

Series Books
on E-Commerce
电子商务系列教材

电子商务 物流管理

© 祝凌曦 汪晓霞 编



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

电子商务系列教材

电子商务物流管理

祝凌曦 汪晓霞 编

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务物流管理 / 祝凌曦, 汪晓霞编. —北京: 人民邮电出版社, 2008.4

ISBN 978-7-115-17480-2

I. 电… II. ①祝…②汪… 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 002961 号

内 容 简 介

本书较为全面地介绍了电子商务物流管理的相关知识和技术。主要包括电子商务和物流的相互关系, 电子商务物流系统的概念、构成、分类以及特点, 电子商务物流的战略决策, 电子商务物流的全过程管理, 电子商务物流的信息管理及主要的信息技术 (GIS, GPS, EPC 等), 电子商务物流中心的规划, 电子商务物流配送管理, 电子商务物流成本管理, 电子商务物流系统规划与设计, 电子商务物流客户关系管理, 电子商务物流绩效管理, 电子商务物流发展展望及其策略, 电子商务物流管理案例分析等内容。

本书内容全面, 讲解深入浅出, 案例丰富, 具有较强的系统性、前沿性、实用性和科学性。

本书适合作为高等学校电子商务、物流管理等专业的教材, 特别适合作为电子商务专业的“物流管理”课程的教材; 也可以作为电子商务和物流领域相关人员的培训教材或参考书。

电子商务系列教材

电子商务物流管理

- ◆ 编 祝凌曦 汪晓霞
责任编辑 滑 玉
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
三河市海波印务有限公司印刷
新华书店总店北京发行所经销
- ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 18.25
字数: 448 千字
印数: 1-3 000 册
- 2008 年 4 月第 1 版
2008 年 4 月河北第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-17480-2/TP

定价: 29.00 元

读者服务热线: (010) 67170985 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

编者的话

近年来,随着我国网络基础设施的不断发展、上网条件的不断改善以及上网人数的增加,电子商务发展极为迅速。

电子商务的发展也为物流业带来了新的机遇和挑战,如何在电子商务环境下更好地实现对物流的管理就是一个迫切需要研究和解决的问题。

我国目前缺少专门的电子商务人才,但是更为缺少的是既了解电子商务相关的理论技术又了解物流实际运作,并可以将两者很好地结合在一起的人才。

本教材就是为了适应这种社会需要而编写的。教材的特色主要表现在以下六个方面。

第一,本教材将电子商务和物流紧密结合。目前市场上有关电子商务的书籍很多,但是有些书籍更多地偏向于物流,将内容集中在物流的常见领域,如运输、仓储、配送等方面,只是在书中的个别部分提到了电子商务,没有考虑到电子商务的特征,没有将物流和电子商务很好地结合,这些书从某种程度上可称之为是物流的教材。本教材的特点就是各章的内容都紧紧围绕着电子商务物流来展开,不但针对电子商务和物流,而且是针对电子商务物流的特点和内容来编写的,将电子商务和物流很好地结合在一起进行分析,避免了以往教材将电子商务和物流相对割裂的不足。

第二,在于体系结构的完整性。本教材在体系结构上相对完整,既包括了物流的基本内容,如物流的概论、物流的过程管理、物流的配送等,也包括了电子商务需要的部分,如物流的信息管理,系统的规划设计等方面。而且更多的是两者的结合,如电子商务物流的成本管理、客户关系管理和绩效管理,以及电子商务物流系统等。

第三,在于技术和商务的完美结合。本书在内容分配上,对技术和商务两个方面进行了良好的平衡,既有偏向于技术方面的信息管理、系统分析设计等内容,也有偏向于管理的战略决策、绩效管理等,并且在总体上相对平衡。这样就符合了电子商务专业本身的复合型特点,也适应了国内在电子商务专业方面一直存在的技术和管理两个主要方向的现状,可以满足各方面的要求。

第四,在于知识的前沿性。书中介绍了一些目前学术的前沿知识,如在信息管理一章中,对XML技术、GPS技术、EPC以及Internet EDI等技术的介绍,都是目前该领域的最新研究成果。在其他各章中,也都体现了目前在该领域最新的动态,让学生不但了解到该方向的基础知识,也能对目前发展和研究的方向有一个总体上的概念。

