



复旦卓越·21世纪电子商务系列

atmosphere

电子商务的 物流管理

郑称德 / 何瑛瑛 / 王羽 编著



复旦大学出版社

www.fudanpress.com



复旦卓越·21世纪电子商务系列

atmosphere

电子商务的 物流管理

郑称德 / 何瑛瑛 / 王羽 编著

F713.36
Zh51

 复旦大学出版社
www.fudanpress.com

图书在版编目(CIP)数据

电子商务的物流管理 / 郑称德等编著. —上海: 复旦大学出版社, 2008. 8

(复旦卓越·21世纪电子商务系列)

ISBN 978-7-309-06072-0

I. 电… II. 郑… III. 电子商务—物流—物资管理
IV. F713.36 F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 075684 号

电子商务的物流管理

郑称德 何瑛瑛 王 羽 编著

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编:200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65100562(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

责任编辑 陈 韬

出品人 贺圣遂

印	刷	句容市排印厂
开	本	787×1092 1/16
印	张	12.25
字	数	233 千
版	次	2008 年 8 月第一版第一次印刷
印	数	1—4100

书	号	ISBN 978 - 7 - 309 - 06072 - 0 / F · 1379
定	价	25.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

前言

物流既是完成电子商务的重要组成部分,更是电子商务企业取得成功的重要基础。近年来,越来越多的企业实践表明,无论是 B2B、B2C,还是 C2C 的电子商务,其生存和发展均要求具备良好的物流管理能力。在此背景下,本书对从事电子商务的企业如何进行物流管理作了详细的阐述。

本书共分七章,每章具体内容为:第一章主要介绍了物流与物流管理概念、电子商务物流的概念、物流管理对于电子商务的作用;第二章主要讲述电子商务企业的物流战略,以帮助电子商务企业根据物流目标和企业内外部环境制定合适的物流战略;第三章介绍了电子商务企业如何根据其物流战略选择合适的物流运作模式;第四章主要讲述电子商务企业如何管理具体的物流活动,包括运输、仓储、配送、包装、装卸搬运等;第五章介绍了电子商务物流管理技术,包括信息技术和自动化技术;第六章讲述了电子商务企业如何选择和评估第三方物流服务;第七章是七个综合性电子商务企业物流管理实际案例。

由于电子商务环境下物流管理与传统意义物流管理相比有其独特性,本书本着理论与实践相结合原则,在针对电子商务特点阐述其物流管理基本理论的同时,给出了大量电子商务环境下物流管理实际案例。这些案例中既有成功的电子商务企业,也有失败的企业,给出这些案例的目的是使读者在理解物流管理理论的同时,对如何运用物流管理理论帮助电子商务企业取得成功能够有更为深入的认识。

本书力求做到内容丰富的同时,增强教材的可读性、实用性和可操作性。它可作为各类大中专院校工商管理和电子商务专业的教材用书,也可用于职业培训教材以及对电子商务和物流管理有兴趣的读者自学。

本书由南京大学商学院的郑称德、何瑛瑛和王羽三位老师负责撰写,郑称德负责本书总体策划,并撰写了第一章、第七章,何瑛瑛撰写了第二章、第三章和第四章,王羽负责第五章和第六章的撰写,全书最终由郑称德统稿完成。

在本书的撰写过程中,作者参阅了大量国内外专家、学者的相关论著和文献,也得到了有关企业、商学院领导和同事的大力支持,以及复旦大学出版社的鼎力帮助,在此一并表示感谢!

由于时间仓促和作者水平有限,书中不妥和疏漏之处在所难免,敬请读者批评指正。

作者

2008 年 7 月于南京大学安中大楼

目 录

Contents

第一章 绪论	1
第一节 现代物流管理概论	1
第二节 电子商务物流概述	8
第三节 电子商务物流管理概述	14
案例 1-1	21
案例 1-2	26
第二章 电子商务企业的物流战略	31
第一节 企业战略概述	31
第二节 电子商务企业物流战略概述	37
第三节 电子商务企业的物流战略类型	40
第四节 电子商务企业的物流战略制定过程和方法	45
案例 2-1	51
第三章 电子商务企业的物流运作模式	55
第一节 电子商务物流运作模式概述	55
第二节 电子商务企业物流运作模式类型	57
第三节 电子商务企业物流运作模式决策	66
案例 3-1	73
第四章 电子商务物流活动管理	79
第一节 电子商务物流活动管理概述	79
第二节 运输管理	83

