



书名：物流基础

ISBN：978-7-313-17575-5

作者：张璠 周萱

出版社：上海交通大学出版社

定价：39.80元

前 言

随着现代网络技术的日益完善和世界运输业的自由化,物流的发展非常迅猛,该产业已经成为国民经济中的一个重要的新兴产业部门。在我国,特别是在当前社会主义市场经济的发展中,物流作为经济活动的过程越来越显现出其重要性,物流的地位、功能都发生了深刻的变化。目前许多市场意识较为敏锐的企业,也早已把物流作为提高市场竞争力和提升企业核心竞争力的重要手段。2015年,《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》行动计划(2015-2018年)中指出,发展“互联网+”高效物流,加快建设跨行业、跨区域的物流信息服务平台,提高物流供需信息对接和使用效率;鼓励大数据、云计算在物流领域的应用,建设智能仓库体系,优化物流运作流程,提升物流仓储的自动化、智能化水平和运转效率,降低物流成本。

本书结合高等教育实际,以理论必须,以培养应用型技能人才为目标,以适应企业岗位群为定位进行编写。本书共分九章:第一章讲述现代物流的基础知识。第二章至第七章讲述各种常见形态的物流及物流实体功能。第八章和第九章分别介绍了物流标准、服务、绩效与成本。

本书在每章内容里穿插案例分析、拓展阅读等内容,以方便学生对所学内容理解与灵活应用。另外,每章配备导入案例、拓展阅读、章末小结及知识考察等环节。知识考查内容丰富,为学生上课下课下全面掌握本章节的重要知识点提供便利条件。

本书可以作为高等院校物流管理、电子商务、运输管理、经营管理、企业管理等专业的教材,也可作为相关行业的科研、教学和管理人员的参考用书。

本书在编写中参考了国内外大量的文献资料,引用了一些专家学者的研究成果,在此对这些文献作者表示诚挚的谢意,由于物流管理特别是第三方物流、物流成本管理、供应链管理在我国正处在阶段性的变革发展中,一些理论和实际操作还正在探索之中,加上编著时间的紧迫及作者认识的局限性,本书在叙述中存在的不足之处,希望读者批评指正。

编者

第一章

物流基础	1
◎ 第一节 物流概述	2
◎ 第二节 物流活动的构成要素	8
◎ 第三节 物流管理概述	9
◎ 第四节 商流、物流、资金流和信息流“四流”之间的关系述 ..	13
◎ 第五节 现代物流发展历程	18

第二章

企业物流	24
◎ 第一节 企业物流概述	25
◎ 第二节 供应物流概述	28
◎ 第三节 生产物流概述	33
◎ 第四节 销售物流概述	39
◎ 第五节 逆向物流概述	42

第三章

第三方物流	47
◎ 第一节 第三方物流概述	48
◎ 第二节 第三方物流的基本运作模式	52
◎ 第三节 我国第三方物流的发展现状及趋势	59
◎ 第四节 第四方物流概述	63

第四章

物流基本业务	70
◎ 第一节 运输概述	72
◎ 第二节 仓储业务	74
◎ 第三节 配送业务	81
◎ 第四节 装卸搬运业务	83
◎ 第五节 包装业务	88
◎ 第六节 流通加工业务	90
◎ 第七节 物流信息管理	92

第五章

供应链管理	96
◎ 第一节 供应链概述	97

	◎ 第二节 供应链管理概述	101
	◎ 第三节 供应链管理方法	104
	◎ 第四节 供应链战略的影响	110
第六章	现代物流与电子商务	117
	◎ 第一节 电子商务概述	118
	◎ 第二节 现代物流与电子商务的关系	125
	◎ 第三节 电子商务环境下物流业的发展现状与趋势	131
	◎ 第四节 电子商务环境下供应链的实现	135
第七章	绿色物流	142
	◎ 第一节 绿色物流概述	143
	◎ 第二节 绿色物流的产生与发展现状	147
	◎ 第三节 企业物流的绿色化	154
第八章	物流标准、质量和服务	163
	◎ 第一节 物流标准概述	165
	◎ 第二节 物流质量概述	172
	◎ 第三节 物流服务概述	177
第九章	物流成本与绩效管理	184
	◎ 第一节 物流成本概述	186
	◎ 第二节 物流绩效管理概述	192
参考答案	199
参考文献	202

1

CHAPTER

第一章 物流基础

❖ 知识目标

- (1) 了解物流的含义、分类及作用。
- (2) 掌握物流管理的定义、分类及发展经历。
- (3) 了解物流发展的古往今来。

❖ 能力目标

- (1) 掌握物流活动的构成要素。
- (2) 掌握“四流”之间的区别与联系。



引导案例

医药冷藏物流

近日，以冷藏药品冷链管理为主题的专业、公开、公益类的论坛，在医药行业首次登台亮相。11月初，在“2007年中国冷藏药品冷链管理发展西湖论坛”上，不仅有冷藏药品的上下游企业和终端参加，第三方物流公司也登台亮相，高调宣传。会后，中国医药商业协会、浙江省医药行业协会、北京松冷冷链物流有限公司等联合发布《共同宣言》，意欲在冷藏药品冷链管理上整合业内外资源，创新服务模式，结成战略联盟。

绝大多数生物制品需要低温方式保存与运输，要求冷链质量更高、标准更严格、操作更规范，冷链也成为生物制品品质保证的关键环节。冷链物流则是指冷藏冷冻物品在生产、储藏、运输、销售、消费前的各个环节中始终处于规定的低温环境下，以保证质量、减少损耗的一项系统工程。

目前，在生物制品研究生产环节上，我国已经达到较高的水平，有的甚至超过国际标准，但在低温运输上温度得不到保证，常常断链，使得生物制品最终使用时的质量得不到保证。

“企业苦于找不到合适的发货方式，经常采用的配送方式是泡沫箱装入货物和冰袋，然后打包，以快递的方式发出。”北京松冷冷链物流有限公司董事长兼总经理孙立军说，“采用这种方式的一个棘手问题就是，每次寄出去的货到收货人手中时冰袋已经化了。由于泡沫箱的保温性不够好，与蓄冷材料结合使用，最多只能保持5个小时恒温。超过5小时后，箱内温度在2个小时内就会上升到箱外环境温度水平。尤其是需冷冻保存的货物，温度更难得到保持，货物品质因而难以保障。同时，泡沫箱一次性发货后就不再使用，严重污染环境，不符合环保的理念。”

孙立军表示，和传统泡沫箱运输方式不同的是，冷链保温箱是20世纪80年代初期从发达国家发展起来的一种高效物流技术装备。具体的做法是：将冷冻货物和冷藏货物分别

装于不同箱内温度的“冷链保温箱”中，这些保温箱的温控是靠不同温度的蓄冷剂来完成的，之后可与常温货物一同装载在普通货车中进行配送。这不仅能充分保证冷冻冷藏货物的配送质量，而且可有效利用普通货车的配送能力，并减少冷藏车的购进量，降低配送成本，更加环保和节能。

越来越多的药企会考虑选择第三方物流承担冷链物流业务，以避免自营冷链物流所带来的基础设施、设备、网络及人力上的高投入。专业人士表示，从医药行业的发展趋势、市场的需求导向以及企业长期发展来看，以高性能保温箱配合蓄冷材料保证低温的第三方冷链物流是未来医药生产和经销企业的重要选择。

资料来源：中大编辑. 医药冷藏物流. <http://www.wangxiao.cn/wl/86281563918.html>. 引文未经整理、节选和改编。

第一节 物流概述

一、物流的产生与发展

从 20 世纪初到现在近一个世纪的时间内，物流的概念的产生和发展经历了三个阶段：

(1) 物流概念的孕育阶段从 20 世纪初到 20 世纪 50 年代，这个阶段是物流概念的孕育和提出阶段。这一阶段的特点，一个是局部范围，主要是在美国；第二个是少数人，是几个人提出来的；第三是意见不统一。主要有两种意见、两个提法：一是美国市场营销学者阿奇·萧 1915 年提出的叫作 Physical Distribution 的物流概念。他是从市场分销的角度提出；二是美国少校琼西·贝克于 1905 年，从军事后勤的角度提出的 Logistics 的物流概念。

(2) 分销物流 (Physical Distribution) 阶段从 20 世纪 50 年代中开始到 80 年代中期的分销物流 (Physical Distribution) 阶段。这一个阶段的基本特征是分销物流学 (Physical Distribution) 的概念进一步发展而占据了统治地位，并且从美国走向了全世界，成为世界各国一致公认的一个比较统一的物流概念。这一时期促进了物流管理学的形成和发展，进而形成了物流学派、物流产业和物流领域。

(3) 现代物流 (Logistics) 阶段这一阶段，是从 20 世纪 80 年代中期开始一直到现在现代物流 (Logistics) 阶段。通过第二阶段分销物流的发展，使全世界都意识到，物流已经不仅限于分销领域，而且已经涉及包括企业物资供应、企业生产、企业分销以及企业废弃物再生等全范围和全领域。原来的分销物流 (Physical Distribution) 概念，已经不适应这种形势，应该扩大概念的内涵，因此决定放弃分销物流 (Physical Distribution)，而采用现代物流 (Logistics) 作为物流的概念。

