

第 1 章

电子商务物流概述



学习目标

- 了解电子商务的基本概念
- 描述电子商务与物流的关系
- 掌握电子商务环境下物流的作用及特点
- 预测电子商务环境下物流业的发展趋势
- 熟悉组建电子商务物流的几种方式



关键术语

电子商务, EDI, 物流, 社会物流

电商时代的物流变迁

“电商企业+自建物流园区”试运营配送中心的出现，正在倒逼传统物流产业园区加速转型，下一步，通过参股、合作或品牌、技术输出，借力电商企业一起开发物流园区，将成为传统物流产业园区转型的趋势。卓越 Amazon 在国内拥有北京、苏州、广州、成都四大运营中心，可以快速有效地覆盖几乎全国地区的卓越 Amazon 消费者，提供物流配送支持。京东商城也同样在全国筹建物流仓储基地，以解决日益增大的物流压力。

可以看出，类似卓越 Amazon、阿里巴巴集团、京东商城的“电商企业+自建物流园区”是运营配送中心的大势所趋。从目的来看，很明显，电商企业自建物流配送中心，主要还是为了提升送货的速度，弥补第三方物流的不足与企业高速发展的瓶颈。但是反过来也逼迫第三方物流适应电商“新经济”的需求，在一定程度上，正在逼迫第三方物流这类传统物流产业园区借力电商企业加速转型。

资料来源：李芸巍：《电商大时代》，社会科学文献出版社，2014 年，第 93 页。

**辩证性思考**

1. 电商企业与物流间存在怎样的关系？
2. 高效的物流系统对电子商务有何重要意义？

曾有人用“成也配送，败也配送”来形容电子商务与物流的密切关系。可以说，电子商务是信息传播的保证，而物流则是执行的保证。没有物流，电子商务就是一张空头支票。物流是衡量一个企业经济实力的重要指标。

1.1 电子商务概述

1.1.1 电子商务的概念与特点

电子商务引起人们的普遍关注，细说起来也不过是最近几年的事情。人们对电子商务还没有一个统一和规范的认识。众多的计算机制造商（电子商务的主要推动者）出于商业利益，各执一词，使得本就对电子商务知之甚少的人更是迷惑。实际上，电子商务并不神秘。它在全球各地，包括中国在内，已经有着许多成功的实践，人们可以通过这些成功的实践来了解和熟悉它。虽然人们对电子商务的概念有不同的认识，但从计算机与商业结合的角度出发，还是可以对电子商务做出一个较为科学的定义的。

综合各方面不同看法，结合我国电子商务的现状，可以将电子商务的概念做如下表述：电子商务指交易当事人或参与人利用计算机技术和网络技术（主要是 Internet）等现代信息技术所进行的各类商务活动，包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易。这里的“利用计算机技术和网络技术”和“进行商务活动”都具有丰富的含义。

1) 电子商务是一种采用先进信息技术的买卖方式。交易各方将自己的各类供求意愿按照一定的格式输入电子商务网络，电子商务网络便会根据用户的要求，寻找相关信息并提供给用户多种选择。一旦用户确认，电子商务就会协助完成合同的签订、分类、传递和款项收付等全套业务。这就为卖方以较高的价格卖出产品、买方以较低的价格购入商品和原材料提供了一条非常好的途径。

2) 电子商务实质上形成了一个虚拟的市场交换场所。它能够跨越时空，实时地为用户提供各类商品和服务的供应量、需求量、发展状况及买卖双方的详细信息，从而使买卖双方能够更方便地研究市场，更准确地了解市场和把握市场。

3) 对电子商务的理解，应从“现代信息技术”和“商务”两个方面着手。一方面，“电子商务”概念所包括的“现代信息技术”应涵盖各种以电子技术为基础的通信方式；另一方面，对“商务”一词应做广义解释，使其包括契约型或非契约型的一切商务性质的关系所引起的种种事项。如果把“现代信息技术”看作一个子集，“商务”看作另一个子集，则电子商务所覆盖的范围应当是这两个子集所形成的交集，即“电子商务”标题之下可能广

泛涉及的 Internet、Intranet 和电子数据交换（Electronic Data Interchange，EDI）在贸易方面的各种用途，如图 1-1 所示。

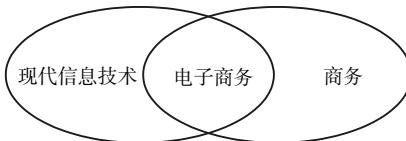


图 1-1 电子商务是“现代信息技术”和“商务”两个子集的交集

4) 电子商务不等于商务电子化。真正的电子商务绝不仅是企业前台的商务电子化，更重要的是包括后台在内的整个运作体系的全面信息化，以及企业整体经营流程的优化重组。也就是说，建立在企业全面信息化基础上，通过电子手段对企业的生产、销售、库存、服务及人力资源等环节实行全方位控制的电子商务，才是真正意义上的电子商务。

狭义的电子商务仅仅将通过 Internet 进行的商业活动归属于电子商务，而广义的电子商务则将利用包括 Internet、Intranet、LAN（局域网）等各种不同形式的网络在内的一切计算机网络进行的所有商贸活动都归属于电子商务。从发展的观点看，在考虑电子商务的概念时，局限于利用 Internet 进行商业贸易是不够的，将利用各类电子信息网络进行的广告、设计、开发、推销、采购、结算等全部贸易活动都纳入电子商务的范畴则较为妥当。所以，美国学者瑞维·卡拉可塔和安德鲁·B·惠斯顿提出：电子商务是一种现代商业方法，这种方法以满足企业、商人和顾客的需要为目的，通过增加服务传递速度，改善服务质量，降低交易费用。今天的电子商务通过少数计算机网络进行信息、产品和服务的买卖，未来的电子商务则可以通过构成信息高速公路（I-Way）的无数网络中的任一网络进行买卖。

传统企业要进行电子商务运作，重要的是优化内部管理信息系统（Management Information System，MIS）。MIS 是企业进行电子商务的基石，本质上是通过对各种内部信息的加工处理，实现对商品流、资金流、信息流、物流的有效控制和管理，最终区别扩大销量、降低成本、提高利润的目的。

1.1.2 电子商务的分类

1. 按照交易对象分类

按照交易对象不同，电子商务可以分为三种类型。

(1) B2C (Business to Customer) 电子商务

B2C 电子商务即企业与消费者之间的电子商务。它类似于联机服务中进行的商品买卖，是利用计算机网络使消费者直接参与经济活动的高级形式。这种形式基本等同于电子化的零售，随着万维网（WWW）的出现迅速发展起来。目前，在 Internet 上遍布各种类型的商业中心，提供从鲜花、书籍到计算机、汽车等各种消费商品和服务。

(2) B2B (Business to Business) 电子商务

B2B 电子商务即企业与企业之间的电子商务。B2B 包括非特定企业间的电子商务和特

定企业间的电子商务。非特定企业间的电子商务是在开放的网络中对每笔交易寻找最佳伙伴，与伙伴进行从订购到结算的全部交易行为。这里，虽说是非特定企业，但由于加入该网络的只限需要这些商品的企业，可以设想是限于某一行业的企业。不过，它不以持续交易为前提，不同于特定企业间的电子商务。特定企业间的电子商务是在过去一直有交易关系或者今后将继续进行交易的企业间，为了相同的经济利益，共同进行的设计、开发或全面进行市场及库存管理而开展的商务交易。企业可以使用网络向供应商订货、接收发票和付款。B2B 在这方面已经有了多年运作历史，使用得也很好，特别是在专用网络或增值网络上运行的 EDI。

（3）B2G（Business to Government）电子商务

B2G 电子商务即企业与政府方面的电子商务，这种商务活动覆盖企业与政府组织间的各项事务。例如，在美国，政府采购清单可以通过 Internet 发布，公司可以以电子化方式回应。同样，在公司税的征收上，政府也可以通过电子交换方式来实现。尽管目前这方面的应用还不多，但随着政府利用自己的行为去促进电子商务的发展，B2G 一定会迅速增长。美国政府早在 1997 年 1 月就宣布通过 EDI 完成政府年度采购任务，并于 1999 年最终取消纸面单证。

