



中等职业学校现代物流管理专业教学用书

电子商务与物流管理

梅焰/主编



第2版



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

中等职业学校现代物流管理专业教学用书

电子商务与物流管理

第2版

梅 焰 主 编



机械工业出版社

本书介绍了电子商务基础知识,物流基本概念,电子商务物流系统,电子商务物流过程,电子商务物流技术,电子商务物流配送,电子商务物流管理等相关知识,通过对本书的学习,使学生了解电子商务的基本概念,了解电子商务和物流管理的关系,掌握物流在电子商务中的作用。本书通过大量案例进行分析,理论实践相结合,基础知识和实务操作技能并举,有利于指导学生学习。

本书教学目标定位为培养物流操作层人才,可作为物流专业中职教育教材,也可作为物流初级从业人员的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务与物流管理/梅焰主编. —2版. —北京:机械工业出版社,2008.4

中等职业学校现代物流管理专业教学用书

ISBN 978-7-111-16322-0

I. 电… II. 梅… III. 电子商务—物流—物资管理—专业学校—教材 IV. F713.36 F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第029091号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:朱华 王英杰 责任编辑:王英杰 版式设计:霍永明

责任校对:纪敬 封面设计:陈沛 责任印制:杨曦

三河市国英印务有限公司印刷

2008年7月第2版第1次印刷

184mm×260mm·10.75印张·241千字

0001-4000册

标准书号:ISBN 978-7-111-16322-0

定价:18.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

销售服务热线电话:(010) 68326294

购书热线电话:(010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线电话:(010) 88379761

封面无防伪标均为盗版

中等职业学校现代物流管理专业教材编审委员会

主任委员：韦弢勇

副主任委员：潘 波 韦红革 梅 焰

委 员（以姓氏笔画为序）：

刘五平 伍玉坤 奉 毅 赵钧铎

袁炎清 秦龙有 徐建英 蒋卫华

彭太瑞 曾 剑 雷丽芳 廖建国

本书主编：梅 焰

本书副主编：雷敏诚 沈仁良

本书参编：吕晓明 顾淑红 李永登

第 2 版前言

随着全球经济一体化和信息技术的迅速发展,社会生产、物资流通、商品交易及其管理方式正在发生深刻的变化,现代物流发展已经成为一个国家或地区综合竞争力的重要标志之一,被喻为促进经济增长的“加速器”和“第三利润源泉”。在我国,物流基础战略地位也日益显现出来,发展现代物流业已成为各级政府和各类企业高度重视的热点问题,物流业的快速发展使得物流人才的培养成为一项十分紧迫的任务,加强中等职业学校的现代物流管理专业的建设发展亦迫在眉睫,这套“中等职业学校现代物流管理专业教学用书”便是在这种背景下进行修订的。

“中等职业学校现代物流管理专业教学用书”(第1版)是由全国26所职业院校的专家、学者共同规划、共同编写的,整套教材从物流基础理论入手,系统地阐述了物流的基本概念、基本理论、基本方法和操作技能,是一套较为适合中等职业学校物流管理专业培养目标和教学特点的教材。该套教材自面市以来,深受广大师生和业界读者的欢迎。通过一段时间的使用、实践,我们也对物流企业的岗位技能要求及用人需要进行了深入的调查和了解,并广泛收集了各院校和读者对本套教材的反馈意见和建议,深感有必要在新的形势下对第1版教材从结构到内容进行修订,以使本套教材更能适应物流行业对人才实际要求的变化,更方便广大师生的使用,更符合中职学生的培养目标和教学特点。

本套教材的修订在借鉴和吸收国内外物流学的基本理论和最新研究成果基础上,密切结合我国物流业的发展与物流职业教育的实际,充分体现“以就业为导向”的职业教育思想,适应行动导向教学方法的需要。全套教材以物流的基本知识和基本能力的培养为主要内容,突出应用能力的培养,教材本着“理论够用,技能过硬,实践为主”的原则进行修订,使其内容及结构均更加适合职业学校对现代物流管理专业的教学要求。

