

高等院校电子商务职业细分化创新型规划教材

ECETC | 电子商务从业人员培训考试认证项目指定教材



电子商务 与现代物流

许应楠 凌守兴◎主编

课证融通，将学科体系与认证培训有机结合
产教融合，体现行业人才岗位技能的新要求
内容讲解注重电子商务与现代物流技术相结合

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

高等院校电子商务职业细分化创新型规划教材

ECETC | 电子商务从业人员培训考试认证项目指定教材



电子商务 与现代物流

许应楠 凌守兴◎主编

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

电子商务与现代物流 / 许应楠, 凌守兴主编. — 北京: 人民邮电出版社, 2015. 2
高等院校电子商务职业细分化创新型规划教材
ISBN 978-7-115-37547-6

I. ①电… II. ①许… ②凌… III. ①电子商务—物流—物资管理—高等学校—教材 IV. ①F713.36②F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第281866号

内 容 提 要

本书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。首先, 介绍现代物流管理基础知识和现代物流管理的基本功能, 通过探讨电子商务与现代物流的关系, 对电子商务环境下现代物流模式、仓储、物流系统等内容进行详尽的论述, 强调电子商务信息技术和物流信息管理的重要性, 引出现代物流供应链管理概述, 介绍几种主要的供应链管理方法; 其次, 本书还对绿色物流、逆向物流进行了详细的介绍; 再次, 本书引用了大量的企业资料, 且每章均附有案例展示与课后实训操作题, 阅读起来更加直观, 更加容易理解和掌握。

本书不仅可以作为高等院校电子商务专业的教材, 也可供电子商务或物流管理从业人员参考。

-
- ◆ 主 编 许应楠 凌守兴
责任编辑 王 平
责任印制 杨林杰
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京艺辉印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 13.5 2015 年 2 月第 1 版
字数: 325 千字 2015 年 2 月北京第 1 次印刷
-

定价: 32.00 元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

前言

FOREWORD

我国电子商务的快速发展以及消费者在线购物的普及，使得越来越多的企业开始触网，电子商务这一现代交易也受到了更多人的关注。与此同时，和电子商务紧密联系的物流管理也受到了各方的重视，电子商务要想顺利发展，就必须要有科学、有效的现代物流管理作为辅助和支撑。

为了更好地让大家了解电子商务环境下的现代物流管理体系，我们编写了《电子商务与现代物流》一书。全书始终注重电子商务与现代物流的结合，叙述准确，内容丰富，逻辑清楚，且每章前面都有引导案例，章后均附有知识要点总结、习题和实训内容，内容充实新颖，有创新精神。

本书共分 10 章，主要介绍电子商务与物流管理、电子商务下的现代物流模式、电子商务物流装卸与运输管理、电子商务物流仓储管理与库存控制、电子商务物流包装与流通加工、电子商务物流配送与配送中心、电子商务物流系统管理、电子商务现代物流供应链管理、电子商务物流服务与成本管理、电子商务环境下的逆向物流。通过本书的学习，读者可以系统地对电子商务环境下现代物流管理整个体系有所了解，并增加对企业现代物流实践的认识。

本书由许应楠、凌守兴主编。在本书的成书过程中，许应楠编写第 1 章、第 2 章、第 10 章；凌守兴编写第 1 章、第 8 章；王春兰编写第 3 章，第 4 章；李忠美编写第 5 章；高志坚编写第 6 章；张梅燕、王利锋编写第 7 章；肖苏编写第 9 章。

由于受作者水平和时间的限制，书中的错误和遗漏在所难免，希望各位读者批评指正。作者的联系方式：邮箱 yanwu1986@126.com；QQ281322335；微信 xuyingnan1986。

编者

2014 年 9 月

第1章 电子商务与现代物流管理 1

<p>1.1 现代物流概述 1</p> <p>1.2 现代物流的作用 2</p> <p>1.3 现代物流的特征 4</p> <p>1.4 电子商务与现代物流的关系 5</p> <p>1.5 电子商务环境下现代物流管理现状 7</p> <p>1.6 电子商务物流管理概况 8</p>	<p>1.7 电子商务环境下现代物流的发展趋势 10</p> <p>1.8 本章小结 11</p> <p>1.9 复习思考题 11</p> <p>1.10 本章实训 11</p>
--	---

