Lecture01

便利達康→通路服務業者

便利達康股份有限公司為三家連鎖超商及泰山企業所投資，針對連鎖超商提供服務或擴展商機為第一要務，公司發展方向應與實體通路結合，所以公司定位為「通路服務業」。『THE LAST MILE OF E-COMMERCE』與『通路的補給站』為我們努力的目標。

我們強調建立『公共平台』，就是希望建立一個公平的交易環境，不管是在網路商務還是一般商品，都是一樣的，我們不願見到一個互相採取限制、互相牽扯，以廠商利益為依歸，而不是以消費者為念 ；所以我 們提出『開放平台、公平競爭』為我們的經營理念，希望建構一個公平的經營環境。

「便利達康」董事長由四家法人代表輪流擔任，經營團隊由四家創始股東指派學有專精的同仁加入工作團隊，逐步發展、擴充相關部門單位，再廣徵事業團隊成員。

便利達康提供全家、OK、萊爾富三家超商為主要店配服務取貨通路的物流服務，若是您的商品或賣場有需要此類的電子商務服務，我們所能帶給您的，不只是一個開放的物流平台，而是更多無限的網購商機。

Lecture02

黑貓宅企業介紹



1999年10月統一集團與日本大和運輸株式會社簽訂技術合作契約，正式將「宅急便」服務引進台灣。2000年10月6日，黑貓宅急便在台正式營運。

黑貓宅急便一開始的服務範圍僅有桃園以北，第一天營運僅有54件包裹；而到了2005年，黑貓宅急便已經傳遞超過五千萬個包裹，澎湖、小琉球、小金門等離島，也可以方便輕鬆的寄送黑貓宅急便，人和人有形的距離不再是問題，透過黑貓宅急便，為消費者提供便利的生活，成為人和人之間溝通的橋樑。

而黑貓宅急便親切有禮的SD，也成為黑貓宅急便的正字招牌，整齊畫一的制服、親切有禮的服務態度，帶領著運輸界「服務業」意識的抬頭；365天全年無休的服務，不管颱風下雨、依然堅守崗位；只要有門牌地方，黑貓宅急便都會去! 這是黑貓宅急便矢志成為社會公器，善盡社會公民責任的使命。

隨著商業型態的多元化，包裹的兩端除了商家和消費者之外，更多時候，是媽媽寄肉粽在台北唸書的兒女、作孩子的寄補品給住在鄉下的老人家，以及節慶時的禮品往來：高清愿總裁所說「人在家中坐，貨從店中來」的創新和變革，透過黑貓宅急便，不僅創造出新的「鮮食文化」，更逐漸改變消費者的生活型態。

黑貓宅急便各項服務為消費者創造另一個新的消費平台，為整個社會帶來生活方式的變革，傳遞感動與分享，聯繫包裹的兩端，黑貓宅急便稟持的「小心翼翼，有如親送」的信念，提供您最貼心的服務。

黑貓宅急便瞄準，個人配送市場

<http://www.bnext.com.tw/article/view/id/24831>

宅急便、客樂得雙璧合一 物流、金流創新整合

<http://www.logisticnet.com.tw/epaper/pdf/39-a.pdf>

台灣宅配通

<https://www.youtube.com/watch?v=SBcYnGZJuZI>

宅配通2013企業簡介

<https://www.youtube.com/watch?v=wOTdCxuf84k>

宅配通掛牌漲5成 台物流競爭白熱化

https://www.youtube.com/watch?v=-\_xlnGcqwYc

**物流服務介紹：**

1.提供同縣市二小時特快車的物流配送服務，  
　（偏遠地區、山區及外島除外）。  
2.運輸配送服務：    
　長途移運、短途配送、宅配安裝、B2B專車配送服務。   
3.倉儲理貨服務：   
　進貨卸櫃、揀取分類、倉儲保管、流通加工。   
4.支援服務：    
　資訊情報整合、貨物追蹤 。   
     

Lecture03

農學南崁物流中心

<http://www.3pl.com.tw/introduce.htm> 內有詳細資料

『資訊共享、物流共同化』共創出版產業物流新契機

起源

農學南崁物流中心歷經三年規劃與籌建，於2003年1月開始正式對外營運。自動化物流軟硬體設備及整合性第三方物流資訊管理系統，建構出版品專業物流服務機制，將為台灣出版產業提供『高品質』、『準交期』、『低成本』的物流服務

籌建緣由

農學原為出版品發行公司，為提升服務品質，不斷強化商流、物流、資訊流與金流之四大機能。最近幾年台灣整個產業的改變，以出版產業而言，無論是出版、發行、或是通路，無形中增加不少物流管銷費用。再者出版品退貨率不斷地升高，因而更形成了多重資源的浪費。農學的轉型，將以「物流機能」、「資訊流機能」為未來核心競爭力。

