

第 3 章 基于商务链的网络贸易分析

学习目标

- (1) 掌握商务链基本概念以及电子商务链环节。
- (2) 了解网络贸易中的五流。
- (3) 深刻理解网络贸易的商务链,能够对基于买家的商务链、基于卖家的商务链、基于第三方平台的商务链进行分析说明。

开篇案例

金银岛首创另类 B2B 模式

5年前,金银岛“几乎所有的 B2B 都做,大到钢材、小到玩具”,回忆起这种“海纳百川”,王宇宏笑称自己“太天真”,因为当时金银岛的交易少得可怜。次年,身为董事长的王宇宏冷静思考,决定给金银岛“做减法”,聚焦大宗产品行业。这背后的逻辑是“塑料、化工、钢材等标准化程度高,易于网上交易、并且交易量大”,那时,金银岛开始专注于“一米宽,一百米深”的战略。现在的金银岛成为中国的大宗产品现货吞吐平台,每年交易量保持 50% 以上的增长。2009 年 6 月,金银岛获得深圳达晨创投的一亿元注资,其中首轮到位 5000 万元——这是金融危机以来国内电子商务领域最大的一笔融资。

金银岛的模式可概括为网上的“现货吞吐平台”。这类“网交所”是一种集现货交易平台、仓单交易平台、专业内参资讯、供应链融资为一体的全方位现货贸易解决方案,其特殊之处在于,帮助客户寻找商机的同时,还能实现安全交易。该模式需要符合两个关键条件:一是卖家是否有现货;二是买家能否全程在网上交易。

面对全国庞大的线下贸易商群体,金银岛能否吸引他们转换到线上使用全程的 B2B 交易服务?金银岛为此设计了一套网上 B2B 的交易模式,在解决信用风险的基础上,让买卖双方心甘情愿给金银岛支付佣金。于是,金银岛将信息流、资金流、物流“三流合一”,封闭运行,设计了“硬信用”交易机制。金银岛“硬信用”机制可以保障交易安全与方便,“在金银岛上做生意,只要谈成,就可大胆发货、大胆付款”,王宇宏说。这份底气源于金银岛“款到发货、货到付款”的“硬信用”。买方下单时货款被冻结,待买方确认收货后,货款才能解冻支付给卖方。这种双向保全机制为买卖双方拓展了渠道,在提高效率降低成本之余,解决了大宗交易的安全和信用问题。

由于金银岛的硬信用交易机制具有产品标准化和匿名竞价的特点,这种交易机制,会自动筛选企业质量,把那些具有合法资质的优质贸易商“选拔”到金银岛网交所来挂牌交

易,避免鱼龙混杂给买方带来的可能损害。对于现行的金银岛交易模式,王宇宏特别强调金银岛、银行、物流公司,这种1+1+1>3的合作关系,金银岛合作伙伴之一的中国建设银行某高管称之为“优势互补,劣势抵消”。在物流方面,金银岛的基本做法是指定交易仓库,与大型仓库签约,在帮助卖家拿到更优惠的价格的同时,确保货物安全交割。金银岛 CEO 黄海新称,金银岛已“牵手”中远、中储等物流企业,在全国大宗商品集中的长三角、珠三角、环渤海地区,与合作伙伴合作设立交割仓库。黄海新介绍,仓库监管方负责将货物变成提单或仓单,与实物一一对应,在由银行进行资金监管的同时,让物流和资金流同时交换,保障货、款双向安全。

为了构建这个网上“现货吞吐平台”的交易配套,金银岛整整花了5年的时间。对此,王宇宏很是感慨:“5年前,当时的B2B处于解决信息流的阶段,信息流、资金流、物流三流合一比较难,但这毕竟是个方向,从今天或未来的角度看,当时的选择是符合电子商务发展方向的。”目前金银岛的注册客户38万,两年前就已经实现了盈利,依靠的是佣金双向收取的模式,金银岛是国内诸多B2B电子商务平台中,唯一做到能靠此盈利的公司。尽管如此,王宇宏认为,金银岛的盈利模式需要逐步优化的是:除了交易佣金、信息费外,还将延伸到供应链融资领域,拓展行业圈等,“我们是边培养边发展,金银岛目标是形成以现货吞吐为核心的大宗产品全方位解决方案。”

