

出國報告（出國類別：其他）

## 『2016 大陸物流考察團』出國報告書

服務機關：中華郵政股份有限公司

姓名職稱：曾文俊 秘書

鍾 甯 助理管理師

邱澤文 助理管理師

李善瑞 助理管理師

派赴國家：大陸

出國期間：105 年 5 月 30 日至 6 月 3 日

報告日期：105 年 8 月 2 日

## 行政院及所屬各機關出國報告提要

出國報告名稱：『2016 大陸物流考察團』出國報告書

頁數 34 頁 含附件：無 有

出國計畫主辦機關：中華郵政股份有限公司

聯絡人：李善瑞

聯絡電話：(02) 23931261-3958

出國人姓名：曾文俊等 4 人

服務機關：中華郵政股份有限公司

職稱：秘書

電話：(02)2393-1261 分機 3989

出國類別： 1.考察  2.進修  3.研究  4.實習 5.開會  6.其他

出國期間：105 年 5 月 30 日至 105 年 6 月 3 日

出國地區：大陸

報告日期：105 年 8 月 2 日

分類號：交通 / 郵政

關鍵詞：物流、商業模式、跨境電商

## 內容摘要

「2016 大陸物流考察團」主要行程為參訪浙江、上海地區電子商務及跨境保稅等業態物流中心。由於大陸經濟之高速成長與商業環境改變，造就電子商務之蓬勃發展，營業額迅速成長並受到全球市場矚目。僅阿里巴巴集團 2015 年在大陸平台上的交易總額即已達到人民幣 3,092 兆元，成為全球最大的零售業，總淨利達人民幣 1,011 億元。截至 2016 年第 1 季末，中國零售平台上年度活躍買家增至 4.23 億戶。也由於電子商務追求速度之特性，帶動整個電商物流成長的契機。此次透過主辦單位「物流技術與戰略雜誌社」特別安排參觀大陸 6 家知名企業物流中心，藉由觀摩與交流，學習新的商業模式並激發新的發想，做出最適規劃。

本公司「郵政物流園區（機場捷運 A7 站）建置計畫」目前已完成購地及郵政物流中心委託規劃設計監造技術服務案，並由郵政物流園區總管理處籌備處進行物流園區 OT(營運移轉)訪商、規劃及製作相關文件。郵務處也針對郵政物流自用區域建物進行設計、作業場地規劃整合及探訪潛在客戶。另外物流業務科則以貨轉郵為主要負責業務，因此派員參與考察、參訪各種物流中心，了解大陸目前倉儲規劃設計、作業模式，並透過參訪尋求潛在物流合作業務及伙伴，因此由郵政物流園區總管理處籌備處曾文俊秘書率鍾甯助理管理師、李善瑞助理管理師及邱澤文助理管理師 4 人前往大陸杭州上海考察。

「2016 大陸物流考察團」主要目的為：

1. 了解跨境電商作業流程。
2. 了解大陸地區跨境電商倉儲物流廠區規劃。
3. 認識新的商業模式。
4. 吸收大陸地區的物流實務經驗。

# 目次

---

壹、考察目的.....	1
貳、考察過程.....	2
一、費舍爾物流科技集團.....	3
二、浙江統冠物流發展有限公司.....	5
三、盒馬生鮮超市電商.....	8
四、SKU360 華東一號基地物流中心.....	11
五、唯品會電商物流中心.....	14
六、上海跨境通國際貿易有限公司.....	18
參、考察心得與建議.....	21
肆、參訪照片.....	25

## 壹、考察目的

隨著網際網路的興起，影響經濟體系中每一個環節和整個社會轉型改變，各種既有商業模式被推翻，傳統企業淘汰、轉型、網路購物高速發展、產生新的支付交易模式、物流設備技術不斷更新…等，這些變更顛覆了傳統各個領域，並且告知平台經濟時代已經來臨。2015 年台灣主要電子商務年度營收將近 1,708 億，各企業紛紛發展電子商務，透過新的商業模式，不僅降低成本支出，更促進了生產者與消費者之間互動，提高營運效率，促進業務發展，因此電子商務不斷擴大已是世界趨勢。

鑒於傳統產業如不變革創新，將無法持續生存，中華郵政公司必須重新定位並增加競爭優勢，為因應商業模式改變及跟上市場趨勢腳步而必須創造新的經營模式。因此透過大陸參訪了解大陸電子商務產業如何獲取利潤、增加優勢，並在激烈的競爭環境中成長取得領先。

