

免费提供
精品教学资料包
服务热线: 400-615-1233
www.huatengzy.com

电子商务物流管理

DIANZI SHANGWU WULIU GUANLI

策划编辑: 刘建
责任编辑: 乔雷
封面设计: 刘文东



定价: 45.00元

电子商务物流管理

主编 马朝阳



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

电子商务物流管理

DIANZI SHANGWU WULIU GUANLI

主编 马朝阳



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都

电子商务物流 管理

DIANZI SHANGWU WULIU GUANLI

主 编 马朝阳
副主编 刘圳波
王浩泽



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都

图书在版编目(CIP)数据

电子商务物流管理/马朝阳主编. —成都:西南财经大学出版社, 2021. 10
(2023. 8 重印)

ISBN 978-7-5504-4744-8

I. ①电… II. ①马… III. ①电子商务—物流管理
IV. ①F713. 365. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2020)第 257263 号

电子商务物流管理

主编 马朝阳

策划编辑:刘 建

责任编辑:乔 雷

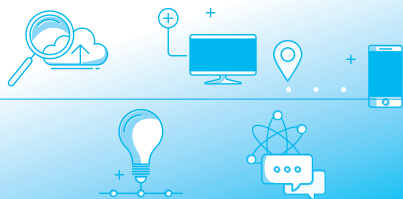
责任校对:余 尧

封面设计:刘文东

责任印制:朱曼丽

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://cbs.swufe.edu.cn
电子邮件	bookcj@swufe.edu.cn
邮政编码	610074
电 话	028-87353785
印 刷	三河市骏杰印刷有限公司
成品尺寸	185mm×260mm
印 张	16.75
字 数	355 千字
版 次	2021 年 10 月第 1 版
印 次	2023 年 8 月第 3 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5504-4744-8
定 价	45.00 元

版权所有,翻印必究。



前言

PREFACE

随着电子商务的迅猛发展，人们的生活方式和购物方式发生了巨大的变化。人们逐渐从以线下购物为主转为以线上购物为主，这也带动了电子商务物流的发展。

物流是实现电子商务的重要环节和基本保证，随着电子商务的逐渐普及，现代物流的重要性越来越为人们所重视。作为一种新兴的商务活动模式，电子商务对传统物流业的发展提出了新的要求。加强对物流的现代化管理，使其适应电子商务发展的需要，已经成为当前一项重要的课题。

为贯彻职业教育国家规划教材建设工作精神，落实习近平新时代中国特色社会主义思想进教材、进课堂，积极培育和践行社会主义核心价值观，体现中华优秀传统文化等立德树人育人战略，推进教材、教法改革服务于人才培养，深化产教融合、校企合作，落实“双元”合作开发教材，及时将产业发展的新技术、新工艺、新规范纳入教材内容，围绕教学改革和“互联网+”职业教育发展等需求，编者编写了本书。

“电子商务物流管理”是一门跨电子商务和物流两个专业领域的综合性、交叉性的新兴学科，是电子商务专业、物流管理专业及相关专业学生掌握电子商务环境下物流相关知识与操作技能的专业课程。本书是编者根据我国职业教育教学的特点，以及职业教育电子商务专业培养目标和课程设置的要求，同时充分考虑了现阶段我国电子商务及物流行业的发展，在认真总结了多年教学经验的基础上编写而成的。

本书推荐学时安排见下表。

模 块	内 容	学 时
1	电子商务物流认知	4
2	电子商务物流模式	6
3	电子商务物流过程	12
4	电子商务物流信息技术	8

续表

模 块	内 容	学 时
5	电子商务采购与供应链管理	4
6	电子商务物流客户服务	4
7	跨境电子商务物流	6
总计		44

本书具有如下一些特点。

(1) **教学内容体系完整。**本书以职业院校毕业生面临的实际问题和电子商务物流企业所需的实际技能为依据,设置了7个模块,并设计了相应的课后实训,形成了理论知识学习与技能训练相结合的内容体系。

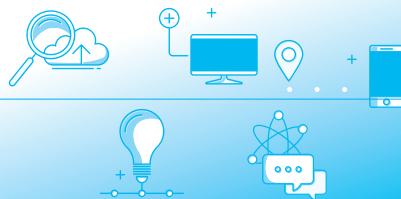
(2) **增加“思政课堂”板块。**本书增加了“思政课堂”板块,将近年来的一些有关我国物流行业的新动态列出,培养学生的创新意识和自我思考能力。

(3) **注重可阅读性。**本书中穿插了大量的“知识链接”“名词释义”栏目,可充分拓展学生的知识面和阅读面,避免了枯燥乏味的文字累积,增强了本书的可阅读性。

本书由长春职业技术学院马朝阳教授任主编,由长春信息技术职业学院隋东旭、长春职业技术学院宋艳苹、长春信息技术职业学院张云青任副主编。由于编者的水平有限,书中难免存在疏漏和不足之处,敬请广大读者批评指正。

编 者

2021年6月



目录

CONTENTS

模块 1 电子商务物流认知 / 1

思政课堂 / 2

1.1 现代物流认知 / 3

1.2 电子商务物流基础知识 / 11

1.3 电子商务物流管理基础知识 / 17

1.4 电子商务环境下的物流发展 / 19

课后实训 调研电子商务企业物流服务的现状 / 23

复习思考题 / 24

模块 2 电子商务物流模式 / 25

思政课堂 / 26

2.1 自营物流 / 27

2.2 第三方物流 / 29

2.3 物流联盟 / 35

2.4 第四方物流 / 38

2.5 新型物流 / 44

课后实训 ×× 自营物流模式调研 / 52

复习思考题 / 53

模块 3 电子商务物流过程 / 55

思政课堂 / 56

3.1 仓储 / 57

3.2 包装 / 75

3.3 流通加工 / 88

3.4 装卸搬运 / 94

3.5 运输 / 107

3.6 分拣和配送 / 120

课后实训 电子商务企业物流管理现状调研 / 135

复习思考题 / 136

模块4 电子商务物流信息技术 / 137

思政课堂 / 138

- 4.1 物流信息技术认知 / 139
- 4.2 条形码技术 / 146
- 4.3 射频识别技术 / 152
- 4.4 电子数据交换技术 / 156
- 4.5 地理信息系统 / 159
- 4.6 全球定位系统 / 164
- 4.7 新型物流信息技术 / 167
- 4.8 物流信息系统的应用 / 170

课后实训 电子地图应用 / 180

复习思考题 / 181

模块5 电子商务采购与供应链管理 / 183

思政课堂 / 184

- 5.1 电子商务采购管理 / 185
- 5.2 电子商务供应链管理 / 190
- 5.3 供应链管理中的牛鞭效应 / 194

课后实训 实施电子商务采购 / 197

复习思考题 / 198

模块6 电子商务物流客户服务 / 199

思政课堂 / 200

- 6.1 物流客户服务基础知识 / 201
- 6.2 物流客户服务管理 / 203
- 6.3 电子商务物流客服规则 / 205
- 6.4 电子商务物流客服问题处理 / 211
- 6.5 电子商务物流售后客服 / 221

课后实训 电子商务物流售后服务策划 / 227

复习思考题 / 228

模块7 跨境电子商务物流 / 229

思政课堂 / 230

- 7.1 跨境电商物流概述 / 231
- 7.2 跨境电商物流模式 / 238
- 7.3 跨境电商物流模式的选择 / 257
- 7.4 跨境电商物流中的风险 / 258

