

电子商务环境下绿色物流管理及其策略研究

冯金鑫

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年3月20日; 录用日期: 2025年4月9日; 发布日期: 2025年5月9日

摘要

随着电子商务的发展, 其衍生模块物流也得了进一步的发展。物流行业的发展迎来了新的机遇和挑战。一方面绿色物流进一步促进了经济的发展, 另一方面物流发展也面临着环境污染和经济效益的问题。同时, 由于电子商务行业的突飞猛进, 相应的法律体系还不够成熟, 同时也并未形成协同效应。本文从绿色物流的发展现状、问题、原因入手结合实际案例分析绿色物流行业的未来发展。

关键词

电子商务, 物流, 绿色化

Study on Green Logistics Management and Its Strategy under E-Commerce Environment

Jinxin Feng

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 20th, 2025; accepted: Apr. 9th, 2025; published: May 9th, 2025

Abstract

With the development of e-commerce, its derivative module logistics has also achieved further development. The development of the logistics industry has ushered in new opportunities and challenges. On the one hand, green logistics further promotes economic development; on the other hand, the development of logistics is also confronted with problems of environmental pollution and economic benefits. Due to the rapid development of the e-commerce industry, the corresponding legal system is still not mature enough and has not formed a synergy effect. This article starts with the

current development status, problems and causes of green logistics, and combines practical cases to analyze the future development of the green logistics industry.

Keywords

E-Commerce, Logistics, Greening

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2024 年全国商务系统扎实推进电子商务高质量发展和数字化转型，消费电商、产业电商和“丝路电商”协同发展，为经济增长注入了新动能。电子商务的发展改变了传统的经济发展模式，绿色物流的兴起成为了行业未来的发展方向，智能化与数字化转型的浪潮席卷而来，绿色物流理念也逐渐深入人心，成为行业发展的新风向标。绿色物流充分践行了生态理念，增强了消费者的消费欲望，促进经济发展。本文通过分析绿色物流的现状和困境，提出相应的解决对策，为构建绿色友好型社会贡献力量。

2. 相关理论概述

2.1. 电子商务

所谓电子商务指的是消费者通过电子设备如互联网等进行商品交往满足日常生活和生产需求的一种商业行为。电子商务以互联网为依托，突破了时间和地域的限制，进一步降低了交易成本，实现了交易的便捷化。电子商务和传统商务模式的区别就在于商业模式的信息化和科技化。电子商务的兴起为消费者提供了更多的消费选择。进一步促进了经济的发展。电子商务是依托于互联网而产生的，因此关于电子商务的起源可以追溯到 1970 年左右的电子数据交换，但是囿于当时的条件和技术限制，电子商务也仅仅停留于此，真正促进电子商务的发展是在二十世纪九十年代，美国政府开放互联网商业应用，为其发展提供了公共平台，1995 年互联网商业信息量首次超过科教信息量，标志着电子商务进入规模化阶段。2025 年一季度，我国电子商务持续健康发展，发挥融合线上线下、贯通产业链上下游、联动国内国际优势，推动扩大内需增量，助力外贸拓内销，构建普惠共赢全球电商大市场。

2.2. 绿色物流概念及其特点

所谓“绿色物流”意旨在物流管理过程中通过先进物流科技来执行整个物流活动，比如物流运输、物流仓储、包装配送、流通加工、装卸搬运等各个工作环节，继而有效减少物流环节中对环境所构成的污染和危害，营造纯净的物流管理空间，促使物流资源获得充分利用^[1]。随着世界经济的不断发展，人类的生存环境也在不断受到危害。绿色和平运动开始在各个国家兴起，推动着绿色物流的发展也起到了促进作用。一方面正是追加对于环保事业的投入，另一方面组织监督企业环保行为，都促进了绿色物流的发展。绿色物流是现代物流可持续发展的必然。物流业作为现代新兴产业，有赖于社会化大生产的专业分工和经济的高速发展。绿色物流还是企业最大限度降低经营成本的必由之路。一般认为，产品从投产到销出，制造加工时间仅占 10%，而几乎 90% 的时间为仓储、运输、装卸、分装、流通加工、信息处理等物流过程。因此，物流专业化无疑为降低成本奠定了基础。

3. 电子商务和绿色物流的关系

3.1. 相互促进

电子商务的发展为绿色物流提供了发展空间。由于消费者消费习惯的改变,以及互联网的普及,电子商务的订单迅速增长,对物流也提出了更高的要求,传统的物流模式已经无法满足电商的快速发展的需要,以及消费者的日常生活需要。在大数据的支持下,绿色物流应运而生。现代电子商务环境下的物流管理,必须与绿色化生产、消费、营销等概念有机衔接起来形成绿色物流。借助电子商务促使物流时间缩短、物流成本降低、流通效率提升,让物流产业在经济发展中尽量规避资源的耗费、环境的污染及破坏[2]。

