流配送的不满意，已有一部分消费者选择凡客、京东等 B2C 类型的购物网站，淘宝网生存空间受到了挑战。

### 3.2 物流配送行业原因分析

我国大多数配送企业都是从传统的运输企业转变而来，规模普遍偏小，只对配送半径以内的顾客进行配送，因此，淘宝网不得不和数十个第三方配送企业合作来完成遍布全国的配送业务。由于淘宝网业务的快速增长，大多数物流配送企业都想从中分得一杯羹。但这些企业往往为了单纯追求业务量，而不注重服务质量，我国目前虽然存在着快递行业协会，但对于物流企业的监管力度不够，没有出台一些有效的治理措施，对于快递行业的一些违规行为没有进行处罚。另外，从业人员的工作积极性、素质都有所欠缺。我国快递行业招工门槛低、人员素质鱼龙混杂，快递员的流动性也非常大，对待顾客不能有一个很好的态度，甚至还会有快递人员偷拿快递的货物。物流公司往往是按照工作量来给从业人员发工资，不注重配送的质量，因此不能刺激快递从业人员提高服务水平的积极性。

### 3.3 C2C 卖家原因分析

淘宝网上的卖家通常都是个人或者由个人组织起来的一个小团体，对于物流配送中出现的问题没有一个很好的预防机制。卖家不能预知到配送过程中出现的问题，对商品不能进行安全的包装，造成在运输途中商品的损坏。网上的卖家势单力薄，不能形成一定的规模效益，所以在和物流公司的谈判中往往处在不利的位置。此外，淘宝网上的消费者一味的追求高配送水平和低配送费用，甚至在淘宝网上兴起了一股不包邮不买东西的风气，这严重违反了服务质量与成本二律背反的原则，造成卖家也压低给物流公司的费用，使得物流公司承担了很大的压力，不利于电子商务物流配送市场的良好发展。

众所周知，电子商务是商流，资金流，信息流和物流的统一，随着信息技术的发展，前三种通过计算机和通讯设备迅速完成，只有物流必须有现实中的物流配送供应商来实现。如果物流供应商不能提供安全，及时，有效的物流服务，那么 C2C 电子商务永远仅仅是一种虚拟的商务活动，无法成为现实。由于我国物流体系的发展是将本身还不长，物流电子化和信息化也才刚刚起步。

在 C2C 电子商务交易过程中，在终端的配送环节由于物流供应商选怎不当，导致物流配送周期较长，配送费用偏高，货物质量不高，配送人员服务态度较差等问题。从而使顾客与 C2C 商家交易时犹豫不决，在众多第三方物流市场上应选择科学的，满足 C2C 企业要求的物流配送供应商，缩短周期，降低物流配送的成本，提高货物配送的安全性。

### 3.4 物流配送的基础设施不完善

近年来，我国在物流方面有很大的发展，在交通运输方面，道路及运输工具有了很大的改进，仓储设备，信息通讯工具及货物的装卸、流通加工等方面也有了一定的改善。但总体来说，我国的物流基础设施设备还比较落后。目前，公路网络的建设与完善、物流配送中心的规划与管理、现代化物流配送工具与技术的使用、与电子商务物流配送相适应的管理模式和经营方式的优化等都无法适应我国电子商务物流配送的要求。特别在不同运输方式，各地方运输模式、运输设备等衔接方面的基础设施缺乏建设投入，从而制约着物流配送的发展。

### 3.5 物流配送服务质量差

淘宝网与第三方物流公司合作，服务质量良莠不齐，淘宝网配送方面存在了很多问题。配送质量方面：配送公司业务量大，遗失物品、货物破损的现象时有发生，快递公司不允许卖家收货时现场验货，对于淘宝网承诺客户的“保质保量保真，不满意免费退换”方面，一旦货物出现问题，买家需要再次送回卖家手中进行再次沟通。其中的时间与成本问题，使淘宝的卖家与买家造成了不必要的困扰；在配送时间方面：快递公司一般承诺是 3 到 5 天到货，平时大多能遵守，但业务高峰及业务低潮时，物流公司考虑送货地及货物方数、件数问题，很难保证时限，配送延时有的长达几周。网店评价中不难发现很多买家评价都包含对于货物到达时间太慢之类的抱怨；配送网点覆盖面方面：淘宝网的各大网点的配送指南中，都对配送地点进行了规定。市内只能配送到一定区域，其余由买家上门自提，买家评价中也可以看到买家提到快递不送到家花了很多路费取货的情况。这样对买家造成了不便，也降低了淘宝网配送的服务质量。

## 4 解决淘宝网物流配送问题的方法

#### 4.1 淘宝应建立物流公司参与的网上支付业务

淘宝与物流公司可以建立物品信息共享平台,物流公司的配送人员在收到货物后可以将收到货物的信息上传至第三方支付平台,这一过程最好能在卖家在场的情况下完成,可以选择在卖家处或在物流公司完成都可以。当物流公司将货物配送至买家时,由买家首先检验货物,若货物符合则买家收下货物并签收,而后在支付平台完成支付工作;若买家认为货物与原物不符,则拒绝签收,同时将不符货物信息上传给支付平台,并由物流公司人员进行确认。这样支付平台可以将 C2C 网站、物流公司、买家提供的物品信息进行对比就能很快找出物品不合格的责任一方从而做出正确判断。买家、卖家与物流公司都可以通过自己的支付管理页面或合作页面查询物品信息和处理结果,期间还可以通过支付平台提供证据,帮助支付平台做出正确的处理结果。

增加物流评价模块。我们消费者购物通常会遇到一个问题,就是与物流服务商产生冲突,根据调查有 26%的消费者与快递会产生冲突。有时候是因为速度太慢,或者是快递服务水平低以至于货物可能受损等原因,买家不得不承受损失。买家也是有苦不能言,最多就是在淘宝网上对货物的评价说一下物流的速度,这并不能真正解决问题。因为根据不同要求每个买家选择的物流公司都不一样,根本不知道哪里出了问题。如果在增加一个物流评价模块,且有注明是哪一家快递公司,服务,速度等。这样的话,会更加方便以后消费者的选择,而淘宝网,在推荐物流模式方面就有更大的主动权。

## 4.2 淘宝网应合理的选择配送战略伙伴

淘宝网可以选择收购一家物流公司,收购一个比较有潜力的物流企业,加强监管,以免被物流方面,限制了电子商务的发展。例如京东就是典型自营物流模式,当当网和卓越网也是与物流公司绑定关系,由单一物流公司统一配送。尽管他们是 B2C,比淘宝网要更加容易实施,但是淘宝网也有自己的优势,其交易量在全国已经占据了百分之八十之多,收购符合自己的淘宝物流企业,统一仓配,在效率方面一定大大提高,而成本方面也一定大大降低。

同一买家,同城卖家,合并货物。同一城市的发货地点,统一运费。在淘宝网上购物,常常会因为不同卖家,而要支付多笔物流费用,有可能的话,我们通常尽量选择同一卖家处购物,由于卖家地点的不一样,实行多笔购物一笔物流费用是艰难的。若多笔卖家在同一城市,则可以合并货物,

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/737112065136006120>