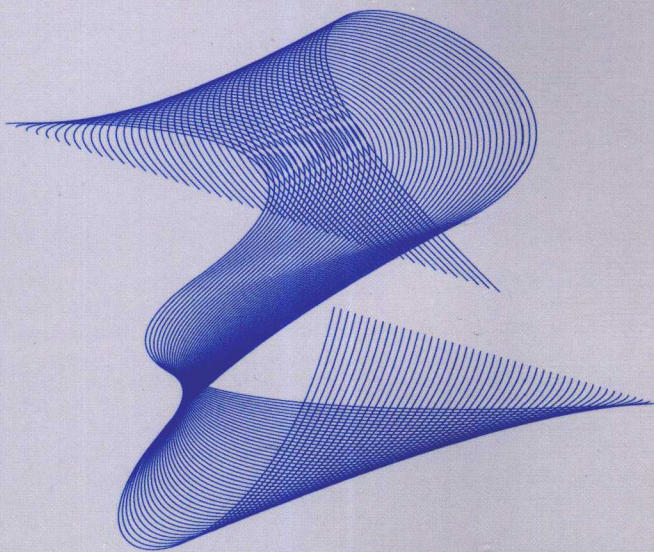




普通高等教育“十一五”国家级规划教材

“信息化与信息社会”系列丛书之
高等学校电子商务专业系列教材

电子商务物流概论



魏修建 主编

桂学文 王新安 副主编



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

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

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

“信息化与信息社会”系列丛书之
高等学校电子商务专业系列教材

电子商务物流概论

魏修建 主 编

桂学文 王新安 副主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书共分为 10 章, 主要阐述了物流的基本功能、电子商务与物流的关系、电子商务物流的特点与内容、电子商务物流网络服务、电子商务物流实体服务、物流信息化与物流信息系统、电子商务物流技术与设备、物流中心、物流模式、电子商务物流服务链、电子商务物流成本与成本管理, 以及电子商务物流管理等内容。

本书既可作为高等学校电子商务专业、物流专业及相关专业的教学用书, 也可作为电子商务与物流理论研究和实际工作者的阅读参考书。

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

电子商务物流概论 / 魏修建主编. —北京: 电子工业出版社, 2009.9

(信息化与信息社会系列丛书)

普通高等教育“十一五”国家级规划教材. 高等学校电子商务专业系列教材

ISBN 978-7-121-09370-8

I. 电… II. 魏… III. 电子商务—物流—高等学校—教材 IV. F713.36 F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 133393 号

策划编辑: 刘宪兰

责任编辑: 吴亚芬

印 刷: 北京东光印刷厂

装 订: 三河市万和装订厂

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: 22 字数: 462.8 千字

印 次: 2009 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 4000 册 定价: 35.00 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 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

“信息化与信息化社会”系列丛书编委会名单

编委会主任	曲维枝					
编委会副主任	周宏仁	张尧学	徐 愈			
编委会委员	何德全	邬贺铨	高新民	高世辑	张复良	刘希俭
	刘小英	李国杰	陈小筑	秦 海	赵小凡	赵泽良
	文宏武	陈国青	李一军	李 琪	冯登国	
编委会秘书	杨春艳	刘宪兰	刘 博	等		

高等学校电子商务专业系列教材编委会名单

专业编委会顾问 (以汉字拼音为序)

柴跃廷	陈 静	高新民	黄 进	李默芳	刘希俭
潘云鹤	宋 玲	王新培	汪应洛	乌家培	周宏仁
周云帆					

专业编委会主任

李 琪

专业编委会 副主任

陈德人 吕廷杰 陈 进

专业编委会 特邀委员

吴 燕 刘 兵 马 云 林漳希 张 晗 范 明

专业编委会委员 (以汉字拼音为序)

邓顺国	兰宜生	李洪心	刘 军	刘业政	刘震宇
孟卫东	彭丽芳	覃 征	宋远方	孙宝文	盛晓白
司林胜	汤兵勇	王学东	王 东	王丽芳	魏修建
谢 康	张 宁	张李义	张宽海	张润彤	