二、物流的定义

在我国，通常认为“物流”即是相关的物资从供应者向需求者的移动，涉及运输、仓储等各层次的活动。

美国物流管理协会对物流的定义是 (1985 年)，“物流是为满足消费者需求而进行的对原材料、在制品、产成品及相关信息从起始地到消费地的有效流动及存储的计划、实施与控制的过程。”1992 年，美国物流管理协会 (CLM) 修订了物流定义，将 1985 年定义中的“原材料、中间库存、最终产品”修改为“产品、服务”。这实际上大大拓展了物流的内涵

与外延：既包括生产物流，也包括服务物流。

2001年，美国物流管理协会对物流的定义进行了修订：“物流是供应链的一部分，是为了满足客户需求而对商品、服务及相关信息从原产地到消费地的高效率、高效益的正向和反向流动及储存进行的计划、实施与控制过程”。

在我国，物流是一个外来词，是在20世纪70年代末从日本引进的。1979年6月，中国物资经济学会派代表团参加在日本举行的第三届国际物流会议，把物流的概念介绍到了国内。此后，有关部门及专家学者展开了对物流的研究，代表性的物流定义有：

1995年，王之泰教授在《现代物流学》一书中，将物流定义为：“按用户（商品的购买者、需求方、下一道工序、货主等）要求，将物的实体（商品、货物、原材料、零配件、半成品等等）从供给地向需要地转移的过程。这个过程涉及运输、储存、保管、搬运、装卸、货物处置、货物拣选、包装、流通加工、信息处理等许多相关活动。”

1996年，吴清一教授在《物流学》一书中，将物流定义为：“指实物从供给方向需求方的转移，这种转移既要通过运输或搬运来解决空间位置的变化，又要通过储存保管来调节双方在时间节奏方面的差别。”2001年4月17日，由中国物资流通协会组织，中国物资流通技术开发协会、北京工商大学、北京物资学院、北京交通大学、华中科技大学、原国内贸易局物流技术研究所等单位专家学者编写的《中华人民共和国国家标准——物流术语》（以下简称《物流术语》标准）正式颁布。在充分吸收国内外物流研究成果的基础上，《物流术语》标准将物流定义为：“物品从供应地向接收地的实体流动过程。根据实际需要，将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实现有机结合。”

三、物流的作用

1. 节约

搞好物流，能够节约自然资源、人力资源和能源，同时也能够节约费用。比如，集装箱化运输，可以简化商品包装，节省大量包装用纸和木材；实现机械化装卸作业，仓库保管自动化，能节省大量作业人员，大幅度降低人员开支。重视物流可节约费用的事例比比皆是。被称为“中国物流管理觉醒第一人”的海尔企业集团，加强物流管理，建设起现代化的国际自动化物流中心，一年时间将库存占压资金和采购资金，从15亿元降低到7亿元，节省了8亿元开支。

2. 保值

物流有保值作用。也就是说，任何产品从生产出来到最终消费，都必须经过一段时间、一段距离，在这段时间和距离过程中，都要经过运输、保管、包装、装卸搬运等多环节、多次数的物流活动。在这个过程中，产品可能会淋雨受潮、水浸、生锈、破损、丢失等。物流的使命就是防止上述现象的发生，保证产品从生产者到消费者移动过程中的质量和数量，起到产品的保值作用，即保护产品的存在价值，使该产品在到达消费者时使用价值不变。

3. 加快商品流通、促进经济发展

在谈这个问题时，我们用配送中心的例子来讲最有说服力。可以说，配送中心的设立为连锁商业提供了广阔的发展空间。利用计算机网络，将超市、配送中心和供货商、生产企业连接，能够以配送中心为枢纽形成一个商业、物流业和生产企业的有效组合。有了计算机迅速及时的信息传递和分析，通过配送中心的高效率作业、及时配送，并将信息反馈

给供货商和生产企业，可以形成一个高效率、高能量的商品流通网络，为企业决策提供重要依据，同时，还能够大大加快商品流通的速度，降低商品的零售价格，提高消费者的购买欲望，从而促进国民经济的发展。

4. 缩短距离

物流可以克服时间间隔、距离间隔和人的间隔，这自然也是物流的实质。现代化的物流在缩短距离方面的例证不胜枚举。在北京可以买到世界各国的新鲜水果，全国各地的水果也长年不断；邮政部门改善了物流，使信件大大缩短了时间距离，全国快递两天内就到。美国联邦快递能做到隔天送达亚洲 15 个城市；日本的配送中心可以做到，上午 10 点前订货、当天送到。这种物流速度，把人们之间的地理距离和时间距离一下子拉得很近。随着物流现代化的不断推进，国际运输能力大大加强，极大地促进了国际贸易，使人们逐渐感到这个地球变小了，各大洲的距离更近了。城市里的居民不知不觉地享受到物流进步的成果。南方产的香蕉全国各大城市一年四季都能买到。新疆的哈密瓜、宁夏的白兰瓜、东北大米、天津小站米等都不分季节地供应市场；中国的纺织品、玩具、日用品等近年大量进入美国市场，除了中国的劳动力价格低廉等原因外，则是国际运输业发达，国际运费降低的缘故。

5. 增强企业竞争力、提高服务水平

在新经济时代，企业之间的竞争越来越激烈。在同样的经济环境下，制造企业，比如家电生产企业，相互之间的竞争主要表现在价格、质量、功能、款式、售后服务的竞争上，可以讲，像彩电、空调、冰箱等这类家电产品在工业科技如此进步的今天，质量、功能、款式及售后服务，目前各企业的水平已经没有太大的差别，唯一可比的地方往往是价格。近几年全国各大城市此起彼伏的家电价格大战，足以说明这一点。那么支撑降价的因素是什么？如果说为了占领市场份额，一次、两次地亏本降价，待市场夺回来后再把这块亏损补回来也未尝不可。然而，如果降价亏本后仍不奏效又该如何呢？不言而喻，企业可能就会一败涂地。在物资短缺年代，企业可以靠扩大产量、降低制造成本去攫取第一利润。在物资丰富的年代，企业又可以通过扩大销售攫取第二利润。可是在新世纪和新经济社会，第一利润源和第二利润源已基本到了一定极限，目前剩下的“未开垦的处女地”就是物流。降价是近几年家电行业企业之间主要的竞争手段，降价竞争的后盾是企业总成本的降低，即功能、质量、款式和售后服务以外的成本降价，也就是我们所说的降低物流成本。

国外的制造企业很早就认识到了物流是企业竞争力的法宝，搞好物流可以实现零库存、零距离和零流动资金占用，是提高为用户服务，构筑企业供应链，增加企业核心竞争力的重要途径。在经济全球化、信息全球化和资本全球化的 21 世纪，企业只有建立现代物流结构，才能在激烈的竞争中，求得生存和发展。



拓展阅读 1-1

美国物流发展历史

一、冬眠的 20 世纪 50 年代

20 世纪 50 年代美国的物流处于休眠状态，其特征是这一领域并没有一种处于主导的物流理念。在企业中，物流的活动被分散进行管理，比如，在企业中运输由生产部门进行管理，库存由营销部门管理。其结果使物流活动的责任和目的相互矛盾。

究其原因，主要是美国经济的快速发展使得企业的生产满足不了需求，企业的经营思想是以生产制造为中心，根本无暇顾及流通领域中的物流问题。

二、概念化的 20 世纪 60 年代

20 世纪 60 年代美国的主要经济发展目标是向“富裕的社会”前进。其间是美国历史上的繁荣时期。虽然，当时东西方处于冷战状态中，但美国国内的经济增长速度很快。当时支撑美国经济发展的主要动力是以制造业为核心的强有力的国际竞争能力。美国的工业品向全世界出口，MADE IN USA（美国制造）成为优质品的代名词。因此，美国六十年代是大量生产、大量消费的时代。生产厂商为了追求规模经济进行大量生产，而生产出的产品大量地进入流通领域。大型百货商店、超级市场纷纷出现在城市的内部和郊区。

与此相反地是，20 世纪 60 年代美国企业的物流系统却没有很大的改进，如果从物流系统现代化的角度进行定义的话，不如说 20 世纪 60 年代是美国物流的停滞期。究其原因：

(1) 在持续地大量生产、大量消费的美国经济时代，作为企业来说，并没有太大的压力。在大量生产、大量消费的生产模式下，虽然企业一般都拥有大量的仓库，但由于经济的快速增长，企业的收益相对稳定，使得企业对削减库存不太关心。在 60 年代，备货日期达到 30 天，为此，企业一般都拥有大量库存。作为企业的物流管理者，大量库存是天经地义的事，没有必要进行改善。

