

免费提供  
授课用  
电子课件

E-COMMERCE  
LOGISTICS

# 电子商务物流

刘常宝 主编



机械工业出版社  
China Machine Press

E-COMMERCE  
LOGISTICS

# 电子商务物流

刘常宝 主编



机械工业出版社  
China Machine Press

## 图书在版编目 (CIP) 数据

---

电子商务物流 / 刘常宝主编. —北京: 机械工业出版社, 2018.8  
(普通高等院校经济管理类“十三五”应用型规划教材·物流系列)

ISBN 978-7-111-60671-0

I. 电… II. 刘… III. 电子商务 - 物流管理 - 高等学校 - 教材 IV. F713.365.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 179318 号

---

本书以全新的知识架构, 系统介绍了现代电子商务物流原理以及基本模式、扩展模式和创新模式, 内容涵盖了电子商务物流的先进理念、商业模式和电子商务物流的基本运作流程以及电子商务政策法规等方面。本书内容新颖、条理清晰、体系科学, 用创新整合思想贯穿始终, 既注重电子商务与物流的各自行业特性, 又着力从行业发展现状上诠释两者相互融合的机理和衍生出的全新模式。同时通过最新行业案例与商业模式, 引导学生从行业融合与契合的角度理解电子商务物流的各种创新模式。从点、线、面、体的逻辑推演过程, 分析电子商务物流全新模式的创新历程。最后, 章末设置的知识、素质、能力三个方面的演练模块, 帮助学生提高综合分析能力、预测能力和解决问题的能力。

本书既可作为高等院校电子商务、物流管理、市场营销、工商管理等专业的一本专科生的教材, 也可作为企业营销人员、管理者、经理人、研究人员、营销咨询培训师的培训教材和指导工具书。

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 鲜梦思

责任校对: 殷虹

印刷: 中国电影出版社印刷厂

版次: 2018 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 185mm × 260mm 1/16

印张: 18.25

书号: ISBN 978-7-111-60671-0

定价: 40.00 元

---

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

目前,电子商务物流作为行业融合的产物,在互联网经济的背景下,正发挥其巨大的经济价值,其增值性和创新性几乎颠覆了传统物流行业的运作模式,其盈利方式和商业模式也日益受到行业的追捧。未来,单纯的电子商务人才和物流管理人才也将被电子商务物流融合性复合型人才所取代。故在设计体系构架时,本书不再将电子商务与物流分割为两个不同性质的功能模块,而是相互融合,甚至契合在一起。课程教学也要防止将两者割裂开来或进行加法形式的结合,而应使它们无缝对接,整合为一门系统完整的课程,从而对接当下电子商务物流企业的业务需要,使高校的专业建设与企业行业发展相契合。

本书将以往基于“电子商务背景下的物流管理”的编写思路,转为使用更加适合当下行业创新实际的融合性、系统性思想来处理两者的关系,以“基于互联网背景下的电子商务物流模式创新”为编写本书的指导思想,用行业电子商务物流的成熟商业模式作为黏合剂,紧紧地将电子商务与物流管理契合在一起,并将这个编写思想贯穿全书,让教师将电子商务与物流两个课程体系整合为一个有机整体,为学生今后在相关融合性就业与创业中拓宽知识和技能创造条件。在本书的编写过程中,编者始终站在行业发展的前沿,用最新的理念、行业成果、完善成熟的经典理论以及创新拓展的商业模式来丰富课程知识体系。在此基础上,本书还适应互联网经济的新变化,拓展了知识领域,引进大数据理论与技术方法,使课程知识服务于行业发展,同时培养大学生的创新意识与创新能力。

本书体现出如下特点。

(1) 理论框架体系的逻辑性与创新性的统一。本书使用总分式体系设计的逻辑方式,实现对行业各种电商创新模式的解析,帮助学生全面系统地理解电子商务物流模式的演变过程。

