

物流师案例分析：淘宝网“推荐物流”之困物流师考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E5_B8_88_E6_c31_645519.htm id="qqdd"

class="wwxx"> 在电子商务中，物流在很大程度上影响了其效益。淘宝的飞速发展与其在物流方面的努力不无关系。淘宝推荐物流模式的实施保障了其用户能尽可能地拥有更好的物流服务以及更优惠的价格，但在物流行业本身存在不足的情况下，物流仍是制约淘宝发展的瓶颈之一。作为国内最大的C2C电子商务网站，淘宝网在2007年的交易总额达到了433.1亿元，同比增长156.3%。淘宝的这一数字仅次于百联集团，跃升为中国第二大综合卖场。淘宝网的飞速发展固然与其免费的经营策略吸引巨大的人气与商流有关，但其对物流的重视也成为其大发展的一个“法宝”。“在国内的电子商务网站中，淘宝在物流方面是做得非常深入的。”淘宝网产品技术中心产品经理严俊表示。尽管如此，但国内目前的物流状况仍难以满足淘宝对物流的需求。“在电子商务中，信息流、资金流、物流这三者共同构成了完整的电子商务。”易观国际分析师曹飞表示，“前两者都可以通过计算机虚拟化在网上完成，惟有实实在在的物流难以像信息流、资金流那样被虚拟化，物流也就成为影响电子商务效益的一个重要因素。而目前国内的物流还远达不到电子商务的需求，物流也就成为制约电子商务发展的瓶颈之一。”“推荐物流”策略身为电子商务企业的淘宝网，“轻公司”也将是其努力的目标。在物流外包、供应链扁平化的大背景下，尽管淘宝网上的不少卖家希望淘宝网建立自己的物流体系，但其期望

难以实现。虽然没有自己的物流体系，但淘宝也探索着自己独特的物流策略推荐物流，即淘宝与物流公司签约，签约的物流公司进入淘宝的推荐物流企业行列，这些物流企业便可直接通过与淘宝对接的信息平台上接受其用户的订单。一直以来，淘宝便逐步完善自身的网上交易体系。淘宝评价体系的建立，提高了交易的诚信；支付宝的推出，确保了交易安全，而“推荐物流”模式的实行则使得淘宝网的物流更加规范，博得了网购用户更大的好感。“使用‘推荐物流’加强了淘宝对物流的控制力。”严俊称，“因为使用推荐物流后，淘宝可以对相应物流公司的物流配送情况进行监督，推荐物流也可以为用户提供更好的服务和更优惠的价格。而且一旦出现差错，比如发生破损等情况，淘宝接到投诉后，便会监督物流公司的投诉和理赔情况，这样也会降低淘宝用户索赔的难度。”据严俊介绍，物流公司要进入淘宝的推荐物流行列，必须是网络成熟、排名前十的企业，而且服务范围尽量是全国范围内的。在进入淘宝的“推荐物流”之时，也必须与淘宝签订相关协议，约定服务价格、内容和方式，以及非常优惠的赔付条款，并规定由淘宝监控和督促物流公司对于投诉和索赔的处理。同时，淘宝与推荐物流公司之间的信息平台对接已初步完成。“用户在淘宝网上达成交易后，如果使用‘推荐物流’，便可以直接在线发送订单，经确认后，物流公司就会上门取货，而且买家和卖家还可以随时跟踪订单。”严俊说。尽管淘宝用户可以自由选择物流服务商，既可以使用推荐物流，也可以自由寻找其他物流服务商。但如今，淘宝网上使用推荐物流的用户已经达到了70%。这一比例也初步证明了推荐物流模式的成功。物流仍是瓶颈对于