(2) 对提供运输服务的物流企业，美国政府制定了严格的管理制度，比如对卡车运输和铁路运输业者，ICC（Interstate Commerce Commission，州际通商委员会）制定了严格的准入制度和运费规定，这样就限制了物流行业间的竞争。运费成为不可浮动的定价，利用企业也就不可能通过压低价格来削减运输成本。另外，一旦产生由于通货膨胀导致运费上升，则运输业者还可通过交通管理部门提高运费转嫁危机。因此，一般企业对物流系统的改革并不热心，而且，大多数利用自家车辆进行货物运输。

实际上，由于政府的管理制度限制了物流的发展，同时也没有给予企业更多改革权利，所以当时大多数企业内并不考虑物流改革，仅把物流作为一个成本核算的部门。对物流的理解也只停留在工厂的产成品的物理性的移动功能。

综上所述，20 世纪 60 年代物流的发展得益于以下几个方面：

(1) 消费者需求模式的改变。20 世纪 60 年代的大量生产和大量消费，使得人口迅速的增长，出现了农村向城市的转移，同时，中心城市的人口向城市边缘地区转移。这一趋势的变化导致超市和大型百货店向郊区扩张。同时，人口的增加也促使超市等商品的种类和花色大幅度增加，使得经营者不得不大幅提高库存量。这也造成订货频率和数量的增加。

(2) 企业成本的压力。20 世纪 50 年代以前，美国没有任何一家企业统计过物流成本在销售额中的比例。进入 20 世纪 60 年代后，由于竞争的激烈，企业开始向降低生产成本以外的领域寻求出路。据统计，当时物流成本占 GNP 的 15%，个别企业物流费用在销售额中占到 22%。而当时的英国是 16%，日本达到 27%。企业开始意识到物流对企业降低成本的作用。

(3) 物流总成本概念的引入。

(4) 计算机技术的发展。线性规划技术、模拟仿真系统的大量运用给物流系统的规划、设计等提供了支持。

(5) 军事上的经验支持。

三、发展的 20 世纪 70 年代

20 世纪 70 年代的美国经济发生了重大变革。2 次的石油危机对美国产生了深刻的影响。石油价格从 1973 年 2 美元一桶高涨到 40 美元。由于能源价格的高涨，造成通货膨胀、失业率增加。

物价上涨给美国企业的经营带来了很大困难，迫使企业开始考虑改善物流系统。这是因为：

(1) 原油价格的上涨，直接导致油价上涨，使得运输成本大幅提高。ICC 的规定中，货物运输业者很容易将燃料价格的上涨转嫁到运价中，使得利用卡车运输的企业成本增加，所以企业不得不研究如何降低物流费用。

(2) 物价上涨也导致美国经济停滞不前，影响产品的销售。其结果使得企业产品积压。过去，企业的库存始终处于粗放经营状态，而现在则成为企业的重大问题。另外，当时美国为了抑制通货膨胀，采取了高利息的政策，这就给拥有大量产品库存的企业带来了需要负担高额利息的压力。为此，20 世纪 70 年代的美国企业开始全面改善大量生产、大量消费时代的物流系统。

这样，20 世纪 70 年代的美国企业，由于外部环境的变化，一方面给企业自身带来了改善物流系统的推动力，同时，也促使政府开始修改高物流成本温床的管理政策。作为企业的经营者，也开始意识到传统的物流政策已经限制了自由竞争，不利于经济的发展。以 1978 年航空货物运输政策改善为契机，20 世纪 80 年代美国政府出台了一系列鼓励自由竞争的政策，它得到了企业的欢迎。

在此，有必要一提的是，20 世纪 70 年代的前期出现了一种新的物流服务方式，它就是 1973 年由 Fred Smith 使用 8 架小型飞机开始的航空快递业务。Smith 在大学的毕业论文中论述了如何有效利用基地的问题，大学毕业后，进一步检验其理论的正确性，开始组建 Federal Express 公司，提供航空快递服务。Federal Express 公司提供全美国翌日到达的门到门航空快递服务，它的服务是及时性、准确性以及可信赖性为原则。这种运输方式的出现，对美国物流的发展产生了重要的影响。

另外，物流总成本的概念也为美国物流的发展产生了推动作用。

四、物流革新的 20 世纪 80 年代

1. 宽松的政策

20 世纪 80 年代，美国政府出台了一系列物流改善政策，给美国物流的发展带来了极大的促进作用。在政策改善对象的卡车运输业，新企业的出现，增加了行业竞争的激烈程度，使得很多企业破产。相反，由于政策环境的宽松，使得利用运输服务的企业得到了实惠。占 GNP 物流费用的比例，在 20 世纪 80 年代大幅减少，显示了政策环境的改善对经济的直接影响效果。

20 世纪 80 年代的美国经济开始出现国际化倾向，给一般企业带来了很强的竞争压力。这一时期，很多外资企业进入美国是增加竞争压力的重要因素之一。另外，不仅是原材料和零件，很多美国企业也开始进口外国的产品，同时，由于美元贬值，很多企业也积极地出口产品。这样，在国际化的进程中，美国企业意识到提高国际竞争力的重要性。

2. 从分销物流向现代物流的转化

在这一进程中，物流在企业经营战略中的地位也逐渐被企业接受，一些大型企业开始主动积极的改善企业的物流系统。其象征是对物流的理解从 Physical Distribution（分销物流）向 Logistics（现代物流）的转化。Logistics 原本是军事用语，后逐渐被经济界所使用。20 世纪 70 年代初物流概念以及物流的重要性仅被一小部分企业所认识，到了 20 世纪 80 年代，已被大多数企业所接受。因此，可以说，20 世纪 80 年代是美国企业全面进入物流领域的时代。

在此之前，对物流的理解仅停留在对运输、保管、库存管理等个别功能的分别管理，Logistics 出现后，改变了这一认识。Logistics 是指企业从原材料的采购到产品的销售整个过程的效率化，而不是个别功能的效率。在物流的实践过程中，涌现了很多既提高了物流的合理化，又增加了企业利润的企业。这样对于企业来说，一旦认识了物流在企业经营中的重要性，物流在企业中的地位也就得以提高。物流管理部门成为企业经营战略中的重要职能部门。

3. JIT 管理思想的导入

在 20 世纪 80 年代，作为企业削减库存的重要方法，JIT（Just In Time，准时生产）方式急速普及。由于 20 世纪 70 年代企业的重要课题是削减库存，所以，美国的很多企业也开始引入日本汽车工业开发的 JIT 管理方式。JIT 方式的采用，大大降低了企业的库存，但同时却给运输带来了新的压力。即企业对运输服务的准确性和及时性比以往任何时候要求都高。因此，能否提供高质量的服务成为企业竞争的重要条件。

JIT 是在多品种、小批量生产领域的一种存货管理的零售库存方式，通过准时的衔接，不再以库存作为生产过程的保障，而是以即时供应作为保障，这样就降低了企业库存压力，提高了利润。

4. 新技术的革新

另外，在这一时期，铁路运输也出现了很多革新，以铁路运输为主的多式联运（Intermodal Transport）开始迅速普及。而且这一时期，铁路集装箱运输也开始迅速发展，例如双层集装箱运输方式（Double Stack Train）就是这一时期的产物。这种运输方式的产生，给美国国内集装箱运输提供了重要的支撑。

5. 新的管理形式——企业外包装制

外包制（Outsourcing）是美国企业 20 世纪 80 年代兴起的管理思想。当时美国企业将企业流程再造作为经营合理化的重要手段，重新对业务内容、资源的分配进行考虑。

五、整合的 20 世纪 90 年代

1. 供应链管理理论的产生

进入 20 世纪 90 年代，美国企业的物流系统更加系统化、整合化，物流也从 Logistics 向 SCM 转化。物流与供应链管理的区别在于，物流强调的是单一企业内部的各物流环节的整合，而供应链并不仅是一个企业物流的整合，他所追求的是商品流通过程中所有链条企业的物流整合。具体指的是商品到达消费者手中，中间要包括零售商、批发商、制造商、原材料零件的供应商等，而物流则处于流动的整个环节中。为了能够以低成本、快速地向客户提供商品，仅考虑单一企业内部的物流整合是远达不到目的，必须对链条的所有企业的物流进行统一管理、整合才能实现上述目标，这就是供应链管理的基本概念。

2.精益思想的产生

根据顾客需求,提供顾客满意的物流服务,同时追求把提供物流服务过程中的浪费和延迟降至最低程度,不断提高物流服务过程的增值效益。

资料来源:MBAlib,国外物流发展史.<http://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%9B%BD%E5%A4%96%E7%89%A9%E6%B5%81%E5%8F%91%E5%B1%95%E5%8F%B2>.引文经整理、节选和改编。

第二节 物流活动的构成要素

企业物流活动的构成要素有六个,其中实现物质、商品空间移动的运输以及时间移动的存货是两个中心要素,另外四个要素是因包装物流顺利进行而开展的搬运、流通加工和信息,它们对物流的顺利进行起着十分重要的作用。