在现阶段,金银岛的客户呈现一个金字塔结构:最底层是基数最大的信息服务资讯提供的需求;中层为现货交易平台,从信息流、资金流、物流三流合一的运营平台中收取佣金;而塔尖的层次,则被视为方案提供商的高收益突破点。

从金银岛的收入模式优化顺序可以看出:中层与塔尖的服务是金银岛主攻的方向。黄海新解释说,“交易佣金以及今后塔尖高收益产品的收入,将占整个收入的比重超过80%。”金银岛正在探索和完善的供应链融资平台服务对象是中小企业,主要是联合银行和物流机构给这些企业进行大宗产品贸易时解决流动资金的周转问题,金银岛协助银行进行风险控制。而金银岛之前的按期交割方式,预计在8月底前将成功推行按日交割方式。交易时间缩短的背后,还跟随着一系列的调整,目前物流方面的支持正在对接和完善。

案例思考:网络贸易的商务链是什么?具体分析一下案例中金银岛的商务链。网络贸易的五流包括哪些?金银岛将信息流、资金流、物流“三流合一”的优势在哪些方面?

3.1 商务链概述

3.1.1 商务与交易

1. 商务与交易的概念

根据《辞海》的说法,交易本指物物交换,《易·系辞下》中曾有“日中为市,致天下之厄,聚天下之债,交易而退,各得其所”,后成为买卖的通称。交易较详细的界定就是“双方互以对方向自己让渡钱或物作为前提向对方让渡物或钱的经济行为”。它也通常用于较小范围或一次性的具体交换,如集市上某类或某件商品的买卖,零售商店售货员与顾客之间的具体供销,交易双方按自己意愿达成一致的条件而做成买卖等。人们常将交易统称为双方或

多针对商品或服务进行的买卖。

商务,就是商业上的事务,而商业才是一个典型的经济术语,它是“专门从事商品流通活动的经济部门,也称专门从事商品交换的经济事务”。商业的产生是人类历史上的重大进步,它标志着商品交换发展到了一个新的阶段。商业所组织的商品交换不同于物物交换和简单的商品流通,它是商品交换的发达形式,即发达的商品流通。其特点是:①从事商品交换的人或经营组织,既不是生产者,也不是消费者,而是介于生产者与消费者之间专门做买卖的商人或商业组织;②商人或商业组织进行买卖活动的目的,是为了货币的增值及获得商业利润;③商业买卖活动与小商品生产者的买卖活动方式不同。

在商品经济条件下,商业作为国民经济的一个职能部门,对生产和消费起中介作用。其职能是组织商品流通,即把生产领域创造的商品经收购、运输、储存和销售等活动,转移到消费领域,保证社会再生产过程周而复始地连续进行。

商务本身就是宽泛的,可以说除了纯粹生产环节外的如市场调查,生产计划,原材料采购,产成品储运、流通、交易、消费等商品经济链都属于商务活动。商务与交易密不可分,商务可称为以商品或服务交易为中心的经济事务的总和。商务活动,是指企业为实现生产经营目的而从事的各类有关资源、知识、信息交易等活动的总称。

2. 商务链与交易链

商务链与交易链是将商务和交易活动进行联系与划分,并使之有序化的逻辑链条。它们高度抽象地将商务活动和交易活动表现为不同的节点,每个节点分别代表一定的经济事务,通过将这些节点有效地串联起来,共同形成了一个商务链或交易链。

商务链或交易链的这些节点也代表了商务活动或交易活动所处的阶段,在各个阶段,商务活动和交易内容具体都进行了分类。

如图 3-1 所示,交易过程细分为交易前、交易中和交易后。交易前是指商品信息的展示与沟通,交易中主要是以价格为核心的谈判与签约,而交易后表现为以货币和商品交换为主的支付和配送。可以说,这里的狭义商务链就是交易链,它也是整个商务链的核心所在。广义的商务链还包括两个环节:商品与市场的准备和售后服务阶段。所以广义的商务链比交易链包含的内容更加丰富,不仅要求做好交易环节,还要求做好其他环节,这对于企业的未来发展等是很重要的。