2. 按照商务活动内容分类

按照商务活动内容分类，电子商务主要包括两类商业活动：一是间接电子商务，即有形货物的电子订货，仍然需要利用传统渠道如邮政服务和商业快递车送货；二是直接电子商务，即无形货物和服务，如计算机软件、娱乐内容的联机订购、付款和交付，或者全球规模的信息服务。直接和间接电子商务均提供特有的机会，同一公司往往二者兼营。间接电子商务要依靠一些外部要素，如运输系统的效率等。直接电子商务能使双方越过地理界线直接进行交易，充分挖掘全球市场的潜力。

3. 按照使用网络类型分类

根据使用网络类型的不同，电子商务目前主要有三种形式：EDI 商务、Internet 商务、Intranet 商务。

（1）EDI 商务

按照国际标准组织的定义，EDI 商务是“将商务或行政事务按照一个公认的标准，形成结构化的事务处理或文档数据格式，从计算机到计算机的电子传输方法”。简单地说，EDI 就是按照商定的协议，将商业文件标准化和格式化，并通过计算机网络，在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行数据交换和自动处理。

EDI 主要应用于企业与企业、企业与批发商、批发商与零售商之间的批发业务。相对于传统的订货和付款方式，EDI 大大节约了时间和费用。相对于 Internet，EDI 较好地解决了安全保障问题。这是因为使用者均有较可靠的信用保证，并有严格的登记手续和准入制度，加之多级权限的安全防范措施，从而实现了包括付款在内的全部交易工作的电子化。

但是,由于 EDI 必须租用 EDI 网络上的专线,即通过购买增值网(Value Added Network, VAN)服务才能实现,费用较高;而且还需要专业的 EDI 操作人员,并且需要贸易伙伴使用 EDI,因此阻碍了中小企业使用 EDI。加之早期计算机昂贵,商品软件少,许多应用程序需要自行开发,因此只有大型企业才有能力使用 EDI。所以 EDI 虽然早在 20 多年前就出现了,但至今仍未普及。近年来,随着计算机降价,Internet 迅速普及,基于 Internet、使用可扩展标识语言 (Extensible Mark Language, XML) 的 EDI,即 Web-EDI 或 Open-EDI 正在逐步取代传统的 EDI。

(2) Internet 商务

按照美国互联网协会的定义,Internet 是一种“组织松散、国际合作的互联网络”。该网络“通过自主遵守计算的协议和过程”,支持主机对主机的通信。具体来说,Internet 就是让一大批计算机采用一种叫作 TCP/IP 的协议来即时交换信息。

Internet 商务是国际现代商业的最新形式。它以计算机、通信、多媒体、数据库技术为基础,通过 Internet,在网上实现营销、购物服务。它突破了传统商业生产、批发、零售及进、销、存、调的流转程序与营销模式,真正实现了少投入、低成本、零库存、高效率,避免了商品的无效搬运,从而实现了社会资源的高效运转和最大节余。消费者可以不受时间、空间、厂商的限制,广泛浏览,充分比较,模拟使用,力求以最低的价格获得最为满意的商品和服务。

(3) Intranet 商务

Intranet 是在 Internet 基础上发展起来的企业内网。它在原有的局域网上附加了一些特定的软件,将局域网与 Internet 连接起来,从而形成企业内部的虚拟网络。Intranet 与 Internet 之间最主要的区别在于,Intranet 内的敏感或享有产权的信息受到企业防火墙安全网点的保护,只允许有授权者介入内部 Web 站点,外部人员只能在获得许可的条件下才可进入企业的 Intranet。Intranet 将大中型企业分布在各地的分支机构及企业内部有关部门和各种信息通过网络予以连通,使企业各级管理人员能够通过网络读取自己所需的信息,利用在线业务的申请和注册代替纸张贸易和内部流通的形式,从而有效地降低了交易成本,提高了经营效益。

Internet 商务、EDI 商务和 Intranet 商务的关系如图 1-2 所示。

鉴于 EDI 商务的特殊性和 Intranet 商务的局限性,有关内容需要专门的篇幅加以阐述;也由于 Internet 商务在电子商务中占据越来越重要的地位,本书在后面将不再详细讨论有关 EDI 和 Intranet 方面的问题,而将主要笔墨放在讨论 Internet 商务的基本原理及其应用方面。因此,本书后面所提到的电子商务主要指 Internet 商务活动。

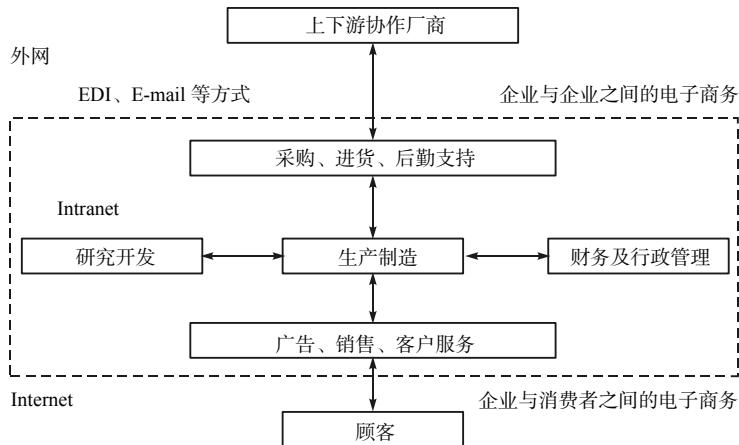


图 1-2 Internet 商务、EDI 商务和 Intranet 商务的关系



评估练习题

1. 关键概念

- (1) 按照交易对象分类，电子商务可分为（ ）。
- A. B2C B. B2B C. C2C D. B2G
- (2) 根据使用网络类型的不同，电子商务可分为（ ）。
- A. EDI 商务 B. Internet 商务 C. Intranet 商务 D. Extranet 商务
- (3) 判断正误：对电子商务的理解，应从“现代信息技术”和“商务”两个方面考虑。（ ）

2. 实训题

联系实际列举出间接电子商务与直接电子商务的主要区别。

1.2 物流概述

1.2.1 物流的概念

不同时期，不同国家对物流概念的理解有所不同。

虽然物流的存在已经有几千年的历史，但从其概念的产生至今也仅仅经历了一个世纪而已。一般来说，可以将物流在这一世纪间的发展划分为以下几个阶段。

1. 第一阶段，初期阶段

1901年，约翰·F·格鲁威尔在《农产品流通产业委员会报告》中讨论了农产品流通方面的问题，从理论上开始了对物流的探索。

1905年，美国少校琼斯·贝克(Chauncey B. Baker)认为：“那个与军备的移动和供应相关的战争艺术的分支就叫物流(Logistics，国内也翻译为“后勤”)。”

1915年，阿奇·萧在《市场流通中的若干问题》一书中指出：“创造需求与实物供给的各种活动之间的关系说明存在平衡性和信赖性两个原则。”“物流是与创造需求不同的一个问题……流通活动中的重大失误都是创造需求与物流之间缺乏协调造成的。”英国克兰菲尔德物流与运输中心(Cranfield Center for Logistics and Transportation, CCLT)主任、资深物流与市场营销专家马丁·克里斯多夫(Martin Christopher)教授认为，阿奇·萧是最早提出物流概念并进行实际探讨的学者。

1916年，L.D.H.Weld在《农产品的市场营销》中指出，市场营销的效用中包括时间效用、场所效用、所有权效用和营销渠道的概念，从而肯定了物流在创造产品的市场价值中的时间价值及场所价值中的重要作用。

1918年，英国犹尼利弗的哈姆勋爵成立了“即时送货股份有限公司”，其公司宗旨是在全国范围内把商品及时送达批发商、零售商及用户手中。这一举动被一些物流学者誉为有关物流活动的“最早文献记载”。

1922年，美国著名的营销专家斐莱德·E·克拉克(F.E.Clark)在《市场营销原理》一书中将市场营销定义为“影响商品所有权转移的活动和包括物流的活动”。这使Physical Distribution一词与物流联系起来，真正把物流活动提升到了理论高度进行讨论和研究。

1935年，美国销售协会将物流定义为“物流是包含于销售之中的物质资料和服务从生产场所到消费场所的流动过程中伴随的种种经济活动”。

在第二次世界大战期间，物流对于盟军的胜利起到了关键的作用，在当时被称为Logistics Management(后勤管理)。“后勤”是指将战时物资的生产、采购、运输、配给等活动作为一个整体进行统一布置，以求战略物资补给的费用更低、速度更快、服务更好。第二次世界大战后，Logistics的运作方法及理念在企业中广泛采用，又有“商业后勤”“流通后勤”的提法，这时的后勤包含了生产过程和流通过程中的物流，因而是一个包含范围广泛的物流概念。上述阶段被物流界普遍认为是物流的初期阶段。