(2) 理论分析与商业模式的统一。在传统电子商务物流理论的基础上,诠释新电子商务物流商业模式的运作机制与商业价值,帮助学生了解现代商业模式的理论渊源。

(3) 课程知识与行业现状的统一。本书通过专业知识的系统剖析,以及行业最新案例的导入,帮助学生实现学业与职业的无缝对接,完成学生向职业人的转变。

(4) 经典理论与前瞻趋势的统一。本书将行业卓越优秀的电子商务物流企业的前瞻性商业模式与传统经典理论框架有机结合,使学生在学习中实现现实感与未来感的契合,从

而提高学生的综合分析能力和预测能力。

全书分为 11 章，第 1 章为电子商务物流概述，阐述传统电子商务与物流的含义、特征以及融合之后新概念的本质、特点与类型及对行业发展的意义；第 2 章为电子商务物流体系，从电子商务基本商业模式推演出四种基本的体系模块和新的顶层设计。第 3～6 章是电子商务物流的基本业务运营分析，以当下的全新商业模式和组织模式为研究基点，以创新务实为脉络和主线；第 7～10 章以电子商务物流模式的前瞻性创新理念为引导，对正在实现未来行业趋势的创新模式与创新理念进行系统务实的分析；第 11 章介绍自 2013 年以来我国政府出台的与电子商务物流相关的政策法规，并对政策法规做了科学的解读。考虑到有一部分商业模式正处在创新阶段，诸多理论与体系尚未被推广，故此，在诠释中给学生留有一定的思考和完善的空间，以适应学生运用互联网思维和创新思维来对接未来岗位的实际需要，这也符合应用型高校人才培养的目标。

参加本书编写的作者均是多年从事电子商务、物流管理、市场营销等专业教学的一线教师，他们既有丰富的电子商务专业、物流管理专业的教学经验，又有一定的前瞻性和对创新性知识的驾驭能力。

本书主编刘常宝负责对全书进行构思、统稿、总撰、修改、定稿。在编写过程中，编者参阅了大量相关行业报告、政府法规、专业教材、专著和网络资料，并援引当前相关互联网与信息技术知识、电子商务与物流的法律知识、电子商务物流行业运营问题研究资料，在此特别说明，并对相关作者表示感谢！

本书涉猎知识范围广，体系模型新，理论探究前沿，行业研究落地，编写难度较大，基于此，书中难免有不妥之处，敬请广大读者不吝赐教。

刘常宝

2018 年 5 月

在教学中，本课程应将课程置于互联网技术和信息技术广泛运用与不断发展的背景之下，关注电子商务与物流相整合、融合到契合的过程，通过行业最新案例，把握从传统电子商务与物流的理论构架建构到电子商务与物流融合的基础模式再到升级的创新模式和扩展模式三个环节上的层层演进逻辑。明确以信息平台构建为行业发展基础的共享经济对融合的客观需求，利用行业成熟的案例和权威的理论，对电子商务物流管理知识进行科学系统的传授，把电子商务与物流两者融合的思想贯穿教学活动的始终。教学中力求案例选取新、准、精，研究角度新颖、板书体例条理清晰、商业盈利与盈利模式具有很强的创新性和实战性。学生通过对本课程的学习，要求能够理解电子商务物流融合与创新的现实意义，并能够在互联网及信息技术的背景下，掌握相关企业实施融合创新的过程与规律，总结活动的基本模型、流程与核心点。建议教学课时为 48 课时。

学时分配表

章号	内容	建议课时
第 1 章	电子商务物流概述	4
第 2 章	电子商务物流体系	6
第 3 章	电子商务采购	4
第 4 章	电子商务物流配送	4
第 5 章	电子商务物流运输	4
第 6 章	电子商务仓储物流	4
第 7 章	电子商务物流的基本模式	6
第 8 章	电子商务物流的扩展模式	4
第 9 章	电子商务物流的创新模式	4
第 10 章	电子商务物流的理念创新	4
第 11 章	电子商务物流政策法规	4
总计		48

