

2023年商务宴请总结(优秀5篇)

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

商务宴请总结篇一

电子商务(electroniccommerce)是利用计算机网络技术，将企业内部职员、外部消费者、销售商和供应商有机地联系在一起，解决商业交易及交易前后的一系列问题，包括降低产、供、销成本，开拓新市场，创造新的商机，增加企业利润在内的所有商业活动。

与传统商务相比，其低成本、高效率、集约型，越来越受到了各国的重视和企业的推崇。

一、电子商务与物流的关系

电子商务活动一般包括信息流、商流、资金流和物流，缺少任何一个部分都无法完成商务活动。

商流是指商品在购销过程中所有权转移的一系列活动。

物流是指为了满足客户的需要，以最低的成本，通过运输、保管、配送等方式，实现原材料、半成品、成品及相关信息由商品的产地到商品的消费地所进行的计划、实施和管理的全过程。

物流一般是由对商品的运输、仓储、包装、搬运装卸、流通加工以及相关的物流信息等环节构成，并对各个环节进行综合和复合化后所形成的最优系统。

资金流、物流、商流、信息流的形成是商品流通不断发展的必然结果。

它们在商品价值形态的转化过程中有机地统一起来，共同完成商品的生产、分配、交换、消费，再到生产的循环。

由信息流提供及时准确的信息，由资金流按照需求有计划地完成商品价值形态的转移，由商流完成商品所有权转移，由物流按照资金流的要求完成商品使用价值即商品实体的转移过程，从而使得“四流”构成了商务活动中不可分割的整体。

因此说，电子商务与物流是紧密相连、相互促进、共同发展的。

电子商务是物流之源，物流是电子商务之果。

没有电子商务就不会引发物流的发生，没有物流的实现就不会实现电子商务的真正价值。

电子商务物流是指服务于现代电子商务的物流，从本质上属于现代物流，是物流的电子信息化，即利用信息技术和现代物流技术对传统物流进行改造，使传统物流成为信息化的物流，是信息流和物流的充分整合。

在目前的电子商务技术和相关支持系统条件下，针对信息流、商流和资金流的电子虚拟化较易实现，而物流的虚拟化实现却难度较大，很多人就片面地认为物流是电子商务的天然瓶颈。

其实，物流和电子商务并没有固定的位置关系，两者在这个发展过程中应该是分别领跑的。

在不同的时期和不同的国家和地区，物流和电子商务的约束关系也是有所区别的。

如在美国由于其物流技术有80多年的历史，通过利用各种机械、自动化工具及计算机和网络技术，物流水平相对较高。

当时定单处理、资金支付等商流活动相对落后。

因此，出现了以edi为标准的电子商务来简化烦琐、费事的定单等处理过程，解决信息流、商流和资金流处理上的烦琐对现代物流过程的延误，从而协调商务中四流的统一。

所以就有后来美国的it厂商将电子商务仅定位于“无纸贸易”，电子化的对象主要针对信息流、商流和资金流，而并没有提到物流。

当时的电子商务只需和发达的物流进行集成即可，实际应该是商流和信息流处理水平落后于物流的产物。

但是随着网络和信息技术的不断进步，目前，电子商务中的信息流、资金流、商流的处理都可以通过计算机和网络通讯设备实现，通过货币电子化和商务信息化，可以很容易实现虚拟商务，促成所有权的转移和价值的实现，然而物流却仍然要受到商品的消费特点和流通特点的制约，不完全能通过电子虚拟进行商品的时空移动，实现其使用价值。