第2章 电子商务下的现代物流模式 12

<p>2.1 企业自营物流 12</p> <p style="padding-left: 20px;">2.1.1 企业自营物流的内涵 13</p> <p style="padding-left: 20px;">2.1.2 企业自营物流的优势 13</p> <p style="padding-left: 20px;">2.1.3 企业自营物流的劣势 14</p> <p>2.2 第三方物流 15</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.1 第三方物流的内涵 16</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.2 第三方物流的特点 16</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.3 第三方物流的优势 17</p> <p>2.3 第四方物流 18</p> <p style="padding-left: 20px;">2.3.1 第四方物流的内涵 19</p> <p style="padding-left: 20px;">2.3.2 第四方物流的特点 20</p> <p style="padding-left: 20px;">2.3.3 第四方物流的运作模式 20</p>	<p>2.4 物流联盟 22</p> <p style="padding-left: 20px;">2.4.1 物流联盟的内涵 23</p> <p style="padding-left: 20px;">2.4.2 物流联盟的特点 23</p> <p style="padding-left: 20px;">2.4.3 物流联盟的运作模式 24</p> <p>2.5 绿色物流 24</p> <p style="padding-left: 20px;">2.5.1 绿色物流的内涵 25</p> <p style="padding-left: 20px;">2.5.2 绿色物流的特点 25</p> <p style="padding-left: 20px;">2.5.3 绿色物流的运作模式 26</p> <p>2.6 本章小结 27</p> <p>2.7 复习思考题 27</p> <p>2.8 本章实训 27</p>
--	---

第3章 电子商务物流装卸与运输管理 28

<p>3.1 电子商务物流装卸 28</p> <p style="padding-left: 20px;">3.1.1 装卸的概念 29</p> <p style="padding-left: 20px;">3.1.2 装卸的种类 29</p> <p style="padding-left: 20px;">3.1.3 装卸搬运机械 30</p> <p style="padding-left: 20px;">3.1.4 装卸搬运的合理化 32</p> <p>3.2 电子商务物流运输 34</p> <p style="padding-left: 20px;">3.2.1 商品运输的概念及重要性 34</p>	<p style="padding-left: 20px;">3.2.2 商品运输方式 34</p> <p style="padding-left: 20px;">3.2.3 运输的合理化 38</p> <p style="padding-left: 20px;">3.2.4 物流运输规划与决策 41</p> <p>3.3 本章小结 49</p> <p>3.4 复习思考题 49</p> <p>3.5 本章实训 49</p>
---	---

CONTENTS

目录

第4章 电子商务物流仓储管理与库存控制 51

4.1 仓库保管	52	4.4 库存控制方式	65
4.1.1 仓库的概念	52	4.4.1 ABC重点管理法	65
4.1.2 仓库的类型	52	4.4.2 经济订购批量	66
4.1.3 仓库的功能	53	4.4.3 订货点法(定量订货方式)	69
4.2 仓储管理	54	4.4.4 定量维持方式	70
4.2.1 仓储的含义	54	4.4.5 定期订货法	71
4.2.2 仓储管理的内容与任务	55	4.4.6 安全库存	73
4.2.3 仓库的选址和布局	55	4.5 供应链管理环境下的库存管理策略	76
4.2.4 仓库作业管理	58	4.5.1 VMI管理系统	76
4.2.5 仓储合理化	59	4.5.2 联合库存管理	79
4.3 库存概述	61	4.5.3 多级库存优化与控制	83
4.3.1 库存的概念	61	4.6 本章小结	84
4.3.2 库存的类型	62	4.7 复习思考题	85
4.3.3 库存的功能	63	4.8 本章实训	85

第5章 电子商务物流包装与流通加工 86

5.1 包装基础知识	86	5.3 流通加工基础知识	100
5.1.1 包装的概念	87	5.3.1 流通加工的概念	100
5.1.2 包装的特性与功能	88	5.3.2 流通加工的地位及作用	102
5.1.3 包装的分类及常用材料	89	5.4 流通加工合理化	104
5.1.4 包装技术分类	89	5.5 流通加工的市场化、社会化和网络化	107
5.1.5 包装技术与产业的发展方向	93	5.6 本章小结	108
5.2 包装合理化	94	5.7 复习思考题	108
5.2.1 合理化包装的指导思想	95	5.8 本章实训	108
5.2.2 包装的设计要点	95		
5.2.3 包装设计合理化	96		

第6章 电子商务物流配送与配送中心 110

6.1 配送的概念及分类	112	6.2 电子商务配送合理化	116
6.1.1 配送的概念	112	6.2.1 不合理配送的表现形式	117
6.1.2 配送的分类	112	6.2.2 配送合理化的判断标志	118
6.1.3 配送的作用	114	6.2.3 配送合理化可采取的做法	119
6.1.4 电子商务下的配送	115	6.3 配送中心概述	120

CONTENTS

目录

6.3.1	配送中心的概念	120	6.4.2	科学规划配送中心	129
6.3.2	配送中心的类别	121	6.4.3	配送中心选址及设施关联性分析	131
6.3.3	配送中心的功能	122	6.4.4	整体布局设计	132
6.3.4	配送中心的作业流程	123	6.4.5	设计方案的评估	132
6.3.5	电子商务下的配送中心	126	6.5	本章小结	133
6.4	配送中心规划设计	128	6.6	复习思考题	133
6.4.1	建设配送中心的决策准备	128	6.7	本章实训	133

