|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2011/3/28 |  | |
|  | |  | |
| 电子商务综合解决方案  *电子商务与物流* | | | |
|  |  | |  |
|  |  | | 黄浩 金蝶中间件咨询服务部 |

电子商务综合解决方案

电子商务与物流

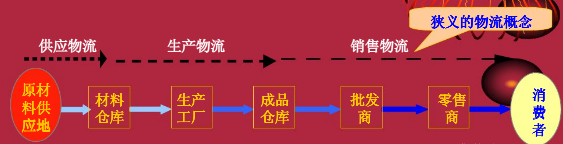
# 物流概述

## 什么是物流

实体物品从供应地到目的地的流动过程，中间会将运输，储存，装卸，搬运，包装，流通加工，配送以及信息处理等环节和功能实施有机结合。

从物流活动，或者物流运作方面来说，包括几个重要的功能：运输配送，仓储，装卸搬运，包装，流通中的再加工和信息处理。因为运输配送和仓储在实际物流运作中所占比例非常大，很多时候，人们都非常容易把物流等同于仓库和运输了。

根据商业流程的角度，物流一般又分为供应物流（采购物流），生产物流，销售物流和回收物流。从物品本身来看，又可以表述为原材料物流，制造物流和成品物流。而从企业的角度来看，一般又简单的划分为输入（Inbound）物流和输出（Outbound）物流。



### 物流行业

现今世界上的物流企业大多都是由传统的邮政以及运输公司发展而成，因为它们本身具备更多的基础设施优势。在世界排名靠前的物流公司，大多都是由大型邮政快递公司，船公司和航空公司组成。

### 世界物流行业现状

信息化和标准化是世界物流行业发展的最明显的特征，包括物流技术装备的自动化、物流运作管理的信息化、物流运作流程的智能化及多种技术和软硬件平台的集成化。其中信息技术已经成为物流的核心技术和竞争力。

### 中国的物流行业现状

尽管中国政府将物流行业作为中国的支柱产业，但中国目前物流行业的发展还存在许多问题。在Kent N.Gourdin的全球物流管理一书中明确指出了中国物流发展的十个关键性问题：

* 薄弱的基础设施，包括铁路网络，公路网络，尤其是高速公路网络。
* 潜规则壁垒，使得许多物流被限制在本省或本市内，非常难提供全国范围的物流支持。
* 深层次文化上的官僚作风。
* 缺乏相关人才和技能的培训
* 比较落后的IT及信息化技术
* 并不成熟的第三方物流服务。
* 非常的交通成本
* 过时的仓库管理能力和技术
* 区域间严重的失衡
* 很高的物流贸易壁垒。

## 物流相关理论和观点

### 第三利润

在企业的运营管理中，有第一，二利润之说，分别是降低生产成本实现利润最大化，提高劳动效率实现利润最大化。而第三利润这是降低物流费用，实现利润最大化。

### 物流冰山学说

日本[早稻田大学](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%97%A9%E7%A8%BB%E7%94%B0%E5%A4%A7%E5%AD%A6" \o "早稻田大学)的[西泽修](http://wiki.mbalib.com/w/index.php?title=%E8%A5%BF%E6%B3%BD%E4%BF%AE&action=edit)教授提出，是指当人们读[财务报表](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B4%A2%E5%8A%A1%E6%8A%A5%E8%A1%A8)时，只注意到企业公布的财务统计数据中的物流费用，而这只能反映[物流成本](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81%E6%88%90%E6%9C%AC)的一部分，因此有相当数量的物流费用是不可见的。其产生的主要原因是：物流成本的计算范围太大，运输、保管、包装、装卸、[流通加工](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%B5%81%E9%80%9A%E5%8A%A0%E5%B7%A5)以及信息等各物流环节中费用计算方式不确定，企业内部物流的成本核算和财务分类问题。