第三节 仓储管理	92
第四节 配送管理	96
第五节 包装、装卸搬运	100
案例 4-1	106
 第五章 电子商务物流管理技术	110
第一节 电子商务物流技术概述	110
第二节 电子商务物流管理信息技术	112
第三节 电子商务物流管理自动化技术	124
案例 5-1	133
 第六章 电子商务的第三方物流管理	137
第一节 第三方物流概述	137
第二节 第三方物流选择	141
第三节 第三方物流服务绩效评价	149
案例 6-1	154
 第七章 综合案例	158
案例 7-1	158
案例 7-2	162
案例 7-3	165
案例 7-4	169
案例 7-5	173
案例 7-6	176
案例 7-7	182
 参考文献	188

第一章

绪 论



本章重点

物流管理的产生与发展

- ◆ 物流的概念演变
- ◆ 物流管理的概念与含义
- ◆ 物流管理对于国民经济和企业的作用

电子商务物流

- ◆ 电子商务的概念
- ◆ 物流对于电子商务的作用

电子商务物流管理

- ◆ 电子商务物流管理概念
- ◆ 电子商务物流管理的内容
- ◆ 电子商务物流管理对于电子商务企业的要求
- ◆ 电子商务物流管理对于物流服务供应者的要求
- ◆ 电子商务物流管理对于政府部门的要求

第一节 现代物流管理概述

物流是一个非常古老的概念,自从人类社会开始商品交换以来,就存在着与商品的生产和流通相适应的物的流通活动(如仓储、运输、装卸搬运等)。物流又是一个十分现代化的概念,它对现代社会商务活动的成本和效率之影响日益明显,并越来越引起人们的关注。在高度发达的工业化国家里,绝大多数的消费者理所当然地认为,高水平的物流能力是必不可少的。当消费者去商店时,他们期望能购买到新鲜的商品,他们期望能够买到不同颜色、尺寸和样式的商品,他们期望广告上出现的商品也会如期地出现在商店的货架上,而不必受缺货、断货等

情况的困扰。但是,如果没有物流的支持,营销或制造的具体实现是很困难的。正是由于物流对现代社会经济活动和人们生活具有越来越广泛而深远的影响,人们开始将运输、储存、包装、装卸搬运、流通加工和物流信息等物流活动从经济活动中的隐蔽状态抽取出来,作为独立的学科领域进行研究,并探讨具体的物流管理方法。

一、物流概念及其演变历程

物流在英语中有两个词,一个是物流概念早期阶段的 Physical Distribution (简称为 P. D.);另一个是当前所使用的 Logistics。这两个英语名词虽然表述都是物流,但对于物流定义的角度相异、范围有别,物流概念的内涵也不同。这两个名词代表了物流概念的发展历程。

(一) Physical Distribution 概念阶段

1915年,美国学者阿奇·萧(Arch W. Shaw)在《市场流通中的若干问题》(*Some Problems in Market Distribution*, 哈佛大学出版社,1915年版)一书中,首次将“物流”作为单独的概念提出。他认为,“物流是与创造需求不同的一个问题”,并指出“物资经过时间或空间的转移,会产生附加价值”。该书的出现表明人们开始意识到物流对于企业经营的重要作用,并作为一个单独的话题进行讨论。但这里的物流是指“分销物流”,也就是销售过程的物流。英国克兰菲尔德物流运输中心主任、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。

1918年,英国的哈姆勋爵成立了第一家专门从事分销物流活动的公司——“即时送货股份有限公司”。该公司的宗旨是在全国范围内把商品及时送至批发商、零售商,以及用户。

1935年,美国销售协会最早对物流进行了定义:“物流(Physical Distribution)是包含于销售之中的物质资料和服务从生产地点到消费地点流动过程中,伴随的种种经济活动。”

(二) Logistics 的产生

第一次世界大战中,围绕战争物资供应,英国军队建立了“后勤(Logistics)”理论,并将其用于战争活动中。其中所提出的“后勤”是指将战时物资生产、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。

第二次世界大战期间,美国因军事需要,在对军火进行的战时供应中,首先采用了后勤管理(Logistics Management)这一名词,并对军火的运输、补给、屯驻等进行全面管理,对战争的胜利起到了保障作用。1963年,美国的韦勃斯特把 Logistics 定义为:“军事装备物资、设施与人员的获取、供给和运输。”1970年,美