课后实训 计算国际包裹费用 / 260

复习思考题 / 261

参考文献 / 262



模块 1

电子商务物流 认知



知识目标

- (1) 了解物流的基础知识。
- (2) 理解电子商务物流的概念及特点。
- (3) 掌握电子商务物流管理的基础知识。



技能目标

- (1) 能够分析我国物流行业服务电子商务的现状。
- (2) 能够根据现阶段我国电子商务环境下的物流发展状况提出改进措施。

思政课堂

请阅读下列消息：

第四届“全球物流技术大会”在成都召开，顺丰科技作为参展方携带慧眼神瞳、顺丰地图等人工智能产品亮相，引发行业关注。

慧眼神瞳的技术创新和落地实践获得了业内的广泛认可，曾一举斩获 2019 物流技术创新奖。据了解，该奖项的设立主要为表彰物流行业中新装备、新技术的应用在物流技术、产品创新和改善方面所做出的突出贡献，由第三方专业机构在众多申报项目中评审选出。此次获奖凸显业界对顺丰科技在人工智能、计算机视觉领域研发成果的认可。

请根据以上消息，谈谈你对新技术在物流行业中的重要作用的看法，以及物流新技术对于我国物流行业发展会产生怎样的影响，分析这些新技术的应用对于我国在国际上的地位有怎样的提升作用。

1.1 现代物流认知

随着时代的发展,现代经济形态也越来越多样化,因此产生了各种各样的行业。物流作为一种新兴行业正在快速发展,给人们的生活带来了极大的影响。迄今为止,对“物流”的定义,人们还没有一个统一的表述,国内外专家学者从不同的角度对物流进行了定义,它具体涉及运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能。

1.1.1 物流的概念

物流即物的流通。物流由物与流两个基本要素组成,主要研究“物”在运输、仓储、包装、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等方面的内在联系。随着社会经济的快速发展,物流正成为现代社会的新需求。中国物流已迈过起步阶段,正在进入快速成长阶段,现代物流业已经成为我国国民经济发展的主要产业,成为 21 世纪中国快速发展的强劲动力。

《物流术语》(GB/T 18354—2021)将物流定义为:“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有机结合,使物品从供应地向接收地进行实体流动的过程。”

根据上述物流的定义,物流属于物品物质实体的流动;物流是物品从供应地向接收地的实体流动,即只要是符合该条件的实体流动过程都可以看成是物流,而对流动的原因和动力并没有予以明确。同时,该定义表明,物流是一种满足社会需求的经济活动,不属于经济活动的物质实物流动不属于物流的范畴。物流包括空间和时间的移动以及形态性质的变动,因而通过物流活动可以创造物品的空间、时间和形态性质三个方面的效应,而这些是通过物流的运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能的有机结合来实现的。

1.1.2 物流的内涵

- (1) 物流包括流体、载体、流向、流量、流程和流速六大构成要素。
- (2) 物流是一种创造价值的活动。
- (3) 物流是物品有效率、有效益的流动。

物流企业应按照 5R 原则为客户提供优质的物流服务。

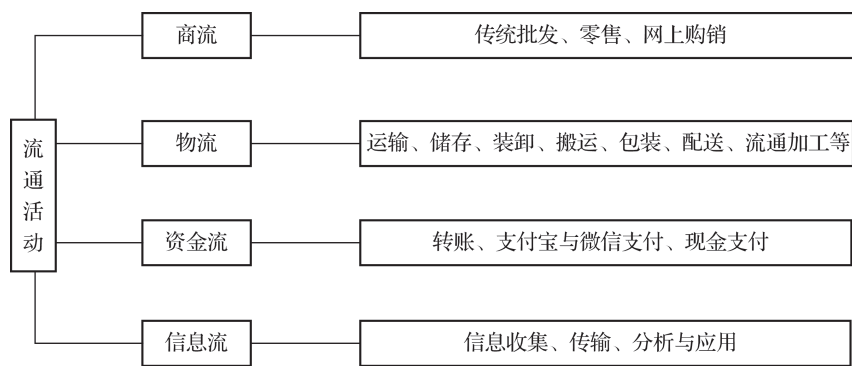
名词释义

5R 原则

5R 原则是指适时 (right time)、适质 (right quality)、适量 (right quantity)、适价 (right price) 和适地 (right place)。

1.1.3 流通与物流

不论是物物交换, 还是以货币为媒介的商品交换, 或者是以商人为媒介的商品交换, 从本质上看都是劳动产品或生产物从生产领域到消费领域的转移, 这种转移称为流通。正是流通将生产和消费之间的社会的、场所的和时间的间隔联系起来。现代流通领域包含四大支柱流, 即商流、物流、资金流、信息流, 如图 1-1 所示。



1. 商流

商流主要表现为物资与其等价物的交换运动和物资所有权的转移运动, 具体包括买卖交易活动及商情信息活动。商流活动可以创造物资的所有权效用。

2. 物流

物流活动是流通活动的一部分, 从属于流通活动。一般而言, 先有商流, 后发生物流, 在商流完成以后再进行物流。

3. 资金流

资金流是指顾客确认购买商品后, 将自己的资金转移到商家账户上的过程, 顾客支付的款项能否安全、及时、方便地到达商家关系到交易的最终成败。

4. 信息流

信息流是指信息处理过程中信息在计算机系统和通信网络中的流动, 信息流的质量、

速度和覆盖范围尤其可以反映企业的生产、销售、管理和决策等方面的水平。

商流是物流的上游，没有上游就没有下游，所以要靠商流带动物流。如果没有物流，商流也无从实现，商流越兴旺，则物流越发达；反之，物流服务滞后也会影响商流的发展。因此，两者之间是相辅相成、相互促进的。

1.1.4 物流的功能

如前所述，物流有运输、储存、装卸、搬运、包装、配送、流通加工和物流信息处理等功能。

1. 运输功能

运输是对物资进行较长距离的空间移动。物流部门通过运输解决物资在生产地点和需要地点之间的空间距离问题，从而创造商品的空间效益，实现其使用价值，以满足社会需要。运输是物流的中心环节之一，是物流最重要的一个功能。运输在经济上的作用是扩大了经济作用范围和在一定的经济范围内促进物价的平均化。随着现代化大生产的发展，社会分工越来越细，产品种类越来越多，无论是原材料的需求，还是产品的输出量，都大幅度地上升，区域之间的物资交换更加频繁，这就促进了运输业的发展和运输能力的提高，所以产业的发展促进了运输技术的革新和运输水平的提高。反之，运输手段的发达也是产业发展的重要支柱。

2. 储存功能

储存在物流系统中起着缓冲、调节和平衡的作用，是物流的另一个中心环节。储存的目的是克服产品生产与消费在时间上的差异，使物资产生时间上的效果。它包括管理、保养、维护等活动。例如，大米一年收获一到两次，必须用仓库进行储存，以保证平时的需要。又如，水果或者鱼虾等水产品丰收时需要在冷藏库里保管，以保证市场的正常需要并防止价格大幅度地起落。因此，产品从生产领域进入消费领域之前，往往要在流通领域停留一定时间，这就形成了商品储存。在生产过程中原材料、燃料、备品备件和半成品也需要在相应的生产环节之间有一定的储备，作为生产环节之间的缓冲，以保证生产的连续进行。

