

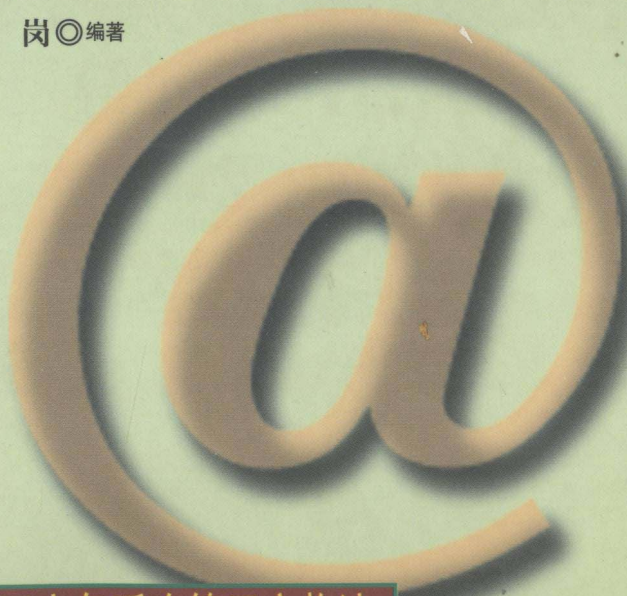
众仁新园市场部



DIANZISHENWU
SHIQIDE
DISANWULOUGUANLI

电子商务 时期的 第三方物流管理

文 岗◎编著



电子商务呼唤第三方物流
电子商务+特许经营是物流配送的“绝配”

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

第三方物流管理/文岗主编. —北京: 中国商业出版社,
2000.7

ISBN 7-5044-4086-8

I. 第… II. 文… III. 电子商务-商业企业-企业管理
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 63478 号

责任编辑: 刘洪涛

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京市金瀑印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开 10.25 印张 210 千字

2000 年 7 月第 1 版 2000 年 7 月第 1 次印刷

定价: 17.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

序 言

相对于传统的储运而言，第三方物流产业应该是一个新兴的产业，因为它具备集成的特点；相对于发达国家物流业的发展水平和在我国的发展潜力，我们国家的第三方物流产业才刚刚起步，应该属于一个朝阳产业，前景非常好；相对于分散经营、功能单一、技术原始的储运业务，第三方物流应该属于高科技产业。这就是第三方物流产业的多重属性，它对我们而言是既熟悉又陌生、既现实又遥远。无论如何，它是极具诱惑力的，这从国外的发展现实可以看出：在德国，第三方物流占市场份额的 23%；在法国，占 27%；在英国，占 34%。这是一个非常高的比例，预示着它将有巨大的潜在市场。

第三方物流是与电子商务紧密联系在一起，随着电子商务的发展而发展，目前，我国的电子商务正处于蓬勃兴起时期，它同样要求有第三方物流公司给予强大的支持，这正是建立和发展第三方物流公司的黄金时期，是赚取第一桶金的绝妙机会。据作者了解，也确有不少公司正在积极努力之中。基于此，希望本书能对正在成长的第三方物流公司有所帮助。中国第三方物流公司的兴旺发达是对作者辛劳的最大安慰。

作者

2000.5.14

目 录

1. 电子商务的呼唤 (1)

人类社会走入知识经济时代，网络成为经济生活的主宰。电子商务作为网络时代的宠儿，在中国红红火火地发展起来。然而，这股热潮退下之后，大家都发现，电子商务不是想象中那么容易，不是凭着几分热情去追赶潮流那么简单。电子商务到底在期待着什么呢？

- ☐ 解析电子商务 (3)
- ☐ 影响电子商务发展的因素 (9)
- ☐ 电子商务的新趋势 (14)
- ☐ 电子商务的误区 (19)
- ☐ 电子商务的呼唤——物流公司 (30)

2. 应运而生的第三方物流 (37)

