

高职高专物流管理专业系列教材  
商业信息化系列培训教材

# 物流电子商务

董铁 主编



清华大学出版社

高职高专物流管理专业系列教材

商业信息化系列培训教材

# 物流电子商务

董铁 主 编  
贾晖 梁露 副主编

清华大学出版社  
北 京

## 内 容 简 介

本书是针对国内外物流产业的迅速发展、物流企业信息技术应用与物流管理信息系统建设,结合物流电子商务的应用实践而编写的,重点介绍了现代物流信息技术、物流管理信息系统建设、物流电子商务应用、电子化物流解决方案和国际化物流等理论知识和相关技术。

本书注重前瞻性和实用性,突出岗位职责,强化技能操作环节,重点贴近专业、适应行业与就业的需求。本书既可作为高职高专物流管理专业的教材,又可用于物流企业干部员工的科技培训,还可作为社会电子商务、经济管理人员和读者自学的参考资料。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

## 图书在版编目(CIP)数据

物流电子商务/董铁主编. —北京:清华大学出版社,2006.1

(高职高专物流管理专业系列教材)

ISBN 7-302-12012-9

I. 物… II. 董… III. 电子商务—物流—高等学校:技术学校—教材 IV. ① F713.36 ② F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 122756 号

出 版 者: 清华大学出版社 地 址: 北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 客 户 服 务: 010-62776969

责任编辑: 徐培忠

印 刷 者: 北京市昌平环球印刷厂

装 订 者: 北京国马印刷厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 185×260 印 张: 21.25 字 数: 495 千 字

版 次: 2006 年 1 月 第 1 版 2006 年 1 月 第 1 次 印 刷

书 号: ISBN 7-302-12012-9/F·1378

印 数: 1~4000

定 价: 32.00 元

# 高职高专物流管理专业系列教材

## 商业信息化系列培训教材

### 编 委 会

主 任：牟惟仲

副主任：王纪平、刘普合、吴江江、李顺利、赵志远、吴 明、徐培忠、鲁瑞清  
张昌连、冀俊杰、张慧伶、郝建忠、马长旺、潘宏海、张念宏、李大军

编 委：宋承敏、仲万生、王 新、孟震彪、姚传鼎、林 亚、李贵保、徐 军  
白文祥、冯仁华、李秀珍、栾茂茹、周 平、卫停战、马爱杰、陈秀英  
刘长鑫、付绪昌、张国英、陈文泉、王伟光、李书胜、孙淑凤、刘 颖  
鄂 萍、高光敏、李敬锁、阚晓芒、孟乃奇、邹海毅、吴淑娟、马秀萍  
盛定宇、孟建华、宁雪娟、董 铁、李 洁、王 凯、张震卿、杨瑞岐

专家组：牟惟仲、吴 明、翁心刚、刘志学、李大军

总 编：李大军

副总编：孟建华、李红玉、潘宏海、张建国、孙桂华

# 序 言

随着科学技术、网络经济—电子商务的迅速发展,随着全球经济一体化进程的加快,随着国际社会化大流通的形成,经济活动的专业化程度越来越高,现代物流业就是典型的代表,物流已经成为国际间大贸易和社会商品大流通的关键环节。

长期以来,我国存在着“重商流、轻物流,重生产、轻流通”的思想,物流理论研究与应用实践比较落后,这已经成为影响我国实现经济跨越式全面发展的一种障碍。近年来,由于物流器具的进步、信息技术的应用和管理理念的变革,现代物流发展进入了一个全新的时期,物流产业链正在逐步形成。

中国现代物流业正在以强劲的态势快速发展,这得益于政府的全力推动。现代物流业在国际上已经成为与高科技产业、金融业并驾齐驱的朝阳产业,受到了各国政府的高度重视。我国领导人曾经多次明确指出:“要把现代物流业作为国民经济重要产业与新的经济增长点。”目前,全国有20多个省市、30多个中心城市制定出物流发展规划,并开始实施;商务部为加大推进力度,已经把现代物流与连锁经营、电子商务一起作为推进流通现代化的三大重点,拟出台相关产业政策;国家发改委正在着手制定中国物流业发展的总体规划;国家标准化委员会决定成立全国物流标准化技术委员会;国家科技部也将“电子商务与现代物流示范工程”列为国家“十五”重大科技攻关项目;国家教育部已于近年批准在多所大学开设物流管理专业。