一、运输

运输是用设备和工具,将物品从一地点向另一地点运送的物流活动。其中包括集货、分配、搬运、中转、装入、卸下、分散等一系列操作。

二、储存

保护、管理、贮藏物品。物品流通活动中的存货行为是为了调整生产和消费之间的时间差而进行的。例如,我们的主食大米,集中在秋天收获,而消费者每天都要食用,为了调整集中生产、平均消费的时间性,就要放在仓库里保存。因此,在生产和消费(或销售)之间,多多少少存在这样的一些时间差,在供需之间,时间方面的调整就是存货活动的主要功能。其他方面,如提高商品时间效用的功能,也是存货的功能。反之,提高商品的场所效用是运输的功能。这就是说,提高商品的场所效用和时间效用这两个功能,即运输和存货,成为物流活动的支柱。

对仓储管理与库存控制定义的理解:

仓储管理:对“储备”实物本身进行的操作(对在库货物在途商品的数量和品质以及运作进行的管理,以防商品数量短少,质量发生变化,提高劳动生产率)。

库存控制:对库存数量和结构进行变化和管理物流作业活动。

三、包装

包装是为在流通过程中保护产品、方便储运、促进销售,按一定技术方面而采用的容器、材料及辅助物等的总体名称。也指为了达到上述目的而采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动。

包装与物流领域有直接的关系,这种包装称为工业包装,也称运输包装或外包装运输包装(Transport Package)以满足运输贮存要求为主要目的包装。它具有保障产品的安全,方便储运装卸,加速交接、点验等作用。与商品零售有关的包装称为商品包装或零售包装、消费者包装。销售包装(Sales Package)又称内包装,是直接接触商品进入零售网点和消

费者或用户直接见面的包装。

四、搬运

搬运是在同一场所内，对物品进行水平移动为主的物流作业。搬运是为产品的货物运输和保管的需要而进行的企业。

在仓库管理中，物料搬运是一项重要的活动。产品必须有人接收、分拣、组装，以满足顾客的订货需要。在物料搬运设备中投入的直接劳动和资金是物流总成本的一个主要组成部分。产品搬运的过程越少，产品损坏的可能性也就越小，而仓储的整体效率却会增加。现实中还利用各种各样的机械化和自动化设施来协助物料搬运。实际上每一个仓库及其物料搬运能力都反映了整个物流过程中的一个微系统。

五、流通加工

流通加工（Distribution Processing）是物品在从生产地到使用地的过程中，根据需要施加包装、分割、计量、分拣、刷标志、拴标签、组装等简单作业的总称。

流通与加工的概念本不属同一范畴。加工是改变物质的形状和性质，形成一定产品的活动；而流通则是改变物质的空间状态与时间状态。流通加工则是为了弥补生产过程加工不足，更有效地满足用户或本企业的需要，使供需双方更好地衔接，将这些加工活动放在物流过程中完成，而成为物流的一个组成部分。流通加工是生产加工在流通领域中的延伸，也可以看成是流通领域为了更好地服务，在职能方面的扩大。

六、信息

所谓信息，指的是能够反映事物内涵的知识、资料、信函、情报、数据、文件、图像、语言、声音等。信息是事物的内容、形状及其发展变化的反映。

物流信息指的是物流活动过程中所必需的各种信息。迅速和准确的信息交流能够改善物流，可以制定新的和独特的物流解决方案，使物流达到前所未有的作用。

然而，这种技术与信息质量密切相关。信息质量上的缺陷会给物流作业带来许多问题，信息质量的缺陷主要划分为两大类：

（1）所收到的信息会在趋势和事件方面不准确。由于大量的物流是在未来的需求之前发生的，不准确的判断或预测都会引起存货非正常损耗或过剩，而过分乐观的预测又会导致不恰当的存货定位。

（2）有关订货的信息与顾客的具体需求一旦产生误差，处理误差的订货将会增加物流成本。由于退回存货的费用往往会增加物流成本，即使另外存在着销售机会，设法向其他顾客提供所需的服务也会再次产生费用。

第三节 物流管理概述

一、定义

物流管理（Logistics Management）是指在社会再生产过程中，根据物质资料实体流动

的规律，应用管理的基本原理和科学方法，对物流活动进行计划、组织、指挥、协调、控制和监督，使各项物流活动实现最佳的协调与配合，以降低物流成本，提高物流效率和经济效益。现代物流管理是建立在系统论、信息论和控制论上的专业学科。

物流管理的内容包括三个方面的内容：即对物流活动诸要素的管理，包括运输、储存等环节的管理；对物流系统诸要素的管理，即对其中人、财、物、设备、方法和信息等六大要素的管理；对物流活动中具体职能的管理，主要包括物流计划、质量、技术、经济等职能的管理等。

物流管理科学是近一二十年以来在国外兴起的一门新学科，它是管理科学的新的重要分支。随着生产技术和提高，企业之间的竞争日趋激烈，人们逐渐发现，企业在降低生产成本方面的竞争似乎已经走到了尽头，产品质量的好坏也仅仅是一个企业能否进入市场参加竞争的敲门砖。这时，竞争的焦点开始从生产领域转向非生产领域，转向过去那些分散、孤立的，被视为辅助环节而不被重视的，诸如运输、存储、包装、装卸、流通加工等物流活动领域。人们开始研究如何在这些领域里降低物流成本，提高服务质量，创造“第三个利润源泉”。物流管理从企业传统的生产和销售活动中分离出来，成为独立的研究领域和学科范围。物流管理科学的诞生使得原来在经济活动中处于潜隐状态的物流系统显现出来，它揭示了物流活动的各个环节的内在联系，它的发展和日臻完善，是现代企业在市场竞争中制胜的法宝。

二、物流管理的分类

1. 宏观物流与微观物流

宏观物流是指社会再生产总体的物流活动，是从社会再生产总体的角度来认识和研究物流活动。宏观物流主要研究社会再生产过程物流活动的运行规律以及物流活动的总体行为。

微观物流是指消费者、生产者企业所从事的实际的、具体的物流活动。在整个物流活动过程中，微观物流仅涉及系统中的一个局部、一个环节或一个地区。

2. 社会物流和企业物流

社会物流是指超越一家一户的以整个社会为范畴，以面向社会为目的的物流。这种物流的社会性很强，经常是由专业的物流承担者来完成。

企业物流是从企业角度上研究与之有关的物流活动，是具体的、微观的物流活动的典型领域，它由企业生产物流、企业供应物流、企业销售物流、企业回收物流、企业废弃物物流几部分组成。

3. 国际物流和区域物流

国际物流是指当生产和消费在两个或两个以上的国家（或地区）独立进行的情况下，为了克服生产和消费之间的空间距离和时间距离，而对物资（货物）所进行的物理性移动的一项国际经济贸易活动。因此，国际物流是不同国家之间的物流，这种物流是国际贸易的一个必然组成部分，各国之间的相互贸易最终通过国际物流来实现。国际物流是现代物流系统中重要的物流领域，近十几年有很大发展，也是一种新的物流形态。

区域物流是相对于国际物流而言的概念，指一个国家范围内的物流，如一个城市的物流，一个经济区域的物流均属于区域物流。

4.一般物流和特殊物流

一般物流是指物流活动的共同点和一般性,物流活动的一个重要特点是涉及全社会的广泛性,因此物流系统的建立及物流活动的开展必须有普遍的适用性。

特殊物流是指在遵循一般物流规律基础上,带有制约因素的特殊应用领域、特殊管理方式、特殊劳动对象、特殊机械装备特点的物流。

三、发展经历

物流管理的发展经历了配送管理、物流管理和供应链管理 3 个层次。物流管理起源于第二次世界大战中军队输送物资装备所发展出来的储运模式和技术。在战后这些技术被广泛应用于工业界,并极大地提高了企业的运作效率,为企业赢得更多客户。当时的物流管理主要针对企业的配送部分,即在成品生产出来后,如何快速而高效地经过配送中心把产品送达客户,并尽可能维持最低的库存量。美国物流管理协会那时叫作实物配送管理协会,而加拿大供应链与物流管理协会则叫作加拿大实物配送管理协会。在这个初级阶段,物流管理只是在既定数量的成品生产出来后,被动地去迎合客户需求,将产品运到客户指定的地点,并在运输的领域内去实现资源最优化使用,合理设置各配送中心的库存量。准确地说,这个阶段物流管理并未真正出现,有的只是运输管理、仓储管理和库存管理。物流经理的职位当时也不存在,有的只是运输经理或仓库经理。

现代意义上的物流管理出现在 20 世纪 80 年代。人们发现利用跨职能的流程管理的方式去观察、分析和解决企业经营中的问题非常有效。通过分析物料从原材料运到工厂,流经生产线上每个工作站,产出成品,再运送到配送中心,最后交付给客户的整个流通过程,企业可以消除很多看似高效率却实际上降低了整体效率的局部优化行为。因为每个职能部门都想尽可能地利用其产能,没有留下任何富余,一旦需求增加,则处处成为瓶颈,导致整个流程的中断。又比如运输部作为一个独立的职能部门,总是想方设法降低其运输成本,但若其因此而将一笔必须加快的订单交付海运而不是空运,这虽然省下了运费,却失去了客户,导致整体的失利。所以传统的垂直职能管理已不适应现代大规模工业化生产,而横向的物流管理却可以综合管理每一个流程上的不同职能,以取得整体最优化的协同作用。