　 轉型的第一步便是籌建具備高品質、準交期、低成本「南崁物流中心」及建構具備整合性第三方物流功能之「資訊平台」。透過共同化 (共同倉儲、共同理貨、共同配運)的理念，集合相當經濟規模的作業量，藉由物流技術與資訊管理技術的提升，為出版產業做一個有效的節流，共同降低產業物流成本。

物流服務機能

南崁物流中心具備以下三種功能：

1. 出版社的「共同倉儲功能」。

2. 「理貨功能」。理貨主要分成正物流（進貨、出貨）理貨、逆物流（退貨）理貨兩種，採以全自動機器設備作業或人工作業兩種方式，且分成B2B理貨作業與B2B2C理貨作業。

3. 「配運功能」。公司本身配送車隊，可以24小時全天候將書籍雜誌配運到台灣全省所有的零賣點，包括逆物流的運送作業。

物流中心四大特色：

　 1. 作業品質上以達到零失誤率為作業標準。所有作業利用條碼、人工通過雙重的確認，所以在作業的品質上能達到零失誤率。

　 2. 整合性第三方物流「資訊平台」，訊息及時取得與管理。

　 3. 有效提高時效，在收到訂單後的二十四小時內，將貨送到指定的零售點。

　 4. 大幅降低成本，逆物流(退貨)理貨全面採自動化作業系統，以自動化設備取代人工作業，降低成本，更可以使得委託商原本的固定費用轉化成為變動費用，提高經營績效。

物流中心優良殊榮：

物流中心採自動化物流軟體硬體與設備，建立高品質物流服務機制，於2006年3月榮獲 ISO9001-2000 年版品質管理系統認証，再於同年11月通過全國優良物流服務廠商評鑑，為台灣的出版產業提供更完善、快速、低廉的物流服務。

農學南崁物流中心品質政策：

1.顧客滿意

2.高品質、高效能

3.全員參與持續改善

各部門機能:

倉儲部門：

　 　 倉儲部門提供出版社的倉儲管理業務及理貨加工業務

→倉儲管理業務:

1.提供出版社書籍存放代管業務，以降低營業成本、精簡費用。

2.做為書店銷貨後補貨的區域，分別以重型、中型及輕型料架擺放。

　 理貨加工業務:

　 　 主要分成正物流（進貨、出貨）理貨、逆物流（退貨）理貨兩種，採以全自動機器設備作業輔以人工作業兩種方式處理。

　 運輸部門：

　 　 運輸部提供委託商北區配送服務及中南區運輸服務

→北區配送服務：

配送區域以大台北地區(含台北縣市、桃竹地區、基隆市區)所有委託商指定配送的書店、學校、公司行號等等均為服務對象。

→中南區運輸服務：

運輸區域以委託商指定分發配送的所有北、中、南部各盤商及中南區書店為主要服務對象。

整合性第三方物流資訊系統

　 除內部使用的專業第三方物流資訊系統,另外可免費提供委託商簡易線上系統,可直接遠端操作,模組包括進貨、退出、銷貨退貨模組、行銷管理、價格表管理以及即時物流費用計價等分析報表模組。

針對委託商的自有系統,亦可進行各種電子資料拋轉,省時又省力。

Lecture09

誰是 FedEx？

FedEx Corp. (NYSE：FDX) 為全世界的顧客及公司提供各種運輸、電子商務及商業服務。公司年營收達 450 億美元，在各自所屬的 FedEx 品牌下透過營運公司整合競爭並統合管理，提供整合式商業應用。FedEx 長期受到肯定，為全球最受尊崇及信賴的公司，激勵著超過 300,000 名團隊成員，持續「專心致志且正面積極」將重心放在安全性、最高的道德及專業標準，還有客戶及社群的需求上。

# FedEx 的資料

 FedEx Express 是全球最具規模的快遞運輸公司之一，提供快速且可靠的快遞服務，範圍包括全美，還有全世界超過 220 個國家及地區。FedEx Express 運用全球的空運及陸運網絡，快速遞送具時間緊迫性的貨件，通常在一或兩個工作日即可交付，且保證準時送達。

FedEx Express

FedEx Express 提供快速且可靠的快遞服務，服務範圍涵蓋全美，還有全世界超過 220 個國家及地區。FedEx 運用全球的空運及陸運網絡，快速遞送具時間緊迫性的貨件，通常在一或兩個工作日即可交付，且保證及時送達。

FedEx SupplyChain Global Distribution Center

<https://www.youtube.com/watch?v=Cdm2t952jYg>

See the FedEx 777 in action

https://www.youtube.com/watch?v=wiMRbCyDONA