



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



中国信息经济学会电子商务专业委员会 推荐用书

高等院校电子商务专业本科系列教材

电子商务物流管理

主编 魏修建

(第3版)



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

中国信息经济学会电子商务专业委员会 推荐用书

高等院校电子商务专业本科系列教材

电子商务物流管理

主编 魏修建 副主编 吴 健 张丽淑 王 慧

(第3版)

重庆大学出版社

内容提要

本书系普通高等教育“十一五”国家级规划教材。全书共分14章,主要阐述了电子商务物流管理基本理论,电子商务物流市场运行与管理,电子商务物流技术与设备管理,物流信息管理,电子商务物流网络服务与管理,运输管理,采购与储存管理,包装、装卸搬运与流通加工管理,电子商务物流配送管理,电子商务与国际物流,电子商务物流客户关系管理,物流成本管理,电子供应链管理,物流管理方法等。

本书可作为高等院校电子商务、物流管理及相关专业的教学用书,也可作为电子商务与物流理论研究者 and 实际工作者的阅读参考书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务物流管理/魏修建主编. —3版. —重庆:
重庆大学出版社,2015.1

高等院校电子商务专业本科系列教材
ISBN 978-7-5624-8439-4

I. ①电… II. ①魏… 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224034号

电子商务物流管理 (第3版)

主 编 魏修建
副主编 吴 健 张丽淑 王 慧
责任编辑:孙先芝 版式设计:孙先芝
责任校对:谢 芳 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行
出版人:邓晓益
社址:重庆市沙坪坝区大学城西路21号
邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)
传真:(023) 88617186 88617166
网址:<http://www.cqup.com.cn>
邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)
全国新华书店经销
自贡兴华印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:25.75 字数:461千
2004年8月第1版 2015年1月第3版 2015年1月第7次印刷
印数:17 001—19 000
ISBN 978-7-5624-8439-4 定价:45.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

高等院校电子商务专业本科系列教材编委会

总主编

李 琪

常务编委(按姓氏笔画为序)

王学东 杨坚争 陈德人 谢 康 饶邦华

编 委(按姓氏笔画为序)

孔伟成	王立华	王伟军	王学东	王 晔	王喜成
司林胜	李玉海	李陶深	李 琪	杨坚争	张小蒂
张仙锋	张宽海	杨路明	陈德人	张耀辉	钟 诚
施敏华	党庆忠	秦成德	彭丽芳	谢 康	廖成林
廖咸真	魏修建				

总 序



从教育部 2000 年首次批准电子商务本科专业开始,到 2003 年底为止,已有近 200 所高校获得开办电子商务本科专业的资格,该专业全国在校学生也已达几万人。但纵观电子商务本科专业的教材建设,尚有不尽如人意之处。虽然自 2000 年以来,国内不少出版社已出版了单本的或系列的电子商务本科教材,但由于教学大纲不统一,编者视角各异,许多高校在电子商务教材的选用中颇感困惑,教学效果令人不甚满意。

教育部从 2001 年以来,先后在南京审计学院、西安交通大学、华中师范大学和浙江大学等地召开过全国高校电子商务专业建设工作会议和联席会议,并于第一次全国高校电子商务专业建设工作会议和联席会议上成立了全国高校电子商务专业建设协作组,旨在通过协作组实现教育部与全国高校中开办电子商务本科专业的单位的紧密联系,在专业建设、教材建设、师资培训、学生学习和实习等多方面起到组织、引导和互助的作用。教育部高教司对电子商务本科专业的师资培训、教材建设等问题给予了极大的关注和指导。2003 年 3 月底,全国高校电子商务专业建设协作组在福建泉州的华侨大学,召开了电子商务专业本科教学大纲研讨会,集思广益,基本形成了电子商务本科教学大纲。

重庆大学出版社在 2002 年的首届电子商务联席会议上,就与协作组常务理事会联系,提出要组织力量编写一套电子商务本科专业的教材。到 2003 年 3 月,经协商决定:由全国高校电子商务专业建设协作组、中国信息经济学会电子商务专业委员会和重庆大学出版社三家,联合组织编写以讨论后的本科电子商务教学大纲为基础的电子商务本科专业系列教材。