电子商务呼唤物流公司，物流公司成为人们关注的焦点。第三方物流公司也应运而生，开始了它飞速发展的黄金时期。

- ☐ 浅析物流 (39)
- ☐ 物资与电子商务 (44)
- ☐ 物流——实现电子商务的保证 (49)
- ☐ 我国物流业的发展 (51)
- ☐ 第三方物流的特征 (55)
- ☐ 第三方物流的模式 (60)
- ☐ 第三方物流的配送 (68)
- ☐ 给电子商务一个支点 (73)
- ☐ 完善跨区域物流 (77)
- ☐ 第三方物流来完善物流 (80)

3. 第三方物流公司的管理 (83)

第三方物流公司以“代理配送”为根本特征，这种新兴的公司模式在公司管理上揭开了新的篇章，管

理第三方物流公司成为一个新的课题。

- ☐ 传统化的中央模式 (85)
- ☐ “供应链”管理模式 (88)
- ☐ 电子化管理方案 (93)
- ☐ 系统化管理模式 (99)
- ☐ 后勤管理模式 (103)
- ☐ 全过程管理解决方案 (108)

目

4. 第三方物流公司的运作 (113)

中国的第三方物流才刚刚起步，
只能在依照别人成功的经验中自己
摸索前进。把这种新型的商业模式
有机地运作起来，这是物流公司的
工作重心。

录

- ☐ 背靠电子商务的运作 (115)
- ☐ 以客户要求为主导 (120)
- ☐ 广泛运用现代信息技术 (123)
- ☐ 充分运用网络资源 (127)
- ☐ 梅林正广和的物流运作 (133)

5. 第三方物流的竞争战略 (155)

知识经济带来了信息革命，信息革命使得市场竞争进一步激化。对于刚起步的第三方物流公司，为了获得发展必须面对残酷的市场环境，展开激烈的竞争。在竞争中如何把握优势？

- ☐ 残酷的竞争局面 (157)
- ☐ 在狭缝中找市场 (161)
- ☐ “持久战” (166)
- ☐ 国际化战略 (171)
- ☐ 竞争战略的总体指导思想 (177)
- ☐ 作用物流公司的战略体系 (185)

6. 第三方物流公司的建设 (189)

中国物流业现状存在很多漏洞，这些漏洞将严重阻碍第三方物流公司的的发展。建设第三方物流公司，找到与国情、世界发展相一致的结合点，成了第三方物流公司生存和

发展的关键。

- ☐ 物流公司的分类 (191)
- ☐ 物流系统的功能要素 (193)
- ☐ 基础建设中的瓶颈 (196)
- ☐ 信息系统建设 (206)
- ☐ 需求分析——建设的依据 (210)
- ☐ 新型物流配送中心的建设 (214)
- ☐ 现代物流技术的应用 (222)

目

7. 第三方物流公司的拓展 (233)

这是一个不断变革的时代，眼见着许多传统产业衰落、死亡，第三方物流公司必须在一开始就为自己不断开拓多元化的发展空间，伸展全部的肢体，在力所能及的范围内张扬自己的生命。

录

- ☐ 向货代业务延伸 (235)
- ☐ 与邮政的大联姻 (240)
- ☐ 对连锁经营的渗透 (250)
- ☐ 麦考林的策略 (256)

8. 第三方物流公司的发展前景 (263)

全球经济一体化也带来了物流业的全球化，第三方物流公司要走向国际化，这是电子商务时代的客观要求，立足本国，放眼全球，在环境的不断变迁中调整自己，这是第三方物流公司走向光明前景的必由之路。

- ☐ 全球的发展趋势 (265)
- ☐ 剖析国际物流公司 (270)
- ☐ 内地与香港、美国有差距 (276)
- ☐ 对我国物流环境的具体认识 (280)
- ☐ 展望第三方物流公司 (285)
- ☐ 第三方物流公司的追求 (290)
- ☐ 为产业把脉 (296)