第五,丰富的案例支持。电子商务专业是一个偏向实证的专业,物流行业更是一个要求实操的行业。因此,本教材在编写的过程中没有一味地进行理论的阐述,而是结合实际的案例进行内容的讲解。教材在每一章的最后都有一个阅读案例,方便读者对本章的内容进行回顾和总结,并且在全书的最后一章,专门对案例进行了分析和讨论。所有的案例都是针对各章所要讲述的主要内容精挑细选出来的。进行案例分析,对教师的讲授和学生的理解都有很大的益处。

第六,编写体例和风格独特。作者在教材的编写过程中,结合多年来实际的授课经验,采用各种方法和实例,使教材达到深入浅出、通俗易懂的效果,使这门理论性很强的课程富

有趣味性和可操作性。在教材每一章的开篇给出了引言,并给出本章的主要知识点、重点和难点,在每一章的结尾,给出了本章小结和复习参考题,对于教师的授课和学生的掌握都十分方便。

因此,本书是一本相对适合各种院校“电子商务物流”课程的教材,具备一定的普适性,可以较好地满足各方面的要求。

本书不但可以作为电子商务和物流专业的教材来使用,也适合从事电子商务物流行业工作的读者学习参考,同时也可作为希望进入电子商务物流行业的人员全面了解电子商务物流现状的参考资料。

本书共分为12章,在教学中,可按32学时的课程来进行讲授。

本书的主编为祝凌曦,副主编为汪晓霞,刘新泉参与编写。本书第1章、第2章、第5章、第8章由祝凌曦编写,第3章、第4章、第7章、第9章和第10章由汪晓霞编写。第6章和第11章由祝凌曦、汪晓霞合作编写。第12章由刘新泉编写。全书由祝凌曦统稿定稿。

在本书编写过程中,有许多人给予了很多帮助,刘静、和志平、赵建武、石岩、张立员、张郡、戴璐、钱奎、杨小凤、凌媛、程金星等也付出了很多劳动,在此一并表示感谢。

鉴于编者学术水平有限,书中可能存在错误和不妥之处,敬请各位专家和读者给予批评、指正。

编 者

2008年1月

目 录

第1章 绪论	1
主要知识点	1
1.1 现代物流概述	1
1.1.1 物流的基本概念	1
1.1.2 物流的基本功能	2
1.1.3 物流的基本价值	4
1.1.4 物流的分类	5
1.1.5 物流产生与发展	6
1.1.6 物流的基础学说	8
1.2 电子商务与物流的关系	9
1.2.1 电子商务对物流的影响	10
1.2.2 物流对电子商务的影响	14
1.3 电子商务物流管理	15
1.3.1 电子商务物流管理的含义	15
1.3.2 电子商务物流管理的内容	16
案例阅读 海丰的第四方物流	18
本章小结	19
复习参考题	20
第2章 电子商务物流系统	21
主要知识点	21
2.1 物流系统	21
2.1.1 物流系统的含义	21
2.1.2 物流系统的目的	22
2.1.3 物流系统的特点	23
2.1.4 物流系统的模式	24
2.1.5 物流系统的分类	25
2.1.6 物流系统的结构	26
2.2 电子商务物流系统	27
2.2.1 电子商务物流系统的概念	27
2.2.2 电子商务物流系统的构成	27
2.2.3 电子商务物流系统的特点	28
2.2.4 电子商务物流系统的合理化	28

