

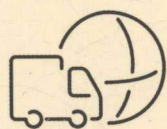


21世纪本科应用型经管规划教材
物流与供应链管理

电子商务 物流

(第3版)

刘 萍 主 编
王少愚 王淑云 李 岩 副主编



E-Business Logistics



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

第 1 章

电子商务物流概述



学习目标

- 了解电子商务的基本概念
- 描述电子商务与物流的关系
- 掌握电子商务环境下物流的作用及特点
- 预测电子商务环境下物流业的发展趋势
- 熟悉组建电子商务物流的几种方式



关键术语

电子商务, EDI, 物流, 社会物流

电商时代的物流变迁

“电商企业+自建物流园区”试运营配送中心的出现,正在倒逼传统物流产业园区加速转型,下一步,通过参股、合作或品牌、技术输出,借力电商企业一起开发物流园区,将成为传统物流产业园区转型的趋势。卓越 Amazon 在国内拥有北京、苏州、广州、成都四大运营中心,可以快速有效地覆盖几乎全国地区的卓越 Amazon 消费者,提供物流配送支持。京东商城也同样在全国筹建物流仓储基地,以解决日益增大的物流压力。

可以看出,类似卓越 Amazon、阿里巴巴集团、京东商城的“电商企业+自建物流园区”是运营配送中心的大势所趋。从目的来看,很明显,电商企业自建物流配送中心,主要还是为了提升送货的速度,弥补第三方物流的不足与企业高速发展的瓶颈。但是这反过来也逼迫第三方物流适应电商“新经济”的需求,在一定程度上,正在逼迫第三方物流这类传统物流产业园区借力电商企业加速转型。

资料来源:李芒巍:《电商大时代》,社会科学文献出版社,2014年,第93页。



辩证性思考

1. 电商企业与物流间存在怎样的关系？
2. 高效的物流系统对电子商务有何重要意义？

曾有人用“成也配送，败也配送”来形容电子商务与物流的密切关系。可以说，电子商务是信息传播的保证，而物流则是执行的保证。没有物流，电子商务就是一张空头支票。物流是衡量一个企业经济实力的重要指标。

1.1 电子商务概述

1.1.1 电子商务的概念与特点

电子商务引起人们的普遍关注，细说起来也不过是最近几年的事情。人们对电子商务还没有一个统一和规范的认识。众多的计算机制造商（电子商务的主要推动者）出于商业利益，各执一词，使得本就对电子商务知之甚少的人更是迷惑。实际上，电子商务并不神秘。它在全球各地，包括中国在内，已经有着许多成功的实践，人们可以通过这些成功的实践来了解和熟悉它。虽然人们对电子商务的概念有不同的认识，但从计算机与商业结合的角度出发，还是可以对电子商务做出一个较为科学的定义的。

综合各方面不同看法，结合我国电子商务的现状，可以将电子商务的概念做如下表述：电子商务指交易当事人或参与人利用计算机技术和网络技术（主要是 Internet）等现代信息技术所进行的各类商务活动，包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易。这里的“利用计算机技术和网络技术”和“进行商务活动”都具有丰富的含义。

1) 电子商务是一种采用先进信息技术的买卖方式。交易各方将自己的各类供求意愿按照一定的格式输入电子商务网络，电子商务网络便会根据用户的要求，寻找相关信息并提供给用户多种选择。一旦用户确认，电子商务就会协助完成合同的签订、分类、传递和款项收付等全套业务。这就为卖方以较高的价格卖出产品、买方以较低的价格购入商品和原材料提供了一条非常好的途径。

2) 电子商务实质上形成了一个虚拟的市场交换场所。它能够跨越时空，实时地为用户提供各类商品和服务的供应量、需求量、发展状况及买卖双方的详细信息，从而使买卖双方能够更方便地研究市场，更准确地了解市场和把握市场。

3) 对电子商务的理解，应从“现代信息技术”和“商务”两个方面着手。一方面，“电子商务”概念所包括的“现代信息技术”应涵盖各种以电子技术为基础的通信方式；另一方面，对“商务”一词应做广义解释，使其包括契约型或非契约型的一切商务性质的关系所引起的种种事项。如果把“现代信息技术”看作一个子集，“商务”看作另一个子集，则电子商务所覆盖的范围应当是这两个子集所形成的交集，即“电子商务”标题之下可能广

泛涉及的 Internet、Intranet 和电子数据交换（Electronic Data Interchange, EDI）在贸易方面的各种用途，如图 1-1 所示。

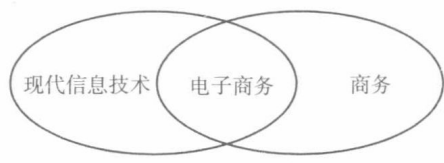


图 1-1 电子商务是“现代信息技术”和“商务”两个子集的交集

4) 电子商务不等于商务电子化。真正的电子商务绝不仅是企业前台的商务电子化，更重要的是包括后台在内的整个运作体系的全面信息化，以及企业整体经营流程的优化重组。也就是说，建立在企业全面信息化基础上，通过电子手段对企业的生产、销售、库存、服务及人力资源等环节实行全方位控制的电子商务，才是真正意义上的电子商务。