国空军在一份技术报告中对 Logistics Management 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“兵站学”，并将其含义表述为：“除了军需资料的订购、生产计划、采购、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料管理。”

第二次世界大战以后，西方经济进入大量生产、大量销售的时期，降低流通成本的问题开始引起注意。后勤管理的方法被引入到工业部门和商业部门，被人们称之为“工业后勤”和“商业后勤”，其定义中包括下列一些业务活动：原材料的流通、产品分配、运输、购买与库存控制、贮存、用户服务等。美国学者鲍沃索克斯在 1974 年出版的《Logistics Management》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，最后到达用户，其间所需要的一切活动的管理过程。”他所著的另外两本书，即《Business Logistics Management》(1973)和《Business Logistics》(1973)被广泛译为《商业后勤》。相对于 Physical Distribution, Logistics 的概念既包含了产品在销售渠道的配送，也包含原材料、零部件和制成品的物流活动，其外延更为广泛。

1986 年，美国物流管理协会(NCPDM, National Council of Physical Distribution Management)更名为 CLM(The Council of Logistics Management)，并正式将物流这个概念由“Physical Distribution”改为“Logistics”。其理由是因为“Physical Distribution”的领域较狭窄，而“Logistics”的概念则较宽广、连贯、整体。改名后的美国物流管理协会(CLM)对“Logistics”所做的定义是：“物流是高效、低成本地将原材料、在制品、产成品等由始发地向消费地进行储存和流动，并对与之相关的信息流进行规划、实施和控制，以满足用户需求的过程。”

此后，物流的概念又不断得到进一步的发展，1991 年 11 月在荷兰乌德勒支市举办的第九届物流国际会议上，专家们对物流的内涵进行了更多的拓展，认为物流不仅应当包括生产前和生产过程中的物质流和信息流，而且应当包括生产之后的市场营销活动、售后服务和市场组织等领域。即提出了现代物流的概念。现代物流是指企业生产和经营的整个过程，所有实物、信息的流通和相关的服务活动，它涉及企业经营的每一个领域。显然，物流概念的扩展使物流不仅包括了与销售预测、生产计划的决策、采购管理、库存管理、顾客订货的处理等相关的生产物流，还延伸到了与顾客满意度相关的各种销售物流活动。

1999 年，美国物流管理协会又进一步修正了物流的定义，认为：“物流是指为了符合顾客的需要所发生的从生产地到销售地的物质、服务和信息的流动过程，以及为使保管能有效、低成本地进行而从事的计划、实施和控制行为。”

回顾物流概念发展历程，马丁·克里斯多夫在 1994 年出版的《物流与供应链管理》(Logistics and Supply Chain Management)一书中说，自从阿奇·萧的

物流概念提出以后,“又经过了 70 年左右的时间才对物流管理的基本原则有了明确的定义”。现在欧美国家更多地把物流称作 Logistics, Logistics 逐渐取代 P. D., 成为物流科学的代名词。这是物流科学走向成熟的标志。Logistics 已突破了原先 Physical Distribution 概念所指的商品流通的范围,把物流活动扩大到生产领域。物流已不仅仅从产品出厂开始,而是包含生产领域的原材料采购、生产过程中的物料搬运、厂内物流、流通过程中的物流、销售物流、售后服务,直到废旧物品回收等整个物理性的流通过程。

Logistics 一词的出现,是世界经济和科学技术发展的必然结果。当前,物流业正在向全球化、信息化、一体化发展。一个国家的市场开放与发展必将要求物流的开放与发展。随着世界商品市场的形成,从各个市场到最终市场的物流日趋全球化;信息技术的发展,使信息系统得以贯穿于不同的企业之间,使物流的功能发生了质变,大大提高了物流效率,同时也为物流一体化创造了条件,一体化意味着需求、配送和库存管理的一体化。所有这些已成为国际物流业发展方向。

(三) 中文“物流”一词的产生

中文“物流”产生于日本,后来引入中国,在我国被广泛使用。

日本在 1964 年开始使用“物流”一词。在使用“物流”这个术语以前,日本把与商品实体有关的各项业务,统称为“流通技术”。在 20 世纪五六十年代,当时日本的企业界和政府为了提高产业劳动率,组织了各种专业考察团到国外考察学习,公开发表了详细的考察报告,全面推动了日本生产经营管理的发展。早稻田大学教授宇野正雄等一行 7 人组成的考察团弄清楚了日本以往叫做“流通技术”的内容,相当于美国叫做“Physical Distribution”的内容,从此便把“流通技术”按照美国的简称,叫做“P. D.”。1958 年,《流通技术》杂志发表了“劳动生产率报告 33 号”一文,第一次提到了 Physical Distribution,随后“P. D.”概念立即被产业界接受。1964 年,日本池田内阁中五年计划制定小组平原直先生谈到“P. D.”这一术语时说:“比起来,叫做‘P. D.’不如叫做‘物的流通’更好。”1965 年,日本在政府文件中正式采用“物的流通”这个术语,简称为“物流”。