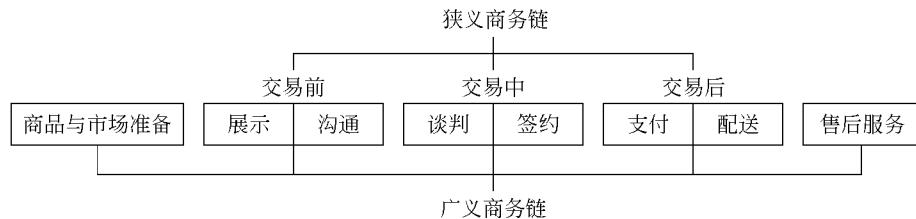


图 3-1 商务链

3.1.2 商务链综合框架

电子商务的交易(商务)流程可以用一个综合的框架表述出来,通常将这一框架称为电

子商务链。电子商务链与商务链本质上是基本相同的,只是电子商务链是用来描述电子商务交易活动的有序的逻辑链条,因此,节点划分方法也不存在差异。同时对于主体的不同,电子商务链在部分细节中存在差异,各个环节的具体内容也与普通的商务链有所区别。如图 3-2 所示,电子商务链这一分析框架通过归类划分,突出显示电子商务各链条的关系;经引入“六流”(信息流、资金流、物流、商流、人员流、信用流),在商务链中比较清晰地描绘出了电子商务活动的特性。

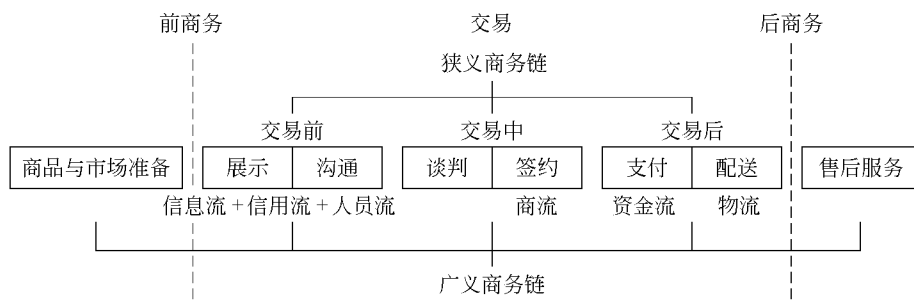


图 3-2 电子商务链

在图 3-2 所示的电子商务链分析框架中,商品与市场的准备被称为前商务阶段,售后服务为后商务阶段,包括其余 6 个环节的交易阶段则是商务链的核心。前商务阶段是为了交易阶段准备好工作,保证交易的顺利进行。后商务阶段是企业为了更好地对客户提供服务,提高自身的服务质量,扩大用户范围,增加自己的知名度,并在客户中获得好评,在未来能够更多地获得商机。由于电子商务链所针对的主体不同,所以对于基于不同主体的商务链,在具体环节的内容上还是有些差异。例如,基于买家的商务链中,后商务阶段就不再是售后服务了,而是对卖家进行各种评定和获得卖家提供的服务等。我们将展示和沟通称为交易前环节,谈判和签约为交易中环节,付款和送货为交易后环节。

电子商务链中六流的分布在突出显示电子商务研究与应用重心的同时,为完整的电子商务活动,尤其是电子交易各环节的顺利实施提供了借鉴。商流在签约环节实现转移,付款和送货节点则相应完成了资金流和物流,而信息流、信用流和人员流却贯穿整个链条。整个电子商务交易(商务)过程就包括这 8 个环节,8 个环节的顺利实施就能保证电子商务的顺利实现,当然,有一些环节在不同的商品交易中其繁简不同。

3.1.3 电子商务链环节说明

有了图 3-2 所示的电子商务链总体框架,我们对电子商务活动的分析就有了依据。但是对链条各个环节的具体含义仍需要界定。这一分析可以在表 3-1 中表现出来。

1. 商品与市场准备

交易前存在一定的准备活动,称其为前商务活动,它主要包括商品和市场的准备。这里的商品,即交易对象,欲进行买卖的可触及商品(实物商品)和不可触及商品(信息商品及服务);市场准备涵盖交易环境、交易主体等方面,主要是熟悉交易环境,并依此调整交易主体的行为,以适应市场。所以,可将商品与市场准备的前商务环节表述为,为通过交易而获