狭义的电子商务仅仅将通过 Internet 进行的商业活动归属于电子商务，而广义的电子商务则将利用包括 Internet、Intranet、LAN（局域网）等各种不同形式的网络在内的一切计算机网络进行的所有商贸活动都归属于电子商务。从发展的观点看，在考虑电子商务的概念时，局限于利用 Internet 进行商业贸易是不够的，将利用各类电子信息网络进行的广告、设计、开发、推销、采购、结算等全部贸易活动都纳入电子商务的范畴则较为妥当。所以，美国学者瑞维·卡拉可塔和安德鲁·B·惠斯顿提出：电子商务是一种现代商业方法，这种方法以满足企业、商人和顾客的需要为目的，通过增加服务传递速度，改善服务质量，降低交易费用。今天的电子商务通过少数计算机网络进行信息、产品和服务的买卖，未来的电子商务则可以通过构成信息高速公路（I-Way）的无数网络中的任一网络进行买卖。

传统企业要进行电子商务运作，重要的是优化内部管理信息系统（Management Information System, MIS）。MIS 是企业进行电子商务的基石，本质上是通过对各种内部信息的加工处理，实现对商品流、资金流、信息流、物流的有效控制和管理，最终区别扩大销量、降低成本、提高利润的目的。

1.1.2 电子商务的分类

1. 按照交易对象分类

按照交易对象不同，电子商务可以分为三种类型。

（1）B2C（Business to Customer）电子商务

B2C 电子商务即企业与消费者之间的电子商务。它类似于联机服务中进行的商品买卖，是利用计算机网络使消费者直接参与经济活动的高级形式。这种形式基本等同于电子化的零售，随着万维网（WWW）的出现迅速发展起来。目前，在 Internet 上遍布各种类型的商业中心，提供从鲜花、书籍到计算机、汽车等各种消费商品和服务。

（2）B2B（Business to Business）电子商务

B2B 电子商务即企业与企业之间的电子商务。B2B 包括非特定企业间的电子商务和特

定企业间的电子商务。非特定企业间的电子商务是在开放的网络中对每笔交易寻找最佳伙伴，与伙伴进行从订购到结算的全部交易行为。这里，虽说是非特定企业，但由于加入该网络的只限需要这些商品的企业，可以设想是限于某一行业的企业。不过，它不以持续交易为前提，不同于特定企业间的电子商务。特定企业间的电子商务是在过去一直有交易关系或者今后将继续进行交易的企业间，为了相同的经济利益，共同进行的设计、开发或全面进行市场及库存管理而开展的商务交易。企业可以使用网络向供应商订货、接收发票和付款。B2B 在这方面已经有了多年运作历史，使用得也很好，特别是在专用网络或增值网络上运行的 EDI。

（3）B2G（Business to Government）电子商务

B2G 电子商务即企业与政府方面的电子商务，这种商务活动覆盖企业与政府组织间的各项事务。例如，在美国，政府采购清单可以通过 Internet 发布，公司可以以电子化方式回应。同样，在公司税的征收上，政府也可以通过电子交换方式来实现。尽管目前这方面的应用还不多，但随着政府利用自己的行为去促进电子商务的发展，B2G 一定会迅速增长。美国政府早在 1997 年 1 月就宣布通过 EDI 完成政府年度采购任务，并于 1999 年最终取消纸面单证。

2. 按照商务活动内容分类

按照商务活动内容分类，电子商务主要包括两类商业活动：一是间接电子商务，即有形货物的电子订货，仍然需要利用传统渠道如邮政服务和商业快递车送货；二是直接电子商务，即无形货物和服务，如计算机软件、娱乐内容的联机订购、付款和交付，或者全球规模的信息服务。直接和间接电子商务均提供特有的机会，同一公司往往二者兼营。间接电子商务要依靠一些外部要素，如运输系统的效率等。直接电子商务能使双方越过地理界线直接进行交易，充分挖掘全球市场的潜力。

3. 按照使用网络类型分类

根据使用网络类型的不同，电子商务目前主要有三种形式：EDI 商务、Internet 商务、Intranet 商务。

（1）EDI 商务

按照国际标准组织的定义，EDI 商务是“将商务或行政事务按照一个公认的标准，形成结构化的事务处理或文档数据格式，从计算机到计算机的电子传输方法”。简单地说，EDI 就是按照商定的协议，将商业文件标准化和格式化，并通过计算机网络，在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行数据交换和自动处理。

EDI 主要应用于企业与企业、企业与批发商、批发商与零售商之间的批发业务。相对于传统的订货和付款方式，EDI 大大节约了时间和费用。相对于 Internet，EDI 较好地解决了安全保障问题。这是因为使用者均有较可靠的信用保证，并有严格的登记手续和准入制度，加之多级权限的安全防范措施，从而实现了包括付款在内的全部交易工作的电子化。