音乐、电影、游戏、教学节目、心理咨询等是小部分可以通过网络传输的商品，能够实现四流的完全虚拟和统一。

但是其他大部分商品的物流仍然还需要一系列机械化、自动化工具应用。

可以说没有现代化的物流，任何轻松的商务活动都会变得毫无意义，电子商务的发展也无从谈起。

现在应该是物流相对电子商务的商流、信息流处于劣势。

这是电子商务发展的一个阻碍，同时也是电子商务物流发展的一个诱因。

二、我国物流业发展的现状

物流在现代商品的流通中发挥着极其重要的作用，作为国民经济的一个重要领域，与社会和人们的生活密切相关。

物流作为一个现代概念，其本质体现的是一种新的思维模式和管理方式。

准确地理解物流概念，对于正确把握物流的本质，深入了解物流的内容具有重要意义。

物流是指物品从供应地向接受地的实体流动过程。

根据实际需要，将运输、存储、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。

从企业经营的角度看，物流管理是以企业的物流活动为对象，为了以最低的成本向用户提供满意的物流服务，对物流活动进行的计划、组织、协调和控制。

根据企业物流活动的特点，企业物流管理可以从三个层面上展开。

(一) 物流战略管理

企业物流战略管理就是站在企业长远发展的立场上，就企业物流的发展目标，物流企业在企业经营中的战略定位以及物流服务水准和物流服务内容等问题作出整体规划。

(二) 物流系统设计与营运管理

企业物流战略确定以后，为了实施战略必须要有一个得力的

实施手段或工具，即物流运作系统。

作为物流战略制定后的下一个实施阶段，物流管理的任务是设计物流系统和物流网络，规划物流设施，确定物流运作方式和程序等，形成一定的物流能力，并对系统运营进行监控，及时根据需要调整系统。

(三) 物流作业管理

根据业务需求，制订物流作业计划，按照计划要求对物流作业活动进行现场监督和指导，对物流作业的质量进行监控。

物流系统的目的已不只是局限在物流费用的最小化上，而是通过提供最为适宜的物流服务，实现的最大化，物流已经成为企业市场营销的要素之一。

进入21世纪以后，企业的物流管理进入了战略管理阶段，即从长远的和战略的观点去思考物流在企业经营中的定位，将物流作为提高企业竞争能力的战略资源，物流管理成为供应链管理的重要内容，将企业的物流职能以对外委托的形式交给第三方物流企业去完成的新型物流运作方式在一些先进企业中出现，并且逐步扩大。

尽管发达国家的物流管理已经进入战略管理阶段，但对于绝大多数企业来说，降低物流成本仍然是其物流管理的基本任务。

为此需要建立起物流管理组织，对企业的物流活动实施系统化管理，运用物流合理化原则优化企业物流系统。

三、我国电子商务物流发展中存在的问题

自上个世纪90年代以来，我国电子商务在基础环境建设、企业参与以及商务实践等方面都取得了显著的进展。

，中国电子商务的交易总额达到4400亿元人民币，激增至6200亿元人民币。

但是进入新经济和全球一体化的今天，消费个性化和不确定性不断提高，更要求商务活动中的四流的紧密结合来满足人们不断变化的需求，并不断降低成本，达到客户满意最大化。

然而由于我国物流行业的发展滞后，无法与现代电子商务集成，“高速公路”与“羊肠小道”的连接限制了整个商务活动的效率，严重影响了电子商务的进一步发展。

仅从b2c电子商务模式来看，由于中国的经济基础、消费环境、配送水平等因素的影响，使网上零售商的产品有效组织和商品配送成本居高不下，消费者网上购物的时间成本和商品价格相对传统消费无任何优势可言，网上购物的效率大打折扣。