2. 第二阶段，综合物流阶段

1962年，著名管理大师彼得·德鲁克(Peter Druker)在《财富》杂志上发表的题为“经济领域的黑暗大陆”的文章中指出：“我们对物流的认识就像拿破仑现在对非洲大陆的认识一样浅薄。我们知道它确实存在，而且很大，但除此之外，我们一无所知。”这篇文章首次提出物流领域的潜力，具有划时代的意义。企业的决策者对物流的认识也得到了提高，并开始把寻求成本优势和差别化优势的视角转向物流领域，物流成为了企业的“第三利润源”。从此，企业物流管理领域正式启动。

1963年，美国韦勃斯特大词典把后勤定义为“军事装备物资、设施与人员的获取、供给和运输”。

日本是在20世纪五六十年代引入“物流”这一概念的。

1956年，日本企业界和政府为了提高产业效率，派团考察美国的流通技术，即日本生产性本部向美国派出了“搬运专业考察团”（也称“流通技术考察团”），此举对日本物流的发展起到了积极的作用。

20世纪60年代，日本正式引进了“物流”这一概念，并将其解释为“物的流通”“实物的流通”。

日本通商产业省物流调查会将物流定义为“制品从生产地到最终消费者的物理性转移活动，具体由包装、装卸、运输、保管及信息等活动组成”。

日本通商产业省运输综合研究所认为，物流是“商品从卖方到买方的场所转移过程”。

到了20世纪70年代，日本物流业进入了世界领先行列。

1970年，美国空军在一份技术报告中对后勤学下的定义是“计划和从事部队的输送、补给和维修的科学”。

日本将引进的后勤学译为“兵战学”，其含义表述为“除了军需资料的订购、生产计划、采买、库存管理、配给、输送、通用外，还包括规格化、品质管理等军事作战行动所必需的资材管理”。

这时，“后勤”一词已不仅仅是军事上的含义了，人们已经认识到产品物流与原材料物流可以综合起来进行管理，使企业能够系统地分析物流水平，降低成本和改进服务，大大改进对物流系统的管理，使物流的发展进入了综合物流阶段。

3. 第三阶段，供应链管理阶段

1974年，美国学者鲍尔索克斯（Donald J.Bowersox）在1974年出版的《后勤管理》一书中，将后勤管理定义为“以卖主为起点，将原材料、零部件与制成品在各个企业间有策略地加以流转，最后达到用户其间所需要的一切活动的管理过程”。

1976年，美国国家物流管理委员会在定义物流管理中指出：“物流活动包括，但不局限于为用户服务、需求预测、销售情报、库存控制、物料搬运、订货销售、零配件供应、工厂及仓库的选址、物资采购、包装、退换货、废物利用及处置、运输及仓储等。”

1981年，美国出版的《后勤工程与管理》一书中，引用了美国工程师学会（The Society Of Logistics Engineers, SOLE）对后勤学的定义，即“对于保障的目标、计划及其设计和实施的各项要求，以及资源的供应和保持等有关的管理、工程与技术业务的艺术与科学”。

1985年，加拿大物流管理协会（Canadian Association of Logistics Management, CALM）对物流进行了定义：“物流是对原材料、在制品库存、产成品及相关信息从起源地到消费地的流动和储存进行计划、执行和控制，以满足顾客要求的过程。该过程包括进向、去向和内部流动。”

同年，美国物流管理协会正式将名称由 National Council of Physical Distribution Management 更改为 Council of Logistics Management，从而标志着现代物流理念的确定。与此同时，随着科学技术的发展、政策的放开、竞争的加剧，现代物流管理思想进一步发展，一体化物流管理的思想逐步形成。

1994年，欧洲物流协会（European Logistics Association, ELA）将物流定义为“在一个系统内对人员及商品的运输、安排及与此相关的支持活动的计划、执行与控制，以达到特定的目的”。

1998年，美国物流管理协会（Council of Logistics Management, CLM）重新定义为“供应链运作中，以满足客户要求为目的，对货物、服务和相关信息在产出地和消费者之间实现高效率、低成本的正向和反向的流动和储存所进行的计划、执行和控制的过程”。该协会对物流的定义增加了供应链的概念。

2001年，美国物流管理协会重新给出了如下定义：“物流是供应链运作中以满足客户要求为目的，对货物、服务及相关信息在原产地和销售地之间实现高效率和低成本的正向和反向的流动和储存所进行的计划、执行和控制的过程。”明确地指出了物流是供应链流程的一部分，使物流和供应链概念之间的关系更加清晰。美国物流管理协会对物流的定义在世界上影响较大，具有代表性，许多国家和地区的物流定义都是在其基础上的翻版或变种。

至此，物流管理逐渐扩大到整个供应链范围，不仅要考虑原材料供应商及产品分销商直至客户的供应链上的所有物流活动，还要关注它们之间的协调与配合，物流的发展也就进入了供应链管理阶段。

随着科学技术及经济的发展，物流业逐渐朝信息化、网络化、智能化方向演进。20世纪90年代，电子商务在美国如火如荼，促进现代物流上升到了前所未有的重要地位。据相关记录，电子商务交易额中80%是B2B商家交易。1999年美国物流电子商务的营业额超过了80亿美元。电子商务是在开放环境下一 种基于网络的电子交易、在线电子支付的新型商业运营方式。电子商务带来的这种交易方式的变革，使物流朝向信息化、网络化方向发展。此外，专家系统和决策支持系统的推广使美国的物流管理更趋于智能化。

综上可见，不同时期，不同国家对物流概念的理解尽管有所不同，但都反映出以下几个基本特点。

- 1) 物流概念的形成和发展与社会生产、市场营销、企业管理的不断进步密切相关。
- 2) 物流概念与物流实践最早始于军事后勤，而“物流”一词没有限定在商业领域还是军事领域。物流管理对公共企业和私人企业活动都适用（见Donald J.Bowersox的《物流管理》，1986）。
- 3) 物流的功能主要由运输、储存、装卸、包装等构成。
- 4) 物流无论从Physical Distribution还是Logistics的内涵中都强调了“实物流动”的核心。

我国从20世纪90年代初开始积极借鉴发达国家物流发展的成功经验，推动物流业在国内的迅速发展。1992年，原国内贸易部出台了《关于商品物流中心发展建设的意见》，在上海、广东确定了试点企业。为了进一步推动物流业的发展，1996年原国内贸易部草拟了《物流配送中心发展规划》，提出了发展建设物流配送中心的指导思想和原则，确定商业储运企业向现代物流配送中心转变，建设社会化的物流配送中心，以发展现代物流网络为主要的发展方向，并对物流配送中心的建设提出了总体构想。

20世纪70年代以前，我国的经济研究几乎没有使用过“物流”一词。1997年原国内贸易部产业发展司决定对物流的定义展开研究，因物流术语关系很多其他相关行业，经原国家科委、原国家技术监督局批准设立国家标准研究项目，进行《中华人民共和国标准物流术语》的编制工作。

2007年2月1日批准颁布的《中华人民共和国国家标准物流术语》GB/T 18354—2006)对物流的定义为：“物品从供应地向接收地的实体流动过程。根据实际需要，将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、回收、信息处理等基本功能实施有机的结合。”

至此，我国终于有了标准化的物流概念。对物流概念进行标准化有利于人们正确理解物流，对我国的物流实践也有重要的指导意义。

1.2.2 物流的分类

物流概念虽然产生于20世纪初，至今也不过百年的历史，但是，作为企业与国民经济重要组成部分的物流活动却是源远流长，与人类共生的。而且，以“物的流动”为本质特征的物流活动存在于各个领域，具有不同的表现形式，也有不同的种类与层次。因此，为了全面认识物流，有必要对存在于各个领域的不同层次、不同表现形式的物流进行分类，这也是进行物流研究的基本前提。通常，物流可以按以下几种方法进行分类。

1. 按物流空间范围的不同分类

可分为国际物流、国内物流或国民经济物流、区域物流、城市物流、企业物流等。

1) 国际物流是指不同国家之间的物流。这种物流是国际贸易的一个必然组成部分。世界经济的发展主流是国家与国家之间的经济交流越来越频繁，国际、洲际的原材料和商品相互流通，各国之间的相互贸易最终通过国际物流来实现。国际物流已成为物流研究的一个重要分支。