从 2003 年 3 月到 2004 年 4 月,在重庆大学出版社、全国高校电子商务专业建设协作组和中国信息经济学会电子商务专业委员会的共同努力下,成立了电子商务本科系列教材编写委员会,继而从众多自愿报名和编委会推荐的学校和教师中

选出主编,采取主编负责制。召开写作大纲研讨会,反复征求各方意见,群策群力,逐步编写出本套电子商务专业系列教材。

该系列教材有如下几点特色:

1. 在专家、学者对教学大纲进行研讨的基础上,吸收了众多学者和学校的意见,使系列教材具有较强的普遍适用性。

2. 集中了协作组和专业委员会内外在电子商务专业教学方面有丰富经验的许多教师、研究人员的宝贵意见,使系列教材有较好的系统性、科学性和实用性。

3. 从教学大纲研讨到编写大纲的讨论,再到按主编负责制进行的编写、审核等,经过一系列较为严格的过程约束,使整套教材趋向严谨和规范。

4. 注重电子商务的理论与实践相结合,教学与科研相结合,课堂教学与实验、实习相结合,把最新的科研成果、实务发展同教学内容有机地结合起来,以促进教学水平的提高。

5. 较全面地包含了我国电子商务教学中的各种课程。不仅把电子商务教学大纲中的各门必修专业课纳入了编写计划,而且还把一些选修课程也纳入了编写计划,从而使开设电子商务本科专业的学校具有更多的选择余地。

应当承认,在全国范围组织编写电子商务新学科的系列教材,碰到的各种困难确实不少。在各方的共同努力下,有些主要困难已被克服,作为系列教材的丛书即将面世,但仍有待于逐步完善。我们相信各教学单位和教师们,在具体授课过程中是会根据教学大纲更好地把握教学内容的。当然,希望本套系列教材的出版,能给开办电子商务本科专业的学校提供尽可能好的教学用书,在这一过程中,还需得到用书单位的宝贵意见,使编者们与时俱进,不断修改和完善这套系列教材。

乌家培

2004年3月5日于北京

修订和新版序



重庆大学出版社“高等院校电子商务专业本科系列教材”出版3年多来,受到了全国多所高校师生的关注,并获得了较好的评价和支持。同时,随着国内外电子商务的实践、科研和教学环境的巨大变化,本套教材的部分内容很有必要进行修订和新编,以适应新的电子商务教学的需要。

电子商务在全球的应用发展已到了一个新的阶段,发达国家80%的企业、50%的个人已普遍应用互联网从事商务活动;到2006年底,信息化500强企业的采购和销售的20%左右已是网上达成;中国网民数量已达到1.44亿,仅次于美国网民数,网民网上购物的比例超过了亚洲的平均水平。到2007年2月,中国网商中的52%已实现了赢利。

从2005年1月以来,中共中央、国务院及多个部委陆续出台了一系列引导、支持和鼓励发展电子商务的法规和政策,极大地鼓舞了已经从事和将要从事电子商务活动的企业、行业和产业,从而推动了电子商务在我国的稳步发展。

2006年春,教育部成立2006—2010年高等学校电子设备专业教学指导委员会,还特聘了商务部信息化司司长王新培、中国电子商务协会理事长宋玲和阿里巴巴公司CEO马云作为领域专家委员。电子商务专业教学指导委员会成立以来,在专业教育的大政方针、师资培养、教材建设、实验和实训建设方面积极努力地工作,从不同方面指导和推动着本专业的发展。2006年在电子商务的课程体系方面提出了三级结构的设想:专业基础课、专业课和前沿类课程,反映了电子商务专业与时俱进的特色。2007年在教育部的统一部署下,电子商务专业教学指导委员会大力推进电子商务专业的知识体系建设,将其归纳为电子商务经济(ECE)、电子商务技术(ECT)、电子商务管理(ECM)和电子商务综合(ECG)四个大类。

本系列教材经过对上述多方面变化的充分调研和分析,对部分教材进行了修订,还增加了部分新编教材,形成了更为全面、科学的系列教材。其中更有多本教

材被纳入了国家“十一五”规划教材,这是特别值得庆贺的事。

综上所述,我们希望此套教材的修订和新编为繁荣我国电子商务教育事业和专业教材市场,支持我国电子商务专业建设和提高电子商务专业人才培养质量发挥更好更大的作用。同时我们也希望得到同行学者、专家、教师和同学更好更多的意见和建议,使我们能够不断地提高本套系列教材的质量。

在此,我谨代表全体编委和工作人员向本套教材的读者和支持者表示由衷的感谢!

