

电子商务基础知识辅导1.4：电子商务对现代商务发展的影响  
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\\_645741.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645741.htm)

## 1.4 电子商务对现代商务发展的影响

### 1.4.1 电子商务全新的商务模式

商务作为一个体系，它是由商流、物流、信息流三个相互关联的要素共同组成的。

电子商务的出现和发展，使商品商务中的信息处理功能发生了质的飞跃，确立了信息流在现代商务中的主导地位，从而产生了全新的商务模式。由于信息在商品流通中具有越来越大的重要性，以及现代技术在信息处理上的重大突破，电子商务出现后将有可能对整个商品流通过程形成系统控制，使商流、物流的运作建立在高度化的信息活动的基础之上，并由此带来管理思想、商务模式的彻底改变。商流、物流及信息流，是与商品流通共生的三大要素。商流描述的是流通客体在价值上的运动。商品流通是不同所有者自愿让渡商品的过程，在这一过程中商品的所有权发生转移，与此同时，商品也完成了由一种价值表现形态，向另一种价值形态的变换。物流是指商品作为使用价值的运动，即商品实体由生产领域向消费领域的运动过程。一切商品的流通，都是商流与物流的统一。信息流则是指与商品的流通有关的所有信息的运动。商品由生产领域向消费领域的运动，不是源自于某种自然力的推动，而是由参与流通的主体共同实施的，是否成交，以何种方式交易，以及成交后商品运动的方式最终必须由人来作出选择。要作出理性的抉择，就必须对相关的信息有充分的了解，收集、分析和处理各种信息，并在彼此之间达成他们认为是有效

、合理的信息沟通。一、由三流合一到三流分离 在原始的物物交换中，商品作为价值的运动，以及其作为使用价值的运动是同时进行的，二者在时间和空间上具有高度的合一性。与价值运动和实体运动相伴而生的，也有信息的运动，但是在物物交换阶段，由于受社会生产力发展水平的制约，用来交换的劳动产品十分有限，市场的发育程度极低，交通、运输尤其是通讯手段极为落后。人们既不可能在交换之前就进行充分的信息沟通，也没有条件在完成交易后仍保持密切的联系，信息的交流只能在交换的现场完成。事实上，在物物交换中不仅会信息量很小，而且以非常直接的面目表现出来。人们只需了解交易的地点、时间就足够了，一个生产者可以在交易现场取得交易对象及其商品的一切信息，对他来说是否有预见，是否拥有信息的优势，还没有成为决定交易双方相互关系的一个因素，因而也无须受到重视。在这一历史阶段的 商品交换中，商流、物流与信息流可以说在时空上是高度合一的。即使在简单商品流通条件下，由于商品生产者兼任生产与交换的双重职能，他们也没有精力对交易信息给予充分的关注。商流、物流及信息流，仍然保持着内在的合一性。商业的产生，改变了上述三流合一的格局。赊销交易方式出现后，使人们在未曾取得商品所有权之前，就实际持有了商品实体并可将其转售；相反，预购则使购买商或消费者尽管已经成为商品事实上的监护人，但却必须在稍后的某一个时间，才能真正拥有作为使用价值的商品本身。这就是说运用这种方式，不一定非完成商流之后才能从事物流；完成了商流也未必能马上进入物流。在另外一些情形之下，一种商品可以被层层转卖，经过多个商流环节，而物流却只有

一次，即向最终的购买者流动。凡此种种都可以使商流和物流被分离为两个独立进行的过程。在商流与物流相分离的同时，商品流通的发展也在衍生出信息流的变化。商业资本的一个显著特征是“贱买贵卖”，而且越远的市场，这一特征的表现就越为充分。事实上，成就这种行为的是商人在信息上的垄断地位。因为在通讯手段不发达的情况下，生产与消费的时空距离越大，人们对信息就越是缺乏了解，正是信息的不对称使他们有利可图。如此，就要求商品流通的信息运动，在越来越大的程度上超越于价值运动及商品实体的运动，在时空上发生分离。信息的运动，已经不再是否要予以关注的问题，而是如何有效地搜集、掌握、加以控制，使之更好地为商人的利润目标服务。

二、电子商务使物流管理中信息作用极大增强 现代物流管理中，电子商务的发展却使得现代物流业开始发生信息化、自动化、网络化、智能化和柔性化等实质性的飞跃，而这一切都是以物流信息化为基础、以电子商务技术为手段的。电子商务出现后，物流信息化表现为物流信息的商品化、信息收集的数据库化、信息处理的电子化、信息传递的标准化和实时化、信息存贮的数字化等等。以及随着物流信息化的发展，条形码技术、数据库技术、电子订货系数（EOS）、电子数据交换（EDI）、有效的顾客反应（ECR）等技术，正逐渐在物流领域得到广泛的应用。需要补充说明的是，电子商务虽然不能取代全部商品的物流，但在一部分精神产品（如娱乐、文化、知识性产品）中，已经可以做到；而对有形产品的物流则极大地改善了其系统功能，提高了运营的效率，使物流资源得到了优化配置。智能化是物流信息化、自动化的高层次应用。物流过程涉及大

量的运筹和决策，包括确定库存水平、选择运输路径、自动导向车的运行轨迹和作业控制、自动分拣机的使用，以及物流中的经营管理的决策支持系统等。所有这些问题，都需要依据大量的、现代化的知识尤其是信息技术予以解决。三、信息流对传统支付方式的改造 网络技术和电子商务的应用，使商品流通中货币流（货币支付即货币流或称资金流，是完成商品所有权转移即商流的必要手段之一）形式也发生相应的改变。在电子商务环境中，由于资金可以数码的形式加以传送，货币运行完全是虚拟的、数字化的，信息流取代了资金流。传统的商业运作模式是以商流、物流为主导的，信息活动只是辅助性、管理性的工作。电子商务所支撑的新的商品流通模式，有着与传统模式完全不同的内容和形式。这种新的商务模式有如下特征：第一，以数据库为核心的决策支持及运营系统。电子商务充分利用计算机网络与数据库技术、条码技术等手段实现商品流通过程中的数据管理功能的自动化。其核心技术包括：（1）以条码技术、商品分类编码技术为主要内容的数据流通标准化技术。（2）以POS技术、MIS技术、SIS（决策支持信息系统）技术为主要内容的商品销售信息化管理技术；（3）以EOS技术、EDI技术、仓储管理自动化技术为主要内容的商品通讯和配送信息化技术等。这些技术覆盖商品流通的各主要环节及全过程，为建立以数据库为核心的经营决策及运行系统提供了可能。第二，以开放式的过程管理取代传统的功能管理。传统的商品流通业务流程表现为直线式的流水程序，要顺序经过购货、调运、储存、销售等各个环节才能完成流通业务；在管理上是封闭式的切块管理，将采购、库存：销售等功能活动分割开来，

独立运作，使之都具有各自的目标和计划，这些目标与计划又很难避免发生冲突，从而影响到流通的整体效率。第三，由产品管理为中心转向顾客为中心。在买方市场上，市场需求和客户的购买行为在商品交易的实现上起主导作用。消费者的需求更新是非常快的，需求测试度作为商家经营成效的决定性因素，必须以现代化的信息搜集、分析手段进行处理。电子商务运用新的业务模式和信息技术手段有效地实现了这个要求，并完成了商品流通从产品管理向以消费者为中心需求管理的转变。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](http://www.100test.com)