2.3 电子商务物流系统模式	30
2.3.1 电子商务下的物流模式概述	30
2.3.2 企业自营物流	32
2.3.3 物流企业联盟	33
2.3.4 第三方物流	35
2.4 新型物流模式	38
2.4.1 第四方物流	38
2.4.2 电子物流	40
案例阅读 华润物流:“1+3”模式的典范	41
本章小结	43
复习参考题	44
第3章 电子商务物流战略决策	46
主要知识点	46
3.1 现代物流企业战略概述	46
3.1.1 物流战略概述	46
3.1.2 物流企业战略概述	47
3.1.3 物流企业及经营战略类型	49
3.2 现代物流企业战略管理	50
3.2.1 物流战略管理的内容	50
3.2.2 物流企业的战略规划	50
3.2.3 SWOT 法制定物流企业战略	51
3.2.4 物流企业战略的实施	52
3.2.5 物流企业战略的控制	53
3.3 物流企业经营环境变化及决策	53
3.3.1 物流企业经营环境	53
3.3.2 企业市场调查与分析	54
3.3.3 物流企业经营决策	57
案例阅读 中国第三方物流市场调查报告	58
本章小结	60
复习参考题	60
第4章 电子商务物流过程管理	61
主要知识点	61
4.1 电子商务物流采购	61
4.1.1 采购管理概述	61
4.1.2 电子商务物流采购管理	63
4.2 电子商务物流运输	64
4.2.1 运输及物流	64
4.2.2 物流运输系统及方式	66

4.2.3 运输方式的选择与合理化	67
4.2.4 基于 Internet 的运输管理	69
4.3 电子商务物流仓储	69
4.3.1 仓储管理概述	70
4.3.2 仓储管理合理化方法	71
4.3.3 基于 Internet 的存储管理	73
4.4 电子商务物流包装与流通加工	73
4.4.1 包装管理	73
4.4.2 流通加工管理	76
4.5 电子商务物流装卸与搬运	77
4.5.1 装卸搬运概述	77
4.5.2 装卸搬运的管理	79
4.6 全过程合理化	80
4.6.1 物流标准化	80
4.6.2 物流过程的优化方法	81
4.6.3 物流合理化	81
案例阅读 摩托罗拉的全面物流过程管理	82
本章小结	83
复习参考题	84
第5章 电子商务物流信息管理	85
主要知识点	85
5.1 电子商务下物流信息系统	85
5.1.1 物流信息	85
5.1.2 物流信息系统	87
5.1.3 物流信息化的价值	88
5.1.4 电子商务下的物流管理信息系统	89
5.2 电子商务下物流信息技术	90
5.2.1 条码技术	90
5.2.2 射频识别技术	98
5.2.3 电子产品代码	102
5.2.4 电子数据交换	105
5.2.5 地理信息系统	112
5.2.6 全球定位系统	116
5.2.7 可扩展标记语言	120
5.3 物流管理信息系统的需求分析	124
5.3.1 系统调查分析	124
5.3.2 物流企业组织结构及管理功能分析	124
5.3.3 物流业务流程分析	125
5.3.4 物流数据流程分析	128

5.3.5 数据字典	131
5.3.6 物流管理信息系统功能需求分析	132
5.4 物流管理信息系统的设计	133
5.4.1 系统设计的任务、方法和内容	133
5.4.2 系统的网络结构及系统软件结构的设计	134
5.4.3 系统的编码设计	135
5.4.4 物流管理信息系统的功能模块设计	136
案例阅读 芬兰邮政成功应用 BEA RFID 解决方案	139
本章小结	140
复习参考题	143
第 6 章 电子商务物流中心及配送管理	144
主要知识点	144
6.1 电子商务物流中心概述	144
6.1.1 物流中心的含义	144
6.1.2 物流中心的类型	145
6.1.3 配送中心概念和分类	146
6.1.4 电子商务物流中心	148
6.2 电子商务物流配送	149
6.2.1 物流配送	149
6.2.2 电子商务物流配送	151
6.2.3 电子商务物流配送系统	152
6.2.4 电子商务物流配送过程管理	155
6.3 电子商务物流配送方案设计	156
6.3.1 配送需求预测	157
6.3.2 配送能力设计	157
6.3.3 配送模式的选择	158
6.3.4 配送网络及调度	159
案例阅读 高效合理的便利配送中心	161
本章小结	163
复习参考题	164
第 7 章 电子商务物流成本管理	165
主要知识点	165
7.1 物流成本概述	165
7.1.1 物流成本的含义及分布	165
7.1.2 物流成本的分类	166
7.1.3 影响物流成本的因素	167
7.2 物流成本管理	168
7.2.1 物流成本管理概述	168