绿色物流为电子商务的发展提供了有力保障。在绿色环保理念兴起且不断深入的情况下。绿色物流积极响应经济需求通过大数据规划最省时省力的运输路线,在互联网上进一步推广环保和可降解材料等等,都有效提升了企业的生态形象,促进了电子商务的发展。另外,绿色物流的运作模式还降低了物流成本,促使人们不断地进行线上消费,平台通过预测消费习惯和发放优惠券的模式刺激消费,让人们可以随时随地购买物品,现代电子商务的出现改变了人们传统的消费方式,在很大程度上为人们的生活提供了方便快捷,尤其是移动互联网技术的支持,让人们可随时随地打开手机购物 APP 便可轻松购买商品,继而构建了良好的绿色消费空间[2]。

3.2. 协同发展

电子商务的发展为绿色物流技术的发展提供了技术创新的空间。现代技术如物联网、人工智能等信息技术手段都在不同程度上促进了绿色物流的智能化。一方面通过技术的快速和精准分拣提高了物流的分配和配送效率,提高了仓库储存空间的使用。另一方面合理规划运输路线,在提高配送效率的同时也降低了燃油消耗减少了环境污染。智能仓储与分拣方面,现代智能仓库已广泛采用机器人、无人车等技术,自动化处理入库、拣选、打包、出库等繁琐环节,极大提升了作业效率。同时,自动化分拣系统的高速度与高准确性,也显著减少了人工干预和错误传统的物流活动仅限于仓储、配送,并不会去注意物流具体进程,而在电商技术支持下,物流行业也开始创建信息平台,通过网络进行便捷交易,让物流配送体系更完善,提高了物流、生态和环境之间的协调发展,也能更好地为网上交易活动提供各项服务[3]。绿色物流的发展也促进了电子商务的业务发展和模式创新。绿色物流不仅仅体现于配送过程中,更体现交付方式上,电子商务的发展促进了新型配送方式的出现,配送柜,无人接触配送等方式不仅提高了配送的时效,还提高了配送的安全性。

4. 电子商务环境下绿色物流发展问题

4.1. 绿色物流相关政策法规不完善,政策法规执行力度不够

电子商务发展的迅速发展促进了绿色物流的产生,然而电子商务的发展立法尚有完善之处,绿色物流的立法也存在着困境。尽管国家已经出台了相关的政策,但是这些政策的宏观性较强,而且政策的执行力度和落实情况也存在着完善空间。比如随着电池技术的突破和各国政府对新能源汽车的大力支持,新能源汽车迎来了发展的新阶段。以互联网和智能化技术为依托,新能源汽车很快开始普及。政府为了促进新能源汽车的发展,开展支持和鼓励的政策,但是实际上由于补贴标准、申请流程及长期维护支持等关键细节模糊不清,导致企业面对政策不确定性,难以制定长远规划,企业缺乏转型动力。

4.2. 企业绿色物流意识淡薄,绿色物流技术应用不足,缺乏主动性

电子商务的发展中,企业占据着重要地位是电子商务发展的重要组成部分,也是绿色物流的主要发

起者，然而实际上许多企业对自身认识不到位，具体可以从中小型企业 and 大型企业展开。中小型企业往往将这种短视的做法容易演变成一种行为模式，导致企业缺乏长远的竞争战略和规划。为了追逐眼前利益，控制成本，拒绝对技术进行投资，对智能仓储系统、大数据分析、新能源车辆等绿色物流技术投资不抱有投资兴趣。不仅阻碍了自身的长远发展，还延缓了整个行业的发展。而大型企业固守传统人工调度与管理，未借助大数据优化运输路线与库存管理，导致物流效率低落、资源浪费严重。企业经营者认为自身的责任是为消费者提供满意服务，环保问题应是环保部门的责任，也并未重视绿色物流管理[4]。

4.3. 消费者绿色消费意识不强，对绿色物流的认知度低

消费者是否具有绿色的消费观念是绿色物流发展的另一大影响因素。消费者往往从自身的消费习惯的需求出发，在互联网消费时往往只关注自身的利益，多数消费者的关注焦点集中于是否包邮以及配送时效，发货速度等，而对于物流的环保和节能问题却漠不关心，更是进一步阻碍了绿色物流的发展。国家邮政局监测数据显示，2024 年我国快递业务量达 1750 亿件，已连续 11 年位居世界第一，人均接收快递超 120 件。截至 4 月 11 日，今年我国快递业务量已突破 500 亿件，比 2024 年提前了 18 天。规模巨大、发展迅猛的快递业务，带来了包装物大量消耗资源和污染环境等突出问题。大量消费者对绿色物流概念及其环保效益一知半解，不了解可降解包装与新能源车辆对环境的积极影响。信息不对称导致消费者在物流服务选择上难以做出环保决策[1]。