第7章 电子商务物流系统管理 135

7.1	物流系统与物流系统工程	135	7.3.2	精益物流的内涵	147
7.1.1	物流系统	135	7.3.3	精益物流系统的特点	148
7.1.2	物流系统的组成	136	7.3.4	精益物流系统的基本框架	148
7.1.3	电子商务与物流系统	136	7.3.5	精益物流的切入方式	150
7.1.4	物流系统工程	137	7.3.6	中国的物流企业应该走精益物流的道路	150
7.1.5	现代自动化物流系统工程	137	7.4	物流系统评价	151
7.1.6	适应电子商务的物流管理系统	138	7.4.1	物流系统评价指标体系的组成	151
7.2	电子商务物流系统设计	140	7.4.2	物流系统评价指标体系的建立	153
7.2.1	现代物流设计	140	7.5	本章小结	156
7.2.2	电子商务中物流服务内容设计	141	7.6	复习思考题	156
7.2.3	物流系统设计中追求的目标	144	7.7	本章实训	157
7.3	精益物流系统	146			
7.3.1	精益物流的历史背景	146			

第8章 电子商务现代物流供应链管理 158

8.1	现代物流供应链管理概述	160	8.5	现代物流供应链管理的特征	163
8.2	电子商务对现代物流供应链管理的影响	160	8.6	现代物流供应链管理方法	164
8.3	现代物流供应链管理的内容	161	8.7	本章小结	165
8.4	现代物流供应链管理的原则和目标	162	8.8	复习思考题	165
8.4.1	现代物流供应链管理的原则	162	8.9	本章实训	165
8.4.2	现代物流供应链管理的目标	162			

CONTENTS

目录

第9章 电子商务物流服务与成本管理 167

9.1 物流服务与成本管理的关系	168	9.3.3 电子商务物流成本管理	187
9.2 物流服务管理	171	9.3.4 降低电子商务物流成本的途径	190
9.3 物流成本管理	184	9.4 本章小结	196
9.3.1 电子商务物流成本的含义	184	9.5 复习思考题	196
9.3.2 电子商务物流成本的种类	184	9.6 本章实训	196

第10章 电子商务环境下的逆向物流 198

10.1 逆向物流的内涵	199	10.6 逆向物流的运作模式	203
10.2 逆向物流的特点	200	10.7 逆向物流与绿色物流的比较	205
10.3 逆向物流的成因	201	10.8 本章小结	206
10.4 企业实施逆向物流的作用	202	10.9 复习思考题	206
10.5 逆向物流的业务流程	202	10.10 本章实训	206

参考文献 207

随着信息技术和网络技术的飞速发展,我国电子商务呈现出迅猛的发展势头,在线购物的蓬勃发展,给电子商务企业带来了前所未有的发展机遇,电子商务这一现代交易形式也受到了更多人的关注。与此同时,和电子商务紧密联系的物流管理也受到了各方的重视,人们开始认识到,电子商务想要顺利的发展,就必须要有科学、有效的现代物流管理作为辅助和支撑。

1.1 现代物流概述



案例展示: 青岛啤酒集团现代物流体系



青岛啤酒集团将“让青岛人民喝上当周酒,让全国人民喝上当月酒”作为目标,以消费者为中心,以市场为导向,以实现“新鲜度管理”为载体,以提高供应链运行效率为目标,对集团物流管理进行了改革,建立起了集团与分公司、各销售点物流、信息流和资金流全部由计算机网络管理的智能化现代物流配送体系。青岛啤酒集团以原运输公司为基础,注册成立具有独立法人资格的物流有限公司,引进现代物流管理理念和技术,并完全按照市场机制运作。青岛啤酒集团应用建立在 Internet 信息传输基础上的 ERP 系统,筹建了青岛啤酒集团技术中心,将

物流、信息流、资金流全面统一在计算机网络的智能化管理之下，建立起各分公司与总公司之间的快速信息通道，及时掌握各地最新的市场、库存、货物和资金流动情况，为制定市场策略提供准确的依据，并且简化了业务运行程序，提高了销售系统动作效率，增强了企业的应变能力。同时青岛啤酒集团还对运输仓储过程中的各个环节进行了重新整合、优化，以减少运输周转次数、压缩库存、缩短产品仓储和周转时间等。

目前，青岛啤酒集团销售部门根据各地销售网络的要货计划和市场预测，制订销售计划；仓储部门根据销售计划和库存及时向生产企业传递要货信息；生产厂有针对性地组织生产，物流公司则及时地调度运力，确保交货质量和交货期。同时销售代理商在有了稳定的货源供应后，可以从人、财、物等方面进一步降低销售成本，增加效益。现代物流管理体系的建立，使青岛啤酒集团的整体营销水平和市场竞争能力大大提高。其建立的信息网络系统还具有较强的扩展性，为企业在拥有完善的物流配送体系和成熟的市场供求关系时开展电子商务准备了必要的条件。

青岛啤酒集团在搭建现代物流体系过程中，主要利用了信息技术和网络技术，将青岛啤酒集团的原材料采购、生产、库存、销售等环节连接起来，从而达到青岛啤酒集团物流、信息流、资金流全面统一管理的目的。青岛啤酒集团现代物流体系如图 1.1 所示。