2) 国内物流或国民经济物流是指发生在一国之内的物流，是存在于一国国民经济各个领域的物流。

3) 区域物流较国际物流的范围小，即在某一地区内所进行的物流活动。区域可以有不同的划分标准：可以按行政区域划分，也可以按地理区域位置划分。一些区域性组织内部的物流，如欧盟的内部物流、北美自由贸易区的物流活动等，都是典型的区域物流形式。另外，还可以把区域限定在一个国家的范围内，或者国家的局部区域等，如东北区域物流、长江三角洲区域物流、珠江三角洲区域物流、沿海区域物流、内陆区域物流、东部或西部物流等。

4) 城市物流是指发生在一个城市之内的物流，如北京市物流、上海市物流、广州市物流等。

5) 企业物流是指发生在一个企业内部或者由企业组织的物流。

2. 按物流主体的不同分类

可分为第一方物流、第二方物流、第三方物流、第四方物流、第五方物流。

1) 第一方物流 (First Party Logistics, 1PL) 是指由卖方、生产者或供应方组织的物流，这些组织的核心业务是生产和供应商品，为了自身生产和销售业务需要而进行物流网络及设施设备的投资、经营与管理。

2) 第二方物流 (Second Party Logistics, 2PL) 是指由卖方、需求者或消费者组织的物流，这些组织的核心业务是物资采购，为了采购业务需要投资建设物流网络和设施设备，并进行具体的物流业务运作组织和管理。

3) 第三方物流 (Third Party Logistics, 3PL) 是指物流活动由供方和需方之外的第三方完成，即专业物流企业整合了各种资源后，为客户提供包括设计规划、解决方案及具体物流业务运作等全部物流服务的物流活动，是企业物流业务外包的产物。第三方物流也叫契约物流或合同物流 (Contract Logistics)。

4) 第四方物流 (Fourth Party Logistics, 4PL) 是指在第三方物流基础上发展起来的供应链整合，是供应链的集成者，与职能互补的服务提供商一起组合和管理组织内的资源、能力和技术，提出整体的供应链解决方案。

5) 第五方物流 (Fifth Party Logistics, 5PL) 是指专门从事物流业务培训的一方。随着现代综合物流的开展，人们对物流的认知需要一个过程。因此，提供现代综合物流的新的理念及实际运作方式等专门的有关物流人才的培养便成为物流行业中的重要一环。还有另一种提法，认为第五方物流是指专门为其余四方提供信息支持的一方。

3. 按物流服务对象的不同分类

可分为社会物流与企业物流。

1) 社会物流是指以一个社会为范围来考虑，以面向社会为目的的物流。所以有人也称之为大物流或宏观物流。这种范围广、社会性强的物流活动往往由专门的物流承担人承担其研究规划工作。其研究内容包括：研究社会再生产过程中随之发生的物流活动，研究国民经济中的物流活动，研究如何形成服务于社会、面向社会又在社会环境中运行的物流，研究社会中物流的体系结构和运行情况等。

2) 企业物流是指从企业角度研究与之有关的物流活动。企业物流必须通过管理层、控制层和作业层三个层次的协调配合才能有效实现其总体功能。它是具体、微观的物流活动的典型领域。按照企业性质，可以把企业物流分为如下几类（见图 1-3）。

4. 按物资的流向不同分类

可分为正向物流和逆向物流。

1) 正向物流指的是物资从生产到消费过程中，在实际方向上的物流，也就是说，从原材料的采购、运输、存储到产品的生产、加工、存储、运输、配送直至销售到消费者手中，以及商品的售后服务等整个过程。

2) 逆向物流是相对于正向物流而言的，是与正向物流物资流向相反的物流。逆向物流的形成是由消费者对不满意产品的退货、对不合格的材料和残次品进行退货、包装品的回收复用、废弃物的处理等原因引起的。逆向物流与正向物流相比，其控制与生产规划更为

困难、复杂，其中也掺杂了许多不确定因素，因此，它是影响供应链中物流系统运作效率的重要因素。

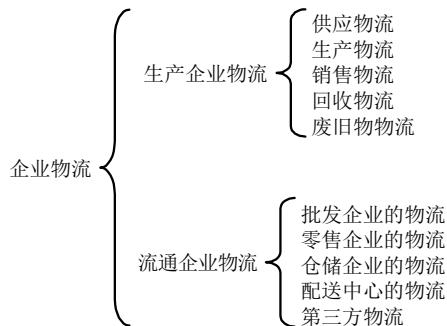


图 1-3 企业物流分类

1.2.3 物流的功能

一个企业的物流是一种综合能力，是若干经济活动的系统的、集合的、一体化的组成。其目的是按最低的总成本创造顾客价值。

物流是物的物理性流动，最终为用户服务。它包括以下两方面。

1) 组织“实物”进行物理性的流动。这个物理性流动的动力来自 5 个方面：① 生产活动和工作活动的要求；② 生产活动和消费活动的要求；③ 流通活动的要求；④ 军事活动的要求；⑤ 社会活动、公益活动的要求。

2) 实现对用户的服务。这是物流的总体功能的另一方面。虽然在物流的某些领域内存在“利润中心”“成本中心”等作用，但是所有的物流活动都无一例外地具有“服务”这个共同的功能特性。



评估练习题

1. 关键概念

- (1) 物流的功能主要由 () 等构成。
A. 运输 B. 储存 C. 装卸 D. 包装 E. 信息
- (2) 按物流服务对象的不同可分为 ()。
A. 社会物流 B. 企业物流 C. 国内物流 D. 国际物流
- (3) 判断正误：物流的目的是按最低的总成本创造顾客价值。 ()

2. 实训题

试结合实际，按照企业性质将企业物流进行分类。

1.3 物流与电子商务的关系

1.3.1 物流是电子商务的重要组成部分

随着 Internet 在全世界的飞速发展，电子商务作为在 Internet 上最大的应用活动，已经引起了世界各国政府的广泛重视和支持及企业界和民众的注意，并得到了快速的发展。

在电子商务发展初期，人们对电子商务内涵的认识还不深入，往往强调电子商务中信息流和资金流的网络化和电子化，并不重视物流的电子化过程，认为对于大多数在网络上销售的商品和服务来说，物流的过程仍然可以经由传统的经销渠道来完成，从而可以不必对其做更多的研究。但随着电子商务的进一步推广与应用，在电子商务活动中物流的重要性和所产生的影响日益变得明显。电子商务的任何一笔网上交易，都必须涉及信息流、商流、资金流和物流等几种基本的“流”，而物流作为整个交易的最后一个过程，其执行结果的好坏将对电子交易的成败起着十分重要的作用。例如，在 1999 年 9 月，有关媒体为了测试当时国内网上购物的环境，组织了一次“72 小时网上生存试验”。试验的结果并不理想，出现了不少的问题，而物流配送是最大的问题之一。有些参试者在网上下的订单在过后的两个月甚至半年后才收到。在此后进行的一次市场调查证实，人们最关注的热点问题恰恰是网上交易的送货时间与安全，这再次使人们认识到物流在电子商务活动中的重要地位，认识到现代化的物流过程是电子商务活动不可缺少的部分。

在许多关于电子商务的定义中，对电子交易过程中信息流和资金流的电子化有较多的描述，但大多没有提到物流的概念。这是因为电子商务的概念首先由美国提出，而美国的物流管理技术经过 80 多年的发展已经相当完善，故在对电子商务进行定义时对物流的电子化就定义得比较简单。而在我国，物流业的起步较晚，物流现代化的水平也很低，所以在发展电子商务时，必须要注意配备现代化的物流管理模式，否则电子商务就难以开展。因此，我国学者在对电子商务进行定义时将物流电子化的过程包含了进去，即认为电子商务中不仅包括信息流、资金流，而且还包括物流；电子化的工具也不仅仅指计算机和网络通信技术，还包括叉车、自动导向车、机械手臂等自动化工具。

可见，从根本上来说，物流电子化是电子商务的基本组成部分，缺少了现代化的物流过程，电子商务的过程就不完整。

1.3.2 电子商务概念模型中物流的基本地位

在认识电子商务概念的基础上，可以将实际运作中的电子商务活动过程抽象地描述成电子商务的概念模型，如图 1-4 所示。电子商务的概念模型由电子商务实体、交易事务、电子市场和信息流、商流、资金流、物流等基本要素构成。