9. “电子商务 + 特许经营” (301)

——物流配送的“绝配”

时下特许经营与电子商务都“红”遍了中国业界，那么，在这种



模式下，物流配送又如何运作呢？

- ☐ 电子商务与特许经营的结合 (303)
- ☐ “绝配”典型：连邦软件赢在连锁
..... (310)

目

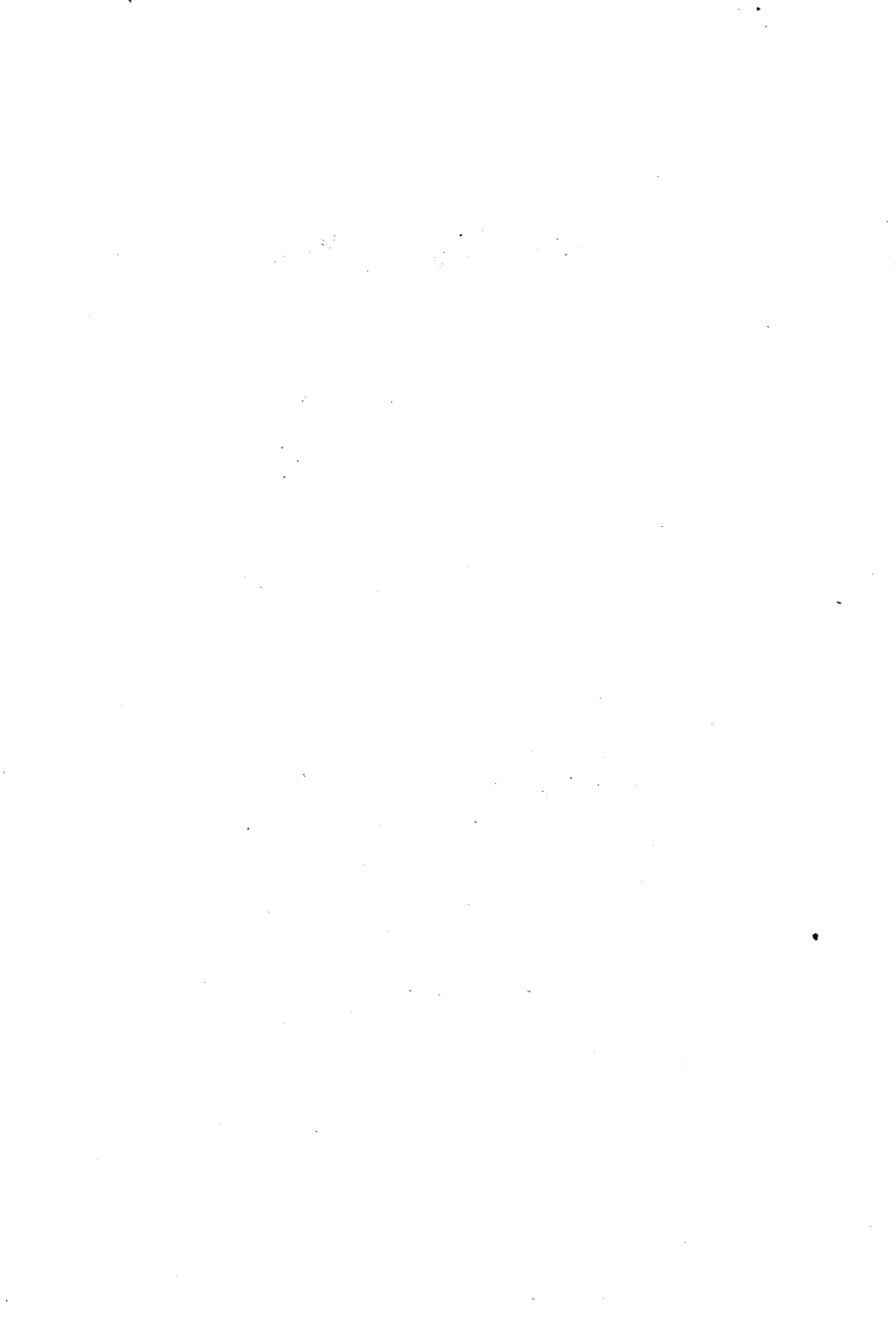
录

1. 电子商务的呼唤

随着历史的演进，人类社会的主流生产方式走过了原始时代，农业时代、工业时代，现在进入了电子时代。我们也叫它知识经济时代或网络时代，在这个时代中，电子商务作为它的宠儿，方兴未艾，正运作得红红火火，无数的能人智士全身心地投入到电子商务的运作之中。

经过一段时间一哄而上的喧嚣，大家慢慢发现，好像谁都做得不怎么样，无论怎样的全力以赴，无论多么雄厚的实力，总是觉得好像有一堵无形的墙，挡着而冲不过去。

电子商务在等待，电子商务在呼唤——第三方物流。



□解析电子商务

电子商务 (Electronic Commerce) 是在 Internet 开放的网络环境下, 基于浏览器/服务器应用方式, 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的一种新型的商业运营模式。

Internet 上的电子商务可以分为三个方面: 信息服务、交易和支付。主要内容包括: 电子商情广告; 电子选购和交易、电子交易凭证的交换; 电子支付与结算以及售后的网上服务等。主要交易类型有公司与个人的交易 (B to C 方式) 和公司之间的交易 (B to B 方式) 两种。

参与电子商务的实体有四类: 顾客 (个人消费者或公司集团)、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。

电子商务是 Internet 爆炸式发展的直接产物, 是网络技术应用的全新发展方向。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, 它不仅会改变公司本身的生产、经营、管理活动, 而且将影响到整个社会的经济运行与结构。

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, 为公司创造了更多的贸易机会。