但是,由于 EDI 必须租用 EDI 网络上的专线,即通过购买增值网(Value Added Network, VAN)服务才能实现,费用较高;而且还需要专业的 EDI 操作人员,并且需要贸易伙伴使用 EDI,因此阻碍了中小企业使用 EDI。加之早期计算机昂贵,商品软件少,许多应用程序需要自行开发,因此只有大型企业才有能力使用 EDI。所以 EDI 虽然早在 20 多年前就出现了,但至今仍未普及。近年来,随着计算机降价,Internet 迅速普及,基于 Internet、使用可扩展标识语言(Extensible Mark Language, XML)的 EDI,即 Web-EDI 或 Open-EDI 正在逐步取代传统的 EDI。

(2) Internet 商务

按照美国互联网协会的定义,Internet 是一种“组织松散、国际合作的互连网络”。该网络“通过自主遵守计算的协议和过程”,支持主机对主机的通信。具体来说,Internet 就是让一大批计算机采用一种叫作 TCP/IP 的协议来即时交换信息。

Internet 商务是国际现代商业的最新形式。它以计算机、通信、多媒体、数据库技术为基础,通过 Internet,在网上实现营销、购物服务。它突破了传统商业生产、批发、零售及进、销、存、调的流转程序与营销模式,真正实现了少投入、低成本、零库存、高效率,避免了商品的无效搬运,从而实现了社会资源的高效运转和最大节余。消费者可以不受时间、空间、厂商的限制,广泛浏览,充分比较,模拟使用,力求以最低的价格获得最为满意的商品和服务。

(3) Intranet 商务

Intranet 是在 Internet 基础上发展起来的企业内网。它在原有的局域网上附加了一些特定的软件,将局域网与 Internet 连接起来,从而形成企业内部的虚拟网络。Intranet 与 Internet 之间最主要的区别在于,Intranet 内的敏感或享有产权的信息受到企业防火墙安全网点的保护,只允许有授权者介入内部 Web 站点,外部人员只能在获得许可的条件下才可进入企业的 Intranet。Intranet 将大中型企业分布在各地的分支机构及企业内部有关部门和各种信息通过网络予以连通,使企业各级管理人员能够通过网络读取自己所需的信息,利用在线业务的申请和注册代替纸张贸易和内部流通的形式,从而有效地降低了交易成本,提高了经营效益。

Internet 商务、EDI 商务和 Intranet 商务的关系如图 1-2 所示。

鉴于 EDI 商务的特殊性和 Intranet 商务的局限性,有关内容需要专门的篇幅加以阐述;也由于 Internet 商务在电子商务中占据越来越重要的地位,本书在后面将不再详细讨论有关 EDI 和 Intranet 方面的问题,而将主要笔墨放在讨论 Internet 商务的基本原理及其应用方面。因此,本书后面所提到的电子商务主要指 Internet 商务活动。

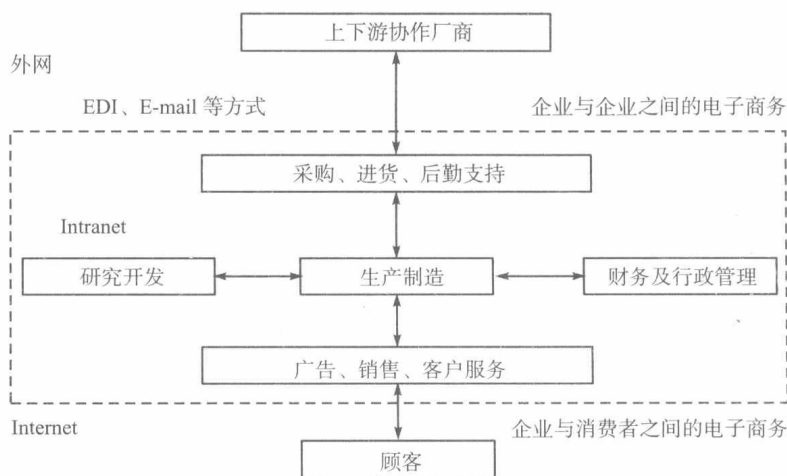


图 1-2 Internet 商务、EDI 商务和 Intranet 商务的关系



评估练习题

1. 关键概念

(1) 按照交易对象分类，电子商务可分为（ ）。

- A. B2C B. B2B C. C2C D. B2G

(2) 根据使用网络类型的不同，电子商务可分为（ ）。

- A. EDI 商务 B. Internet 商务 C. Intranet 商务 D. Extranet 商务

(3) 判断正误：对电子商务的理解，应从“现代信息技术”和“商务”两个方面考虑。
()