在这个阶段,物流管理的范围扩展到除运输外的需求预测、采购、生产计划、存货管理、配送与客户服务等,以系统化管理企业的运作,达到整体效益的最大化。高德拉特所著的《目标》一书风靡全球制造业界,其精髓就是从生产流程的角度来管理生产。相应地,美国实物配送管理协会在 20 世纪 80 年代中期改名为美国物流管理协会,而加拿大实物配送管理协会则在 1992 年改名为加拿大物流管理协会。



拓展阅读 1-2

中国快递 300 亿件说明什么

不久前,一件从贵州省遵义市发出的茶叶,成为中国 2016 年的第 300 亿件快递。日前,国家邮政局局长马军胜在国新办发布会上表示,近几年来中国快递业发展非常迅猛,已经连续 6 年每年增长超过 50%,现已位居世界第一。在全球每年约 700 亿件的快递量中,中国占了 300 亿件。对此,专家指出,快递业务的迅速发展清晰地折射出了中国经济旺盛

的内需、加速转型的步伐与广阔的发展潜力。未来，随着中国物流业短板的进一步补齐，快递业也有望成为中国经济走稳走好进程中更鲜明的标志。

消费旺：经济平稳有保障

数据显示，2016年1—11月份，全国快递服务企业业务量累计完成同比增长52.8%；业务收入累计完成3544.1亿元，同比增长44.3%。按照最新的300亿件快递量和13亿人口计算，2016年中国相当于人均发送了23件快递。在中国物流学会特约研究员杨达卿看来，全国快递业务量突破300亿件标志着“十三五”时期快递业发展取得“开门红”。“短短30多年内，我们赶上了发达国家快递业近百年的发展速度，实现了弯道超车。”杨达卿说。

北京科技大学管理学院经济贸易系主任何维达教授在接受本报记者采访时指出，从相关数据不难看出，中国快递业发展态势非常好，这一方面反映了中国人口众多、生活水平提高所带来的旺盛消费需求；另一方面也体现了电子商务价格便宜、消费便利等特征。“需要看到，中国经济正处于转型时期，实体经济中的矛盾困难还有很多，而快递业折射出的旺盛消费需求显然是一个非常重要的积极因素。因为从某种程度上来说，内需活跃有助于中国经济保持平稳运行，并为问题较多的领域走出困境提供良好环境。”何维达分析。

事实上，相关数据也证实了这种分析。2016年1—11月份，全国网上零售额45990亿元，同比增长26.2%。其中，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重同比提高了1.9个百分点。

转型快：新生动力正增强

如今，在北京、江苏、浙江、广东等省市，平均每走5公里不到就有一个快递网点；而在上海，快递网点到家门口更是名副其实地打通了“最后一公里”。

北京交通大学的一份研究报告显示，快递业对带动就业作用巨大。例如，2015年全国发出的207亿件快递，就带动了203万人就业，包括快递员、分拣员和货车司机等多种岗位。而2016年全年超过300亿件的规模，带动作用显然更强。

不过，相比于快递业本身对经济的贡献，其背后所蕴含的新产业、新业态、新商业模式更值得关注。马军胜在分析快递业发展迅速的原因时指出，快递业的发展离不开电商和快递的联动发展。现在中国每天快递量近1亿件，其中有60%以上是服务电商的，中国电商和快递双向联动、上下游互动的发展给中国社会提供了非常好的新服务。

专家指出，快递业看似只是物品传递，但却折射出互联网发展下社会分工的进一步细化与要素配置形式的升级。中国人民大学国家发展与战略研究院研究员张杰表示，当前中国经济发展模式正由“规模速度型”的粗放增长模式向“质量效率型”的集约增长模式全面转型。可以说，经济的新结构、新模式、新动能、新方位等一系列新特征正在逐步孕育壮大，并将成为主导中国经济的崭新力量。

“快递业迅速发展从一个侧面体现出中国经济的转型态势和新生动力。但我们同时也要看到，快递业所涉及的还主要集中在第三产业，而经济转型则是多方面的。相比于第三产业，第一二产业自身涉及的问题较多，新动能培育也相对较慢，因此我们也不能急于求成。”何维达说。

后劲足：创新潜能将释放

对于快递业未来的发展，马军胜表示，“十三五”期间将以“互联网+”为方向，着力在扩大服务网络惠及范围、转型升级、提质增效方面狠下功夫。例如，通过广泛地应用信

息技术,不断创新业务模式、服务形式和管理方式,来改变服务单一和产品同质的现状。同时,推动快递进一步融入生产、流通和消费环节,实现与先进制造业、现代农业和跨境贸易产业的协同发展。

“其实,快递数量迅速增长在某种程度上还折射出我们经济中存在的一些问题,如:传统制造业压力较大、劳动力成本上升、税费负担较重、零售业房屋租金成本过高等等。因此,我们要在不断提升快递业自身发展质量的同时,更加注重一、二、三产业的均衡协调发展。”何维达说,由于不同行业的商业模式不一样,所以我们要实施更加均衡的发展战略,同时做好制度创新、技术创新、模式创新,从而释放更大的增长潜力。

可以说,一包小小的快递既反映了创新的现状,更折射出创新的潜能。从创新的角度看,人们也有理由对中国经济的未来抱有更多期待。国家统计局最新发布的测算数据显示,2015年中国创新指数比上年增长8.4%,增速创十年来新高。其中,创新环境指数、创新投入指数、创新产出指数和创新成效指数分别比上年增长5.3%、4.2%、17.6%和4.9%。

实际上,很多企业都在主动拥抱中国机遇。捷信集团全球CEO依西·施梅兹表示,为抢占中国商机,该公司消费金融业务遍布中国280个城市,超过10.9万个贷款服务网店与中国零售商合作,并带动了相关产品的销售增长。

资料来源:王俊玲.中国快递300亿件说明什么. <http://finance.people.com.cn/n1/2016/1231/c1004-28991381.html>.引文未经整理、节选和改编。

第四节 商流、物流、资金流和信息流“四流”之间的关系

日常生活中,提到“物流”这个话题,经常会和资金流、商流和信息流放在一起,这种联系有一定的道理,因为物流、商流、资金流和信息流是流通过程的四大组成部分,这四者构成了一个里流通过程,几者的关系“互为存在、相互作用、密不可分”既相互独立,又是一个综合体,将物流、商流、资金流和信息流有机结合起来,会产生更大的能量,创造更大的经济效益。

一、物流

物流的具体内容包括以下几个方面:用户服务、需求预测、订单处理、配送、存货控制、运输、仓库管理、工厂和仓库的布局与选址、搬运装卸、采购、包装、情报信息。

1. 运输

运输是使用设施和工具,将物品从一个点向另一个点的物流活动。

2. 库存控制

库存控制是对库存数量和结构进行控制、分类和管理的物流作业活动。

3. 包装

包装是为在流通过程中保护产品、方便储运、促进销售,按一定技术方面而采用的容器、材料及辅助物等的总体名称。也指为了达到上述目的而采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动。

4. 搬运

搬运是在同一场所内,对物品进行水平移动为主的物流作业。搬运是为产品的货物运输和保管的需要而进行的作业。

5. 流通加工

流通加工是物品在从生产地到使用地的过程中，根据需要施加包装、分割、计量、分拣、刷标志、拴标签、组装等简单作业的总称。

6. 信息管理

信息管理是对于物流有关的计划、预测、动态信息及有关生产、市场、成本等方面的信息进行收集和处理，使物流活动能有效、顺利进行。

二、商流

商流，是物资在由供应者向需求者转移时物资社会实体的流动，主要表现为物资与其等价物的交换运动和物资所有权的转移运动。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。商流的活动内容包括以下：

- (1) 交易前收集商品信息，进行市场调查。
- (2) 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。
- (3) 买卖双方通过谈判达成交易。
- (4) 交易的履行过程。

三、资金流

资金流 (Fund Flow) 就是指在营销渠道成员间随着商品实物及其所有权的转移而发生的资金往来流程。

1. 物流方面

资金流是指用户确认购买商品后，将自己的资金转移到商家账户上的过程。作为电子商务三流中最特殊的一种，资金流扮演着重要的角色。在电子商务中，顾客通过浏览网页的方式选购商品或服务，在选购完成后在线支付。顾客支付的款项能否安全、及时、方便地到达商家，关系到交易的最后成败。因此，在线支付不论是对于顾客，还是对于商家，都具有非常重要的意义。而在线支付的关键就是资金流平台的建设。