### 黑暗大陆

1962年管理大师德鲁克提出商品的最终价格中有将近一半的是流通费用，并认为物流是尚未被发现的经济大陆，是降低成本的最后领域。

### 物流活动成本的相对性

一般说来，物流活动的成本是相对的。也就是说降低某一项物流活动的成本也许会提高另一个物流活动的成本。比如为了缩短运输距离，实现快速配送，就必须建设离目的地更近并且更多的仓库，运输成本降下来了，仓库成本也提升上去了。所以物流成本的降低是整体成本的降低，而整体成本的降低则在于整体的物流管理。

## 物流管理的特点和目标

物流管理（Logistics Management）是指在社会[再生产](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%86%8D%E7%94%9F%E4%BA%A7" \o "再生产)过程中，根据[物质资料](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E8%B4%A8%E8%B5%84%E6%96%99)实体流动的规律，应用管理的基本原理和科学方法，对[物流活动](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81%E6%B4%BB%E5%8A%A8)进行[计划](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%AE%A1%E5%88%92)、[组织](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%BB%84%E7%BB%87)、[指挥](http://wiki.mbalib.com/w/index.php?title=%E6%8C%87%E6%8C%A5&action=edit)、[协调](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%8D%8F%E8%B0%83)、[控制](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8E%A7%E5%88%B6)和[监督](http://wiki.mbalib.com/w/index.php?title=%E7%9B%91%E7%9D%A3&action=edit)，使各项物流活动实现最佳的协调与配合，以降低[物流成本](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81%E6%88%90%E6%9C%AC)，提高[物流效率](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81%E6%95%88%E7%8E%87)和[经济效益](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%BB%8F%E6%B5%8E%E6%95%88%E7%9B%8A)。它主要有四个特点：

* 以实现客户满意度为第一目标。
* 以企业整体物流成本最优为目的
* 以信息为中心
* 效率和效果并重。

简单说，物流管理的直接作用就是实现物品的保值甚至增值，缩短物品达到目的地的时间加快流通，节约物流过程的成本。而它的间接作用就是降低物品的整体成本，扩大企业的利润空间，提升企业的服务质量，从而提高客户的满意度，最终加强企业的比较竞争优势。

## 物流运作模式

物流在不同的企业中有不同的表现形式，业界根据物流所扮演的角色以及所取的作用，将物流运作模式分为第一方物流，第二方物流，第三方物流，第四方物流（领导物流），甚至有人提出第五方物流。

### 第一方物流

业界比较统一的认识是，第一方物流(1PL)指卖方，生产者或者供应方组织的[物流](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81" \o "物流)活动。这些组织的主要业务是生产和供应商品，但为了其自身生产和销售的需要而进行物流网络及设备的[投资](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8A%95%E8%B5%84)、经营与管理。供应方或者厂商一般都需要投资配备一些仓库、运输车辆等[物流基础设施](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81%E5%9F%BA%E7%A1%80%E8%AE%BE%E6%96%BD)。卖方为了保证生产正常进行而建设的物流设施是生产物流设施，为了产品的销售而在销售网络中配备的物流设施是[销售物流](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%94%80%E5%94%AE%E7%89%A9%E6%B5%81)设施。

简单来说，由制造商或生产企业自己完成的[物流活动](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81%E6%B4%BB%E5%8A%A8)称为第一方物流。

### 第二方物流

第二方物流根据企业的性质，有两种不同的理解，分别是

* 从销售物流（或者说Outbound）的角度来说，指买方，采购商或[流通企业](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%B5%81%E9%80%9A%E4%BC%81%E4%B8%9A)组织的[物流活动](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81%E6%B4%BB%E5%8A%A8)。这些组织的[核心业务](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%A0%B8%E5%BF%83%E4%B8%9A%E5%8A%A1)是采购并[销售商品](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%94%80%E5%94%AE%E5%95%86%E5%93%81)，为了销售业务需要而投资建设[物流网络](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81%E7%BD%91%E7%BB%9C)、[物流设施](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81%E8%AE%BE%E6%96%BD)，并进行具体的物流业务运作和管理。严格地说，从事第二方物流的公司属于分销商。
* 从生产物流（或者说Inbound）的角度来说，指生产企业聘请车队、[仓库](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BB%93%E5%BA%93)来做[仓储](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BB%93%E5%82%A8)、货运，属于功能性的服务；