组 织 支 持

教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会

学 术 支 持

中国信息经济学会电子商务专业委员会

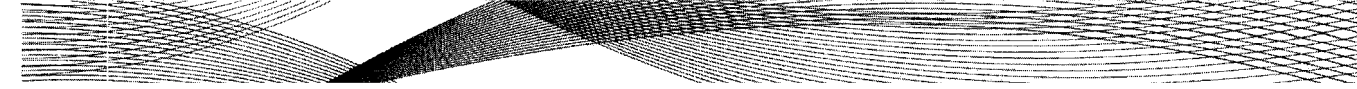
学 术 秘 书

张仙锋 王立华 崔 睿

本 书 主 审

宋 玲





的方式,根据当前高校专业课程设置情况,先开发“信息管理与信息系统”、“电子商务”、“信息安全”三个本科专业高等学校系列教材,随后再根据我国信息化和高等学校相关专业发展的情况陆续开发其他专业和类别的图书。

对于新编的三套系列教材(以下简称系列教材),我们寄予了很大希望,也提出了基本要求,包括信息化的基本概念一定要准确、清晰,既要符合中国国情,又要与国际接轨;教材内容既要符合本科生课程设置的要求,又要紧跟技术发展的前沿,及时地把新技术、新趋势、新成果反映在教材中;教材还必须体现理论与实践的结合,要注意选取具有中国特色的成功案例和信息技术产品的应用实例,突出案例教学,力求生动活泼,达到帮助学生学以致用目的,等等。

为力争出版一批精品教材,“信息化与信息社会”系列丛书编委会采用了多种手段和措施保证系列教材的质量。首先,在确定每本教材的第一作者的过程中引入了竞争机制,通过广泛征集、自我推荐和网上公示等形式,吸收优秀教师、企业人才和知名专家参与写作;其次,将国家信息化专家咨询委员会有关专家纳入到各个专业编委会中,通过召开研讨会和广泛征求意见等多种方式,吸纳国家信息化一线专家、工作者的意见和建议;再次,要求各专业编委会对教材大纲、内容等进行严格的审核,并对每一本教材配有一至两位审稿专家。

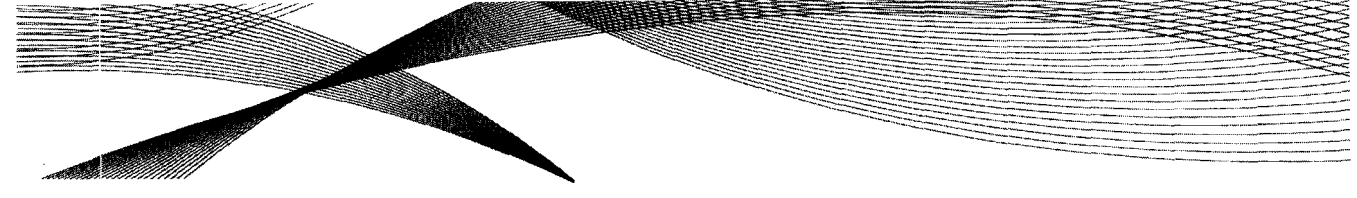
如今,我们很高兴地看到,在教育部和原国务院信息化工作办公室的支持下,通过许多高校教师、专家学者及电子工业出版社的辛勤努力和付出,“信息化与信息社会”系列丛书中的三套系列教材即将陆续和读者见面。

我们衷心期望,系列教材的出版和使用能对我国信息化相应专业领域的教育发展和教学水平的提高有所裨益,对推动我国信息化的人才培养有所贡献。同时,我们也借系列教材开始陆续出版的机会,向所有为系列教材的组织、构思、写作、审核、编辑、出版等做出贡献的专家学者、老师和工作人员表达我们最真诚的谢意!

