



普通高等学校“十四五”规划物流
管理与工程专业数字化精品教材

总主编 ○ 刘志学



电子商务物流

刘 丹 郑宇婷 ○ 主编



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

内 容 提 要

本书密切结合我国电子商务理论和物流体系构建的现实需要,借鉴和吸收国内外相关研究与实践经验,从电子商务和物流的基本概念开始,系统介绍电子商务物流模式、电子商务采购、电子商务仓储与库存管理、电子商务包装与流通加工、电子商务运输与派送管理、跨境电商物流与关境、海外仓建设运营、O2O模式物流体系、电子商务物流质量管理等方面的基本概念、模式和方法、基本技术和管理原则。本书选择一些实用的管理工具和方法,并配有相应的案例分析题和各章思考题,便于读者掌握理论知识和方法。本书另配有多媒体教学课件、各章思考题参考答案、相关视频等供教师使用。

本书的特点是具有新颖性、实践性和完整性,可作为高等院校和高职高专院校电子商务、物流相关专业的选用教材,也可供电子商务物流相关行业、企业从业人员和政府部门管理人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务物流/刘丹,郑宇婷主编. —武汉:华中科技大学出版社,2022.1
ISBN 978-7-5680-7856-6

I. ①电… II. ①刘… ②郑… III. ①电子商务-物流管理-高等学校-教材 IV. ①F713.365.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 267706 号

电子商务物流

刘 丹 郑宇婷 主编

Dianzi Shangwu Wuliu

策划编辑:陈培斌 周晓方

责任编辑:张汇娟 陈培斌

封面设计:原色设计

责任校对:张汇娟

责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

电话:(027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编:430223

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:武汉市籍缘印刷厂

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:20.25 插页:2

字 数:509千字

版 次:2022年1月第1版第1次印刷

定 价:58.00元



华中出版

本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

主编简介



刘丹 博士，福州大学经济与管理学院物流研究院副院长、教授，教育部高等学校物流管理与工程类专业教学指导委员会委员、供应链管理专业工作组副组长，中国物流学会特约研究员，福建省物流协会副会长，福建省交通运输协会

理事及专家委员会主任，福建省电力供应链专业委员会副主任委员。研究方向为物流与供应链管理、平台经济、绩效评价与管理、服务创新等。主持国家社科基金、省社会科学基金项目及政府、企业委托课题40多项。发表论文50多篇，出版专著2本，编著教材1本。福州大学教学名师、优秀教师，多次获教学成果奖、教学优秀奖。



郑宇婷 华中科技大学管理学博士，获博士国家奖学金、中国物流学会青年新锐奖，新加坡南洋理工大学南洋商学院访问学者。现为福州大学经济与管理学院副教授、硕士生导师。研究方向为电子商务、运作管理、物流与供应链管理、评价理论与方法。多篇论文发表于国内外高水平期刊，如《管理科学学报》《中国管理科学》

《Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review》等，所撰写的数个MBA案例入库中国管理案例分享中心。

套书特点

反映物流产业发展诉求

01

02 遵循物流人才培养国家标准

理论案例有机融合

03

04

名家团队匠心打造

- 策划编辑：陈培斌 周晓方
- 责任编辑：张汇娟 陈培斌
- 封面设计：原色设计

总 序

物流业是国民经济和社会发展的基础性、战略性产业。加快发展现代物流业对于促进产业结构调整和提高企业市场竞争力都具有非常重要的作用。进入 21 世纪以来,随着经济全球化的加速推进和信息技术的强力驱动,我国现代物流业发展迅速并呈现出强劲的发展潜力,企业物流管理水平不断提高,物流企业服务能力显著增强,迫切需要大批高素质的物流管理与物流工程专业人才。2014 年国务院发布《物流业发展中长期规划》,指出,“要着力完善物流学科体系和专业人才培养体系,以提高实践能力为重点”,对培养既有理论创新思维又有实践应用能力的应用型本科物流专业人才提出了明确要求。