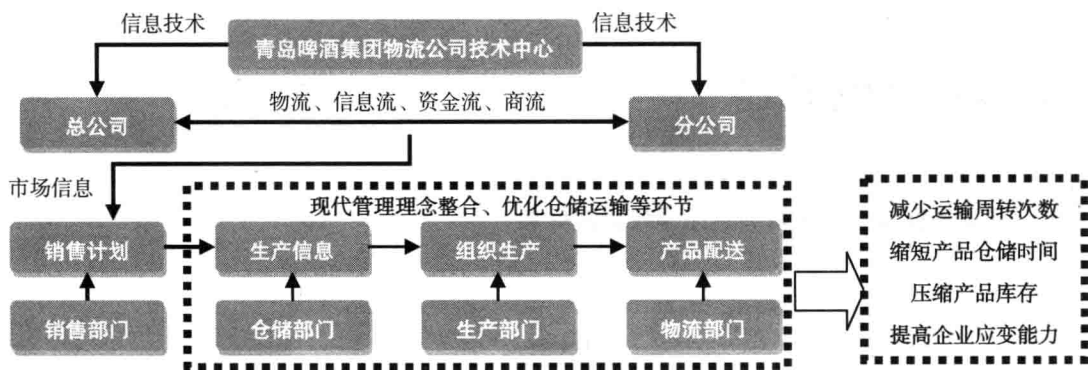


图 1.1 青岛啤酒集团现代物流体系

归根结底，现代物流与信息技术是分不开的，在认识现代物流的时候，要站在信息技术的角度，结合对传统物流的理解，认清现代物流的本质。

“现代物流”是相对于“传统物流”而言的，它是在传统物流分工基础上形成，并依托现代信息技术和现代管理理念而发展起来的，是知识和技术相对密集地实现物体时空效用的一系列服务活动。也就是说，现代物流是伴随信息技术、知识经济和全球一体化的发展产生的，用现代化的新技术、现代管理、新业态、新服务方式改造提升传统物流服务，创造需求，引导消费，向社会和企业提供高附加值、高层次、知识型、实现物体时空效用的生产服务和消费服务的国民经济新领域。

1.2 现代物流的作用

现代物流是一个不可省略或者说不可跨越的过程，而且，随着这个过程的发生，就会产生费用、时间、距离以及人力、资源、能源、环境等一系列问题。人们只有客观地认识这些问题，才能正确地对待、科学地解决好这些问题。一般说来，现代物流的作用主要表

现在6个方面,如图1.2所示。

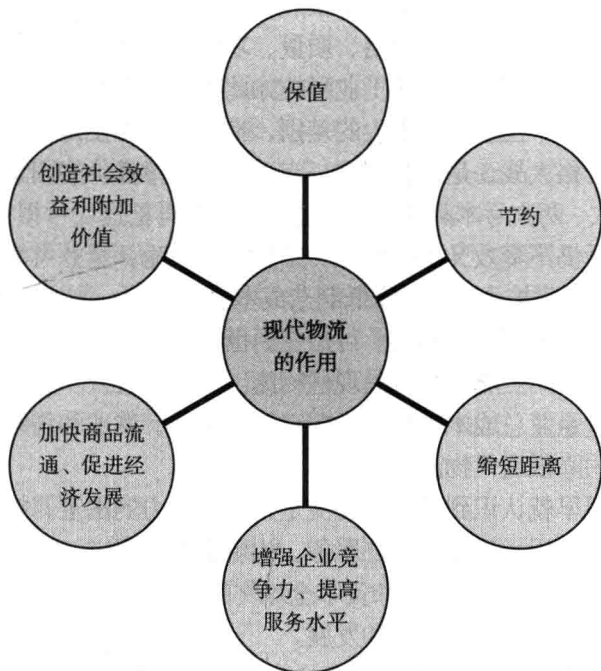


图 1.2 现代物流的作用

1. 保值

现代物流有保值作用。也就是说,任何产品从生产出来到最终消费,都必须经过一段时间、一段距离。在这段时间和距离过程中,都要经过运输、保管、包装、装卸等多环节、多次数的现代物流活动。在这个过程中,产品可能会遭到淋雨受潮、水浸、生锈、破损、丢失等。现代物流的使命就是防止上述现象的发生,保障产品从生产者到消费者移动过程中的质量和数量,起到产品的保值作用,即保护产品的存在价值,使该产品在到达消费者时使用价值不变。

2. 节约

搞好现代物流,能够节约自然资源、人力资源和能源,同时也能够节约费用。例如,集装箱化运输,可以简化商品包装,节省大量包装用纸和木材;实现机械化装卸作业,仓库保管自动化,能节省大量作业人员,大幅度降低人员开支。例如,海尔集团加强现代物流管理,建设起现代化的国际自动化现代物流中心,一年时间将库存所占压资金和采购资金从15亿元降到7亿元,节省了8亿元的开支。