应该看到,组织高校教师、专家学者、政府官员以及出版部门共同合作,编写尚处于发展动态之中的新兴学科的高等学校教材,还是一个初步的尝试。其中,固然有许多经验可以总结,也难免会出现这样那样的缺点和问题。我们衷心地希望使用系列教材的教师和学生能够不吝赐教,帮助我们不断地提高系列教材的质量。

曲作波

2008年12月15日



序 言

电子商务作为新的先进的生产力,正以其无比强大的生命力推动着人类历史上继农业革命、工业革命之后的商业革命——第三次产业革命。它直接作用于商贸流通,间接作用于生产、科研和创新。

对于工农业生产的原材料采购、产成品销售、企业的市场营销和商业零售业、国际贸易等的经济活动,电子商务正从微观到中观和宏观对企业、行业、区域的经济产生着巨大的影响和作用;对于人民的日常生活消费,电子商务正逐步地、越来越大和越来越深刻地改变着人们的消费观念、消费习惯和消费方式,在为人们带来显著的经济利益的同时带来安逸的精神享受;对于国家和社会,电子商务对社会效率的发挥、资源的优化配置和再利用、再分配发挥着日益强大的作用,当天灾人祸来临时,它能以最快的速度调配资金和物资,在金融风暴和经济危机到来时,它能以电子速度为政府、企业和个人进行有限资源的调集和重组。

伴随以互联网为主的电子信息技术的进一步发展和信息产品(三网合一、3G手机等)的广泛使用,电子商务更呈现出泛在性、虚拟性、个人性、社会性和数据海量性等新特征,电子商务的应用和研究犹如东方日出,其前景充满了朝气和阳光。

显然,加快电子商务的发展已经成为很多国家乃至中国的一项重要政策。这就对中国培养高素质的创新型电子商务人才提出了迫切的要求。到2008年年底,国家教育部已经批准了300多所本科院校和800多所高职高专学校开设电子商务专业;在校学生人数已经达到30多万,每年毕业生人数达到8万多。

但正如与其他新生事物的发展一样,随着网络与电子商务经济理论的研究不断深入,电子商务法规政策的纷纷出台,企业现代化管理水平的不断提高,电子商务创新模式的不断涌现,使得电子商务专业的建设也在变化之中,有关电子商务专业的定义仍在不断充实、完善之中。

2005年,教育部启动的“全国高校电子商务专业人才培养模式研究”项目中对电子商务专业的定义是:电子商务专业是现代经济学、管理学和工学(以信息技术为主)融合形成的综合性、复合型学科,电子商务专业培养的是适应现代社会需要的复合型人才,电子商务专业的建设和发展必须要求得到经济学、管理学和工学等学科的合力支撑。

2008 年,“全国高等学校电子商务本科专业知识体系”(教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会编写)中将中国现阶段电子商务本科专业的培养目标定义为:“面向世界、面向未来、面向现代化”,为国家培养德、智、体、美、劳全面发展的具备现代经济、管理理论和信息技术等多种知识和电子商务综合技能的,能从事网络环境中企业、事业和社会的商贸购销、商务管理或商务技术支持等现代化商务实践、研究和教学等工作的复合型、专门化人才。目前,中国电子商务本科专业的两大基本方向为:电子商务经济管理类方向和电子商务工程类方向。它们分别在经济管理知识与技能体系和信息技术知识与技能体系方面有所侧重。

电子商务专业教育涉及通识教育、综合教育、专业教育三大部分。专业教育按知识层面划分,包括专业基础知识和专业知识两个层次;按教学内容划分,包括课堂教学和实践教学两个方面;从教学计划角度考虑,包括知识体系和课程体系两方面的组织;从学科要求角度考虑,包括知识体系、能力体系和素质体系。

而这种专业教育和相应技术内容最直接地体现在相应教材上。为此,国家信息化专家咨询委员会与教育部电子商务专业教学指导委员会联合组织了本系列教材(高等学校电子商务专业系列教材),以奉献出一批符合国家电子商务发展方向和有利“提高国民信息技术应用能力,造就信息化人才队伍”的优秀教材,充实电子商务教育市场。