第二方物流与第三方物流从表现上看似乎都是物流服务的外部提供，都是提供第三方服务，但两者还是有本质上的区别。首先第二方物流是仅仅为商务中的某一方服务的，服务的过程，费用等均不会涉及到另一方（很简单的例子，淘宝商户收买家快递费20元，实质上给物流公司可能只有5元。物流的过程和服务对于买家来说是透明的）其次，物流的外部提供是单一的，比如说就是简单的快递，配送，不会包括整个交易周期的物品的流转。

### 第三方物流

第三方物流又称为外包物流或者合同物流。是指生产经营企业为集中精力搞好主业，把原来属于自己处理的[物流活动](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81%E6%B4%BB%E5%8A%A8)，以合同方式委托给专业物流服务企业，同时通过信息系统与物流企业保持密切联系，以达到对物流全程管理的控制的一种物流运作与管理方式。这样的专门提供物流服务的企业被称之为第三方物流服务提供商。

3PL既不属于第一方，也不属于第二方，而是通过与第一方或第二方的合作来提供其专业化的[物流服务](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81%E6%9C%8D%E5%8A%A1" \o "物流服务)，它不拥有商品，不参与商品的买卖，而是为客户提供以合同为约束、以结盟为基础的、系列化、个性化、信息化的物流代理服务。

常见的第三方物流服务包括：设计物流系统、[EDI](http://wiki.mbalib.com/wiki/EDI)能力、报表管理、货物集运、选择[承运人](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%89%BF%E8%BF%90%E4%BA%BA" \o "承运人)、[货代](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B4%A7%E4%BB%A3)人、海关代理、[信息管理](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BF%A1%E6%81%AF%E7%AE%A1%E7%90%86)、[仓储](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BB%93%E5%82%A8)、咨询、运费支付、运费谈判等。

### 第四方物流

第四方物流是1998年美国[埃森哲咨询公司](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%9F%83%E6%A3%AE%E5%93%B2%E5%92%A8%E8%AF%A2%E5%85%AC%E5%8F%B8" \o "埃森哲咨询公司)率先提出的,是专门为第一方、第二方和第三方提供[物流规划](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81%E8%A7%84%E5%88%92" \o "物流规划)、咨询、[物流信息系统](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81%E4%BF%A1%E6%81%AF%E7%B3%BB%E7%BB%9F)、[供应链管理](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BE%9B%E5%BA%94%E9%93%BE%E7%AE%A1%E7%90%86)等活动。

第四方物流(Fourth party logistics )是一个[供应链](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BE%9B%E5%BA%94%E9%93%BE" \o "供应链)的集成商，是供需双方及[第三方物流](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%AC%AC%E4%B8%89%E6%96%B9%E7%89%A9%E6%B5%81)的领导力量。它不是物流的利益方，而是通过拥有的信息技术、整合能力以及其他资源提供一套完整的[供应链](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BE%9B%E5%BA%94%E9%93%BE)解决方案，以此获取一定的利润。它是帮助企业实现降低成本和有效整合资源，并且依靠优秀的[第三方物流](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%AC%AC%E4%B8%89%E6%96%B9%E7%89%A9%E6%B5%81)供应商、技术供应商、管理咨询以及其他增值服务商，为客户提供独特的和广泛的供应链解决方案。

在实际中，因为知识产权和专利权的原因，物流行业中提供第四方物流服务的物流企业更愿意把自己看做是领导物流提供商（LLP，Lead Logistics Provider），两者实质上是相同的，只是前者是从咨询公司的角度，后者是从物流公司的角度。