7.2.2 物流成本分析	169
7.2.3 物流成本控制	171
7.3 物流成本管理方法	173
7.3.1 物流成本管理要点	173
7.3.2 目标成本控制	174
7.4 电子商务物流成本管理	174
7.4.1 电子商务物流成本现状	174
7.4.2 电子商务物流成本特点	176
案例阅读 布鲁酿酒厂	177
本章小结	178
复习参考题	178
第8章 电子商务物流系统规划与设计	180
主要知识点	180
8.1 电子商务物流系统规划	181
8.1.1 总体框架规划	181
8.1.2 网络规划	181
8.1.3 节点规划	181
8.2 电子商务物流系统分析	182
8.2.1 电子商务物流系统分析概念	182
8.2.2 电子商务物流系统分析要素	183
8.2.3 电子商务物流系统分析内容	183
8.2.4 电子商务物流系统分析过程	184
8.2.5 电子商务物流系统分析技术方法	184
8.3 电子商务物流系统设计	186
8.3.1 电子商务物流系统设计的概念	186
8.3.2 电子商务物流系统设计的要素	187
8.3.3 电子商务物流系统的设计过程	187
8.3.4 电子商务物流系统设计模型化的意义和分类	188
8.3.5 电子商务物流系统设计的建模方法	189
8.4 电子商务物流系统集成	192
8.4.1 电子商务物流系统集成的概念	192
8.4.2 物流系统集成的要素	192
8.4.3 物流系统集成的层次	193
8.4.4 物流系统集成的特点	194
8.4.5 我国物流系统集成的现状	194
8.4.6 物流系统集成的发展趋势	195
8.5 电子商务物流系统评价	196
8.5.1 物流系统的特征参数	196
8.5.2 物流系统的量化指标	196

8.5.3 系统的评价原则	199
8.5.4 系统评价的步骤	199
8.5.5 系统的评价标准	200
8.5.6 物流系统综合评价指标体系	200
8.5.7 系统的评价方法	201
案例阅读——中远物流通过实践系统集成提升核心竞争力	201
本章小结	204
复习参考题	206
第9章 电子商务物流客户关系管理	207
主要知识点	207
9.1 物流服务概述	207
9.1.1 物流服务	207
9.1.2 物流服务与竞争	209
9.2 有效客户反应	210
9.2.1 有效客户反应概述	211
9.2.2 有效客户反应的实施	212
9.3 电子商务物流客户关系管理	213
9.3.1 客户关系管理概述	213
9.3.2 客户关系管理系统	215
案例阅读 联邦快递的客户关系管理系统	223
本章小结	223
复习参考题	224
第10章 电子商务物流系统绩效管理	225
主要知识点	225
10.1 企业绩效评价概述	225
10.1.1 绩效评价的定义及内容	225
10.1.2 绩效评价的实施	227
10.1.3 绩效评价的常见方法	228
10.2 物流绩效评价指标体系	230
10.2.1 物流系统绩效评价体系设计	230
10.2.2 物流企业绩效评价的指标体系	231
10.2.3 物流水平绩效评价指标	236
10.3 物流环节绩效评价与分析	237
10.3.1 运输绩效评价与分析	237
10.3.2 仓储绩效评价与分析	239
10.3.3 客户服务的绩效评价与分析	240
案例阅读 美国施乐公司物流绩效标杆	242
本章小结	243

复习参考题	243
第 11 章 中国电子商务物流发展展望及策略	245
主要知识点	245
11.1 中国电子商务物流的发展现状	245
11.1.1 电子商务物流发展现状	245
11.1.2 电子商务物流发展面临的基本问题	246
11.2 电子商务物流的发展趋势	247
11.2.1 信息化	247
11.2.2 自动化	248
11.2.3 网络化	248
11.2.4 智能化	248
11.2.5 柔性化	248
11.2.6 电子化	249
11.2.7 共享化	249
11.2.8 标准化	249
11.2.9 协同化	249
11.2.10 集成化	250
11.2.11 社会化	250
11.2.12 全球化	250
11.3 推进物流管理的现代化	250
11.3.1 物流管理现代化的标志	251
11.3.2 物流管理现代化的技术方法	251
11.4 物流与供应链	252
11.4.1 供应链的基本理论	252
11.4.2 供应链管理的变革与优化	253
11.5 电子商务物流发展策略	256
11.5.1 寻求连锁经营与电子商务的结合	256
11.5.2 寻求政府支持	256
11.5.3 配送中心的功能应有所变化	256
案例阅读	257
案例 1: 中国物流: 走向供应链时代	257
案例 2: 物流的八大发展趋势	258
本章小结	259
复习参考题	259
第 12 章 电子商务下物流管理的案例分析	260
12.1 世界物流业领航企业案例	260
12.1.1 世界物流企业前十名强启示录	260
12.1.2 案例分析	264

