

电子商务 物流管理研究

DIANZI SHANGWU WULIU GUANLI YANJIU

孙良涛 著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

云南省教育厅科学研究基金项目“电子商务环境下云南农产品物流管理研究”(项目编号:2011C117);红河学院“十二五”校级培育和建设学科(工商管理);国际经济与贸易专业国家级特色专业建设项目(项目编号:TS12468);云南省哲学社会科学基础研究基地重点课题“越南西北各省与中国云南省合作发展机制研究”(课题批准号:JD2010ZD25);红河学院国际经济与贸易专业教学团队建设项目(项目编号:TD1001)

电子商务 物流管理研究

DIANZI SHANGWU WULIU GUANLI YANJIU

孙良涛 著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

随着经济和科学技术的发展以及人们消费方式的转变,电子商务越来越成为商务发展的重要内容,本书就是在这样的环境下写成的。内容主要从电子商务的物流系统角度进行了研究,通过对物流管理理论的探究,由浅及深地对电子商务物流的模式、信息技术、作业、成本、供应链等方面的管理进行了研究。通过一些案例的分析和讲解,总结了我国电子商务管理的发展现状及从实践中获得的经验。此外,本书还对未来我国电子商务物流系统的发展方向 and 趋势进行了探索。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务物流管理研究 / 孙良涛著. — 北京: 中国水利水电出版社, 2014. 7
ISBN 978-7-5170-2276-3

I. ①电… II. ①孙… III. ①电子商务—物流—物资管理—研究 IV. ①F713.36②F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第155634号

策划编辑:杨庆川 责任编辑:杨元泓 封面设计:马静静

书 名	电子商务物流管理研究
作 者	孙良涛 著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座100038) 网址:www.waterpub.com.cn E-mail:mchannel@263.net(万水) sales@waterpub.com.cn
经 售	电话:(010)68367658(发行部)、82562819(万水) 北京科水图书销售中心(零售) 电话:(010)88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京鑫海胜蓝数码科技有限公司
印 刷	三河市天润建兴印务有限公司
规 格	170mm×240mm 16开本 12印张 215千字
版 次	2014年10月第1版 2014年10月第1次印刷
印 数	0001—3000册
定 价	42.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社发行部负责调换

版权所有·侵权必究

前 言

随着我国经济、信息技术的飞速发展和现代人们消费方式的转变,电子商务的发展有了广阔的发展前景。当前,电子商务已经成为了 21 世纪先进生产力的标志之一。我国电子商务的发展经历了强调网络技术、网站内容、注意力、点击率等多个阶段之后,物流在支持电子商务发展方面所体现出来的重要性也获得了越来越多人的关注,随之,对于物流的讨论、研究、投入也逐渐加大。

电子商务的兴起,从根本上改变了企业与客户的交互方式。由于企业销售范围的扩大,企业和商业销售方式及最终消费者购买方式的转变,物流成为一项极为重要的经济活动。由于我国电子商务起步较晚,因此在发展的过程中受到多方面因素的制约,其中最重要的就是物流。电子商务与现代物流的融合符合时代经济的发展规律。

电子商务物流就是在电子商务的条件下,依靠计算机技术、互联网技术、电子商务技术以及其他信息技术所进行的物流活动。电子商务物流管理是一种新型的交叉学科,其融入了管理学、经济学和信息技术等多个学科,将各个学科相互融合,互相补充,以实现商务活动中商流、物流、信息流、资金流四位一体。

电子商务物流与传统物流相比,既具有相似之处,同时又具有很多独特的地方。其相同之处主要表现在,电子商务物流在运营的过程中,同样会涉及运输、仓储、包装、加工等传统物流的基本功能;其独特之处主要表现在电子商务的物流形式会随着电子商务模式的变化而变化,其不仅具有传统物流的基本服务能力,同时还可以为顾客提供更多的增值服务。除此之外,电子商务物流的发展还要求其具有高效的组织结构及严格的物流成本控制能力。所有这些都使得电子商务下的物流管理要比传统物流管理更难。有效的管理需要电子商务与物流知识的有效融合,并且需要对电子商务物流管理有系统、全面的了解。