1981 年,日本综合研究所编著的《物流手册》,对“物流”的表述是:“物质资料从供给者向需要者的物理性移动,是创造时间性、场所性价值的经济活动。从物流的范畴来看,包括:包装、装卸、保管、库存管理、流通加工、运输、配送等诸种活动。”

我国开始使用“物流”一词始于 1979 年。1979 年 6 月,我国物资工作者代表团赴日本参加第三届国际物流会议,回国后在考察报告中第一次引用和使用“物流”这一术语。1988 年,台湾也开始使用“物流”这一概念。1989 年 4 月,第八届国际物流会议在北京召开,“物流”一词的使用日益普遍。

2001年,由国家国内贸易局提出并归口,中国物资流通协会物流技术经济委员会等单位起草,制定了我国有关物流概念的标准《GB/T 18354—2001 物流术语》,正式将 Logistics 作为物流的内涵,并将“物流(Logistics)”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、信息处理等基本功能实施的有机结合。”

二、物流管理的概念及其含义

从上述美国物流管理协会、日本综合研究所和《中华人民共和国国家标准物流术语》等所作物流定义看,物流包括了采购、生产、销售等阶段的包装、装卸搬运、运输、储存、流通加工和物流信息等6个物流活动环节,它将企业从原材料采购开始到产成品发送到最终用户手中的整个过程予以综合考虑,形成一个科学的、高效的管理链。但这6个物流活动环节的管理部分别有各自的要求,而各环节又分别属于不同的管理领域,往往互不协调,影响经济效果。比如从包装的角度,经济效果较好的是单薄包装,但由于在装卸搬运和运输过程中大量损坏,却降低了装、运环节的经济效果。因此,为了确保在物质产品实体流动过程中按质、按量、及时、准确地供给生产和消费的需要,不断降低物流费用,实现货畅其流、物尽其用,最终促进国民经济持续、快速、健康地向前发展,对各物流活动环节进行一体化的计划、控制和协调是非常有必要的,这就形成了物流管理(Logistics Management)。

因此,物流管理是从物流的全局角度出发,为了创造出更多的价值和达到最好的经济效果,对包装、装卸搬运、运输、储存、流通加工、物流信息等几项本来是独立的、分属不同部门管理的活动,根据它们之间客观存在的有机联系,进行综合、系统的管理,以取得全面的经济效益。换言之,物流管理就是指对原材料、半成品和成品等物料在企业内外流动的全过程所进行的计划、实施、控制等活动。密歇根大学的斯麦基教授认为,物流管理的任务或者说目标,原则上可以概括为“7R”:即优良的质量(Right Quality)、合适的数量(Right Quantity)、适当的时间(Right Time)、恰当的场所(Right Place)、良好的印象(Right Impression)、适宜的价格(Right Price)和对口的商品(Right Commodity)。日本新潟产业大学的菊池康也教授,则将物流管理的目标归结为“3S1L”,即速度(Speed)、安全(Safety)、可靠(Surely)、低成本(Low),强调以最小的成本提供最好的物流服务。我国标准物流术语 GB/T 18354—2001 将物流管理定义为:为了以最低的物流成本达到用户所满意的服务水平,对物流活动进行的计划、组织、协调与控制。

根据物流管理的定义,可以看出物流管理有以下含义:

(1) 物流管理具有很强的系统性。物流管理把物流系统看成是一个系统,

从系统的观点来研究各种物流活动。即总是从各个单元之间的相互联系、相互协调上去看待问题和处理问题,以系统的整体最优化为目标去选择方案制定政策。而且这些方案政策本身也要考虑多种资源、多种因素协调配合,组成一个有效率的管理系统。