12.2 国外典型案例	265
12.2.1 物流协助网上书店促销	265
12.2.2 动态物流中心——宝马物流的心脏	268
12.3 国内典型案例	269
12.3.1 中国物流百强之首——中远物流	269
12.3.2 最佳家电物流企业——海尔物流	271
复习参考题	277
主要参考文献	278

第1章 绪 论

近年来,物流已成为一个大家耳熟能详的名词,甚至在某些时候言必称物流。特别在电子商务高速发展的今天,物流已被广大老百姓所接受。

但是,对于物流的概念是什么,何时出现“物流”这个词,现代物流的发展经过了哪些阶段,物流具有哪些功能,具备哪些价值,为什么物流被称为“第四利润源”,相信就不是很多人所了解的了。

本章对物流、电子商务物流以及电子商务物流管理进行了简要的论述,为本书后续的学习进行了铺垫。

主要知识点

(1) 现代物流的概念、功能、基本价值、分类;物流的产生和发展以及物流的基础学说。

(2) 电子商务与物流的关系;电子商务对物流的影响以及物流对电子商务的影响。

(3) 电子商务物流管理的含义、管理职能、原则和特点、内容。

重点:电子商务物流管理的内容

难点:电子商务与物流的关系

Internet 的出现是近 30 年来最伟大的社会成就和科技成就,它改变了人们的生活方式,也引领了一场商业领域的变迁与飞跃,基于 Internet 的电子商务可以说是 21 世纪经济的新亮点。电子商务的出现,不仅改变了传统商务活动模式,而且对产业间的融合与经济结构的调整都产生积极的影响。与此同时,电子商务的飞速发展,也带动了现代物流业的发展。电子商务和物流作为现代流通的两大手段,有着密切的联系。本章通过论述现代物流,电子商务等的含义及其相关内容,进而讨论电子商务与物流的关系。

1.1 现代物流概述

物流,是一个古老而全新的概念。说它是古老的,是因为自从人类社会开始商品交换以来,就存在着与生产和流通相适应的物的流动活动(如运输、仓储、装卸搬运等);说它是全新的,则是因为随着社会的进步,物流的概念与分类也在不断充实和变化。

1.1.1 物流的基本概念

物流只有两个字,一个是物,一个是流,物流的概念和这两个方面都有着密切的联系,这也是我国语言丰富性和创造性的一个很好的体现。

1. 物的概念

物流中的“物”的概念是指一切可以进行物理性位置移动的物质资料。这一位移的参照系是地球。

物流中的“物”和“物资”、“物料”、“货物”、“物品”等概念有细微的差别，物资包括不可移动的设施，而物料一般特指半成品而不包括制成品，货物是交通运输领域的一个专有名词特指除人以外的经营对象，物品一般指不参加生产过程的物质实体。

2. 流的概念

物流学中的“流”，指的是物理性运动。物流是指物质资料从供给者到需求者的物理性运动，主要是创造时间价值和场所价值，有时也创造一定加工价值的活动。简单地讲，物流就是物的流动，英文一般用 Logistics 一词表示。

3. 物流的概念

比较典型的物流概念有以下几个。

(1) 美国物流管理协会认为：“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存储和流动，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。”

(2) 日本行政管理厅统计审议会认为：“物的流通是与商品的物理性流动相关联的经济活动，包括物资流通和情报流通。物资流通由运输、保管、装卸搬运、包装、流通加工，以及运输基础设施活动组成。”