## 物流信息系统

从物流管理中我们可以看到物流的核心竞争力是信息技术，只有通过信息技术对物流能力进行整合规划，才能从整体形成成本优势。

从物流活动层面，物流的信息系统或者说物流作业的信息系统常见的包括：运输配送管理系统，仓储管理系统，物流设备管理系统，加工服务管理系统，以及物流服务单管理系统。

从物流管理层面，还包括库存管理系统，文档管理系统，车队（船）跟踪系统，装配计划系统，客户服务系统等。

## 物流与电子商务的关系

电子商务与物流的相互关系和影响包括两个层面，一个是从电子商务的角度，物流对于电子商务平台的支持和影响；另一个则是从物流企业的角度，物流管理的电子商务化。随着电子商务的发展，电子商务企业不得不重点关注物流，并逐渐涉足物流行业；而物流企业，随着电子商务的普及，也逐渐走向电子商务化。这成为两个行业发展的一个趋势，并且也说明彼此之间相互依存的关系。我们可以从几个典型的电子商务企业看看电子商务的发展与物流间的关系

### 阿里巴巴与物流

阿里巴巴视物流为企业发展的生死线。阿里通过多种方式来构建物流对其电子商务的支持。

* 2003年，阿里成立阿里巴巴物流有限公司
* 2005年，阿里与天津大田，宅急送结成中国第一个电子商务第三方物流联盟。
* 2006年，EMS成为阿里推荐的物流合作伙伴。
* 2009年10月，阿里与天天，韵达，申通，圆通签署物流合作协议，并签订中小企业商务服务伙伴计划。
* 2010年，阿里参股民营快递公司星辰急便，并成立所谓的“云物流”平台，提供第四方物流服务。

### 京东商城与物流

* 在北京，上海，广州，成都建立四大物流中心，
* 2009年，将融资获得的2100万美元中的70%用于完善物流能力。
* 2010年，在全国建立十余个二级仓库，在50多个城市建立配送站。
* 2011年，完成15亿美元的融资，并全部投入到物流和物流技术研发建设。
* 因为物流能力的不足，京东将销售预期比原增长速度预期降低近40亿。

### 当当网与物流

* 成立之初，建立自己的配送中心仓库。随后绕开完全自建物流基础设施的方式，集中优质第三方快递公司的物流优势。自己着重关注物流管理能力优化。
* 2011年当当网着手组建由其控股，集合多家物流快递公司组成的配送公司，并提供物流开放信息化平台，为电子商务企业提供商品储存、分拣、包装及全国1200多个城市的COD配送服务。这是国内第一家独立的以物流整合者角色出现的物流开放平台。
* 2011年4月，当当网将停止百度广告投放，并全部投入物流优化。

# 从电子商务角度看待物流

## 电子商务中的物流问题

相比较传统商务，电子商务最为显著的特征就是四流（包括商流，信息流，资金流和物流）的合一。虽然随着信息技术的推广和发展，纯信息化消费（比如MP3下载，虚拟货币虚拟消费等），也就是所谓的电子消费占据了电子商务的一部分，但是对于现实世界来说，实体物品的商务依然是更为主体的。而物流是信息流，商流，资金流实现的根本保证。

### 对能力的影响

而物流的能力往往决定了电子商务的能力，我们完全可以想象，在物流所不能触及的地域，再怎么强化电子商务平台，都无法将物品销售的，更加就没有产生后续的商流和资金流了。比如说京东的物流能力无法覆盖城郊，所以它再怎么采用低价或者其他在线服务，都没有将电子商务扩大到这个领域；而苏宁易购依靠其覆盖面更强更广的物流能力，在很短的时间就得到了飞速的发展。

另外，通过优秀的物流能力，电子商务可以提供更多的服务，实现服务营销，从而获得更好的客户评价和客户认同，最终形成差异性的竞争优势。比如七匹狼，因为物流能力的短缺，无法提供免费自由退货，换货的服务，而凡客诚品依靠其物流能力，能够充分吸收消化退货，换货带来的物流成本，便能为用户提供上门试衣，免费退换等服务，从而获得用户的青睐。又比如当当依靠其强大的物流网络和分销能力，可以为许多城市提供货到付款，当日达到服务，也就赢取了更多的先机。

