

## 《体验店（镖局）、镖哥营运规则条例编制解释》

### 一、立法原意

本规则是“第五方物流”商业模式运营依据，也是信息平台开发原则，独缺“物流枢纽”章节及数字物流作用及服务细则，故用“体验店（镖局）、镖哥”作为规则名义，完善后再取名《第五方物流服务体系营运规则》。

“第五方物流”是互联网技术应用于传统物流行业改造及行业升级的服务模式，应该由不涉及到物流产业链利益的第三方牵头进行，也应该召集对物流产业链提效、优化及提高产业链质量的其他行业进行，“第五方物流”应该成为中国特色的物流现代化公共服务平台。

### 二、第一章节“总则”

2-1、“第一条”是陈述“数字物流”基于商业利益，承担了本应由国家政府相关部门承担的角色开展的一项有利于物流行业升级及推动物流现代化进程的经济活动，物流产业链进步需要“数字物流”服务。

2-2、“第二条”已说明了“数字物流”在“第五方物流”中角色、地位及服务宗旨。

2-3、“第三条”基本说明了本规则中各方关系。

2-4、“第四条”，“数字物流”公示知识产权归属。

### 三、第二章节“第五方物流”

3-1、“第五条”对“数字物流”提供的部分信息化模块功能进行归纳，这些“功能”在解决产业链业务中扮演信息化工具作用及诠释“第五方物流”业态定义。

3-2、“第六条”对“驿站”物流交易网进行产业链作用划定，

强调了“驿站”交易网推行 O2O 电子化物流交易平台服务模式。

3-3、“第七条”突出了“ee 动力”信息化平台的作用，强调了物流企业流程化管理的必须，特别是提出了“公共平台”是解决多企业交易、协同作业信息化解决方案。

3-4、“第八条”对“驼铃”作用进行重点描述，“驼铃”虽然是企业运营调度信息化配置，更是保险服务信息化必须，“驼铃”是移动互联网应用于物流运输生产的工具。

#### 四、第三章“体验店（镖局）”

4-1、“第九条”公示申请开办“体验店”条件及成为（镖局）的过程，具体实施办法在“同业协会约定”中制定。

4-2、“第十条”鼓励体验店服务升级，引导体验店发展方向。

4-3、“第十一条”重点引导体验店向贸易电商行业提供物流服务。

#### 五、第四章“体验店（镖局）权利与义务”

5-1、“第十二条”规定了“体验店（镖局）”与“镖哥”的业务合作关系，公示了“数字物流”可以提供他们需要的信息数据交互服务。

5-2、“第十三条”明确了所有“体验店”互为业务伙伴关系，合作关系是解决最后一公里物流服务的最佳方案，也是实现逆向物流的保障。特别鼓励个性化品牌“体验店”发展全国连锁模式，这些鼓励有利于解决物流服务规模不经济的难题，引导体验店未来通过重组、加盟等各种形式做强做大。

5-3、“第十四条”统一使用“物流链”，方便托运人区分与传统物流服务的差异，共同使用“体验店（镖局）”服务品牌，有利于快速形成品牌战略目的。

5-4、“第十五条”是对保险服务回归行业本质，理顺保险与投保人关系的重要条款，物流是高风险行业，离开合适的保险服务，导致整个行业，特别是小微企业随时处于危机状况，也是经营人员长期得不到正常生活的根本原因，物流服务责任险必须贯穿在每个物流服务标的中，这也是保险公司的社会责任。

5-5、“第十六条”是“数字物流”行使社会责任的体现，为客户成立“同业协会”，向政府申请成立“行业协会”，这是行业文明的举措。

## 六、第五章“镖哥”

6-1、“第十七条”是对赋予“镖哥”服务品牌的企业进行业务模式框架性描述，作为产业链关键环节，只要做了“镖哥”就得接受“数字物流”的监督，这样才能够保障整个产业链正常运作，“数字物流”有责任和义务对“镖哥”与“体验店（镖局）”合作契约的执行进行监督。