在教育部《普通高等学校本科专业目录(2012 年)》中,物流管理与工程类专业已上升为管理学学科的一级大类本科专业,不仅为全国高校物流管理与物流工程专业的发展带来了崭新的发展机遇,而且对加速培养社会和企业需要的物流本科专业人才提供了重要的发展平台。据最新统计,我国开办物流管理与工程类本科专业的高等学校已达到 524 所,专业布点数有 570 个,其中物流管理专业点 456 个,物流工程专业点 109 个,在校本科生约 10 万人。可见,我国物流高等教育已进入全方位发展新阶段,亟须全面创新物流管理与工程类本科专业人才培养体系,切实提升物流专业人才培养质量,以更好地满足日益增长的现代物流业发展对物流专业人才的需求。

在本科专业人才培养体系中,教材建设是极其重要的基础工程。在教育部高等学校物流管理与工程类专业教学指导委员会的大力支持下,华中科技大学出版社 2015 年 7 月召开“全国高等院校物流管理与工程类应用型人才‘十三五’规划精品教材”建设研讨会,来自国内二十多所大学的物流专业资深教授和中青年学科带头人就课程体系、教材定位、教学内容、编著团队、编写体例等进行认真研讨,并达成共识,成立由多位物流管理与工程类专业教学指导委员会委员领衔组成的编委会,组织物流领域的专家学者共同编写定位于应用型人才培养的精品教材。

经多次研讨,编委会力求本套规划教材凸显以下特色。

别感谢华中科技大学刘志学教授提出的宝贵意见,以及华中科技大学出版社编辑老师及有关部门的大力支持和帮助。

由于作者水平有限,书中不足之处在所难免,恳请读者不吝指正,以便在今后修订中改正!

作者

2021年10月

目 录

第一章 导论	/ 1
第一节 电子商务概述	/ 2
第二节 物流概述	/ 14
第三节 电子商务与物流的关系	/ 20
第四节 电子商务物流概念与特征	/ 24
第二章 电子商务物流模式	/ 32
第一节 电子商务物流系统概述	/ 33
第二节 电子商务物流运作模式	/ 36
第三节 电子商务物流运作模式的选择	/ 49
第三章 电子商务采购	/ 54
第一节 采购概述	/ 55
第二节 电子商务采购概述	/ 64
第三节 电子商务采购模式	/ 68
第四节 供应商管理	/ 73
第四章 电子商务仓储与库存管理	/ 80
第一节 电子商务仓储管理概述	/ 81

第二节	电子商务仓储规划	/ 92
第三节	电子商务商品储位管理	/ 99
第四节	电子商务商品入库及盘点管理	/ 105
第五节	电子商务商品订单及出货管理	/ 113
第六节	电子商务商品库存管理	/ 121

第五章 电子商务包装与流通加工 / 133

第一节	电子商务包装	/ 134
第二节	电子商务流通加工	/ 146

第六章 电子商务运输与派送管理 / 155

第一节	电子商务快递物流作业流程	/ 156
第二节	电子商务快递运输	/ 164
第三节	电子商务快递派送管理	/ 182
第四节	电子商务逆向物流	/ 203

第七章 跨境电商物流与关境 / 216

第一节	跨境进口物流渠道	/ 217
第二节	跨境出口物流渠道	/ 222
第三节	境外清关及配送	/ 229

第八章 海外仓建设运营 / 237

第一节	海外仓“用户画像”	/ 238
第二节	建设海外运营中心	/ 243
第三节	海外仓储管理	/ 247
第四节	海外仓发展趋势	/ 254

第九章 O2O 模式物流体系 / 256

第一节	O2O 模式	/ 257
第二节	O2O 模式物流体系	/ 262
第三节	O2O 模式物流体系规划与设计	/ 269

第十章 电子商务物流质量管理	/ 279
第一节 电子商务物流质量管理概述	/ 280
第二节 电子商务物流质量管理的基本方法	/ 285
第三节 ISO9000 标准在电子商务物流管理中的应用	/ 300
参考文献	/ 311

