



高职高专物流管理专业系列教材
物流企业在岗岗位培训系列教材

北京市高等教育精品教材立项项目

物流电子商务

(第2版)

董 铁 郑秀恋 主 编
刘丽艳 刘阳威 副主编



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>



高职高专物流管理专业系列教材
物流企业在职岗位培训系列教材

7-1133

228

北京市高等教育精品教材立项项目

物流电子商务

(第2版)

董铁 郑秀恋 主 编
刘丽艳 刘阳威 副主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

作为信息技术与流通经济结合的物流电子商务,在现代化物流产业发展中发挥着越来越大的作用。本书全面介绍物流系统、技术手段、系统建设、业务环节、操作流程、客户服务、管理过程等物流电子商务的基本知识,并通过实践实训强化应用技能的培养。

本书2009年被北京市教委批准为“北京市高等教育精品教材立项项目”,具有知识系统、语言简练、案例鲜活、通俗易懂、注重创新、集理论和实践于一体等特点,并且采取新颖、统一的格式化体例设计。

本书既可作为高职高专及应用型大学物流管理、工商管理等专业教学的首选教材,也可作为物流企业员工在职岗位培训教材,并为广大社会从业者提供有益的参考和借鉴。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

物流电子商务/董铁,郑秀恋主编.—2版.—北京:电子工业出版社,2013.3

高职高专物流管理专业系列教材/物流企业在职岗位培训系列教材

ISBN 978-7-121-19447-4

I. ①物… II. ①董…②郑… III. ①电子商务—物流—高等职业教育—教材 IV. ①F713.36②F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第012496号

策划编辑:贺志洪

责任编辑:贺志洪

特约编辑:徐 堃 薛 阳

印 刷:北京市李史山胶印厂

装 订:北京市李史山胶印厂

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编100036

开 本:787×1092 1/16 印张:15.25 字数:398千字

印 次:2013年3月第1次印刷

印 数:3000册 定价:31.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

高职高专物流管理专业系列教材 编审委员会

物流企业在职岗位培训系列教材

主 任:

牟惟仲 中国物流技术协会理事长、教授级高级工程师

副主任:

翁心刚 北京物资学院副院长、教授

冀俊杰 中国物资信息中心原副主任、总工程师

张昌连 中国商业信息中心原主任、总工程师

李守林 中国物流技术协会专家委员会常务副主任、高级工程师

吴 明 中国物流技术协会副理事长兼秘书长、高级工程师

李大军 中国物流技术协会副秘书长、中国计算机协会理事

委 员:

宋承敏	吴江江	赵志远	郝建忠	鲁瑞清	周 平	车亚军	张建国
梁 露	吴 霞	王 松	宁雪娟	孟繁昌	安 芮	孟乃奇	张劲珊
刘 华	林玲玲	李 洁	赵立群	罗松涛	于汶艳	郑秀恋	梁红霞
董 铁	刘丽艳	李耀华	丁玉书	孙 军	王晓芳	李 青	刘文歌
温 智	王 艳	罗佩华	吴红霞	刘阳威	李秀华	赵秀艳	王海文
耿 燕	黑 岚	朱凤仙	任 斐	延 静	谢 淳	王伟光	李姝钰

总编室:

总 编: 李大军

副总编: 刘 华 张劲珊 李秀华 刘阳威 刘丽艳 罗松涛 赵秀艳



序

言

物流是国民经济的重要组成部分，也是我国经济发展新的增长点。加快我国现代物流发展，对于调整经济结构、促进产业升级、优化资源配置、改善投资环境、增强综合国力和企业竞争能力、提高经济运行质量与效益、实现可持续发展战略、推进我国经济体制与经济增长方式的根本性转变，具有非常重要而深远的意义。