2. 实训题

联系实际列举出间接电子商务与直接电子商务的主要区别。

1.2 物流概述

1.2.1 物流的概念

不同时期，不同国家对物流概念的理解有所不同。

虽然物流的存在已经有几千年的历史，但从其概念的产生至今也仅仅经历了一个世纪而已。一般来说，可以将物流在这一个世纪间的发展划分为以下几个阶段。

1. 第一阶段，初期阶段

1901 年，约翰·F·格鲁威尔在《农产品流通产业委员会报告》中讨论了农产品流通方面的问题，从理论上开始了对物流的探索。

1905年,美国少校琼斯·贝克(Chauncey B. Baker)认为:“那个与军备的移动和供应相关的战争艺术的分支就叫物流(Logistics,国内也翻译为“后勤”)。”

1915年,阿奇·萧在《市场流通中的若干问题》一书中指出:“创造需求与实物供给的各种活动之间的关系说明存在平衡性和信赖性两个原则。”“物流是与创造需求不同的一个问题……流通活动中的重大失误都是创造需求与物流之间缺乏协调造成的。”英国克兰菲尔德物流与运输中心(Cranfield Center for Logistics and Transportation, CCLT)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。

1916年,L.D.H.Weld在《农产品的市场营销》中指出,市场营销的效用中包括时间效用、场所效用、所有权效用和营销渠道的概念,从而肯定了物流在创造产品的市场价值中的时间价值及场所价值中的重要作用。

1918年,英国犹尼利弗的哈姆勋爵成立了“即时送货股份有限公司”,其公司宗旨是在全国范围内把商品及时送达批发商、零售商及用户手中。这一举动被一些物流学者誉为有关物流活动的“最早文献记载”。

1922年,美国著名的营销专家斐莱德·E·克拉克(F.E.Clark)在《市场营销原理》一书中将市场营销定义为“影响商品所有权转移的活动和包括物流的活动”。这使Physical Distribution一词与物流联系起来,真正把物流活动提升到了理论高度进行讨论和研究。

1935年,美国销售协会将物流定义为“物流是包含于销售之中的物质资料和服务从生产场所到消费场所的流动过程中伴随的种种经济活动”。

在第二次世界大战期间,物流对于盟军的胜利起到了关键的作用,在当时被称为Logistics Management(后勤管理)。“后勤”是指将战时物资的生产、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。第二次世界大战后,Logistics的运作方法及理念在企业中广泛采用,又有“商业后勤”“流通过程”的提法,这时的后勤包含了生产过程和流通过程中的物流,因而是一个包含范围广泛的物流概念。上述阶段被物流界普遍认为是物流的初期阶段。

2. 第二阶段,综合物流阶段

1962年,著名管理大师彼得·德鲁克(Peter Druker)在《财富》杂志上发表的题为“经济领域的黑暗大陆”的文章中指出:“我们对物流的认识就像拿破仑现在对非洲大陆的认识一样浅薄。我们知道它确实存在,而且很大,但除此之外,我们一无所知。”这篇文章首次提出物流领域的潜力,具有划时代的意义。企业的决策者对物流的认识也得到了提高,并开始把寻求成本优势和差别化优势的视角转向物流领域,物流成为了企业的“第三利润源”。从此,企业物流管理领域正式启动。

1963年,美国韦勃斯特大词典把后勤定义为“军事装备物资、设施与人员的获取、供给和运输”。

日本是在20世纪五六十年代引入“物流”这一概念的。

1956年，日本企业界和政府为了提高产业效率，派团考察美国的流通技术，即日本生产性本部向美国派出了“搬运专业考察团”（也称“流通技术考察团”），此举对日本物流的发展起到了积极的作用。

20世纪60年代，日本正式引进了“物流”这一概念，并将其解释为“物的流通”“实物的流通”。

日本通商产业省物流调查会将物流定义为“制品从生产地到最终消费者的物理性转移活动，具体由包装、装卸、运输、保管及信息等活动组成”。

日本通商产业省运输综合研究所认为，物流是“商品从卖方到买方的场所转移过程”。

到了20世纪70年代，日本物流业进入了世界领先行列。

1970年，美国空军在一份技术报告中对后勤学下的定义是“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“兵战学”，其含义表述为“除了军需资料的订购、生产计划、采买、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材管理”。

这时，“后勤”一词已不仅仅是军事上的含义了，人们已经认识到产品物流与原材料物流可以综合起来进行管理，使企业能够系统地分析物流水平，降低成本和改进服务，大大改进对物流系统的管理，使物流的发展进入了综合物流阶段。

3. 第三阶段，供应链管理阶段

1974年，美国学者鲍尔索克斯（Donald J. Bowersox）在1974年出版的《后勤管理》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，最后达到用户其间所需要的一切活动的管理过程”。

1976年，美国国家物流管理委员会在定义物流管理中指出：“物流活动包括，但不局限于为用户服务、需求预测、销售情报、库存控制、物料搬运、订货销售、零配件供应、工厂及仓库的选址、物资采购、包装、退换货、废物利用及处置、运输及仓储等。”

1981年，美国出版的《后勤工程与管理》一书中，引用了美国工程师学会（The Society Of Logistics Engineers, SOLE）对后勤学的定义，即“对于保障的目标、计划及其设计和实施的各项要求，以及资源的供应和保持等有关的管理、工程与技术业务的艺术与科学”。