推动物流业发展,首先要加紧物流专业人才的培养。物流的发展涉及交通运输、仓储配送、贸易通关、商业贸易等传统产业的多个环节,特别是涉及新兴IT产业的支持与服务。各行各业都离不开物流。物流产业市场需求大,物流人才的需求更大。

现代物流技术与设施及计算机网络信息技术的应用,使得现代物流业的发展对人才的需求呈现出五大急需的状况:一是物流业务操作与器具使用人才,二是物流经营与管理人才,三是物流国际贸易与财务管理人才,四是物流信息技术应用与系统维护人才,五是物流方案策划与高级营销管理人才。根据预测:目前,我国仅北京地区各类物流人才的需求量每年均在5万人以上,到2010年全社会市场物流人才的总需求量将达到100万人。

根据我国加入WTO的承诺,物流和分销服务业将是最早完全开放的行业之一,国内市场将会出现一个高层次、高起点上对物流专业人才展开激烈争夺的局面,这势必使本身就严重匮乏的物流人才的竞争更加激烈。长期以来我国的高等教育滞后于经济发展,2001年全国开设物流专业的本科院校只有9所,2002年新申报开设物流专业的本科院校有20所,但这仅占全国本科院校所有专业的1%,开设物流专业的专科院校更少。物流专业人才严重匮乏,已经阻碍了我国流通经济的发展。由于物流人才短缺的现象在短期内是难于解决的,因此急需启动物流人才培养工程。

为适应市场对物流人才多层次、多样化的需求,保证物流产业形成合理的人才结构,有

必要开展多层次的物流培训与教育,一是加强学历教育;二是重视继续教育;三是全面开展物流职业教育;四是进行物流企业员工培训。由于近年来申请开办物流专业的院校较多,原来沿用的物流教材陈旧和老化而急需更新。因此,经过大量的社会和市场调研,在中国物流技术协会、全国商业计算机协会的支持下,北京西城经济科学大学、北京财贸管理干部学院、北京首钢工学院、北京朝阳社区学院等院校及小白羊等部分商业企业决定共同出版物流管理专业系列教材。系列教材包括《现代物流管理概论》、《现代物流管理与实务》、《物流电子商务》和《供应链管理》4本书。教材的出版从物流运作与管理的角度出发,吸收国外物流企业成功发展的经验,结合物流企业的实际运作流程,精心选材编撰,体现了现代物流技术与管理的的发展趋势,顺应了市场与社会对培养物流人才的需求;既可作为高职高专物流管理专业学生的教学教材,又可用于物流企业人员的培训教材,因而得到了国家政府、行业协会、专家教授、商业企业、公司院校等单位的大力支持。

中国物流技术协会会长 牟惟仲

2004年1月

# 前 言

面对 21 世纪科学技术、网络经济—电子商务的快速发展,面对全球经济的高度融合,国际间社会化的大流通逐步形成,生产经营的分工越来越专业化,连接生产、供销、运输和仓储的物流业已经成为国际间大贸易与社会商品大流通的关键环节。

只有加强物流信息技术应用、加快物流管理信息系统建设、加速物流运营管理的电子商务化,才能强化物流成本控制、高效利用物流资源,才能不断地改善物流服务、增加物流收益,才能完成对传统物流产业的改造、实现物流经营管理与世界接轨,才能推动现代物流业的规模化发展,也才能使我国的物流企业有能力去面对日益激烈的国际化物流市场竞争。随着我国加入 WTO 和市场经济体系的确立、国民经济信息化进程的加快以及物流新兴产业的崛起并逐步成为我国经济发展重要的增长点,上述观点正在被越来越多具有战略眼光的国家政府经济主管部门和物流行业的企业家所接受。