为推动我国现代物流业的健康快速发展，国务院连续下发《物流业调整和振兴规划的通知》（国发〔2009〕8号）、《关于促进物流业健康发展政策措施的意见》（国办发〔2011〕38号）等多个文件，制定和完善相关配套政策措施，以有序实施和促进物流企业加大整合、改造、提升、转型的力度，并逐步实现转型发展、集约发展、联动发展、融合发展，通过物流的组织创新、技术创新、服务创新，在保证我国物流总量平稳较快增长的同时，加快供需结构、地区结构、行业结构、人力资源结构、企业组织结构的调整步伐，创新服务模式，提高服务能力，努力满足经济建设与社会发展的需要。

2011年我国物流运行形势总体良好，物流业增加值加快增长，全国社会物流总额158.4万亿元，按可比价格计算同比增长12.3%，物流业增加值为3.2万亿元，按可比价格计算同比增长13.9%，物流业增加值占GDP的比重为6.8%，占服务业增加值的比重为15.7%。物流增速为保证国民经济平稳较快发展发挥了重要的支撑与保障作用。

随着我国改革开放和社会主义市场经济的加速推进，我国迅速融入全球经济一体化的进程，中国市场国际化的特征越发凸显；而物流既涉及国际贸易、国际商务活动等外向型经济领域，也涉及交通运输、仓储配送、通关报检等多个业务环节。当前面对世界经济的迅猛发展和国际市场激烈竞争的压力，加强物流科技知识的推广应用，加速物流专业技能型应用人才的培养，已成为我国经济转型和发展亟待解决的问题。

需求促进专业建设，市场驱动人才培养，针对我国高等职业院校已沿用多年物流教材陈旧和知识老化而急需更新的问题，为了适应国家经济发展和社会就业的急需，为了满足物流行业规模发展对操作技能型人才的需求，在中国物流技术协会的支持下，我们组织北京物资学院、大连工业大学、北京城市学院、吉林工程技术师范学院、北京财贸职业学院、郑州大学、哈尔滨理工大学、燕山大学、浙江工业大学、河北理工大学、华北水利水电学院、江西财经大学、吉林财经大学、广东理工大学等全国20多所省市高职高专院校及应用类大学物流管理专业的主讲教师和物流企业经理，共同精心编撰了这套教材，旨在迅速提高高职院校物流管理专业学生和物流行业从业者的专业技术



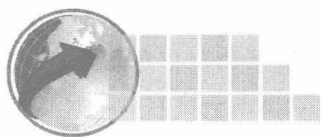
素质,更好地服务于我国物流产业和物流经济。

本套教材作为高职高专院校物流管理专业的特色教材,融入了物流运营管理的最新实践教学理念,坚持以科学发展观为统领,力求严谨,注重与时俱进,根据物流业发展的新形势和新特点,依照物流活动的基本过程和规律,全面贯彻国家“十二五”教育发展规划,按照物流企业对用人的需求模式,结合解决学生就业加强实践能力训练,注重校企结合,贴近物流行业、企业的业务实际,注重新设施、新设备操作技术的掌握,强化实践技能与岗位应用的培养训练,并注重教学内容和教材结构的创新。

本套教材根据高等职业院校物流管理专业教学大纲和课程设置,包括:《物流管理概论》、《物流英语》、《物流市场营销》等20种教材。本系列教材的出版对强化物流从业人员的教育培训、提高经营管理能力,对帮助学生尽快熟悉物流操作规程与业务管理、毕业后能够顺利走上工作岗位具有特殊意义;因而既可作为高职高专院校物流管理专业教学的首选教材,也可以用于物流、商务贸易等企业在职工工培训。

中国物流技术协会理事长 牟惟仲

2012年10月于北京



前

言

物流是流通的命脉,也是国家经济建设的重要支撑,它已成为我国国民经济发展新的增长点。物流产业化进程在我国经济发展中占有重要的位置。2011年3月,全国人民代表大会通过“十二五”规划纲要,突出强调“大力发展现代物流业”,其中有二十多处提及物流业发展的内容。2011年6月,国务院常务会议又专题研究支持物流业发展的政策和措施。

