

电子商务与物流配送 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\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_65221.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_65221.htm)

网上交易使“商流”有了革命性的进展。随着以互联网为平台的网上交易的发展，商品的交易时间已经可以达到马克思所言的“等于零或者趋近于零”的境界，网上交易使商品交易发生了巨大的革命，不仅时间缩短，交易速度加快，而且可以大大降低商业交易的交易成本，尤其对于个性化不强的商品，对于现代经济中大量按标准生产的，有严格品种、规格、质量标准约定的产品，可以在网上实现全部商业交易活动，就此而言，以互联网为平台的网上交易具有非常大的优势。需要指出的是，个性化商品大多为生活资料；而标准化、大批量生产的商品，大多为生产资料。也就是说，以互联网为平台的网上交易更适合于生产资料。就电子商务的类型而言，这是BtoB型的电子商务。网上交易更适合于BtoB型，这并不等于说BtoC的网上交易就没有前景。事实上，就基本消费者而言，个性化的需求只是其需求的一部分，而这一部分也可以从网络中获取信息、进行比较、完成一定程度的交易谈判，也能够有效优化和支持个性化商品的交易活动。何况，在新的世纪，基本消费者的消费习惯也会发生很大变化，商品的标准化与个性化也会有效地融合，人们可能用更多的时间追求服务，而力求节约商品的购买时间，通过服务来获得满足而不是通过亲自购买商品获得满足，在这种情况下BtoC形式的电子商务前景也是非常广阔的。所以以互联网为平台的网上交易，对于商业交易活动来讲，是一次革命性的进展。不能把电子商务只理

解成网上交易从现在的理论和实践来看，网上交易对于商品交易的作用，是获得了广泛肯定的，然而，网上交易只是电子商务的一个局部，做为一个完整的电子商务过程，正如一个完整的商品流通过程一样，如果进行细分，可以分解成商流、物流、信息流、货币流等4个主要组成部分，任何一次商品流通过程，包括完整的电子商务，也都是这“四流”实现的过程。现在看来，商流、信息流、货币流可以有效地通过互联网络来实现，在网上可以轻而易举完成商品所有权的转移。但是这毕竟是“虚拟”的经济过程，最终的资源配置，还需要通过商品实体的转移来实现，也就是说，尽管网上可以解决商品流通的大部分问题，但是却无法解决“物流”的问题。在一个时期内，人们对电子商务的认识有一些偏差，以为网上交易就是电子商务。这个认识的偏差在于：网上交易并没有完成商品实际转移，只完成了商品“所有权证书”的转移，更重要的转移，是伴随商品“所有权证书”转移而出现的商品的实体转移，这个转移完成，才使商品所有权最终发生了变化。在计划经济时期，这个转移要靠取货，在市场经济条件下，在实现市场由卖方市场向买方市场的转变之后，这个转移则就要靠配送，这是网络上无法解决的。所以，网上交易就等同于电子商务，这是一种认识上的偏颇，这种认识上的偏颇很容易把电子商务引上歧途。按照这种偏颇的认识指导实践，必然出现现在大部分电子商务网站所面临的困难，甚至反过来对电子商务进行自我否定。需要说明的是，发达国家的某些著名公司，对于电子商务的表述是：企业、供应商、用户的网络联结。这种表述对于西方发达国家无疑是正确的，其原因，西方发达国家在几十年的发展历程中，

已经建立了比较完善的社会流通系统和配送服务系统，这些系统能够有效地对于网上交易的结果用配送服务来实现实物的交割。因此，只要利用互联网实现了“网络联结”，以后的事情，有成熟的社会配送服务系统去解决。但是，在中国，这就行不通了。在中国，电子商务的建设，如果不包含配送服务在内，就不可能完成一个完整的商务活动，这是中国的国情，是我们几十年忽视配送系统建设对我们的惩罚。电子商务是网络经济和现代物流一体化的产物以互联网为平台的网络经济，是“新经济”的核心，网上的信息传递和信息经营，网上的交易，网上的结算等等都是依托互联网新的经济运作方式，也是网络经济的重要内容。配送方式又是现代物流的一个核心内容，可以说是现代市场经济体制、现代科学技术和系统物流思想的综合产物，和人们一般所熟悉的“送货”有本质上的区别。从新经济的角度来看，被认为是新经济中新生产方式的“零库存生产方式”和本文一再提到的典型的新经济形态：电子商务等等，配送都是其重要的组成部分，因此配送也应当纳入到新经济的体系之中。当然，配送对于经济发展意义，不仅局限在电子商务的一个重要组成部分，更重要在于它是企业发展的一个战略手段。从历史上曾采用的一般送货，发展到以高技术方式支持的，做为企业发展战略手段的配送，也是近一二十年的事情。许多国家甚至到八十年代才真正认识到这一点。国外一篇文章提到，“在过去十年里，这种态度和认识有了极大转变。企业界普遍认识到配送是企业经营活动主要组成部分，它能给企业创造出更多盈利，是企业增强自身竞争能力的手段”。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

