

# Analysis of the Characteristics and Modes of “Internet plus Logistics”

Xing Wan, Jianghui Lv, Xingjian Zhou\*

School of Management, Wuhan Textile University, Wuhan Hubei  
Email: \*wuliuwtu@163.com

Received: Jan. 9<sup>th</sup>, 2016; accepted: Feb. 1<sup>st</sup>, 2016; published: Feb. 4<sup>th</sup>, 2016

Copyright © 2016 by authors and Hans Publishers Inc.  
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).  
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

---

## Abstract

In the environment of “Internet plus”, the traditional logistics industry begins to integrate with the Internet. The paper firstly defines the concepts of the “Internet plus” and “Internet plus logistics”, and then analyzes the characteristics of “Internet plus logistics”, which involves logistics resources integration, reconstruction of the value chain and disintermediation function. Moreover, there are three typical models of “Internet plus logistics”: logistics platform, logistics crowd sourcing and logistics cross-border; then the traditional logistics transformed gradually to form a new logistics industry.

## Keywords

Internet plus, Internet plus Logistics, Logistics Mode

---

# “互联网 + 物流”的特征与模式分析

万 星, 吕江辉, 周兴建\*

武汉纺织大学管理学院, 湖北 武汉  
Email: \*wuliuwtu@163.com

收稿日期: 2016年1月9日; 录用日期: 2016年2月1日; 发布日期: 2016年2月4日

---

\*通讯作者。

## 摘要

在“互联网+”环境下，传统物流业开始与互联网进行融合。本文通过对“互联网+”理念的梳理和“互联网 + 物流”概念的界定，探析了“互联网 + 物流”的物流资源整合、价值链重构和去中介化功能等三重内涵特征。进而分析了“互联网 + 物流”现有的三类典型模式：平台模式、众包模式和跨界模式，在此基础上传统物流逐步转型，形成新的物流业生态。

## 关键词

互联网+，互联网 + 物流，物流模式

## 1. “互联网 + 物流”的界定

### 1.1. “互联网+”的提出

国内“互联网+”理念的提出，最早可以追溯到2012年11月易观国际董事长兼首席执行官于扬首次提出的“互联网+”公式，即产品和服务在多屏全网跨平台用户场景结合之后产生“化学变化”[1]。2015年两会期间，马化腾提出议案《关于以“互联网+”为驱动，推进我国经济社会创新发展的建议》，同期，在2015年3月5日上午十二届全国人大三次会议上，李克强总理在政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划，将互联网建设上升到国家层面。一时间，众多学者和管理实践者对“互联网+”领域的理论及实践进行研究和探索，形成了百家争鸣的局面。从现有研究来看，“互联网+”的理论与应用尚处于初级阶段，各行业领域对“互联网+”还处在论证与探讨过程中。但毫无疑问，“互联网+”正逐步渗透、扩展和应用到第三产业，开始推动如物流等传统产业进行转型升级，为其带来新的机遇及提供广阔的发展空间。

### 1.2. “互联网 + 物流”的概念

在“互联网+”环境下，信息化的时效性使得空间距离相对缩短，由此引发对物流资源整合和物流供应链运营效率提升的强烈需求。传统物流业以劳动密集型为特点，以人工作业为主，偏好于物流硬件设施及设备的投入，但随着物流活动由制造业驱动向电商业驱动转变，快递、零担类的物流在部分取代传统合同物流，并越来越倾向于小批量、多批次、高频率的物流作业，传统的粗放式物流运营模式越来越跟不上市场需求的步伐，服务内容同质化、恶性价格竞争、服务水平低下、遭遇客户投诉等问题越来越多。要解决这些“痛点”，“互联网 + 物流”是一条可行之道。

因此，可以将“互联网 + 物流”描述为互联网与物流行业融合发展下的一种新的物流形态，通过充分发挥移动互联网在物流资源要素配置中的优化和集成作用，重构物流价值链，并形成供应链上下游信息共享、资源共用和流程可视，从而深度参与采购、运输、仓储、配送等物流全过程，深刻了解客户需求，实时调度运、储、配等中间物流环节的资源，达到增强客户满意体验和提升物流服务效率的目标。

## 2. “互联网 + 物流”的特征分析

互联网思维的核心价值在于通过信息传递方式的改变而使得物流供应链上的协作更加紧密。通过与互联网深度融合，“互联网 + 物流”的价值体现在借助于互联网实时、高效的整合物流供应链资源，根据市场和客户需求去除某些中介环节，进而重构物流价值链。具体而言，“互联网 + 物流”具有如下特征。