第2版教材的主要特点是：

(1) 为了适应不同行业、不同地区学校物流管理专业办学及学生就业要求，在原来规划的第1版13本教材的基础上，增加了《现代物流实训指导》、《职业学习与就业指导》两本书。

(2) 教材各章增加了学习目的要求或教学要点，并附有本章小结，以方便读者“提纲挈领”地了解并掌握各章节的内容。

(3) 尽量避免理论阐述泛泛而谈，减少理论分析，理论知识阐述只注重解决“是什么”的问题；技能训练方面则重点解决“怎么干”的问题，突出了实用性和操作性，更能适合中职学生基本素质和技能培养目标要求。也使读者能更好地掌握物流相关的基本技能。

(4) 对一些必须掌握的知识点和重要资料书中用“知识卡”、“资料库”、“动动脑”、“想一想”等标示出来，以便读者重点了解。

(5) 增加了大量的图片、表格等来阐述专业术语和技能知识，图文并茂，趣味性与知识性有机结合，以增强读者对所学知识的感性认识。

(6) 每章节后均设有“训练与提高”，可用于随时检查学习效果，案例分析题则突出运作管理方法与技能实训，有利于培养学生动手操作和解决实际问题的能力，便于读者理解巩固所学知识。每节后的练习题都在教参资料中配有标准答案，可供查对。

(7) 为了方便广大教师的备课和教学，每本教材都增加了助教多媒体课件电子教案和参考图片资料等。为了适应中等职业教育课程改革的需要，配给的教案中介绍了20多种常用的教学方法（如项目教学法）的运用，以帮助教师组织教学过程，使教学更生动直观，提高教学效率。

(8) 各本教材内容基本独立，可根据实际情况进行选择教学。

本套教材既可作为中职学校物流专业课程的教材，也可作为物流企业开展岗位短期培训的教材，也适合广大物流业界人员作为学习参考用书。

《电子商务与物流管理》主要从电子商务与现代物流的关系入手，系统介绍电子商务环境下如何开展现代物流管理，不仅为从事电子商务的人员提供现代物流方面的知识，也为从事物流管理的人员提供电子商务方面的知识。本书由梅焰任主编，雷敏诚、沈仁良任副主编。吕晓明编写第一章和第八章；梅焰编写第二章；雷敏诚编写第三章；沈仁良编写第四章；顾淑红编写第五



章和第九章；李永登编写第六章和第七章。

本套教材在编写过程中，参考或引用了不少专家学者的研究成果与资料，作者已尽可能地在参考文献中列出，在此对这些专家学者们表示衷心的感谢，有些资料的引用可能由于疏忽没有指出资料出处，若有此类情况发生，编者则表示万分歉意。

物流学的理论与方法仍在发展之中，有待于不断充实与完善。编者们在奉献给读者一本具有特色的实用教材，限于作者的水平，书中难免有不妥之处，敬请广大专家和读者批评指正。

中等职业学校现代物流管理

专业教材编审委员会

第 1 版前言

当今科学技术的发展日新月异,经济全球化趋势明显增强,给世界各国经济发展带来了前所未有的发展机遇。现代物流产业作为现代经济的组成部分,在国民经济建设与社会发展中发挥着愈来愈重要的作用。发展现代物流产业对改善投资环境,优化资源配置,降低生产成本,提高经济效益,促进产业结构的调整,具有十分重要的意义。目前,物流产业被认为是国民经济发展的动脉和基础产业,其发展程度成为衡量一个国家现代化程度和综合国力的重要标志之一,被喻为经济发展的加速器。