3. 缩短距离

现代物流可以克服时间间隔、距离间隔和人的间隔,这自然也是现代物流的作用之一。现代物流在缩短距离方面的例证不胜枚举。例如,在北京可以买到世界各国的新鲜水果,全国各地的水果也长年不断;物流企业改善了物流系统,大大缩短了邮递时间,全国快递两天内就到;日本的配送中心可以做到,上午10点前订货、当天送到。这种现代物流速度,把人们之间的距离一下子拉得很近。随着现代物流现代化的不断推进,国际运输能力大大加强,极大地促进了国际贸易,使人们逐渐感到这个地球变小了,各大洲的距离更近了。

4. 增强企业竞争力、提高服务水平

在新经济时代,企业之间的竞争越来越激烈。在同样的经济环境下,制造企业(如家电生产企业)之间的竞争主要表现在价格、质量、功能、款式、售后服务上,可以讲,像电视机、空调、冰箱这类家电产品在工业科技如此进步的今天,质量、功能、款式及售后服务,目前各企业的水平已经没有太大的差别,唯一可比的便是价格。近几年全国各大城市此起彼伏的家电价格大战,足以说明这一点。那么支撑降价的因素是什么?如果说为了占领市场份额,一次、两次亏本降价,待市场夺回来后再把这块亏损补回来也未尝不可。然而,如果降价亏本后仍不奏效又该如何呢?结局不言而喻,企业可能就会一败涂地。在物资短缺年代,企业可以靠扩大产量、降低制造成本去攫取第一利润。在物资丰富的年代,企业又可以通过扩大销售攫取第二利润。可是在新世纪和新经济社会,第一利润源和第二利润源已基本到了极限,第三利润源就是现代物流。降价是近几年家电企业的主要竞争手段,降价竞争的后盾是企业总成本的降低,即功能、质量、款式和售后服务以外的成本降价,也就是我们所说的降低现代物流成本。

国外的制造企业很早就认识到了现代物流是企业竞争力的法宝,搞好现代物流可以实现零库存和零流动资金占用,是提高用户服务、构筑企业供应链、增加企业核心竞争力的重要途径。在经济全球化、信息全球化和资本全球化的21世纪,企业只有建立现代现代物流结构,才能在激烈的竞争中求得生存和发展。

5. 加快商品流通、促进经济发展

在谈这个问题时,我们以配送中心为例。可以说,配送中心的设立为连锁商业提供了广阔的发展空间。利用计算机网络,将超市、配送中心和供货商、生产企业连接,能够以配送中心为枢纽形成一个商业、现代物流业和生产企业的有效组合。有了计算机迅速、及时的信息传递和分析,通过配送中心的高效率作业、及时配送,并将信息反馈给供货商和生产企业,可以形成一个高效率、高能量的商品流通网络,为企业决策提供重要依据,同时,还能够大大加快商品流通的速度,降低商品的零售价格,提高消费者的购买欲望,从而促进国民经济的发展。

6. 创造社会效益和附加价值

实现装卸搬运作业机械化、自动化,不仅能提高劳动生产率,也能解放生产力。把工人从繁重的体力劳动中解脱出来,这本身就是对人的尊重,是在创造社会效益。随着现代物流的发展,居民的生活环境、生活质量可以得到改善和提高,人的尊严也会得到更多体现。

关于现代物流创造附加值,主要表现在流通加工方面,例如,把钢卷剪切成钢板、把原木加工成板材,名烟、名酒、名著、名画都会通过流通中的加工,使装帧更加精美,从而大大提高了商品的欣赏性和附加价值。

1.3 现代物流的特征

现代物流是在工业化比较发达的阶段产生,并主要依托发达的信息技术和现代管理理念发展起来的知识和技术相对密集的一种服务活动,是信息技术和市场竞争加剧的条件下,企业或传统物流企业的“演进”和社会分工在现阶段进一步深化的结果。因此,现代物流具有现代管理、现代性、社会化和网络化四大特性。

1. 现代管理特征

现代管理理念和运作模式是现代物流发展的基础之一，也是与传统物流的重要区别，它主要体现在以下3个方面。

第一，系统化和整体最优特征，即功能集成和资源整合。现代物流将运输、仓储、装卸、搬运、包装、流通加工、物流信息等功能要素有机地结合在一起，作为一个系统来进行管理。系统化方法可以使企业的物流需求与外购物流有机地结合在一起，形成一种良性的系统化物流循环。

第二，以实现顾客满意为第一目标。现代物流是在为生产和消费提供实现物体时空效用高附加值或节约成本服务并增加企业效益的基础上获取利润的一系列服务活动。

第三，现代物流的运作模式多样复杂。现代综合物流摆脱了传统企业的内部物流和实体分配的单一模式，发展起多元化的物流企业运营模式，如自营物流与外协物流、物流联盟与综合物流配送中心、厂商物流、批发商物流与零售商物流、城市物流、区域物流与国际物流等。

2. 现代性特征

物流现代化主要体现在两方面。

第一，物流技术装备的现代化，包括运输、装卸搬运和仓储等物流功能要素的装备现代化。信息技术与现代物流相结合一方面提高了物流的作业效率，另一方面又改变了物流管理理念和运作方式。