第一章 导论

本章导读

了解电子商务的基本概念、电子商务参与主体及基本流程,掌握电子商务业务模式;理解物流的基本概念和现代物流的运作机理,重点掌握物流的主体功能和辅助功能;了解电子商务与物流的关系;理解物流在电子商务中的作用;理解电子商务与物流之间的相互关系;掌握电子商务物流概念与特征,了解电子商务物流的一般流程及主要商业模式。

引言案例

11月11日,2020年天猫双11正在如火如荼地进行中。据悉,2020年天猫双11,超过25万个品牌和500万个商家参与,吸引超过8亿消费者,是史上覆盖面最广、参与度最高的一届。今日凌晨,天猫就实时公布了今年双11狂欢季取得的最新成绩——11月1日0时至11月11日0点30分,2020年天猫双11全球狂欢季的实时成交额突破3723亿元。

2020年天猫双11的成交量再次超过了去年。11月11日零点刚过26秒,天猫双11就迎来了流量新峰值,订单创建峰值达58.3万笔/秒,这一新纪录是2009年第一次双11的1457倍。而从2009年的5200万到2019年的2684亿再到今天的3723亿,飞一般增长的交易额背后,是我国全体居民消费水平的大幅度提高和消费习惯的逐渐转变。

2020年是天猫“双11”的第12年,而今年天猫“双11”最大的变化,当属购物周期的延长。今年几乎各大电商都提前开启了双11的活动,以天猫为首,首次设置11月1日—3日和11月11日两拨售卖期,增加了人们“买买买”的机会。

你以为平台改了规则会有很多人不适应或者旁观不下单吗?并非如此!11月1日“双11”开卖第一天,111分钟就有100个品牌成交过亿;11月1日当天,357个新品牌在细分品



1-1 聚焦2020
“双十一”天
猫“双十一”
总成交额再
创新增长(视
频)

类实现排名第一。在疫情对经济的大幅度消极影响下,人们的购物欲望好像终于找到了发泄之处。

除了购物周期延长外,今年参与双11的品类和品牌较以往更多了。据数据显示,今年有5万个新品牌首次参与天猫“双11”,3000个楼盘、80万套特价房上线;11日0点一过,买车族便开抢49999元的购车补贴;宜家天猫旗舰店今年首次参加“双11”,不仅推出了爆款5折的优惠,还有限时包邮。

线上促销加大马力,线下物流也步履匆匆不敢懈怠。前几天有位网友晒出了自己的物流信息截图:11月1日0时30分支付完尾款,0时31分货就被送到了菜鸟驿站。这史无前例的送货速度让网友调侃“怀疑是邻居发的货”。

为什么今年双11送货如此之快?上海店宝宝电子商务有限公司电商研究院负责人张总表示,消费者端的微小变化,其实都要归功于背后的物流数字化。以菜鸟裹裹为例,通过智能预测,菜鸟把预售订单提前下沉到配送网点和社区,这样就不必累积到用户付款后再配送了,节约了大量时间。

今年的双11是全链路、全要素的数字化。张总希望双11在未来能够持续发展,达成真正气势磅礴的全民狂欢,为我国经济和全体国民创造更广泛的价值。

(资料来源:腾讯网,有改动。)

【思考与分析】

1. 请结合案例思考电商蓬勃发展的原因。
2. 请结合案例思考电商带给人们的变化。

第一节 电子商务概述

一、电子商务的基本概念

电子商务是指以信息技术为手段、以商品交换为中心的商务活动。它是在因特网开放的网络环境下,基于浏览器/服务器应用方式。买卖双方不见面地进行各种商贸活动,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以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

