

# 关于互联网+经济问题方面的创新研究 ——以快递物流方面为例

葛稳 金欣 蒋杨芸 刘训政

(江苏大学 江苏 镇江 212013)

**摘要:** 随着互联网的成熟,网上购物已成为人们生活中不可或缺的购物方式。而当前,中国快递领域的包装材料主要集中在塑料袋、封套、胶带等材质。随着快递包裹数量不断增多,这类包裹在一定程度上造成了资源浪费和环境污染的后果。所以我们团队准备将互联网和当下的新型可循环快递包裹结合,从环境效益出发,减少资源浪费与环境污染。

**关键词:** 互联网+; 互联网经济; 物流; 环保

## 1.1 项目概述

本项目是基于当下一种新型的可折叠、充气的新型快递包装箱的出现而开始,首先我们需要利用互联网设计一个APP应用,应用中可以向淘宝电商等消费者或是一些专门的快递点销售这种新型的快递包装箱。将这些快递包装箱应用在需要运送的快递上,并在每个快递点设立专门的回收点,可以通过收集返现或者是积分提现机制鼓励所有取快递的消费者将自己的快递包装箱回收回到快递点。

快递箱上可设置二维码注册,通过回收快递包装箱的数量来计算返现的额度,数量越多,自然也可以获得一定的收益。快递包装箱虽然可以重复使用,但是这种使用是有限制的,面对破损严重的进行再次回收制作,快递可以隔一段时间在APP上下订单,购买新的快递包装箱。如果消费者希望使用新的箱子,可以直接使用当初扫码注册的账号在APP上下订单,可用返现金额抵消新的快递包裹的花费。

## 1.2 项目服务及业务简介

### 1、项目运营后的APP维护服务

APP设计需要专业的互联网知识人才设计,由于我们都是初创者,对于该行业的不了解,可以设置留言专栏,广泛征集客户对APP的意见或者是有效建议,针对这些意见进行修改和日常的运营维护,保证APP服务器是可正常使用的。

### 2、项目中期的快递点回访服务

快递点使用的这种新型的可循环使用的快递包装箱,但是快递包装箱在长久的使用之后会变得破旧甚至是损坏,我们需要在项目初运营期经常回访各个快递点,预测每一个快递包装箱的使用寿命,并将已经报废的快递包装箱再次回收,进行第二次制作。

## 1.3 发展规划

### 1、发展方向

由于当下的快递物流业的迅速发展,快递包裹数量巨大,在一定程度上造成了资源浪费和环境污染的后果,准备通过互联网和当下的新型可循环快递包裹结合,在未来可以减少资源浪费和污染环境的行为,项目开始初中期供应量较大,后期会有更长使用寿命的快递包装箱出现而慢慢减少供应量。

### 2、项目的重点与核心

重点做好前期的宣传和售后服务,赚到良好的口碑,提高APP的知名度,发展更多的客户使用新型的快递包装箱,通过APP知名度和适用范围的扩大,提供优质的维护和后期回访服务,积少成多,从而获得相应的利益为核心。

### 3、市场及前景

目前的市场上暂时还没有与此相关的项目出现,对本项目的发展十分有利,没有多少竞争对手,而且当下的快递业上至老人下至学生,几乎囊括了所有年龄段的人,我们应该积极发挥这些优势,抢占大部分市场份额。

### 4、实施的具体步骤

首先做好前期的宣传工作,可以主动到快递点宣传,与快递公司合作,得到一定的知名度和认可之后再进一步的宣传,做好售后工作,得到第一批客户之后再开始占据市场份额。

### 5、相应的配合部门

可以借助学校的力量,现在学生中宣传,利用学校学生会或者是创业基地有关部门来帮忙宣传。

## 1.4 风险分析

内部需求风险分析 快递包装市场虽提高了发展速度以满足快递

的爆炸性流量的需求,但是快递包装的回收利用及包装物绿色化却迟迟没有得到相应的发展。类似的快递包装物模式虽不乏可陈,例如1号店以积分奖励的形式兑换顾客回收包装物的数量,然后采用积分换购商品、参与抽奖、抵扣用券的机制鼓励消费者加强回收利用意识,并主动告诉消费者这一活动的存在,在某种意义上不仅刺激消费增长收益,降低了运营成本,更是在电商公益和社会责任方面做出了表率,但是考虑到其销售类型、模式和规模的局限性,并不能满足其他领域快递行业包装回收的要求,尤其是其规模,在某种程度上,虽然形成了一定的规模经济,但是初期员工培训、包装物回收分类、再生利用等一系列初期成本较大,需要经过一定时期的发展才能拥有规模效益,因而专业化的包装物回收平台就如同专业化的快递物流一样重要,需要机械化、人工智能化、体系化的专门企业经营管理,以期获得较大的规模效益。然而现实市场趋于空白,个别成功案例不能适应多样化需求,市场进入门槛低,竞争尚未形成。

**外部市场风险分析** 网络电商平台的飞速发展产生并刺激了快递包装的巨大的产量和浪费。据有关数据显示包裹垃圾增量成为近几年城市生活垃圾增量的主要因素,大中城市电商包装垃圾占清运生活垃圾增量85%,面对如此严重的事实,包装的绿色化成为亟待考虑的突破点。此类新兴行业若能够取得成功,将对社会经济、生态做出贡献,很有可能得到政府的扶持和鼓励。

虽然市场接近空白,抢占时机便意味着抢占商机,同时对环境保护做出了贡献,但是由于此类商品技术水平要求以网络平台的形式呈现,行业进入相对来说较为容易,可模仿程度高,相关法律尚未健全,专利保护性不强,短期内容容易出现激烈竞争且同质化现象严重,拉低整体利润水平,初期很有可能出现类似于共享产品全线亏损、孤军奋战的情况。

提高产品的技术难度,增加技术投入,同时注重专利的申请与保护,率先抢占市场份额并形成规模效益,以在前期就提高市场进入的门槛,减少行业竞争和价格竞争带来的损失。

由于互联网行业的进入弊端,企业在进入时往往需要损失甚至亏本以立足,而后才能产生效益,同时政府对此类行业的行业扶持和互联网投资的虚拟性和实体性相结合的特点,前期投资相较于正常的生产化企业趋于低成本,但是经常陷入资金周转的难题,资本退出较为困难,全身而退更是不适合此类行业,因为投资风险较高,风险资本退出较难,失败的话损失较大,所以当行业刚刚兴起时,可以考虑将这种新技术出售给能力更强的互联网公司,以期获得稳定的资本和技术投入,从而在新兴市场形成垄断势力。

## 参考文献:

- [1]马越. 互联网经济估值研究[J]. 科技与企业(1):19-20.
- [2]郭靖玮. 互联网经济下的实体经济发展研究[J]. 现代商业.
- [3]刘丽伟,高中理. “互联网+”促进农业经济发展方式转变的路径研究——基于农业产业链视角[J]. 世界农业(12):18-23.
- [4]邵骏. 服务业市场结构与制度环境对产业结构服务化的影响研究[D]. 暨南大学, 2014.

## 作者简介:

- 1.葛稳(1997.09.12),江苏徐州,本科
- 2.金欣(1997.09.09),江苏淮安,本科
- 3.蒋杨芸(1997.12.22),江苏常州,本科
- 4.刘训政(1998.02.28),江苏盐城,本科