第二，现代物流的信息化和知识化。一方面是服务产品中知识和技术含量比较密集，另一方面是以信息、知识为主的新物流形式不断涌现，如第四方物流、供应链规划等。

3. 社会化特征

随着社会分工的细化和市场需求的日益复杂，越来越多的企业倾向于资源外购，将本企业不太擅长的物流活动交由专业的物流公司承担，或者在企业内部设立相对独立的物流专业部门，将有限的资源集中于自己真正的优势领域。这样专业的物流公司就可凭借其人才、技术和信息等方面的优势，采用更为先进的物流技术和管理方式，取得规模经济效益，从而实现物流合理化。所以，现代物流社会化的主要表现是：物流市场化程度提高、第三方物流迅猛发展、配送中心日益普及。

4. 网络化特征

现代物流是社会物流（包括生产资料和消费资料流通）的各个环节（采购、运输、仓储、包装、流通、加工、搬运、通信等）构成的一个有机整体，即物流系统。该系统在新经济条件下，由于客观的因素必然是网络化的物流系统。因此，无论是现代微观物流经济还是现代宏观物流经济，都是在网络化基础上谋求物流过程的高效率、协调性和总体经济性。

1.4 电子商务与现代物流的关系

物流是电子商务“四流”——信息流、商流、资金流、物流中的一环，也是电子商务中商品和服务的最终体现。同时，电子商务的发展也推动着物流向更先进的方向发展，其流程如图1.3所示。

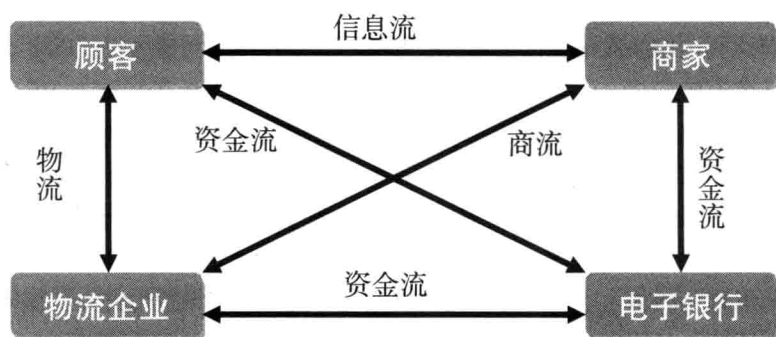


图 1.3 电子商务的流程

电子商务的发展，离不开物流、信息流、资金流的建设。物流让电子商务的跨时空得到保证，线上的订单需要线下物流配送的支持。离开物流，电子商务又会退回到传统的交易模式上来。据相关数据显示，2013年，我国快递服务企业业务量累计完成92亿件，位居世界第二，业务收入累计达1441.7亿元，其中50%以上的营收来自电子商务。

另外，随着传统企业大规模进入电子商务，中国电子商务市场整体还将保持较快的增长势头，根据艾瑞咨询提供的数据报告显示，预计到2016~2017年，中国网络购物市场交易规模将达到4万亿元，如图1.4所示。届时，将会有更大比重的物流业务收入来自于电子商务。因此可以说，物流与电子商务已经逐渐成为生产流通的基本要素，它们都和人们的生活有着紧密的联系。

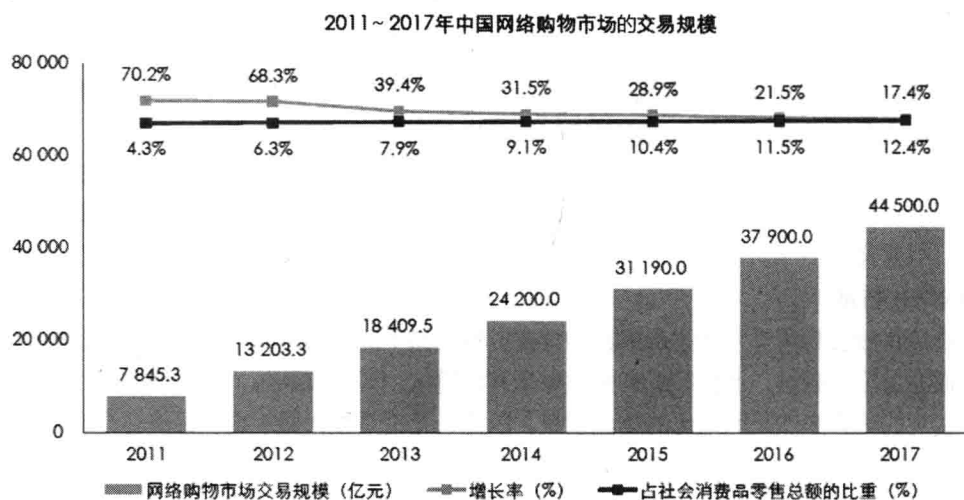


图 1.4 中国网络购物市场交易规模走势

另外，近年来，我国电子商务已经从最开始的北京、上海、广州逐渐发展到了全国大部分地区，物流行业所提供的服务也已经覆盖了全国95%以上的地区。这些地区的人们已经逐渐有了网上购物消费的意识，而这也在很大程度上推动了我国物流行业的快速发展。