电子商务有狭义和广义之分。狭义的电子商务(E-Commerce)是指利用互联网进行的商务交易;广义的电子商务(E-Business)是指基于互联网等计算机网络之上的、在企业业务流程上用于执行与支持价值链增值的一切活动,包括市场、销售、采购、供应链管理等各类环节。广义的电子商务是一种以计算机网络为载体的商业流程,不仅包括企业内部的流程,也包括企业与企业之间、企业与个人、企业与政府或其他社会组织之间的业务流程。

电子商务的内容包含两个方面,一是电子方式,二是商贸活动。电子商务以数据(包括文本、声音和图像)的电子处理和传输为基础,包含了许多不同的活动(如商品服务的电子贸易、数字内容的在线传输、电子转账、商品拍卖、协作、在线资源利用、消费品营销和售后服务)。它涉及产品(消费品和工业品)和服务(信息服务、财务与法律服务)、传统活动与新活动(虚拟商场)。

电子商务是信息技术飞跃的一个重要结果,其影响不仅限于交易手段和贸易方式上的变化,还将在缩短供应链、降低企业管理成本等方面带来更多的改变,甚至还包括企业业务流程的重组。

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包括电子商情、电子贸易、电子合同等;较高层次的电子商务是指利用互联网能够进行的全部贸易活动,即在网上传信息流、商流、资金流和部分物流完整地实现。也就是说,公司可以从寻找客户开始,一直到洽谈、订货、在线支付、开具电子发票直至电子报关、电子纳税等均通过互联网完成。

二、电子商务参与主体及基本流程

简单说,电子商务就是运用现代信息技术从事的各种商务活动。如果把“现代信息技术”看作一个集合,“商务”看作另一个集合,电子商务所覆盖的范围应当是这两个集合所形成的交集,如图 1-1 所示。之所以有不同的定义,主要在于对“电子”手段和“商务”内容的不同理解,以及如何将两者有机地结合在一起。

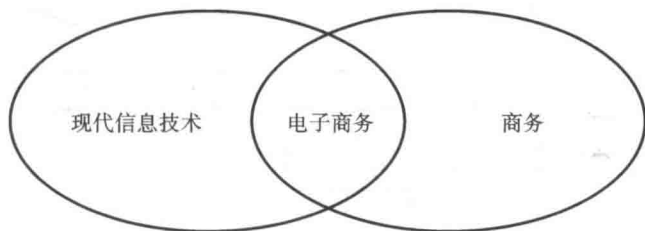


图 1-1 电子商务是“现代信息技术”和“商务”两个集合的交集

狭义的电子商务(Electronic Commerce, EC)是在开放的网络环境下,基于 Browser/Server 的应用方式,实现消费者的网上购物(B2C)、企业之间的网上交易(B2B)和在线电子支付的一种新型的交易方式。而广义的电子商务(Electronic Business, EB)不但包括电子交易,也不仅仅是企业前台的商务电子化,还包括企业内部利用电子手段进行的管理活动。尽管广义的电子商务更全面,但从研究物流的角度出发,本书所涉及的“电子商务”主要指狭义的电子商务,其基本参与主体和流程如图 1-2 和图 1-3 所示。

三、电子商务业务模式

目前,较为一致的电子商务模式是按照电子商务市场交易主体进行分类,亦即 B2C、B2B、C2C、B2G、C2G 电子商务等。本节重点对 B2B、B2C、C2C 进行分析和介绍。

(一) B2B

企业间电子商务(Business to Business, B2B)是指“企业与其上下游企业之间从事的网络商务活动”,即企业之间利用网络和电子化手段进行询价/报价、拟价、谈判、签订合同、订货/接受订货、付款/收款等商务活动的完整过程,如图 1-4 所示。

B2B 电子商务的重要意义在于,可以通过网络将自身的企业内部网与其供应商、客户及

合作伙伴都紧密结合在一起。利用网络信息传播的快捷性,降低整个供应链的交易成本,提高效率。实际上,B2B 电子商务无论在交易额和交易领域上,都比 B2C 更加广泛。