5. 电子商务环境下绿色物流管理的对策

5.1. 政策与法规建设

在电子商务蓬勃发展的当下，物流行业作为其背后的重要支撑，正面临着前所未有的环境挑战。政策法规是绿色物流管理的基石，能够为绿色物流的发展提供明确的方向和保障。政府应加快制定和完善绿色物流相关政策法规，为绿色物流的推广和实施提供坚实的制度支持。

在电子商务加速发展的背景下，物流行业的发展既面临着机遇也面临着挑战，政策法规是引导绿色物流发展的重要手段，《国务院关于修改〈快递暂行条例〉的决定》于 4 月 18 日发布，共 15 条，主要规定了以下内容：明确快递业发展总体要求、完善快递包装治理原则、强化快递企业主体责任、健全协同治理机制，将于 2025 年 6 月 1 日起施行。具体来说，针对绿色物流产业存在的问题和造成污染生态环境等问题，政府应当结合实际情况和法律法规，制定并完善规章制度，加上建立奖惩制度，能有效地降低污染环境的发生[5]。建立绿色物流评价体系和激励机制，对于积极响应绿色物流政策的企业给予奖励而对于破坏绿色物流发展的企业实施惩罚机制，真正做到奖惩并重。而在日常生活如新能源汽车上，明确补贴标准，以及申请流程，真正将支持落实，激发企业活力。

5.2. 企业绿色物流管理策略

绿色化转型已成为构建可持续物流生态的核心命题，只有树立了正确的绿色物流发展意识，做到才能确保物流行业的发展。首先，以绿色物流理念作为发展向导，真正做到理念先行。企业只有树立了绿色物流理念，才能满足现代电子商务环境下对物流业提出的要求，同时也能在激烈的市场竞争中占据优势地位[6]。一方面企业管理要有绿色意识，企业管理者作为企业发展方向的掌舵者，其意识直接关系到企业的未来发展方向。另一方面，员工也要树立绿色意识，企业对员工开展绿色意识的专题培训，推广绿色物流理念。其次，提高绿色物流的应用程度。创新在经济发展中起到核心驱动作用，通过提高生产效率、创造新兴产业、优化产业结构、促进就业增长、加速全球化竞争和推动可持续发展，实现经济增长质效提升。利用大数据促进绿色物流的普及和发展。就当前发展情况而言，圆通速递作为物流行业代

表之一，已经交出了正确答卷。圆通速递通过科技创新，将低碳理念深度融入运营全链条，从包装设计到末端服务构建起全链路绿色解决方案。通过可循环包装、新能源运力、智慧化分拣及数字化碳管理等创新实践，圆通不仅为行业树立了绿色发展新范式，更以切实行动诠释着快递企业的社会责任担当，为构建低碳物流生态圈贡献着“圆通智慧”。

5.3. 消费者教育与引导

消费者是绿色物流的重要推动者、践行者和参与者。首先，政府和企业可以联系消费者的实际生活需要，在绿色物流上做出新的创新，如采用绿色物流给予一定的消费折扣等方式，吸引消费者参与其中。让消费者积极主动参与绿色物流的践行，改变消费者的消费观念。其次，还应该提供绿色物流的激励奖励机制，比如菜鸟裹裹作为物流行业的代表之一，在此前推出了“回箱计划”，具体而言，消费者可在该社区体验绿色快递消费，线下参与快递包装回收等绿色消费行为都会累积，成为绿色能量，免费兑换权益。推出“个人减碳账单”，消费者可以通过淘宝、菜鸟 APP 搜索“快递包装回收”绿色互动页，查看个人减碳量，实现快递末端绿色循环。最后，开展绿色物流的消费教育，通过宣讲推广等活动，真正将绿色物流内化并实际践行。

6. 结语

本文通过对绿色物流的现状进行分析，从政府、企业、消费者三方面提出了绿色物流的践行方式。在电子商务快速发展的当下，生态意识觉醒，绿色物流的发展势在必行，相信在未来的共同努力下，绿色物流可以真正实现发展，推动绿色物流朝可持续的发展方向推进。

参考文献

- [1] 夏玉娇, 蒋雪梅. 电子商务环境下绿色物流的发展对策研究[J]. 物流工程与管理, 2020, 42(1): 11-13.
- [2] 吴阿娜. 电子商务环境下的绿色物流管理策略分析[J]. 中国储运, 2023(2): 60-61.
- [3] 何奇缘. 电子商务环境下的绿色物流管理[J]. 上海商业, 2022(1): 50-51.
- [4] 吴琦. 电子商务环境下的绿色物流管理研究[J]. 中国航务周刊, 2023(26): 53-55.
- [5] 王永桐. 论电子商务环境下绿色物流管理及发展对策[J]. 中国物流与采购, 2022(14): 96-97.
- [6] 李婷. 电子商务环境下绿色物流管理策略分析[J]. 商场现代化, 2023(23): 1-3.