### 客户服务的影响

物流的配送效率和服务质量是客户评价电子商务服务满意度的重要指标。客户的满意程度也决定了电子商务的竞争优势和用户粘度。比如在春节时，因为春运以及物流公司休假，人力成本上升的原因，全国各地物流公司的运输水平急剧下降，淘宝上的交易量也随之急剧下跌，许多商户不得不临时关闭商铺，谢绝订单。而同样，京东商场，苏宁易购却能提供24小时的购买和配送服务。

### 成本问题

作为主要的固定成本，物流成本极大地影响着电子商务的盈利空间。物流成本的波动对于电子商务的市场的影响是非常明显的。比如同样一个货品，即使在淘宝上比当当根据便宜，但是加上十几或几十元的运费后，反而总的价格更贵。这样，因为物流成本的差异促使了最终交易结果的差异。

## 电子商务对物流的需求

短板的物流将成为电子商务发展的最大制约因素，所以不同阶段的电子商务对于物流的要求也不尽相同。从电子商务战略的层面来说，它要求物流能力能够满足以下几个需求：

* 对整个供应链的支持和能力优化，包括从供应商处获得相关物品（原材料或者成品），再经过内部流通加工服务（比如重新包装，比如物品搭售重组等），再转到分销商，最后配送到客户手上。
* 零库存或者即时（Just-In Time 库存）。因为销售的不确定，避免库存冗余和商品折价损耗来确保电子商务整体运营成本的降低，从而保证一定的成本优势。
* 较高信息化技术的支持，包括条形码(Barcode)识别，射频（RFID）识别，电子数据交换（EDI，ebXML），全球定位（GPS）和地理信息(GIS)等。这样确保，物流与电子商务自己的信息流通的及时高效和顺畅。
* 配送能力的全范围化。这里包含两个层面，一个是物流业务的深度，支持门到门（door-to-door）的配送；另一个是物流业务的覆盖广度，支持更大范围的配送支持（包括偏远地区，全球等）。
* 服务的多功能化和社会化。不仅仅是传统的储存，运输配送等，还包括一些增值的服务（比如冷藏保温，除湿加湿；组合包装，简单加工等）；同时还需要满足社会化的要求，比如同城当日到达，在节日期间也保证一定服务质量等等。

## 物流运作模式在电子商务中的作用

前面谈到物流的运作模式，每种不同的运作模式都有自己不同的特点。而对于电子商务来说，是需要根据企业自身的定位以及电子商务所处的阶段来确定选择的物流运作模式。我们接下来谈谈不同的物流运作模式对于电子商务的影响，使我们能更清晰地了解如何实现电子商务与物流在业务层面的对接。

### 第一方物流

第一方物流是由销售商提供的物流业务。一般来说，对于那些由传统贸易企业转型的B2C电子商务，大多采用这种方式。比如苏宁易购，国美等。另外也有一些大型的B2C电子商务企业为了构建物流竞争优势，也自建立物流体系提供了第一方物流的方式，比如京东商城，当当网等。第一方物流对于电子商务企业来说，有这样一些特点和影响：

* 第一方物流是电子商务企业的一部分，能够进行更有针对性的物流规划（包括能力规划和物流布局）和物流管理，使得物流能力能及时与企业电子商务的发展相匹配，从而不至于形成企业发展的短板。
* 物流能够集中全力支持企业的业务战略，而不受其他外部环境的影响。
* 物流企业的成本，而不是盈利方式。企业需要通过其他方式补贴来消化物流成本。而这也是目前许多B2C企业难以盈利的一个原因。
* 企业需要构建比较完善的物流体系，这需要一个相对比较长期的过程以及比较大的资金投入。