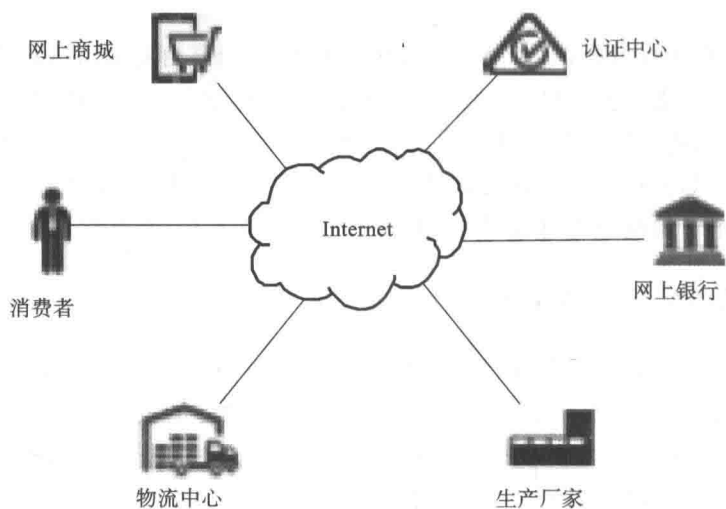


图 1-2 电子商务基本参与主体

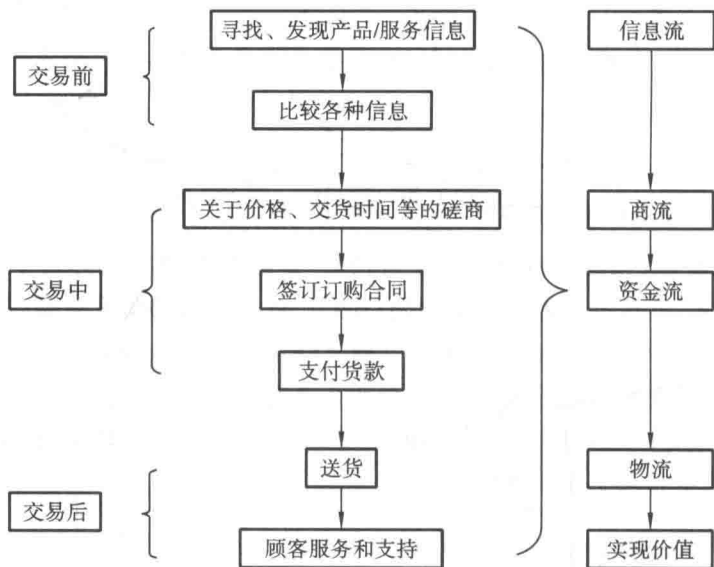


图 1-3 电子商务流程



图 1-4 B2B 电子商务定义模型

对于企业来说,完整的 B2B 流程既包括上游供应商,也包括下游的分销商(零售商)。其目的主要是利用电子信息技术实现企业供应链的一体化管理,最终实现拉动式生产。但由于 B2B 模式相对需要集成的系统较多,信息化建设对企业要求投入较高,因此许多企业会根据自身实际情况仅选择部分实现 B2B 业务,如电子采购或者在线销售。其业务构成模型如图 1-5 所示。

