

# 京东物流模式竞争力评价

## 摘要

随着电子商务的不断发展，B2C 电商企业所选择的物流模式是否具有竞争力成为企业和相关研究人员关注的热点。本文首先对电商物流的相关概念进行阐述，并对我国 B2C 电子商务主要的物流模式各自的优劣进行对比分析。然后根据相关学者对物流模式的研究以及影响 B2C 电商企业物流模式的竞争力因素，初步建立 4 个维度，19 个二级指标的指标体系，并以此设计问卷，将问卷结果进行了项目分析、信度分析、效度分析调整筛选指标，然后通过因子分析计算指标权重，最终建立 3 个维度，15 个二级指标的 B2C 电商企业物流模式竞争力评价指标体系。运用建立的评价指标体系和灰色评价法对京东目前的物流模式竞争力评价分析，给京东物流指出的一些问题，并提出了建议，从而完成从指标体系构建，验证到实际应用中。

**关键词：**B2C 电子商务；物流模式；评价指标体系；灰色评价法

## Abstract

With the development of e-commerce, whether the logistics selected by B2C e-commerce enterprises are competitive or not has become the focus of attention of enterprises and relevant researchers. Firstly, this paper expounds the relevant concepts of e-commerce, introduces the three main logistics modes of B2C e-commerce in China and their respective advantages and disadvantages, and compares them. Then according to relevant scholars' research on logistics mode and analysis of factors affecting the competitiveness of B2C e-commerce enterprises' logistics mode, an evaluation index system of 4 dimensions and 19 indexes is initially established. According to the target setup, a Investigate is devised, and the selected target are adjusted through item analysis, reliability analysis and validity analysis of the Investigate results. Then the index weight is calculated through factor analysis, and finally a competitiveness evaluation index system of B2C e-commerce enterprises' logistics mode with 3 dimensions and 15 indexes is established. The established appraisal index system and grey evaluation method are used to appraise and analyze the competitive ability of Jingdong Logistics's current logistics mode, point out the question Current in Jingdong circulation of materials, and put forward reasonable suggestions, so as to complete the construction of the index system and its verification into practical application.

**Key Words:** B2C E-COMMERCE; Logistics Mode; Evaluation Index System; grey evaluation method

# 1 绪论

## 1.1 研究背景和研究意义

### 1.1.1 研究背景

在 2019 年 7 月 11 日发布的报告数据中能够看出，到 2019 年 6 月，中国网络使用者数目达到了 8.54 亿之多，整个一至六月份合计增加 2598 万人，使用网络的人口比率为 61.2%。相比上一年年底增高了 1.6%。随着网络的迅捷发展，B2C 电子商务也取得了迅捷的发展，已成为重要的贸易手段。而对于 B2C 电子商务来说，物流有着无可替代的地位，物流也需要与时俱进跟上发展的脚步，我国的物流的服务体系目前也在不断的建立当中，B2C 电商也在不断提升物流服务水平。物流不仅是人们联系网络和现实之间的纽带，同时也是消费者和电子商务企业联系的纽带。随着我国居民生活水平的提升和对生活质量的进一步追求，越来越多的人喜欢在网上买东西，网上购物在慢慢改变着大家的生活，许多人已经离不开了在网上购物。在网上购物的同时大家十分重视的是物流的服务质量，这也是广大消费者能直接感受到的服务，而 B2C 电子商务企业的物流服务质量好坏的竞争，很大程度是企业物流模式竞争力的竞争，因此需要对电商企业物流模式进行研究。

### 1.1.2 研究意义

现如今，我国 B2C 电商物流模式主要有：自建物流、第三方物流，物流联盟。每个物流模式有各自的特色，各具优劣。京东作为 B2C 电子商务行业的佼佼者，将自建物流模式和第三方物流模式相结合综合利用，2013 年菜鸟联盟成立，不断发展，天猫形成第三方物流模式为主，物流联盟模式为辅的物流模式。不同的电商企业都在运用比较适合企业本身的物流模式，而电商之间的竞争，很大程度的是在物流方面的竞争，在对物流模式竞争力影响因素充分分析的前提下，建立物流模式竞争力评价指标体系及分析，可以作为电商企业物流模式选用的重要依据，为相关的研究提供借鉴，且 B2C

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/546011005135010220>