网络经济环境下电子商务的发展,给物流提出了新的要求,呈现信息化、自动化、网络化、智能化、人性化的特点。企业不仅需要在前台建立漂亮

的网站来吸引客户的关注,并且还需要在后台通过可靠的订单履行能力来留住客户。如何能够适应电子商务环境下客户快速变化的需求,是电子商务给物流管理者带来的新课题。

本书在撰写过程中注重实用性与新颖性,内容充实,这也是本书最大的特点。在本书中,还插入了国外一些实力雄厚的物流企业获得成功的经验,我们需在不违背我国国情的情况下,对这些经验进行有效的借鉴,这样有助于我国电子商务物流能够获得更好的发展。

本书在写作的过程中,参考了很多专家学者的相关文献,都最大限度地书末列出,如有疏漏,也请各位同仁理解和谅解,在这里对这些作者表示衷心地感谢!

本书在撰写的过程中力求做到精益求精,但由于现代物流和电子商务的理论与实践都处于突飞猛进的发展阶段,各种新的见解、应用和理论层出不穷,加之作者水平有限、写作时间仓促,因此书中难免会有不足和疏漏之处,敬请广大读者给予批评指正。

作 者

2014 年 3 月

目 录

前言	1
第一章 电子商务物流管理导论	1
第一节 现代物流概述	1
第二节 电子商务与物流的关系研究	5
第三节 电子商务物流管理概述	14
第二章 电子商务时代物流变革的经济学分析	23
第一节 商品经济发展与物流活动	23
第二节 市场经济导致物流活动的产业化	27
第三节 电子商务物流是物流活动的高级形态	30
第三章 电子商务及其物流运作模式研究	35
第一节 主要电子商务模式研究	35
第二节 电子商务物流运作模式研究	45
第三节 电子商务物流模式的选择	54
第四章 电子商务下物流作业管理研究	58
第一节 准时制(JIT)采购与供应商管理研究	58
第二节 电子商务下的运输管理	61
第三节 装卸搬运的方法及电子商务下装卸搬运的合理化	64
第四节 基于电子商务仓储管理技术与仓储作业管理研究	68
第五节 电子商务配送的模式以及配送路线的优化	72
第六节 电子商务下的包装和流通加工管理	76
第五章 电子商务物流信息技术与管理	80
第一节 电子商务物流信息的重要性分析与物流信息化研究	80
第二节 电子商务物流信息技术及应用	86
第三节 电子商务物流信息管理系统及其运行	94
第四节 电子商务物流信息平台的构建	99

第六章 电子商务物流服务与成本管理研究.....	109
第一节 物流服务与物流成本管理的基本思想.....	109
第二节 电子商务物流服务的内容与决策研究.....	113
第三节 电子商务物流成本的特殊性及其核算.....	119
第四节 电子商务物流成本管理的思路、方法和优化管理对策 ..	123
第七章 电子商务下的供应链管理.....	130
第一节 供应链管理述论.....	130
第二节 供应链管理设计的方案与选择.....	133
第三节 电子商务供应链管理策略分析.....	139
第四节 电子商务企业的业务流程再造研究.....	148
第八章 我国电子商务物流发展研究.....	153
第一节 现阶段我国电子商务物流的基本情况.....	153
第二节 我国电子商务物流问题以及解决的措施和对策.....	164
第三节 我国电子商务物流发展的趋势.....	176
参考文献.....	179
后记.....	186

第一章 电子商务物流管理导论

电子商务作为一种新的商业经济模式,有着强大的生命力。它的迅速发展引起了交易方式的创新,特别是流通模式的变革。在我国,由于电子商务的发展还处于初级阶段,人们往往忽略了物流的电子化。因此,探索出一套适宜的物流发展模式势在必行,协同化物流应运而生。它提出以供应链管理、客户服务为中心的思想重构企业战略、构筑专业化系统,实现规模物流产业发展战略以及完善法制,加强环保,营造可持续的物流发展软环境战略,从而促进我国电子商务的有效发展。