总主编 李 琪

2007 年 7 月 7 日

第3版前言

“物流”是指物质资料的运动及其相关运动的总称,它存在于社会经济的各个方面和环节。在社会经济的活动中,物流不仅可以创造时间和空间价值,而且也可以创造形态价值,使社会的价值增值。

电子商务物流融物流理论、电子商务理论和现代管理方法为一体,与传统的物流相比,它具有信息化、自动化、网络化、智能化、柔性化、个性化和互动化等特点,这些特点决定了电子商务物流具有高效化、准时化及低成本等优势,促使着物流向社会化、系统化和专业化的方向发展。

从2004年出版至今,《电子商务物流管理》在广大读者的支持下,经历了2008年的第2版修订,到今年已经10年了。在这10年中,不论是电子商务物流实践,还是电子商务物流理论都得到了极大的发展。在实践上,电子商务物流的服务体系不断拓展、模式不断优化、方式不断改进;在理论上,电子商务物流的理论体系也逐渐完善、内容日益丰富、程度不断深入,等等。这些使电子商务物流逐步形成为一门独立的学科。

为了更好地适应电子商务物流学科的发展,满足广大读者的需求,经过多次讨论与交流,在第2版的基础上,本书作了以下修订:一是增加了“电子商务物流网络服务与管理”的内容,以体现电子商务物流的最新发展;二是对结构进行了调整,使逻辑关系更加顺畅;三是更新了一些案例,便于读者更好地掌握与了解电子商务物流的发展现状以及发展趋势。

本书是由中国信息经济学会电子商务专业委员会与重庆大学出版社共同组织编写的电子商务专业本科系列教材之一。参加编写的单位和个人有西安交通大学的魏修建,成都理工大学的吴健、李映兰和余蓉,西安邮电大学的王慧,西安科技大学的张小红和陕西师范大学的李华敏,厦门理工学院的朱丹,山东工商学院的张丽淑等。其中,第1,2章由魏修建负责编写,第3章由余蓉负责编写,第4,7章由张

小红负责编写,第5,6章由张丽淑负责编写,第8,12章由李映兰负责编写,第9,11章由王慧负责编写,第10,13章由吴健负责编写,第14章由李华敏和朱丹负责编写。本书由魏修建任主编,并负责全书的总纂,吴健、张丽淑、王慧任副主编。

在本书再版之际,首先要感谢中国信息经济学会电子商务专业委员会及主任李琪教授,感谢重庆大学出版社原总编谢晋洋、原经管室主任梁涛、总编室主任孙英姿和尚东亮编辑等;感谢国内外的同行们,因为在本书的编写过程中,参考了同行们大量的著作、文章与案例,吸收了他们的研究成果。

尽管电子商务物流在近几年得到了较大的发展,但仍然是一个新生事物,在我国的研究和实践也处于初级阶段,加之我们水平和时间有限,书中不足之处,请读者和同仁批评指正。

编 者

2014年10月

第1章 电子商务物流管理导论	1
1.1 电子商务概述	2
1.2 物流概论	9
1.3 电子商务物流的研究对象与特点	24
1.4 电子商务物流管理的职能、原则与特点	33
本章小结	38
复习思考题	39
第2章 电子商务物流市场运行与管理	40
2.1 电子商务物流市场概述	40
2.2 电子商务物流市场运行	45
2.3 物流渠道	55
2.4 电子商务物流市场管理	61
本章小结	64
复习思考题	65
第3章 电子商务物流技术与设备管理	68
3.1 电子商务物流技术概述	68
3.2 电子商务技术及其在物流中的应用	73
3.3 物流设施与设备管理	81
本章小结	85
复习思考题	86