3. 装卸、搬运功能

装卸、搬运是指在同一地域范围内进行的、以改变物的存放状态和空间位置为主要内容和目的的活动，具体包括装上、卸下、移送、拣选、分类、堆垛、入库、出库等活动。装卸、搬运是伴随输送和保管而产生的必要的物流活动，但是与运输产生空间效用和保管产生时间效用不同，它本身不产生任何价值。但这并不能说明装卸、搬运在物流过程中不占有重要的地位。物流的主要环节（如运输和储存等）都是靠装卸、搬运活动联结起来的，物流活动其他各个阶段的转换也要通过装卸、搬运联结起来，由此可见，在物流系统的合理化中装卸和搬运环节占有重要的地位。装卸、搬运不仅发生次数频繁，而且其作业内容

复杂，又是劳动密集型、耗费人力的作业，它所消耗的费用在物流费用中也占有相当大的比例。据统计，俄罗斯经铁路运输的货物少则有六次，多则有几十次装卸、搬运，其费用占运输总费用的 20%~30%。装卸、搬运活动频繁发生，作业繁多，这也是产品损坏的重要原因之一。

4. 包装功能

无论是产品还是材料，在搬运输送以前都要加以某种程度的包装捆扎或被装入适当的容器，以保证产品完好地被运送到消费者手中，所以包装被称为生产的终点，同时也是社会物流的起点。

5. 配送功能

配送是面向城区、区域内的短距离、多频率的商品送达服务。其本质也是物品的位移，但与运输功能相比，又具有自身的基本特点。例如，配送中心到连锁店、用户等的物品搭配及空间位移均可称为配送。

6. 流通加工功能

在流通过程中辅助性的加工活动称为流通加工。流通与加工的概念本属于不同的范畴。加工是改变物质的形状和性质，形成一定产品的活动；流通则是改变物质的空间状态与时间状态。流通加工则是为了弥补生产过程加工不足，更有效地满足用户或本企业的需要，使产需双方更好地衔接，将这些加工活动放在物流过程中完成，成为物流的一个组成部分。流通加工是生产加工在流通领域的延伸，也可以看成流通领域为了更好地服务在职能方面的扩大。

7. 物流信息处理功能

物流活动进行中必要的信息为物流信息。所谓信息，就是指能够反映事物内涵的知识、资料、信息、情报、图像、数据、文件、语言、声音等。信息是事物的内容、形式及其发展变化的反映。因此，物流信息和运输、储存等各环节都有密切的关系，在物流活动中起着神经系统的作用。加强物流信息的研究才能使物流成为一个有机系统，而不是各自孤立地活动。在一些物流技术发达的国家，人们都把物流信息处理工作作为改善物流状况的关键而给予充分的注意。在物流中对各项活动进行计划预测、动态分析时，还要及时提供物流费用、生产情况、市场动态等有关信息。只有及时收集和传输有关信息，才能使物流通畅化、定量化。



知识链接

智慧物流的六大作用

1. 降低物流成本，提高企业利润

智慧物流能大大降低制造业、物流业等行业成本，实打实地提高企业的利润，生产商、批发商、零售商三方通过智慧物流相互协作，信息共享，物流企业便能更节省成

本。其关键技术（如物体标识及标识追踪、无线定位等新型信息技术）的应用能够有效实现物流的智能调度管理，整合物流核心业务流程，加强物流管理的合理化，降低物流消耗，从而降低物流成本，减少流通费用、增加利润。

2. 加速物流产业的发展，成为物流业的信息技术支持

智慧物流的建设将加速当地物流产业的发展，集仓储、运输、配送、信息服务等多功能于一体，打破行业限制，协调部门利益，实现集约化高效经营，优化社会物流资源配置。同时，将物流企业整合到一起，将过去分散于多处的物流资源进行集中处理，发挥整体优势和规模优势，实现传统物流企业的现代化、专业化和互补性。此外，这些企业还可以共享基础设施、配套服务和信息，降低运营成本和费用支出，获得规模效益。

3. 为企业生产、采购和销售系统的智能融合打下基础

随着射频识别（radio frequency identification, RFID）技术与传感器网络的普及，物与物的互联互通将给企业的物流系统、生产系统、采购系统与销售系统的智能融合打下基础，而网络的融合必将产生智慧生产与智慧供应链的融合，将企业物流完全智慧地融入企业经营中，从而打破工序、流程界限，打造智慧企业。

4. 使消费者节约成本，轻松、放心购物

智慧物流通过提供货物源头自助查询和跟踪等多种服务，尤其是对食品类货物的源头查询，能够让消费者买得放心，吃得放心，在增加消费者的购买信心的同时促进消费，最终对整体市场产生良性影响。

5. 提高政府部门工作效率，助力政治体制改革

智慧物流可全方位、全程监管食品的生产、运输、销售，大大减轻相关政府部门的工作压力，使监管更彻底、更透明。通过计算机和网络的应用，政府部门的工作效率将大大提高，有助于我国政治体制的改革，精简政府机构，裁汰冗员，从而削减政府开支。

6. 促进当地经济进一步发展，提升综合竞争力

智慧物流集多种服务功能于一体，体现了现代经济运作特点的需求，即强调信息流与物质流快速、高效、通畅地运转，从而降低社会成本，提高生产效率，整合社会资源。

资料来源：http://www.zhongchaowl.com/news/information_42.shtml，有改动。

1.1.5 物流的分类

社会经济领域中物流活动无处不在，许多领域都存在具有其自身特点的物流活动，虽然物流基本要素是共同的，但是因为物流对象不同，物流目的不同，物流范围、范畴不同，所以形成了不同类型的物流。

1. 按活动范围分类

按活动范围,物流可以分为宏观物流和微观物流两种。

(1) 宏观物流。宏观物流是指社会再生产总体的物流活动,是从社会再生产总体角度认识和研究的物流活动。宏观物流活动的参与者是构成社会总体的大产业、大集团,宏观物流也就是研究社会再生产总体物流,是研究产业或集团的物流活动和物流行为。

还可以从空间范畴来理解宏观物流,在很大空间范畴内的物流活动往往带有宏观性,在很小空间范畴内的物流活动则往往带有微观性。宏观物流也指物流全体,从总体看物流,而不是从物流的某一构成环节来看物流。因此,在人们常提出的物流活动中,社会物流、国民经济物流、国际物流应属于宏观物流。宏观物流研究的主要特点是综观性和全局性。宏观物流的主要研究内容是物流总体构成、物流与社会的关系、物流在社会中的地位、物流与经济发展的关系、社会物流系统和国际物流系统的建立和运作等。



名词释义

国际物流

国际物流又称全球物流,是指生产和消费分别在两个或两个以上的国家独立进行时,为克服生产和消费之间的空间距离和时间距离,对物资进行物理性移动的一项国际商品交易或交流活动,从而完成国际商品交易的最终目的,即实现卖方交付单证、货物和收取货款,而买方接收单证、支付货款和收取货物的贸易对流条件。

(2) 微观物流。消费者、生产企业所从事的实际的、具体的物流活动属于微观物流。在整个物流活动中的某个局部、某个环节的具体物流活动也属于微观物流。在一个小地域空间内发生的具体的物流活动也属于微观物流。针对某种具体产品所进行的物流活动也是微观物流。企业物流、生产物流、供应物流、销售物流、回收物流、废弃物物流、生活物流等人们经常涉及的物流活动皆属于微观物流。微观物流研究的特点是具体性和局部性。由此可见,微观物流是更贴近具体企业的物流,其研究领域十分广泛。