第一节 现代物流概述

在社会生活中,货物在不同时空范围内的转移和流动是社会经济发展的基础之一。随着社会经济的发展,生产的社会化水平和物质技术能力的提高,人们对“物的流动”有了更高水准的理解。于是,“黑大陆”“第三利润源”“冰山”等理论相继出现和形成,反映了现代社会对物流业新的审视和理解。

一、物流术语的产生与发展

物流这一概念并不是一成不变的,它处在不断的发展过程中。若是从其最初的意义上进行考察,物流就是指实务在时间和空间上的转移。物流是一个专业的术语,但是在最开始的时候它只是商务活动发展的一个附属物,经过不断的演变,今天它已经成为独立的行业经济活动。

物流(Physical Distribution)最早是在美国出现的,1915年在《市场流通中的若干问题》这本书中阿奇·萧第一次提出了物流这一词语,同时还指出了“物流是与创造需求不同的一个问题”。人们在营销学研究时发现,有两种不同但是却紧密相关的关系存在于“营销”之中,一是要通过各种不

同的方法,将购买者挖掘出来,并刺激其进行消费;二是要做好财货物的实务分配,也就是说企业要以活力为基础,不断创造出新的能更好的满足顾客需求的商品,要实现原材料和最终产品从生产地到使用地的转移,在这个过程中对其进行计划、执行和控制。20 世纪 20 年代,美国学者克拉克把物流作为企业经营的一个要素进行了研究。在“二战”的时候,以战争供应为出发点,“后勤”的理论在美国军方中建立起来,并且在战争中得到应用。这里所谓的“后勤”指的是将战时物资生产、采购、运输、配给等活动当做一个统一部署的整体,从而达到战略物资补给的费用更加的低、速度更加的快、服务更加的好。经过不断的演变与发展,在企业之中对于这一理论也是持认同的态度,并且应用得越来越广泛,同时将其称为销售物流或商业物流。以力求合理有效地组织商品的供应、仓储、运输、配送。

在日本,开始应用物流这一术语是在 20 世纪 50 年代。当时的日本的政府和企业界为了使产业的经济效率能够提高,组织了多种团队到国外考察学习。其中就有这么一个团队叫“流通技术专业考察团”,这个小团队是由 12 名专家学者组成的,在 1956 年的 10 月到 11 月间,实地考察了美国的多个地方,也是这次考察使他们第一次知道了物流这一新事物。1958 年这个考察团的报告“劳动生产率报告 33 号”发表在《流通技术》杂志上,第一次提到了 Physical Distribution 这一概念,后来慢慢的确定翻译为“物的流通”,被称为日本物流之父的著名学者平原直又进一步将其简化为“物流”,后来被普遍的应用和接受。20 世纪 70 年代,日本的物流业已经非常的发达,并且已经跻身世界的先进行列。

在我国物流这一术语也是个舶来品,传入我国的途径主要有两条。一条途径是从欧美传入的,它是 20 世纪 80 年代随着市场营销理论的引入而传入的,此时的物流理论附属于市场营销理论;另一条途径是 20 世纪 80 年代从日本引入的。对我国的物流发展进行考察,在物流这一概念引入之前,物流活动在我国实际上是一直存在的,即运输、仓储、包装、装卸、流通加工等物流活动,其中储运是最主要的活动。但是也应该看到当时只是狭隘的对物流进行理解,没有真正重视到物流的巨大作用。

二、物流的基本概念

物流的定义出处很多,比较有影响的有以下几种:

(1)现代物流是一种非常先进的组织方式和管理技术,它是极为重要的第三利润源泉,其利润的取得不是通过企业降低物资消耗、提高劳动生产力来实现的。

(2)美国物流管理协会对物流的定义是,物流是为满足消费者需求而进行的对原材料、中间库存、最终产品及相关信息从起始点到消费地的有效流动以及为实现这一流动而进行的计划、管理和控制过程。