## 2.1. 物流资源整合

互联网对于传统物流业变革的促进作用，其中最重要的一条途径是整合资源。根据资源位第三定律(咎廷全, 2013), 互联网的一个重要作用就是增强世界的连通性。用系统经济学的语言来说, 就是互联网促进了系统广化和系统深化。互联网的这种连通功能强大, 因此, 互联网的资源整合功能也是空前的[2]。

物流资源整合包含两重涵义。一是从物流组织内部的角度, 将原本相互联系却被分割开来进行管理各种物流活动, 重新整合为一个整体。包装、运输、仓储等原本是一些相互联系紧密的活动。然而, 在实际的生产活动中, 这些活动却是分开来进行管理的。二是在物流组织与外部协作的过程中, 对社会资源的优化配置。从全社会来看, 物流资源重复配置的现象较为严重, 车辆运输工具、仓库、物流中心、配送网络等物流设施的利用率不高。尽管各个企业、各个部门已较为注重提高各自的运营效率, 但是整个物流供应链的效率却不高。

因此, 互联网的这种资源整合功能一方面创造了一个新的社会和经济环境, 这种环境逼迫着传统物流组织加快物流供应链上各环节的一体化进程, 同时打开自我封闭; 另一方面为传统物流组织加强同外部的沟通与联系提供了一条方便、快速、经济的途径, 是传统封闭系统整合外部资源的有效平台和工具。

## 2.2. 价值链的重构

“互联网 + 物流”是物流业与互联网的深度融合, 这一过程必然要求变革传统物流模式、重组物流流程。从本质上讲, “互联网 + 物流”为物流价值链的重构[3] (Reconstruction)从根源上提供了巨大的驱动力。

### 1) 表层重构

物流价值链的表层重构建立在传统互联网基础上, 以 WEB1.0、WEB2.0 技术为标志, 对物流信息的聚合与分发方式的重构。如, 通过门户网站、ERP、物流信息系统等在信息层面上对传统物流行业进行的重构, 此时, 获取物流信息(信息聚合)或传播信息(信息分发)的方式由报纸、期刊、电视等改变为 PC、手机或博客、微信, 信息传播速度也不可同日而语。

### 2) 深度重构

物流价值链的深度重构建立在移动互联网基础上, 以 WEB3.0 技术、手机 APP 应用等为标志, 将物流流程中的各个物流环节进行逐一分析, 把能放到线上的步骤放到线上, 把能省却的步骤省却, 把某几个步骤前后交换顺序(时间顺序或逻辑顺序), 利用互联网的特质对传统物流行业的供应链进行重构。这种深度重构, 将对原有行业进行颠覆性的改造, 之前的行业龙头甚至会被它取而代之, 这正是 Clayton Christensen (1997)的颠覆式创新(Disruptive Innovation)理论。

## 2.3. 去中介化功能

从表征上看, “互联网 + 物流”提供直接驱动力以去除物流中间环节、节省中间费用等去中介化[4] (disintermediation)功能。

首先, 在物流活动过程中的供需双方通过互联网直接对接, 节约了时间、人力、物力等多方面交易成本, 能够直接惠及交易双方; 其次, 由于缩短了交易链条, 避免了过多的人为参与, 交易过程会清晰记录在互联网上, 可随时审核查看, 这在一定程度上保证了交易的透明度, 有助于物流行业整体水平的提升; 再次, “互联网 + 物流”带动了交易链条的变革, 改进了物流业务模式, 能够提高物流效率和物流服务水平; 最后, 经过去中介化之后, 互联网可将各种数据更加直接和高效地反馈给行业本身, 通过“互联网 + 物流”平台的大数据监测行业发展走向, 为行业发展提供客观参考。

### 3. “互联网 + 物流”的模式分析

从“互联网 + 物流”的定义来看，基于传统物流业的“痛点”，“互联网 + 物流”的首要途径在于改变原有的物流运作模式，利用移动互联网、大数据及物联网等的优势，在管理监控、运营作业、金融支付等方方面面实现物流供应链信息化[5]。具体而言，“互联网 + 物流”主要有如下三种典型模式。