本公司為推展物流業務積極推動業務轉型，於林口龜山地區進行郵政物流園區(機場捷運 A7 站)建置計畫。為使計畫順利進行符合目前市場走向，特別安排本公司郵政物流園區總管理處籌備處及郵務處相關同仁參加物流技術與戰略雜誌社主辦的大陸物流考察團，透過參訪大陸目前物流產業，了解目前市場走向，透過參訪大陸目前電子商務倉儲建置模式、作業模式，從中學習如何使物流、倉儲及運輸發揮最大效能，並且規劃出最適合中華郵政未來郵務轉型經營方向，擷取各物流中心建置模式優點，藉以提供物流園區建置進行最佳規劃。

## 貳、考察過程

『2016 大陸物流考察團』係由「物流技術與戰略」雜誌社主辦。該社與中國大陸內地流通業界關係良好，充分掌握物流情報及產業動態，又與大陸「現代物流」雜誌結合，蒐集報導大陸物流業發展資訊及現況。

『2016 大陸物流考察團』參加團員包含全虹企業股份有限公司、全球商務股份有限公司、立興投資股份有限公司、三橋科技股份有限公司、萬商國際物流股份有限公司、台北貿易股份有限公司及本公司，相關行程安排如下：

日數	日期	行程
1	5/30(一)	台北→杭州
2	5/31(二)	費舍爾物流科技集團 浙江統冠物流發展有限公司
3	6/1(三)	杭州→上海 阿里巴巴集團 盒馬生鮮超市電商
4	6/2(四)	SKU360 華東一號基地物流中心 唯品會電商物流中心
5	6/3(五)	上海跨境通公司 上海→台北

## 一、 費舍爾物流科技集團 (廠內禁止拍照)

### (一) 公司簡介

費舍爾物流科技集團成立於 2014 年，總部設於蘇州，研發中心位於澳洲雪梨，2015 年獲得大陸最佳跨境電商服務平台榮譽，為大陸智慧倉儲及跨境電子商務物流服務龍頭企業，亦為京東全球購的長期合作夥伴，主要業務板塊有三個，分別是：慧建倉、弗勞恩及真慧選。

慧建倉：負責軟體系統開發、自動化倉庫規劃設計及系統整合。該項業務針對電商、物流、煙草、醫藥、零售、服裝、汽車、工廠自動化等行業，提供策略諮詢、自動化系統設計導入及建置經營體系等服務。

弗勞恩：負責本地及跨境一條龍第三方倉配服務。該項業務結合自建與合作的海外倉、保稅倉及一般貿易倉，利用自主研發的跨境電商/倉儲 (ECM/WMS) 系統實現全球倉儲連動，為從事跨境貿易企業提供全方位的服務，包括：報關、報檢、轉關、系統對接、倉配一體化、電商人才培訓等項目。

真慧選：經營 B2B2C 網路銷售平臺。提供跨境貿易企業衍生性服務，包含：進駐電商網路銷售及倉內調撥服務，協助中小型電商企業取得國內外正規貨源，設立線上購買到店取貨(O2O)體驗店、進口商品直銷中心等實體管道，此外還藉由衍生性服務擷取大數據資料，為電商企業提供商品定位、銷售預測及供應鏈金融等服務。

### (二) 寧波保稅倉

此次參訪單位為費舍爾公司位於寧波自由貿易區內的保稅倉，目前提供京東全球購專用，業務概況如下：

#### 1. 訂單處理能力

每天處理約 1 萬單，每單平均有 5 個 SKU(最小庫存量單位)，價值合計約新

臺幣 1,000 元。

2. 訂單處理效率

平均每人每天處理約 330 張訂單。

3. 運輸配送

針對江浙滬(江蘇、浙江及上海)地區提供上午下單當天到貨及下午下單隔日到貨的半日配服務，並提供全大陸 221 個主要城市當日送達服務。

4. 收費標準

代辦報關及檢驗費用+倉租及人工作業費用(實報實銷)+處理每張訂單費用(利潤)，收費標準貼近作業成本。

(三) 營運策略：

費舍爾公司認為單一倉儲與其他業者相較並無太大優勢，因此，將倉儲作業本身視為基本服務，收費標準貼近作業成本，利潤及優勢主要來自於提供中國大陸及海外各倉串聯發貨服務與相關的衍生性物流服務，包括：商品從製造商到消費者的傳遞過程中所有活動、大數據分析及供應鏈金融服務等。