### 第二方物流

第二方物流包括两个层面，一个是B2B中，采购方自行安排物流服务去完成货物的配送，比如像钢铁交易中的上门提货等；还有一个是，电子商务中（包括B2B,B2C,C2C），销售方无法提供第一方物流服务，聘请功能性物流服务公司完成物流活动，比如快递公司，EMS等。对于企业电子商务来说，第二方物流更大的目的是协助进行商品的分销。举例说，dell公司面向企业客户的电脑购买，便会通过第二方物流将不同的商品发往企业客户不同指定的场所。

现实生活中，第二方物流是最为常见的物流应用模式，绝大多数所谓的物流企业（运输公司，仓库）都是提供的第二方物流服务。第二方物流对于电子商务企业来说，有如下的特点和影响：

* 不需要企业具备完善的物流能力，能够保证一定成本付出下获得较好的物流能力。
* 第二方物流是第一方物流的一个很好的补充，可以弥补电子商务企业自身物流配置（布局和能力）相对短缺的问题。
* 物流的成本是基于活动或者功能，而非整个物流链的。所以无法保证整体的物流成本的控制。
* 物流始终还是成本活动，并且其服务质量水平很难得到保证。企业很难将物流作为自身的竞争优势和盈利优势。
* 企业一般情况下缺乏议价或者价格转移的能力，物流成本将占据整体商品成本的很大一部分。

### 第三方物流

电子商务的双方与物流服务商共同构成三方协议，由物流服务商为商务的双方提供全程的物流服务，包括销售方的销售物流，采购方的采购物流等。因为第三方物流需要与商务双方达成物流服务协议，所以商务的双方都是企业角色，所以第三方物流一般在B2B应用，尤其是采购方需要专业的物流公司提供全程的物流服务，包括仓储，分销，流通再加工等应用时才会出现。我们在大宗商品的代售，代买业务其实就是第三方物流服务之一（代售，代买，物品需要物流公司为其仓储，配送，并提供融资信贷等资金服务）。从这个角度，我们其实可以看到许多电子商务平台，尤其是大宗商品的电子商务平台都或多或少地扮演了类似第三方物流的部分角色。第三方物流对于电子商务企业来说，有如下特点和影响：

* 物流，以一个整体的过程服务而出现，而不仅仅是一个活动和功能。
* 物流所担负的成本，会被交易双方吸收消化。
* 第三方物流服务提供商的角色有时会被电子商务平台所扮演，而对于电子商务平台来说，物流开始成为盈利活动，而不是成本活动。
* 目前具备全面第三方物流服务支持能力的企业并不多，大多各有所偏重。

## 物流给电子商务带来的机遇

传统的电子商务竞争大多是靠低成本换取低价格，从而获得市场的红海战略。在这一层面，物流为电子商务提供了降低成本的可能。所以京东，当当大量地投资来强化物流能力，从而获得成本优势。就连淘宝，也开始着手建立自己的物流公司，来提高淘宝平台的物流能力，避免竞争优势的丧失。

而另外一方面，物流及物流的信息化，也为电子商务提供了打造蓝海战略的能力。通过物流所提供的基础设施差异化竞争优势，能够进入竞争对手无法进入的市场，从而获取更大的利益空间。比如苏宁易购相比起京东的竞争优势，尤其在以旧换新，家电下乡方面，就体现得非常明显。

同时，通过推动物流信息化能力，实现物流的电子商务化，能够实现四流的全面整合和无边界流通，并最终形成以信息化为核心竞争力的差异化竞争优势。可以为物流，电子商务创造更大的价值和盈利空间。