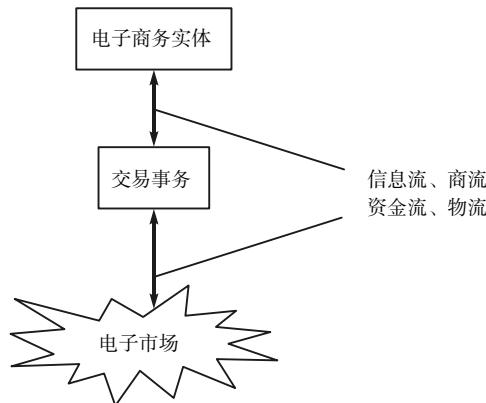


图 1-4 电子商务的概念模型

1) 在电子商务的概念模型中,企业、银行、商店、政府机构和个人等能够从事电子商务的客观对象被称为电子商务实体。

2) 交易事务是指电子商务实体之间所从事的如询价、报价、转账支付、广告宣传、商品运输等具体的商务活动内容。

3) 电子市场是电子商务实体在网上从事商品和服务交换的场所。在电子市场中,各种商务活动的参与者利用各种通信装置,通过网络连接成一个统一的整体。

4) 电子商务的任何一笔交易都由信息流、商流、资金流、物流4个基本部分组成。其中信息流既包括商品信息的提供、促销推销、技术支持、售后服务等内容,又包括诸如询价单、报价单、付款通知单、转账通知单等商业贸易单证,以及交易方的支付能力和支付信誉。商流是指商品在购销之间进行的交易和商品所有权转移的运动过程,具体是指商品交易的一系列活动。资金流主要是指交易的资金转移过程,包括付款、转账等。物流是指交易的商品或服务等物质实体的流动过程,具体包括商品的运输、储存、配送、装卸、保管、物流信息管理等各种活动。

在电子商务中,由于产品的形式不同,配送分为两种方式:交易的少数无形商品(主要是数字化产品)和服务,如各种有价信息软件、数据、游戏、电子图书、电子报刊和新闻、电子研究报告及信息咨询服务等,可以直接通过网络传输的方式进行配送;而对于大多数有形的商品和服务来说,物流仍然要由物理的方式(借助于运输工具)进行传输。在电子商务环境下,通过机械化和自动化工具的应用和准确、及时的物流信息对物流过程进行监控,物流的速度加快,准确率提高,从而能有效地减少库存,缩短生产周期。

在电子商务的概念模型中,强调信息流、商流、资金流和物流的整合,而信息流作为一个纽带,在电子商务交易的整个过程中,起着串联和监控的作用。



评估练习题

1. 关键概念

- (1) 判断正误：物流是电子商务的重要组成部分。 ()
(2) 判断正误：缺少了现代化的物流过程，电子商务的过程就不完整。 ()

2. 实训题

在实际中体会电子商务活动中物流的作用。

1.4 电子商务物流的作用与特点

不论是哪一种模式的电子商务，其交易的流程都可以大致归纳为 6 个步骤，如图 1-5 所示。

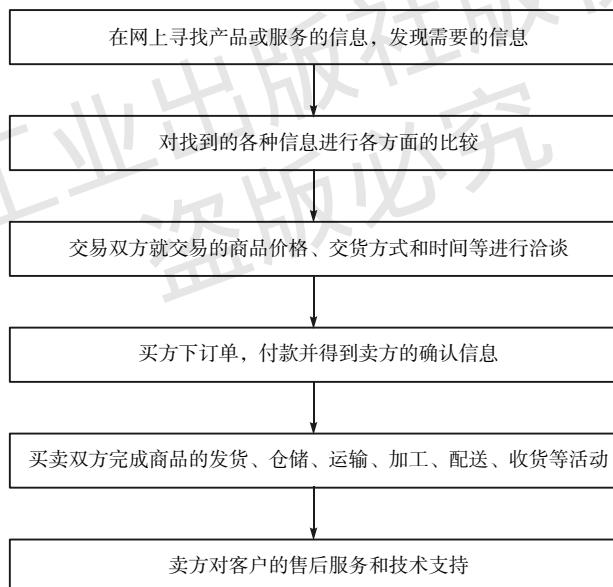


图 1-5 电子商务流程

在上述步骤中，第 5 步实际上就是电子商务中物流过程，这一过程在整个流程中是实现电子商务的重要环节和基本保证。

1.4.1 电子商务物流的作用

1. 物流是生产过程的保障

无论是传统的贸易环境还是在电子商务环境下，生产都是商品流通的开始，而商品生

产的顺利进行需要各类物流活动的支持，整个生产过程实际上就是一系列的物流活动。

- 供应物流从生产最早过程的原材料采购开始，将生产所需的材料采购到位，保证生产的进行。
- 生产物流涉及的原材料、半成品的物流贯穿于生产的各工艺流程之间，以实现生产的流动性。
- 回收物流对生产过程中的部分余料和可重复利用的物资进行回收。
- 废弃物物流完成对生产过程中废弃物的处理。

在商品的生产过程中，现代化的物流活动可以降低生产成本，优化库存结构，减少资金占压、缩短生产周期，最终保障生产的高效进行。相反，如果没有现代物流的支持，商品的生产将难以顺利进行，电子商务交易模式将会先天不足，优势将不复存在。

2. 物流服务于商流

商流活动的最终结果是将商品所有权由供方转移到需方，但是实际上在交易合同签订后，商品实体并没有立即移动。在传统交易环境下，商流的结果必须由相应的物流活动来执行完成，也就是卖方按买方的需求将商品实体以适当的方式和途径进行转移。而在电子商务的环境下，网络消费者虽然通过上网订购完成了商品所有权的交割过程，但必须通过物流的过程将商品和服务真正转移到消费者手中，电子商务的交易活动才算完成。因此，物流是电子商务交易的商流的后续者和服务者，没有现代物流，电子商务的商流活动将无法完成。因此，物流是电子商务的重要组成部分。我们必须摒弃原有的“重信息流、商流和资金流的电子化，而忽视物流的电子化”的观念，大力发展现代物流，以进一步推广电子商务。

3. 物流是实现“以客户为中心”的理念的根本保证

电子商务的出现，在很大程度上方便了最终消费者。他们不必再跑到拥挤的商业街上，一家一家地挑选自己所需的商品，只需坐在家里，在 Internet 上进行搜索、查看、挑选，就可以完成他们的选购过程。但试想，他们所购的商品迟迟不能送到，或者商家所送并非自己所购，那消费者还会选择网上购物吗？

物流是电子商务中实现以“以客户为中心”理念的最终保证，缺少了现代化的物流技术，电子商务给消费者带来的购物便捷等于零，消费者必然会转向他们认为更为安全的传统购物方式，那样网上购物就失去了存在的必要性。

综上所述，电子商务作为网络时代一种全新的交易模式，相对于传统交易方式是一场革命。但是，电子商务必须有现代化的物流技术的支持，才能体现出其所具有的无可比拟的先进性和优越性，在最大限度上使交易双方得到便利，获得效益。因此，只有大力发展作为电子商务重要组成部分的现代物流，电子商务才能得到更好的发展。

1.4.2 电子商务物流的特点

电子商务时代的来临，给全球物流带来了新的发展，使物流具备了一系列新特点。

1. 信息化

在电子商务时代，物流信息化是电子商务的必然要求。物流信息化表现为物流信息的商品化，物流信息收集的数据库化和代码化，物流信息处理的电子化和计算机化，物流信息传递的标准性和实时化，物流信息存储的数字化等。因此，条形码技术、数据库技术、电子订货系统、电子数据交换、快速响应及有效客户反应、企业资源规划等技术与观念在我国的物流行业中将会得到普遍的应用。信息化是一切的基础，没有物流的信息化，任何先进的技术设备都不可能应用于物流领域。信息技术及计算机技术在物流中的应用将会彻底改变世界物流的面貌。

2. 自动化

自动化的基础是信息化，自动化的核心是机电一体化，自动化的外在表现是无人化，自动化的效果是省力，另外，自动化还可以扩大物流作业能力，提高劳动生产率，降低物流作业的差错率等。物流自动化的设施非常多，如条形码/语音/射频自动识别系统、自动分拣系统、自动存取系统、自动导向车、货物自动跟踪系统等。这些设施在发达国家已普遍应用于物流作业流程中，而在我国由于物流业起步晚，发展水平低，自动化技术的普及还需要相当长的时间。