## 二、 浙江統冠物流發展有限公司

### (一) 公司簡介

統冠物流發展有限公司於 2007 年 12 月 26 日正式掛牌，是由台灣統一集團旗下專責冷鏈物流之統昶行銷與杭州祐康食品集團共同投資而成立，總部設於杭州市江干科技經濟園區，透過冷鏈專業及多溫層食品物流專業成為大陸華東地區第一的第三方低溫物流服務品牌。

### (二) 營運概況

#### 1. 統冠物流中心第一期

於 2008 年 4 月份正式啟用，基地 5,000 平方公尺，是大陸目前唯一 18 公尺高之窄巷道(VNA)冷凍庫，儲位 8,088 板，日進出貨量可達 2,000 板。

#### 2. 統冠物流中心第二期

於 2009 年 6 月營運，地點相鄰第一期，基地 5,000 平方公尺，21 公尺高，擁有多種溫控設計(18°C、5°C、-25°C)，儲位 7,000 板。

3. 現場以多層隔間保持流通與乾燥，極低能源損耗是最大亮點。

4. 使用臺灣先進技術，導入倉儲管理系統(WMS)、無線射頻(RF)系統及電子標籤系統(DPS)，實現不同客戶多溫層的服務需求。

#### 5. 運輸配送

配備 60 輛各式大小噸位冷藏車輛，配送範圍涵蓋杭州市週邊 50 公里與浙江省二三級城市的大賣場，日配送能力達 230 家超市賣場門市。





### (三) 營運策略：

#### 1. 提供量身訂做物流服務方案

提供倉儲、運輸、配送、加工等綜合物流服務。可因應客戶多元化的需求，提供全年無休、日夜配送、多頻率配送、特殊時段配送、定點定時配送等各項服務。

#### 2. 業務創新服務

引進「代辦進口」，提供進口商品一條龍服務，包括通關、倉儲、款到發貨等，賺取代辦手續費，增加物流收入。

#### 3. 與同業合作互利

統冠物流公司認為淡旺季業務量落差大、運營成本高是冷鏈物流普遍存在的現象，這就意味著公司必須透過優化設備、改善作業流程來降成本及提升效

率，具體做做法包括通過夜配、共配，提高旺季車輛使用率；通過建立區域合作關係，提高淡季倉儲使用率；通過擴大外包，增加旺季物流資源等，以解決旺季資源不足和淡季資源閒置問題，從而降低運營成本。



### 三、阿里巴巴集團-盒馬鮮生超市電商

#### (一) 公司簡介

「盒馬鮮生」超市是阿里巴巴集團轉投資之一家生鮮實體店，於 2016 年 1 月 15 日在上海金橋國際商業廣場 B1 層開幕營業，其成立初衷是阿里巴巴集團為佈局生鮮產業、完善支付體系而設立。



#### (二) 營運概況

1. 「盒馬鮮生」占地 4,500 平方公尺，定位為精品超市，設有生鮮、蔬果、南北貨，烘培、熟食、鮮花及百貨等區，是大陸首家支付寶會員生鮮實體店，販售 103 個國家，超過 3,000 種的商品。
2. 全店導入自動化輸送系統，採用「全自動」物流模式，從前端現場採購到網路下單的後續裝箱，都是由現場的「物流帶」來傳送。消費者在門店消費，逛一圈選完貨直接透過輸送帶送到收銀台，而網路下單到裝箱亦只要 10 分

鐘就可以完成。

3. 由於網路下單是直接從現場揀貨、包裝及出貨，因此消費者無論在實體店購買還是透過網路上購買，都是來自門店貨架上的貨，並無差別。
4. 網路下單時間從早上七點到晚上九點，實體門店營業時間從早上九點到晚上十點，無論是網路上或是實體店面均可滿足消費者生活習慣。
5. 生鮮食品出貨時，先放入專用保溫袋，透過自動傳輸系統把商品傳送到後台合流區，裝入專用的配送箱，用垂直升降系統送到一樓出貨。物流配送全部自營，覆蓋周圍5公里利用機車運送，不收運費且保證半小時內送達。

### (三) 營運策略

1. 採會員制並以支付寶為唯一支付工具

在概念上盒馬鮮生以「支付寶會員專屬名店」的形式誕生，消費者到該店消費必須成為會員，其次開發手機APP，並以支付寶為唯一付費方式，因此該公司可以完全掌控實體店面端消費數據，獲取龐大客戶資料並用以行銷，並且增強用戶在支付寶與盒馬鮮生間的流動性。