6-2、“第十八条”鼓励使用53尺箱式车辆，采用大功率牵引车头，实行甩挂运输这是发达国家的基本配置，也符合国家产业鼓励政策，提倡加装视频系统，这是产业链追责的有效手段，有利于运输企业进行责任管理。

6-3、“第十九条”明确了“体验店（镖局）”与“镖哥”的产业链关系，同时，“数字物流”将提供他们之间的“票据信息数据”传输服务。

6-4、“第二十、第二十一条”重点提出会员企业成立调度组织及调度基本岗位要求，尤其对“货调”岗位的工作原则进行了说明，把这些细则写入规则专门条款，主要是针对我国整体行业缺失运输教育，进行补救。

6-5、“第二十二条”专门对车调岗位的作用进行了说明，目前，运力浪费严重，空驶率极高的现状是我国运输企业长期靠经

验，不重视专业化的主要原因，列入专门条款，希望促进专业化教育。

6-6、“第二十三条”是针对我国物流园及货场建筑导致货物中转作业流程混乱的现象，专门提出本条内容，希望物流园经营者能够理解运输基本原理后进行建设。

6-7、“第二十四条”说明了物流运输企业调度组织基本岗位责任关系。

6-8、“第二十五条”强调了物流运输企业票据管理的重要性，统一了全国会员日结算时间。

## 七、第六章“镖哥权利与义务”

7-1、“第二十六条”明确了“镖哥”会员自主经营、服务定价的权利，由于运输行业服务产品很难进行标准化，所以，服务价格制定很随意，甚至见货开价，这些都是我国物流服务落后的表现之一，这个问题不解决，现代物流服务就是空谈，“五定”是现代运输企业服务产品标准，价格公示是产品化基本要求。

7-2、“第二十七、二十八、二十九条”主要说明“镖哥”经营机制及与“体验店（镖局）”合作关系，可以作为起草“代理合约、配送合约”范本的参考依据。

7-3、“第三十、三十一条”对开展甩挂运输业务后，强调了对车辆装备管理、重点提出了司乘人员的管理和教育，由于运输效率提高，司乘人员劳动强度将不断加大，车辆装备的合格及安全生产是运输企业经营者的责任，尊重生命应该是企业基本底线。

## 八、第七章“一票制”

8-1、“第三十二条”是对中国物流产业链特色“一票制”进行

诠释。

8-2、“第三十三、三十四”是对物流产业链交易双方进行责任划定说明，物流、运输行业生产管理的基本点就是理清责任方，由于国家相对法规滞后，本规则可以作为双方责任交割约定。

8-3、“第三十五条”是对国家未来物流服务需求进行战略化引导，联运制度是现代物流对运输服务质量的要求，由于中国幅员辽阔，经济格局十分不平衡，多承运人为同一物流标的服务的现象将长期存在，联运制度将是现代物流服务的里程碑，把联运制度作为本规则提出，是希望引导会员尝试。

8-4、“第三十六、三十七、三十八条”这些都是“一票制”实行后可以开展的物流附加值服务，分别列入条款，是鼓励第三方服务介入及物流服务制度建设。

## 九、第八章“保险保镖”

9-1、“第三十九条”是“数字物流”为保险行业彻底摆脱物流产业链投保人与保险公司博弈局面提供的解决方案，也是保险公司告别传统服务，迈向现代服务升级的机遇，更是保险公司在物流非车领域一次公平竞争。

9-2、“第四十、四十一、四十二条”重点说明了“货运险”、“航次责任险”的投保、核保、支付、保单发出及险种关联关系，特别提到“货运险”的信用背书作用，也引导和鼓励保险公司与投保人互动，变“博弈”为“共赢”。

9-3、“第四十三条”公示“体验店（镖局）”会员企业只能够申请一家保险公司“货运险”投保人资格申请。

9-4、“第四十四条”是公示“数字物流”信息平台开放给所有的保险公司，避免形成保险公司对“责任险”新的垄断，不利于保险服务进一步发展。

9-5、“第四十五、四十六、四十七条”是对开展“一票制”及

“五定陆航”业务时，对保险服务强制性条款说明，理由是多企业为同一物流标的进行高效联动运作时，企业经营风险已经变成了产业链风险，产业链风险必须由第三方保险公司承接，这是参与各方共同的社会责任。

