

电子商务对物流的影响 PDF转换可能丢失图片或格式，建议
阅读原文

[https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E7_94_B5_E5](https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_65033.htm)

[_AD_90_E5_95_86_E5_c40_65033.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_65033.htm) 1、电子商务与物流的关系

1.1 电子商务与商流、资金流、信息流、物流 电子商务的

本质是商务，商务的核心内容是商品的交易，而商品交易会

涉及到四方面：商品所有权的转移，货币的支付，有关信息的

获取与应用，商品本身的转交。即商流、资金流、信息流

、物流。其中信息流既包括商品信息的提供、促销行销、技

术支持、售后服务等内容，也包括诸如询价单、报价单、付

款通知单、转账通知单等商业贸易单证，还包括交易方的支

付能力、支付信誉等。商流是指商品在购、销之间进行交易

和商品所有权转移的运动过程，具体是指商品交易的一系列

活动。资金流主要是指资金的转移过程，包括付款、转帐等

过程。在电子商务环境下，这四个部分都与传统情况有所不

同。商流、资金流与信息流这三种流的处理都可以通过计算

机和网络通信设备实现。物流，作为四流中最为特殊的一种

，是指物质实体的流动过程，具体指运输、储存、配送、装

卸、保管、物流信息管理等各种活动。对于少数商品和服务

来说，可以直接通过网络传输的方式进行配送，如各种电子

出版物、信息咨询服务等。而对于大多数商品和服务来说，

物流仍要经由物理方式传输。 1.2 电子商务与物流的关系 电

子商务是一场商业领域的根本性革命，然而，它在中国的发展

的实际情况却远没有预想中的那样好，其中物流能力的滞

后是一个重大的原因。过去，人们对物流在电子商务中的重

要性认识不够，对于物流在电子商务环境下应发生变化也认

识不足，认为对于大多数商品和服务来说，物流仍然可以经由传统的经销渠道。但随着电子商务的进一步推广与应用，物流能力的滞后对其发展的制约越来越明显。物流的重要性对电子商务活动的影响被越来越多的人所注意。但是电子商务与物流究竟是什么关系，却很少有人去探究。目前对这个关系把握最宏观的一个观点是“物流是电子商务的重要组成部分”。当然，它有一定道理，但并不确切。这是基于以下两点理由：第一，电子商务最本质的成功是将商流处理信息化，信息处理电子化。电子商务简而言之，就是在网上进行商品或服务的买卖。这种买卖，是商品或服务所有权的买卖，也就是商流。有的观点认为商流要靠物流支持，所以说“物流是电子商务的重要组成部分”。但是物流和商流之

恢皇侵 钟氩恢 值墓叵担 穹掀 锆厥沼胪嘶蹙褪橇礁隼
印6杂媛铈饗欣塘鞞墓叵担 瞻苜度 蹈 靡坏悖何铈饗
欣塘鰯 吹繿由涛竦谋局誓谏苈 窍喽杂 叵担 桓整捣
褪俏铈骱偷繿由涛窍喽杂 墓叵怠? 第二，网络经济将商流、资金流信息化，将信息流电子化，把商务、广告、订货、购买、支付、认证等实物和事务处理虚拟化、信息化，可以说是虚拟经济。而物流是实体的位置转移，说“实”是“虚”的组成部分，怎么看也是不恰当的，而把这种关系说成是“虚实相应”可能更为合适。这里补充一点，商流可以包括服务（此处的“服务”不包含物流服务）所有权的转移，而服务的真实“交付”，即消费，并不是物流的内容，但这也是一种“虚实相应”关系，把服务消费与实物位移合并在一起，与电子商务称“虚实相应”才真正恰当。从上面的论述可以看出，物流与电子商务的关系极为密切。物流对电子商

务的实现很重要，电子商务对物流的影响也肯定极为巨大。物流在未来的发展与电子商务的影响是密不可分的，可以这样理解这种关系：物流本身的矛盾促使其发展，而电子商务恰恰提供了解决这种矛盾的手段；反过来，电子商务本身矛盾的解决，也需要物流来提供手段，新经济模式要求新物流模式。

2、电子商务对物流的影响

由于电子商务与物流间密切的关系，电子商务这场革命必然对物流产生极大的影响。这个影响是全方位的，从物流业的地位到物流组织模式、再到物流各作业、功能环节，都将在电子商务的影响下发生巨大的变化。