(3)在客户生产过程中,物流是供应环境中极为重要的一部分,它的实施及控制提供了有效的、经济的货物流动及存储服务,将货物的原产地到消费的相关信息提供给生产者,从而使顾客的需求能够得到满足。

(4)物流作为一种活动,是这样的一个过程,将是将产品从卖方转移到买方,为了顺利的实现这一战略目标和任务,把运输、供应仓储、维护、采购、承包和自动化综合成一个单一的功能,从而实现每一个环节的优化。

(5)物流是实现物的实体流通的行为,在流通的过程中,透过管理程序有效结合运输、仓储、装卸、包装、流通加工、资讯等相关物流机能性活动,从而创造价值,满足顾客和社会的需求。说简单一点就是,物流是这样一个过程,它是物品从生产地至消费者或使用地点的整个流通。

(6)在2001年颁布的中华人民共和国国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2001)中,物流的定义是: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、信息处理等基本功能实施的有机结合。

三、传统物流与现代物流

一般情况下所讲的物流多是指传统物流,传统物流指的是商品在时间和空间上的移动,它起到的作用是能够解决商品消费地点的差异和时间上的差异,主要包括运输、包装、仓储、加工、配送等。总体来讲传统物流有两个大的类别,即宏观物流与微观物流。宏观物流也称为社会物流,就是指社会再生产各过程之间、国民经济各部门之间以及国与国之间的实物流通。随着社会生产力的不断发展,生产专业化的程度得到了极大地提高,使得商品货物在国民经济各部门、各企业之间的交换关系变得很复杂,社会物流的规模也变得非常的大。国民经济效益直接受到宏观物流状况的影响。微观物流也叫企业物流。具体来说,主要包括供应物流、生产物流、销售物流、回收物流、废弃物物流等。微观物流的水平怎样,对企业的经济效益有直接的影响。

通常情况下我国工业品从产品出厂经过装卸、储存、运输等各个物流环节到消费者手中所花费的流通费用占商品价格的50%左右。而新鲜的果蔬、易变质食品、某些化工产品的流通费用有的高达商品售价的70%。我

国汽车零部件的生产,其加工装配时间仅占 2%,而 96%的时间是原材料、零配件的储存、装卸和搬运时间。自 1979 年以来,英国物料搬运中心多次进行了一次全国性的调查,物流费用占整个国民经济总支出的 39%,在生产与流通领域,物流费用占总支出的 63%。据美国《企业物流》报导,20 世纪 80 年代以来美国企业年平均支付的物流费已超过总销售收入的 25%。所以,许多发达国家非常注重减低流通的费用,特别是物的流通费用,都将其作为第三利润的重要来源,同时它也是提高整个国民经济效益的一个非常重要的过程,它是一种全新的经济增长点。

进入 20 世纪 90 年代,传统物流已经逐渐有现代化的影子,整体物流概念是流通领域比较通用的一个概念,也就是我们所说的现代物流。现代物流包括运输的合理化、仓储的自动化、包装的标准化、装卸的机械化、加工配送的一体化、信息管理网络化等等。现代物流主要有以下几个方面的特征:

(1)物流的反应速度非常快。物流服务提供者在各方面的反映速度越来越快,前置时间变得越来越短,配送的间隔时间也越来越短,物流配送的速度变得越来越快,商品周转的次数也就越来越多了。

(2)物流的功能向着集成化发展。现代物流对物流与供应链其他的环节进行集成是非常注重的,主要包括:物流功能的集成、物流渠道和商流渠道进行集成、物流渠道之间的集成,物流环节与制造环节之间的集成。

(3)物流服务的系列化。物流功能的恰当定位、完善和系列化是现代物流最为强调的。除了传统的传统的储存、运输、包装、流通加工等这些服务功能之外,现代物流服务的外延大大的扩展了,使物流服务变得更加的全面、周到。从内涵上来讲则使服务对决策的支持作用得到了提升。

(4)物流作业的规范化。现代物流作业的各个环节不断的规范,这样使原本比较复杂的作业也变得程序化、简单化。

(5)物流目标的系统化。现代物流都是从公司的整体出发,对其物流进行统一的筹划,处理好物流活动与公司目标之间的关系,不仅仅是追求单个物流活动的最优化,而是追求整体活动的最优化。