由于长期以来我国存在“重制造、轻流通”的观念,因此物流的理论研究和应用实践、物流设备器具与物流信息技术应用都比较落后,物流行业和企业员工素质不是很高,精通物流经营与管理的专业人才少,既懂物流运营管理,又能掌握现代化信息技术应用的复合型专业人才就更少了。当前,我国已经进入了物流业与电子商务应用紧密结合的重要发展阶段,因此应着重提高物流企业的增效手段,提升物流行业的整体竞争力,解决物流行业和企业对培养实用的专业化、技能型技术人才的需求问题。

本书共分六章,内容包括:物流电子商务概述、现代物流信息技术、物流电子商务网络营销、物流信息系统建设、物流信息系统解决方案和国际物流。全书紧密结合国内外物流产业的迅速发展,结合物流企业信息技术应用与物流管理信息系统建设,结合物流电子商务的应用实践;注重前瞻性和实用性,突出岗位职责、强化技能操作环节,注重贴近专业、适应行业与就业的需求;力求学以致用,力求有助于推动我国物流信息化的发展。

由于本书知识面宽、操作性强、理论难度适中、自成体系、适应物流管理高等职业教学特点,因此它不仅适合高职高专物流管理专业学生的教学,而且非常适合物流企业员工的短期培训。另外,对于求知欲和自学能力较强的人及下岗待业人员,该书也是一本非常有益的科技读物。

本书由李大军总编策划,董铁主编并统稿,贾晖、梁露为副主编,全书由中国物流技术协会吴明副会长审定。参加编写的作者有:董铁(第一章、第二章)、吴霞(第三章)、梁露(第四章)、贾晖(第五章)、刘华(第六章)、李大军(附录)。

本书在编写过程中,我们参阅了大量与物流运营管理有关的书刊、文件、文献和网络信息及相关资料,并深入到物流企业信息中心,走访了众多工程技术和管理人员,收集了一

些有关物流信息技术与电子商务应用的典型案例,力图献给读者最新、最前瞻的知识和最充实的内容。如果此书能够对读者有所帮助,那正是我们要达到的目的。同时,对于教材编写过程中专家的指导和企业技术与管理人员的帮助,在此一并致谢。由于电子商务应用的理论与实践发展变化很快,在物流中的应用研究还处于起步阶段,因此本书难免存在一些不足和错误之处,敬请广大读者批评指正。

编者  
2005年5月



# 目 录

<b>第一章 物流电子商务概述</b> .....	1
<b>第一节 电子商务与现代物流</b> .....	1
一、电子商务和物流的特征 .....	1
二、电子商务与物流的关系 .....	5
三、电子商务对发展现代物流的作用 .....	7
<b>第二节 物流电子商务的类型与运作模式</b> .....	8
一、电子商务的类型 .....	8
二、电子商务中包含的物流服务 .....	10
三、电子商务下的物流模式 .....	14
<b>第三节 电子商务和物流企业</b> .....	19
一、电子商务给企业带来的变革 .....	19
二、电子商务对物流企业的要求 .....	21
三、电子商务下物流企业的发展战略 .....	23
四、传统储运向物流的发展 .....	26
<b>第四节 我国电子商务与物流的发展</b> .....	29
一、我国电子商务的发展和现状 .....	29
二、我国物流的发展现状 .....	33
三、发展电子商务物流应采取的对策 .....	34
<b>案例 1 戴尔公司网上直销的电子商务化物流</b> .....	36
<b>案例 2 联合包裹服务公司(UPS)的成长历程</b> .....	40
<b>案例 3 百盛触网:从供应链 B to B 切进</b> .....	45
<b>案例 4 电子商务市场揭幕新一轮竞争</b> .....	47
<b>第二章 现代物流信息技术</b> .....	51
<b>第一节 物流信息平台</b> .....	51
一、物流信息平台的作用 .....	51
二、物流信息平台的功能 .....	52
三、互联网的接入技术 .....	53
四、WWW 技术 .....	55
五、网络操作系统 .....	56
六、网络应用软件 .....	57