本系列教材在内容编排上努力将理论与实际相结合,尽可能反映电子商务的最新发展,以及国际上对电子商务的最新释义;在内容表达上力求由浅入深、通俗易懂;在知识体系划分上严格按照教育部电子商务专业教学指导委员会最新知识体系,具体如下:

知识领域名称	知识领域标记	备 注
电子商务综合	ECG	理论、政策、法规等
电子商务经济	ECE	经济类相关学科
电子商务管理	ECM	管理类相关学科
电子商务技术	ECT	信息技术类相关学科

其编写的内容主要包括:电子商务导论、电子商务管理、电子商务法学教程、电子商务网站建设、网络经济学、网络营销、网络金融、网络财务、电子支付与清算、电子商务物流管理、电子商务系统建设与管理、电子商务安全、电子商务案例分析教程、移动商务、电子政务与商务(侧重政府采购部分)、电子服务及其应用、电子商务项目策划与管理、网上创业、客户关系管理、服务科学概论,共 20 本。其中,电子商务导论(李琪主编),电子商务物流管理(魏修建主编)作为 2008 年“信息化与信息社会”系列丛书编委会重点扶持的教材。

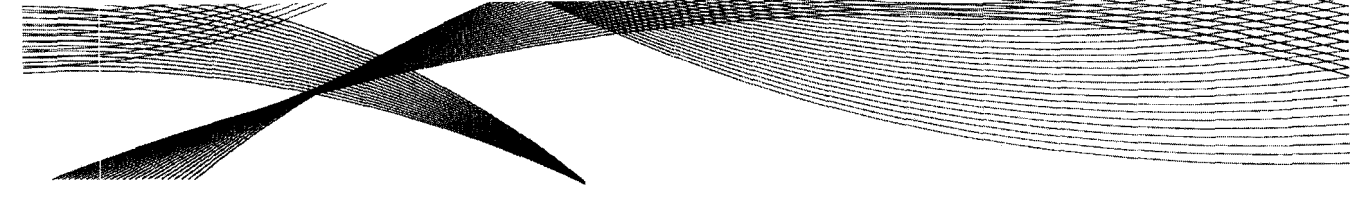
本系列教材突出了“准确把握理论、理论联系实际、优选典型案例、把握发展前沿、启发读者思维、编写科学合理”的特色：对基本概念、基本知识、基本理论给予准确的表述，树立严谨求是的学术作风，注意与国内外的对应及对相关概念、术语的正确理解和表达；从实践到理论，再从理论到实践，把抽象的理论与生动的实践有机地结合起来，使读者在理论与实践的交融中对电子商务有全面和深入的理解和掌握；精选国内外典型案例，支撑相关的理论与实践，使读者能够从具体案例中深入浅出地了解、认识更多的电子商务的应用及其相关问题；对电子商务的理论、研究、技术、实践等多方面的发展状况给出发展前沿和趋势介绍，拓展读者的视野；注意在理论和实践两方面以启发读者学习、专业研究、创新为导向，为读者提供发散思维的空间和精确思考的焦点问题；本系列教材在内容逻辑和形式体例上力求科学、合理，严密和完整，使之系统化和实用化。

自系列教材编写工作启动以来，在国家信息化专家咨询委员会的指导和关怀下，在电子工业出版社与我们的共同努力下，在本系列教材各位主编、副主编和全体参编人员的辛勤劳动下，在各位专家、许多高校教师和研究生及朋友们的关心、帮助下，终于陆续面世了。在此，我们对以上各位领导、专家、老师、同学和朋友们表示最衷心的感谢！

我们深知，虽然我们对本系列教材的组织 and 编写尽了最大努力，但离我们的目标仍然有较大的差距，衷心希望各位读者不吝赐教，使我们能在今后的再版工作中不断改进，使系列教材越编越好！