3. 电子商务使公司可以以相近的成本进入全球电子化市场, 使得中小公司有可能拥有和大公司一样的信息资源, 提高了中小公司的竞争能力。

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。

电子商务指的是利用简单、快捷、低成本的电子通讯方式, 买卖双方不谋面地进行各种商贸活动。

电子商务可以通过多种电子通讯方式来完成。简单的, 比如你通过打电话或发传真的方式来与客户进行商贸活动, 似乎也可以称作为电子商务。但是, 现在人们所探讨的电子商务主要是以 EDI (电子数据交换) 和 INTERNET 来完成的。尤其是随着 INTERNET 技术的日益成熟, 电子商务真正的发展将是建立在 INTERNET 技术上的。所以也有人把电子商务简称为 IC (INTERNET COMMERCE)。

从贸易活动的角度分析, 电子商务可以在多个环节实现, 由此也可以将电子商务分为两个层次, 较低层次的电子商务如电子商情、电子贸易、电子合同等; 最完整的也是最高级的电子商务应该是利用 INTERNET 网络能够进行全部的贸易活动, 即在網上将信息流、商流、资金流和部

分的物流完整地实现，也就是说，你可以从寻找客户开始，一直到洽谈、订货、在线付（收）款、开据电子发票以至到电子报关、电子纳税等通过 INTERNET 一气呵成。

要实现完整的电子商务还会涉及到很多方面，除了买家、卖家外，还要有银行或金融机构、政府机构、认证机构、配送中心等机构的加入才行。由于参与电子商务中的各方在物理上是互不谋面的，因此整个电子商务过程并不是物理世界商务活动的翻版，网上银行、在线电子支付等条件和数据加密、电子签名等技术在电子商务中发挥着重要的不可或缺的作用。

按对象可以把电子商务分为 B to B 和 B to C。

商业机构对消费者（Business-to-Consumer）的电子商务，指的是公司与消费者之间进行的电子商务活动。这类电子商务主要是借助于国际互联网所开展的在线式销售活动。最近几年随着国际互联网络的发展，这类电子商务的发展异军突起。例如，在国际互联网上目前已出现许多大型超级市场，所出售的产品一应俱全，从食品、饮料到电脑、汽车等，几乎包括了所有的消费品。