取利润的商品生产外的准备和为交易而进行的调查、熟悉市场交易环境、依此调整市场交易主体,遵守、监督市场交易规则等活动。

表 3-1 商务链的核心环节说明

阶段	环节	解释	
前商务	商品与市场准备	商品生产外的准备和为保证交易的顺利进行而对市场的调查、对市场交易环境的熟悉,依此调整市场交易主体,遵守、监督市场交易规则等活动	
交易	交易前	展示	卖方或买方对其销售商品或所需商品的用途、特性、优势、需求、价格及相关信息的介绍、说明、发布等活动
		沟通	买卖双方或多方就商品价格、质量等商品详细信息的交流、咨询等活动
	交易中	谈判	围绕商品的价格、质量、交易方式、配送方式等为主要内容的双边或多边磋商、洽谈
		签约	买卖双方或多方就商品交易而正式达成的购销协议、购销合同等,实现商流,这是商务链存在的核心、必需环节
	交易后	支付	买方向卖方按合约支付与交易商品或服务有关的一切费用
		配送	卖方向买方配送物品或实施服务
后商务	售后服务	交易完成后的咨询、维护、保养等一系列相关活动	

2. 展示

影响在线商品展示的因素有商品名称、关键词、图片、富媒体、描述、编码(ISBN,SKU)、目录分类、品牌、制造商、价格、SEO 相关、评价、重量、体积、运费会员价、促销、折扣、库存情况、交叉销售、向上销售等。在这里,将展示表述为:卖方或买方对其销售商品或所需商品的用途、特性、优势、价格及相关信息的介绍、说明、发布等活动。

对于不愿意支付过高成本的中小企业来说,最便捷的办法就是将网站上最热销的商品图片放置在首页靠上的位置上,并链接至商品描述页,商品描述页要有更详细的描述和细节图片,同时带有询盘或购买按钮,买家可以通过 3~4 次鼠标单击操作完成询盘或购买。对外贸 B2B 平台上的商品的在线展示,企业发挥的空间较小,企业如何在有限的空间内将在线商品的展示功能发挥到最大,需要对 B2B 平台足够熟悉,并不断尝试。

3. 沟通

美国心理学家杜德里和古德森在研究客户拜访沟通心理的报告中说,在从事销售工作第一年中未获得成功的销售人员有 80% 是因为对潜在客户的沟通不力所致。沟通中的“沟”是手段,“通”是目的,在沟通的定义里有 3 大要素:首先,要有一个明确的沟通目标,只有有了明确的目标才叫沟通,否则只能是闲聊;其次,要达成共同的协议,沟通结束后一定要形成一个双方或多方所共同承认的一个协议,只有形成了这个协议才叫完成了一次沟通;最后,沟通的信息、思想和感情,沟通的内容不仅仅是信息,还包括非常重要的思想和感情。上述的沟通概念是全面的、泛义的解释,它不仅包括交易前,还包括交易后,如客户回访、售后解答问题等。在电子商务链中,对沟通的界定是狭义的,特指买卖双方或多方在交易达成之前,就商品价格、质量及优势等信息的交流、咨询等活动。

4. 谈判

商务谈判是指不同的经济实体各方为了自身的经济利益和满足对方的需要,通过沟通、协商、妥协、合作、策略等各种方式,把可能的商机确定下来的活动过程。在电子商务链中,谈判特指围绕商品的价格、质量、交易方式等主要内容的双边或多边磋商、洽谈,谈判的最终目的是为了交易的达成,即实现签约。

在市场经济条件下,谈判应当遵循以下原则:双赢原则、平等原则、合法原则、实效性原则和最低目标原则。对于企业来讲,谈判能帮助企业增加利润。通过有效的谈判,可以使企业实现自己的经济目标,也能让企业获得市场信息,同进也是企业扩展市场的重要条件。通常谈判都是以经济利益为谈判的目标,以价格为核心来进行的。

在电子商务链中,买家和卖家都是希望在谈判过程中以对自己最有利的价格来满足自己的需求。谈判也是进一步促进企业签约完成的必要步骤。只有双方通过谈判达成一致,才有可能签订合同,完成商流,完成交易。

5. 签约

签约,即签订合同、合同。合同是平等主体的自然人、法人及其他组织之间设立、变更、终止民事权利义务的一种协议。合同作为一种法律概念,具有如下法律特征:①合同是两个以上法律地位平等的当事人意思表示一致的协议;②合同以产生、变更或终止债权债务关系为目的;③合同是一种民事法律行为。

