

21

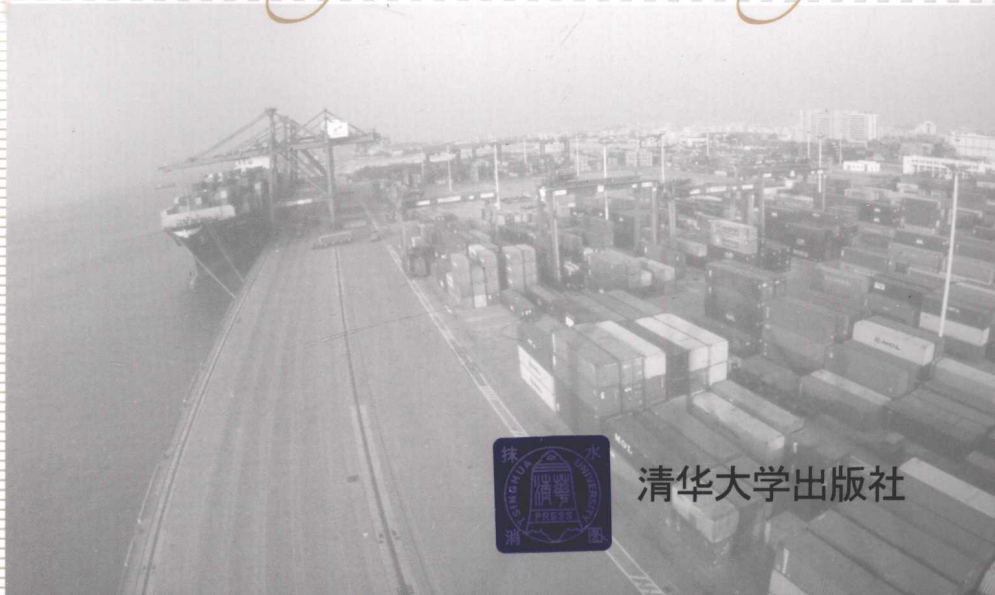
世纪
管理学教材



主 编 魏 葵
副主编 刘 钢 谢美娥 胡晓兰

物流管理学概论

*Introduction to
Logistics Management*



清华大学出版社

21

世纪
管理学教材

应用型



主编 魏 葵
副主编 刘 钢 谢美娥 胡晓兰

物流管理学概论

*Introduction to
Logistics Management*

清华大学出版社
地址：北京清华大学学研大厦A座
邮编：100084
电话：(010) 62770175
网址：www.tup.tsinghua.edu.cn

清华大学出版社
北 京



内 容 简 介

本书是一本实用型的物流学入门教材,分三篇 11 章,对物流管理基础、物流管理的各项功能要素以及供应链环境下的物流管理与运作实践进行了详细介绍。为了使本书内容更加通俗易懂,书中除穿插大量经典案例与日常真实物流活动外,对所介绍的内容也都以案例的形式引入和切入,以增强实用性。本书第 11 章介绍了物流管理案例教学与运用的相关内容,旨在为开展案例教学的师生提供便利和帮助。

本书适于应用型本科物流管理专业及经济管理类其他相关专业的在校学生用作教材,也可供物流管理相关从业人员阅读参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

物流管理学概论/魏葵主编. —北京:清华大学出版社,2010.9
(21 世纪管理学教材)

ISBN 978-7-302-23618-4

I. ①物… II. ①魏… III. ①物流-物资管理-概论 IV. ①F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 159833 号

责任编辑:陈仕云

封面设计:张 岩

版式设计:侯哲芬

责任校对:张彩凤 姜 彦

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京嘉实印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印 张:24.75 字 数:525 千字

版 次:2010 年 9 月第 1 版 印 次:2010 年 9 月第 1 次印刷

印 数:1~5000

定 价:34.00 元

产品编号:034968-01

前 言

近年来,我国物流行业的发展与世界物流行业的发展一样,呈现出高速发展的态势。2008年,我国物流业增加值占GDP的比重已达6.6%;全国社会物流总额达到了89.9万亿元,比2000年增长4.2倍,年均增长23%;物流业实现增加值2.0万亿元,比2000年增长1.9倍,年均增长14%。物的流动、物流的管理正逐步冲破企业的界限、国家的界限、行业的界限,并开始从生产领域扩展到消费领域。如今物流的发展已经达到了新的境界——根据需求的信息,将用户所需的各种物品,在需要的时间送货上门。相信用不了多久,物流业必将成为直接联系千家万户,与人们日常生活息息相关、丝丝相扣的行业。在当今世界,物流业明显表现出发展的无极限性。不仅如此,物流活动作为企业利润的新的增长点正日益受到广泛重视。发展物流、加强物流管理已经成为各国经济建设的一项重要举措,具有国际视野、掌握物流理论和运作技能的物流人才将成为企业未来最宝贵的人才之一。