#### 3.1. 平台模式

基于互联网的平台模式，通过物流信息互联互通，组织内部及组织之间的各种物流资源在平台上进行公开、透明和高效的整合，从而提高物流运营效率和降低物流成本。

##### 1) 供应链平台——怡亚通模式

在供应链平台模式下，物流组织之间进行充分协作。根据客户的需求，物流企业可从全局的角度对供应链各环节进行计划、协调、控制和优化，并实现快速响应，进行灵活的服务产品组合。“互联网 + 物流”的供应链平台模式以怡亚通为代表。深圳市怡亚通供应链股份有限公司(简称怡亚通)从传统的委托采购、分销式“广度供应链管理”，转向帮助客户扁平渠道、让产品直供门店的“深度供应链平台”[6]。与传统的委托采购、分销相比较，怡亚通供应链管理平台集合了企业的非核心业务外包，同时结合 JIT 运作管理，形成一站式供应链解决方案及服务组合。

##### 2) 物流平台——菜鸟网络模式

在物流平台模式下，物流信息高度透明、对称，通过互联网、大数据技术和物流信息系统，各个相关企业和组织以客户订单为驱动，在物流网络中进行资源的优化配置和调度，最终以较小的成本满足客户的要求。“互联网 + 物流”的物流平台模式以菜鸟网络为代表。基于中国智能物流骨干网项目而组建的菜鸟网络科技有限公司(简称菜鸟网络)，应用物联网、云计算、网络金融等新技术，为各类 B2B、B2C 和 C2C 企业提供开放的物流服务平台。菜鸟网络利用互联网技术，建立开放、透明、共享的数据应用平台，为电子商务企业、物流公司、仓储企业、第三方物流服务商、供应链服务商等各类企业提供服务，支持物流行业向高附加值领域发展和升级，目的是促使建立社会化资源高效协同机制，提升社会化物流服务品质。

##### 3) 运输平台——卡行天下模式

在运输平台模式下，车源、货源、仓储信息等多类别信息囊括其中，通过手机 APP、微信、支付宝和企业官网进入平台信息系统，搭建起一个车货互动的服务平台。“互联网 + 物流”的运输平台模式以卡行天下为代表。卡行天下供应链管理有限公司(简称卡行天下)本质上是一个运输平台，这个平台通过不赚取双方交易差价的利他性促进交易。卡行天下的大平台战略以成员互为交易、服务质量记录和信用与金融支持为主要组成部分，集中专线成员、加盟网点、第三方物流公司、互联网交易客户，建设基于内置服务网络的大平台。卡行天下通过线下和线上两张网，线下建立流通网络，线上建立平台标准化模式，对接各种各样的第三方企业，满足各方的服务需求。

#### 3.2. 众包模式

借助于互联网，众包模式利用闲散的物流资源进行专业的物流服务。物流众包模式具有如下优点：

1) 物流众包成本低，能够有效地整合资源。众包模式下人力资源成本大大降低，相对于传统企业的高人力资本有着得天独厚的优势。除此之外，物流众包模式有利于有效地整合社会上的闲置资源，提高效率，缩短配送时间。

2) 物流速度快，提高送达效率。在众包模式下，物流企业分布全国各地，能够提供附近的人员进行上门取货和送货到家的“门到门”服务，相比传统模式，大大减少了取件派件的时间，提高了效率。

“互联网 + 物流”的众包模式以快递兔为代表。上海随迅信息科技有限公司下的快递平台——快递兔[7]，在配送过程中采用的是社会化众包方式，其快递能力通过调动社会闲散资源而得到极大的提高。快递兔的快递员是普通的社会人员，通过对其进行严格的审核和规范化培训，采用中央调度模式，距离最近的配送员领到任务，在 1 个小时内完成取件。从盈利模式上看，快递兔整合了散件寄件的长尾需求，打包后给各大快递公司，相当于是一个手里拿着大单的大客户。而除了个人用户，快递兔的用户还包括近千家中小企业，借此可整合公司内部的散件。快递兔减少甚至取代快递公司的线下网点，直接发到各物流公司总站，从而提高整个物流效率。

### 3.3. 跨界模式

跨界对于物流业的最大益处，是模糊了专业界限，甚至让原本毫不相干的元素，相互渗透相互融合，从而给物流服务一种立体感和纵深感。物流跨界模式的出现，打破物流服务类别界限，带来比细分市场更高的利润回报。