3. 网络化

物流领域网络化的基础也是信息化。这里的网络化有两层含义。一是物流配送系统的计算机通信网络，包括物流配送中心与供应商或制造商的联系要通过计算机网络，与下游客户之间的联系也要通过计算机网络通信。例如，物流配送中心向供应商提出订单这个过程，就可以使用计算机通信方式，借助于增值网（Value Added Network, VAN）上的电子订货系统和电子数据交换技术来自动实现；物流配送中心通过计算机网络收集下游客户的订货的过程也可以自动完成。二是组织的网络化，即所谓的企业内网。例如，中国台湾的计算机行业在20世纪90年代创造出了“全球运筹式产销模式”，这种模式的基本点是按照客户订单组织生产。生产采取分散形式，即将全世界的计算机资源都利用起来，采取外包的形式将一台计算机的所有零部件、元器件、芯片外包给世界各地的制造商去生产，然后通过全球的物流网络将这些零部件、元器件和芯片发往同一个物流配送中心进行组装，由该物流配送中心将组装完成的计算机迅速发给订户。这一过程就需要高效的物流网络提供支持。

物流的网络化是物流信息化的必然，是电子商务下物流活动的主要特征之一。当今世界Internet等全球网络资源的可用性及网络技术的普及，为物流的网络化提供了良好的外部环境，物流网络化不可阻挡。

4. 智能化

这是物流自动化、信息化的一种高层次应用。物流作业过程大量的运筹和决策，如库存水平的确定，运输（搬运）路径的选择，自动导向车的运行轨迹和作业控制，自动分拣机的运行，物流配送中心经营管理的决策支持等问题，都需要借助于大量的知识才能解决。

在物流自动化的进程中，物流智能化是不可回避的技术难题。目前，专家系统、机器人等相关技术在国际上已经有比较成熟的研究成果。物流的智能化已成为电子商务下物流发展的一个新趋势。

5. 柔性化

柔性化本来是为实现“以顾客为中心”理念而在生产领域提出的，但要真正做到柔性化，即真正地根据消费者需求的变化来灵活调节生产工艺，没有配套的柔性化物流系统是不可能实现的。20世纪90年代，国际生产领域纷纷推出弹性制造系统、计算机集成制造系统、制造资源规划、企业资源规划，以及供应链管理的概念和技术。这些概念和技术的实质是要将生产、流通进行集成，根据需求端的需求组织生产，安排物流活动。因此，柔性化的物流正是适应生产、流通与消费的需求而发展起来的一种新型物流模式。这就要求物流配送中心要根据消费需求“多品种、小批量、多层次、短周期”的特色，灵活组织和实施物流作业。

另外，物流设施、商品包装的标准化，物流的社会化、共同化也都是电子商务下物流模式的新特点。



评估练习题

1. 关键概念

- (1) 下列不属于电子商务物流特点的是()。
A. 网络化 B. 信息化 C. 智能化 D. 集成化
- (2) 判断正误：电子商务活动下的物流消费需求具有“多品种、小批量、多层次、短周期”的特色。()

2. 实训题

电子商务的交易流程在现实中是如何体现的？

1.5 电子商务物流的组建方式

1.5.1 电子商务中物流方案的重点考虑因素

推行电子商务的关键是制订一套合理的物流方案并科学执行。在制订物流方案时，应该重点考虑以下因素。

1. 消费者的地区分布

Internet是电子商务的最大信息载体，其物理分布范围正在迅速扩展。是否凡是Internet所覆盖的地区都是电子商务的销售区域呢？在电子商务发展的初级阶段这是不可能的。一

般商务活动的有形销售网点资源多按销售区域来配置，每个销售点负责一个特定区域的市场。比如把全国划分为 7 个销售大区，每个大区内有若干销售网点，再设立一个配送中心，负责向该大区内的销售网点送货，销售点向配送中心订货和补货，配送中心则在规定的时限内将订货送达。电子商务也可以按照这种方式来操作，但问题在于，电子商务的客户在地理分布上是十分分散的，送货地点不集中，物流网络并没有像 Internet 那样的覆盖范围，无法经济合理地组织送货。所以，提供电子商务服务的公司也需要像有形店铺销售一样，对销售区域进行定位，对消费人群集中的地区提供物流承诺，否则是不经济的。还有一种处理办法，就是对不同的销售区域采取不同的物流服务政策。例如，在大城市，因为电子商务普及，订货可能比较集中，适于按不低于有形店铺销售的送货标准组织送货；但对偏远地区的订单则要进行集中送货，送货期限肯定要比大市长得多，这些地区的电子商务消费者享受的服务就要差一些。从电子商务的经济性考虑，宜先从上网用户比较集中的大城市起步，这样建立基于一个城市的物流配送体系也比较好操作。

2. 销售商品的品种

是否所有的商品都适合采用电子商务这种形式？在电子商务发展初期，答案是否定的。有没有最适合采用电子商务进行销售的商品？当然有。

以上两个问题要考虑不同商品的消费特点及流通特点。音乐、歌曲、电影、游戏、图片、图书、计算机软件、电子邮件、新闻、评论、教学节目、医疗咨询、汇款等可以通过信息传递完成物流过程的商品最适合采用电子商务销售。因为，不仅商品信息查询、订货、支付等商流、信息流、资金流可以在网上进行，而且物流也可以在网上完成，也就是这些品种可以实现商流、物流、信息流、资金流的完全统一。比如，消费者可以在网上听流行音乐，单击音乐名称即完成订货和付款，收听音乐的过程就是进行物流的过程，音乐听完了这个音乐的物流过程也就完成了。所以无论是 Amazon 网上书店 (<http://www.amazon.com>) 还是珠穆朗玛网站 (<http://www.8848ed.com>)，都是从销售这些商品开始的。当然，如果消费者除了需要满足视听需求外，还要拥有这些商品的载体本身，如发烧友要珍藏歌星的 CD，要满足多次重放功能等，那还是需要完成单独的物流过程，将 CD 及其他载体本身送到消费者手中。从理论上讲，没有什么商品特别不适合采用电子商务的销售方式，但从流通本身的规律来看，需要有商品定位。现在的商品品种有 40 万~50 万种，一个大型百货商店充其量经营 10 万种商品，没有一家公司能够经营所有的商品，总是要确定最适合自己的销售的商品。电子商务也一样，为了将某一商品的销售批量累积得更大，就需要筛选商品品种。同时，电子商务也要有一定的销售渠道配合，不同的商品进货和销售渠道可能不同，品种越多，进货渠道及销售渠道越复杂，组织物流的难度就越大，成本也就越高。因此为了在物流环节不增加过多的费用，也需要将品种限制在一定的范围之内。也就是说，对于一个推行电子商务的公司来说，要考虑哪些商品不适合采用电子商务的方式销售。一般而言，商品如果有明确的包装、质量、数量、价格、验收、安装等要求，对储存、运输、装卸等作业无特殊要求，就适合采用电子商务的方式销售。

3. 配送细节

同有形市场一样，电子商务这种无店铺销售方式的物流方案中的配送环节，是完成物流过程并产生成本的重要环节，需要精心设计配送细节。一个好的配送方案应该考虑以下内容：库存的可供性、反应速度、首次报修修复率、送货频率、送货的可靠性，同时还要设计配套的投诉程序，提供技术支持和订货状况信息等。

4. 服务提供者

ISP (Internet 服务提供商, Internet Server Provider)、ICP (Internet 内容提供商, Internet Content Provider)、传统零售商店、传统批发企业、制造企业等均有条件开展电子商务业务，但不同的电子商务服务供应商具有不同的组织商流、物流、信息流、资金流的能力。从物流的角度来看，传统的零售商、批发商的物流能力要优于纯粹的 ISP、ICP，也优于一般的制造商，但从商流、信息流和资金流的角度来看可能正好相反。因此，设计物流方案时，要根据电子商务服务供应商的不同，扬长避短，发挥各自的优势，实现供应链集成，共同完成向消费者提供电子商务服务的工作。