(6)物流手段现代化。现代物流企业使用先进的技术、设备与管理经验,计算机技术、通信技术、机电一体化技术、语音识别技术等得到普遍应用。世界上最先进的物流系统运用了全球定位系统(GPS)、卫星通信、射频识别装置(RF)、机器人,实现了自动化、机械化、无纸化和智能化。

第二节 电子商务与物流的关系研究

一、电子商务概述

(一) 电子商务的概念

电子商务的概念属于理论研究的范畴,人们对其认识有许多相同的地方,也存在许多不同的地方。到目前为止,在我国对于电子商务还没有一个被人们公认的定义。现在只是谈谈对电子商务的一些理解。

人们总是从广义和狭义两个方面对电子商务进行认识,狭义的电子商务就是指电子贸易、电子化商务系统,只是将 Internet 网络进行的商业活动划归到电子商务之中。而广义的电子商务可以称为电子商务化,指的是利用包括 Internet、Intranet、LAN 等各种不同形式网络在内的一切计算机网络进行的各种商务活动。这些商业活动并不是只存在于企业之间的,同时也存在于企业的内部、个人和企业之间所发生的所有的商务活动。

(二) 电子商务特性

总体来讲,电子商务有以下几个方面的特性。

1. 普遍性

电子商务作为一种交易方式还比较年轻,同时它也是一种新型的交易方式,它创造了一个网络经济、数字化生存的新天地,将生产企业、流通企业以及消费者和政府都带入到这个新天地之中。

2. 方便性

电子商务主要是通过网络来完成的,因此在电子商务环境之下,消费者不受时间和地域的限制,即使是非常复杂的商务活动,消费也能非常便捷地去完成,对于企业和消费者而言,都大大的提高了效率和缩短了时间。

3. 整体性

事物处理的工作流程,能通过电子商务变得更加的规范,将人工操作和电子信息处理集成一个不可分割的主体,这样一来,对于人力和物力的利用

就得到了大大的提高,从而使系统的运行更加的严密。

4. 安全性

在电子商务之中安全性是一个核心问题,它至关重要,要求网络能够提供各种安全防护和保护作用。这与传统的商务活动有着非常大的区别。

5. 协调性

其实商务活动的过程就是一个协调的过程,它需要协调好客户与公司内部、生产商、批发商、零售商之间的关系,同时还要求协调好银行、配送中心、通讯部门和技术等多个部门之间的合作,通常情况下这一过程都是一气呵成的。

(三)电子商务的功能

网上交易和管理等的全部过程电子商务都可以提供,因此电子商务具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、物流服务、意见咨询和业务管理等各项功能。

1. 广告宣传

电子商务使企业可以通过自己的 Web 服务器,利用网页(WebPage)和电子邮件(E-mail)在全球范围作广告宣传,在网上对自己的形象进行宣传,同时将各种信息发布在上面,客户可以通过浏览器寻找需要的商品,与别的形式广告相比,网络上的广告成本非常的低,但是顾客能获取的信息量却是非常丰富的。

2. 咨询洽谈

电子商务可以借助网络,进行各种咨询洽谈,这样就能对商品和市场有更多的了解,如果有进一步的需求,可以直接通过视频来进行交流;通过网络进行咨询和洽谈,摆脱了面对面的限制,使得异地交谈的形式更加的多样化。

3. 网上订购

电子商务通过 Web 中的电子邮件或表单交互传输实现网上订购。网上订购不仅方便快捷,而且在价格方面还有一定的折扣。客户的订购信息也会很好的保密。

4. 网上支付

网上支付是完整的电子商务中一个不可缺少的重要环节。网上支付的方式有很多种如信用卡、电子钱包、电子支票和数字现金等。通过网上支付省去了交易中很多费用。但是网上支付也有许多需要注意的地方,尤其需要注意传输的安全性,防止诈骗、窃听和冒用等非法的行为。电子商务在完成网上支付的过程中需要电子金融来支持。需要银行、信用卡公司以及保险公司等相关的金融机构提供相关的网上电子账户管理和操作服务。电子账户的标志是客户的信用卡号和银行账号。电子账户的安全性主要是通过客户认证、数字签名和加密等措施来保证的。