随着电子技术的发展,电子合同得以出现,虽然其也通过电子脉冲来传递信息,但是却不再以一张纸为原始的凭据,而只是一组电子信息。电子合同,又称电子商务合同,根据联合国国际贸易法委员会《电子商务示范法》以及世界各国颁布的电子交易法,同时结合我国《合同法》的有关规定,电子合同可以界定为:电子合同是双方或多方当事人之间通过电子信息网络以电子的形式达成的设立、变更、终止财产性民事权利义务关系的协议。

电子合同具有以下几个特点:

- (1) 电子合同的要约和承诺是以数据电文的方式通过计算机互联网进行的。
- (2) 电子合同交易主体的虚拟性和广泛性。
- (3) 电子合同的成立、变更和解除无需采用传统的书面形式,具有电子化的特点。
- (4) 电子合同生效的方式、时间和地点与传统合同不同,无需经过传统的签字。

在电子商务链中,将签约界定为买卖双方或多方就商品交易而正式达成的口头、书面及电子合同等,实现商流,这是商务链存在的核心、必需环节。

6. 支付

买方向卖方按合约交付与交易商品或服务有关的一切费用。传统的支付就是资金的转移。网上支付指通过互联网作为载体进行资金的转移。在电子商务中,支付方式有很多种,可以通过网上银行支付,也可以通过第三方平台支付,可以进行汇款,还可以货到付款,随着移动技术的发展,也可以采用手机支付等方式。

7. 配送

传统意义上,配送是按照用户的订货要求,在物流据点进行分货、配货工作,并将配好的货物送交收货人的活动。配送是流通加工、整理、拣选、分类、配货、运送等一系列活动的

集合。配送是物流中一种特殊的、综合的活动形式,是商流与物流的紧密结合,包含了商流活动和物流活动,也包含了物流中若干功能要素的一种形式。

8. 后商务环节

卖家企业的后商务环节主要用售后服务来表述。买家企业的后商务环节则包括了对卖家的评价、对卖家的投诉以及反馈等。售后服务,就是在商品出售以后所提供的各种服务活动。售后服务,是指生产企业、经销商把产品(或服务)销售给消费者之后,为消费者提供的一系列服务,包括产品介绍、送货、安装、调试、维修、技术培训、上门服务等。在网络环境下,售后服务可以是多种形式的,除了传统的上门拜访、开通服务热线、发放调查表、定期进行信件联络等外,还出现了网上专家论坛(用以回答顾客有关产品的众多问题)等。

3.2 网络贸易中的五流

3.2.1 信息流

1. 信息流的内涵

信息流是指信息的传播与流动,是物流过程的流动影像,包括信息的收集、传递、处理、储存、检索、分析等渠道和过程。狭义的信息流是指信息处理过程中信息在计算机系统和通信网络中的流动。

在网络贸易中,信息流是指信息通过计算机网络途径进行传输的运动过程,是对企业网络贸易经营活动状态的直接反映,它包括网络贸易信息的产生、搜集、传播、运用和反馈的过程。在网络贸易中,信息流、物流、资金流、商流、人员流一直是其重要的要素,被人们广泛重视和研究,研究“五流”的作用和关系旨在指导人们正确地运用网络贸易进行贸易活动,更快捷、高效地服务于现代商务,更进一步地降低成本、提高竞争力。与传统的贸易实务操作相比,网络贸易对网络信息的依赖性方面有了很高的要求。在网络贸易中,人们对信息流的控制实现对商流、物流、资金流和人员流的控制,因此,信息流在商品和劳务的运动过程中占据了主导地位,成为商流、物流、资金流和人员流的先导和基础。

2. 信息流的特点

一般而言,与传统商务信息流相比,网络贸易信息流发生了许多新的变化,主要具有以下几个特点。

1) 数字化

在网络贸易环境下,企业的各种信息几乎都是依托于计算机技术、网络技术和通信技术以数字化的形态在网络媒体上自由流动,其外在表现形式就是二进制的数字代码。如产品生产计划以数字的形式在企业内部进行传递,商品的订单、发货单等以数字的形式在企业之间传递。

2) 全球化

网络把全世界范围内的各种经济组织和个人连接到一起,贸易信息通过网络可在全球范围内自由流动,突破了传统企业信息流活动受地域和时空限制的束缚,这种交互式的网上信息流动为国际贸易提供了一种信息完备的市场环境。