第二节 EDI 电子商务技术 .....	60
一、EDI 简述 .....	60
二、EDI 的系统结构和特点 .....	61
三、EDI 的技术标准 .....	62
四、EDI 的应用过程 .....	63
第三节 数据库技术 .....	65
一、数据库技术的发展 .....	65
二、数据库的基本理论 .....	65
三、数据库在物流中的应用技术 .....	67
四、数据库软件 .....	68
第四节 数据自动采集与识别技术 .....	69
一、条形码技术 .....	69
二、条形码技术的应用 .....	71
三、多媒体与智能卡识别技术 .....	75
四、射频技术 .....	76
第五节 自动跟踪技术 .....	81
一、全球定位系统技术 .....	81
二、地理信息系统技术 .....	82
第六节 其他信息技术在物流领域的应用 .....	83
一、移动通信技术 .....	83
二、配送需求计划 .....	83
三、电子自动订货系统 .....	84
四、企业资源计划 .....	85
五、物流资源计划 .....	86
案例 1 世界上一些国家和地区著名的 EDI 系统 .....	87
案例 2 条码技术在物料搬运中的应用 .....	92
案例 3 从海尔物流看企业成功实施 ERP 之关键 .....	95
<b>第三章 物流电子商务网络营销</b> .....	100
第一节 网络营销的理论和概念 .....	100
一、网络营销的概念和定义 .....	100
二、网络营销的理论基础 .....	102
三、网络营销对企业经营的影响 .....	103
第二节 网络营销的特点和优势 .....	104
一、网络营销的特点 .....	104
二、网络营销的优势 .....	105
第三节 网络营销的战略规划 .....	107
一、网络营销的信息化基础 .....	107

二、网络营销战略 .....	108
第四节 物流网络营销的主要方法和策略 .....	114
一、物流网站的功能 .....	114
二、物流网站的设计 .....	118
三、主要的促销方法 .....	125
四、网络营销的市场调查 .....	126
第五节 电子商务网络营销中的物流解决方案 .....	133
一、电子商务中的物流运作模式 .....	133
二、电子商务下的物流配送 .....	136
第六节 网络营销的赢利 .....	139
一、网络营销的赢利分析 .....	139
二、网络营销赢利的途径 .....	141
三、网络营销的成本 .....	142
案例 1 家乐福物流选址实例 .....	145
案例 2 中国模式的电子商务——中国商品交易中心 .....	147
<b>第四章 物流信息系统建设 .....</b>	<b>155</b>
第一节 物流信息化的概况 .....	155
一、我国物流信息化现状与问题 .....	155
二、物流信息化的基础条件 .....	159
第二节 物流信息的分析和系统设计 .....	162
一、创建物流信息的分析阶段 .....	163
二、物流信息系统定位阶段 .....	164
三、技术准备阶段 .....	165
四、系统设计阶段 .....	166
第三节 物流信息系统的硬件设备与软件资源 .....	169
一、硬件设备 .....	170
二、软件资源 .....	171
第四节 物流信息系统的主要功能 .....	174
一、采购管理 .....	174
二、库存管理 .....	175
三、运输管理 .....	176
四、配送管理 .....	177
五、交叉转运管理 .....	177
六、流通加工 .....	177
七、决策支持 .....	177
八、客户服务 .....	178
九、电子商务 .....	178

第五节 物流信息系统的建设步骤	178
一、导入阶段	179
二、成长阶段	181
三、成熟阶段	182
第六节 物流信息系统的运行管理	184
一、数据管理	184
二、人员权限管理	185
三、网络系统管理	185
四、设备管理	186
五、环境管理	186
六、网络安全管理	187
案例 1 沃尔玛公司的物流管理信息系统	188
案例 2 联想集团通过三代电子商务在更大范围内进行资源的合理分配	189
<b>第五章 物流信息系统解决方案</b>	<b>193</b>
第一节 物流信息系统平台与功能模块	193
一、物流管理信息系统	193
二、物流管理信息系统平台	194
三、物流管理信息系统的组成	196
第二节 采购管理系统方案	200
一、物流采购管理系统	200
二、采购管理系统解决方案	202
第三节 仓储管理系统方案	205
一、物流仓储管理系统	205
二、仓储管理系统解决方案	207
第四节 运输管理系统解决方案	209
一、概述	209
二、运输管理系统解决方案	210
第五节 网上支付解决方案	212
一、网上支付基本概念	212
二、在线支付平台方案	215
第六节 客户关系管理方案	217
一、CRM 概述	217
二、客户关系管理系统	218
三、客户关系管理方案	221
第七节 物流配送中心解决方案	225
一、物流配送中心的规划	225
二、物流配送中心解决方案	228