5. 物流成本

电子商务的物流成本可能比店铺销售方式的物流成本高。因为电子商务的物流虽具有多品种、小批量、多批次、短周期的特点，但由于很难单独考虑物流的经济规模，因而物流成本较高。比如，消费者到一个商店购买一台电视机，商店提供免费送货。一次送货的成本是 50 元，这时商店一般会将顺路的其他消费者购买的商品装在一个送货车里一次完成送货。如 5 台电视机同时送货，则每台电视机的送货成本是 10 元。采用电子商务时，公司有时很难这样恰好将消费者的订货在一个比较短的时间内集中起来并配装在一台送货车里，这样就会造成送货次数的分散，送货批量的降低，直接导致物流成本的提高。因而，电子商务服务商必须扩大在特定的销售区域内消费者群体的基数，如果达不到一定的物流规模，物流成本肯定会居高不下。

6. 库存控制

在库存控制上，电子商务经营者也面临挑战，因为经营者很难预测某种商品的销售量，库存控制历来就是销售管理中最难的课题。回避库存问题的最佳办法就是像戴尔公司那样搞直销，先拿到订单，按照订单组织生产，再将货物送到消费者手中。但是，在直销过程中，消费者处于不利地位，因为他要等待，要多花钱，另外，有时还要预先付款等。如果经营者不给消费者提供特殊的附加价值，消费者就不会去冒这些风险。同时，采用直销时，对生产环节要求更加严格，一般制造企业不具备进行按单生产的条件，因此并非任何经营者都可成功地采取直销的方式来避开库存风险。

大多数制造和销售企业普遍采用的库存控制技术还是根据对历史数据、实时数据的分析，按照一定模型预测未来的需求。有的企业进行长期预测，有的只进行短期预测或侧重于对实时数据进行分析，有的则不进行预测或不相信预测结果。这样它们采取的库存政策会有很大的区别，库存对销售的保障程度及库存成本也会各不相同。因此，电子商务经营

者将会遇到比店铺销售更加复杂的库存控制问题。

此外，在设计电子商务的物流方案时，还应该规划好运输工具、运输方式及运输方案等。

相关链接

国外电子商务物流解决方案

1. 美国的物流中央化

物流中央化的美国物流模式强调“整体化的物流管理系统”，是一种以整体利益为重，突破按部门分管的体制，从整体进行统一规划的管理方式。在市场营销方面，物流管理包括配送计划、运输、仓储、市场研究和为用户服务5个过程；在流通和服务方面，物流管理包括需求预测、订货、原材料购买和加工，即从原材料购买直至送达顾客的全部物资流通过程。

2. 日本的高效配送中心

日本的物流过程主要包括生产—流通—消费—还原（废物的再利用及生产资料的补足和再生产）。在日本，物流是非独立领域，由多种因素制约。物流（少库存多批发）与销售（多库存少批发）相互对立，必须利用统筹来获得整体成本最小的效果。物流的前提是企业的销售政策、商业管理、交易条件。销售订货时，交货条件、订货条件、库存量条件对物流的结果影响巨大。流通中的物流问题已转向研究供应、生产、销售中的物流问题方向。



辩证性思考

美国及日本的电子商务物流解决方案对我国有什么启示？

1.5.2 组建电子商务物流的几种方式

电子商务的具体实施有多种模式可以选择。结合我国国情，中国的电子商务物流体系可以有以下几种组建方式。

1. 制造商、经销商的电子商务与普通商务活动共用一套物流系统

制造商、经销商（批发商、零售商）可以建立基于Internet的电子商务销售系统，同时可以利用原有的物流资源，承担电子商务的物流业务。制造商从专业分工角度看，其核心业务是商品开发、设计和制造，但越来越多的制造商不仅有庞大的销售网络，而且还有覆盖整个销售区域的物流、配送网。这些制造企业完全可以利用原有物流网和设施支持电子商务业务开展电子商务，不需新增物流、配送的投资。对企业来说，要做的主要是物流系统的设计和物流资源的合理规划。经销商比制造商更具有组织物流的优势，因为他们的主业就是流通。

2. ISP、ICP自己建立物流系统或利用社会化物流、配送服务

ISP、ICP在组织商流、信息流、资金流方面有绝对的优势，但在物流方面还需大量投

入。国内一些企业与国外的信息企业合资组建电子商务公司时，解决物流、配送系统的方法有两种。

（1）自己组建物流公司

对于国内的 ISP、ICP 来说，采用这种方式，投资方十分慎重，因为电子商务的信息业务与物流业务是截然不同的两种业务，企业必须对跨行业经营产生的风险进行严格的评估，新组建的物流公司必须按照物流的要求来运作才有可能成功，而且要避免“大而全”“小而全”。如果企业只擅长信息服务，则最好不要涉足物流配送这一领域。在电子商务发展的初期和物流、配送体系还不完善的情况下，不要把电子商务的物流服务水平定得太高。另外，可以多花一些精力来培养、扶持物流服务供应商，让专业物流服务商为电子商务提供物流服务。

（2）外包给专业物流公司

将物流外包给第三方物流公司是跨国公司管理物流的通行做法。按照供应链的理论，将不是自己核心业务的业务外包给从事该业务的专业公司去做，即从原料供应到生产，再到产品的销售等各个环节的各种职能，都是由在某一领域具有专长或核心竞争力的专业公司相互协调和配合来完成的。这样形成的供应链具有最大的竞争力。

3. 物流企业建立自己的电子商务系统

区域性或全球性的第三方物流企业具有物流网络上的优势，它们大到一定规模后，也想将其业务沿着主营业务向供应链的上下游延伸。向上延伸到制造业，向下延伸到销售业。比如，1999 年世界最大的快递公司美国联邦快递公司(FedEx)决定与专门提供 B2B 和 B2C 解决方案的 Intershop 通信公司合作开展电子商务业务。FedEx 一直认为它所从事的不是快递业而是信息业，公司进军电子商务领域的理由有三个：第一，FedEx 是全球领先的物流企业；第二，公司已经有覆盖全球 211 个国家的物流网络；第三，公司内部已经成功地应用了信息网络，这一网络可以使消费者在全球通过 Internet 浏览服务器跟踪其发运包裹的状况。FedEx 认为，这样的信息网络和物流网络的结合完全可以为消费者提供完整的电子商务服务。像 FedEx 这样的第三方物流公司开展电子商务销售业务，其能力无须质疑，因为该公司是全球最大的快递公司，完全有可能利用现有的物流和信息网络资源，使两个领域的业务经营都做到专业化，实现公司资源的最大利用。



评估练习题

1. 关键概念

- (1) 判断正误：从理论上讲，所有的商品都适合采用电子商务这种形式。 ()
- (2) 判断正误：电子商务的物流成本可能比店铺销售方式的物流成本低。 ()

2. 实训题

结合我国国情，简述中国的电子商务物流体系可以有哪几种组建方式。

1.6 电子商务下我国物流业发展的现状与对策

1.6.1 电子商务物流发展的现状

1. 企业信息化、自动化程度低

高效的物流必须有高度的物流自动化。而我国目前的企业物流主要还是依靠人工分拣，分拣货物没有采用现代的物流操作系统，因此满足不了电子商务物流的需求。

2. 网络基础设施平台落后

电子商务物流是物流的电子化，即物流的每个环节都离不开通信。电子商务是“鼠标”商务，也离不开通信，通信主要依靠通信网络，而我国的网络基础设施落后，带宽不够，上网费用过高，严重制约了电子商务物流的发展。

3. 缺乏完善的法律法规

近年来我国电子商务市场在保持快速增长的同时，针对网络购物的投诉量与日俱增。与国外发达国家相比，我国电子商务行业的规范化发展仍相对滞后。商务部积极推进制定《电子商务法》，既对电子商务交易主体给予法律约束，又能够保证消费者权益，推动电子商务健康有序发展。

4. 严重缺乏专业人才

电子商务物流是一门综合性学科，电子商务物流人才是既懂电子商务又熟悉物流的复合型人才。目前，我国开设电子商务或物流专业的高等院校不多，而将电子商务与物流整合在一起的院校更少，因此我国急需培养这方面的人才。

5. 配送中心分布不合理

目前，我国配送中心布局与最优的配送中心选址布局存在着很大差距。

1.6.2 电子商务物流发展的对策

1. 提高全社会对电子商务与电子商务物流的认识

加大对电子商务的宣传，发掘电子商务潜力，扩大电子商务市场，为电子商务物流的发展奠定基础。同时要把电子商务与电子商务物流放在一起进行宣传，电子商务是商业领域内的一次革命。我们也可以吸取别国电子商务物流管理研究的成果，向电子商务物流发达的国家学习。

