

电子商务的现代物流运作模式电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645546.htm

随着电子商务的迅速发展，电子商务物流的作用日益突出，然而，现实生活中物流发展滞后，严重制约电子商务企业发展。因此，有必要探讨适宜的物流模式。本文论述了电子商务物流模式的现状，提出电子商务物流发展的战略和电子商务物流的四种模式，并分析得出各自的应用优势。一项完整的电子商务虚拟交易中，物流实体必须同步于商务活动交易形式和速度的发展，企业应根据自身的经营特点选择能适时开展企业物流活动的模式，这对于实现电子商务环境中物流与商流、信息流、资金流的同步化目标，发挥电子商务整体运行优势，降低总的交易成本，有着十分重要的战略意义。

一、我国电子商务物流发展现状

近年来，电子商务的发展，扩大了企业的销售范围，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兴起。但目前，我国的物流水平仍难以满足电子商务的需求。

第一，从物流基础设施来看，全国公路里程达133.6万公里，基本做到村村通公路，其中高速公路1.5万多公里，跃居世界第三；铁路运力跃居亚洲第一；水运方面，港口的吞吐能力有大大的提高，列世界第五；民用航空也有了长足的进步，新建、扩建了一批机场及支线、国际航线的增开，这些都使空运能力和质量有了很大的提高。

第二，从配送中心发展情况来看，虽然形成了一批有一定规模的全国范围配送体系的物流企业，连锁商业和配送服务业正在兴起，但我国现有的三种类型的配送中心：连锁企业自有的配送中心、社

会化的配送中心、共同配送中心，在经营管理上都不同程度地存在一些问题，经营不规范的配送中心约占总数的80%。大致存在以下几个问题：经营方向不明确；功能不完善，流程不合理；设备选择上存在误区；现代化程度低。第三，从第三方物流发展情况来看，还没有一家流通企业能为生产企业提供全方位的物流服务。国内专业化的第三方物流企业主要是一些原来的国家大型仓储运输企业和中外合资、独资企业。形成电子商务物流滞后的原因主要是：首先是由于物流企业投资巨大，一般电子商务企业不敢涉足。土地、库房、装卸、分拣、配送、管理等需投入大量资金。我国现有的物流企业大都设施落后、资金短缺、负担沉重、无力改造，与电子商务的迅速、安全、可靠的要求相距甚远。二是物流企业行业割据严重，没有统一的物流管理部门统一物流政策和行为。运输部门分属不同的部委管理，仓储行业分属不同的部委和地方。造成流转单证不规范、不统一、不通用，货物紊流、迂流严重，道路收费站多、收费量大，货物不能畅流。因此，为了使我国的电子商务成为新的经济增长点和国民经济重要支柱，国家和企业必须高度关注现代物流企业发展和建设。

二、我国企业电子商务物流经营战略 首先是物流联盟。中国电子商务要想取得持续发展，必须解决物流这个大障碍。而笔者认为，对于那些诸如卓越等经营实物的传统电子商务网站，只有在物流环节形成强大的“物流联盟”，以支撑起整个电子商务产业的物流体系，也许才是突破瓶颈的真正出路。这种所谓物流联盟，是指电子商务网站，以及邮政、快递等物流企业组成的物流产业链，电子商务网站在其中扮演产业链的催生及带动者，对目前物流资源进行