网络经济促进电子商务应用,电子商务应用促进网络新经济快速发展。电子商务作为现代科技进步和经济发展催生出的新型生产力,正在深刻地改变着企业商务活动的运作模式,也在彻底地改造着传统的物流业,在物流产业化与现代化发展进程中不仅发挥出越来越重要的作用,也将产生深远的影响。

面对全球经济一体化进程的加快,面对物流市场国际化的快速发展与激烈竞争,加强物流电子商务应用,将有力地促进物流企业各组成环节的有机结合与社会资源的合理调配,将极大地提高我国物流业的经营管理水平,也将有效提升物流企业的核心竞争力。这既是物流企业可持续快速发展的战略选择,也是本书出版的真正目的和意义。

本书作为高等职业教育物流管理专业的特色教材,2009年被北京市教委评定并批准为“北京市高等教育精品教材立项项目”。此次撰写严格按照国家教育部关于“加强职业教育、突出实践技能培养”的要求,根据高职高专教学改革的需要,作者审慎地对教材内容进行了反复论证和推敲,注重以科学发展观为统领,注重体系结构的合理性,注重业界新知识介绍,注重动脑动手操作训练,意在更好地为我国物流经济和物流电子商务教学实践服务。

全书共分八章,以学习者应用能力的培养为主线,紧密结合现代物流产业发展的新形势和新特点,根据物流电子商务运作与管理活动的基本过程和规律,围绕物流企业电子商务应用所涉及的所有工作环节和具体流程,主要介绍物流电子商务的基本概念、技术手段、系统建设、业务环节、操作流程、网络营销、客户服务、运营管理过程及物流电子商务运营与管理等基本知识;通过指导学员到物流企业实习,强化实训,提高应用技能的培养,以达到学以致用目的。

本书融入了物流电子商务最新的实践教学理念,力求严谨,注重与时俱进,具有知识系统、语言简练、案例丰富、版式活泼、注重创新、集理论和实践于一体等特点,并且采取新颖、统一的格式化体例设计。



本书由李大军进行总体方案策划并具体组织,董铁和郑秀恋任主编,郑秀恋统稿,刘丽艳和刘阳威任副主编,由我国物流信息化专家冀俊杰高级工程师审定。参加编写工作的有:牟惟仲(序言)、董铁(第一章)、张劲珊(第二章)、刘丽艳(第三章)、郑秀恋(第四章、第五章)、刘阳威(第六章)、朱凤仙(第七章)、赵立群(第八章)、王阳和马瑞奇(附录)、华燕萍(文字修改和版式调整)、李晓新(制作教学课件)。

在教材编著过程中,我们参阅了大量有关物流信息化及物流电子商务方面的最新书刊资料、企业案例、网络信息,以及国家和地方政府新近颁布实施的物流法律、法规及各项管理规定,并得到有关专家、教授的细心指导,在此一并致谢。为配合本书使用,我们提供了配套电子课件,读者可以从电子工业出版社网站(www.phei.com.cn)或华信教育资源网(www.hxedu.com.cn)免费下载。由于作者水平有限,书中难免存在疏漏和不足,恳请同行和广大读者批评指正。

编者

2013年1月



目 录

第一章 物流电子商务概述	1
第一节 电子商务与现代物流	2
第二节 物流电子商务的类型与模式	7
第三节 电子商务和物流企业	11
第四节 我国电子商务与物流的发展	18
第二章 物流电子商务技术	27
第一节 计算机与网络技术	28
第二节 数据库技术	31
第三节 数据自动采集与识别技术	35
第四节 自动跟踪技术	41
第五节 其他物流信息技术	44
第三章 物流电子商务系统建设	55
第一节 物流信息的分析和系统设计	57
第二节 物流信息系统的硬件设备与软件资源	62
第三节 物流信息系统的主要功能	66
第四节 物流信息系统的建设步骤	70
第四章 物流网络营销	82
第一节 网络营销的特点和优势	83
第二节 网络营销的战略规划	85
第三节 网络营销的主要方法和策略	88
第四节 网络营销的盈利	92
第五章 电子商务条件下的生产物流计划与控制	108
第一节 生产物流概述	108
第二节 OPT 与生产物流管理	115
第三节 准时制物流(JIT)	120