2. 按性质分类

按性质,物流可以分为社会物流和企业物流两种。

(1) 社会物流。社会物流是指超越一家一户的以整个社会为范畴,以面向社会为目的的物流。这种社会性很强的物流往往是由专门的物流承担人承担的。社会物流的范畴是社会经济的大领域。社会物流研究的是再生产过程中随之发生的物流活动,研究国民经济中的物流活动,研究如何服务于社会、面向社会又在社会环境中运行的物流,研究社会中的物流体系结构和运行,因此带有综合性和广泛性。



(2) 企业物流。企业物流是从企业角度研究与其有关的物流活动，是具体的、微观的物流活动的典型领域。企业物流又可以划分为以下具体的物流活动。

①企业生产物流。企业生产物流是指企业在生产工艺中的物流活动。这种物流活动是与整个生产工艺过程相伴的，实际上已构成了生产工艺过程的一部分。企业生产过程的物流大体为：原材料、零部件、燃料等辅助材料从企业仓库或企业的“门口”开始，进入生产线的开始端，再进一步随生产加工过程各环节运动；在运动过程中，原料等被加工，同时产生一些废料、余料，直到生产加工终结，再流至生产成品仓库，便终结了企业生产的物流过程。

②企业供应物流。企业供应物流是指企业为保证本身生产的节奏，不断组织原材料、零部件、燃料等辅助材料供应的物流活动。这种物流活动对企业生产的正常、高效运行起着重要的作用。企业供应物流不仅可以保证企业供应的目标，而且还能以最低的成本、最少的消耗、最大的保证来组织企业供应物流活动。

③企业销售物流。企业销售物流是企业为保证本身的经营效益，不断伴随销售活动，将产品所有权转给用户的物流活动。在现代社会中，市场是一个完全的买方市场。因此，销售物流活动便带有极强的服务性，以满足买方的需求，最终实现销售。在这种市场前提下，销售往往以送达用户并经过售后服务才算终止。因此，销售物流的空间范围很大，这便是销售物流的难度所在。在这种前提下，企业销售物流的特点便是通过包装、配送等一系列物流实现销售，这就需要研究送货方式、包装水平、运输路线等，并采取少批量、多批次、定时、定量配送等特殊的物流方式达到目的。因此，企业销售物流的研究领域是很广泛的。

④企业回收物流。不合格物品的返修、退货以及周转使用的包装容器从需方返回到供方所形成的物品实体流动称为企业回收物流。在企业回收物流中，不合格物品的返修、退货占了很大的比例，如处理不当，会影响企业的声誉及运营成本。

⑤企业废弃物流。将经济活动中失去原有使用价值的物品，根据实际需要进行收集、分类、加工、包装、搬运、储存等，并分送到专门处理场所时所形成的物品实体流动，称为企业废弃物流。降低废弃物流，需要实现资源的再使用（回收处理后再使用）、再利用（处理后转化为新的原材料使用），为此应建立一个包括生产、流通、消费的废弃物回收利用系统。要达到上述目标，企业就不能只考虑自身的物流效率化，而是需要从整个产供销供应链的视角来组织物流活动。

3. 按物流活动的空间分类

按物流活动的空间，物流可以分为国际物流、国家物流和地区物流三类。

(1) 国际物流。国际物流是不同国家之间的物流，是国家间贸易的一个必然组成部分，各国之间的相互贸易最终要通过国际物流来实现。国际物流是现代物流系统中重要的

物流领域，也是一种新的物流形态。

(2) 国家物流。国家物流是指一个国家内部进行的物流活动。国家物流活动以国家的国界为范围，主要是保证国内商品的流通，促进本国流通业的发展。

(3) 地区物流。地区物流是指某一地区内的物流活动。对地区物流可以按行政区域进行划分，如华北地区、华东地区等；也可以按经济区域进行划分，如京津冀地区、苏浙沪地区等；还可以按地理位置进行划分，如珠江三角洲地区、长江三角洲地区等。

1.1.6 物流与快递的区别

快递是兼有邮递功能的门对门物流活动，即快递公司通过火车、汽车和飞机等交通工具对客户货物进行快速投递。除了较快地送达目的地及必须签收外，现时很多快递公司均提供邮件追踪功能、送递时间的承诺及其他按客户需要的服务。因此，快递的收费比一般邮递高出许多。快递的特点是点到点，快速方便。快递一般基于小件货物或单件货物比较多，而且提供上门取货或者送货上门服务。



知识链接

物流 ≠ 快递

快递与物流是现代社会常被提起的名词，都是将货物从一个地方运送到另外一个地方。很多人都把快递公司称为物流公司，特别是随着近年来电子商务（电商）的迅猛发展，在很多人眼中，谈到物流公司人们对应地就想起快递公司，但实际上物流不等于快递。从概念上讲，快递应该是物流的一个分支，物流的概念更广泛。

资料来源：覃波. 电子商务物流管理 [M]. 北京：北京邮电大学出版社，2017，有改动。

物流与快递虽然都是将货物从一个地方运送到另外一个地方，但实际上快递公司和物流公司经营的业务完全不同，具体如下。

(1) 服务对象不同。快递公司主要为个人服务，而物流公司主要为企业服务。例如，网上购物中要将一份特产从湖南省发货到四川省，那么需要找的是快递公司；如果公司要将一车货物从深圳运到北京，那么需要联系的是物流公司，而不是一般的快递公司。

(2) 适运范围不同。快递公司运送的商品有基本的要求，单件重量不能超过 50 千克，一般是 2 千克以下的小包，如衣服、水果、生活用品及电子产品等；标杆类货物的单件长度不得超出 180 厘米，板类货物长宽相加不得超出 150 厘米。物流公司主要运送大型货物，如大型机械、大件设备、数目多的产品。

(3) 运输价格不同。相比较而言，快递费用较贵些，物流费用较便宜些。这是由两种

不同的服务内容决定的。快递运送的货物不仅涵盖了干线运输，还涉及支线运输与终端配送，并且有时间上的限制，因此服务价格较高。

（4）服务方式不同。快递公司在全国有很多的服务网点，每个省、市、县甚至每个乡都有网点；而物流公司一般仅在比较大的地区设点。快递的服务方式一般是送货上门，而物流不直接将货物送上门，通常是将货物运送到目的地后，由客户自提。

（5）到货时间不同。国家邮政局发布的邮政行业标准《快递服务》（YZ/T 0128—2007）对快递服务时限有明确的规定，即同城快递服务时限不得超过 24 小时，国内异地快递服务时限不得超过 72 小时。而物流一般需要等到货物达到一定的量后才开始运送。

1.2 电子商务物流基础知识

物流行业如何满足电子商务的需求，是摆在每个电商从业者面前不得不认真思考的问题。电子商务的发展为物流创造了巨大的市场，同时，物流业的发展和服务水平的提升可以进一步促进电子商务的健康发展。

1.2.1 电子商务物流的概念

电子商务物流是指为电子商务提供运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、代收货款、信息处理、退换货等服务的活动。

电子商务物流是基于计算机技术、互联网技术、电子商务技术和信息技术下的物品或服务进行的物流活动，包括软体商品（或服务）的网络传送和实体商品（或服务）的物理传送。

电子商务物流活动的优势如下。

- （1）通过网络，物流公司更易被货主找到，并能够在全国乃至世界范围内拓展业务。
- （2）货主能够更加方便、快捷地找到最合适的物流公司。
- （3）在互联网上搭建一个平台，方便需要物流服务的货主与提供物流服务的物流公司高效达成交易。