第4章 物流信息管理	90
4.1 物流信息管理概述	90
4.2 物流信息管理系统	93
本章小结	108
复习思考题	108
第5章 电子商务物流网络服务与管理	110
5.1 电子商务物流网络服务概述	110
5.2 电子商务物流网络服务的内容	113
5.3 电子商务物流网络服务平台	134
本章小结	143
复习思考题	144
第6章 运输管理	148
6.1 运输概述	148
6.2 运输管理	157
6.3 基于互联网的运输管理	172
本章小结	173
复习思考题	174
第7章 采购与储存管理	176
7.1 采购管理	176
7.2 储存管理	182
7.3 存货管理	186
7.4 物流中心	188
本章小结	206
复习思考题	207
第8章 包装、装卸搬运与流通加工管理	212
8.1 包装管理	212

8.2 装卸搬运管理	219
8.3 流通加工	226
本章小结	230
复习思考题	231
第9章 物流配送管理	234
9.1 物流配送管理概述	234
9.2 物流配送的过程管理	241
9.3 物流配送模式管理	247
本章小结	254
复习思考题	255
第10章 电子商务与国际物流	260
10.1 国际物流概述	260
10.2 国际物流系统与国际物流网络	267
10.3 国际物流标准	275
10.4 基于互联网的国际物流	280
本章小结	287
复习思考题	288
第11章 电子商务物流客户关系管理	292
11.1 电子商务物流客户关系管理概述	292
11.2 ECR——有效客户反应	296
11.3 电子商务物流客户关系管理系统	301
本章小结	310
复习思考题	311
第12章 物流成本管理	315
12.1 物流成本	315
12.2 物流成本管理	320

本章小结	325
复习思考题	326
第 13 章 电子供应链管理	330
13.1 供应链管理概述	330
13.2 供应链管理模式与优化	343
13.3 电子供应链管理	351
本章小结	359
复习思考题	360
第 14 章 物流管理方法简介	363
14.1 JIT——准时制	363
14.2 QR——快速反应	368
14.3 MRP——物料需求计划	374
14.4 DRP——分销需求计划	382
14.5 LRP——物流资源计划	390
本章小结	393
复习思考题	394
参考文献	395



第 1 章

电子商务物流管理导论

本章摘要

本章主要介绍电子商务、物流以及电子商务物流的内涵、特点,阐述电子商务的业务构成、流程以及模式,分析物流的要素、价值、作用、分类以及目标与相关理论,探讨电子商务与物流的关系、电子商务物流的特点以及电子商务物流管理的特点、职能、原则与内容。

1.1 电子商务概述

1.1.1 电子商务的内涵与特点

1) 电子商务的内涵

目前,人们对于电子商务还存在着不同的理解和认识^①。在此,我们所说的电子商务是指在互联网上所进行的商务活动。

一般来说,进行电子商务的要素主要包括从事电子商务活动的主体、工具、对象以及相应的环境等。

电子商务活动的主体包括企业、个人以及政府等。首先,这些主体要具有利用互联网从事商务活动的意识、思想与理念;其次,要具有对电子商务活动的组织能力、管理能力以及操作能力。在电子商务活动中,人是起决定性的关键要素。第一,电子商务作为人与电子工具复合的有机系统,人是活动的主体;第二,电子商务系统是现代高科技的结晶,要保证系统安全、可靠、高效地运行,不断地进行技术创新,必须具备优秀的技术人才;第三,电子商务活动过程是商务活动、商务管理、商