第四节 企业资源计划(ERP)	125
第六章 物流电子商务的业务功能	144
第一节 综合管理功能概述	145
第二节 采购管理系统	149
第三节 仓储管理系统	152
第四节 运输系统管理	156
第五节 物流配送中心	159
第七章 电子商务下的物流客户服务	171
第一节 物流客户服务与客户关系管理	172
第二节 客户关系管理方案	177
第三节 客户服务标准	180
第四节 物流客户服务策略	182
第八章 物流电子商务管理	191
第一节 物流电子商务的组织管理	193
第二节 物流电子商务的运行管理	195
第三节 物流电子商务的战略开发	199
第四节 物流电子商务的人力资源管理	203
第五节 物流电子商务的安全管理	207
附录 A 五部委联合印发《关于加快推进信息化与工业化深度融合的 若干意见》	221
附录 B 商务部关于确认首批国家电子商务示范基地的通知	226
附录 C 商务部办公厅关于印发《2012 年商务系统食品安全工作要点》 的通知	227
附录 D 商务部办公厅关于印发《2012 年电子商务工作要点》的通知	230
附录 E 国家发改委等八部委联合发布关于促进电子商务健康快速发展 有关工作的通知	232
参考文献	234

第一章



物流电子商务概述

✚ 学习目标

1. 认识电子商务对现代物流的影响，理解电子商务在物流企业中的作用。
2. 熟悉物流电子商务的类型与运作模式，了解我国电子商务与物流的发展。



引导案例

当当网的物流配送分析

当当网现有 30 多万种商品，包括图书、音像、百货和数码等类别。当当网的客户分布在全国各地，在西藏、新疆、云南等偏远地区也有不少的顾客。当当网物流的最终目的就是把顾客需要的商品完整、无损、及时地送到他们手中。为了方便顾客，当当网在全国 192 个城市开通了送货上门、货到付款的服务，以后还会在更多城市开通此项服务。

当当网不受上架周期和顾客地域性偏好的限制，为出版社，尤其是专业、学术类出版社提供了窗口支持。在为消费者服务的同时，当当网帮助出版社提高了单本书的销量，并有效地延长了出版物的寿命。

总的来说，当当网的物流运作是“鼠标+水泥”式的，详细分析如下。

1. 在配送模式上选择了第三方物流的方式

不同于卓越网的物流模式（在大型城市建立独立的配送中心，以自身为主，同时在物流高峰期借助一部分第三方力量；在小型城市及偏远地区，以邮政为主），当当网完全采用第三方物流的配送模式。

当当网进行了配送环节的创新。中国没有 UPS、FedEx 这样覆盖全国乃至全球的物流企业，当当网现在的做法是航空、铁路、城际快递、当地快递公司齐上。尽管增加了管理和协调的难度，但这样做解决了在最短时间内送货上门的问题。当当网主要依靠专业快递公司进行配送，与民营快递公司合作，并在一些大城市扩建自己的仓储中心。通过选择好的配送公司，以更快的速度为消费者提供更高质量的服务。

2. 将库存控制在最低水平，实行零库存运转

当当网通过与供应商建立良好的合作关系，实现了对库存的有效控制。一般情况下，当当网是在顾客买书下了订单后，才从出版商那里进货。购书者选择一定方式支付书款，当当网却在图书售出后才向出版商付款，这就使得它的资金周转比传统书店顺畅得多。由于保持