(3) 英国约翰·盖特纳认为：“物流是通过市场机制和销售渠道，战略性地管理原材料、零部件、产成品的采购、运输和存储及相关的信息流，以提高成本效益，实现利润最大化的过程。”

(4) 联合国物流委员会（1999 年）认为：“物流”是为了满足消费者需要而进行的从起点到终点的原材料、中间过程库存、最终产品和相关信息有效流动和存储计划、实现和控制管理的过程。现代物流是指“物”在一定的时间内的空间移动以及在物的移动过程中动态及静态的管理。

在中国 2001 年 7 月开始实行的《物流术语国家标准》中，对物流作了如下定义：物流是指物品从供应地向接收地的实物流动过程。根据实际需要，将运输、存储、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息管理等基本功能实施有机结合。具体地说，物流包括运输、存储、装卸搬运、包装、流通加工、配送、信息管理等。

目前，比较被广泛认同的对物流的理解是：物流是商品流通的一个方面，泛指物质资料实体在进行社会再生产过程中在空间的有目的的流动过程。

1.1.2 物流的基本功能

物流的基本功能是指物流系统所具有的基本能力，这些基本能力有效的组合便能合理地实现物流系统的总目标。物流系统的基本功能包括包装、装卸和搬运、运输、存储、流通加工、配送及物流信息管理等。

(1) 包装是指为在流通过程中保护产品、方便储运、促进销售，按一定技术方法而采用的

容器、材料及辅助物等的总体名称。物流包装作业的目的不是要改变商品的销售包装，而在于通过对销售包装进行组合、拼配和加固，形成适于物流和配送的组合包装单元，对包装活动的管理应根据物流方式和销售要求来确定。包装的功能主要表现在保护商品、方便物流、促进商品的销售以及方便消费等四个方面。包装功能包括产品的出厂包装、生产过程中制成品和半成品的包装及在物流过程中换装、分装和再包装等活动。要全面考虑包装对产品的保护作用、促销作用、提高装运率的作用、包拆装的便利性及废包装的回收与处理等因素。包装管理还要根据物流全过程的经济效果来决定所采用的包装材料及其强度、尺寸、包装方式等。

(2) 装卸和搬运在某种意义上说是两个不同的概念。装卸是指物料在空间上所发生的以垂直方向为主的位移。而搬运是指物料在小范围内发生的以水平方向为主的位移。装卸搬运功能是为了完成物流活动中各环节的衔接以及加快商品在物流过程中的流通速度而必须具备的功能，也包括了在存储等活动中为进行检验、维护和保养所进行的装卸和搬运活动。在物流活动中，装卸活动是频繁发生的，因而是产品损坏的重要原因。对装卸活动的管理，主要是尽量减少装卸次数，确定最恰当的装卸方式，合理配置及使用装卸机具，在节能、省力、减少损失的基础上加快速度，以获得较好的经济效果。

(3) 运输是指人和物的载运和输送，是物流系统中最基本的功能。运输功能负责为客户选择满足需求的运输方式，组织网络内部的运输作业，在规定的时间内将客户的商品运抵目的地。运输可以采用不同的方式，包括使用汽车、轮船、火车、飞机等方式，在特殊环境下还可以采用管道、传送带等方式。运输活动管理要求选择经济便捷的运输方式和运输路线，以实现安全、迅速、准时和经济的要求。

(4) 存储是指商品在生产出来之后而又没有到达消费者手中之前所进行的保管活动。存储功能包括堆存、保管、保养、维护等活动。通过对商品的存储活动，可以调节商品的时间需求，削除价格波动，也可以降低运输成本、提高运输效率，还可以达到更好的客户满意度和更好地满足消费者个性化消费的需要。对存储活动的管理，主要是通过采用正确确定库存的结构、数量，加强保管的效率，采用先进的技术手段加快进、出库流程等方法，来达到降低资金占用，加快物资流动，减少物资损耗的目的。