物流研究的是生产领域与流通领域所产生的物品流动现象,将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能进行有机结合,研究物品从供应地向接收地的实体流动过程。现代物流是多学科、多技术的综合性强的专业领域。尽管物流概念传入我国已经多年,但对物流的研究相对滞后,物流技术水平相对落后。改革开放以来,随着高新技术的发展与应用,企业生产效率极大提高,产品研发周期缩短,市场竞争加剧,流通领域结构的变革和零售业的发展,生产系统与流通系统产业紧密结合已成为趋势。企业在产品供应链活动中,不再是利益对立的,而是在伴随着信息流、资金流和物流的交往中,成为物流一体化中的利益共享者和战略同盟者。一方面,通过物流一体化,物流配送不仅加快了物品的流通速度,而且可以大大降低企业的经营成本;另一方面,信息技术的广泛应用为物流业的发展注入了强大的生命力。计算机网络的普及与信息技术的发展实现了数据快速、准确传递,大大提高了订单处理、仓储、装卸、运输、采购、订货、配送的自动化水平,使物流各环节实现一体化运作。同时,信息技术的飞速发展,能对流通渠道中的商流进行有效管理,并对商流活动中的物流成本进行精确计算,这就完全可能打破传统的企业关系束缚,把原来在企业内部完成的物流作业交由专业公司运作。专业物流公司——第三方物流企业的蓬勃兴起,物流新技术的推广应用,以及国际物流市场的迅速发展,将使物流市场竞争面更广、起点更高,同时,竞争也将变得十分激烈。

根据我国加入 WTO 的承诺,物流业是最先开放的行业之一。要实现物流一体化,发展第三方物流,与国际物流企业竞争,必须引起各级政府部门的高度重视,出台有效的政策措施加以引导,改革分散的物流管理体制,提高物流现代化水平,加快培养物流经过管理、物流技术应用等现代物流人才。为保证物流产业发展所需要的各类技术人才,在加强高层次物流经营与管理人才培养的同时,要大力发展物流职业技术教育,通过各种途径培养一大批物流管理和物流技术人才,特别是造就大批物流生产第一线技术操作和运作管理的应用型人才,推行物流从业人员职业资格制度,建立多层次、多样化的物流人才培养体系。

为了适应我国物流产业发展,培养应用型物流职业技术人才,全国 26 所职业院校于

2004年6月在广西桂林召开了“职业院(校)现代物流管理专业教学研讨会”,规划编写这套“中等职业学校现代物流管理专业教学用书”,其中《供应链管理》等6本教材被国家教育部职业教育与成人教育司列为推荐教材。同时,成立了“中等职业学校现代物流管理专业教材编审委员会”。参与这套教材编写的同志大多数是长期从事物流研究、物流企业经营管理、物流技术开发应用和物流教学的第一线专家、企业人员和教师。这套教材介绍了现代物流经营理念与物流实用新技术,吸收了国内外物流研究成果与物流实践经验。在编写过程中,针对职业教育的特点与物流岗位从业要求,参考了大量国内外物流专业书刊,使整套教材尽量反映专业学科前沿的最新理论与实用技术,并附有案例介绍与分析,具有简明、系统、实用等特点。这套教材既可作为中等职业学校物流管理专业教材,也可作为我国物流企业和其他企事业单位从事物流工作的在职人员的培训用书,也可供广大青年、学生、再就业人员作学习参考。

由于时间仓促,编者水平所限,加之物流产业处于迅速发展时期,新理论层出不穷,新技术不断涌现,教材中难免有误,敬请国内外同行和广大读者提出宝贵意见,共同商榷,以期再版时改进,不断提高编写水平,促进我国中等职业学校物流专业教材建设与发展。

中等职业学校现代物流管理 专业教材编审委员会



目 录

第 2 版前言

第 1 版前言

第一章 电子商务与物流管理概述	1
第一节 电子商务的基本概念	1
一、电子商务的概念与特点	1
二、电子商务的分类及其服务内容	3
三、电子商务的基本业务流程	5
四、现代物流是实现电子商务的保证	5
训练与提高	7
第二节 物流的基本概念	7
一、物流概念的产生与发展	7
二、物流的功能和构成要素	8
三、现代物流管理特征	10
四、物流的作用和地位	11
训练与提高	11
第三节 电子商务与物流的关系	12
一、物流在电子商务中的重要性	12
二、电子商务对物流的影响	13
三、我国电子商务条件下物流业的发展模式	14
训练与提高	16
第二章 电子商务环境下的物流运作系统	17
第一节 电子商务通用交易过程与基本程序	17
一、生产制造企业的电子商务与物流	17
二、商贸企业的电子商务与物流	22
三、消费者电子商务与物流	26
四、直销企业的电子商务与物流	26
训练与提高	28
第二节 B2B 电子商务系统下的物流系统	28
一、电子商务环境下的供应链管理与物流	29
二、电子商务对企业物流的要求	30