合理而高效的整合与利用。例如一家在全国范围内经营化妆品的电子商务网站，对中国现阶段所有物流模式最有效的利用就是将邮局、专业快递公司，以及自己的快递部门整合成一个庞大而有效的物流网络，扩大其覆盖性。在中国少数几个有强大辐射力的超级城市(北京、广州、上海等)，以自建大型仓库，自行配送辅以快递业支持的形式，而在其他地区，则转以与化妆品公司建立合作，构建一个“虚拟仓库”的形式，利用邮政的触角进行商品送达。其次是物流数字化。解决物流问题的另外一个模式则可以从改变商品形态入手，比如将商品数字化，以“回避掉”物流环节。这种另类的“物流数字化”方式在实际运营中似乎已经被用户广泛认可。但是“物流数字化”的重要前提是商品数字化，没有数字化的商品，物流的数字化几乎不可能。而数字化商品的范围到底有多大？它是否能够延伸到大大部分的商品中呢？事实上，除了一些必须以物理形态体现的商品，如一块面包，一个数码相机等；很多商品的形态已经可以脱离物理介质而得到体现，比如网上目前就集中了各类数字卡和宽频、音乐、网上挂号等互联网信息增值服务，机票、演出票、球票等票务和其他传统的预付费项目也不乏其中。

三、我国电子商务现代物流模式构造

1. 物流中央化模式

物流中央化的物流模式强调“整体化的物流管理系统”，是一种以整体利益为重，冲破按部门分管的体制，从整体进行统一规划管理的管理方式。在市场营销方面，物流管理包括分配计划、运输、仓储、市场研究、为用户服务五个过程；在流通和服务方面，物流管理过程包括需求预测、订货过程、原材料购买、加工过程，即从原材料购买直至送达顾客的全部物资流通过程。尽管一

体化物流对电子商务企业提出了很多要求，但一体化物流模式仍具有一定应用潜力。采用物流一体化模式，可以不象传统物流那样根据产品数量、高峰期、周转率等确定最优的保管、运输设施和人员配置，物流部门可以随企业经营销售情况的变化来安排物流服务，业务范围广泛，业务量不需预测，具有较大的灵活性。同时，产供销一体化物流发生在电子商务企业内部，具有可见性，有关各方可通过该供应链适时掌握货物的存储与运输状况，通过物流部门对供应物流、制造物流及分销物流拥有的完全控制权，实现企业总体物流的组织与协调管理。与此同时，一体化物流中，企业能及时掌握客户反馈信息，并迅速做出反应，从而有利于建立起与客户间密切的关系，使电子商务企业内部网络活动与物流体系一体化协同运行。因此，一些资金雄厚、物流技术能力较强的企业，尤其是连锁经营的商业企业可以组建自己的物流部门，以发挥商品经营配送的综合服务优势。在电子商务环境下，供应链同时也实现了一体化，供应商与零售商、消费者通过Internet连在了一起，通过POS、EOS等供应商可，以及时且准确的掌握产品销售信息与顾客信息。此时存货管理采用反应方法，按所获信息组织产品生产和对零售商供货，存货的流动变成“拉动式”，完全可以消除上述两个缺点，并实现销售方面的“零库存”。

2. 高效配送中心模式

物流过程是生产流通消费还原(废物的再利用及生产资料的补足和再生产)。物流是非独立领域，由多种因素制约。物流(少库存多批发)与销售(多库存少批发)相互对立，必须利用统筹来获得整体成本最小的效果。物流的前提是企业的销售政策、商业管理、交易条件。销售订货时，交货条件、订货条件、库存

量条件对物流的结果影响巨大。流通中的物流问题已转向研究供应、生产、销售中的物流问题方向。而在电子商务时代，B2C的物流支持都要靠配送来提供，B2B的物流业务会逐渐外包给第三方物流，其供货方式也是配送制。没有配送，电子商务物流就无法实现，电子商务也就无法实现，电子商务的命运与配送业联在了一起。同时，电子商务使制造业与零售业实现“零库存”，实际上是把库存转移给了配送中心，因此配送中心成为整个社会的仓库。由此可见，配送业的地位大大提高了。

3. 适应电子商务的全新物流模式

物流代理

物流代理(ThirdPartyLogistics，缩写为TPL，即第三方提供物流服务)的定义为：“物流渠道中的专业化物流中间人，以签订合同的方式，在一定期间内，为其他公司提供的所有或某些方面的物流业务服务。”