2. 电子商务

资金流作为电子商务的三个构成要素之一，是实现电子商务交易活动的不可或缺的手段。作为电子商务中连接生产企业、商业企业和消费者的纽带，银行是否能有效地实现电子支付已成为电子商务成败的关键。在常见的 B2C 交易中，持卡顾客向商家发出购物请求，商家将持卡人的支付指令通过支付网关发给银行的电子支付系统；银行接着通过银行卡网络从发卡行获得批准，并将确认信息再从支付网关返回商家；商家取得支付确认后，向持卡人发出购物完成信息。剩下的工作就是银行系统内部的资金拨付和行间结算。

四、信息流

信息流的广义定义是指人们采用各种方式来实现信息交流，从面对面的直接交谈直到采用各种现代化的传递媒介，包括信息的收集、传递、处理、储存、检索、分析等渠道和过程。

信息流的狭义定义是从现代信息技术研究、发展、应用的角度看，指的是信息处理过程中信息在计算机系统和通信网络中的流动。

五、“四流”联系与区别

所谓商流，就是一种买卖或者说是一种交易活动过程，通过商流活动发生商品所有权的转移。商流是物流、资金流和信息流的起点，也可以说是后“三流”的前提，没有商流一般不可能发生物流、资金流和信息流。反过来，没有物流、资金流和信息流的匹配和支撑，商流也不可能达到目的。“四流”之间有时是互为因果关系。比如，A企业与B企业经过商谈，达成了一笔供货协议，确定了商品价格、品种、数量、供货时间、交货地点、运输方式等，并签订了合同，也可以说商流活动开始了。要认真履行这份合同，自然要进入物流过程，将货物进行包装、装卸、保管和运输。同时伴随着信息传递活动。如果商流和物流都顺利进行了，接下来是付款和结算，即进入资金流的过程。无论是买卖交易，还是物流和资金流，这三大过程中都离不开信息的传递和交换，没有及时的信息流，就没有顺畅的商流、物流和资金流。没有资金支付，商流不会成立，物流也不会发生。

商流是动机和目的，资金流是条件，信息流是手段，物流是终结和归宿。就是说由于需要或产生购买欲望，才决定购买，购买的原因和理由就是商流的动机和目的；因为想购买或决定购买某种商品，才考虑购买资金的来源或筹措资金问题。不付款商品的所有权就不归你，这就是条件；又因为决定购买，也有了资金，然后才付之行动，这就是买主要向卖主传递一个信息，或去商店向售货员传递购买信息，或电话购物、网上购物，这些都是信息传递的过程，但这种过程只是一种手段；然而，商流、资金流和信息流产生后，必须有一个物流的过程，否则商流、资金流和信息流都没有意义。举个例子，一个单位搬进新办公地点后要购买几台空调，这个单位可能直接去商店选购，也可能打电话或网上采购，就产生了商流活动。由此也伴生出资金流（如现金支付，支票付款或银行走账）和信息流。可是只完成这“三流”，并不是事物的完结，还必须将空调送至买主，最终还是少不了运输、装卸等物流过程。

那么，怎样才能保证将卖出去的空调按买主要求的时间、地点和数量，准确、安全地送货上门呢？首先，出售空调的商店里有库存，或者商店给厂家打电话，让厂家从仓库取货。无论从商店取货，还是从仓库取货，都需要有车将空调送过去，如果销售量过于集中，车子跑不过来，或者司机调整不过来怎么办？如果仓库里缺这种型号的空调又怎么办？看来，这都属于物流的问题。再往复杂一些说，假如空调厂家对空调的销售量预测不准确，预测的销售大于实际需要，就产生库存积压，浪费仓库保管费，多占压生产资金。假如预测的销售量小于实际需要，则不仅少赚利润，失去市场，而且还可能影响企业声望。怎样才能既不浪费保管费和占压资金，又能保证供货呢？除了准确的市场需求预测，及时掌握各种信息外，还要构筑一个先进、合理的物流系统。首先要进行商品的需求、购买力、市场容量、销售时点、销售数量等基础性调查研究。然后，再制定一个与商流相配套的物流规划。根据市场情况，决定建几个配适中心，建多大规模，如何构筑配送网络等等。

因为物流是受商流制约，随商流变化而变化，往往为了占领市场、扩大销售而牺牲物流利益的，所以，在竞争激烈的商品经济社会要加强对物流问题的研究，加强对信息技术等现代科学手段的充分利用。

商流和资金流是传统性的经济活动，规则性强，已经比较成熟和定型，进一步的科学化管理受时代和经济发展水平限制。信息流主要依赖互联网，由计算机支持，是电子化传输和软件开发问题。这方面的竞争会不断加剧和复杂化，各企业的技术水平将来也会彼此

接近。前几年兴起的电子商务热，之所以急剧降温，是因“物流瓶颈”造成的，而不是信息技术自身的问题。而且，商流、资金流和信息流将来都可能由计算机和网络通信部分替代，只有物流难以做到这一点。而且物流又最落后，物流发展的空间比商流、资金流和信息流要大，合理化、科学化管理的余地要大，节约费用的潜力要大。这是因为：

(1) 物流是一门新兴科学，很多人对物流基本知识、物流理论、物流的重要作用、重视物流的必要性和必然性还了解不多，还需要一个认识过程。物流与商流、资金流以及信息流相比，发展滞后，进度缓慢，如不及时赶上，要拖其他“三流”的后腿。

(2) 物流在商品总成本中的费用比例大，过去不受重视，这块庞大的成本，只要我们稍加努力，就会有利可图。这块“第三利润源泉”是新经济时代最有前景的领域，是节约费用最大的空间。

(3) 物流发展时间尚短，成熟程度差，物流管理科学化较低。只要我们认识到这一点，认真对待，大力加强对物流的管理，就能大大提高物流生产效率，大幅度增加经济效益。

(4) 过去还很少有人将物流与商流、资金流、信息流联系起来考虑。也没有将“四流”作为一个大系统对待。今后如果真正把“四流”统一起来、协调起来，那将产生不可估量的效益。目前的主要矛盾表现在物流和信息流两个方面。

在此我们有必要强调，商流、物流、资金流、信息流，虽然各有独立存在的意义，并各有自身的运行规律，但是，“四流”是一个相互联系、互为伴随、共同支撑流通活动的整体。在认识和研究流通经济或者在进行物流管理过程中一定要把握这一点，以使我们认识问题全面化、科学化，把物流工作做得更有成效。



拓展阅读 1-3

中外运老牌国企到现代物流企业的蜕变

中外运股份(0598)原计划上市的那一天，它的三个合资伙伴DHL、UPS、OCS和其他快递巨头TNT、FedEx一道向中国邮政总局递交了委托申请手续，“承认”中国邮政的委托。

而此前，没有接受委托的代价是，中外运在各地的子公司和DHL在四川等地的公司都曾被邮政部门强行查处。这对面临上市的中外运打击不小，因为中国邮政的EMS是几个合资快递公司的直接竞争对手，而合资快递公司是中外运最大的盈利来源，去年，快递业务对中外运的经营利润的贡献达3.7亿元，比例占到总经营利润的30%。

问题必须得到迅速解决。在快递风波中，虽然中外运没有直接出面——中外运董事长张斌否认了集团利用特殊背景游说政府的做法，但是中国国际货运代理协会的副会长兼秘书长李力谋却是中外运敦豪的前任中方经理，身份的跳跃让明眼人都知道。

事后一位接近中外运的业内人士称，中外运因为快递风波推迟了上市计划，但是上市后意味着增加砝码“对抗”中国邮政。

该来的终于还是来了。2月13日，随着一只代码(0598)的股票在香港联交所正式挂牌交易，中国对外贸易运输(集团)总公司(以下简称中外运集团)子公司中外运股份有限公司的上市之旅大功告成。其中公开发售部分获得逾20倍的超额认购，国际配售部分达到10倍的认购，最终集资额近40亿港币。市场反应，这是今年以来全球最大型的集资活动。

尽管这个不错的成绩要比预计的迟来了3个月，但中外运董事长张斌认为并没有什么改变，“难道不是吗？我们代表了最抢眼的中国物流概念股。”

正是这个国有控股的最大物流公司的形象，让投资者倍加推崇。申银万国的证券分析师朱安平说：“想在同行业找到像中外运这样具有吸引力的投资对象，恐怕至少得等到2005年。”

知道那些抢购中外运股票的国际投资者是如何下决心的吗？他们认为这家公司的商业性质决定了它对于竞争几乎可以完全免疫。因为最主要的国际竞争者很早就选择了和中外运合作，而不是对抗。正如一位银行家告诉《亚洲金融》杂志的记者：“与其说这是一个关于获取市场份额的故事，还不如说这是一个关于市场增长的故事。”

资本市场的追捧让中外运信心大增，这家拥有15000名雇员的庞大公司在其上市后的宣传册中这样定义自己的三大业务：中国最大的国际货运代理企业、中国最大的国际快递服务供应商和中国最大船务代理企业之一。

让张斌感到满意的是战略伙伴们的表现。

在中外运的全球招股活动中，快递业的DHL、UPS和OCS，货运行业的Exel和NITTSU，船务代理行业的P&ONelloyd等达成协议，共同收购中外运扩大总股本后10%的股份。