高等学校电子商务专业系列教材
编委会

2009-6-25



前 言

电子商务物流是指基于 Internet 所进行的物流活动。一方面,它是面向电子商务的物流;另一方面,它又是物流不断发展、升级与优化的结果,是物流的电子商务化。

电子商务物流融物流理论、电子商务理论和现代管理方法为一体,与传统物流相比,它具有信息化、自动化、网络化、智能化和标准化等特点;与电子商务相比,它具有实体性与虚拟性并存、实时性与预测性并存、合作性与竞争性并存、个性化与大众化并存、安全性与开放性并存等特点。这些特点决定了电子商务物流具有高效化、准时化及低成本等优势,促使物流向现代化、社会化、系统化和专业化的方向发展。

电子商务物流服务内容不仅包括物流实体服务,而且也包括物流网络服务及增值服务。物流电子商务网络服务平台与实体服务平台是电子商务物流运行的基本条件,物流信息化与信息系统是电子商务物流运行的基础,合理的商业运作模式、科学的管理方法及先进的技术是电子商务物流运行的保障。

本书是在国家信息办专家委员会与教育部电子商务教学指导委员会指导下,在电子工业出版社的支持下,编写的电子商务专业系列教材之一。

为增加本书的理论性、实用性及可操作性等,便于读者阅读与理解,我们在每章内容之前设置了内容提要、并在每章之后配有小结、习题及相关案例。

参加本书编写的有西安交通大学的魏修建、华中师范大学的桂学文、西北工业大学刘尊、西南财经大学的李忠俊、徐州师范大学的陆德平、西安财经学院的王新安与何娟、厦门理工大学的朱丹。本书由魏修建任主编,并负责全书的统稿,桂学文、王新安任副主编,具体分工如下。

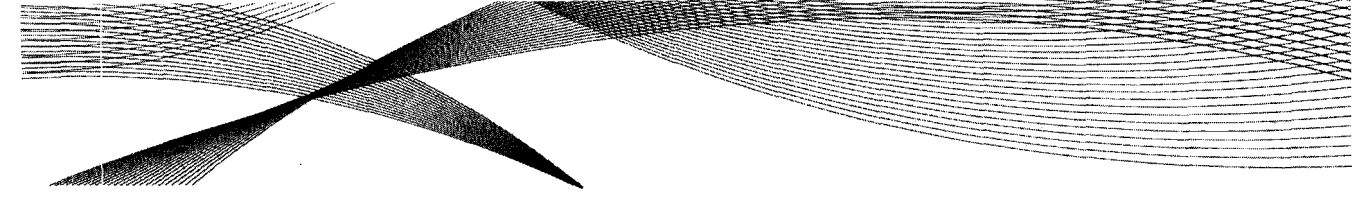
第1、第2、第7章由魏修建负责编写,第3章由陆德平负责编写,第4章由何娟负责编写,第5章由刘尊负责编写,第6章由李忠俊负责编写,第8章由桂学文负责编写,第9章由王新安负责编写,第10章由朱丹负责编写。