案例 1 客户关系管理——联邦快递的客户关系管理体系 .....	229
案例 2 国外的物流配送中心 .....	231
<b>第六章 国际物流</b> .....	237
<b>第一节 国际物流概述</b> .....	237
一、国际物流的含义与特点 .....	237
二、国际物流的发展 .....	239
三、国际物流系统的组成 .....	241
四、国际物流标准化 .....	246
<b>第二节 国际贸易与国际物流</b> .....	251
一、国际贸易 .....	251
二、国际物流、国际贸易、电子商务的关系 .....	254
三、国际物流的运作模式 .....	257
四、国际物流的相关业务 .....	258
<b>第三节 国际货物运输方式</b> .....	264
一、国际物流货物运输概述 .....	264
二、国际海上货物运输 .....	265
三、国际陆上货物运输 .....	266
四、国际航空货物运输 .....	267
五、其他运输方式 .....	268
<b>第四节 国际物流仓储与包装</b> .....	271
一、外贸仓储概述 .....	271
二、对外贸易仓库的分类 .....	271
三、保税仓库与保税区 .....	272
四、国际货物包装 .....	274
案例 1 中远集团:努力实现物流、商流、信息流的一体化 .....	277
案例 2 广州保税区发展战略:保税物流 .....	279
案例 3 京铁外服:从国际货代走向现代物流 .....	281
<b>附录 1 中华人民共和国电子签名法</b> .....	283
<b>附录 2 中华人民共和国政府采购法</b> .....	288
<b>附录 3 联合国贸易法委员会《电子商务法范本》</b> .....	298
<b>附录 4 美国《全球电子商务纲要》</b> .....	304
<b>附录 5 广东省电子交易条例</b> .....	306
<b>附录 6 涉及信息产业领域的 WTO 协议一览</b> .....	311
<b>附录 7 北京市工商行政管理局《电子商务监督管理暂行办法》</b> .....	313
<b>附录 8 中国人民银行关于落实《网上银行业务管理暂行办法》有关规定的通知</b> .....	319

# 第一章 物流电子商务概述

物流电子商务又称为电子物流,就是物流服务、商务活动的电子化、网络化和自动化。物流电子商务是信息流服务、资金流服务和物流服务三者的统一,它所实现的是物流组织方式、运作方式、交易方式、管理方式、服务方式的电子化。

物流电子商务是物流产业本身应用电子计算机、网络及通信等信息技术手段,实现物流商务运作的过程。物流电子商务化已经渗透到物流采购、运输、仓储、配送等各业务环节和具体流程中,通过规范、有序的电子化物流程序,可以使物流进入一个充分利用现有资源、降低物流成本、提高物流运行效率的良性循环和轨道,最终实现现代化物流产业与网络经济—电子商务的协同发展。

## 第一节 电子商务与现代物流

### 一、电子商务和物流的特征

#### (一) 电子商务的概念和特征

电子商务(electronic commerce)是指应用计算机和互联网等电子技术实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付等业务的一种新型的商业运营模式。

#### 1. 电子商务的特征

##### (1) 工具性

电子商务是利用电子工具和电子技术从事各种商务活动的过程。其中,电子工具是指计算机硬件和网络基础设施;电子技术是指处理、传递、交换和获得数据的多技术集合。将计算机和网络技术渗透到贸易活动的各个阶段,包括信息交换、售前售后服务、销售、电子支付、运输、组建虚拟企业、共享资源等。

##### (2) 效益性

电子商务将传统的商务流程改造为电子化、数字化的商务流程,可以减少中间环节,节约劳动,降低成本,突破时间和空间的限制,使得生产者和消费者的直接交易成为可能,从而使企业乃至全社会都可以进行高效率、低成本的贸易活动。