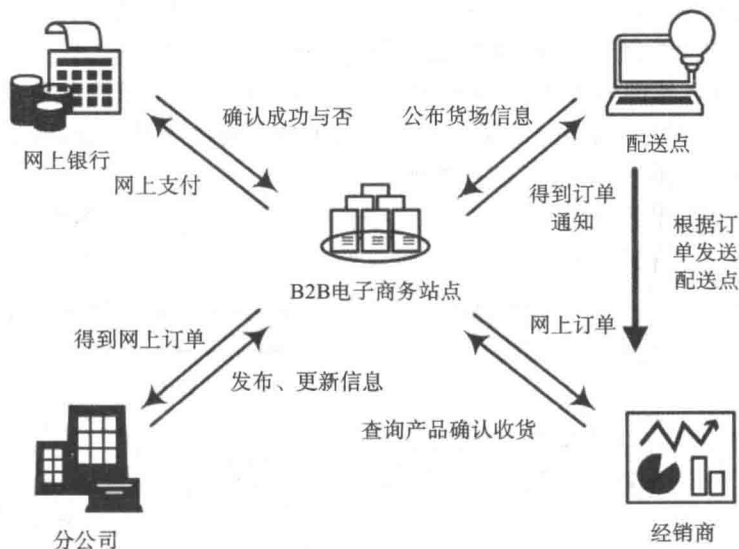


图 1-5 B2B 电子商务业务构成模型

1. 实现形式

与 B2C 相比, B2B 电子商务具有交易额大、交易过程复杂的特点,且一般需要与企业的内部信息管理系统(如 ERP、CRM、SCM)相结合或实现集成,其流程也比较复杂。根据应用企业属性的不同, B2B 电子商务可以分为如下两大类。

1) 以核心企业为中心的供应链整合模式

核心企业利用电子信息技术将自身供应链的上下游企业整合到网上,形成通过网络完成业务流的电子商务模式,这也是 B2B 电子商务的基本模式。随着供应链信息化水平的提高,使企业可以逐渐简化原有供应链上的一些多余的中间环节,以降低供应链交易成本,提高业务运作的效率,从而最终降低整个供应链的总成本。其结构如图 1-6 所示。

这种模式一般需要结合企业内部的信息管理系统,包括 ERP、CRM、SCM 等;因为系统集成复杂程度高,投资相对较大,要求企业的信息化建设程度高,因此一般是大中型企业实施比较多,是基于自身信息管理系统的互联网化,所构建的平台通常称为第二方平台。

以通用汽车为例,其建立了电子商务网站 TradeXchange,并将每年高达 870 亿美元的采购业务完全放到该网站上。现在该网站不仅能满足通用自身的采购业务,其 30000 多家供应商之间也在利用该系统进行交易,专家估计 1% 的交易手续费将为通用汽车带来每年 50 亿美元的额外收入。

2) 以第三方交易平台为中心的产业整合模式

由专业的电子商务企业根据行业特性和市场情况构建起专业的 B2B 电子商务平台。该

平台同样提供包括商品目录、动态定价/在线拍卖、在线支付、物流配送等系列的系统功能，为企业间的采购或销售牵线搭桥，使之成为企业间可以进行便捷交易的大型电子市场。此类第三方 B2B 平台又可根据其用户属性分为两种类型。

(1) 面向同一行业的垂直 B2B 市场(行业型 B2B)。这种平台可分为上游和下游两个方向,利用该类平台,位于上下游的企业之间就能形成贸易关系。如戴尔电脑公司与上游的芯片和主板制造商就是通过这种方式进行合作的;Cisco 与其分销商之间也是通过类似平台进行交易的。我国的上海钢联、中化网等都属于这类平台。

(2) 面向某一区域的 B2B(区域型 B2B)。这种平台将某一区域中各行业的交易集中在一个平台,为区域内的所有企业,或面向该区域的供应商提供交易机会,阿里巴巴、生意宝、中国供应商、慧聪网等平台均属于这一类型。