前言

教学建议

<b>第 1 章 电子商务物流概述</b>	1
┆ 学习目标	1
┆ 导引案例	1
1.1 电子商务物流的概念	2
1.2 电子商务与物流管理的关系	7
1.3 电子商务物流的本质	9
1.4 电子商务环境下物流业发展的趋势	13
1.5 我国电子商务物流发展战略	14
┆ 本章小结	21
┆ 复习思考题	21
┆ 课内实训	21
┆ 课外实训	21
┆ 案例分析	21
<b>第 2 章 电子商务物流体系</b>	23
┆ 学习目标	23
┆ 导引案例	23
2.1 电子商务物流的体系设计	24
2.2 电子商务物流的 ERP 系统	31
2.3 电子商务物流的 SCM 体系	36
2.4 电子商务物流的 CRM 体系	41
2.5 电子商务物流 SRM 体系	44
┆ 本章小结	47





案例分析 2	95
<b>第 5 章 电子商务物流运输</b>	<b>97</b>
学习目标	97
导引案例	97
5.1 电子商务运输概述	98
5.2 物流运输节点	102
5.3 信息技术及政策对运输的影响	108
5.4 国际货物运输	115
5.5 网上运输	117
本章小结	122
复习思考题	122
课内实训	122
课外实训	122
案例分析 1	122
案例分析 2	123
<b>第 6 章 电子商务仓储物流</b>	<b>125</b>
学习目标	125
导引案例	125
6.1 电子商务仓储概述	126
6.2 电子商务仓储物流的主要模式	130
6.3 电子商务仓储物流规划	134
6.4 我国仓储信息化运作模式	139
6.5 电子商务仓储物流运作中的问题与对策	146
本章小结	150
复习思考题	151
课内实训	151
课外实训	151
案例分析 1	151
案例分析 2	152
案例分析 3	153
<b>第 7 章 电子商务物流的基本模式</b>	<b>155</b>
学习目标	155

导引案例	155
7.1 电子商务物流 B2B 模式	156
7.2 电子商务物流 B2C 模式	165
7.3 电子商务物流 C2C 模式	168
7.4 电子商务物流 O2O 模式	170
本章小结	178
复习思考题	179
课内实训	179
课外实训	179
案例分析	179
<b>第 8 章 电子商务物流的扩展模式</b>	<b>181</b>
学习目标	181
导引案例	181
8.1 电子商务协同物流	182
8.2 电子商务物流联盟	190
8.3 电子商务物流一体化	193
8.4 第四方物流	199
8.5 第五方物流	202
本章小结	206
复习思考题	207
课内实训	207
课外实训	207
案例分析	207
<b>第 9 章 电子商务物流的创新模式</b>	<b>209</b>
学习目标	209
导引案例	209
9.1 电子商务虚拟物流	210
9.2 电子商务金融物流	218
9.3 电子商务物流地产	225
9.4 电子商务智慧物流	230
本章小结	237
复习思考题	238
课内实训	238

: 课外实训	238
: 案例分析	239
<b>第 10 章 电子商务物流的理念创新</b>	240
: 学习目标	240
: 导引案例	240
10.1 电子商务物流 BPR	241
10.2 电子商务精益物流	246
10.3 电子商务冷链物流	249
10.4 电子商务无车承运物流	254
: 本章小结	261
: 复习思考题	261
: 课内实训	262
: 课外实训	262
: 案例分析	262
<b>第 11 章 电子商务物流政策法规</b>	264
: 学习目标	264
: 导引案例	264
11.1 电子商务物流政策法规制定的背景	266
11.2 电子商务物流法规体系建设现状与重点	270
11.3 我国电子商务物流法律法规体系框架	273
11.4 跨境电子商务法律规范体系	276
: 本章小结	279
: 复习思考题	279
: 课内实训	279
: 课外实训	279
: 案例分析	279
<b>参考文献</b>	282

## 电子商务物流概述

### 学习目标

1. 熟悉电子商务物流发展的历史和趋势，了解电子商务物流的概念及特点。
2. 熟悉电子商务物流的本质及行业发展状况，掌握“互联网+”背景下电子商务物流的表现形式及业务特征。
3. 了解电子商务物流基本理论产生的基础及其在经济活动中的价值，熟悉电子商务物流的基本运作模式，了解有关国家实施电子商务物流融合发展的战略思路。