其中国际航空速递巨头敦豪环球速递公司DHL一家占到了5%，东家德国邮政同意出价5700万美元，使其成为中外运最大的战略性投资者。

DHL敦豪的亚太区营运总裁马俊贤明确表示：“投资中外运，是我们强化在这一重要市场战略地位的重要举措。”“我们之间没有过多的谈判过程，中外运只是对DHL、UPS等几家跨国公司说，我们要在香港上市，正在考虑战略投资者，于是他们就过来了”，张斌谈起来显得很轻松。用统一宣传的口径来说，这当然是因为战略投资者们看好中国，以及中外运的在国内物流市场的地位。分析师们对于这个市场的预期从1年6亿美元到12亿美元不等。但是不得不提到的一点是，由外经贸部颁布的《外商投资国际货运代理业管理办法》，这个2003年1月10日起生效的法规允许外商在国际货代合资公司中的股份比重将最高可以达到75%，而入后4年内，将允许外国服务提供者设立外资独资子公司。

这对中外运集团来说并不是一个利好消息，湘财证券一位不愿透露姓名的分析师说，“中外运和DHL合作很稳定，双方互有牵掣，但是如果任何一方增持股份的话，中外运快递的利润将受到影响。”没有人会希望出现这样的局面，中国已经成为DHL在亚太区的第三大市场，而且马俊贤指望着这个市场在两年之内冲到亚洲第一。这个合作在任何人看来都很愉快。事实上双方把原定15年协议延长到了50年，而且股权、分红等关键条款没有丝毫变动。

成为战略投资者是最好的选择。DHL和中外运的合作，是通过与中外运控股70%的子公司——中外运空运发展股份有限公司（A600270）（以下简称外运发展）合资，成立的各占50%股份的快递公司中外运敦豪。DHL成为中外运5%的战略投资者，也间接扩大了在中外运敦豪这家合资公司的股份（参见中外运敦豪股权结构表），这也是中外运乐见其成的。

与之成为鲜明对比的是与原合资伙伴TNT天地快件的分手。张斌一边看着电脑一边对记者说：“那是两年以前的事了”。

TNT在15年前就与中外运集团建立合资公司，TNT的母公司是荷兰邮政，很自然对

中国邮政有认同，TNT的想法是，同中外运集团商讨三方合作，但中外运集团认为，和中国邮政属于不同的系统，否认了这个方案。于是早在2000年双方就决定在2002年5月终止合作。

显然，TNT合资公司的权益不可能放到再重组后的上市公司中。但分析人士却认为，快递业务作为中外运集团最重要的收益，TNT合资公司也是其中一员，没有包装到H股上市公司中，或多或少都有点遗憾。而实际上，TNT的合资公司外运发展（A600270）上市前，中外运集团就曾考虑把中外运一天地的股权置换到集团，以保证此A股上市公司的业绩。

而且，已经有消息称TNT将选择中外运集团的竞争对手作为下一个合资伙伴，“甚至有可能是在香港上市的红筹企业”，业内人士分析说，这恐怕会给中外运股份带来一些负面影响。

资料来源：江苏众邦供应链管理有限公司。中外运老牌国企到现代物流企业的蜕变。http://www.zhong-bang.cn/content/?157.html. 引文未经整理、节选和改编。

第五节 现代物流发展历程

现代物流的发展是从20世纪50年代开始的。美国学者爱德华·弗雷泽（Edward Fra-zelle, 2002）从物流活动范围和影响力方面把物流的演进分为五个阶段：

（1）工场（工作场所）物流。是在一个单一工作站的物资流动。目标是使得个人在单个机器上工作或沿着安装线工作的物资移动呈平滑状态。其原理由二战期间工业工程和二战后工厂经营的奠基人发展起来的，人们对这种研究称为工效学。

（2）设施物流。是指在一个设施内的工作站之间的物资流动，设施物流更一般的是指物料处理。设施可能是指一个工厂、码头、仓库或配送中心。设施物流与物料处理来源于大规模生产和20世纪50—60年代装配线的使用。直到20世纪70年代，许多企业仍保留物料处理部门。不过现在，物料处理活动已不再受到重视，因为它与无价值增加的活动相关联。

20世纪60年代，物料处理、仓储和交通被成组在一起，形成人们熟知的实体配送（Physical Distribution）。采购、市场营销和客户服务被成组在一起，形成人们熟知的商业物流（Business Logistics）。

即使在当前。对一些学术机构而言，物流仍然按这些项目划分。在商业院校，物流的教学和研究侧重于商业物流，而在工程类院校，则侧重于实体配送。

（3）企业物流。20世纪70年代，伴随着管理结构和信息系统的相应推动，在一个企业内把物料处理、分销等多种物流功能集成在一起，形成集成商业物流和实体配送职能的第一次真正意义上的物流。企业物流成为在一个既能减少企业物流总成本又同时形成和保持一个具备盈利能力的满足客户服务目标的过程。

企业物流是一种企业生产经营流程中的物资和信息流动过程，是一种围绕经营的物流活动。

不同类型企业，其物流的侧重点不同。制造企业物流活动主要发生在工厂和仓储之间；批发商物流活动主要发生在它的配送中心之间；零售商物流活动主要发生在它的配送中心与零售商店之间。

(4) 供应链物流：企业之间的物资、信息和资金的流动。

供应链与物流的区别：供应链是一种由企业的供应商的供应商和它的客户的客户把设施（仓库、工厂、码头、港口、商店以及家庭等）、车辆（卡车、火车、飞机、远洋船舶）和物流信息系统连接起来的网络；物流则发生在供应链当中。供应链一般针对制造业而言。

(5) 全球物流：是跨国间的物资、信息和资金流动，是国际上供应商的供应商通过核心企业与客户的客户的连接。如今许多产业需要特别复杂的全球供应链：从世界各地采购原材料到把最终产品配送到世界各地。

国际商务中的商业伙伴、语言、文件、货币、时间差、文化以及制度的多样性，全球物流比国内物流更复杂。

(6) 物流技术发展也呈现出阶段性特征：

第一代物流：人工物流。

第二代物流：机械物流。19世纪中叶到20世纪中叶机械系统一直起主导作用。在当今的许多物流系统中仍是主要的组成部分。

第三代物流：自动化物流。自动存储系统（AS/RS）、自动导引车（AGV）、电子扫描器和条形码是主要组成部分；也普遍采用机器人堆放物料和包装、监视物流过程及执行某些过程；自动输送机系统提供物料和工具的搬运等。

第四代物流：集成物流。强调在中央控制下各个自动化物流设备的协同性。中央控制通常由主计算机实现，是在自动化物流的基础上进一步将物流系统的信息集成起来，使得物料计划、物料调度直到将物料运输到达生产的各个过程的信息，通过计算机网络相互沟通。

第五代物流：智能型物流。生产计划做出后，自动生成物料和人力需求；查看存货单和购货单，规划并完成物流。是将人工的智能集成到物流系统中。



拓展阅读 1-4

2017“互联网+”物流发展的十大趋势预判

目前，物流互联网的飞速发展已经引发了一场新的物流领域的革命，使现代物流真正进入“智慧物流时代”。中国报告大厅总结了10条物流+互联网行业发展形势。

1. 在满城尽是快递员的时代底层模式依然是死角

如果像滴滴那样从出租车司机转为专车司机，安装抢单APP增加派单能力的话便隶属众包模式的范畴。对于大热的“最后一公里”话题，让“捎带手”的用户变快递员逐渐融化了一点儿快递行业的冰山，但是在佣金模式供应链途中的派送者依然存在于空间的死角，发展被动却必不可少。

2. 众包模式发展势头如同打车软件一般

传统快递员与众包快递员的区别在于发货信息从物流公司发送转变为快递员手机APP抢单配送。众包也依然是一个加速产业链发展去中心化的模式，但更像是物流P2P。作为底层人员拥有将收入翻番的机会，也作为生鲜外卖O2O的必需品，众包模式在最有互联网节奏的行业中非常具有创新和可发展价值。

除了专业快递员收货额外的收入，作为普通用户也依然可以“顺路”送快递，例如

Uber 上线的快递平台，对于人力资源的整合有着颠覆性的意义。目前众包物流平台十家左右，每单倒贴十多块钱，为抢占龙头，接下来会迎来烧钱大战，但对于用户来说，又有创新又有速度，更进一步说，它已经在享用共享经济的价值了。

3. 物流系统服务的潜力极高

目前国际上相对知名的物流公司最强大的地方在于先进的系统，用于帮助跨公司 B2B 物流的协同。其中包括软硬件的提供商，这属于传统的商品，完成物流中某个模块化的服务部分，到目前也没有物流软硬件商成为行业的标准，产品也变得很小众，所以大多提供咨询和解决方案变成集成服务商。