三、现代信息技术对企业物流的整合	31
四、电子商务环境下从供应链管理的角度对 B2B 企业物流支持系统的整合	32
训练与提高	33
第三节 B2C 电子商务系统下的物流系统	34
一、B2C 网站的物流系统概况	34
二、B2C 的物流支持系统	34
三、目前我国 B2C 网站物流配送存在的问题	36
四、物流配送对 B2C 电子商务的重要意义	36
训练与提高	37
第四节 物流运作案例分析	37
一、B2B 下的物流运作案例	37
二、B2C 下的物流运作案例	38
三、物流企业的电子商务运作案例	40
训练与提高	41
第三章 电子商务环境下的物流作业	43
第一节 电子商务环境下的物流作业过程	43
一、物流作业系统	43
二、传统商务环境下的物流流程	44
三、电子商务环境下的物流过程	45
训练与提高	49
第二节 电子商务系统下的物流业务流程分析	50
一、B2B 物流业务流程案例	50
二、B2C 物流业务流程案例	51
训练与提高	52
第四章 电子商务实现的物流技术	54
第一节 信息识别	54
一、物流标识技术	54
二、射频 (RF) 及标签系统	57
三、地理信息系统 (GIS)	59
四、全球卫星定位系统 (GPS)	60
训练与提高	61
第二节 信息处理技术	62
一、电子自动订货系统 (EOS)	62
二、销售时点 (POS) 信息系统	63
三、计算机辅助订货 (CAO) 系统	65
四、仓库管理技术	66
五、数据库技术	67

训练与提高	68
第五章 电子商务环境下物流信息支持系统的应用	69
第一节 进、销、存决策支持系统的应用及案例	69
一、进货管理子系统	69
二、销售管理子系统	70
三、库存管理子系统	76
四、应用案例分析	78
训练与提高	81
第二节 配送与运输管理系统的应用及案例	81
一、配送中心的管理系统	81
二、运输信息管理系统	82
三、运输信息管理子系统	82
四、案例分析	86
训练与提高	88
第六章 电子商务下的物流配送基础知识	91
第一节 物流配送基础知识概述	91
一、物流配送	91
二、现代物流配送促进了现代生产方式的变革	96
三、现代物流配送促进了零售业的发展	98
训练与提高	98
第二节 电子商务环境下的生产企业物流管理及物流配送案例	99
一、生产企业物流的内容	99
二、生产企业物流活动分析	100
三、生产企业物流配送案例	101
训练与提高	102
第三节 电子商务环境下的商业企业物流管理及物流配送案例	103
一、商业企业物流的内容	103
二、商业企业物流活动分析	103
三、商业企业物流配送案例	104
训练与提高	108
第七章 电子商务与第三方物流	110
第一节 第三方物流的基本概念	110
一、第三方物流的定义	110
二、第三方物流的特点	111
三、第三方物流的作用	113
四、第三方物流的案例	114
训练与提高	115



第二节 电子商务与第三方物流的关系	115
一、第三方物流是电子商务的重要组成部分	115
二、第三方物流是实现电子商务的基础保证	116
三、电子商务的发展推动了第三方物流的发展	118
训练与提高	119
第三节 我国现有第三方物流运作模式分析	119
一、电子商务第三方物流模式	119
二、我国第三方物流业现存的问题	122
三、我国第三方物流业运作模式分析	124
训练与提高	127
第八章 我国电子商务与物流业发展现状	129
第一节 我国物流业发展现状及发展趋势	129
一、我国物流业发展现状及存在问题	129
二、现代物流业的发展趋势	130
三、加快我国物流现代化的进程	131
训练与提高	133
第二节 发展现代物流业的对策和建议	133
一、做好物流发展总体规划,实现物流整体效益最优化	134
二、加强物流基础设施建设和发展	134
三、完善物流法律法规和标准	134
四、加强物流管理的研究和人才培养,努力扩大国际合作	134
五、加强组织和协调	134
六、选择重点企业进行试点	135
训练与提高	135
第九章 物流业电子商务网站案例分析	136
第一节 物流业电子商务网站建设	136
一、建设物流业电子商务网站的目的	136
二、物流业电子商务网站的结构设计	137
三、物流业电子商务网站的功能	145
训练与提高	146
第二节 物流业网站案例分析	147
一、网上商城举例	147
二、网上商城总体设计	152
训练与提高	155
参考文献	157