5. 物流服务

尽快将货物送到已付款的客户的手中非常的重要。在电子商务过程中信息流、资金流和商流等一切活动都可以在网上完成。但是,有形的商品是无法直接传递到客户的手中的,所以需要提供物流服务,将商品尽快送到消费者的手中。对于一些无形的商品,如软件、电子读物、信息服务等还是可以直接通过网络进行发送的。

6. 意见咨询

对于一些意见的咨询在电子商务过程中操作起来是非常方便的,可以在网页上设置“选择”“填空”收集客户的意见,从而根据客户意见改善产品和服务,并且可以从中发现新的商业机会。

7. 业务管理

企业的业务管理涉及多个方面,人、财、物都包含其中。需要调节企业与企业之间,企业与消费者之间的关系。因此,只要是商务活动的管理,在电子商务中都有所涉及。

(四)电子商务的作用

在西方许多发达国家都极为重视电子商务,它可将企业的竞争力大大的提高。现代的电子技术和信息手段是电子商务的基础,再利用国际互联网在信息传递和资源共享这些方面的特长,能够很大程度的节约成本,获取信息的速度也非常的快,并且还方便企业的管理。电子商务有着诸多方面的积极作用,具体来说有以下几个方面的表现。

1. 降低企业经济活动成本,提高经济效益

在进行电子商务的过程中所使用的都是现代的通讯技术和信息手段,是社会的流通价款,使企业的经济活动成本直接降低了。单从成本这一点来看,与传统商务模式相比,它就存在着很大的优势,这就决定了电子商务必将取代传统的商务活动方式,并且电子商务还能继续向前发展。

2. 降低信息的获得成本,改善经营环境

一个企业要想获得商业机会,第一步就是要获得商业信息。国际互联网是现代电子商务的基础,网络具有共享性和开放性的特点。企业可以从互联网上获取信息,在很大程度上这些信息不受地区和国界的限制,并且与传统的获取信息的方法相比较,他的成本是非常低的。信息获取的成本降低了从而整个经营成本也会随之降低,使企业的经营环境得到改善。

3. 推动产品创新,带动市场创新

电子商务的创新作用主要表现在两个方面:

(1)对于传统的商业服务和新产品服务在电子商务中已经包含,以网络为基础的商品销售属于传统的商业服务。网络信息服务、网络娱乐、通讯等是新的产品,是基于电子商务的产品创新。

(2)电子商务通过对产品进行创新,从而推动了市场的创新,并且是新型信息崛起起来,成为经济增长中的又一重要力量。

4. 提高管理水平,改善管理环境

电子商务是先将信息数据化,然后再对标准的数据进行传输,能够非常有效的改善管理的环境。从微观上来看,企业内部的网络使企业内部信息的成本共享得以实现。每个部门和负责人员都可以通过网络快速地接收到有关管理的信息,使信息传递变频,从而可以减少中间的管理人员,使管理成本也得到降低,而信息的传递却更加的准确、便捷了。通过国际互联网企业可以使外部信息内化,重要的商务信息可以被管理人员及时的获得,从而加快了决策的速度。

5. 扩大企业影响力,构成企业未来的竞争优势

电子商务本身就具有较高的技术含量,它是一个具有前瞻性的行业。电子商务被哪个企业率先采用,这个企业在你同行之中就树立起了进取的形象,就能够体现出乐于接受新事物、具有创新精神,对于企业建立健康、向

上的形象是非常有利的。因此,电子商务企业能够帮助企业树立领先的形象,在商业伙伴中形成一种良好的印象,为未来的竞争打下基础,并且对于企业的传统商务活动也是非常有好处的。