1985年，加拿大物流管理协会（Canadian Association of Logistics Management, CALM）对物流进行了定义：“物流是对原材料、在制品库存、产成品及相关信息从起源地到消费地的流动和储存进行计划、执行和控制，以满足顾客要求的过程。该过程包括进向、去向和内部流动。”

同年，美国物流管理协会正式将名称由 National Council of Physical Distribution Management 更改为 Council of Logistics Management，从而标志着现代物流理念的确定。与此同时，随着科学技术的发展、政策的放开、竞争的加剧，现代物流管理思想进一步发展，一体化物流管理的思想逐步形成。

1994年,欧洲物流协会(European Logistics Association, ELA)将物流定义为“在一个系统内对人员及商品的运输、安排及与此相关的支持活动的计划、执行与控制,以达到特定的目的”。

1998年,美国物流管理协会(Council of Logistics Management, CLM)重新定义为“供应链运作中,以满足客户要求为目的,对货物、服务和相关信息在产地和消费者之间实现高效率、低成本的正向和反向的流动和储存所进行的计划、执行和控制的过程”。该协会对物流的定义增加了供应链的概念。

2001年,美国物流管理协会重新给出了如下定义:“物流是供应链运作中以满足客户要求为目的,对货物、服务及相关信息在原产地和销售地之间实现高效率 and 低成本的正向和反向的流动和储存所进行的计划、执行和控制的过程。”明确地指出了物流是供应链流程的一部分,使物流和供应链概念之间的关系更加清晰。美国物流管理协会对物流的定义在世界上影响较大,具有代表性,许多国家和地区的物流定义都是在其基础上的翻版或变种。

至此,物流管理逐渐扩大到整个供应链范围,不仅要考虑原材料供应商及产品分销商直至客户的供应链上的所有物流活动,还要关注它们之间的协调与配合,物流的发展也就进入了供应链管理阶段。

随着科学技术及经济的发展,物流业逐渐朝信息化、网络化、智能化方向演进。20世纪90年代,电子商务在美国如火如荼,促进现代物流上升到了前所未有的重要地位。据相关记录,电子商务交易额中80%是B2B商家交易。1999年美国物流电子商务的营业额超过了80亿美元。电子商务是在开放环境下一种基于网络的电子交易、在线电子支付的新型商业运营方式。电子商务带来的这种交易方式的变革,使物流朝向信息化、网络化方向发展。此外,专家系统和决策支持系统的推广使美国的物流管理更趋于智能化。

综上所述,不同时期,不同国家对物流概念的理解尽管有所不同,但都反映出以下几个基本特点。

1) 物流概念的形成和发展与社会生产、市场营销、企业管理的不断进步密切相关。

2) 物流概念与物流实践最早始于军事后勤,而“物流”一词没有限定在商业领域还是军事领域。物流管理对公共企业和私人企业活动都适用(见Donald J. Bowersox的《物流管理》,1986)。

3) 物流的功能主要由运输、储存、装卸、包装等构成。

4) 物流无论从Physical Distribution还是Logistics的内涵中都强调了“实物流动”的核心。

我国从20世纪90年代初开始积极借鉴发达国家物流发展的成功经验,推动物流业在国内的迅速发展。1992年,原国内贸易部出台了《关于商品物流中心发展建设的意见》,在上海、广东确定了试点企业。为了进一步推动物流业的发展,1996年原国内贸易部草拟了《物流配送中心发展规划建设规划》,提出了发展建设物流配送中心的指导思想和原则,确定商业储运企业向现代物流配送中心转变,建设社会化的物流配送中心,以发展现代物流网络为主要的发展方向,并对物流配送中心的建设提出了总体构想。

20 世纪 70 年代以前，我国的经济研究几乎没有使用过“物流”一词。1997 年原国内贸易部产业发展司决定对物流的定义展开研究，因物流术语关系很多其他相关行业，经原国家科委、原国家技术监督局批准设立国家标准研究项目，进行《中华人民共和国标准物流术语》的编制工作。

2007 年 2 月 1 日批准颁布的《中华人民共和国国家标准物流术语》（GB/T 18354—2006）对物流的定义为：“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、回收、信息处理等基本功能实施有机的结合。”

至此，我国终于有了标准化的物流概念。对物流概念进行标准化有利于人们正确地理解物流，对我国的物流实践也有重要的指导意义。

1.2.2 物流的分类

物流概念虽然产生于 20 世纪初，至今也不过百年的历史，但是，作为企业与国民经济重要组成部分的物流活动却是源远流长，与人类共生的。而且，以“物的流动”为本质特征的物流活动存在于各个领域，具有不同的表现形式，也有不同的种类与层次。因此，为了全面认识物流，有必要对存在于各个领域的不同层次、不同表现形式的物流进行分类，这也是进行物流研究的基本前提。通常，物流可以按以下几种方法进行分类。