第三方交易平台是为企业间提供 B2B 电子商务交易服务的平台提供商,其主要的收入来源包括交易费、服务费、会员费、广告费、佣金等。

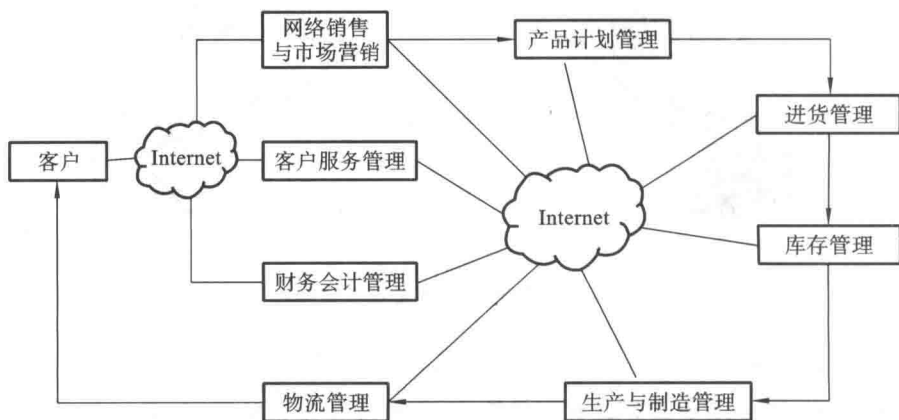


图 1-6 B2B 电子商务供应链整合模式

2. B2B 电子商务的优势

与传统商务活动相比,B2B 电子商务在采购成本、库存成本、周转环节和扩大市场机会四个方面都具有较大优势。

1) 节约采购成本

建立企业间电子商务,需求企业可以通过实施网上自动采购,减少为搜集商品信息、商业谈判、交易管理等业务活动投入的人力、物力和财力;同时,也可以利用 B2B 交易系统整合企业内部需求,实现统一采购,增强议价权,降低采购成本。如沃尔玛将美国的 3000 多家超市通过网络连接在一起,实现集中采购及统一配送,从而取得巨大的成本优势。

2) 降低库存成本

企业通过与上、下游企业建立起 B2B 电子商务系统,从而实现拉动式生产,最大限度地降低库存。如戴尔公司的客户定制模式,使企业可以按订单装配,实现了企业业务流程的高效运转,大大降低了库存成本。

3) 减少周转环节

B2B 电子商务系统的建立,还可以帮助企业实现与合作伙伴的直接交流及交易,减少不

必要的周转环节。如波音公司的零配件是从供应商采购的,而这些零配件很大部分是满足它的顾客航空公司维修飞机时使用。为减少中间的周转环节,波音公司通过建立电子商务网站实现波音公司的供应商与客户之间的直接交流,大大减少了零配件的周转时间。

4) 扩大市场机会

利用电子商务平台,可以帮助企业的潜在客户便捷地了解产品信息及直接交流,最终建立商务关系。可以拓展原来难以通过传统渠道覆盖的市场,增加企业的市场机会。如戴尔公司通过网上直销,有 20% 的新客户来自中小企业,通过与这些企业建立企业间电子商务往来,大大降低了双方的交易费用,增加了中小企业客户网上采购的利益动力。



1-2 典型案例

(二) B2C

企业消费者电子商务(Business to Consumer, B2C)形式一般以网络零售为主。企业依托互联网展开在线销售活动,即企业通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境网上商店,消费者通过网络进行购物、支付并通过物流配送体系最终实现整个交易过程。

B2C 电子商务在实际应用中可分为如下两类:

(1) 企业自建电子商务平台向消费者提供自己的商品和服务,这类平台可称为第二方平台,一般如各大航空公司、酒店等的专属交易网站。品牌企业通常也会建立自己的电子商务网站进行在线销售和技术支持等。企业自建电子商务平台一般都与自身内部的信息管理系统紧密结合,具有较强的个性化特性,平台之间有一定的差异性。代表企业包括京东商城、亚马逊、当当网、聚美优品等。

(2) 由电子商务企业建立的电子商务网站,为各类销售企业提供平台服务。该类电商网站一般提供在线销售、支付、物流等一系列的配套功能,通常称为第三方平台。一般情况下,电子商务平台企业并不介入商品的交易过程,而是提供相应服务,相当于在销售商与消费者之间建立电子交易市场。代表企业有天猫商城、淘宝网、拍拍网等;京东商城也有部分商品为非自营属性,所以也具有第三方电子商务平台属性;提供服务的诸如去哪儿网等在线旅游网站。