第一章 电子商务与物流管理概述

本章知识要点

- ◇ 电子商务的概念、特点及分类。
- ◇ 现代化物流在电子商务活动中的重要作用。
- ◇ 电子商务下物流的特点以及电子商务下物流企业的发展方向。

第一节 电子商务的基本概念

一、电子商务的概念与特点

1. 电子商务的概念

1997年11月国际商会于巴黎举行了世界电子商务会议，对电子商务的概念进行了最权威的阐述：电子商务是指实现整个贸易过程中各阶段的贸易活动的电子化。从涵盖范围方面可以定义为：交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易；从技术方面可以定义为：电子商务是一种多技术的集合体，包括交换数据（如电子数据交换、电子邮件）、获得数据（共享数据库、电子公告牌）以及自动捕获数据（条形码）等。

欧洲议会关于“电子商务欧洲动议”给出的定义是：“电子商务是通过电子方式进行的商务活动。它通过电子方式处理和传递数据，包括文本、声音和图像。它涉及许多方面的活动，包括货物电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、电子货运单证、商业拍卖、合作设计和工程、在线资料、公共产品获得。它包括了产品（如消费品、专门设备）和服务（如信息服务、金融和法律服务）、传统活动（如健身、教育）和新型活动（如虚拟购物、虚拟训练）。”

小资料

美国学者瑞维·卡拉克塔和安德鲁·B·惠斯顿在《电子商务的前沿》一书中提出：“广义的讲，电子商务是一种现代商业方法。这种方法通过改善产品和服务质量、提高服务传递速度，来满足政府组织、厂商和消费者的降低成本的需求”。

上述各种定义虽然不尽相同，但只是人们从不同角度各抒己见。电子商务从广义和狭义两方面可以归纳为：

1) 广义的电子商务 (EB, Electronic Business) 是指各行各业, 包括政府机构和企业、事业单位各种业务的电子化、网络化, 也可称作电子业务, 包括电子商务、电子政务、电子军务、电子医务、电子事务、电子家务等。

2) 狭义的电子商务 (EC, Electronic Commerce) 是指人们利用电子化手段进行以商品交换为中心的各种商务活动, 是公司、厂家、商业企业、工业企业与消费者个人的交易, 双方或各方利用计算机网络进行的商务活动, 也可称作电子交易, 包括电子商情、电子广告、电子合同、电子购物、电子交易、电子支付、电子转账、电子结算、电子商场、电子银行等不同层次、不同程度的电子商务活动。

2. 电子商务的特点

电子商务与传统的商务活动比较具有以下几个特点:

(1) 交易虚拟化 通过以 Internet (因特网) 为代表的计算机网络进行的贸易, 贸易双方从贸易磋商、签订合同到支付等, 无需当面进行, 均通过互联网络完成, 整个交易完全虚拟化。对卖方来说, 可以到网络管理机构申请域名, 制作自己的主页, 组织产品信息上网。而虚拟现实、网上聊天等新技术的发展使买方能够根据自己的需求选择广告, 并将信息反馈给卖方。通过信息的推拉互动, 签订电子合同, 完成交易并进行电子支付。整个交易都在网络这个虚拟的环境中进行。

(2) 交易成本低 电子商务使得买卖双方的交易成本大大降低, 具体表现为买卖双方通过网络进行商务活动, 无需中介者参与, 减少了交易的有关环节。卖方可通过互联网络进行产品介绍、宣传, 避免了在传统方式下做广告、发印刷产品等大量费用。电子商务实行“无纸化贸易”、“无纸化办公”, 可减少文件处理费用。互联网使买卖双方即时沟通共需信息, 使无库存生产和无库存销售成为可能, 从而使库存成本降为零。