网上购物所具备的极大优势加之我国互联网用户数量的持续上升，都让电子商务成为了物流行业发展的新增长点，物流管理与电子商务之间的协作更加密切，其合作范围也在逐渐扩大。但是物流与电子商务在发展过程中必然会存在一些问题，如运营衔接、协调机制、管理质量等方面的问题。因此，我们更应该关注物流管理工作与电子商务发展之间的联系，加快促进国家

对物流相关标准规范的制定，不断提高行业的自律性，促进物流和电子商务之间的深化合作，从而最终实现共赢。电子商务与现代物流的关系如图 1.5 所示。

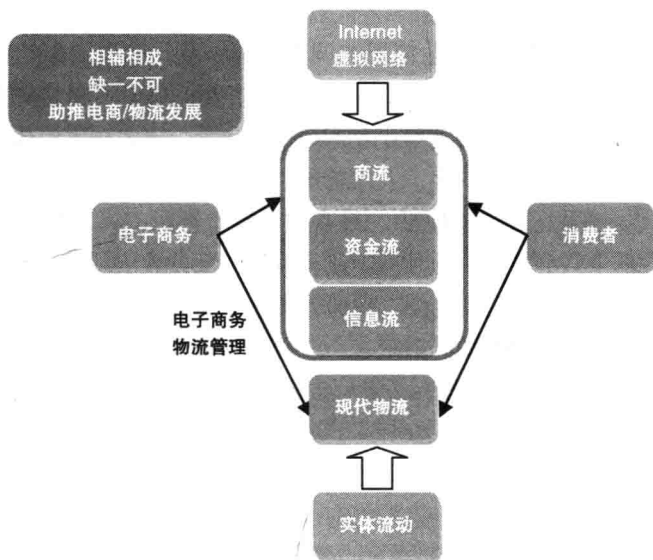


图 1.5 电子商务与现代物流的关系

1.5 电子商务环境下现代物流管理现状

我国物流业远远落后于发达国家，不仅体现在物流技术应用程度低、物流基础设施和装备落后，还表现为企业物流管理水平不高、企业领导缺乏现代物流管理理念，以及现代物流管理人才严重缺乏等。

现代物流企业是商流分离、专业化分工的产物，技术性、现代化和专业化极强。管理、运作现代物流企业，要用科学的管理思想来指导。目前我国大多数物流企业仍沿用传统的部门之间各行其是的管理方法来经营物流业务。物流企业内部在管理上还没形成系统化、集成化的现代管理体系，主要表现为企业的购、运、存、储各系统或各环节相互独立、各自追求自身效率的提高，而缺乏从企业的整体成本与收益的比较入手进行管理，最终造成相互之间的利益冲突不断。物流企业外部则缺乏用供应链管理的思想来构筑企业之间的物流供应链，也就不能实施一体化、综合化的物流运作和管理，难以为客户提供高附加值的物流服务。我国目前物流企业众多，但能为客户提供综合物流服务，能为客户提供其对市场需求进行快速反应所需的配套物流解决方案的企业却很少，至于代表现代化物流发展方向的“第三方物流”企业更是凤毛麟角。那么，到底是哪些因素制约了我国物流管理水平的提高呢？主要源于以下四大因素。

1. 观念障碍

在我国大多数物流企业中，绝大多数的员工，包括中高层管理人员，对现代物流理论还不太了解或了解很少，对增值服务和全程物流服务及物流供应链管理等先进的物流管理、运作思想和方法了解很少，满足于提供分割的、单一的功能服务。因而我国大多数物流企业提供的物流服务仅仅集中在某个物流环节的具体功能性的服务上，没有或不能提供多个或整个物流环节的服务。反观一些已经进入我国的国际物流企业，如 UPS、FedEx、德国邮政等，它们作为专业化的“第三方物流”供应商进入物流领域，能够为客户提供涉及全球的配送、多式联运、物

品快递和综合物流解决方案等服务。中外物流企业之间的差距是显而易见的，加快物流观念的转变已迫在眉睫。

2. 人才障碍

据美国奥尔良大学对全美物流职业情况的调查报告显示：在被调查的物流业管理者中，92%具有学士学位，41%具有硕士学位，22%具有从业资格证书。可见，美国物流从业人员的整体素质较高。但在国内，我国的物流专业人才却相当缺乏，人才缺乏已成为制约我国物流管理水平提高的瓶颈。物流专业人才缺乏，人才总量严重不足；物流中高级人才，如物流经理更是奇缺。据资料统计，在我国物流行业中，具有中专以上学历的人才仅占该行业人数总数的7.5%，这一水平大大低于其他行业，而且其中还有相当一部分人出现知识老化等现象。据北京一家专门为外资企业服务的猎头公司介绍，目前外资企业需要的物流经理人才日益增多，但北京人才市场中符合要求的物流人才却严重缺乏。在缺乏物流人才的情况下，各企业只能靠经理来运作物流，或一味仿效他人，使物流服务老套成规，不具有新颖性，因而缺乏活力与竞争力。