## 十、第九章“营运调度管理组织”

10-1、“第四十八条”，调度组织及管理是物流、运输企业的核心部门，小微企业很容易混淆这些岗位的配置，往往靠“经验”替代，本规则作为章节提出，也是针对会员企业向规模化发展的管理指引，运输是生产，生产就得有流程，流程管理就是应对大规模发展的前提。摆脱“经验”管理就是本章节的目的。

10-2、“第四十九、五十条”主要对“货调、车调”流程岗位进行说明，会员只要编制流程就容易理解运输的运能与运力关系，也容易理解物流的通过能力等运输生产常识，这些都是对物流知识基础教育的补充，只要会员按这些条款实施，生产效率就会得到大幅度的提升。

10-2、“第五十一、五十二条”是鼓励会员利用“数字物流”提供的“信息化调度平台”上进行调度作业，“数字物流”将根据用户习惯及发展规模，循序渐进式开发适用于每个阶段的版本，供不同阶段及规模的会员使用，“数字物流”也将未来可能成立的总调组织规划通过本章节提及，总调组织对提高全体会员调度总效率，具有战略性作用意义。

## 十一、第十章“物流服务”

11-1、“第五十三条”突出了物流与运输的关系，也将“体验店（镖局）”及“镖哥”会员产业链分工进行划分，这些都是长期困扰物流服务及阻碍发展的重要因素，如果不厘清市场客观存在产业链关系，我们很容易形成一家企业试图提供产业链

服务，这种“试图”违背了科学及市场规律。

11-2、“第五十四条”把我们容易忽略的提货服务细项进行了说明，根据国内汽运现状，多次搬运作业及气候多变等造成的货损现象，这些提货服务细项都是补救措施，希望引起会员重视。

11-3、“第五十五条”重点对物流标的服务多次交易后，造成了“回单签收”及“货款代收”服务困难，也是目前物流难题，希望“体验店（镖局）”会员通过相互合作摸索出切实可行的解决方案，我们更希望有“第三方服务”介入，予以彻底解决。

11-4、“第五十六、五十七条”规则明确了货物查询服务原则，重点对目前不重视物流标的责任交割现象进行了规范说明，希望会员杜绝这方面的损失。

## 十二、第十一章“公共平台”

12-1、“第五十八、五十九、六十条”是对物流产业链上各方用户提供第三方服务的总诠释，我们把第三方服务都列入“公共平台”，其中的信息平台是这些第三方服务的技术实现手段，用规则进行理清，目的就是纠正人们对“平台”的观念局限。

## 十三、第十二、十三章“协会组织”

13-1、为会员成立“协会”组织，这是商业文明的表现，也是“数字物流”行使社会责任的举措，让会员们有代表自己利益的组织，这对他们的利益诉求、行业自律、行为规范及行业发展具有了表达的渠道，同时，对“数字物流”服务有了监督，通过“协会组织”，可以方便地举行“行业专项发展会议”及“会员大会”。

13-2、“第六十五条”对“数字物流”的“裁判”作用进行了说明，一个新型产业链服务推广，除了需要制定“行业规则”，

也需要第三方进行监督及裁定，“数字物流”具有提供“裁定”作用的客观地位，也是会员们维系和开展正常业务的需要。

#### 十四、其他

14-1、第五方物流服务体系，是支持普货物流产业链升级、优化提供的解决方案，编制“体验店（镖局）、镖哥”行业规则是为整个产业链上所有成员有法可依，有章可循，如果缺少规则，物流产业链“链”关系就难以建立。

14-2、“五定”甩挂运输及经营代理机制是我国干线运输一场革命性变更，也是一步达到发达国家的公路运输水平，这对提高我国物流现代化具有实质性进步意义，实现“五定”服务，将标志着我国公路运输现代化的到来。

（以下空白）