总的来看，我国电子商务物流在发展中目前主要存在以下问题：1. 物流基础设施不全，管理职能分割严重。

2. 物流企业信息化和自动化作业程度低，物流运行效率低，成本居高不下。

3. 物流配送的社会化和专业化程度低，形不成规模和专业化优势。

四、对我国电子商务物流发展的政策建议

电子商务物流的发展是电子商务发展的内在要求，是提高国家经济运行效率和调整、升级产业结构的重要途径。

根据我国目前电子商务物流发展的现状和存在的问题，提出以下政策：1. 加强国家物流业的宏观管理，加快物流的软硬件基础设施建设。

2. 推进物流企业的信息化、科技化，建立电子商务环境下的供应链管理系统。

3. 大力发展第三方物流，提高物流的社会化、专业化程度。

参考文献：

商务宴请总结篇二

(一) 反馈信息电子化物流信息化、电子化是电子商务物流的基本要求，是以电子计算机为主、以各种电子设备为辅助工具的物流信息形成、传递、储存的管理方式，不同于计算机诞生之前物流信息反馈主要通过书面、口头形式进行传递和储存。物流信息作为企业信息化的重要组成部分，物流信息电子化减少了企业组织的差旅费用、提高了工作效率、降低了劳动强度、减少了污染和拥挤等等。但是，电子化的信息出现了泛滥、甄别困难等问题，同时计算设备的损坏可能导致大量信息的损失等。在电子商务时代，要提供最佳的服务，物流系统必须要有良好的信息处理和传输系统。

(二) 反馈内容全面化云计算的出现，为处理大量不规则的“非结构数据”提供了技术方法。以云计算为基础的物流技术，可以便宜而有效地将物流活动中大量、全面、多变的数据内容存储下来，并随时进行分析和计算。这些技术主要有数据采集技术、数据存储技术、数据交换技术、数据处理技术等。采集技术有传感器、扫描仪等，在物流中移动数据采集器(mde)经常用于对仓库库存的盘点或者货架上预订数据采集，该技术在运输部门或者外部服务也有重要的价值。另外，电子数据载体如芯片、程序化数据载体(pdp)[]移动数据存储器(mds)及卫星接收发送装置，可以超越数米的距离进行读取、编辑和存储;电子数据交换(edi)可以节省时间、提高质量和降低成本。物流信息技术是物流现代化的重要标志。

(三) 反馈速度迅捷化电商物流服务业不同于传统物流服务业，

快速反应是电商物流企业的核心竞争力。电子商务物流重在提供及时的服务、信息和决策反馈。目前，在大型的配送公司里， \square ecr和jit系统使得顾客化服务得以快速响应。ecr即有效客户信息反馈，据此可做到客户要什么就生产什么，而不是生产出东西等顾客来买。物流企业快速反应的影响因素主要有信息系统、顾客服务、时间管理、成本控制、物流硬件、协调控制和物流人才等。

(四) 反馈信息社会化在我国，企业甚至是上市公司信息披露不足，而数据、信息共享是电商时代的趋势和必然。因此，如何建立信息处理系统，及时获得必要的信息，对电子商务物流企业来讲，是个时代的考验，更是个难题。在将来的物流系统中，“24小时送达”成为物流配送的‘极致追求，搭建社会化物流平台成为电商企业共同的事业。阿里巴巴从开始规划的天网地网，就是要做一个信息平台，向物流合作伙伴开放相关信息接口以分享数据。数据服务是阿里巴巴物流战略核心，更是未来大物流系统的支撑。未来物流系统的输出内容——信息，可以当作独立的商品或者作为商品成分进行出售。

二、电子商务物流服务业的反馈机理

反馈是大数据时代物流组织受社会需求推动，为了满足企业和消费者的个性化需求，运用收集、存储和融合信息的技术方法，引发的以数据化为核心的物流管理变革。随着互联网在经济与社会活动中的广泛渗透，将电子商务物流产业发展推向新的高度，其发展日益受到政府、企业、消费者和环保主义者的广泛关注。企业和消费者的满意度，取决于快速响应的物流管理系统。

(一) 电子商务物流服务流程电子商务物流服务流程，可以用图直观表示，通过流程图可以窥见电子商务物流的反馈流程和反馈形式。图1融合了b2b、b2c、c2c交易的物流服务流程，不同的电子商务模式交易特点不同，但都具备总流量大、