1. 按物流空间范围的不同分类

可分为国际物流、国内物流或国民经济物流、区域物流、城市物流、企业物流等。

1) 国际物流是指不同国家之间的物流。这种物流是国际贸易的一个必然组成部分。世界经济的发展主流是国家与国家之间的经济交流越来越频繁，国际、洲际的原材料和商品相互流通，各国之间的相互贸易最终通过国际物流来实现。国际物流已成为物流研究的一个重要分支。

2) 国内物流或国民经济物流是指发生在一国之内的物流，是存在于一国国民经济各个领域的物流。

3) 区域物流较国际物流的范围小，即在某一地区内所进行的物流活动。区域可以有不同的划分标准：可以按行政区域划分，也可以按地理区域位置划分。一些区域性组织内部的物流，如欧盟的内部物流、北美自由贸易区的物流活动等，都是典型的区域物流形式。另外，还可以把区域限定在一个国家的范围内，或者国家的局部区域等，如东北区域物流、长江三角洲区域物流、珠江三角洲区域物流、沿海区域物流、内陆区域物流、东部或西部物流等。

4) 城市物流是指发生在一个城市之内的物流，如北京市物流、上海市物流、广州市物流等。

5) 企业物流是指发生在一个企业内部或者由企业组织的物流。

2. 按物流主体的不同分类

可分为第一方物流、第二方物流、第三方物流、第四方物流、第五方物流。

1) 第一方物流 (First Party Logistics, 1PL) 是指由卖方、生产者或供应方组织的物流, 这些组织的核心业务是生产和供应商品, 为了自身生产和销售业务需要而进行物流网络及设施设备的投资、经营与管理。

2) 第二方物流 (Second Party Logistics, 2PL) 是指由卖方、需求者或消费者组织的物流, 这些组织的核心业务是物资采购, 为了采购业务需要投资建设物流网络和设施设备, 并进行具体的物流业务运作组织和管理。

3) 第三方物流 (Third Party Logistics, 3PL) 是指物流活动由供方和需方之外的第三方完成, 即专业物流企业在整合了各种资源后, 为客户提供包括设计规划、解决方案及具体物流业务运作等全部物流服务的物流活动, 是企业物流业务外包的产物。第三方物流也叫契约物流或合同物流 (Contract Logistics)。

4) 第四方物流 (Fourth Party Logistics, 4PL) 是指在第三方物流基础上发展起来的供应链整合, 是供应链的集成者, 与职能互补的服务提供商一起组合和管理组织内的资源、能力和技术, 提出整体的供应链解决方案。

5) 第五方物流 (Fifth Party Logistics, 5PL) 是指专门从事物流业务培训的一方。随着现代综合物流的开展, 人们对物流的认知需要一个过程。因此, 提供现代综合物流的新的理念及实际运作方式等专门的有关物流人才的培养便成为物流行业中的重要一环。还有另一种提法, 认为第五方物流是指专门为其余四方提供信息支持的一方。

3. 按物流服务对象的不同分类

可分为社会物流与企业物流。

1) 社会物流是指以一个社会为范围来考虑, 以面向社会为目的的物流。所以有人也称之为大物流或宏观物流。这种范围广、社会性强的物流活动往往由专门的物流承担人承担其研究规划工作。其研究内容包括: 研究社会再生产过程中随之发生的物流活动, 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, 研究社会中物流的体系结构和运行情况等。

2) 企业物流是指从企业角度研究与之有关的物流活动。企业物流必须通过管理层、控制层和作业层三个层次的协调配合才能有效实现其总体功能。它是具体、微观的物流活动的典型领域。按照企业性质, 可以把企业物流分为如下几类 (见图 1-3)。

4. 按物资的流向不同分类

可分为正向物流和逆向物流。

1) 正向物流指的是物资从生产到消费过程中, 在实际方向上的物流, 也就是说, 从原材料的采购、运输、存储到产品的生产、加工、存储、运输、配送直至销售到消费者手中, 以及商品的售后服务等整个过程。

2) 逆向物流是相对于正向物流而言的, 是与正向物流物资流向相反的物流。逆向物流的形成是由消费者对不满意产品的退货、对不合格的材料和残次品进行退货、包装品的回收复用、废弃物的处理等原因引起的。逆向物流与正向物流相比, 其控制与生产规划更为

困难、复杂，其中也掺杂了许多不确定因素，因此，它是影响供应链中物流系统运作效率的重要因素。

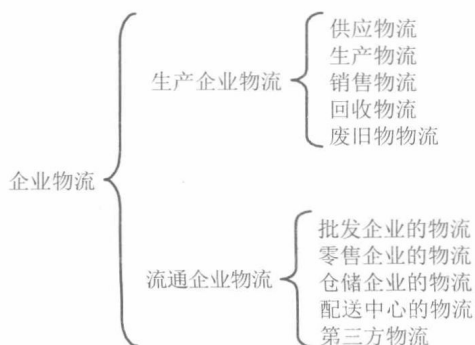


图 1-3 企业物流分类

1.2.3 物流的功能

一个企业的物流是一种综合能力，是若干经济活动的系统的、集合的、一体化的组成。其目的是按最低的总成本创造顾客价值。

物流是物的物理性流动，最终为用户服务。它包括以下两方面。

1) 组织“实物”进行物理性的流动。这个物理性流动的动力来自 5 个方面：① 生产活动和工作活动的要求；② 生产活动和消费活动的要求；③ 流通活动的要求；④ 军事活动的要求；⑤ 社会活动、公益活动的要求。