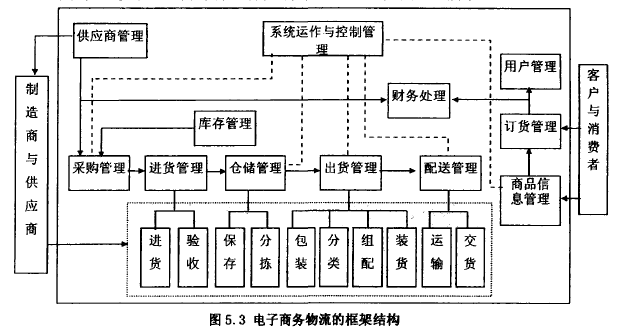
# 从物流企业角度看电子商务

## 电子商务对物流的影响

传统的物流企业，更多地是关注物流活动的某一项，比如运输，仓储等，又或者是企业供应链的一个环节，专门为某些企业提供原材料的采购物流，生产物流以及销售物流的服务。电子商务给物流企业带来了完全不一样的业务经营方式。首先电子商务是完全按照整个业务过程组织的，需要物流服务商提供完整的物流业务的支持。

## 电子商务物流

电子商务物流又称网上物流，就是基于互联网技术，旨在创造性的推动物流行业发展的新[商业模式](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%95%86%E4%B8%9A%E6%A8%A1%E5%BC%8F)；通过互联网，物流公司能够被更大范围内的货主客户主动找到，能够在全国乃至世界范围内拓展业务；贸易公司和工厂能够更加快捷的找到[性价比](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%80%A7%E4%BB%B7%E6%AF%94)最适合的物流公司；网上物流致力把世界范围内最大数量的有物流需求的货主企业和提供物流服务的物流公司都吸引到一起，提供中立、诚信、自由的网上物流交易市场，帮助物流供需双方高效达成交易。目前已经有越来越多的客户通过网上物流交易市场找到了客户，找到了合作伙伴，找到了海外代理。网上物流提供的最大价值，就是更多的机会。

电子商务物流的特点

* 具有与电子商务相结合的信息技术，包括：
  + 条码技术(Barcode)
  + 数据库技术(Database)
  + [电子定货系统](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%94%B5%E5%AD%90%E5%AE%9A%E8%B4%A7%E7%B3%BB%E7%BB%9F)(EOS: Electronic Ordering System)
  + [电子数据交换](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%94%B5%E5%AD%90%E6%95%B0%E6%8D%AE%E4%BA%A4%E6%8D%A2)(EDI: Electronic Data Interchange)
  + [快速反应](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%BF%AB%E9%80%9F%E5%8F%8D%E5%BA%94) (QR: Quick Response)
  + [有效的客户反映](http://wiki.mbalib.com/w/index.php?title=%E6%9C%89%E6%95%88%E7%9A%84%E5%AE%A2%E6%88%B7%E5%8F%8D%E6%98%A0&action=edit)(ECR: Effective Customer Response)
  + [企业资源计划](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BC%81%E4%B8%9A%E8%B5%84%E6%BA%90%E8%AE%A1%E5%88%92) (ERP: Enterprise Resource Planning)集成
* 自动化技术支持：通过大量的自动化尤其是机电自动化技术来优化和提高物流能力。从而降低物流活动的成本。
* 信息网络化： 包括企业内部的信息网络化与企业外部（上下游）的信息网络化。这是建立在信息化的基础上，从而以支持电子商务的无边界信息流。
* 智能化： 在信息化和自动化基础上构建的更高层次应用，包括商业智能分析，专家系统，以及物流能力规划（包括布局和能力）
* 柔性化：包括物流活动，物流流程的柔性化，以能支持更灵活的业务需求，并与供应链上下游环节的系统（生产，采购等）实现整体的柔性化。从而实现电子商务的“多品种，小批量，多批次，短周期”的物流服务请求。
* 标准化：包括物流设施的标准化， 包装的标准化，系统应用接口的标准化等。只有标准化才能应对电子商务大批量的物流服务请求。