2. 線上到線下(O2O)經營模式

門店整合銷售、展示、倉儲、加工以及分揀訂單等功能為一體，消費者可以在店裏購買還可以APP下單，半個小時送到家，實現多管道銷售和交易模



式。

### 3. 代工及加工服務

店內開設了曦牛海鮮餐廳，用戶選購海鮮後可以現場製作，提供傳統生鮮超市不提供的店內就餐服務和代工加工服務(超市+餐飲)。另外，在超市就餐區還設置微波爐和洗手臺，方便顧客購物後用餐，這些增加體驗的細節，讓消費者有了更多逛店理由，也讓店內生鮮產品有了更多銷售出口。

### 4. 商圈設定及物流配送

基於物流成本、配送效率及客戶口碑考量，將客源鎖定在門店 5 公里範圍，並以速度搶佔商機，提供了當日 14 小時(上午 7 時至晚間 9 時)線上購貨，當日購貨後半小時送達，完全符合大陸一線市場消費者的生活習慣。



## 四、SKU360 華東一號基地物流中心 (場內禁止拍照)

### (一) 公司簡介

SKU360 華東一號基地於 2014 年 7 月在上海松江正式啟用，由上海杜隆實業集團投資建造，交由旗下上海威吾德資訊科技有限公司經營，是目前亞洲日訂單處理能力最強的自動化物流配送中心。



### (二) 營業概況

1. SKU360 華東一號基地占地面積 2 萬平方公尺，倉庫高度 24 公尺，投資 8 億人民幣建置自動倉儲設備，包括 AS/RS 及 Miniload 等。
2. SKU360 擁有 10 萬立方公尺儲存空間，50 萬種庫存單位(SKU)管理能力以及 20 萬日訂單處理能力。
3. 該公司目前營業狀況，庫存 23 萬件、3 萬庫存單位(SKU)、平均庫存深度 80 個/SKU、訂單數 2,800 單/天、1.4 件/單、周轉天數 30 天。
4. 倉儲作業除了收貨、換箱和包裝等工作外，所有工作包括上架、補貨、揀選、複核、秤重、打單等幾乎都是自動的，訂單處理所需人力僅為傳統倉儲

的 20%，人工操作導致的差錯率也因自動化技術的引入接近於零。

5. 在軟體系統方面，透過倉庫管理系統(WMS)、運輸管理系統(TMS)、訂單管理系統(OMS)、客服、結算等系統的整合，在實現第三方倉庫儲存、接單配送之外，還能幫助客戶即時監控庫存及訂單狀態、配置最佳運輸線路、實施最佳庫存管理，節省物流成本。

### (三) 營運策略



#### 1. 「通過式倉儲」模式

SKU360 公司認為傳統商業倉儲，重點在儲存而非流通，主要著眼於貨物的安全保存。現今電子商務處於競爭激烈時代，為提升物流作業效率，應將傳統商業倉儲改造為通過式倉儲，本質上是分揀中心加臨時倉庫，以提高貨物流動性，因此要配備高速、高效的物流設備。

#### 2. 以完成訂單數量收費

收費模式也跟傳統倉庫不同，不是按照倉儲面積和天數收取租金，而是按照實際訂單完成數量進行收費，揀選越多收費越高。按照實際訂單完成數量進行收費表面上看似成本較高，但因提高配送效率並降低出錯率，更能降低客戶因出貨錯誤造成的成本浪費。



3. 提供融資服務

進駐企業如有融資需求，可以用倉庫商品抵押，由 SKU360 母公司杜隆實業集團提供短期資金週轉或金融貸款服務。

4. 提供免費倉庫管理系統

SKU360 提供免費倉庫管理系統(WMS)，協助進駐企業處理後端倉儲、庫內作業、物流發貨等工作，以增加客戶黏著度。



## 五、唯品會昆山華東物流中心 (場內禁止拍照)



### (一) 公司簡介

唯品會成立於 2008 年 12 月，由廣州唯品會信息科技有限公司經營的一家電商網站平台，以銷售服裝、化妝品為主，兼具發展小家電、玩具、日用品等其他多種商品的銷售。總部設在廣州，在上海、北京、成都、武漢分別設立有分公司或者物流倉庫。2012 年 3 月 23 日在美國紐約證交所上市，成為中國華南地區首家上市的電子商務企業。