二、物流在电子商务中的地位和作用

如果说电子商务能成为 21 世纪的商务工具,能像杠杆一样撬动起传统产业和新兴产业的话,那么,在这一过程中,现代物流产业将成为这个杠杆的支点。

随着现代物流在国民经济中重要作用的体现,人们花了差不多一个世纪的时间在摸索挖掘物流这个利润源泉的办法,目前已积累了不少经验。由于电子商务的发展还处于成长期,人们对电子商务中的物流的认识尚处于起步阶段。但有一点可以明确的是,物流在电子商务中具有不可替代的重要地位。它的成功与否直接关系到电子商务的成败,它的实施与运作效率将直接影响网络所带来的经济价值。

物流是电子商务中实现“以顾客为中心”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便捷就等于零。因此,物流是电子商务的重要组成部分。

(一)物流保障生产

是在传统的贸易方式下也好;还是在电子商务模式下也好,商品流通最为根本的就是生产,而生产要想顺利的进行,就需要各类物流活动的支持。可以说生产的整个过程都需要原材料的支持,原材料的采购需要供应物流活动的支持,只有原材料供应到位,生产才可以进行;在生产的各个工艺流程间,原材料、半成品也需要相关的物流活动,这就是人们常说的生产物流,从而保证生产的流动性。同时在生产的工艺流程间,也需要相应的供应物流活动,这就是所谓的回收物流;对于废弃物的处理还需要废弃物物流。由此可见,物流贯穿于生产活动的各个环节。实现物流的合理化与现代化,通过降低费用达到降低成本的目的,优化库存结构,减少资金的积压、缩短生产周期,从而使生产能够高效运行。相反,如果没有现代物流的支持,生产就无法顺利进行。那么电子商务如论如何的好,都是无法开展的。

(二)物流服务于商流

在商流活动的过程之中,商品所有权从供应方转移到需求方的标志是购销合同的签订,但是商品并没有发生位移。在传统交易中,除了非实

物交割的期货交易,一般情况下,只要有商流就一定会相应的物流活动,就是按照需求方的要求将商品转移。而在电子商务的环境之下,消费者在网站上进行购物,商品所有权的交割过程得以完成,这就是人们常说的商流。但是到这个时候电子商务并没有结束,只有商品到了消费者的手中,商务活动才宣告完成。在电子商务交易的整个过程之中,物流出现的形态虽然是服务与商流,但是如果没有现代化的物流,任何的商流活动都是一种形式。

(三)物流是实现“以顾客为中心”理念的根本保证

电子商务的出现,大大地方便了最终的消费者。消费者再也不一定要到实体商店去购物,只需要坐在家中,在 Internet 上搜索、查看、挑选,这样足不出户,就能完成购物过程。但是我们想想,如果在网上完成了商流的环节,但是消费者选购的商品却迟迟未能送到他们的手中,或者说商家送过去的并不是消费者选购的商品,那么消费者还会选择网上购物吗?若是没有现代的物流技术作为支撑,就不存在电子商务给消费者带来的便捷,这样一来消费者就会逐渐的远离电子商务,进而投向他们认为比较安全的传统商务模式,这样电子商务就没有存在的必要了。

通过以上的论述可以知道,在进行电子商务的过程之中,物流是非常重要的组成部分,只有大力发展现代化的物流,才能进一步推动电子商务发展。

综上所述,电子商务物流有这样的作用:它能提高电子商务的效率与效益;使电子商务的目标得以实现;使电子商务的范围更加的扩大,使基于电子商务的供应链集成得以实现;集成了电子商务中的商流、信息流和资金流;支持电子商务的快速发展;使电子商务变成一种非常具有竞争力的商务模式。

三、电子商务对物流的影响

(一)对物流理念的影响

若是将电子商务作为竞争的一种环境,它对物流理念的影响来源于以下几个方面:①这个供应链运营的环境基础就是物流系统中的信息。网络提供了平台,供应是整个环节的主体,电子商务是实现目标的手段,信息环境控制和主导者供应链一体化。②企业的市场竞争将更多地表现为以外联网所代表的企业联盟的竞争。换句话说,网上竞争的直接参与者将逐步减