在本书出版之际,感谢国家信息办专家委员会与教育部电子商务教学指导委员会各位专家,感谢电子工业出版社,感谢国内外从事电子商务物流的同行。

电子商务物流作为新生事物，正处于探索阶段，加之我们水平有限，书中不足之处，敬请读者和同人批评指正。

编 者

2009 年 3 月



目 录

第 1 章 电子商务物流概述	1
1.1 电子商务概述	2
1.1.1 电子商务的内涵与特点	2
1.1.2 电子商务业务构成	4
1.1.3 电子商务流程	5
1.1.4 电子商务模式	7
1.2 物流概述	8
1.2.1 物流的内涵与基本要素	8
1.2.2 物流的价值与作用	11
1.2.3 物流的分类	14
1.2.4 物流过程	19
1.2.5 物流目标	19
1.3 电子商务物流概述	20
1.3.1 电子商务物流的产生与发展	20
1.3.2 电子商务与物流的关系	21
1.3.3 电子商务物流的内涵与特点	23
1.3.4 电子商务物流内容	27
本章小结	28
习题与讨论	29
本章案例：八挂来网	29
第 2 章 电子商务物流网络服务	31
2.1 电子商务物流网络服务概述	32
2.1.1 电子商务物流网络服务的内涵	32
2.1.2 电子商务物流网络服务的特点	32
2.1.3 电子商务物流网络服务的过程	33
2.2 电子商务物流网络服务的内容	34
2.2.1 电子商务物流信息服务	34

2.2.2 电子商务物流电子认证服务	41
2.2.3 电子商务物流委托服务	46
2.2.4 物流金融服务	48
2.2.5 其他服务	50
2.3 电子商务物流网络服务平台	51
2.3.1 电子商务物流网络服务平台的含义与服务内容	51
2.3.2 电子商务物流网络服务平台的类型	53
2.3.3 电子商务物流网络服务平台的搭建	57
2.3.4 电子商务物流网络服务平台的运营模式	58
本章小结	59
习题与讨论	60
本章案例: 库网天下	60
第3章 电子商务物流实体服务	63
3.1 储存	64
3.1.1 仓库的内涵与功能	64
3.1.2 储存业务流程	66
3.1.3 库存与管理	68
3.2 运输	75
3.2.1 运输的内涵	75
3.2.2 运输方式	76
3.2.3 运输合理化	78
3.2.4 运输线路	79
3.2.5 运输技术	80
3.3 包装、装卸/搬运、流通加工	81
3.3.1 包装	81
3.3.2 装卸/搬运	84
3.3.3 流通加工	86
3.4 物流配送	88
3.4.1 物流配送的特点与作用	88
3.4.2 物流配送的种类	91
3.4.3 物流配送系统	95
本章小结	99
习题与讨论	100

本章案例：刘武和他的宝供	101
第 4 章 物流信息化与物流信息系统	105
4.1 物流信息概述	106
4.1.1 物流信息的内涵与特点	106
4.1.2 物流信息的分类	107
4.2 物流信息化	108
4.2.1 物流信息化的含义与内涵	108
4.2.2 物流信息化的内容	109
4.2.3 物流信息化对物流业的影响	111
4.2.4 物流信息化的实施	111
4.3 物流信息系统	113
4.3.1 物流信息系统的内涵与结构	113
4.3.2 物流信息系统的功能	118
4.3.3 物流信息系统的构成	119
4.3.4 物流信息系统设计	125
本章小结	137
习题与讨论	138
本章案例：沃尔玛利用物流信息系统进行内部控制	138
第 5 章 电子商务物流技术与设备	141
5.1 电子商务物流技术概述	142
5.1.1 电子商务物流技术的含义与构成	142
5.1.2 电子商务物流技术的作用	143
5.1.3 电子商务物流技术的评价与选用标准	144
5.1.4 现代信息技术给物流技术带来的变革	145
5.2 信息技术及在物流中的应用	147
5.2.1 条码技术与应用	147
5.2.2 扫描技术与应用	150
5.2.3 电子数据交换技术与应用	153
5.2.4 RFID 技术与应用	155
5.2.5 GIS 技术与应用	156
5.2.6 GPS 技术与应用	158
5.2.7 计算机网络技术与应用	159