### (二) 營業概況

1. 唯品會華東物流中心占地面積 220,011 平方公尺，倉儲面積 115,000 平方公尺，園區工作人員約 2,000 人，服務範圍涵蓋山東、江蘇、安徽、江西、浙江及上海六省市。
2. 合作品牌超過 10,000 個，現有會員 5,000 萬人，每日上網瀏覽次數 1,000 萬以上，重複購買率 70%，活躍用戶近 1,000 萬人，並形成以廣州佛山、蘇州昆山、天津武清、四川簡陽、湖北鄂州五大物流中心為核心的物流網路。

3. 唯品會對於物流各項流程秉持著精實的態度，進入倉庫前需要經過嚴格的安檢及登記，進貨品管要求工作人員對每一箱商品進行逐件掃描驗貨，同時根據 SKU 進行收貨分揀，每個 SKU 都有一個綁定條碼的物流箱，負責上架的人員只須掃描條碼即可將貨品放置到相應的貨架上。



4. 訂單下來後透過 EIQ 分析對訂單進行組合，透過系統分析使每位揀貨員揀貨均為最短距離。據瞭解，每位揀貨員每個月能夠完成 1,200~1,500 單的揀貨數量，揀貨失誤率在萬分之 3。
5. 與其他物流中心不同的是，唯品會要求每件商品出庫時必須經過嚴格的品質稽核，強調給每一件商品做『體檢』，以確保品質。
6. 提倡員工積極表達改善流程方案，當日參訪即見唯品樓入口放置一大型立牌，舉辦「微課制作大賽」，提供獎金吸引員工激發想法，只要是符合工作技能、業務知識、企業文化等都可以多種形式(PPT、FLASH、影片)呈現作品，個人團體均可報名，透過內部眾多員工智慧發想，進而對企業多方面向加以改善。



### (三) 營運策略

#### 1. 定位為線上名牌 Outlet

率先在中國大陸開創線上『名牌折扣+限時搶購+正品保障』業態模式，區分出唯品會與其他電商的與眾不同，也造就了與此種「特賣模式」搭配的「寄售模式」。

#### 2. 提高商品周轉率，降低庫存

唯品會物流中心運作採計劃性銷售入庫，將庫存量及儲位容量做最有效規劃管理，同時以限時限量特賣的商業模式快速處理過季商品並迅速降低庫存，據統計每 8 天左右商品會全部周轉一次。

#### 3. 共榮互利建置物流

唯品會本身為購物網站，但在天津、廣東、江蘇、四川，湖北建置五大倉儲中心，分別服務華北、華南、華東、西南及華中地區的顧客，避免貨物從同一庫存調用而致到貨速度減慢。

末端配送全部外包辦理，但以自行開發之資訊系統全程視覺化追蹤，從而保證商品安全和配送服務品質；透過談判方式獲得更好運費，使倉儲物流成本

占比，由上市時的 18% 降到現在的 10%。



## 六、上海跨境通國際貿易有限公司（場內禁止拍照）

### （一）公司簡介

上海跨境通國際貿易有限公司（簡稱“跨境通公司”）於 2013 年 9 月 10 日由東方支付公司投資成立，為中國（上海）自由貿易實驗區首批 25 家人駐企業之一，也是中國第一家經政府審批的海淘(海外代購)網站平台。



### （二）營業概況

1. 場地約 16,000 平方公尺，目前有 400 多家客戶，60%貨量發往江蘇、浙江、山西及上海，40%發至北京、東北。每日結單 2 次，單筆訂單處理時間約 4 分鐘，下單到出貨時間約 2 小時。95%訂單都可於 24 小時內配達。最大單日作業能力 15,000 單，平時 5,000-8,000 單，淡季 3,000 單，雙十一 3 天約 45,000 單，平均 1 張訂單 4 件品項。目前現場作業人員為 116 人。
2. 網站平臺為消費者提供全球網路直購功能。也因此跨境通僅做購物平台，並無自有商品。跨境通客戶的商品全部進跨境通倉庫，僅有客戶網上選擇直郵才是透過進口商直接郵寄給客戶。