### 导引案例

#### 电子商务物流野心之阿里巴巴的智能物流规划

电商的野心有多大，在物流上的投入就有多大。国内最大的两家电商——阿里巴巴（简称阿里）和京东，为了进一步扩大自己的投递领域，不约而同地将物流的比拼押注在了新式“武器”上——阿里推出了自己的智能车。

菜鸟“ACE”计划启动。阿里的物流部门菜鸟网络称，将投入100万辆智能物流车来加强人工智能在其快递网络中的应用。2017年5月22日，在杭州举行的2017全球智慧物流峰会上，菜鸟网络发布了一项代号为“ACE”的未来绿色智慧物流汽车计划。

根据菜鸟网络的说法，作为试点项目的一部分，这款新型智能车已经在深圳和成都推出。该公司估计，在未来十年，该智能车的全面推广，每年能够为整个物流行业节省100亿元。

菜鸟网络之所以积极推动其智能物流计划，是因为国内的“消费升级”要求整个物流行业充分优化效率。

2016年，中国包裹的投递总量增长到313亿次。马云在会上表示，在接下来的5~8年，中国的包裹可能会激增至每天10亿次投递。中国物流需要进一步投资人才

和技术，以应对每天增长的快递业务。

“这将给每个物流公司带来挑战，而解决这一挑战的唯一办法是投资前沿科技，培养年轻的人才。”马云说道。

菜鸟网络自称管理着世界上最大的零售消费数据库。根据阿里巴巴截至2017年3月31日的年报显示，在阿里巴巴旗下网站销售的所有商品中，有81%的包裹是通过菜鸟网络发出的，这一数字高于上一财年的60%。为了进一步提高快递的时效性，菜鸟网络已经牵头发起了菜鸟联盟。截至2017年5月，全国已经有超过1000个区县的消费者可以享受到菜鸟联盟的当日达和次日达服务。

此外，在人工智能领域，菜鸟网络2017财年相继在广州、嘉兴等地启用了全自动化的智能仓库。这一形式上的创新和转变，对于物流行业来说既是一个转变和改革，也是对其他物流的一个深度打击。

资料来源：<http://business.sohu.com/20170523/n494165323.shtml>。

## 1.1 电子商务物流的概念

### 1.1.1 电子商务物流概念的基本内涵

进入21世纪，互联网渗透到商业活动的始终，网络购物不仅改变了人们的消费习惯，还方便了人们的生活，人们足不出户就可以买到自己需要的商品。但是，人们在购物过程中也遇到了诸多问题，如发货不及时、运费过高、物流服务不到位等。这说明传统物流业务活动已经滞后于电子商务的发展，电子商务物流（简称电商物流）尚不能完全满足人们对物流服务的要求。同时我们看到，电子商务的快速发展也为物流业的发展带来了机遇，但挑战也伴随其中。

从应用层面上看，电子商务物流是一整套的电子物流解决方案，也就是企业资源计划（Enterprise Resource Planning, ERP）系统，而电子商务物流行业的运作及相关操作，仍需借助设备和人力，所以我们认为电子商务物流运作的起点依旧是传统物流。配送活动是物流的浓缩，目前国内的各种物流配送虽然超越了简单的送货上门阶段，但在层次上，以配送为例大多数仍是传统意义上的物流配送，因此，从物流系统的配送来看，电子商务物流急需在传统物流配送的基础上实现系统化、信息化、现代化、社会化，需要转换为新型物流系统，使得传统物流功能与现代电子商务手段更紧密地契合。

#### 1. 电子商务物流的内涵

电子商务物流产生的渊源在于电子商务技术的不断渗透和推进。美国经济学家、麻省理工学院的托马斯·马龙教授最早提出电子商务概念，他把电子商务分为狭义的电子商务和广义的电子商务。前者指的是在运用电子化的买卖过程中，卖方找到潜在客户并了解其需求，而买方找到潜在卖主并了解其产品的销售条件等。后者指的是在商业活动

中所有方面都得到了信息技术的支持,这些活动不仅包括买和卖,还有设计、制造和管理等。显然,这里强调的是电子商务的信息技术和经济运行环境,其中已经涉及物流管理的元素,因此可以说,最初的电子商务系统中已经涉及物流管理内容。