了低库存，当当网的库存周转速度很快。

3. 降低退货率

虽然当当网经营的商品种类很多，但由于对商品品种选择适当，价格合理，商品质量和配送服务等能满足顾客需要，所以保持了很低的退货率。这不仅减少了企业的退货成本，也保持了较高的顾客服务水平，并取得良好的商业信誉。

4. 根据不同商品类别建立不同的配送中心，提高配送中心的作业效率

当当网的配送中心按商品类别设立，不同的商品由不同的配送中心进行配送。这样做有利于提高配送中心的专业化作业程度，使作业组织简单化、规范化，既能提高配送中心作业的效率，又可降低配送中心的管理和运营费用。

——资料来源：<http://wenku.baidu.com/view/>

第一节 电子商务与现代物流

一、电子商务的概念和特征

电子商务是指应用计算机和互联网等电子技术，实现消费者和商户之间网上交易的商业运营模式。

（一）电子商务的特征

1. 利用电子工具和电子技术从事各种商务活动

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。电子工具指计算机和网络设施，电子技术指处理、传递、交换和获得数据的多种技术集合。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. 实现电子化、数字化商务流程

电子商务将传统的商务流程电子化、数字化，减少了中间环节，节约了劳动力，降低了成本，突破了时间和空间的限制，使得生产者和消费者的直接交易成为可能，从而实现企业乃至全社会的高效率、低成本的贸易活动。

3. 促进各种社会经济要素的重组

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。

（二）电子商务与传统商务相比的优越性

1. 降低了采购成本

电子商务可以降低采购成本。因为借助互联网，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，减少中间环节由于信息不准确所带来的损失。据统

计,在互联网上做广告可以提高销售数量 10 倍,而它的成本是传统广告的 1/10。

2. 减少了库存

产生库存的根本原因是信息不畅。企业为应付变化莫测的市场需求,不得不保持一定的库存成品,而且由于企业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通过互联网将市场需求信息传递给企业,用于决策生产;同时,企业的生产信息可以马上传递给供应商,以便适时补充供给,从而实现合理库存,甚至零库存管理。

3. 缩短了生产周期

一个产品的产生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相关联的企业。通过电子商务,可以将过去的信息封闭的分阶段合作方式转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的等待时间。

4. 增加了商机

传统的交易受到时间和空间的限制,而基于互联网的电子商务是 24 小时全球运作,网上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物质基础才可能开展,而在互联网上可以创办虚拟企业,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达到的优惠折扣的原因。

6. 减少了中间环节

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。

(三) 电子商务对我国传统流通的影响

1. 传统的业务模式和流程序发生变化

由于网上购物和在线销售的出现,消费者可以从互联网上直接选购需要的商品,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、存储、销售的业务流程运转。

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提供了便利,以消费者为主体的分布式订单生产,促进了柔性生产技术的出现,在生产中这项技术已普遍应用;另一方面,由于电子商务的应用,中小企业在网上营销中可以获得和大型企业同样的利润。因此,在个人商品消费领域,部分大批量、规模化生产的企业将逐渐被产销合一的高科技小企业所取代。



3. 商业利润的来源渠道改变

传统商业是在商品的供应价与销售价之间赚取利润,而网上商业把这种差价大大缩减,甚至出现“零利润销售”的概念,有些商品的销售价低于生产成本,它们的商业利润不再仅仅从商品的差价中获取,而是来自于网上广告、服务、赞助商及其他利润附加值活动。

4. 推进流通技术的革命,实现产销一体化整合

传统的供应体系分为两类:一是计划经济条件下的“推动式”,生产什么就销售什么,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,这种事后的调节不仅滞后,对社会资源也造成了一定程度的浪费。

电子商务带动了供应链技术。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,最大地体现出消费者权益。

5. 商品配送和交割方式的变化

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,商品直接送到消费者手中。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,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、代理商在这种冲击面前将有可能萎缩。

6. 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、安全保障公司、广告公司、商务软件开发公司、信息服务公司等新型物流和中介机构成长迅速,并且有很大的发展空间。