3. 網站平臺為進駐廠商提供備案服務、商品交易、導購和推廣服務、通關服務、跨境資金結算服務。
4. 網站經營商品包括服裝、服飾、嬰幼兒用品、3C 電子產品、化妝品、箱包等六大類，定位在中高端。現已經有 CK、Coach、Burberry 等國際品牌入駐這個平臺。
5. 跨境通為合作廠商各類商品的進境流程提供倉儲服務和報關報檢服務，內部設有海關查驗區，海關人員駐廠，並與國際、國內知名物流企業合作，確保快遞配送服務品質。
6. 跨境通於浦東機場自貿區內搭建了跨境貿易電子商務的專業倉儲設施，實施 3 單合流(訊息流、金流、物流)的模式，客戶下單，訂單訊息、支付完成訊息、運輸配送訊息均立即傳輸至海關，三方訊息均符合海關就會放行，加速通關速度。

### (三) 營運策略

#### 1. 與上海自貿區合作

跨境通物流中心基本設備均為傳統設備，一般料架儲存貨品，自動化程度低，優勢在於與上海自貿區合作，簡化許多進出口通關流程，提升效率並降低成本，背後又有龐大的東方支付與外匯管理局、合作銀行、境外店家、收單機構進行金流與信息的傳遞，提升通關速度與便捷了各個環節金流的程序，迅速提升客戶的信賴度，強化了倉儲業務的穩定成長。

#### 2. 建立服務平臺

目前海淘採取少批量物品入關，轉貨物商品為個人商品方式，賺取一定服務費或物流費用來盈利，這種方式是游走於漏稅灰色地帶，中國海關最近已進行稅制改革提高行郵稅，以杜絕海淘管道。跨境通最大創新在於物流上採用上海自貿區的「倉儲保稅進口」模式，通過建立大型海淘電商平臺，規範海

淘行為、降低物流和通關等高額成本，有利進駐廠商增加商品競爭力，進一步開拓中國龐大消費市場。對消費者而言，跨境通可以保證貨物來源是國外，避免消費者買到假貨的風險，每件進口商品都加註中文說明，並清楚地標明商品本身的價格、進口關稅和物流費用，使消費者對支付價格結構有清晰的瞭解，而且消費者只需支付人民幣，避免了兌換外匯的麻煩，完成訂單後跨境通網站還會提供繳納進口關稅的繳稅憑證。





## 參、考察心得與建議

### 一、物流中心比較表

參訪公司	費舍爾物流	統冠物流	盒馬生鮮	SKU360	唯品會	跨境通
營運型態	跨境電商 整合型物流	冷鏈物流	超市電商	百貨零售	電商平台	電商平台
儲存模式	傳統 + 自動化	傳統	店面擺設	傳統 + 自動化	傳統	傳統
業務範圍	國內 + 國外	國內	國內	國內	國內	國內 + 國外
自動化程度	高	低	低	高	中	低
自有車隊	無	有	有	無	有	無
支付模式	一般支付	一般支付	綁定 支付寶	一般支付	一般支付	透過 東方支付
自有平台	有	無	無	無	有	有
政府合作	有	無	無	無	無	有
指標客戶	京東 天貓	Walmart	阿里巴巴 集團	聚美優 品	唯品會 平台	跨境通 平台

## 二、參訪心得

此次參訪大陸物流相關企業，我們可以發現幾個特點：

1. 資訊平台是串連所有物流活動的主軸：各家倉儲物流公司從基本的倉儲設備一直到高科技的自動化設備，建置硬體設備技術已相當成熟，質與量亦大幅成長，物流作業流程不斷的優化，各環節導入最新的物流技術(多層穿梭車搭配貨到人技術、語音揀選技術、不受貨位限制的複合存儲技術、電子標籤揀選技術、自動機械手臂搬運堆疊技術...等)，營運的全面佈局也是目前趨勢，但各個單一功能不斷強大的同時，資訊就成為最重要的核心，透過建立電商平台成為所有銷售商業行為的開端，持續不斷的增加銷售流量，再透過各種管理系統(訂單管理系統 OMS、倉庫管理系統 WMS、倉庫控制系統 WCS...等)讓所有的環節因為訊息的傳遞及透明化，增加作業效率、提高消費者的信心及忠誠度、揀少錯誤率，最終達到成本降低、利潤提高、市場擴大。
2. 中國政府政策的推動：2008 金融危機後，電商產業的崛起，電商每年的交易額幾乎都以 30%以上在增加，大陸政府對於跨境電子商務給於高度的支持，相繼開放電子商務試點城市，更進一步設立了跨境電子商務綜合試驗區，除了協助企業發展新種商業行為，更透過徵收關稅增裕國家營收。政府政策給予企業許多輔助與優惠條件，因此許多優質企業能夠順應政府的政策提供新的因應方案，幫助電商快速享受優惠政策。對於國家政策做出快速反應的優質企業更能茁壯，並藉此淘汰許多無競爭優勢的小型企業。
3. 新的物流思維推陳出新：我們可以發現當物流產業持續發展，交易規模逐漸擴大，獲利提高的情況下，企業將會產生新的思維與創新，盒馬鮮生即是最好的例子。突破傳統產業的框架，將最貼近民生的產業導入新的設備與作業模式，結合資訊與金流，試圖以新的商業模式增加營收，擴展商業版圖。