2) 实现对用户的服务。这是物流的总体功能的另一方面。虽然在物流的某些领域内存在“利润中心”“成本中心”等作用，但是所有的物流活动都无一例外地具有“服务”这个共同的功能特性。



评估练习题

1. 关键概念

(1) 物流的功能主要由 () 等构成。

A. 运输 B. 储存 C. 装卸 D. 包装 E. 信息

(2) 按物流服务对象的不同可分为 ()。

A. 社会物流 B. 企业物流 C. 国内物流 D. 国际物流

(3) 判断正误：物流的目的是按最低的总成本创造顾客价值。 ()

2. 实训题

试结合实际，按照企业性质将企业物流进行分类。

1.3 物流与电子商务的关系

1.3.1 物流是电子商务的重要组成部分

随着 Internet 在全世界的飞速发展,电子商务作为在 Internet 上最大的应用活动,已经引起了世界各国政府的广泛重视和支持及企业界和民众的注意,并得到了快速的发展。

在电子商务发展初期,人们对电子商务内涵的认识还不深入,往往强调电子商务中信息流和资金流的网络化和电子化,并不重视物流的电子化过程,认为对于大多数在网络上销售的商品和服务来说,物流的过程仍然可以经由传统的经销渠道来完成,从而可以不必对其做更多的研究。但随着电子商务的进一步推广与应用,在电子商务活动中物流的重要性和所产生的影响日益变得明显。电子商务的任何一笔网上交易,都必须涉及信息流、商流、资金流和物流等几种基本的“流”,而物流作为整个交易的最后一个过程,其执行结果的好坏将对电子交易的成败起着十分重要的作用。例如,在 1999 年 9 月,有关媒体为了测试当时国内网上购物的环境,组织了一次“72 小时网上生存试验”。试验的结果并不理想,出现了不少的问题,而物流配送是最大的问题之一。有些参试者在网上下的订单在过后的两个月甚至半年后才收到。在此后进行的一次市场调查证实,人们最关注的热点问题恰恰是网上交易的送货时间与安全,这再次使人们认识到物流在电子商务活动中的重要地位,认识到现代化的物流过程是电子商务活动不可缺少的部分。

在许多关于电子商务的定义中,对电子交易过程中信息流和资金流的电子化有较多的描述,但大多没有提到物流的概念。这是因为电子商务的概念首先由美国提出,而美国的物流管理技术经过 80 多年的发展已经相当完善,故在对电子商务进行定义时对物流的电子化就定义得比较简单。而在我国,物流业的起步较晚,物流现代化的水平也很低,所以在发展电子商务时,必须要注意配备现代化的物流管理模式,否则电子商务就难以开展。因此,我国学者在对电子商务进行定义时将物流电子化的过程包含了进去,即认为电子商务中不仅包括信息流、资金流,而且还包括物流;电子化的工具也不仅仅指计算机和网络通信技术,还包括叉车、自动导向车、机械手臂等自动化工具。

可见,从根本上来说,物流电子化是电子商务的基本组成部分,缺少了现代化的物流过程,电子商务的过程就不完整。

1.3.2 电子商务概念模型中物流的基本地位

在认识电子商务概念的基础上,可以将实际运作中的电子商务活动过程抽象地描述成电子商务的概念模型,如图 1-4 所示。电子商务的概念模型由电子商务实体、交易事务、电子市场和信息流、商流、资金流、物流等基本要素构成。

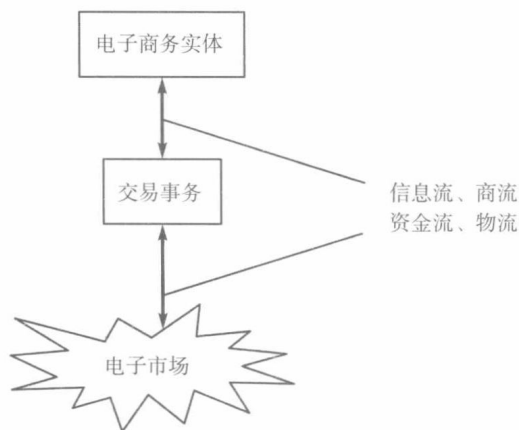


图 1-4 电子商务的概念模型

1) 在电子商务的概念模型中，企业、银行、商店、政府机构和个人等能够从事电子商务的客观对象被称为电子商务实体。

2) 交易事务是指电子商务实体之间所从事的如询价、报价、转账支付、广告宣传、商品运输等具体的商务活动内容。

3) 电子市场是电子商务实体在网上从事商品和服务交换的场所。在电子市场中，各种商务活动的参与者利用各种通信装置，通过网络连接成一个统一的整体。

4) 电子商务的任何一笔交易都由信息流、商流、资金流、物流 4 个基本部分组成。其中信息流既包括商品信息的提供、促销推销、技术支持、售后服务等内容，又包括诸如询价单、报价单、付款通知单、转账通知单等商业贸易单证，以及交易方的支付能力和支付信誉。商流是指商品在购销之间进行的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。资金流主要是指交易的资金转移过程，包括付款、转账等。物流是指交易的商品或服务物质实体的流动过程，具体包括商品的运输、储存、配送、装卸、保管、物流信息管理等各种活动。