电子商务是指人们利用电子手段进行以商品交换为中心的各种商务活动。物流则是供应链活动的一部分,是为了满足客户需要而对商品、服务以及相关信息从产地到消费地的高效、低成本流动和储存进行的规划、实施与控制的过程。电子商务物流正是与电子商务这一新兴商务模式相配套的物流,是实现商品从生产者到消费者转移的重要保障。

所以,电子商务物流是融合了电子商务和物流,在传统物流概念的基础上,结合电子商务中商流、信息流、资金流的特点而提出的,是电子商务环境下物流新的表现方式。因此,电子商务物流的内涵可以表述为“基于商流、信息流、资金流网络化的物资或服务的物流配送活动,包括软体商品(或服务)的网络传送和实体商品(或服务)的物理传送”。

2016年3月23日,商务部等六部门发布了《全国电子商务物流发展专项规划(2016—2020年)》明确指出:“电子商务物流是主要服务于电子商务的各类物流活动,具有时效性强、服务空间广、供应链条长等特点。”这是国内首次对电子商务物流概念进行权威界定,这个定义视野开阔,对电子商务物流特点的总结也相对科学准确。

## 2. 电子商务物流的特点

电子商务时代的来临,给物流带来了新变化,也使电子商务物流具备了区别于以往传统物流的一系列新特点(见图1-1)。

(1) 物流信息化。信息的传递、信息的商品化和整个作业流程的信息化,是电子商务物流必须具备的基本特征。物流信息化表现为物流信息的商品化、物流信息的代码化和数据库化、物流信息处理的电子化和计算机化、物流信息传递的实时化和标准化等。电子商务物流的信息化是先进技术设备应用于物流领域的基本前提。电子商务时代,物流信息化是电子商务发展的必然要求。因此,条码技术(Bar Code)、数据库(Database)技术、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)及有效的客户反映(Effective Customer Response, ECR)、企业资源计划等技术观念在电子商务物流中将会得到普遍应用。信息化是电子商务物流的基础,没有物流的信息化,任何先进的技术设备都不可能应用于物流领域,信息技术及计算机技术在物流中的应用将会彻底改变传统物流的面貌。



图 1-1 电子商务物流的特点

因此,条码技术(Bar Code)、数据库(Database)技术、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)及有效的客户反映(Effective Customer Response, ECR)、企业资源计划等技术观念在电子商务物流中将会得到普遍应用。信息化是电子商务物流的基础,没有物流的信息化,任何先进的技术设备都不可能应用于物流领域,信息技术及计算机技术在物流中的应用将会彻底改变传统物流的面貌。

(2) 物流网络化。物流领域网络化的基础是信息化，网络化是电子商务物流活动的主要特征之一。这里的网络化有两层含义：一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，比如物流配送中心向供应商提供订单的过程，就可以使用计算机通信方式，借助于增值网（Value Added Network, VAN）上的电子订货系统和电子数据交换来自动实现，物流配送中心通过计算机网络收集下游客户的订货过程也可以自动完成；二是组织的网络化，即所谓的企业内部网（Intranet），企业内部网通常建立在一个企业或组织的内部并为其成员提供信息共享和交流等服务，如万维网、文件传输、电子邮件等。

(3) 操作自动化。互联网、信息技术、物联网三大技术是电子商务物流发展的基础，也是物流进入智能化和智慧化的前提。由于视频识别、标签、编码技术的广泛应用，因此使得操作自动化成为一种可能，通过操作的自动化能够提升物流系统效率，从而更好地满足大规模电子商务物流的需求。电子商务物流的自动化能够增强物流的作业能力，减少物流作业中出现的差错，提高生产效率等。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，目前这些技术正逐步被运用在物流作业流程中，图 1-2 是电子商务物流自动化流程示意图。