服务范围广的特点，服务内容和特点基本相同，物流服务一般都采用第三方物流。B2B和B2C电子商务物流关键在远程运输，而C2C的关注点在末端配送。

(二) 电子商务物流反馈内容 电子商务物流服务内容涵盖了订单管理和数据分析、仓储与分拣、运输配送与交付、逆向物流服务、回收物流服务和客户服务。可以讲，电子商务物流服务内容有多广，物流系统反馈的信息内容就有多丰富。物流系统会对顾客提交的订单相关数据进行分析，透过分析报告可以帮助制造商以及经销商及时了解市场，便于随时调整市场推广方法；电子商务物流系统可以对仓储和分拣中心进行监测，提供有效的库存管理信息，使制造商或者经销商保持合理的库存；电子商务物流系统通过网络将供应链节点信息进行集成、整合，将实物库存信息化作为虚拟库存；运输配送与交付环节，通过融合多种终端技术采集物流信息并进行综合处理，增强了物流企业对物流配送过程的可控性，消费者则通过互联网对配送企业和商品“宝贝”信息流动实时状态了如指掌；电子商务的逆向物流反馈服务关键在提高顾客满意度。当然，随着环境保护的加强，废弃物处置问题不断受到关注，物流系统必须提供回收物流服务，这有利于提高物流企业在电子商务市场上的低碳竞争力。追求客户满意，挖掘潜在需求是电子商务物流企业不断创新的动力。

(三) 电子商务物流反馈技术 物流技术指物流活动中所采用的自然科学与社会科学方面的理论、方法，以及设施、设备装置与工艺的综合。而电子商务物流反馈技术，主要指物流流程中物资信息的收集、存储和融合方法。先进的信息融合技术提高了物流系统的信息处理与控制能力，使物流配送信息的交互和处理跨越时空限制，通过终端物流信息反馈与融合，实现信息到实际操作的高速转换，为物流企业决策层提供信息支持，从而不断提高物流企业的服务能力。常用的物流信息反馈设备有：各种传感器、GPS定位设备、射频识别设备、扫描器等；信息融合方法有：嵌入约束法、证据组合法、

人工神经网络法等;信息传输交换技术有:计算机网络技术、电子数据交换技术等。

三、对大数据时代电子商务物流行业发展的建议

大数据作为信息革命的第二个高潮，为电子商务物流行业的发展提供了广阔的空间。电子商务物流行业必须树立并强化数据优化行业的理念，以大数据的眼光，加强大数据研究，为客户提供更先进、增值性的服务。

(一) 树立并强化大数据理念现代物流的发展趋势是全球化、信息化、系统化、标准化和多功能化，而数据化则是现代物流的核心。当前电子商务物流体系虽然在业务经营中加强了对数据的分析和应用，但缺乏对大数据应用的战略性思考和主动挖掘意识。信息采集较多，但深度加工挖掘较少，导致大量的数据信息成为“睡眠数据”而不能发挥其应有的价值。客户细分不够精准，没有在业务营销和客户关系管理活动中运用科学模型，缺乏对客户服务需求的偏好判断和消费行为习惯的细分。在大数据时代电子商务物流的发展必须要有效整合大量的数据，通过各种分析模型，将数据转化为信息资源，只有这样才能将大数据作为战略性资产，为行业管理和决策提供强有力依据。

(二) 开拓新的数据服务市场目前，电商业、物流业的发展呈现跨界竞争，电子商务企业进军物流行业，物流企业开发电子商务，行业间呈现交叉融合发展。当大家的目光还停留在究竟是做电商赚钱还是搞物流赚钱时，我们可将大数据看成一个大市场，联合电商业、物流业、银行业乃至通讯业合作，通过各大行业间的数据存储、加工、分析、融合，形成大数据产品，提供大数据服务，开辟数据服务市场。

(三) 构建大数据物流体系构建大数据物流体系，就是电子商务企业和物流行业都要树立数据观念，从经营管理理念上重视大数据，在人才队伍建设上吸纳数据分析人才，从供应链

条上强化数据信息的收集、存储和处理技术，对物流、商流、信息流、资金流进行计划和控制，也就是采用信息数据处理和融合技术对电子商务物流服务进行优化整合，打造准确及时精细的高端物流服务体系。

商务宴请总结篇三

据统计，在国民生产总值〔gnp〕中每花费1万美元，相应的物流成本就要超过1千美元。就单个厂商而言，物流成本通常是业务工作中成本较高的项目之一，仅次于制造过程中的材料费用或批发、零售产品的成本。而企业经营的重要目标是以最小的投入获得最大的收益，所以实现这一目标的途径之一就是加强物流成本管理。