电子商务物流就是在电子商务环境下依靠信息技术所进行的物流（活动）。电子商务物流的目标是通过运用现代科学技术，在电子商务条件下，实现物流的高效化和低成本化，促进物流产业的升级以及电子商务和国民经济的发展。电子商务物流的本质是实现物流的信息化和现代化。

1.2.2 电子商务与物流的关系

电子商务是指利用计算机技术、网络技术和远程通信技术,实现整个商务(买卖)过程中的电子化、数字化和网络化。从电子商务和物流的内涵来看,电子商务和物流是相互包含的关系,你中有我,我中有你,既有区别也有联系。图 1-2 所示为电子商务与物流关系图示。

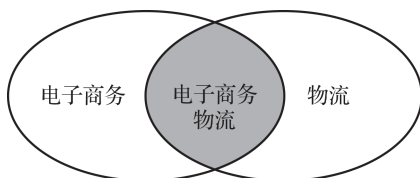


图 1-2 电子商务与物流关系图示

电子商务中有四个基本的流向,即商流、物流、资金流和信息流。物流作为电子商务“四流”中的一环,是电子商务商品和服务的最终体现。电子商务的基本流程如图 1-3 所示。

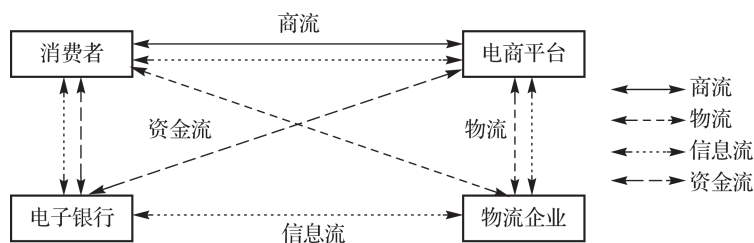


图 1-3 电子商务的基本流程

在电子商务“四流”中,商流、信息流和资金流都可以通过计算机系统和网络通信设备来完成,物流是其中最为特殊的一种,只有少数商品可以通过网络传输的方式来完成,如软件、电子图书和信息咨询服务等,大部分的商品和服务需要通过物理方式,完成从商家到消费者的转移,这一过程是电子商务行为最终完成的重要标志,在时间、质量、可靠和精准等方面对电子商务造成影响。

思考: 在一个普通的网购过程中,商品从网店到客户手中,店主会有收钱、发货等环节,还有一个环节看不见,但是很重要,如图 1-4 所示,请问该环节是什么。

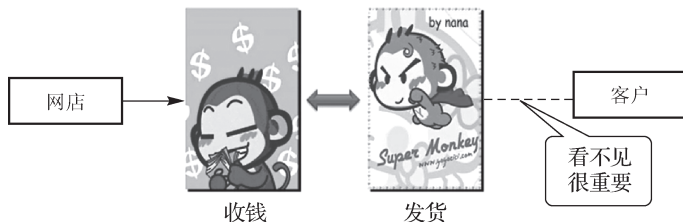


图 1-4 网购基本环节图示

1. 电子商务对物流的影响

在电子商务的应用与发展过程中,人们发现,因为没有有一个高效、合理、畅通的物流系统,所以电子商务优势难以得到有效的发挥,但随着电子商务环境的改善,电子商务也正在使传统的物流发生变化。电子商务对物流的影响主要表现在以下三个方面。

- (1) 电子商务的快速发展促进了物流的发展。
- (2) 电子商务改变了物流的管理方式。
- (3) 电子商务改善了物流设施与设备。

2. 物流对电子商务的影响

相比传统渠道,方便、快捷、丰富、低价是电子商务的显著特点,并且电子商务更注重消费者的购物体验,而物流是提升电子商务购物体验的基本保障。目前,我国物流对电子商务的影响体现在以下两个方面。

(1) 物流是电子商务的重要基石。基本上,绝大多数的电子商务的购销行为最终需要在物流的支撑下完成,并且物流作业过程中的速度、可靠性和安全性直接影响消费者对于电子商务模式的认可与接受程度。以某服饰品牌为例,网购平台中该品牌旗舰店半年的动态评分如图 1-5 所示,另一网购平台中该品牌旗舰店的综合评分如图 1-6 所示。



图 1-5 网购平台中某品牌旗舰店半年的动态评分

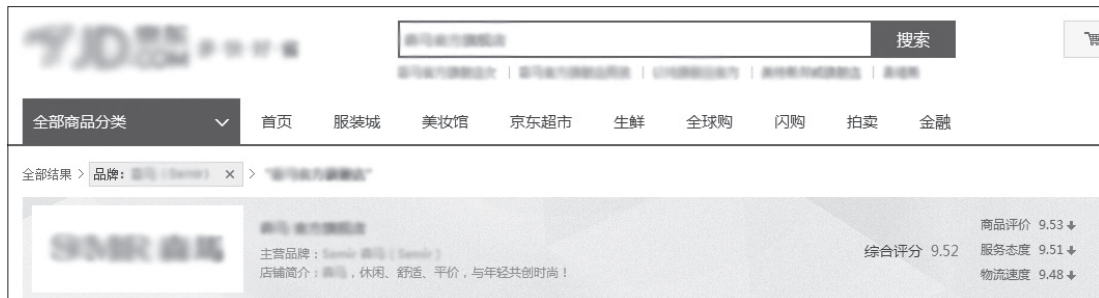


图 1-6 另一网购平台中该品牌旗舰店的综合评分

在图 1-5 中，网购平台对于店铺的评分主要体现在三个方面，即商品描述、服务态度和物流服务的质量，任意一方面的评分都将直接影响该品牌旗舰店在网购平台上的总体评分，这种评分将在销售环节体现。在图 1-6 中，另一网购平台对于店铺的评分也体现在三个方面，即商品评价、服务态度和物流速度。无论是物流质量还是物流速度，都是物流作业过程的一种直观描述。因此，物流作为主要的评分指标，已经与电子商务紧密地联系在一起，物流已成为电子商务发展的基石。可以说，在互联网时代，物流服务水平高的电子商务平台规模和影响力不一定大，但是物流服务水平低的电子商务平台规模和影响力一定不大。



知识链接

电子商务的“四流”

商流、物流、资金流和信息流是流通过程中的四大相关部分，“四流”构成了一个完整的流通过程。

(1) 商流是一种买卖或者是一种交易活动过程，就是确定谁与谁做生意，通过商流活动发生商品所有权的转移。

(2) 物流就是货物的流动方向。

(3) 资金流就是货款由谁交给谁的流向，一般同商流是一致的。

(4) 信息流就是货物贸易中相关信息如何传达的问题，没有固定的格式，只要能够将消息传达到相关方即可。

商流是物流、资金流和信息流的起点，也可以说是后“三流”的前提，一般情况下，没有商流就不太可能发生物流、资金流和信息流。反之，没有物流、资金流和信息流的匹配和支撑，商流也不可能达到目的。“四流”之间有时互为因果关系。