知识卡

无纸化办公

企业利用内部网 (Intranet) 可实现“无纸化办公”, 提高内部信息传递的效率, 节省时间, 并降低管理成本。

(3) 交易效率高 由于互联网络将贸易中的商业报文标准化, 使商业报文能在世界各地瞬间完成传递, 计算机在最短的时间内自动处理原料采购、产品生产、需求与销售、银行汇兑、保险、货物托运及申报等过程, 无需人员干预。电子商务克服了传统贸易方式费用高、易出错、处理速度慢等缺点, 极大地缩短了交易时间, 使整个交易非常快捷与方便。

(4) 交易透明化 买卖双方从交易的洽谈、签约到货款的支付、交货通知等整个交易过程都在网络上进行。通畅、快捷的信息传输可以保证各种信息之间互相核对, 可以防止伪造信息的流通。

3. 电子商务的运作过程

在电子商务环境下, 商贸实务的运作过程虽然也有交易前的准备、贸易的磋商、合同签订与执行以及资金的支付等环节, 但是交易具体使用的运作方法是完全不同的。

(1) 交易前的准备 在电子商务营销模式中, 交易的供需信息都是通过交易双方的网址和网络主页完成的, 双方信息的沟通具有快速和高效的特点。

(2) 贸易的磋商 由于通过专门的数据交换协议保证了正确、快速、安全的网络信息传递, 使电子商务的贸易磋商从纸面单证转变成电子化的记录、文件和报文在网络上的传递过程。

(3) 合同的签订与执行 电子商务环境下的网络协议和电子商务应用系统的功能保证了交易双方所有的贸易磋商文件的正确性和可靠性, 并且在第三方授权的情况下具有法律效应, 可以作为在执行过程中产生纠纷的仲裁依据。

(4) 资金的支付 电子商务中交易的资金支付采用信用卡、电子支票、电子现金和电子钱包等形式, 可以进行网上支付。

二、电子商务的分类及其服务内容

1. 按照交易对象分类

按照交易对象分类, 电子商务大致可以分为企业与消费者间的电子商务、企业与企业间的电子商务、消费者与消费者之间的电子商务和企业与政府间的电子商务等。

(1) 企业与消费者间的电子商务 (B2C, Business to Consumer 电子商务) 企业对消费者的交易很大程度上就是电子零售。网上零售是随着 Web 的出现而迅速发展起来的, 现在互联网上已经有成千上万个网上购物场所, 比如卓越网 (图 1-1) 主要就是为个人消费者提供图书、光盘、鲜花、汽车等各种消费品和服务。



图 1-1 joyo 卓越网网站主页

(2) 企业与企业间的电子商务 (B2B, Business to Business 电子商务) 企业对企业间的电子商务就是企业与企业之间的交易, 比如一个公司通过互联网向它的供货商订货, 神州数码公司就是通过“e-brige”(网址 www.e-brige.com.cn) 网站为代理商提供 IT 产品的。

(3) 消费者与消费者之间的电子商务 (C2C, Consumer to Consumer 电子商务) C2C电子商务主要是消费者与消费者之间的交易, 这类网站为消费者之间提供一个平台, 如易趣网(图1-2)主要就是为个人消费者提供拍卖等商机信息服务的。



动脑筋

C2C 电子商务还有哪些网站?



图 1-2 易趣网网站主页

(4) 企业与政府之间的电子商务 (B2G, Business to Government 电子商务) 企业与政府之间的电子商务涵盖了政府与企业间的各项事务, 包括政府采购、税收、商检、管理条例的发布和法规政策的颁布等。目前我国有些地方已经推行网上采购。

2. 按照商业活动内容分类

按照商务活动内容分类可以分为完全电子商务和不完全电子商务。

(1) 完全电子商务 即可以完全通过电子商务方式实现和完成整个交易过程的交