物流成本之组成

物流成本是指企业进行采购、销售、生产等与物流相关活动的成本总和。物流成本主要包括以下内容：

运输成本：运输成本是指原材料、在制品以及成品的所有运输活动中所发生的费用，包括直接运输费用和管理费用。

存货持有成本：一般来说，存货可以占到制造商资产的20%以上。目前许多公司只是以当前的银行利率乘以存货价值再加上其他一些费用作为存货持有成本。实际上，存货持有成本包括存货资金占用成本、存货服务成本、存货风险成本和调价损失等。

仓储成本：包括仓库租金、仓库折旧、设备折旧、装卸费用、货物包装材料费用和管理费等。

缺货成本：缺货成本是指由于不能满足客户订单或需求所造成的销售利润损失。

订单处理成本：是指从客户下订单开始到客户收到货物为止，这一过程中所有单据处理活动、与订单处理相关活动的费用。

采购成本：是指与采购原材料等相关的物流费用。包括采购订单费用、采购计划制定人员的管理费用、采购人员管理费用等。

成本管理存在的问题

首先，物流在企业财务会计制度中没有科目，因而较难对企业生产的物流费用作出明确、全面的计算与分析。由于企业现有的会计核算制度是按照劳动力和产品分摊企业成本的，所以企业的损益表中无物流成本的直接记录。例如物料运输成本常包括在货物的购入成本或产品的销售成本中；厂内运输成本常记入生产成本中等。由于无法完整地统计企业物流成本是多少，使得企业节约物流成本无从下手。

其次，在通常的会计科目中，企业容易忽略内部物流费用。目前，物流成本核算的是企业对外部运输所支付的运输费用或向外部仓库支付的商品保管费用等传统的物流费用。对于企业内部的物流基础设施建设和企业利用自己的车辆运输，利用自己的库房保管货物，由自己的工人进行包装、装卸没有列入物流费用科目。因而，从现代物流管理的角度看，企业难以把握准确的物流成本。

再次，对物流成本的计算和控制，各企业分散进行，根据自己的理解和认识把握物流成本，使得各企业间无法在物流成本方面进行比较分析，也无法得出行业平均物流成本值。另外，物流部门无法掌握的成本很多。例如，备品在库保管以及紧急运输等产生的费用并未纳入其中，从而增加了物流成本管理的难度。

由于上述原因，使得企业管理人员无法获取企业物流成本的真实数据，也无法对企业物流成本进行有效的控制，并对物

流成本进行分析与管理。

降低成本的重要手段

针对物流成本管理中的这些问题，笔者认为应通过以下途径进行管理，通过高效率的配送来降低物流成本。

利用物流外包降低企业物流成本、降低投资成本。企业把物流外包给专业化的第三方物流公司，可以缩短商品在途时间，减少商品周转过程的费用和损失。

借助现代化的信息管理系统控制和降低物流成本。企业采用信息系统管理，一方面可使各种物流作业或业务处理能准确、迅速地进行；另一方面通过信息系统的数据库，进行预测分析，可控制物流成本发生的可能性。

加强企业职工的成本管理意识。把降低成本的工作从物流管理部门扩展到企业的各个部门，并从产品开发、生产、销售全过程中，进行物流成本管理，使企业员工具有长期发展的战略性成本意识。

这样，企业通过对物流成本的有效管理，可以提高企业的经济效益，进而实现企业价值最大化，使企业在市场竞争中占据有利地位。

商务宴请总结篇四

电子商务(electroniccommerce)是利用计算机网络技术，将企业内部职员、外部消费者、销售商和供应商有机地联系在一起，解决商业交易及交易前后的一系列问题，包括降低产、供、销成本，开拓新市场，创造新的商机，增加企业利润在内的所有商业活动。与传统商务相比，其低成本、高效率、集约型，越来越受到了各国的重视和企业的推崇。