2. 培育现代电子商务物流主体，积极发展第三方物流

发展第三方物流，可以选择以下途径：发展专业化物流，结合电子商务实现电子商务物流供应社会化、集约化，积极引进国内外知名第三方物流企业及物流中介服务机构，大力发展战略新兴的电子商务物流服务企业，加强与传统储运业的嫁接和联合。

3. 加强物流企业配送手段机械化、自动化和现代化

我国现有的物流配送系统远远落后于国外发达国家，同时也无法满足现代物流的需求。因此，我国应加强物流企业配送手段的机械化、自动化和现代化。如货物的包装实现标准化、通用化、机械化；货物的分拣搬运过程实现机械化、自动化；社区或学校等用户密集型场所可配置智能取物柜，提高配送效率，方便用户灵活提取快递。

4. 加快完善物流标准规范，开放物流业市场，完善政府引导功能

物流行业的标准化、规范化是提高物流效率，降低物流成本的重要基础。国家有关部门应加强标准化、规范化的建设，促进我国电子商务物流业形成统一的标准。政策的出台要求各级政府部门要认真研究电子商务物流发展的特点和规律，制定有利于快速、高效地发展现代物流的政策措施。

5. 加大物流专业人才的培养力度

通过高校物流专业课程改革、调整专业培养方向、校企联合办学“工学交替”等方式来培养电子商务物流专门人才。可通过物流行业协会来开展物流职业教育和传播物流知识，对于师资的培养，可以采取“走出去，引进来”的模式，将国内相关专业的人才送到国外去学习、深造，同时，引进国外的一些优秀人才来工作、教学等。

6. 提高服务水平，增强服务类型

在电子商务时代，物流发展到集约化阶段。一体化的配送中心不单单提供仓储和运输服务，还必须开展配货、配送和各种提高附加值的流通加工服务项目。电子商务要求物流提供多种运输模式的配送，出现了更多的配送产品与标准。

7. 充分利用大数据，优化配送方案，重视物流配送中心的建设与应用

在当前大数据时代，可以充分利用大数据，通过各种途径获得消费者的信息，包括购物习惯、购物频率、购物喜好、家庭住址等基本信息，通过对这些大数据进行分类整理、通过数据挖掘获取有价值的信息，为电商企业和物流企业的决策提供一定的方向。

8. 推行预约配送方式

预约配送是网络购物用户最需要的特色配送方式。在2013年中国网络购物用户最需要的特色配送方式中，“预约配送”高居首位，占比为26.0%；“当日达”与“加急配送”列二、三位，占比分别为22.5%与19.9%，此外，14.2%的用户需要“限时配送”的特色配送方式；而9.0%的用户需要“晚间配送”的特色配送方式。



评估练习题

实训题

- (1) 电子商务环境下我国发展物流服务现存的主要问题是什么？
- (2) 针对我国国情，提出发展我国电子商务物流服务的对策建议。



本章评估测试

1. 能力测验

完成本章学习之后，请根据对本章电子商务物流概念的理解回答下列问题，并将所得分数记录下来。

1=完全不理解；3=理解一些；5=深刻理解

如果你的分数介于42~50分之间，则说明你可以继续参加接下来的评估测验；如果你的分数为33~41分，则你应该再复习一下得分为1~3分的营销概念和内容；如果你的分数为32分及以下，则应重新认真学习本章内容，并与同学共同探讨不理解的地方。

你是否能够：

- 从不同的角度说出电子商务如何进行分类。
- 理解物流概念的由来。
- 定义电子商务物流系统。
- 说出电子商务与物流的关系。
- 联系实际说明电子商务物流系统如何构建。
- 举例说明电子商务下的物流具有什么特点。
- 结合实际说明我国电子商务物流发展过程中存在的问题。
- 列举我国目前主要的电子商务物流模式。
- 通过查阅网站 <http://www.fedex.com>，总结出美国联邦快递公司的运作模式。
- 预测电子商务物流业的发展趋势。

2. 关键概念回顾

(1) 电子商务中的瓶颈是()。

- A. 信息技术 B. 管理方法 C. 配送体系 D. 商务标准

(2)()是电子商务的最大信息载体。

- A. Internet B. 电信 C. 配送网 D. 管理系统

(3) 判断正误：电子商务系统信息化必将提高整个物流系统的运作效率，从而提高整个电子商务企业的运作效率。()

(4) 判断正误：电子商务物流要求物流管理人员具有较高的物流管理水平和电子商务知识。()

3. 练习题

请你谈谈对“物流是实现电子商务的重要环节和基本保证”的观点和看法。



网上冲浪

物流与信息流的紧密结合是电子商务物流的特点，也是发展的关键，物流综合解决方

案的设计和实施与改进工作是现代电子物流系统中的工作重点的。中国物流电子商务网 (<http://www.elogistics.com.cn/index.htm>) 为我们搭建了丰富知识与技能平台。通过访问这一网站，试了解物流企业与客户提供物流信息的综合处理功能是如何实现的。



案例讨论

Case Discussion

科利华公司利用电子商务发展物流配送

继国家信息中心与中国交通运输协会投资 200 万元开通了“全国货运信息服务网”、东方红叶集团开通了“时空网”之后，由科利华公司创办的“中运网”再次引起了业界的关注。

目前全国范围内的运输协调、调度及综合控制能力大大滞后于公路与车辆的发展速度，与现有公路承载能力及实际拥有的运输能力形成了极大的反差。全国运营车辆的平均实载率只有 56%，公路上跑的车辆中有 44% 处于空驶状态，由此造成的无效消耗每年高达 108 亿元。随着燃料价格的上涨，这种浪费将更显无奈。而从另一方面看，拥有大量货物的货主，却为找不到价格合理的车辆焦急万分。

由于空驶返城已经占据了将近一半的运输流量，迫使货运司机利用各种渠道联络配货业务，因而形成了一个为“空车配货”服务的中介地带，随之而来的是一批又一批中介公司的出现。据不完全统计，1998 年仅北京市就有近千家此类公司，但普遍规模较小，信用较差，多数公司的业务来源主要依靠老客户和熟人介绍，信息闭塞和孤立使用情形仍然普遍。同时，由于货运中介公司之间信息分散，路线单一，价格混乱甚至相互敌视，许多货主出于对货运安全等方面的考虑，对本属正常物流范畴的“空车配货”心存疑虑，形成了“中介公司不少，空车返城照跑”的奇怪现象。

在这种情况下，Internet 的出现为解决这些矛盾提供了可能。它要在全国范围内形成一个高效、流畅、可调控的物流交通体系，公路运输网络化体系应由无数个地面代理中心及其营业网点组成，能覆盖全国绝大部分城市，各配送中心有统一的标识，并引进计算机网络管理对装卸保管等过程实行标准化操作。当货物需要分流到多个站点并选择了配送时，货主可以根据代理中心的覆盖区域来选择配送中心，这一信息通过网络传输给当地的配送中心，配送中心根据要求和所预定到达的时间做好一切配送准备工作。当货物到达后，地面配送中心用计算机对货物自动分拣和配装，这种经济合理的配送还可以消除重复运输，提高运输工具的利用率，这样的配送体系将进一步降低商品流通成本，提高其流通效益。

所有希望扩大商业机会的货主、货运配送业户和汽车运输企业都可以注册成为中运网的成员，通过 Internet 进行信息发布、洽谈和交易，借助中运网平台实现自身业务的网络化。

作为一个运输企业，把掌握到的信息送到中运网，目前有 3 条上行途径：第 1 条途径是计算机本身；第 2 条途径是手机模式，现在用手机通过网络可以直接把空车信息反馈传输到中运网上；第 3 条途径是利用中运网的免费电话 800-810-2188，通过电话把信息传输

到中运网上。

据悉，中运网开通的第一天，网上成交的运输总量已达 408.7t。科利华公司用了仅仅 10 个月的时间，配套创建了网络健康运行的技术保障体系，地对空结合并能覆盖全国三级以上城市的运营管理体系，以及能最大限度地满足用户需求的市场服务体系和交易结合后的结算体系，从而将中运网做成了实实在在的 B2B 电子商务项目，以此达到多方共赢。

并不是所有的行业都适宜做电子商务，但科利华公司的成功证明了道路运输业是最适宜开展电子商务的行业之一。



问题讨论

- (1) 试总结科利华公司利用电子商务发展物流配送成功的关键是什么。
- (2) 试联系实际总结除道路运输业以外，还有哪些行业适合做电子商务。