小贴士

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、电子商务与物流的关系

电子商务带来了对物流的巨大需求,推动了物流的进一步发展,反过来物流也在促进电子商务的发展,二者互相依存,共同发展。实践表明,凡是电子商务蓬勃发展的企业,多是物流技术发达、物流服务比较到位的企业;相反,由于缺乏及时配送等物流服务,导致不少电子商务企业处境艰难,甚至倒闭、破产。

电子商务与物流的关系表现在以下几个方面。

1. 物流是电子商务的基本要素

电子商务中的任何一笔交易都包含几种基本的“流”，即信息流、商流、资金流、物流。物流作为“四流”中最为特殊的一种，是指物质实体的流动过程，具体指采购、运输、储存、配送、装卸、保管、流通加工等各种活动。

消费者通过上网点击购物，在购销合同签订的那一刻起，完成了商品所有权的转移，即商流过程。但商品实体并没有因此而移动，电子商务的活动并未结束。只有商品和服务真正转移到消费者手中，商务活动才告终结。因此说，物流是电子商务的基本要素。

2. 物流是实现电子商务的保证

物流实际上是以商流的后续者和服务者的姿态出现的。电子商务的出现，在最大限度上方便了最终消费者，他们只要在互联网上搜索、查看、挑选，就可以完成购物过程。但是如果所购的商品没有物流体系来保证送达，消费者最终仍然会放弃这种便捷的方式，转向他们认为更为安全的传统购物方式。缺少现代化的物流，电子商务给消费者带来的购物便捷无法实现。

3. 物流配送是当前电子商务发展的制约因素

我国作为一个发展中国家，物流业起步晚、水平低，在引进电子商务时，并不具备能够支持电子商务活动的现代化物流水平。电子商务交易的绝大多数产品都是有形产品，交易是否成功很大程度上依赖于实际物流的操作，即能否及时把货物送到顾客手中。

然而，目前物流配送体系的不完善严重阻碍了电子商务的发展，电子商务快速、便捷的优势得不到发挥，物流成为制约电子商务发展的瓶颈。



小贴士

电子商务概念首先是在美国提出的。美国的物流管理技术自 1915 年发展至今，已有近百年的历史。在定义电子商务概念之初，就有强大的现代化物流作为支持。

在美国，物流的机械化、自动化早已日臻完善，电子商务的提出最终是为了解决信息流、商流和资金流处理上的烦琐对现代化物流过程的延缓，进一步提高现代化的物流速度。

三、电子商务对发展现代物流的作用

电子商务活动对物流的影响，主要表现在以下几个方面。

（一）电子商务改变传统物流观念

传统的物流和配送企业需要置备大面积的仓库；而电子商务系统网络化的虚拟企业将散置在各地的、分属不同所有者的仓库通过网络连接起来，使之成为“虚拟仓库”，进行统一管理和调配，服务半径和货物集散空间都放大了。

这样的企业在组织资源的速度、规模、效率以及资源的合理配置方面都是传统的物流和配送所不可比拟的，相应的物流观念也必须是全新的。

电子商务作为一项新兴的商务活动，为物流创造了虚拟的运动空间。人们在进行物流活



动时,物流的各种职能及功能可以通过虚拟化的方式表现出来。在这种虚拟化的过程中,可以通过各种组合方式,寻求物流的合理化,使商品实体在实际的运动过程中达到效率最高、费用最省、距离最短、时间最少的功能。

(二) 电子商务改变物流的运作方式

传统的物流和配送过程是由多个业务流程组成的,受人为因素和时间影响很大。传统的物流活动在其运作过程中,不管是以生产过程为中心,还是以成本利润为中心,其实质都是以商流为中心,从属于商流活动,因而物流紧紧伴随着商流来运动。在电子商务下,物流的运作是以信息为中心的,信息不仅决定了物流的运动方向,而且决定着物流的运作方式。在实际运作过程中,通过网络上的信息传递,可以有效地对物流实施控制,实现物流的合理化。