3. 物流企业自身障碍

在目前我国的物流企业中，有很大一部分由过去的国有运输企业发展而成的。这些物流企业往往容易受到传统意识理念的影响，集约化的管理优势无法得以充分的发挥，规模管理和规模效益往往不能很好地实现。物流管理体制存在问题。从当前的实际情况来看，很多时候政府内部各个部门对于我国物流行业的发展并不是非常关注，对于物流管理也不重视，各个部门之间很少进行沟通和交流，这样的多头管理机制往往会在很大程度上限制物流行业的发展。

4. 相关法律障碍

我国目前所颁布出台的与物流行业相关的一些政策法规，从总体上来说基本都是区域性的，也就是说我国现阶段还缺少一部全国统一的针对物流的法律。而且电子商务物流也不具有一个规范化的技术标准。

1.6 电子商务物流管理概况

1. 电子商务物流管理的概念

电子商务物流管理是指在社会再生产过程中，根据物质资料实体流动的规律，应用管理的基本原理和科学方法，对电子商务物流活动进行计划、组织、指挥、协调、控制和决策，使各项物流活动实现最佳的协调与配合，以降低物流成本，提高物流效率和经济效益。简言之，电子商务物流管理就是研究并应用电子商务物流活动规律对物流全过程、各环节、各方面进行的管理。

2. 电子商务物流管理的主要内容

(1) 电子商务物流战略管理。物流战略管理是为了达到某个目标，物流企业或职能部门在特定的时期和特定的市场范围内，根据企业的组织结构，利用某种方式，向某个方向发展的全过程管理。物流战略管理具有全局性、整体性、战略性、系统性的特点。

(2) 电子商务物流业务管理。电子商务物流业务涵盖物流的运输、仓储保管、装卸搬运、包装、协同配送、流通加工、物流信息等基本过程，其对应的管理也涉及这些方面。

(3) 电子商务物流企业管理。电子商务物流企业管理的内容主要有合同管理、设备管理、风险管理、人力资源管理和质量管理等。

(4) 电子商务物流经济管理。电子商务物流经济管理主要涉及物流成本费用管理、物流投

资融资管理、物流财务分析及物流经济活动分析。

(5) 电子商务物流管理现代化。电子商务物流管理现代化主要是物流管理思想和管理理论的更新、先进物流技术的发明和采用, 主要体现为管理组织、管理方法、管理手段及管理人員的现代化。

3. 电子商务物流管理的职能

电子商务物流管理和任何管理活动一样, 其职能包括组织、计划、协调、指挥、激励、控制和决策。

(1) 组织职能。主要工作内容有: 确定物流系统的机构设置、劳动分工和定额定员; 配合有关部门进行物流的空间组办、时间组织的设计; 对电子商务中的各项职能进行合理分工, 各个环节的职能进行专业化协调。

(2) 计划职能。主要是编制和执行年度物流的供给和需求计划; 月度供应作业计划; 物流各环节的具体作业计划, 如运输、仓储等; 物流营运相关的经济财务计划等。

(3) 协调职能。这对电子商务物流尤其重要, 除物流业务运作本身的协调功能外, 更需要进行物流与商流、资金流、信息流之间的协调, 才能保证电子商务用户 5R 的服务要求。

(4) 指挥职能。物流过程是物资从原材料供应到最终消费者的一体化过程, 指挥就是物流供应管理的基本保证, 它涉及物流管理部门直接指挥下属机构和直接控制的物流对象, 如产成品、在制品、待售和售后产品、待运和在运货物等。

(5) 控制职能。由于电子商务涉及面广, 其物流活动参与人员众多、波动大, 所以, 物流管理的标准化、标准的执行与督查以及偏差的发现与矫正等控制职能应具有广泛性和随机性。

(6) 激励职能。主要是物流系统内职员的挑选与培训、绩效的考核与评估、工作报酬与福利、激励与约束机制的设计。

(7) 决策职能。物流管理的决策更多与物流技术挂钩, 如库存合理定额的决策以及采购量和采购时间决策。

4. 电子商务物流管理的特点

电子商务时代的来临, 使物流具备了一系列新特点。

(1) 信息化。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化和实时化、物流信息存储的数字化等。因此, 条码技术(Bar Code)、数据库技术(Database)、电子订货系统(Electronic Ordering System, EOS)、电子数据交换(Electronic Data Interchange, EDI)、快速反应(Quick Response, QR)及有效的客户反应(Effective Customer Response, ECR)、企业资源计划(Enterprise Resource Planning, ERP)等先进技术与管理策略在我国的物流中将会得到普遍的应用。

(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化, 另外还可以扩大物流作业能力、提高生产力、减少物流作业的差错等。物流自动化的设施非常多, 如条码/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。物流领域的网络化有两层含义: 一层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, 另外, 与下游顾客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