##### (3) 要素组合

电子商务为各种社会经济要素的重新组合提供了更多的可能。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。特别是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。

## 2. 电子商务的优点

### (1) 降低交易成本

首先,电子商务可以降低采购成本,因为借助因特网,企业可以在全球市场寻求最优惠价格的供应商,而且通过与供应商信息共享,可以减少中间环节由于信息不准确带来的损失。有资料表明,使用 EDI 通常可以为企业节省 5%~10% 的采购成本。其次,通过网络营销活动,企业可以提高营销效率和降低促销费用。据统计,在因特网上做广告可以使销售量提高 10 倍,而它的成本是传统广告的 1/10。

### (2) 减少库存

产生库存的根本原因是信息不畅,企业为应付变幻莫测的市场需求,不得不保持一定库存产品,而且由于对原料市场把握不准,也常常维持一定的原材料库存。以信息技术为基础的电子商务则可以改变企业决策中信息不确切和不及时的问题。通过因特网可以将市场需求信息传递给企业以决策生产,同时企业的生产信息可以马上传递给供应商以适时补充供给,从而实现合理库存甚至零库存管理。

### (3) 缩短生产周期

一个产品的生产是许多企业相互协作的成果,因此产品的设计开发和生产销售可能涉及许多关联的企业,通过电子商务可以将过去的信息封闭的分阶段合作方式改变为信息共享的协同工作方式,从而最大限度地减少因信息封闭而出现等待的时间。

### (4) 增加商机

传统的交易受到时间和空间限制,而基于因特网的电子商务则是 24 小时全球运作,网上的业务可以开展到传统营销人员销售和广告促销所达不到的市场范围。

### (5) 减轻对物质的依赖

传统企业的经营活动必须有一定的物质基础才可能开展业务活动,而因特网可以创办虚拟企业,不需要很多的实物基础设施,企业可以将节省下来的费用转让给消费者,这正是网上商店能给消费者提供传统商店无法提供的优惠折扣的原因。

### (6) 减少中间环节

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。

### (7) 费用低廉

由于因特网是国际的开放性网络,使用费用很便宜,这一优势使得许多企业尤其是中小企业对其非常感兴趣。

### (8) 覆盖面广

因特网几乎遍及全球的各个角落,用户通过普通电话线就可以方便地与贸易伙伴传递商业信息和文件。

### (9) 功能全面

因特网可以全面支持不同类型的用户实现不同层次的商务目标,如发布电子商情、在线洽谈、建立虚拟商场或网上银行等。

### (10) 使用灵活

基于因特网的电子商务可以不受特殊数据交换协议的限制,任何商业文件或单证都可以直接通过填写与现行的纸面单证格式一致的屏幕单证来完成,不需要再进行翻译,任何人都能看懂或直接使用。

## 3. 电子商务的影响

电子商务的出现和发展,正在彻底地改变着流通领域的经济行为,它对我国传统流通领域产生的影响是深远和巨大的,主要体现在以下方面。

### (1) 传统业务模式和流程发生变化

由于网上购物和在线销售的出现,消费者可以从因特网上直接选购自己需要的商品,生产者、批发商、零售商和网上销售商都可以建立自己的网站并营销商品。一部分商品的流通不再按照原来的产业和行业分工进行,也不再遵循传统商品的购进、储存、运销的业务流程运转。网上销售一方面使产业间、行业间的分工模糊化,“产销合一”、“批零一体”的销售模式大量出现。另一方面,随着“凭订单采购”、“零库存运营”、“上门送货”等新的业务方式的出现,服务于网络销售的各种中介机构应运而生,行业内部的专业化分工进一步深化。

### (2) 销售和生产经营方式发生变化

销售方式的变化对生产经营方式产生直接的影响。一方面,由于网上购物为现代社会消费时尚的个性化进一步提供了便利,以消费者为主体的分散式订单生产,呼唤柔性生产技术及其在生产中普遍应用。另一方面,由于电子商务的应用,制造业竞争中劳动力成本的作用降低,中小企业在网上营销中可以获得和大型企业同样的优势。因此,在个人商品消费领域,大批量、规模化生产以及传统的工商关系部分将由产销合一的高科技小企业所取代。