淘宝来说，“推荐物流”模式更好地规范了其物流管理和服
务，但来自物流的制约并没有消除，物流仍是其进一步发展的
瓶颈之一。小陈已在淘宝网上开了三年网店，然而最近发生
的一件事却让他开心不起来。“前段时间我卖出一款产品
，使用的是推荐物流，然而对方却在发货近10天后才收到。
对方因快递时间过长，最后却给我一个差评，这可是我3年来
第一次差评。”该卖家说，“这肯定会对以后的生意产生不
利影响。”“我觉得现在最需要完善的就是物流了，其实好
多时候卖家早就发货了，是物流公司因个人问题耽误了时间
，甚至把物品弄丢了，但是受害者是买家和卖家。”淘宝网
的另一卖家小吴说，“既然淘宝是一个中介交易平台，不能
只是钱上面的中介，对买卖双方的权益都需要如实中介。现
在我发现，钱到支付宝后因为有中介，但是货是买卖双方通
过物流发送的没中介，出现问题比比皆是。比如货不对版，
卖家不按要求发货，买家故意刁难等。所以，希望淘宝有在
现有基础上加个对货物中介的审核来保证双方权益。”曹飞
分析，相对于B2C而言，物流企业在C2C中相对处于强势地位
，在某些情况下，难免会出现服务不到位等情况。因为对于
物流企业整个业务而言，淘宝网上单一卖家业务所占比例很
小，而不像B2C中的物流业务，会占其业务总额的很大比重
。而用户在网上购物除了便捷以外，更多的是因为网上购物
价格的低廉。所以网上购物的物流费用比（物流费用占费用
的比例）就会成为关注的重点之一。如果网上购买物品的价
格和物流费用之和高于在实体店购买的成本，那么用户多数
情况下就不会选择去网上购物。因而，在淘宝网上，卖家更
多的是考虑物流企业的配送价格，其次才是物流企业的服务

质量。在这样的情况下，C2C交易难免出现物流配送问题。

“作为电子商务不可或缺的一个环节，物流是制约其发展的一个瓶颈，物流服务的好坏直接影响到用户的体验。就目前来讲，尽管相比于两年前，第三方物流企业已经获得了很大的发展，但仍然达不到电子商务对物流的需求。”曹飞称，“具体来讲，目前的物流企业在配送时间、物流质量、先验货再签收方面，都存在着较大的问题。而在其上游，它的结算周期、周转效率、抗风险能力也都或多或少存在某些问题。”

对于来自物流的制约，淘宝网自身也有深刻的体会。“现在的物流企业普遍存在专业化程度低、缺失社会化服务、物流标准混乱、物流设备落后等问题。”严俊表示，“与淘宝所需要的物流服务还有不小的差距。”

期待物流集约化目前，与淘宝网合作的物流公司参差不齐，其所提供的物流服务质量与价格水平也各不相同。如果用户在物流这一环节受到挫折，那么势必会影响到淘宝网的交易量。由于这些物流公司是淘宝网指定的，那么这些物流公司服务的不完善，也会使淘宝网的形象受到损害。然而这种局面的出现也跟整个物流行业自身问题有关，尽管淘宝希望用户有更好的物流服务，但其自身也无力改变这种现状。淘宝自身能做的也更多的是体现在对与其签约的物流公司监管方面。这种局面的改善，也惟有期待整个物流行业的发展。

“目前物流行业，还亟须规范。应该由一些大的物流企业逐渐收购一些中小型的物流企业，将那些服务不到位的物流企业逐渐淘汰掉。在发达国家，所有的物流配送全是由大型的物流企业按一定的标准在做，他们的价格也是透明的。国内的物流企业也应该向这个方向发展，以逐步达到电子商务对物流的要求。”曹飞说

。“要真正实现电子商务的物流需求，物流企业信息化水平的提升、完善的物流规划以及标准化是必不可少的，而更为重要还是标准化，不仅价格要统一，服务也要标准化。”严俊认为，现在国内快递行业还没有统一的标准，快递企业的服务质量和价格也不一样，这明显加大了淘宝在物流管理方面的难度。标榜为“轻公司”的电子商务企业，如果基础性服务业快递物流跟不上，亦将难以承受其“轻”。惟有整个物流行业的发展完善，基础性服务有了坚实的基础，建立在“重”基础上的电子商务，才有“化蝶”为真正“轻公司”的可能。把物流师站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年物流师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题物流师论坛 欢迎免费体验：百考试题物流师在线考试中心 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com