3) 标准化

企业网络贸易中的各种数字化信息能在网络中自由流动的前提条件就是有一套标准技术规范的支持。标准化的信息流能够提高企业内部以及企业之间信息交流的便捷性,大大提高企业的工作效率。EDI 系统的应用,就在于其拥有一套能被大多数国家认可的标准,但是,从目前的实际情况来看,信息的标准化问题已经成为制约网络贸易发展的瓶颈。

4) 透明化

透明化的具体表现就是企业网络贸易信息流动各个环节的透明度非常高。如企业网络贸易活动中的信息发布、信息检索、交易洽谈、签订协议、支付结算等整个信息流程都在网上公开进行,从而大大减少了由于信息不完全和信息不对称给商家与消费者带来的损失。

3. 信息流的类型

信息流究竟应该按照什么方式来划分,没有固定的标准,主要取决于人们分析问题的不同需要。如果从信息产生的来源划分,企业网络贸易信息流可分为内部信息流和外部信息流两大基本类型。

1) 内部信息流

源于企业网络贸易内部的信息流动称为企业网络贸易内部信息流,是企业制造产品和服务所涉及的信息流,它包括财务信息、技术开发信息、市场信息、销售信息以及服务信息等,就其传递方向来看,有下行信息流、上行信息流和平行信息流 3 种。

(1) 下行流,指信息在企业网络贸易活动中由高层向底层的流动。下行流对于保持企业的整体性,实现企业网络贸易的功能具有决定性作用。是上级决策者进行网络贸易段里的主要渠道,主要是一些关于战略目标和指导性的信息。

(2) 上行流,指信息在企业网络贸易中由底层向高层的流动。上行流有助于提高企业员工的积极性和创造性,从而提高企业整体运作效率。上行流是企业高层获得反馈信息、实施控制的重要途径,是下级向上级反映自己的要求、愿望、意见和建议的主要渠道。

(3) 平行流,指企业同一层次之间的信息交流,也称横向流、水平流,是协调企业行为、解决实际问题的的重要途径。在下行信息流和上行信息流中的信息有很大一部分要靠水平交流、横向互动来消化,如果说下行信息流和上行信息流是企业网络贸易的大循环——上下传递各种信息,那么平行信息流则是企业网络贸易系统内的小循环——使各种纵向信息到达终极目标,并得以吸收、处理和应用。

2) 外部信息流

外部信息流是指源于企业外部,在企业商品交易过程中所涉及的各种信息流动,它是基于互联网进行交换的。传统的信息流管理系统建设把注意力主要放在企业内部信息流上,而忽视了外部信息流对企业的影响。随着网络贸易时代的来临,企业外部信息流成为企业信息的重要组成部分。对企业电子商务有较大影响的外部信息流主要有:

(1) 合作信息流。EDI 是合作信息流的方式之一,它是建立在完善的计算机处理和通信网络基础之上的,不仅能够实现标准数据从一个计算机系统到另一个计算机系统的传输,而且其系统内部的计算机能够对所传输的信息进行自动识别和处理,无须人工干预。相比较 EDI 成本低、效率高,从而成为合作伙伴信息流的另一重要方式。

(2) 用户信息流。用户信息流是企业外部信息流的重要组成部分,因为在以用户为中

心的网络贸易时代,任何企业都不能忽视与用户之间的信息交流。目前客户信息流主要有3个层次:一是通过互联网进行网上检索、导购和促销,这种信息流一般是单向的,实质上完成的是广告功能;二是信息流伴随着资金流并由物流的支持,实现企业与用户之间直接通过网络完成贸易的全过程,这种信息流是双向的;三是交易完成之后与用户保持良性接触关系过程中的双向信息流。

(3) 竞争信息流。竞争信息流主要包括竞争者信息流和竞争环境信息流两部分。在网络贸易时代,一方面,传统产业面临着信息化改造,技术融合使原来功能单一的产品集成化,行业之间的服务界限日趋模糊;另一方面,经济的全球化和网络化使得企业的运作不再受到时空的限制,企业所面临的竞争对手变得模糊、不确定,而企业所面临的来自竞争对手的威胁系数也不断增加。