## 电子商务物流的发展机遇

电子商务给整个物流行业带来了非常大的发展机遇。借助电子商务，物流可以摆脱过去完全依赖运输，仓储的纯功能性盈利模式。

* 物流行业由功能型向服务型转移，抛却单纯提供物流活动功能的盈利，从而追求提供物流服务的盈利方式。使得企业的目标以提供一流服务作为追求。
  + 改变服务观念，由传统的“推”（根据物流服务订单）朝“拉”（主动给企业提供更高水平的服务），从而实现价值增值。
  + 由关注某个活动或者功能转变到关注整个物流周期，并且确保整个周期内的服务质量和水平。
* 朝一体化和多功能化发展。
  + 完善物流的基础设施，提供全面的物流活动支持，由提供客户单一的物流功能向提供客户整体物流多功能支持转变，从而创造更多的价值。
  + 不仅仅提供物流服务，更多地是提供物流服务平台。
* 实现信息化和标准化，提供更高标准的物流服务，朝现代物流转型
  + 在物流作业层面的信息化和自动化，实现物流作业的高效与低成本。
  + 在物流管理方面的信息化，实现高效，无失真并且无边界的信息流动
  + 实现设备，接口（信息化接口，业务接口）的标准化，提高工作效率。
* 物流发展的全球化
  + 业务地域的无边界，实现更大的市场。
  + 业务范围的无边界（比如运输提供车，铁路，船，海运，航运），实现更灵活更柔性的物流能力。

# 电子商务与物流的发展

## 电子商务企业全面进入物流行业

如果说当初电子商务企业自建物流基础能力是因为整个社会物流服务能力的薄弱这个客观因素，那么现在电子商务企业全面进入物流行业已经成为必然。一是因为物流本身是电子商务的基石；二是目前整个物流行业是一片蓝海，并且物流有非常大的发展和盈利空间。

## 电子商务企业建设第四方物流平台

与绝大多数电子商务企业只是构建基础物流能力，提供第一方物流服务不同，阿里和当当走了另外一条路，也就是搭建物流服务平台。

阿里在电子商务和物流集成是更具代表性的。阿里首先建立自己的物流公司，提供第一方物流服务（虽然物流公司号称从事第三方物流，但实际上只是为阿里自身服务）；然后引入物流合作伙伴，帮助阿里平台的淘宝，阿里巴巴的商户提供第二方物流和第三方物流服务；最后阿里投资星辰急便，着手建设物流平台，营建第四方物流服务。

而当当网，在自己的物流基础能力上投入并不大，更多地是投入在物流管理及主要的中心仓库建设上。当当网最开始以来第三方的合作伙伴，也就是第二方物流提供商提供的物流服务，并在此基础上，根据自己的物流管理能力和信息化集成能力，搭建第四方开放性的物流平台，从而整合其他物流服务商，最终通过向其他电子商务企业提供物流服务来获得企业更大的发展空间。

## 物流企业全面电子商务化

单纯的物流功能已经不满足客户的需要，信息化而且是机遇互联网的信息化是每个物流企业发展的必经之路。这个信息化不仅仅是企业单纯的使用某个信息系统，而是全面地建设从物流基础设施自动化，物流作业的信息化，物流管理的信息化，最后到物流服务的信息化。并且所有的这些信息化的过程和行为都是为了最终的电子商务化。也就是信息化会要转变成商业价值，并且支撑整个企业的商务运作。

## 物流企业向领导物流提供商发展实现自我增值

第四方物流从埃森哲的观点，是咨询服务的整合，这对于电子商务企业来说是优势。对于物流服务企业来说，需要从众多竞争对手中脱颖而出，为客户提供全面和全程的物流解决方案。于是强化自己的组织与整合能力，成为领导物流提供商，便成为物流企业所选择的发展方向。

与电子商务企业通过与主要合作伙伴一同通过电子商务平台提供第四方物流服务稍有不同。物流企业是在自身的第三方物流基础能力上，与那些和自身物流能力互补的第二方，第三方物流服务商合作，从而实现第四方物流服务。并且，电子商务平台建设的第四方物流服务更多地是为电子商务企业服务，而物流服务商建设的领导物流服务更多地是为企业供应链服务。而这个差别，也就为以后的相互整合，也就是所谓的第五方物流提供了一个新的发展空间和升级通道。