5.2.8 商业智能及其在物流领域中的作用	162
5.3 物流设施与设备管理	163
5.3.1 物流设施与设备的内涵及分类	163
5.3.2 设施与设备管理的基本任务与内容	164
5.3.3 物流设施与设备的管理方法	165
本章小结	167
习题与讨论	168
本章案例	168
案例 1: NIKE 公司——先进物流系统缔造运动商品王国	168
案例 2: 家乐福的无线网络应用	169
第 6 章 物流中心	171
6.1 物流中心概述	172
6.1.1 物流中心的含义	172
6.1.2 现代物流中心的类型	176
6.1.3 现代物流中心的构成	181
6.2 现代物流中心的功能	188
6.2.1 基本功能	188
6.2.2 延伸功能	190
6.3 现代物流中心的布局	191
6.3.1 现代物流中心的设置原则	191
6.3.2 现代物流中心的设置方法	193
6.3.3 现代物流中心的建设途径	198
6.4 物流园区	199
6.4.1 物流园区的内涵	199
6.4.2 物流园区的功能与作用	202
6.4.3 物流园区的一般分类	204
6.4.4 中国物流园区的发展	205
本章小结	207
习题与讨论	208
本章案例: 南京王家湾丁家庄物流基地的建设规划	209
第 7 章 物流模式	213
7.1 物流宏观模式	214

7.1.1	物流宏观模式的内涵	214
7.1.2	物流宏观模式的种类	214
7.1.3	中国物流发展的宏观模式选择	215
7.1.4	现阶段物流发展所面临的主要问题与发展对策	216
7.2	企业物流模式	217
7.2.1	企业物流模式的内涵	217
7.2.2	企业物流模式的类型	217
7.3	第三方物流与客户服务	220
7.3.1	第三方物流的内涵与特点	220
7.3.2	第三方物流服务商	222
7.3.3	第三方物流的发展	224
7.3.4	第三方物流客户服务	227
7.3.5	TPL 的选择策略	230
7.3.6	第三方物流服务商的经营策略	231
7.4	企业物流模式的选择方法	233
7.4.1	定性分析方法	233
7.4.2	定量分析方法	234
7.5	企业物流模式的经济分析	238
7.5.1	物流的资产专用性	238
7.5.2	交易成本与物流管理运作成本	240
7.5.3	服务水平与物流能力	242
7.5.4	人力资源的因素	243
	本章小结	244
	习题与讨论	244
	本章案例	245
	案例 1: 日立物流的 TPL 战略	245
	案例 2: 运用 TPL 降低物流成本	246
第 8 章	电子商务物流服务链	249
8.1	电子商务物流服务链概述	250
8.1.1	电子商务物流服务链的构成和含义	250
8.1.2	电子商务物流服务链的特征	253
8.1.3	电子商务物流服务链的优势	255
8.1.4	电子商务物流服务链的类型	257

8.2 电子商务物流服务链的设计	260
8.2.1 电子商务物流服务链的设计原则	260
8.2.2 电子商务物流服务链的设计流程	261
8.2.3 电子商务物流服务链的评价	264
8.3 电子商务物流服务链管理模式与管理	270
8.3.1 电子商务物流服务链管理模式	270
8.3.2 电子商务物流服务链库存管理	271
8.3.3 电子商务物流服务链运输管理	273
本章小结	275
习题与讨论	275
本章案例：戴尔与供应商结成战略联盟	276
第9章 电子商务物流成本与成本管理	277
9.1 电子商务物流成本的内涵与构成	278
9.1.1 电子商务物流成本的内涵	278
9.1.2 电子商务物流成本的基本构成	280
9.1.3 电子商务物流成本种类	280
9.2 电子商务物流成本管理	284
9.2.1 电子商务物流成本管理的含义和作用	284
9.2.2 影响电子商务物流成本管理的因素	286
9.2.3 电子商务物流成本管理的目标和原则	287
9.2.4 电子商务物流成本管理的内容和方法	288
9.2.5 降低电子商务物流成本的对策措施	292
本章小结	294
习题与讨论	295
本章案例：山东东大化工集团转变思路引进物流管理的做法	295
第10章 电子商务物流管理	299
10.1 电子商务物流管理概述	300
10.1.1 电子商务物流管理的含义	300
10.1.2 电子商务物流管理的特点	300
10.1.3 电子商务物流管理的原则	301
10.1.4 电子商务物流管理的职能	302
10.2 电子商务物流管理的内容	304