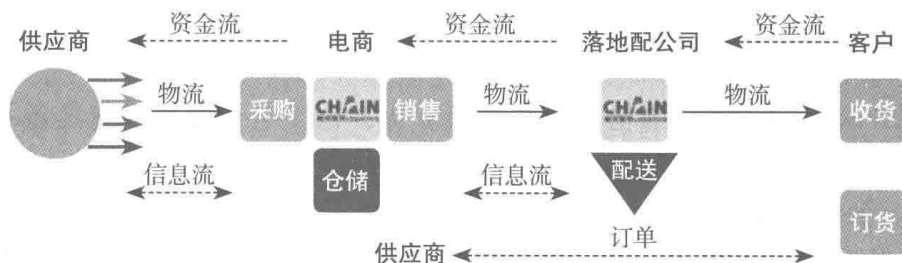


图 1-2 电子商务物流自动化流程

(4) 服务人性化。电子商务营销活动具有件量小、频次高、退换货比较频繁的特性，面向一个个具体的个体买家，体验式、场景化，需要商家根据不断出现的服务需求去完善服务机制和模式，提供更加人性化的服务，满足不断升级的消费需求。人性化与柔性化的电子商务物流就是为了适应生产、流通和消费的需求而发展起来的一种新型物流模式。它要求物流系统根据消费者“多品种、多批次、小批量、短周期”的需求特点，灵活组织和实施物流作业。特别是物流集散中心已成为城市功能的有机组成部分，选址为市区边缘和交通枢纽的物流中心，通过电子商务信息平台实现物流人性化服务的特征。

(5) 时效精准化。时效精准化就是按照合同的约定和委托方的要求，按时去完成物流服务，时效精准。在未来的电子商务环境下，物流管理以时间为基础，货物流转更快，制造业逐步实现“零库存”，仓库又为第三方物流企业所经营，这些都决定了“保管仓库”进一步减少，而“流通仓库”将发展成为配送中心，以保证物流时效的精准化。

(6) 增值服务多样化。在电商物流服务过程中，除了基本服务外，电商物流还能够提供多样的增值服务。主要的增值服务包括以下几个方面：拓宽价值链，使得行

业更具有竞争力；运输路径的选择与规划，帮助企业完成物流作业中大量的决策和运筹；提供高层次的决策支持，尤其是对库存水平的确定、物流配送中心经营管理的问题；提供智能化技术支持，智能化是增值服务的基础，比如协助企业使用计算机通信方式，借助增值网上的电子订货系统和电子数据交换，实现物流配送中心与供应商订单自动交换，提高企业的物流现代化水平。

(7) 物流透明化。由于信息技术、互联网技术、物联网技术的使用，因此不同的利益主体能够跟踪整个物流活动的全过程，这使整个物流过程更加透明化。物流客户可以通过电子商务信息平台随时了解对方物流服务的情况，保证全面掌控服务过程。

## 1.1.2 电子商务物流的主要模式

电子商务行业竞争的白热化，促使物流打破电子商务中的瓶颈环节，用科学的电子商务物流运作打造企业新的核心竞争力。商业模式为盈利模式服务，从资产结构和价值实现方面可以将电子商务物流分为以下几种模式。

### 1. 轻公司轻资产模式

轻公司，国内最早的代表企业是 PPG。这种模式是指电子商务企业（简称电商企业）做自己最擅长的（如信息平台、大数据），而把其他业务（如生产、物流）都外包给第三方专业企业去做，最终把公司资产规模做小，把客户群体做大。

电子商务物流中的轻公司轻资产模式，着重在于管理好业务数据，提高物流信息的价值，租赁物流中心的资源，并把配送环节全部外包。这是早期电子商务企业的传统运作模式，这种模式可以使电子商务企业真正实现“归核化”和“服务外包”。

轻公司轻资产模式，减轻了电子商务企业在物流体系建设方面的资金压力，但对与其合作的第三方依赖度很高，如果第三方的服务出现问题，势必牵连电商企业。据有关统计数据显示，第三方物流的投诉率是电商企业自建物流的 12 倍。显然，这种运作合作模式需要具备较高的合作风险管控能力。

### 2. 垂直一体化模式

垂直一体化，也被称为纵向一体化，即从物流配送中心到运输、仓储、包装等活动，全部由电商企业整体建设完成，这是完全不同于轻公司轻资产模式的物流模式，它将大量的资金用于物流管理队伍、运输车队、仓储体系建设，典型的企业有京东物流、苏宁易购等。