----从广义的角度，以及物流运行的角度看，物流代理包括一切物流活动，以及发货人可以从专业物流代理商处得到的其他一些价值增值服务。提供这一服务是以发货人和物流代理商之间的正式合同为条件的。这一合同明确规定了服务费用、期限及相互责任等事项。狭义的物流代理专指本身没有固定资产但仍承接物流业务，借助外界力量，负责代替发货人完成整个物流过程的一种物流管理方式。物流代理公司承接了仓储、运输代理后，为减少费用的支出，同时又要使生产企业觉得有利可图，就必须在整体上尽可能地加以统筹规划，使物流合理化，电子商务的跨时域性与跨区域性，要求其物流活动也具有跨区域或国际化特征。

电子商务按其交易对象可分为B2C和B2B。在B2C形式下，如A国的消费者在B国的网上商店用国际通用的信用卡购买了商品，若要将商品送到消费者手里，对于小件商品(如图书)

，可以通过邮购；对于大件商品，则是速递公司完成交货。目前，这些流通费用一般均由消费者承担，对于零散用户而言流通费用显然过高。如在各国成立境外分公司和配送中心，利用第三方物流，由用户所在国配送中心将货物送到用户手里，可大大降低流通费用，提高流通速度。在B2B形式下，大宗物品的跨国运输是极为繁复的，如果有第三方物流公司能提供一票到底、门到门的服务，则可大大简化交易，减少货物周转环节，降低物流费用。

4. 综合物流模式

国内专业化的物流企业主要是一些原来的国家大型仓储运输企业和中外合资、独资企业，如中国储运公司、中外运公司、大通、敦豪、天地快运、EMS、宝隆洋行等。近年来，各公司的营业额均在1亿元以上，营业范围涉及全国配送、国际物流服务、多式联运和邮件快递等。上述公司现在都已经在不同程度上进行了综合物流模式运作模式的探索实践。尤其是一些与外方合资或合作的物流企业充分发挥国外公司在物流管理经验、人才、技术、观念和理论上的优势，率先进行综合物流模式运作。笔者认为我国发展综合物流代理的主要思路是：不需进行大的固定资产投资，低成本经营；将主要的成本部门及产品服务的生产部门的大部分工作委托他人处理，注重建立自己的销售队伍和管理网络；实行特许代理制，将协作单位纳入自己的经营轨道；公司经营的核心能力就是综合物流代理业务的销售、采购、协调管理和组织设计的方法与经验，并且注重业务流程创新和组织机制创新，使公司经营不断产生新的增长点。为了提高管理效率、降低运作成本，不但要提出具有竞争力的服务价格，还必须采取以下措施：坚持走品牌化之路，产品(服务)经营和资本经营相结合的系统经

营；建立和完善物流网络，分级管理，操作和行销分开；开发建设物流管理信息系统，应用EDI、GPS、RF、EOS、Internet等新技术，对货物进行实施动态跟踪和信息自动处理；组建客户俱乐部，为公司提供一个稳定的客户群。四、我国电子商务现代物流模式的发展前景 电子商务已经成为了社会和经济的热点，电子商务特别是B2C要进一步的发展，离不开物流业的支持，国内市场对物流配送的需求十分旺盛，物流配送正在成为国家新的经济增长点。面对这一形势，一方面，政府应尽快制定相关的法规政策，改变多个部门管理物流配送的不统一、不协调、不明确现状，打破行业垄断，加强物流配送的市场宏观调控。建立全国性的物流权威管理机构，负责规划管理物流配送业和相关市场，增强物流配送业的统一性和整体性，在保证和促进电子商务发展的同时，保证我国整个国民经济的健康发展。另一方面，物流配送企业应勇于迎接挑战，抓住发展契机，积极组织参与供应链管理过程的物流活动或者向独立的第三方物流发展。当然在发展过程中也不要急于求成，要有步骤、有层次的发展成为现代化的物流中心。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com