资料来源：<http://www.cnitpm.com/pm/13436.html>，有改动。

(2) 物流是电子商务的瓶颈。随着互联网通信技术的快速发展，计算机、笔记本、手机、平板电脑等基础硬件设备的不断升级，物联网技术、可视技术和大数据分析等技术的

成熟和应用,电子商务的“四流”中商流、资金流和信息流的传递和处理能够跟上电子商务快速发展的步伐,同时也在侧面进一步推动电子商务的发展。但是物流不同,目前物流仍然是我国电子商务的瓶颈和短板。现代物流在我国的发展历程较短,很多物流企业是由传统储运企业转型而来的,在基础设施设备、软硬件条件以及管理理念上与电子商务追求的速度、服务以及低成本有差距。

一方面,互联网无法解决物流问题,在这种情况下,未来的流通时间和流通成本绝大部分被物流所占有,然而物流的特殊性就决定其无法像解决商流问题一样依靠互联网来解决物流问题。以互联网为平台的网络经济可以改造和优化物流,但是不可能从根本上解决物流问题。物流问题的解决,尤其是物流平台的构筑,需要进行大规模的基础设施建设。

另一方面,我国物流行业发展相对滞后。与电子商务的发展相比,即便是发达国家的物流,其发展速度也难以与电子商务的发展速度并驾齐驱。在我国,物流更是经济领域的落后部分,虽然电子商务的出现带领和促进了一批物流企业的快速发展,但从整体上看,快递行业的规章制度需要完善,物流从业人员的综合素质仍需提高,机械化、自动化和智能化等物流信息技术还需要进一步推广应用。因此,物流仍然是电子商务的瓶颈。

综上所述,电子商务的发展带动了物流的快速发展,物流服务水平提高又为电子商务的进一步发展提供了有力保障,电子商务和物流相互促进、共同发展。

1.2.3 电子商务物流的特点

与传统物流相比,电子商务物流具有以下一些特点。

1. 信息化

在电子商务时代,信息化是物流的基础,没有物流的信息化,任何先进的技术设备都不可能应用于物流领域。物流信息化表现为物流信息的商品化、物流信息收集的数据库化和代码化、物流信息处理的电子化和计算机化、物流信息传递的标准化和实时化、物流信息存储的数字化等。因此,条码(bar code)、数据库(database)、电子订货系统(electronic ordering system, EOS)、电子数据交换(electronic data interchange, EDI)、快速反应(quick response, QR)、有效客户反应(effective customer response, ECR)、企业资源计划(enterprise resource planning, ERP)等与信息化息息相关的技术被广泛应用于电子商务物流,彻底改变了传统物流业的面貌。

2. 自动化

自动化的基础是信息化,自动化的核心是机电一体化,自动化的外在表现是无人化。物流自动化可以扩大物流的作业能力、提高劳动生产率、减少物流作业的差错。物流自动化设施非常多,如条码自动识别系统、自动分拣系统、自动存取系统、自动导向车、货物自动跟踪系统等。

名词释义

电子订货系统

电子订货系统是企业利用通信网络（增值网或互联网）和终端设备以在线连接的方式处理从订货到接单各种信息的计算机系统，能及时 / 准确地处理订单，以及从新产品资料说明直到会计结算等商品交易过程中的所有作业。按应用范围，电子订货系统可分为企业内的 EOS（如连锁经营企业的各分店与总部之间的 EOS）、零售商与批发商之间的 EOS，以及零售商、批发商与生产商之间的 EOS 等。

快速反应

快速反应是指在物流管理中对消费者需求做出快速反应的供应链管理方法，是从美国纺织服装业中发展起来的。快速反应是指在供应链中为实现共同目标，零售商和制造商建立战略伙伴关系，利用 EDI 等信息技术进行销售时点的信息、订货信息等交换，用高频率、小数量的配送方式连续补充商品，以缩短交货周期、减少库存、提高客户服务水平，对消费者需求做出快速反应，从而最大限度地提高供应链的管理、运作效率。

有效客户反应

有效客户反应是由生产厂家、批发商和零售商等供应链节点企业相互协调和合作，以更低的成本满足消费者需要为目的的供应链管理系统。

企业资源计划

所谓企业资源计划，是指建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台。ERP 系统集成信息技术与先进的管理思想于一体，成为现代企业的运行模式，反映时代对企业合理调配资源、最大化地创造社会财富的要求，成为企业在信息时代生存、发展的基石。

3. 网络化

物流信息化的高层次应用首先表现为网络化。这里的网络化有如下两层含义。

（1）物流配送系统的计算机通信网络，包括物流配送中心与供应商或制造商的联系要通过计算机网络。另外，与上游供应商和下游顾客之间的联系也要通过计算机网络，如物流配送中心向供应商提出订单这一过程就可以通过计算机通信、EOS 和 EDI 来自动实现，物流配送中心通过计算机网络收集下游客户订货的过程也可以自动完成。

（2）组织的网络化，即所谓的企业内部网。例如，我国台湾地区的计算机业在 20 世纪 90 年代创造出了“全球运筹式产销模式”，这种模式的基本思想是按照客户订单组织生产，生产采取分散形式，即将全世界的计算机资源都利用起来，采取外包的形式将一台计算机的所有零部件、元器件、芯片承包给世界各地的制造商进行生产，然后通过全球的物

流网络将这些零部件、元器件和芯片发往同一个物流配送中心进行组装，最后由该物流配送中心将组装好的计算机迅速发给客户。这一过程需要有高效的物流网络支持。

4. 智能化

智能化是物流自动化、信息化的一种高层次应用。物流作业过程中大量的运筹和决策，如库存水平的确定、运输（搬运）路线的选择、自动导向车的运行轨迹和作业控制、自动分拣机的运行、物流配送中心经营管理的决策支持等问题都必须借助专家系统、人工智能和机器人等相关的智能技术加以解决。



名词释义

专家系统

专家系统是一个智能计算机程序系统，其内部含有大量的某个领域专家水平的知识与经验，能够利用人类专家的知识和解决问题的方法来处理该领域内的问题。

5. 柔性化

柔性化本来是为了实现“以顾客为中心”的理念而首先在生产领域被提出的。柔性化的物流正是适应生产、流通与消费的需求而发展起来的新型物流模式，要求物流配送中心根据现代消费需求多品种、小批量、多批次、短周期的特点灵活地组织和实施物流作业。在电子商务时代，物流发展到集约化阶段，一体化配送中心已不仅仅是提供仓储和运输服务，还必须开展配货、配送和各种提供附加值的流通服务项目，甚至还要根据客户的需要提供其他服务。

1.3 电子商务物流管理基础知识

1.3.1 电子商务物流管理的概念

电子商务物流管理是指在社会再生产过程中，根据物质资料实体流动的规律，运用管理的基本原理和科学方法，对电子商务环境下的物流活动进行计划、组织、协调、控制和决策，使各项物流活动实现最佳的协调与配合，以降低物流成本，提高物流效率。简而言之，电子商务物流管理就是研究并运用电子商务物流活动规律，对物流全过程、各环节、各方面进行的管理。

1.3.2 电子商务物流与传统物流的比较

电子商务物流定位于为电子商务的客户提供服务，是对整个物流系统实行统一信息管理和调度，按照用户订货要求，在物流配送中心进行理货工作，并将配好的货物送交给收货人的一种物流体系，这种体系要求物流公司提高服务质量、降低物流成本及优化资源配置。

电子商务物流与传统物流的目的都是将货物送达客户，基本业务同样包括进货、验收、存放、盘点、拣选、组配、装运和配送等环节。但是，电子商务物流与传统物流在服务理念、配送体系、技术支持、信息响应、管理特征及合作程度等方面有着显著的区别和差异，表 1-1 列出了传统物流与电子商务物流的差异。