此外,企业能否在全球化的竞争市场上求得一席之地,在很大程度上还要取决于企业在网络贸易活动中能否适应外部生态环境系统的变化并做出适时的反应。

4. 信息流的功能

信息流在现代网络贸易活动中处于主导地位,信息流已经成了现代经济活动中其他各流互动循环的基础。其功能主要表现在以下几个方面。

1) 提高商流的活动范围和效率

网络贸易中,信息流对商流的功能集中表现为信息流提高了商流的活动范围和效率。随着技术手段的增加,网络贸易中的市场调查、商业合同的签订、订单的处理等商流活动已经可以转化为信息流进行处理,实现无纸化贸易。通过计算机网络的信息处理,实现了信息流对商流的工具性替代,改变了商流活动的传统运作方式,极大地增强了信息功能在现代流通中的主导地位。

2) 连接了整个流通体系过程

买卖双方是通过信息的交流了解对方的意愿,连接在一起。没有信息交流,买和卖永远不会结合起来。流通过程的顺利进行,仍然要依靠信息流把一个个孤立的环节,连接成为连续不断的有序活动。

3) 调节流通中当事人的行为

信息在连接流通体系中要素的时候,每一个当事人都取得其他当事人的信息,这些信息会影响当事人的行为,进而影响到其他当事人的行为,这就是信息流的调控功能。

4) 促进货币的虚拟化运动

网络技术和电子商务的应用,促进了货币的虚拟化运行,使得商品流通中的资金流形势发生相应的变化。在网络贸易活动中,货币运行完全是虚拟的、数字化的,信息流取代资金流。

3.2.2 商流

1. 商流的内涵

商流是指物品在流通中发生形态变化的过程,即由货币形态转化为商品形态,以及由商品形态转化为货币形态的过程,随着买卖关系的发生,商品所有权发生转移。商流是网络贸易的核心与目的,通过交换,贸易的双方获得了各自的需求。具体的商流活动包括买

卖交易活动及商情信息活动。商流活动可以创造物资的所有权效用。

商流活动的内容主要包括：交易前收集商品信息，进行市场调查；按照市场调查的结果，对商品生产计划、数量、质量、销售渠道等因素进行调整；买卖双方通过谈判达成交易等几个方面。

2. 商流的特点

在网络贸易中，商流有以下几个特点：

(1) 商流仅反映商品的所有权的转移，并不包括资金的支付、转移等过程。这是由于网络技术和网络贸易的发展，使得商流和资金流进一步分离而造成的。在网络贸易中，买卖双方的贸易活动是通过网络进行的，因此资金流和商流是分开进行的。

(2) 商流方式倾向单一化。在传统商品贸易中，商品购销方式可采取选购、订购、代购、代销、联营联销、自由购销等多种方式，而在网络贸易中，由于网络的局限性，客户对商品的购买其实还是一种订购方式。因此，在网络贸易条件下，商流方式倾向单一化。

3. 商流方式

从不同的角度来划分，商流方式即交易方式有不同的类型。

1) 按有无中间环节划分

按有无中间环节划分，可分为直接贸易和间接贸易。

(1) 直接贸易是指没有中间环节的交易活动。商流活动从厂商直接到用户，不经过中间商。

(2) 间接贸易是指有中间环节的贸易活动。商流活动从厂商经过中间商，最终到达用户。间接交易包括很多类型，如批发交易、零售交易、代理交易等。一般而言，生活消费品、专业性较弱的生产资料倾向于采用该种方式。

2) 按交易内容划分

按交易内容划分，交易方式还包括信用交易、信托交易、拍卖交易、补偿交易、租赁交易、许可证交易、证券交易等。

(1) 商业信用是指在商品交易过程中，交易双方不是采用商品与货币的即期现货交易，而是交易双方采用延期付款或提前付款等信用形式进行交易的方式。

(2) 信托交易是指信托企业接受其他企业委托，以自己的名义代理其他企业从事购销商品或者经营业务，并取得报酬的交易方式。

(3) 拍卖交易是指通过竞买人的竞争，将拍卖标的拍给最高出价者的买卖交易方式。拍卖交易方式的具体形式有：买方叫价拍卖、卖方叫价拍卖、减价拍卖、无底价拍卖等。

(4) 补偿交易是指交易的出口方向进口方提供机器、设备、产品样品、技术和服务项目，而进口方则按对等的金额为出口方提供合格的产品或劳务等进行价值补偿的交易方式。

(5) 租赁是指出租人依照租赁契约的规定，在一定时间内把租赁物租给承租人使用，承租人按规定付给出租人租赁费(或称租金)的交易行为。

3.2.3 资金流

1. 资金流的含义

从企业的角度来说，资金的流入和流出统称为资金流，涵盖了企业的采购、生产和销售