商业机构对消费者电子商务是近年来各类电子商务中发展较快的。其主要原因是国际互联网的发展为公司和消费者之间开辟了新的交易平台。随着全球上网人数的不断增多，国际互联网的使用者已经成为公司进行电子商务的主要对象。

从技术角度看，公司上网面对广大的消费者，并不要求双方使用统一标准的单据传输。在线零售和支付行为通常只涉及到信用卡、电子货币或电子钱包。另外，国际互

联网所提供的搜索浏览功能和多媒体界面,使消费者更容易查找适合自己需要的产品,并能够对产品有更深入的了解。

因此,开展商业机构对消费者的电子商务,障碍最少,应用潜力巨大。就目前发展看,这类电子商务仍将持续发展,是推动其他类型电子商务活动的主要动力之一。

商业机构对商业机构(Business-to-Business)的电子商务指的是公司与公司之间进行的电子商务活动。例如,工商公司利用计算机网络向它的供应商进行采购,或利用计算机网络进行付款等。这一类电子商务已经存在多年。特别是公司通过私营或增值计算机网络(Value-Added Network, VAN)采用 EDI(电子数据交换)方式所进行的商务活动。

作为支持商业机构对商业机构电子商务的 EDI 技术,它是指机构之间通过计算机网络所进行的统一结构和标准信息交换。该技术支持计算机系统之间信息的直接交换,因此,可以最大程度地减少甚至消除人为因素的介入和信息录入工作。目前,EDI 主要在行业内部开展得较为成功。

EDI 在商业领域内的应用比人们当初所预料的要慢得多。据报道,在北美仅约有 5 万家公司实施了 EDI 系统,在欧洲大概也就是这个数字。阻碍 EDI 发展的主要原因是,EDI 被认为太复杂,公司很难将其付诸实践。

的确 EDI 需要涉及的公司遵循一套大家所公认的文件或商业单据标准。联合国制订了一套商业 EDI 的标准,但是在具体的实施过程中,关于标准问题行业内以及行业间

的协调工作举步艰难。因此，真正商业伙伴之间的 EDI 并未广泛开展。

但是，商业机构对商业机构的电子商务从未来的发展看仍将是电子商务的主流。商业机构之间的交易和商业机构之间的商业合作是商业活动的主要方面，公司目前面临的激烈竞争，也需要电子商务来改善竞争条件，建立竞争优势。公司在寻求自身发展的同时，不得不逐渐改善电子商务的运用环境。

从动态的角度看，商业机构对商业机构的电子商务必将有较大发展。

中国电子商务是 B-B 先行动，还是 B-C 先行动？回答这个问题很有必要，它正是当前中国电子商务的切入点。既然目前还没有答案，辩论一下就知道了。开始——B-C 方：在中国肯定是我先启动，我先行动。主要原因是，我中间环节透明，能给老百姓省钱，老百姓能得到实惠，当然愿意先上网去买东西，瞧，现在网上订电影票多省钱呵，已经开始了。

B-B 方：你以为你是谁，订张电影票有什么了不起，才多少钱，真是“小儿科”。我 B-B 一笔合同有多大你知道吗？就算是中国 PC 现在已装机量 2000 万台，家用 PC 又有多少呢？B-C 的前端平台是家用 PC 吧，你的平台肯定没我多，每笔交易的成交额也没有我大，卖的货物也没我规范，老百姓都有账号吗？都有卡吗？各类卡能互通吗？没有卡，没有账号，一卡不能互通能成什么网上付款、怎么能算 B-C 呢？换句话说，现在 B-B 的平台、账号、货物规范性等条件比 B-C 好得多，怎么能说你先