表 1-1 传统物流与电子商务物流的差异

对比项目	传统物流	电子商务物流
服务理念	以规模为中心	以客户为中心
配送体系	单一性配送网	网状网络配送体系
技术支持	传统管理技术	网络管理技术
信息响应	信息传递迟缓、响应慢	信息化程度高、反应迅速
管理特征	刚性化	柔性化
合作程度	格局分散	强调协同合作

1.3.3 电子商务物流的服务内容

电子商务物流的服务内容可以分为两个方面：一是传统的物流服务，二是电子商务环境下的增值性服务。传统的物流服务按物流功能可以分为收货、打包、装货、运输、配送等作业，这是基础性的物流服务内容。增值性物流服务是在传统物流服务的基础上，提供增加便利性的、加快反应速度的、能降低物流成本的服务以及延伸性服务。

1. 增加便利性的服务

一切能够简化手续、简化操作的服务都是增值性服务。推行一条龙门到门服务、提供完备的操作或作业提示、免培训、免维护、省力化设计或安装、代办业务、一张面孔接待客户、24 小时营业、自动订货、传递信息和转账、物流全过程追踪等都是对电子商务销售有用的增值性服务。

2. 加快反应速度的服务

传统观点和做法将加快反应速度变成单纯对快速运输的一种要求，这种做法的局限性

很大,正确的做法应该是优化电子商务系统的配送中心、物流中心网络,重新设计适用于电子商务的流通渠道,以此来减少物流环节、简化物流过程,提高物流系统的快速反应性能。例如,麦德龙通过使用易腾迈(Intermec)的Intellitag RFID读写器,成功识别超过50 000个托盘,其标签的识读率更是超过90%。此外,麦德龙正式实施RFID所取得的成效与试验计划相仿:仓储人力开支减少了14%,存货到位率提高了11%,货物丢失率降低了18%。

3. 降低物流成本的服务

发展电子商务,一开始就应该寻找能够降低物流成本的物流方案。企业可以考虑的方案包括采取物流共同化计划、通过采用比较适用但投资比较少的物流技术和设施设备,或推行物流管理技术、条形码技术和信息技术等,以提高物流的效率和效益,降低物流成本。

4. 延伸服务

延伸服务向上可以延伸到市场调查与预测、采购及订单处理,向下可以延伸到配送、物流咨询、物流方案的选择与规划、库存控制决策建议、货款回收与结算、教育与培训、物流系统设计与规划方案的制作等。

1.4 电子商务环境下的物流发展

1.4.1 国内外电子商务物流的发展现状

1. 国内电子商务物流的发展现状

电子商务的发展,扩大了企业的销售渠道,改变了企业传统的销售方式以及消费者的购物方式,使得送货上门等物流服务成为必然,促进了我国物流行业的发展。

(1) 物流业规模快速增长。近年来,我国电子商务保持了快速发展。2020年,全国电商交易额为37.21万亿元,比2019年增长4.5%。其中,商品、服务类电商交易额为36.03万亿元,同比增长4.3%。

同时,我国电子商务物流模式正趋于快速发展的阶段。国家邮政局数据显示,近年来我国快递业务量持续增长,2020年全国快递服务企业业务量累计完成833.6亿件,同比增长31.2%。2020年,全国快递服务企业业务收入累计完成8 795.4亿元,同比增长17.3%。

(2) 物流业服务能力显著提升。物流企业资产重组和资源整合步伐进一步加快,形成

了一批所有制多元化、服务网络化和现代管理的物流企业。传统运输业、仓储业加速向现代物流业转型，制造业物流、商贸物流、电子商务物流和国际物流等领域专业化、社会化服务能力显著增强，服务水平不断提升，现代物流服务体系初步建立。

(3) 技术装备条件明显改善。信息技术广泛应用，大多数物流企业建立了管理信息系统，物流信息平台建设快速推进。物联网、云计算等现代信息技术开始应用，装卸搬运、分拣包装、加工配送等专用物流装备和智能标签、跟踪追溯、路径优化等技术迅速被推广。

(4) 物流基础设施网络日趋完善。截至 2020 年年底，全国铁路营运里程达到 14.6 万千米，其中高铁营运里程近 3.8 万千米；全国公路总里程为 519.81 万千米。2019 年全国内河航道通航里程为 12.77 万千米，同比增长 0.31%。截至 2020 年年底，全国港口拥有生产用码头泊位 22 142 个，其中万吨级及以上泊位 2 592 个；全国共有颁证民用航空机场 241 个，比 2019 年年末增加 3 个，其中定期航班通航机场 240 个，定期航班通航城市 237 个。

(5) 物流业发展环境不断优化。2009 年 3 月 10 日，国务院印发《物流业调整和振兴规划》，并制订出台了促进物流业健康发展的政策措施。有关部门和地方政府出台了一系列专项规划和配套措施。社会物流统计制度日趋完善，标准化工作有序推进，人才培养工作进一步加强，物流科技、学术理论研究及产学研合作不断深入。

2. 国外电子商务物流的发展现状

(1) 美国电子商务物流。电子商务概念的提出首先是在美国，美国的物流管理技术自 1915 年发展至今已有 90 多年的历史。美国企业的电子商务物流信息化最显著的特点是：采购、仓储、配送在一体化前提下实现全方位信息化，并成为美国电子商务不可分割的组成部分。

戴尔计算机公司通过网站向供应商提供实时数据，使供应商了解零部件库存、需求预测及其他客户信息，更好地根据戴尔的需求组织生产并按准时生产制（just in time, JIT）配送。同时，戴尔的客户在网上按指令配置计算机，下订单 5 分钟后就可以得到确认，36 小时以内客户订购的计算机就会下生产线被装上配送车。戴尔通过网上采购辅助材料、网上销售多余库存以及通过电子物流服务商进行仓储与运输等手段，借助电子商务来降低物流成本。



名词释义

JIT 配送

JIT 配送是属于定时配送的一种，强调准时，即在客户规定的时间内将合适的产品按准确的数量送到客户指定的地点。

(2) 日本电子商务物流。日本是个岛国,国土窄长狭小,发展快捷可控、灵活机动的物流方式,同时突出“海运立国”的发展战略无疑是其上选。

20 世纪 80 年代以后,流通业务将准时生产制引入商品流通中,生产者和销售者采用准时制生产、准时流通的运营方式,加快了物流业信息化的步伐。特别是近几年来采用信息技术和条形码技术,物流业已基本实现了信息化、网络化和机械化,具体表现如下。

①手持机的广泛应用。物流公司和货主可随时从网上查询货物的位置,并发出作业指令。

②装卸、搬运对象的标准化。日本国土交通省制定了一系列标准,统一了货架、托盘和集装箱的尺寸标准,使装卸、搬运的对象实现了集约化。

日本的一些大公司(如日本运通公司、NTT 电信公司等)正跨越不同行业间的鸿沟,联手建立电子物流信息市场。计划新设立的法人公司将有 3 000 多家公司参与,将是涵盖整个日本国内的一个包括一切物流分支部门的大市场,使日本电子物流信息市场的规划、构筑和运行走在世界的前列。

(3) 法国电子商务物流。法国物流业虽比美国、日本等国起步晚,但发展较快。这与整个法国的经济发展水平、政府的推动以及物流企业不断改善业务流程、提高运作效率等努力分不开,也是信息技术发展的结果。法国的物流业年均增长速度在 5% 左右,而物流信息化发展速度年均达到 10%。