在物流运营中从解决方案到系统都能有信息化的服务商，已经推出 SaaS，让企业租用云端的定制服务，实现物流软硬件系统集成和供应链的管理。目前移动互联网时代每一个设备都非常轻易地用互联网连接，而物流系统服务提供商无疑具有极高的市场。

4. 平台模式使传统中介迎来寒冬

物流的供需双方之间有一个依靠卖信息服务存活的行业，通常是货源和本地车辆对接的中介机构，使个体的货车司机与车及货物对接上，依据本地优势、人脉、货源可以每单赚取百八十块钱。但是互联网加快了物流的整合，物流平台活跃于市场。平台之间由于刚起步正处于烧钱的阶段，如何建立系统完备又具有优质服务的平台，又如何建立完善的物流解决方案和创新能力的品牌，这些纠纷即将随着时间得以解决。

一体化的互联网物流平台自身也可以包含物流社交圈子、发货配货、异地服务、地图定位、物流保险等功能，也可以算是物流自己人的平台。另一边与传统物流中介的争端已经接近尾声，去中心化的趋势使传统的物流中介迎来了不可逆转的寒冬时刻，只能选择转型。

5. 一体化服务商继续做甲方企业的助理

包括大型电子商务在内的甲方公司通常会把第三方物流外包给从采购到生产配送一站式的服务中心。这要求甲乙双方企业有多年的合作且互信度高，也可以说乙方是甲方稳定的物流助理。不过对于乙方这类一体化的物流公司，未来的可发展性很高。虽然是被动地笼罩在甲方需求之下，但是在最后一公里物流，产品链整合，提供资源服务等方面依然可以扩大利润空间。说来简单，但是目前外包的乙方物流公司做到尽善尽美的寥若晨星。

6. 物流+金融模式亦新亦不新

物流行业很多都依靠增值服务产生盈利，今年最大热的增值服务就是金融。从 BAT 开始到电子支付蔓延到各行各业。对于保理融资小额贷款等金融领域的产品在物流行业中还未被开发。物流企业对资金的需求也正是催化物流+金融模式的诞生。这个市场绝不会寂寞，从经济学的角度讲，“物流+金融”会带动“物与钱”的彻底流动，也是中国经济巨变的表现。

“互联网+金融”并不是新的课题，但是“物流+金融”真正能让民间资本有序进入实体经济，为企业提供聚合型的供应链做了坚实的基础。顺丰今年年初上线“顺手赚”，提供顺丰仓储融资服务，已经算是将物流、信息流、资金流打通的标杆型企业，但一切还刚刚起步，“物流+金融”除旧迎新将会是提升供应链效率和克服资本制约的好方法。

7. 必不可少农村包围城市模式

农村的环境也在潜移默化中发生着变化，网络普及的问题已经解决，但是对于我国而言，农村的布局远比想象的难，地域广，差异大。农村电商的兴起也让物流企业纷纷未雨

绸缪，农村是电商的下一个蓝海，也同样是物流的蓝海。京东、淘宝等为了发展农村电商纷纷布局农村市场，物流行业的开发也水到渠成。

顺丰推出“嘿客”、圆通推出“妈妈店”，没有商品码放的店面让人摸不着头绪。但其实简单讲就是商品自提点。对于农村这种盈利模式同样适用，通过网店与快递企业对接实现综合配送，相对而言就可以节约成本提升效率。

8.从海淘开始看好跨境物流

说到物流自建体系源于跨境电商的发展，跨境物流可以说是一个产业，牵扯到很多的环节，不仅仅是建立海外仓、免税仓这么简单。至少各个国家的国别要采取不同的策略，在各个环节中要节约人力物力才能使商家专注于生意。目前国内进口与出口的比例1:9，这就蕴藏着进口海淘的锦绣前程，跨境电商的快速扩张也体现了跨境物流在物流产业中即将占据重中之重的席位。

这是一个开放的竞争市场，一方面要符合各个国家监管要求，取得全面的物流支持，另一方面也敦促企业提升物流供应链本身的效率，建立海外物流一站式服务的解决方案。

9.物流网络模式全线商机

随着物流平台化的发展，网点、门店、代理收货点以及区域分中心、物流分公司等网络服务点快速发展。从虚拟的网络上将物流落地，“四通一达”等快递公司和这些网络站点都不可或缺。无论新模式如何发展，单一的物流模式越来越落伍，而物流网络模式，在各个服务点上都有提升竞争力的可能。

除了地面的站点，在运输过程中干线、直线、海运、陆运、空运也是另外一个目标市场，对于愈加庞大的运输数据，不能简单地因蒸蒸日上的物流需求而盲目欢喜，如何将物流的各个点优化才是匹夫之责。而物流的网络模式更好地体现在电商网站的自建物流体系，刘强东曾经表示我国大量的企业利润是被物流吞噬的。供应链成本降低，物流网络优化，对于我国各个企业来说是很有价值的体现。

10.O2O 立体生态模式整合又整合

所有商业模式的最大的赢家无非是生态圈中的圈主，例如马云。生态圈中将每一条供应链连接交织成了一张网，从菜鸟的传统配送到信息平台建设，再到逆向建立线下商超缩减供应链长度，同时提供金融服务和大数据战略。让人看到一张无人能敌的面孔，这就是阿里的高颜值，让人垂涎让人膜拜。

当然，物流更多地被看作线上的出口，但是纵观全球知名的物流商，他们服务的对象往往不是为了电商量身定做，而是为了所有的传统企业。物流要结合的是互联网，可以自建、可以开放，但最重要的是把十年来的经验和大数据整合，将物流 O2O 跟随生活服务 O2O 一同降临用户身旁，让物流企业和物流代理商能找到更好的平台做业务上的衔接。

我国物流行业整合又整合、创新又创新、改革又改革，只为有更好的物流能让我国的好企业走出去，让外国的好产品走进来。蓬门今始为君开，物流大门的开启必定带动我国更多的企业崛起。

2016年最后一场行业盛会，第二届创新奖评选再度来袭，12月23日，北京亮马桥四季酒店，见证新资本、新产业、新技术、新理念带来全新变革。科技赋能产业，见证下一个商业风口！

资料来源：搜狐。2017 互联网+物流发展的十大趋势预判。http://mt.sohu.com/20161214/n475891233.shtml. 引文未经整理、节选和改编。

章末小结

物流是物品从供应地向接收地的实体流动过程。根据实际需要,将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能有机结合。随着经济的发展,现代物流已成为国民经济发展的重要产业和新的增长点,是生产和流通的重要组成部分和支撑力量,成为企业“第三利润源泉”。从国内外现代物流发展的历程来,目前的物流已进入信息化、标准化、智能化、规模化、全球化运作的现代化阶段,并在向更新更高更强的方向快速推进。

本章首先对物流、物流管理的基本内容进行讲述,随后对常见的“四流”——物流、商流、信息流、资金流之间的关系和区别进行讲解。最后,针对我国物流的发展现状和未来发展趋势进行阐述和展望。

章末思考

一、单选题

- (1) 物流概念最早出现在 ()。

A.英国 B.美国 C.法国 D.德国
- (2) 物流概念最早出现在 () 领域。

A.军事 B.后勤 C.企业管理 D.生产环节
- (3) 从社会再生产的总体角度对物流活动进行认识和研究,这属于 ()。

A.宏观物流 B.中观物流 C.微观物流 D.社会物流
- (4) 随着包装的发展,对包装的功能要求越来越多,但包装最基本功能有三个,下面不属于这个功能的是 ()。

A.保护功能 B.促销功能 C.便利功能 D.实用功能
- (5) () 被称为生产的终点,物流的起点。

A.包装 B.流通加工 C.装卸搬运 D.仓储

二、多选题

- (1) 按照物流活动的空间范围分类,物流可以分为 ()。

A.地区物流 B.供应物流 C.销售物流
D.国内物流 E.国际物流
- (2) 按照物流系统的作用分类,物流可分为 ()。

A.供应物流 B.销售物流 C.生产物流
D.回收物流 E.废弃物物流
- (3) 按照企业物流的垂直结构属于管理层的内容有 ()。

A.发货与进货运输 B.物流系统战略规划 C.库存计划与控制
D.系统控制 E.成绩评定
- (4) 按照企业物流的垂直结构属于作业层的内容有 ()。

A.发货与进货运输 B.装卸搬运 C.用料管理
D.系统控制 E.流通加工

(5) 企业物流合理化的途径有 ()。

A.各种设施生产空间的合理布置

B.合理控制库存

C.合理配置和使用物流机械

D.均衡生产

E.健全物流信息系统

三、判断题

(1) 商流和物流的关系非常密切,两者都具有相同的活动内容和规律。()

(2) 商流是产生物流的物质基础。()

(3) 物流活动克服了供给方和需求方在空间和时间方面的距离。()

(4) 根据物流活动发生的先后次序,企业物流可划分为供应物流、生产物流、销售物流、回收废弃物物流四部分。()

(5) 物流科学是以物的动态流通过程为主要研究对象,揭示了物流活动之间存在相互关联、相互制约的内在联系。()