### (3) 商业利润的来源渠道发生改变

传统商业是从商品的供应价与销售价之间赚取利润,而网上商业则把这种差价缩减到零(即零利润销售概念),有的甚至使商品的销价低于生产成本,它们的商业利润不再是从商品的差价中获取,而是来自于网上广告、服务、赞助商及其他高利润商品等新的渠道。

### (4) 推进了流通技术革命

推进了流通技术的革命,实现了产销一体化整合。传统的供应体系分为两类:一是计划经济条件下的“推动式”,生产什么就出售什么,消费者几乎没有选择的余地。二是市场经济条件下的“拉动式”,形成了以消费者需求为引导的生产机制。但是由于市场配置资源是靠公开价格信号实现的,这种事后调节不仅滞后,对社会资源也造成一定程度的浪费。电子商务的出现赋予了流通技术革命以更具有时代特征的新内容,这就是供应链技术。实施供应链管理要求以电子商务技术为基础,将商品需求、商品流通和商品生产有机地联系在一起,它不仅可以在库存数量、存货地点、订货计划、配送运输几个方面实现最佳选择,优化企业经营者的利益,而且能够在准确的时间、准确的地点,以恰当的价格和便捷的方式将商品送到消费者手中,最大限度地体现消费者主权。

### (5) 商品配送与交割方式发生改变

电子商务中的网上销售实际上已经破除了商家对各种商品批量购进、集中存储、坐店销售的方式,商品可以直接送到消费者家中。这种商品交割方式的变化,说明网上购物使传统



的物流配送开始向消费末端延伸,其不仅涉及商品配送体系的结构调整及各类有形零售业态如何适应的问题,对商业批发集配商品可以提高流通效率、节约社会劳动的理论也是一种挑战。传统的批发商、代理商等,在这种冲击面前将有可能萎缩。

#### (6) 促动相关行业发生变化

商品流通基础设施和配套行业的重点将会发生偏转,各类送货系统、快速运输公司、支付公司、安全、广告、商务软件、信息服务等新型物流和中介机构发展呈加速态势,并且有很大的发展空间。

电子商务是未来经济的发展方向,代表了新的生产力。作为一种全新的商务交易活动,它的应用将加速整个社会的商品流通,有效降低企业的生产经营成本,提高企业的竞争能力。从这种意义上讲,电子商务是推动未来经济增长的关键动力,发展我国的电子商务是一种战略性的选择。

## (二) 现代物流的概念和特征

### 1. 物流的概念

物流(logistics)是指物品从供应地向接收地的实体流动过程。它是根据实际需要,将运输、储存、搬运、包装、流通加工、配送和信息处理等基本功能的实施有机结合,以满足消费者的需求为目标,把生产、供应、销售等组合在一起形成的行业形态。

物流不是一个新鲜名词,但它却因电子商务的兴起而热了起来。在20世纪末期,商务网站一哄而起,互联网传递数字化信息优势凸显的时候,物流也受到了空前未有的重视,物流被当作电子商务的关键要素和企业的经营策略以及降低商品成本的重要手段,被广泛称为“第三利润源泉”。

### 2. 现代物流的特征

#### (1) 信息化

物流信息化是电子商务的必然要求。物流信息化表现为物流信息的商品化、物流信息收集的数据库化和代码化、物流信息处理的电子化、物流信息传递的标准化和实时化、物流信息存储的数字化等。因此,条码技术、数据库技术、电子订货系统、电子数据交换、快速反应系统及有效的客户反应系统、企业资源计划等技术观念在我国的物流中将会得到普遍的应用。没有物流的信息化,许多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) 自动化

自动化的基础是信息化,自动化的核心是机电一体化,自动化可以扩大物流作业能力、提高劳动生产力、减少物流作业的差错等。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。这些设施在发达国家已普遍用于物流作业流程中,而我国由于物流业起步晚、发展水平低,自动化技术的应用与发达国家相比还有一定的差距。

#### (3) 网络化

物流领域网络化的基础也是信息化。这里指的网络化有两层含义:一是物流配送系统的