随着互联网的发展,法国电子商务在线交易人口迅速上升,尤其是企业间的电子商务(business to business, B2B)增长势头很快。法国远程销售联合会是法国最大的 30 个购物网站之一,会员包括 340 家网上销售公司和 520 个互联网购物网站。法国电子商务的成功与电子物流的掌控密切相关。初始电子商务物流对网上在线购物的作用还很薄弱,但随着软件技术的开发和更新换代,电子商务物流已完全融入了飞跃发展的电子商务,不断通过网络对业务进行外包和重组,并能够实现系统之间、企业之间以及资金流、物流、信息流之间的无缝连接,而且这种连接同时还具备预见功能,可在上下游企业间提供一种透明的可视化功能,以帮助企业最大限度地控制和管理库存。

1.4.2 电子商务物流的发展趋势

在电子商务时代,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,使得送货上门等业务成为一项极为重要的服务业务,从而促使了物流行业的兴起。物流行业能完整地提供物流机能服务,主要包括仓储企业、运输企业、装卸搬运企业、配送企业、流通加工业等。多功能化、一流的服务、信息化、全球化已成为电子商务环境下的物流企业追求的目标。

1. 多功能化——物流业发展的方向

在电子商务时代,物流发展到集约化阶段,一体化的配送中心不单单提供仓储和运输服务,还必须开展配货、配送和各种提高附加值的流通加工服务项目,也可按客户的需要提供其他服务。现代供应链管理即通过从供应者到消费者供应链的综合运作,使物流达到最优化。企业追求全面的、系统的综合效果,而不是单一的、孤立的片面观点。

2. 一流的服务——物流企业的追求

在电子商务环境下,物流业是介于供货方和购货方之间的第三方,是以服务作为第一宗旨。首先,在概念上变革,由“推”到“拉”。配送中心应更多地考虑“客户要我提供哪些服务”,从这层意义讲,它是“拉”,而不是仅仅考虑“我能为客户提供哪些服务”,即“推”。例如,有的配送中心起初提供的是区域性的物流服务,以后发展到提供长距离服务,而且能提供越来越多的服务项目。又如,配送中心派人到生产厂家“驻点”,直接为客户发货。越来越多的生产厂家把所有物流工作全部委托给配货中心,从根本意义上讲,配送中心的工作已延伸到生产厂中去了。

满足客户的需要而把货物送到客户手中,取决于配送中心的作业水平。配送中心不仅与生产厂家保持紧密的伙伴关系,而且直接与客户联系,能及时了解客户的需求信息,并沟通厂商和客户双方,起着桥梁的作用。例如,美国普雷兹集团公司是一家以运输和配送业务为主的规模庞大的公司。物流企业不仅为货主提供优质的服务,而且要具备运输、仓储、进出口贸易等一系列知识,深入研究货主企业的生产经营,发展流程设计,进行全方位的系统服务。优质和系统的服务使物流企业与货主企业结成战略伙伴关系(策略联盟),一方面有助于货主企业的产品迅速进入市场,提高竞争力;另一方面则使物流企业有稳定的资源。对物流企业而言,服务质量和服务水平正逐渐成为比价格更为重要的选择因素。

3. 信息化——现代物流业的必由之路

在电子商务时代,要提供最佳的服务,物流系统必须有良好的信息处理和传输系统。大型的配送公司往往建立了 ECR(有效客户反应)和 JIT 系统。ECR 是至关重要的,有了它,就可做到客户要什么就生产什么,而不是生产出物品等待顾客购买。仓库商品的周转次数每年达 20 次左右,若利用客户信息反馈的有效手段,仓库商品的周转次数可增加至 24 次。这样,可使仓库的吞吐量大大增加。通过 ECR 和 JIT 系统,可从零售商店很快地得到销售反馈信息。配送不仅实现了内部的信息网络化,而且增加了配送货物的跟踪信息,从而大大提高了物流企业的服务水平,降低了成本。成本一低,竞争力便增强了。

在电子商务环境下,由于全球经济的一体化趋势,当前的物流业正向全球化、信息化、一体化发展。物流信息化包括商品代码和数据库的建立,运输网络合理化、销售网络系统化和物流中心管理电子化建设等,还有很多工作有待实施。可以说,没有现代化的信

息管理,就没有现代化的物流。

4. 全球化——物流企业竞争的趋势

20 世纪 90 年代早期,电子商务的出现加速了全球经济的一体化,致使物流企业的发展达到了多国化。它从许多不同的国家收集所需要的资源,再加工后向各国输出。

全球化战略的趋势使物流企业和生产企业更紧密地联系在一起,形成了社会大分工。生产厂家集中精力制造产品、降低成本、创造价值,物流企业则花费大量时间、精力从事物流服务。物流企业满足需求的系统比原来更进了一步。例如,在配送中心,对进口商品的代理报关、暂时储存、搬运和配送、必要的流通加工,从商品进口到送交消费者手中实现了一条龙服务。

课后实训 调研电子商务企业物流服务的现状

实训目标

- (1) 了解物流行业的发展现状。
- (2) 了解电子商务运营企业物流的弊端。

实训内容

- (1) 将班级中的学生分成若干组,并选出组长,以小组为单位,通过互联网收集物流行业与电子商务发展的相关资料,分析并总结物流行业的发展现状。
- (2) 通过电话询问、在线填写调查问卷等形式,了解电子商务运营者、电子商务购物者对电子商务物流服务的体验和感受,整理分析出电子商务企业物流的弊端。
- (3) 各组采用头脑风暴法,组织组员讨论电子商务运营企业物流的弊端,并找到解决方案。
- (4) 由指导教师进行点评,并在教师指导下加以修改和完善。
- (5) 撰写调研报告。

实训步骤

- (1) 设计在线调查问卷。必须按照情景进行设计,并按照问卷设计的原则和注意事项进行合理设计。
- (2) 填写实训报告。
- (3) 撰写市场调研报告。调研报告要求调研主题突出、结构合理、文字流畅、重点突出,对调研报告应用 A4 纸打印成正式文档。

复习思考题

1. 填空题

- (1) 物流由物与流两个基本要素组成, 主要研究“物”在_____、_____、包装、装卸、搬运、_____、流通加工、信息处理等方面的内在联系。
- (2) 物流定义中的“物”是指一切具有经济意义的物质实体, 具体包括_____、_____、货物、_____、物品。
- (3) 不论是物物交换, 还是以货币为媒介的商品交换, 或者是以商人为媒介的商品交换, 从本质上讲都是劳动产品或生产物从生产领域到消费领域的转移, 这种转移称为_____。
- (4) 电子商务物流是指为电子商务提供运输、_____、装卸、_____、包装、流通加工、配送、代收货款、信息处理、_____等服务的活动。
- (5) _____定位于为电子商务的客户提供服务, 是对整个物流系统实行统一信息管理和调度。

2. 名词解释

- (1) 物流。
- (2) 电子商务物流。
- (3) 电子商务物流管理。

3. 简答题

- (1) 物流的功能有哪些?
- (2) 物流有哪些分类方式?
- (3) 简述电子商务物流的特点。
- (4) 电子商务物流服务的内容有哪些?
- (5) 简述我国电子商务物流的发展现状。
- (6) 简述我国电子商务物流的发展趋势。