在电子商务中，由于产品的形式不同，配送分为两种方式：交易的少数无形商品（主要是数字化产品）和服务，如各种有价值信息软件、数据、游戏、电子图书、电子报刊和新闻、电子研究报告及信息咨询服务等，可以直接通过网络传输的方式进行配送；而对于大多数有形的商品和服务来说，物流仍然要由物理的方式（借助于运输工具）进行传输。在电子商务环境下，通过机械化和自动化工具的应用和准确、及时的物流信息对物流过程进行监控，物流的速度加快，准确率提高，从而能有效地减少库存，缩短生产周期。

在电子商务的概念模型中，强调信息流、商流、资金流和物流的整合，而信息流作为一个纽带，在电子商务交易的整个过程中，起着串联和监控的作用。



评估练习题

1. 关键概念

- (1) 判断正误：物流是电子商务的重要组成部分。 ()
- (2) 判断正误：缺少了现代化的物流过程，电子商务的过程就不完整。 ()

2. 实训题

在实际中体会电子商务活动中物流的作用。

1.4 电子商务物流的作用与特点

不论是哪一种模式的电子商务，其交易的流程都可以大致归纳为 6 个步骤，如图 1-5 所示。



图 1-5 电子商务流程

在上述步骤中，第 5 步实际上就是电子商务中物流过程，这一过程在整个流程中是实现电子商务的重要环节和基本保证。

1.4.1 电子商务物流的作用

1. 物流是生产过程的保障

无论是传统的贸易环境还是在电子商务环境下，生产都是商品流通的开始，而商品生

产的顺利进行需要各类物流活动的支持，整个生产过程实际上就是一系列的物流活动。

- 供应物流从生产最早过程的原材料采购开始，将生产所需的材料采购到位，保证生产的进行。
- 生产物流涉及的原材料、半成品的物流贯穿于生产的各工艺流程之间，以实现生产的流动性。
- 回收物流对生产过程中的部分余料和可重复利用的物资进行回收。
- 废弃物物流完成对生产过程中废弃物的处理。

在商品的生产过程中，现代化的物流活动可以降低生产成本，优化库存结构，减少资金占压、缩短生产周期，最终保障生产的高效进行。相反，如果没有现代物流的支持，商品的生产将难以顺利进行，电子商务交易模式将会先天不足，优势将不复存在。

2. 物流服务于商流

商流活动的最终结果是将商品所有权由供方转移到需方，但是实际上在交易合同签订后，商品实体并没有立即移动。在传统交易环境下，商流的结果必须由相应的物流活动来执行完成，也就是卖方按买方的需求将商品实体以适当的方式和途径进行转移。而在电子商务的环境下，网络消费者虽然通过上网订购完成了商品所有权的交割过程，但必须通过物流的过程将商品和服务真正转移到消费者手中，电子商务的交易活动才算完成。因此，物流是电子商务交易的商流的后续者和服务者，没有现代化物流，电子商务的商流活动将无法完成。因此，物流是电子商务的重要组成部分。我们必须摒弃原有的“重信息流、商流和资金流的电子化，而忽视物流的电子化”的观念，大力发展现代化物流，以进一步推广电子商务。

3. 物流是实现“以客户为中心”的理念的根本保证

电子商务的出现，在很大程度上方便了最终消费者。他们不必再跑到拥挤的商业街上，一家一家地挑选自己所需的商品，只需坐在家，在 Internet 上进行搜索、查看、挑选，就可以完成他们的选购过程。但试想，他们所购的商品迟迟不能送到，或者商家所送并非自己所购，那消费者还会选择网上购物吗？

物流是电子商务中实现以“以客户为中心”理念的最终保证，缺少了现代化的物流技术，电子商务给消费者带来的购物便捷等于零，消费者必然会转向他们认为更为安全的传统购物方式，那样网上购物就失去了存在的必要性。

综上所述，电子商务作为网络时代一种全新的交易模式，相对于传统交易方式是一场革命。但是，电子商务必须有现代化的物流技术的支持，才能体现出其所具有的无可比拟的先进性和优越性，在最大限度上使交易双方得到便利，获得效益。因此，只有大力发展作为电子商务重要组成部分的现代化物流，电子商务才能得到更好的发展。

1.4.2 电子商务物流的特点

电子商务时代的来临，给全球物流带来了新的发展，使物流具备了一系列新特点。