#### 1) 功能跨界——德邦快递模式与顺丰物流模式

功能跨界是指不同物流功能之间的相互融合，“互联网 + 物流”的功能跨界模式以德邦和顺丰为代表。德邦物流股份有限公司(简称德邦)主营国内公路零担运输和空运代理服务，2013 年 11 月德邦快递业务开通，从运输领域跨界进入配送领域。就行业而言，快递和零担运输是两个相似度很高的细分物流功能，都有网络化特征、提供标准化的服务、具备可复制性。服务标准化的结果是能够批量、快速复制。因而，德邦通过对快递业务的清晰定位，成功的跨界进军快递业。而与此相对，顺丰速运集团有限公司(简称顺丰)的主营业务为快递，2014 年 4 月顺丰组建公路运输车队，推出一站式“门到门”的陆运物流产品“物流普运”，直面竞争德邦、天地华宇、佳吉等国内公路运输物流企业。顺丰从配送领域跨界进入运输领域，藉此满足客户需求，占领市场。而作为战略层面，顺丰更是自恃有更为成熟和先进的运作模式和管理经验，想在格局未定的物流市场(尤其是零担货运市场)占得先机，主导市场。

#### 2) 行业融合——顺丰电商模式与京东物流模式

行业融合是指以物流为主导与其他行业相互融合，“互联网 + 物流”的行业融合模式以顺丰和京东为代表。2012 年顺丰速运旗下电商食品商城“顺丰优选”上线，依托于顺丰覆盖全国的快递配送网，从原产地到住宅进行全程冷链保鲜，定位于中高端食品 B2C。“顺丰优选”的本质是快递物流业间于电子商务行业的融合。与此相对，京东商城在其不断占领市场的过程中独立构建以“亚洲一号”为枢纽的电商物流体系，并申请快递牌照，实现电商业与物流业的相互促进和深度融合。

#### 3) 行业联动——日日顺模式

行业联动是指物流与其他行业之间的高度协作，“互联网 + 物流”的行业联动模式以日日顺为代表。2013 年 12 月海尔电器旗下日日顺物流有限公司(简称日日顺)成立，海尔与日日顺共同建立端到端大件物流服务标准，共同开发、提供创新的供应链管理解决方案及产品。日日顺模式促进了家电制造业与物流服务业之间的协作与联动。

#### 4) 行业跨界——传化物流模式

行业跨界是指以物流为从属被其他行业融合吸收的模式，“互联网 + 物流”的行业跨界模式以传化物流为代表。传化集团投资的传化物流是一家定位于“公路港”物流平台整合的运营商，已建成浙江、苏州、成都和富阳公路港物流园区。从宏观的角度看，物流运作是一个复杂的网络体系，其中，节点就是各种货物集散物流中心、物流园区等地产概念，因此，传化物流模式其实质为物流业跨界到地产业的模式。



## 4. 结论

在“互联网+”的大环境下，物流业与互联网进行融合是大势所趋。“互联网 + 物流”既是传统物流业寻求转型升级的必由之路，也是传统物流企业在“互联网+”下一种基于长远目光的战略考虑。“互联网 + 物流”的特征决定了“互联网 + 物流”形成的首要因素在于将改变原有物流的运作模式，除了现有的平台模式、众包模式和跨界模式外，在互联网思维和“互联网+”理念的不断发展下，“互联网 + 物流”将充分利用移动互联网优势，促进传统物流业逐步转型，形成新的物流业生态。

## 致 谢

本文获得 2016 年度湖北省教育厅科研计划项目、2016 年度湖北省教育厅人文社会科学研究项目、武汉纺织大学大学生创新创业训练计划项目的资助，在此表示感谢。

## 参考文献 (References)

- [1] 于洋. “互联网+”的密码[M]. 北京: 易观智库, 2015.
- [2] 昝廷全. 资源位第三定律: 连通性的经济学[J]. 中国传媒大学学报自然科学版, 2013, 20(3): 17-20.
- [3] Zhou, X.J. and Huang, S.N. (2015) Value Chain Analysis and Reconstruction of Internet plus Logistics. *E-Commerce Letters*, 4, 26-30. <http://dx.doi.org/10.12677/ECL.2015.42004>
- [4] [美]托夫勒, 著, 黄明坚, 译. 第三次浪潮[M]. 北京: 中信出版社, 2006.
- [5] 黄少宏. 从传统物流的不足看“互联网+物流”[N]. 现代物流报, 2015.
- [6] 牛志文. 新常态“互联网+物流”大数据应用的思维变革[N]. 现代物流报, 2015.
- [7] 赵大伟. 互联网思维——独孤九剑[M]. 北京: 机械工业出版社, 2014.