4. 物流的服務範圍擴大：隨著時代的演變，物流不再只是傳統的倉儲或運輸，隨著需求的提升，現代的物流企業提供倉儲配置及規劃、作業流程控制、成本效益分析、系統開發、風險評估、第三方監管，甚至到報關報驗服務，全方位的運作，替商業模式提供了一體化服務，有效的提高效率降低成本，物流業不再僅僅是儲存貨物與配送貨物，而成為一種智慧型行業。

### 三、建議事項

透過此次的參訪，應用在郵政上，提出幾點建議：

1. 自動化設備並非必要性。透過參訪，導入大量自動化設備的僅 SKU360 華東一號基地，其餘的企業僅配備低量的自動化設備，即便是去年營收已超越新台幣 400 億的唯品會，現場也僅配置了輸送帶及包裹分揀系統，導入合適的系統與設備，一樣可以為企業帶來極大化的利益。
2. 外包人力的充分利用。據了解，大陸物流人力大部分均採用外包人力，透過外包人力可以降低和控制作業成本，節省許多不必要的人員費用，並將郵政內部員工用於重要業務，專心發展核心專長。另外，對物流業而言，有些會受到季節性的影響，有淡、旺季之分，透過外包，就可以減少數量變化上所產生的風險，將一部份的投資和風險轉移到外包商身上。除了節省經理人管理組織的問題，還可以加速企業改造，精簡組織。
3. 擴大郵政平台功能。目前本公司擁有郵政商城平台，透過 APP 我們也可以獲得商城資訊，但是仍擁有相當大的改善空間。透過商城購物，提高員工及民眾持續消費的意願，「加強平台功能」為首要條件，功能豐富系統強大，吸引的消費者自然多。除導入優質的廠商進駐，提供高品質產品外，支付功能完善、配送效率高、誘人的消費回饋、強大的客服功能等，藉以強化本公司電商平台的發展與郵政既有業務結合，並發展創新業務。
4. 郵政物流園區綜合性發展。本公司對於物流園區規劃係以 5 棟建築物為主體，建物各自分開。但就現今商業模式發展來看，商業行為勢必互相結合與

支援。不僅僅是物流中心產出的貨物可以透過作業中心進行發貨配送，物流中心亦可以成為工商中心入駐廠商的備貨基地。透過工商中心多元化的經營，無論是商品銷售、金融支付、報關行、客服、展覽、行銷廣告、電信、物業管理、旅遊觀光…等，均可以透過園區與其他中心(物流、作業、資訊、訓練)互相串連結合，形成龐大的網路，強化園區功能，使郵政物流園區與一般業界形成緊密的共同體，共榮互利。

5. 郵政與一般企業的不同在於公務機關相對於一般產業較為穩定與舒適，員工大多安於現況、墨守陳規。為了適應訊息萬變的時代，應仿效業界鼓勵員工積極提出改善與創新方案，透過舉辦比賽提供誘人獎勵，針對郵政體系各個面向提出業務改善、業務創新，以郵政 25,000 多名員工的腦力激盪，增加員工對公司的向心力共同追求進步，進而提高效率增裕營收。