(2) 物流管理是全方位的管理方法。物流管理是对从采购原材料开始到最后将产品送交顾客,将这一“物的流通”的全过程进行高度综合的一体化管理。除了销售物流和公司内部物流以外,还有采购物流、不合格品退货等回收品物流和废弃物物流。因此,物流管理过程提供了一系列功能平台,保证了社会再生产的不断进行,提高了社会和企业的总体效益。

(3) 物流管理包括企业物流和社会物流两方面。社会物流是以社会为范畴面向全社会的物流,也就是说,社会物流的范畴是社会经济大领域。社会物流研究在生产过程中发生的物流活动,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,研究社会经济中物流体系结构和运行方式,因此带有宏观性和广泛性。而企业物流则是从企业角度上研究的有关的物流活动,是具体的、微观的物流活动的典型领域。物流管理作为一种先进的组织方式和管理技术,被广泛认为是企业在降低物资消耗、提高劳动生产率以外的重要的利润源泉。

(4) 物流管理的核心在于创造价值。良好的物流管理要求物流的每一项活动均能实现增值,在为顾客创造价值的同时,也为企业自身及其供应商创造价值。物流管理所创造的价值体现在商品的时间和地点效用,即保证顾客在需要的时候能方便地获取商品。

(5) 物流管理是促进社会和企业发展的的重要手段。物流管理的目的是以低成本提高企业的服务水平,良好的物流管理能够降低社会流通费用,促进社会发展,也能够帮助企业降低营运费用并提高顾客满意度,进而提高利润和市场占有率。因此,现代物流管理不再是一种被动的、附属的职能性活动,而是社会发展的重要源泉,也是企业赢得和保持竞争优势的有力武器。美国管理学家拉龙德(Lalonde)甚至乐观地宣称,21世纪将是物流时代。

三、物流管理的作用

(一) 物流管理在国民经济中的作用

物流管理在国民经济中的重要作用主要体现在两个方面:

(1) 物流活动的成本在GDP中占有相当的份额。社会物流总成本(包括运输、仓储、库存维持等费用)占GDP的比重在各国经济中均占有显著的地位。显然,增加的物流成本将转嫁为商品价格的提高、企业利润的降低,以及国家税收的减少。而有效的物流活动对于人民生活水平、企业经济效益、国民收入起着不

可忽视的作用。比如,在美国,1996年物流对GDP的贡献率为10.5%。美国工业花费了大约4510亿美元用于货物的运输,大约3110亿美元用于仓储和存货搬运。这些及其他物流费用加在一起有大约7970亿美元。而在1980年,物流支出大约占GDP的17.2%。如果在1996年物流支出仍是这么高,则美国要在物流上多花掉5100亿美元。这会导致商品的高价格或企业的低利润,或两者兼有,其结果将是生活水平下降和税收减少。因此,通过改善物流运作效率,会对经济发展作出重要贡献。尤其在我国,1991~2002年,社会物流总成本从5182亿元增加到2.2万亿元,增长了3.2倍,年平均增长14%,高于国民经济增速的4个百分点。2003年的物流总成本占GDP比重为21.4%,而国外发达市场经济国家这一比例为10%左右。如果提高我国物流运作的精细化、社会化和专业化水平,将这一比重降低到发达国家同样水准,则至少能节约社会总成本1万亿元以上,我国经济将能实现一次新的飞跃。

(2) 物流活动支撑着经济生活中的大多数交易行为,是所有的商品交易得以实现的重要保障。正是有了物流活动的保障,交易行为才能在正确的时间和空间内最终得以实现。同时,物流创造了货物和服务的时间和地点的效用。换言之,从系统的角度理解这个作用,如果商品没有及时到达,客户就买不到它们;如果商品没有在恰当的条件下到达恰当的地点,交易也不会做成。

(二) 物流管理在企业中的作用

企业物流管理以最低的物流成本,提供最好的服务,为顾客创造最大的价值。因此,物流管理对于企业有两个主要作用。

(1) 物流管理是企业的第三利润源。企业物流成本是指实现物流需求所必需的全部开支,主要有六类:① 客户服务成本;② 库存管理成本;③ 运输成本;④ 批量(Lot Quantity)成本;⑤ 仓储成本;⑥ 订货处理和信息成本。物流成本在企业销售额中占据了较大的比重。根据中国仓储协会2000年3月对中国家电、电子、日化 and 食品等行业具有代表性的450家大小型企业的调查显示,物流费用占产品销售费用的比例较高,比例在12%以上的企业占企业总数48.5%。根据现代物流理论中的杠杆原理,物流费用每降低两个百分点,利润将提高一倍。因此,能否降低企业的物流成本对企业经营业绩影响较大。因此,通过物流合理化降低物流成本,是企业继降低劳动力资源和物质资源(另一种观点是:降低制造成本和扩大销售)消耗之后,获取利润的第三种途径。日本学者西泽修教授就将物流称之为“企业的第三利润源”。但各类物流成本之间存在“效益背反”效应。例如,企业若要降低库存成本,则趋向于多批次小批量采购,但这却会增加运输次数,提高运输成本。因此,物流管理就需要对物流的各个活动之间进行成本的权衡,以能在整体上达到成本最优。