2.1 电子商务对物流业的影响

（一）物流业的地位大大提高

电子商务是一次高科技和信息化的革命。它把商务、广告、订货、购买、支付、认证等实物和事务处理虚拟化、信息化，使它们变成脱离实体而能在计算机网络上处理的信息，又将信息处理电子化，强化了信息处理，弱化了实体处理。这必然导致产业大重组，原有的一些行业、企业将逐渐压缩乃至消亡，将扩大和新增一些行业、企业。产业重组的结果，可能实际上使得社会上的产业只剩下两类行业，一类是实业，包括制造业和物流业；一类是信息业，包括服务、金融、信息处理业等。在实业中，物流企业会逐渐强化。物流企业会越来越强化，是因为在电子商务环境里必须承担更重要的任务：既要把虚拟商店的货物送到用户手中，而且还要从生产企业及时进货入库。物流公司既是生产企业的仓库，又是用户的实物供应者。物流企业成了代表所有生产企业及供应商对用户的唯一最集中、最广泛的实物供应者。物流业成为社会生产链条的协调者和领导者，为社会提供全方位的物流服务。可见电子商务把物流业提升到了前所未有的

的高度，为其提供了空前发展的机遇。（二）供应链管理的变化

(1)供应链短路化 在传统的供应链渠道中，产品从生产企业流到消费者手里要经过多层分销商，流程很长，由此造成了很多问题。现在电子商务缩短了生产厂家与最终用户之间供应链上的距离，改变了传统市场的结构。企业可以通过自己的网站绕过传统的经销商与客户直接沟通。虽然目前很多非生产企业的商业网站继续充当了传统经销商的角色，但由于它们与生产企业和消费者都直接互连，只是一个虚拟的信息与组织中介，不需要设置多层实体分销网络(包括人员与店铺设施)，也不需要存货，因此仍然降低了流通成本，缩短了流通时间，使物流径路短路化。

(2)供应链中货物流动方向由“推动式”变成“拉动式” 传统的供应链由于供销之间的脱节，供应商难以得到及时而准确的销售信息，因此只能对存货管理采用计划方法，存货的流动是“推动式”的。它有几个明显的缺点：第一是缺乏灵活性，销路好的商品，其存货往往可得性差，销路不好的就积压；第二是运转周期长，等等。在电子商务环境下，供应链实现了一体化，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”。

（三）第三方物流成为物流业的主要组织形式 第三方物流是指由物流劳务的供方、需方之外的第三方去完成物流服务的物流运作方式。鉴于目前第三方物流在实践中的成功发展，有人预言它将是电子商务时代物流业方面最大的变化。 第三方物流将在电子商

务环境下得到极大发展，因为：(1)跨区域物流。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。并且，网上商店一般都是新建的企业，不可能投资建设自己的全球配送网络，甚至全国配送网络都无法建成，所以他们对第三方物流的迫切要求是很容易理解的。(2)电子商务时代的物流重组需要第三方物流的发展。电子商务时代，物流业的地位将大大提高，而未来物流企业的形式就是以现在的第三方物流公司为雏形，第三方物流将发展成为将来整个社会生产企业和消费者的“第三方”。

2.2 电子商务对物流各作业环节的影响

1) 采购

传统的采购极其复杂。采购员要完成寻找合适的供应商、检验产品、下订单、接取发货通知单和货物发票等一系列复杂繁琐的工作。而在电子商务环境下，企业的采购过程会变得简单、顺畅。近年来，国际上一些大的公司已在专用网络上使用EDI，以降低采购过程中的劳务、印刷和邮寄费用。通常，公司可由此节约5-10%的采购成本。因特网与之相比可进一步

降低采购成本。与专用增值网相比，大公司能从因特网的更低传输成本中获得更多收益。因特网也为中小型企业打开了一扇大门。通过因特网采购，可以接触到更大范围的供应厂商，因而也就产生了更为激烈的竞争，又从另一方面降低了采购成本。

2) 配送 (1) 配送业地位强化 配送在其发展初期，主要是以促销手段的职能来发挥作用。据有的学者研究，供大于求的买方市场格局才是推行和发展配送的适宜环境。这说明在电子商务产生之前，配送存在的根本原因是为了促销。配送建筑在这样的层次上，地位并不高，发展也不太快。我国推行配送制的过程就不很顺利，如试点城市之一的无锡市，物资配送的总金额，1992年和1993年分别达8亿元和10亿元，1995年则降至8亿元，1996年不足8亿元。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。实际上，对于电子商务交易方式本身来说，买方通过轻松点击完成了购买，买方势必要把货物配送到家，否则买方选择这种交易方式的意义何在呢？所以，从某种程度上说，电子商务时代的物流方式就是配送方式。

(2) 配送中心成为商流、信息流和物流的汇集中心 原来，物流、商流和信息流是“三流分立”的，而信息化、社会化和现代化的物流配送中心把三者有机地结合在一起。从事配送业务离不开“三流”，其中信息流最为重要。实际上，商流和物流

都是在信息流的指令下运作的。畅通、准确、及时的信息才能从根本上保证商流和物流的高质量与高效率。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