垂直一体化模式，改变了传统电子商务企业过于注重平台运营而轻视物流功能的状况，将较多的资金和精力转投物流体系建设，通过增加物流企业固定资产获取的优势提高在电子商务业务上的核心竞争力。

### 3. 半外包模式

相对于垂直一体化模式的电子商务物流资本投入过于复杂和庞大，半外包模式是



比较经济且相对可控的模式，它也被称为半一体化模式，即电商企业自建物流中心和掌控核心区域物流队伍，而将非核心区物流业务进行外包。

这种半外包模式，仍然需要电商企业投入大量资金进行物流体系建设。垂直一体化模式或半外包模式，绝大多数都是由电商企业将业务扩展到了物流业领域所致，这种跨界经营无论是被动扩张还是主动扩张，其目的都是提升电子商务的物流服务水平。但是，需要电商企业投入较多的资金和精力，并且需要电商企业具备较大的物流管理经验，因为在运作中存在较高的经营风险。

#### 4. 云物流模式

该模式借助云计算、云制造等信息技术概念，云物流模式就是指充分利用分散、不均的物流资源，通过某种商业体系、标准和平台进行资源整合，使社会资源为企业所用，节约企业自身资源，相关概念还有云快递、云仓储。

从理论上讲，云物流实现了“三化”。一是社会化，如快递公司、派送点、代送点等成千上万的终端都可以成为企业整合的资源，菜鸟驿站模式就是典型的云物流模式，将“四通八达”的物流资源进行整合。二是集约化，众多社会资源集中共享一个云物流平台，实现规模效应，如菜鸟驿站模式。三是标准化，通过搭建统一的管理平台，改变物流行业经营的散、乱局面，实现各个环节的规范服务。

云物流模式利用订单聚合的能力来推动物流体系的整合，包括信息整合、能力整合。目前，大多数云物流只是提供了一个信息交换的平台，解决了供给能力的调配问题，但不能从根本上改变行业配送能力的整合问题、服务质量问题、物流成本及物流效率的控制问题（见图 1-3）。如何整合和管理好云资源，这也是云计算、云制造面临的共同问题。

在电子商务时代，物流发展到集约化阶段，一体化的物流配送中心的功能就不是单一地提供仓储和运输服务，还必须开展配货、配送和各种提高附加值的流通加工服务项目，也可按客户的需要提供其他服务。现代供应链管理，即通过从

供应者到消费者供应链的综合运作，使物流达到最优化。企业应该追求全面、系统的综合效果，而不能坚持单一、孤立的片面观点。

#### 5. 增值物流模式

互联网时代，供应链不再仅仅是作为一种战略观念存在，而且还是一种可视化的产品，并且是可增值的产品。物流供应链构建的目的不仅是降低整体成本，更重要的

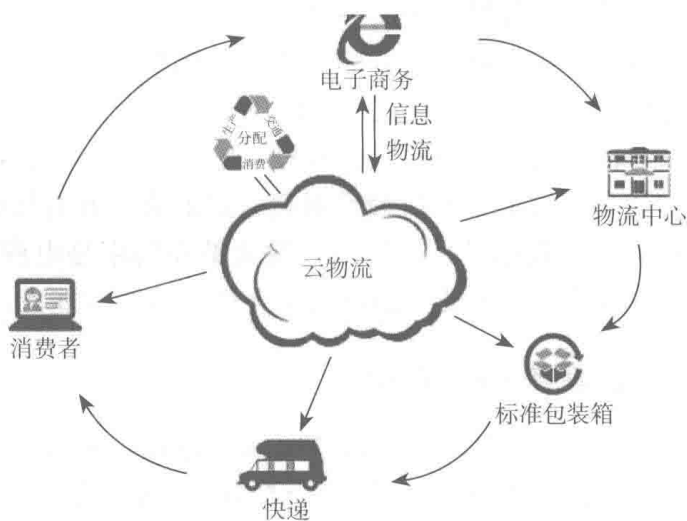


图 1-3 云物流模式