(2) 物流管理是企业赢得竞争的重要途径。在企业运作中,物流被看成是

企业与其供应商和客户相联系的能力。顾客导向是企业参与市场竞争的指导思想,物流的本质在于创造价值,而物流系统的输出正是为顾客服务,因此越来越多的企业将物流管理视为提高盈利能力和竞争力的关键所在。例如,沃尔玛公司是全世界零售业年销售收入位居第一的巨头企业,素以精确掌握市场、快速传递商品和最好地满足客户需求著称。它之所以能取得如此辉煌的业绩,其中一个极为重要的原因就是能够通过庞大的物流配送系统,实施严格有效的物流配送管理制度,确保了公司在效率和规模成本方面的最大竞争优势,也保证了公司的顺利扩张。

第二节 电子商务物流概述

一、电子商务的概念

电子商务是随着科学技术的发展,主要是电子技术、通信技术及网络信息技术的不断进步而产生的一种新型交易方式。在该交易方式下,人们利用计算机技术、网络技术和远程通信技术,实现整个商务(买卖)过程中的电子化、数字化和网络化。人们不再是面对面的、看着实实在在的货物,靠纸介质单据(包括现金)进行买卖交易。而是通过网络,通过网上琳琅满目的商品信息、完善的物流配送系统和方便安全的资金结算系统进行交易(买卖)。参与电子商务的实体主要有四类:顾客(个人消费者或企业集团)、商户(包括销售商、制造商、储运商)、银行(包括发卡行、收单行)及认证中心。电子商务简称 EC(Electronic Commerce)或 EB(Electronic Business)。由于在英文中 EB(Electronic Business)比 EC(Electronic Commerce)的含义更加广泛,所以目前普遍认为采用 EB(Electronic Business)更合适一些。

按照经济活动的类别,电子商务可分为三大类别:第一,企业间的电子商务(Business to Business, B2B),即企业与企业之间,通过网络进行产品或服务的经营活动。例如,神州数码公司通过 e-bridge 网站为代理商提供 IT 产品,企业通过阿里巴巴网站向其他企业销售或采购商品等都属于该类别。第二,企业与消费者之间的电子商务(Business to Consumer, B2C),即企业通过网络为消费者提供一个产品或服务的经营活动。例如,卓越网为个人消费者提供图书、光盘等产品。第三,消费者与消费者之间的电子商务活动(Consumer to Consumer, C2C),即个人消费者通过网络平台为其他消费者提供产品或服务的经营方式。例如,个人消费者可通过易趣网和淘宝网为其他个人消费者提供各种消费类产品。

随着世界经济朝着全球化、多元化、一体化方向发展,现代商业呈现出新的特点——不断增长的客户需求、不断缩短的客户服务响应时间、不断增长的供货能力、不断提高的面对全球竞争压力的能力。电子商务这种全新的商业运作模式,可以使销售商与供应商更紧密地联系起来,可以很快地满足客户的需求,也可以让商家在全球范围内选择最佳供应商,在全球市场上销售产品,改变了传统作业手段与方式。Internet 本身所具有的开放性、全球性、低成本、高效率的特点,也成为电子商务的内在特征,并使得电子商务大大超越了作为一种新的贸易形式所具有的价值,它不仅会改变企业本身的生产、经营、管理活动,而且将影响到整个社会的经济运行与结构。

电子商务相比较传统商务所带来的变革与影响,具体表现在以下几个方面:

(1) 电子商务将传统的商务流程电子化、数字化,一方面以电子流代替了实物流,可以大量减少人力、物力,降低了成本;另一方面突破了时间和空间的限制,使得交易活动可以在任何时间、任何地点进行,从而大大提高了效率。