新型的物流和配送的业务流程都由网络系统连接。当系统的任何一个环节收到需求信息时,该系统都可以在极短的时间内做出反应,并拟定详细的配送计划,通知各相关环节开始工作。

(三) 电子商务改变物流企业的经营

1. 电子商务改变物流企业对物流的组织和管理

在传统经济条件下,物流往往立足于某一个企业来进行组织和管理,为企业自身服务。电子商务则要求物流以社会的角度来实行系统的组织和管理,以打破传统物流分散的状态。这就要求企业在组织物流的过程中,不仅要考虑本企业的物流组织和管理,更重要的是考虑全社会范围的整体系统。

2. 电子商务将改变物流企业的竞争状态

在传统经济活动中,物流企业之间存在激烈的竞争,这种竞争往往是依靠本企业提供优质服务、降低物流费用等方面来胜出的。

在电子商务时代,竞争内容依然存在,但有效性却大大降低了,原因在于电子商务需要一个全球性的物流系统来保证商品实体的合理流动。对于一个企业来说,即使它的规模再大,也难以达到这一要求;需要物流企业联合起来,实现资源共享,达到多赢,各企业既是竞争对手,也是合作伙伴,以实现物流高效化、合理化和系统化。

(四) 电子商务促进物流管理水平提高和物流基础设施改善

1. 电子商务促进物流基础设施的改善

电子商务高效率 and 全球性的特点,要求物流也必须达到这一目标。为此,良好的交通运输网络、通信网络等基础设施是最基本的保证。

2. 电子商务促进物流技术的进步

物流技术水平的高低是物流效率高低的一个重要决定因素。要建立一个适应电子商务运作的高效率的物流系统,相应提高物流的技术水平是必不可少的。将诸多高科技含量的硬件设备和管理软件加入到物流的各环节中,实现物流的“电子化”,才能满足电子商务的需要。

3. 电子商务促进物流管理水平的提高

物流管理水平的高低直接决定和影响着物流效率的高低,也影响着电子商务高效率优势的实现。只有提高物流的管理水平,建立科学、合理的管理制度,将科学的管理手段和方法应用于物流管理当中,才能确保物流的畅通进行,实现物流的合理化和高效化,促进电子商务的发展。

(五) 电子商务对物流人才提出了更高的要求

电子商务不仅要求物流管理人员具有较高的物流管理水平,而且要求他们具有较高的电子商务知识,并在实际的运作过程中将二者有机地结合在一起。



小贴士

根据教育部高校物流类专业教学指导委员会公布的统计数据,到2008年,国内已经有218家大学开设物流专业。到2010年,我国大专以上物流人才需求量为30万至40万人,在职人员培训需求达到100多万人。物流人才已被列为我国12类紧缺人才之一。

第二节 物流电子商务的类型与模式

一、电子商务的类型

按照不同的标准,电子商务可划分为不同的类型。

(一) 按照开展电子交易的范围来分类

电子商务可分为三类:本地电子商务、远程国内电子商务和全球电子商务。

1. 本地电子商务

本地电子商务通常是指利用本城市或者本地区的信息网络实现的电子商务活动,其电子交易的范围较小,必要时可以通过局域网或专用网络来实现。

2. 远程国内电子商务

远程国内电子商务是指在本国范围内进行的网上电子交易活动,其交易的地域范围较大,要求在全国范围内实现商业电子化、自动化以及金融电子化。信息的传递要通过网络运营商,资金流需要金融中介。

3. 全球电子商务

全球电子商务涉及进出口公司系统、海关系统、银行金融系统、税务系统、保险系统等。全球电子商务业务内容繁杂,要求电子商务系统严格、准确、安全、可靠,应遵守国际贸易规则和电子商务协议。

(二) 按照商务活动的内容来分类

电子商务可分为间接电子商务和直接电子商务。