^① 美国 Emmelhainz 认为,电子商务是“通过电子方式,并在网络基础上实现物资、人员过程的协调,以便商业交换活动”。美国学者瑞维·卡拉科塔和安德鲁·B. 惠斯顿认为,“广义地讲,电子商务是一种现代商业手法。这种方法通过改善产品和服务质量、提高服务传递速度,满足政府、组织、厂商和消费者降低成本的要求”。王可认为,电子商务是“在计算机与通信网络基础上,利用电子工具实现商业交换和行政作业的全过程”。李琪教授认为,电子商务包括广义与狭义,广义的电子商务是电子工具在商务活动中的应用;狭义的电子商务是在技术、经济高度发达的现代社会里,掌握信息技术和商务规则的人,系统化运用电子工具,高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的总称。IBM 认为,电子商务是在 Internet 的广泛联系和传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背景下,应运而生的一种相互关联的动态商务活动。HP 认为,电子商务是以电子手段完成物品和服务的等价交换……SUN 认为,电子商务是利用 Internet 进行的商务交易。联合国经济合作和发展组织(OECD)认为,电子商务是发生在开发网络上的包含企业之间、企业与消费者之间的商业交易。全球信息基础设施委员会(GIIC)电子商务工作委员会认为,电子商务是运用电子通信为手段的经济活动,通过这种方式人们可以对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买和结算。美国政府在其《全球电子商务纲要》中认为,电子商务是通过 Internet 进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付、服务等活动,全球电子商务将涉及世界各国。加拿大电子商务协会认为,电子商务是通过数字通信进行商品和服务的买卖以及基金的转账……欧洲议会在《电子商务欧洲动议》中认为,电子商务是通过电子方式的商务活动。欧洲经济委员会在全球信息标准大会上认为,电子商务是各参与方之间以电子方式而不是以物理交换或直接物理接触方式完成任何形式的业务交易。世界贸易组织认为,电子商务是通过电子方式进行货物和服务的生产、销售、买卖和传递。



务理论与现代电子工具的有机结合,需要优秀的商务经营与管理人才。

工具是进行电子商务活动的物质基础,主要包括:第一,电子计算机。作为一种既可以进行数值计算,又可以进行逻辑计算,还具有存储记忆功能的高速计算机器,电子计算机可使客户和合作公司能够通过计算机在互联网中进行相互交流与商务活动,同时能够将需要的数据进行精确、快速地计算,并将电子商务需要大量计算的数据进行存储。第二,电子通信工具。电子商务的开展是依赖电子通信工具的,如果没有电子通信网络的基础支持,电子商务活动则是难以进行的。第三,电子商务软件。电子商务软件是指供管理者、使用者使用的标准化、安全、可靠、易操作(界面友好)的计算机软件(系统)。

电子商务活动必须具有一定的对象,概括来讲就是商品和服务。在进行商务活动时,对商品与服务进行分类是非常必要的,这不仅便于管理与规范,而且也方便了客户。在对商品和服务进行分类时,要特别注重商标的作用,因为商标是区别商品或服务来源的一种标志,每一个注册商标都是指定用于某一商品或服务上的。尼斯协定^①是一个有多国参加的国际公约,其宗旨是建立一个共同的商标注册用商品和服务国际分类体系,并保证其实施。尼斯分类表是尼斯协定的主要组成部分,包括两部分:一部分是按照类别排列的商品和服务分类表;一部分是按照字母顺序排列的商品和服务分类表。世界知识产权组织对商品及服务进行分类时,一般遵照下列原则:对于商品,①制成品原则上按其功能、用途进行分类,②多功能的组合制成品可根据产品中各组成部分的功能或用途进行分类,③原料、未加工品或半成品原则上按其组成的原材料进行分类,等等;对于服务,原则上按照服务分类名及其注释所划分的行业进行分类,也可以按字母排列分类或表中类似的服务分类,等等。

要有效地进行电子商务活动,商品与服务首先要实现信息化,将商品或服务各种特征、属性信息化;同时,要实现信息标准化,规范、标准的数据格式,不仅便于信息的发送,而且也有利于商务活动双方理解和认可。

电子商务的环境条件包括:第一,电子商务市场建设的统一化;第二,电子商务活动的规范化;第三,电子商务活动管理的有效化,等等。

^① 尼斯协定是一个有多国参加的国际公约,全称为《商标注册用商品和服务国际分类尼斯协定》,于1957年6月15日在法国南部城市尼斯签订,1961年4月8日生效,我国于1994年8月9日加入了尼斯联盟。目前,国际分类共包括45类,其中商品34类,服务项目11类,共包含一万多个商品和服务项目。尼斯分类表定期修订,一是增加新的商品,二是将已列入分类表的商品按照新的观点进行调整,以求商品更具有内在的统一性。尼斯分类第十版自2012年1月1日起实行。