(2) 电子商务所具有的开放性和全球性的特点,为企业创造了更多的贸易机会。

(3) 电子商务使企业可以以相近的成本进入全球电子化市场,使得中小企业有可能拥有和大企业一样的信息资源,提高了中小企业的竞争能力。

(4) 电子商务重新定义了传统的流通模式,减少了中间环节,使得生产者和消费者的直接交易成为可能,从而在一定程度上改变了整个社会经济运行的方式。

(5) 电子商务一方面破除了时空的壁垒,另一方面又提供了丰富的信息资源,为各种社会经济要素的重新组合提供了更多的可能,这将影响到社会的经济布局 and 结构。

鉴于此,包括各级政府部门、企业界、个人消费者在内,都纷纷以不同的形式介入电子商务活动中,利用因特网技术实现所有商务活动业务流程的电子化,特别是在增加产值、降低成本、创造商机等方面给企业和各级部门带来了很大的益处,同时也使电子商务在短短几年内以惊人的速度发展。

二、物流对电子商务的作用

当我们点击鼠标在网上订购商品后,便惬意地等待送货员的到来。此时你是否想过,我们订购的东西怎么样才能到达我们的手中?当有人通过一个电子商务平台,将物流运作各方连接在一起,做电子物流的时候,我们将慢慢看到,没有一个高效的物流管理,电子商务不过是一句空话。

(一) 物流是完成电子商务交易的组成部分

电子商务的本质是商务,商务的核心内容是商品的交易,而商品交易会涉及

四方面：商品所有权的转移(商流)、货币的支付(资金流)、有关信息的获取与应用(信息流)、商品本身的转交(物流)。其中，商流是指商品在购、销之间进行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；资金流主要是指资金的转移过程，包括付款、转账等过程；信息流既包括商品信息的提供、促销行销、技术支持、售后服务等内容，也包括诸如询价单、报价单、付款通知单、转账通知单等商业贸易单证，还包括交易方的支付能力、支付信誉等；物流是指物质实体的流动过程，具体指运输、储存、配送、装卸、保管、物流信息管理等各种活动。在电子商务环境下，商流、资金流与信息流的处理都可以通过计算机和网络通信设备实现。但物流，作为四流中最为特殊的一种，除了少数商品和服务可以直接通过网络传输的方式进行配送(如各种电子出版物、信息咨询服务等)，对于大多数商品和服务来说，物流仍要经由物理方式传输。可见如果没有物流的支持，电子商务很难完成，也就是说，物流是电子商务的重要组成部分。

(二) 物流是电子商务企业成功的基础

电子商务的发展离不开现代物流，这是当今人们的共识，也是许多电子商务公司在经过多年的探索之后得出来的结论。早在 1994 年，一些公司就开始投资电子商务，但它们大都沿袭了期货业务的思路。只设计了网上查询、竞价撮合、银行结算转账的工作程序，几乎没有与之匹配的物流程序，也没有将物流加以重视。这些企业虽然花费了大量的资金，但最终都没能成为电子企业家族中的一员，有的已经因资金匮乏、技术相对落后而悄无声息了。除了交易安全、全国统一结算、电子交易法规之外，货物不能及时送达是这些公司至今未能取得成功的主要原因。从这个角度上讲，那些已经拥有完善物流体系的传统企业，如零售企业，如果从事电子商务，则就更容易取得成功。例如，全球零售巨头沃尔玛，经过几十年的建设，形成了一个灵活、高效的产品供应、配送和销售网络。利用这套先进、高效的物流和供应链管理系统，沃尔玛开始通过网上商店销售其产品，并制定了一系列有针对性的计划，打算建立一个从牙刷到电器等无所不包的销售网站，如 DVD 播放器和数字摄像机等品种，在线图书的书目也将从 500 万册增加到 700 万册。网上商店的建立不仅使沃尔玛相当于新建了 25 个商场，利用其强大的物流系统，沃尔玛的网上销售额在零售企业中排名迅速跃升至第 13 位，根据用户数量来看，Walmart.com 更是第三大最受欢迎的零售网站。

如果电子商务能够成为 21 世纪的商务工具，它将像杠杆一样撬起传统产业和新兴产业，在这一过程中，现代物流产业将成为这个杠杆的支点。因为没有现代物流作为支撑，电子商务的巨大威力就不能得到很好发挥。合理化、现代化的物流，通过降低费用从而降低成本、优化库存结构、减少资金占压、缩短生产周期，能够保障现代化生产的高效进行。如果没有现代化的物流，电子商务将成为无米之炊。