一、电子商务与物流的关系

电子商务活动一般包括信息流、商流、资金流和物流，缺少任何一个部分都无法完成商务活动。商流是指商品在购销过程中所有权转移的一系列活动。物流是指为了满足客户的需要，以最低的成本，通过运输、保管、配送等方式，实现原材料、半成品、成品及相关信息由商品的产地到商品的消费地所进行的计划、实施和管理的全过程。物流一般是由对商品的运输、仓储、包装、搬运装卸、流通加工以及相关的物流信息等环节构成，并对各个环节进行综合和复合化后所形成的最优系统。资金流、物流、商流、信息流的形成是商品流通不断发展的必然结果。它们在商品价值形态的转化过程中有机地统一起来，共同完成商品的生产、分配、交换、消费，再到生产的循环。由信息流提供及时准确的信息，由资金流按照需求有计划地完成商品价值形态的转移，由商流完成商品所有权转移，由物流按照资金流的要求完成商品使用价值即商品实体的转移过程，从而使得“四流”构成了商务活动中不可分割的整体。因此说，电子商务与物流是紧密相连、相互促进、共同发展的。电子商务是物流之源，物流是电子商务之果。没有电子商务就不会引发物流的发生，没有物流的实现就不会实现电子商务的真正价值。

电子商务物流是指服务于现代电子商务的物流，从本质上属于现代物流，是物流的电子信息化，即利用信息技术和现代物流技术对传统物流进行改造，使传统物流成为信息化的物流，是信息流和物流的充分整合。在目前的电子商务技术和相关支持系统条件下，针对信息流、商流和资金流的电子虚拟化较易实现，而物流的虚拟化实现却难度较大，很多人就片面地认为物流是电子商务的天然瓶颈。其实，物流和电子商务并没有固定的位置关系，两者在这个发展过程中应该是分别领跑的。在不同的时期和不同的国家和地区，物流和电子商务的约束关系也是有所区别的。如在美国由于其物流技术有80多年的历史，通过利用各种机械、自动化工具及计算机和网络技术，物流水平相对较高。当时定单处理、资金支

付等商流活动相对落后。因此，出现了以edi为标准的电子商务来简化烦琐、费事的定单等处理过程，解决信息流、商流和资金流处理上的烦琐对现代物流过程的延误，从而协调商务中四流的统一。所以就有后来美国的it厂商将电子商务仅定位于“无纸贸易”，电子化的对象主要针对信息流、商流和资金流，而并没有提到物流。当时的电子商务只需和发达的物流进行集成即可，实际应该是商流和信息流处理水平落后于物流的产物。

但是随着网络和信息技术的不断进步，目前，电子商务中的信息流、资金流、商流的处理都可以通过计算机和网络通讯设备实现，通过货币电子化和商务信息化，可以很容易实现虚拟商务，促成所有权的转移和价值的实现，然而物流却仍然要受到商品的消费特点和流通特点的制约，不完全能通过电子虚拟进行商品的时空移动，实现其使用价值。音乐、电影、游戏、教学节目、心理咨询等是小部分可以通过网络传输的商品，能够实现四流的完全虚拟和统一。但是其他大部分商品的物流仍然还需要一系列机械化、自动化工具应用。可以说没有现代化的物流，任何轻松的商务活动都会变得毫无意义，电子商务的发展也无从谈起。现在应该是物流相对电子商务的商流、信息流处于劣势。这是电子商务发展的一个阻碍，同时也是电子商务物流发展的一个诱因。

二、我国物流业发展的现状

物流在现代商品的流通中发挥着极其重要的作用，作为国民经济的一个重要领域，与社会和人们的生活密切相关。物流作为一个现代概念，其本质体现的是一种新的思维模式和管理方式。准确地理解物流概念，对于正确把握物流的本质，深入了解物流的内容具有重要意义。物流是指物品从供应地向接受地的实体流动过程。根据实际需要，将运输、存储、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。从企业经营的角度看，物流管理是以企业的物流活动为对象，为了以最低的成本向用户提供满意的物流