●費舍爾物流科技中心



費舍爾集團於寧波保稅區進行簡報-1



費舍爾集團於寧波保稅區進行簡報-2



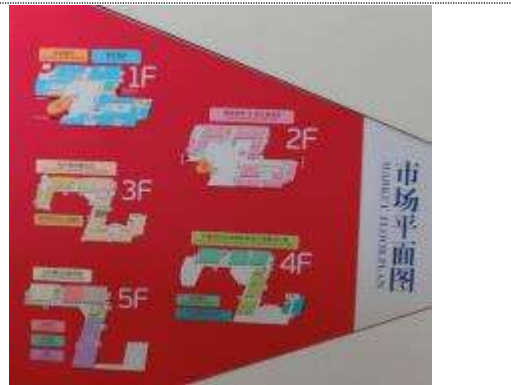
寧波保稅區進口商品門市-1



寧波保稅區進口商品門市-2



寧波保稅區進口商品門市-3



寧波保稅市場平面圖



費舍爾倉儲出貨查驗區



費舍爾自動化設備

●浙江統冠物流中心-1



統冠物流中心大門-1



統冠物流中心大門-2



統冠物流中心簡報-1



統冠物流中心簡報-2



左側進出貨碼頭·右側為冷倉庫門



大家著裝準備進入低溫庫房



高存取貨架



高架存取機

●浙江統冠物流中心-2

	
<p>充電區</p>	<p>進出貨月台</p>
	
<p>消防逃生示意圖</p>	<p>監控系統</p>
	
<p>落地冷藏區(蔬菜)</p>	<p>落地冷藏區(蔬菜)</p>
	
<p>低溫設備</p>	<p>棧板儲存冷凍食品</p>

●浙江統冠物流中心-3



冷凍區出入口



可移動儲存貨架-1



可移動儲存貨架-2



可移動儲存貨架-3



可移動式儲存貨架-4



統冠自有車隊



統冠進出貨月台-1



統冠進出貨月台-2



● 阿里巴巴集團-盒馬生鮮超市電商-1

	
<p>電子支付購物流程</p>	<p>盒馬生鮮門市入口</p>
	
<p>盒馬生鮮產品-1</p>	<p>盒馬生鮮產品-2</p>
	
<p>盒馬生鮮產品-3</p>	<p>盒馬生鮮產品-4</p>
	
<p>盒馬生鮮產品-5</p>	<p>產品標籤上條碼與編號</p>

● 阿里巴巴集團-盒馬鮮生超市電商-2



員工撿貨包裝-1



員工撿貨包裝-2



貨放入冷藏袋



掛上輸送帶送至後端準備出貨



貨物沿著輸送帶運送-1



貨物沿著輸送帶運送-2



貨物沿著輸送帶運送-3



貨物沿著輸送帶運送-4

●SKU360 華東 1 號基地(內部禁止攝影)



SKU360 廠區外觀-1



SKU360 廠區外觀-2



SKU360 廠區外觀-3



SKU360 廠區外觀-4



SKU360 會議室簡報-1



SKU360 會議室簡報-2



SKU360 會議室簡報-3



SKU360 會議室簡報-4

●唯品會-1(場內禁止攝影)



唯品會華東運營總部外觀-1



唯品會華東運營總部外觀-2



唯品會華東運營總部外觀-3



唯品會華東運營總部外觀-4



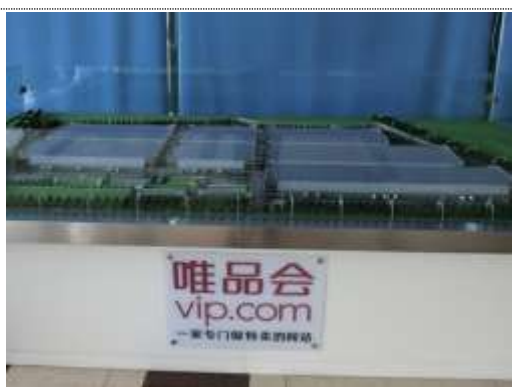
唯品會華東運營總部外觀-5



唯品會華東運營總部外觀-6



唯品會華東運營總部廠區配置模型-1



唯品會華東運營總部廠區配置模型-2

●唯品會-2(場內禁止攝影)



唯品會華東運營總部行政大樓-1



唯品樓前大陸參訪團合照



唯品會華東運營總部行政大樓-2



唯品會華東運營總部行政大樓-3



唯品會華東運營總部出入口進出管制



唯品會自有車隊



唯品會送往安徽山東江西貨物(不使用籃車)



唯品會激發員工創新改善活動

●上海跨境通(場內禁止攝影)

	
<p>上海自由貿易試驗區出入管制</p>	<p>上海自由貿易試驗區大樓外觀</p>
	
<p>上海跨境通建築外觀-1</p>	<p>上海跨境通出貨碼頭(車輛暫停)</p>
	
<p>上海跨境通建築外觀-2</p>	<p>上海跨境通建築外觀-3</p>
	
<p>上海跨境通迴旋車道-1</p>	<p>上海跨境通迴旋車道-2</p>