

电子商务企业物流模式分析与研究—以当当网上商城为例

摘

要：目前电子商务正处于大规模飞快发展的时刻,消费方式主要从线下转移到线上,但相对某些电子商务网站,物流和物流配送方式占据了较大的资本,选择何种配送方式以降低物流成本成为制约网站发展的瓶颈。因此为解决这种问题,本文首先对电商企业主要使用的几种物流配送模式进行介绍;而后运用SWOT分析法分析了当当网上商城物流模式的优缺点;最后采取理论联系实际、定性与定量分析相结合的方法,将层次分析法应用于当当网上商城物流模式优化的实际案例当中。通过本文的分析与研究,为当当网上商城选择了成本最低的物流模式,对提高其企业物流效率,加强其核心竞争力具有重要意义。

关键词：电子商务;物流模式;SWOT分析;AHP分析法

1 引言

1.1 研究背景

随着互联网的疾速发展,电子商务在经济发展中的位置不停上升,

与传统的线下实体购物相比，消费者能够经过互联网越过时间、地区的限制，以更具竞争力的价格购买到心仪的商品^[1]。电子商务改变了传统的运营方式^[2]，它借助互联网和快递完成了跨时间、地区的跨越式发展并且电子商务也推动了快递服务业的发展。我国电子商务快速发展使网上购物成为了人们消费的主流方式。中国电子商务市场热点趋势分析，移动电商市场后劲庞大^[3]。当今的电子商务在许多范围内都得到了广泛推广而且越来越普遍的应用于人们的生活工作中。电子商务和我们国家的经济是密切相关的相联相融的，所以国家和政府对它非常重视，提高电子商务的实力同样也是在提高国家经济的竞争实力。有利于电子商务发展的条件逐渐成熟，国家和政府的帮助电子商务才会更快更好的发展，国家和企业的经济也会随之更快更好的发展。电子商务的发展及其对配送服务体系的配套要求，极大地推动了电子商务物流的发展^[4]。

以电子商务网上商城2019年的发展为例，如图1左边第一个柱形代表1000亿元以上的6家电子商务上市的消费网站像京东淘宝等；左边第二个柱形代表500到1000亿元的6家电子商务上市的消费网站像苏宁易购唯品会等；左边第三个和第四个柱形代表200到500亿元的电子商务上市的消费网站有16家像新东方在线三只松鼠等；剩下的柱形代表了其余的电子商务上市的消费网站有38家。

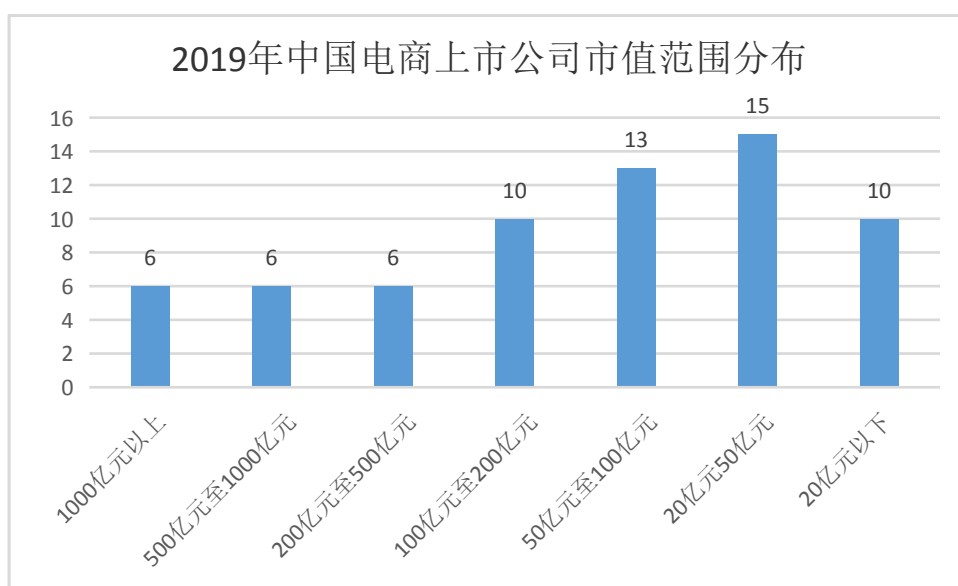


图1 2019年中国电商上市公司市值范围分布

图2表示到2019年年底我国电子商务上市公司有60多家，并且这60多家公司中像零售电商占得百分比最大，市值有5.21万亿元，排名第二占比的是生活服务电商，市值有1.16万亿元，最后占比最小的两类电商分别是跨境电商和产业电商，市值也分别是0.0561万亿元和0.0339万亿元。由此可见，零售电商在消费者面前更加受欢迎，零售电商在我国电子商务中地位颇高，不可小觑。

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/108004131106006050>