服务，对物流活动进行的计划、组织、协调和控制。根据企业物流活动的特点，企业物流管理可以从三个层面上展开。

(1) 物流战略管理

企业物流战略管理就是站在企业长远发展的立场上，就企业物流的发展目标，物流企业在企业经营中的战略定位以及物流服务水准和物流服务内容等问题作出整体规划。

(2) 物流系统设计与营运管理

企业物流战略确定以后，为了实施战略必须要有一个得力的实施手段或工具，即物流运作系统。作为物流战略制定后的下一个实施阶段，物流管理的任务是设计物流系统和物流网络，规划物流设施，确定物流运作方式和程序等，形成一定的物流能力，并对系统运营进行监控，及时根据需要调整系统。

(3) 物流作业管理

根据业务需求，制订物流作业计划，按照计划要求对物流作业活动进行现场监督和指导，对物流作业的质量进行监控。物流系统的目的已不只是局限在物流费用的最小化上，而是通过提供最为适宜的物流服务，实现的最大化，物流已经成为企业市场营销的要素之一。进入21世纪以后，企业的物流管理进入了战略管理阶段，即从长远的和战略的观点去思考物流在企业经营中的定位，将物流作为提高企业竞争能力的战略资源，物流管理成为供应链管理的重要内容，将企业的物流职能以对外委托的形式交给第三方物流企业去完成的新型物流运作方式在一些先进企业中出现，并且逐步扩大。尽管发达国家的物流管理已经进入战略管理阶段，但对于绝大多数企业来说，降低物流成本仍然是其物流管理的基本任务。为此需要建立起物流管理组织，对企业的物流活动实施系统化管理，运用物流合理化原则优化企业物流系统。

三、我国电子商务物流发展中存在的问题

自上个世纪90年代以来，我国电子商务在基础环境建设、企业参与以及商务实践等方面都取得了显著的进展。中国电子商务的交易总额达到4400亿元人民币，激增至6200亿元人民币。但是进入新经济和全球一体化的今天，消费个性化和不确定性不断提高，更要求商务活动中的四流的紧密结合来满足人们不断变化的需求，并不断降低成本，达到客户满意最大化。然而由于我国物流行业的发展滞后，无法与现代电子商务集成，“高速公路”与“羊肠小道”的连接限制了整个商务活动的效率，严重影响了电子商务的进一步发展。仅从b2c电子商务模式来看，由于中国的经济基础、消费环境、配送水平等因素的影响，使网上零售商的产品有效组织和商品配送成本居高不下，消费者网上购物的时间成本和商品价格相对传统消费无任何优势可言，网上购物的效率大打折扣。总的来看，我国电子商务物流在发展中目前主要存在以下问题：1、物流基础设施不全，管理职能分割严重。2、物流企业信息化和自动化作业程度低，物流运行效率低，成本居高不下。3、物流配送的社会化和专业化程度低，形不成规模和专业优势。

四、对我国电子商务物流发展的政策建议

电子商务物流的发展是电子商务发展的内在要求，是提高国家经济运行效率和调整、升级产业结构的重要途径。根据我国目前电子商务物流发展的现状和存在的问题，提出以下政策：1、加强国家物流业的宏观管理，加快物流的软硬件基础设施建设。2、推进物流企业的信息化、科技化，建立电子商务环境下的供应链管理系统。3、大力发展第三方物流，提高物流的社会化、专业化程度。

参考文献：

[1]桂学文. 电子商务物流[m].武汉：华中师范大学出版社，.

[2]张铎. 电子商务与现代物流[m].北京：北京大学出版社， .

[3]吕延杰. 中国电子商务发展报告[m].北京：北京邮电大学出版社， .

[4]王学东. 企业电子商务管理[m].北京：高等教育出版社， 2002.

[5]韩西清. 浅议电子商务物流的应用[j].山东商业职业技术学院学报， (12).

[6]高钧. 电子商务环境下我国物流业的发展对策[j].内蒙古财经学院学报， 2004(4).

商务宴请总结篇五

全球电子商务为人类社会带来了现代化的商务改变，其本质是信息技术对传统商务活动的一场工具性的革命，是电子化的商务手段。

它的出现，不仅改变了传统商务活动模式，而且对产业间的融合与经济结构调整产生了积极的影响。