(5) 流通加工是商品在流通中的一种特殊加工形式，指的是商品从生产领域向消费领域流通的过程中，为了促进销售，维护产品质量和提高物流效率而对产品进行的加工，使商品发生物理、化学、形状或者分布组合上的变化，以更好地满足消费者多样化的需求和提高商品的附加值。流通阶段的加工即物流加工的目的在于提高物流系统效率，尽管它也可以创造性质和形态的使用效能，但还是应该从物流功能拓展的角度将其看作物流的构成要素为宜。随着国民经济增长，国民收入增多，消费者的需求出现多样化，在这样的情况下，更有必要开展流通加工。

(6) 配送功能是物流进入最终阶段，以备货、理货、配货、送发形式最终将货物送达消费者手中，来完成物流的全过程的活动。以往配送活动被看做是运输活动中的一个组成部分或运输形式，所以并未将其独立地作为物流系统实现的功能，而是将其作为运输中的末端运输对待。但是，在电子商务环境下，配送完成了除获得订单、组织货源以外的，包括集货、备货、理货、社会集中存储、分拣、配货、分送的功能，已远远不是运输活动的末端了，因此，应将其作为物流活动的单独一个功能来看待。

(7) 物流信息管理功能包括进行与上述各项活动有关的计划和预测，以及对物流动态信息（运量、收、发、存数）及其有关的费用、生产、市场信息的收集、加工、整理和提炼等

活动。对物流信息活动的管理，要求建立信息系统和信息渠道，正确地选定信息点和内容，以及信息的收集、汇总、统计和使用方式，以确保信息的可靠性和及时性。在电子商务环境下，借助电子商务先进的信息处理、传递技术，将使物流信息发挥出巨大效力，大大提高物流水平。

1.1.3 物流的基本价值

物流是物质资料从供给者到需求者的物理性运动，主要是创造时间价值、场所价值及加工价值。

1. 时间价值

“物”从供给者到需要者之间有一段时间差，由于改变这一时间差所创造的价值，称作“时间价值”。物流的时间价值主要体现在两个方面，首先，是缩短时间创造价值，通过缩短物流时间，可获得多方面的好处，如减少物流损失，降低物流消耗，增加物的周转，节约资金等，物流是能动地获取时间价值的运动形式。其次，是弥补时间差创造价值，在经济社会中，需求和供给普遍地存在着时间差，可以说这是一种普通的客观存在，正是有了这个时间差，商品才能取得自身最高的价值，才能获得更加理想的效益。物流便是通过科学的、系统的方法弥补时间差，有时是改变这种时间差，以实现其“时间价值”。

2. 场所价值

物流创造场所价值是由现代社会产业结构、社会分工所决定的。“物”从供给者到需求者之间有一段空间差，由于改变这一场所的差别所创造的价值，称作“场所价值”。

物流的场所价值主要表现在：第一，从集中生产场所流入分散需求场所创造价值；现代化大生产的特点之一，往往是通过集中的、大规模的生产以提高生产效率，降低成本。在一个小范围集中生产的产品可以覆盖大面积的需求地区，有时甚至可覆盖一个国家乃至若干国家。通过物流将产品从集中生产的低价位区转移到分散于各处的高价位区有时可以获得很高的利益。第二，是从分散生产场所流入集中需求场所创造价值；和上面一种情况相反的情况在现代社会中也不少见，例如：蔬菜是在一亩地一亩地上分散生产出来的，而一个大城市的需求却相对大规模集中；一个大汽车厂的零配件生产也分布得非常广，但却集中在一个大厂中装配，这就形成了分散生产和集中需求，物流便依此取得了场所价值。第三，物流的场所价值体现在从甲地生产流入乙地需求创造场所价值。现代社会中供应与需求的空间差比比皆是，十分普遍，除了大生产所决定之外，有不少是自然地理和社会发展因素决定的。现代人每日消费的物品几乎都是由相距一定距离甚至十分遥远的地方生产出来的。这么复杂的供给与需求的空间差都是靠物流来弥合的，物流也在其中体现了自己的价值。

3. 加工价值

有时，物流也可以创造加工附加价值。加工是生产领域常用的手段，并不是物流的本来职能。作为现代物流的一个重要特点，是根据自身优势从事一定的补充性加工活动，该加工活动不是创造商品主要实体，形成商品主要功能和使用价值，而是完善、补充、增加商品性质的加工活动，它必然会形成劳动对象的附加价值。