下面以第三方平台为例对 B2C 电子商务交易流程进行介绍。

1. 业务流程

B2C 电子商务一般的业务流程如图 1-7 所示,整个流程涉及的主要参与者包括网络交易平台、零售商、消费者、银行(第三方支付平台)和物流服务商等。

1) 网络交易平台

电子商务企业为买卖双方提供平台及交易配套服务,在互联网上建立起电子商务交易环境。网络交易平台负责创建整个业务流程的规则,并严格管理,只有取得各方信任才能确保电子商务交易的顺畅运行。

2) 网络零售商

网络零售商依照交易平台规则向消费者提供相关商品信息,并且根据市场需求动态调整价格,有时还需要与平台商合作推出具有竞争力的产品。

3) 银行/第三方支付平台

一个完整的电子商务交易流程必须包括资金的支付、结算过程,这样才能有效地实现支付手段的电子化和网络化,也才能体现出区别于传统交易模式的快捷性、方便性。在网上商品订单结束后,消费者可以利用网上银行或者第三方支付平台,依照所提供的业务单位完成相关资金的网上支付、清算。网络支付安全是消费者最为看重的一环,这一阶段不仅运行机制复杂,而且对技术、标准、法律、安全等方面都提出了较高要求。

第三方支付是指与银行(通常是多家银行)签约,并具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构负责的电子支付流程。由于第三方支付必须获得由央行颁发的资质许可证才能开展业务,并且是在银行监管下保障交易双方利益的独立机构,因此具有较强的公信力。第三方支付平台是买卖双方交易过程中资金的“中间平台”,在通过第三方支付平台的交易中,买方选购商品后,使用第三方平台提供的账户进行货款支付。

现在网上支付手段已经出现了多样化的趋势,消费者进行在线支付,既可以选择自己开户的网上银行进行在线支付,也可以选择信用卡支付;目前国内消费者更愿意选择通过第三方支付平台进行在线支付。作为网络交易的监督人和主要支付渠道,第三方支付平台提供了更丰富的支付手段和可靠的服务保证,这也是互联网金融产生的基础。目前国内代表性的第三方平台包括支付宝、微信钱包等。

4) 物流服务提供商

在B2C电子商务模式中,除了少数电子商务企业为了提高客户体验、解决“最后一公里”问题,增强自己核心竞争力,采用自建物流以外,大部分B2C电子商务企业更多是与第三方物流公司合作。B2C电子商务企业与物流公司合作,需要建立起自身的自动订货处理和发货流程管理系统,并与物流公司的内部信息管理系统连接起来,物流公司内容信息系统生成的配送信息能自动传送到电子商务平台,从而实现消费者仅需要通过使用平台即可获取详细的商品状态信息,跟踪商品的整个运送过程。

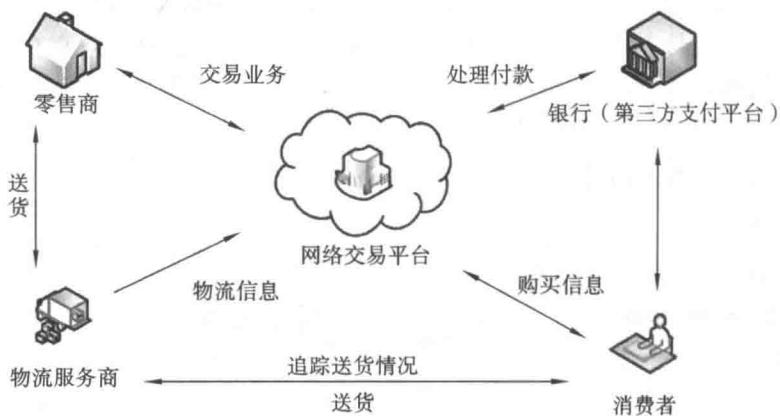


图 1-7 B2C 电子商务业务流程

2. 比较优势

B2C电子商务是依托互联网进行的网上零售模式,也是多种电子商务模式里与普通消费者关联度最高的一种模式。与传统零售相比,具有更方便、快捷、经济等优势。网上商店与传统商店的比较如表 1-1 所示。