2008年席卷全球的金融风暴客观上已经对物流行业及企业带来了必然的影响。2009年,我国物流业复苏和结构调整步伐加快,市场总体企稳回暖,呈现出明显的季节性和结构性变化。特别是2009年年初我国出台了《物流业调整和振兴规划》,把促进物流业发展纳入应对国际金融危机的一揽子计划之中,极大地提振了物流行业人员的信心,提升了物流业在国民经济全局发展中的地位。2010年,是我国实施“十一五”规划的最后一年,也是贯彻落实《物流业调整和振兴规划》的关键一年,改造和提升企业内力成为企业必然的选择:提高职工素质、吸收引进高素质专业人才成为物流企业增强竞争力的重要手段。金融危机对企业生存发展的压力也必将转而成为对物流专业人才的更高要求。

为了满足新时代对物流管理人才培养的需要,我们结合多年教学经验,编写了这本《物流管理学概论》。根据物流管理学综合性、系统性、应用性和拓展性都很强的学科特点,本教材力求在编写中系统地介绍物流的基本理论、物流组织管理原理和物流基本技术,并结合物流科学的最新发展,突出现代物流管理理论的实际运用性。为此,在编写上,统一从案例引入,引导学生展开物流理论学习;并于每章之后配备复习思考题和实操案例,以便自学和讨论;书后还配有综合性的案例,供学习和案例教学选择使用。这样的考虑旨在使读者通过阶段学习后,在对物流管理的基本理论有一个较全面、系统认识的基础上,多了解物流管理的实际情况,多接触物流管理理论的应用,从而多联系物流管理实际去思考问题、寻找解决问题的方案。

本书共分为三篇11章,第一篇物流管理基础,包括第1~2章;第二篇物流功能管理,包括第3~7章;第三篇供应链环境下的物流管理,包括第8~11章。本书由魏葵任主编,刘钢、谢美娥、胡晓兰任副主编。具体编写分工为:第1、7章由王皓编写;第2、11章第



1 部分由魏葵编写；第 3、4 章由刘钢编写；第 5、6 章由谢美娥编写；第 8、11 章第 2 部分由胡晓兰编写；第 9、10 章由黄峻磊编写。本书可作为高等院校物流管理专业和相关专业的教学用书，也可作为从事物流管理的相关人员的学习参考书。

物流管理理论、方法和实践仍在不断地发展之中，虽然本教材注重知识上的基础性，内容上的先进性、学习上的实用性和教学上的方便性，但由于时间和作者水平有限，疏漏及不足之处在所难免，敬请专家和读者不吝赐教。您的宝贵意见是我们把今后的工作做得更好的动力。

编 者

2010 年 6 月

目 录

第一篇 物流管理基础

第 1 章 物流概述	2
1.1 物流的概念	3
1.2 物流的分类	10
1.3 物流的构成要素	14
1.4 现代物流的作用	16
1.5 现代物流的地位和意义	18
复习思考题	26
案例分析	26
第 2 章 物流管理概述	31
2.1 物流管理的概念及其发展	33
2.2 物流管理的重要性、使命与目标	43
2.3 物流管理系统	48
2.4 物流管理组织与人力资源管理	57
复习思考题	68
案例分析	69

第二篇 物流功能管理

第 3 章 运输与配送管理	74
3.1 运输概述	75
3.2 运输方式	81
3.3 配送概述	96
3.4 配送管理	106
复习思考题	113
案例分析	113
第 4 章 仓储管理	120
4.1 储存概述	121
4.2 仓库管理	128

4.3 储存技术	133
4.4 库存管理	141
复习思考题	146
案例分析	146
第5章 装卸搬运与包装管理	151
5.1 装卸搬运概述	152
5.2 装卸搬运机械	156
5.3 装卸搬运作业管理	162
5.4 现代包装技术和包装机械	170
5.5 集装化与集合包装	183
复习思考题	192
案例分析	192
第6章 流通加工管理	195
6.1 流通加工及其作用	195
6.2 流通加工的类型和方式	200
6.3 流通加工合理化	205
6.4 流通加工的管理	209
复习思考题	212
案例分析	212
第7章 物流服务管理	215
7.1 物流服务的意义与内容	217
7.2 物流服务的指标与决策	220
7.3 物流服务的管理与控制	233
7.4 物流服务的改善	241
复习思考题	245
案例分析	245

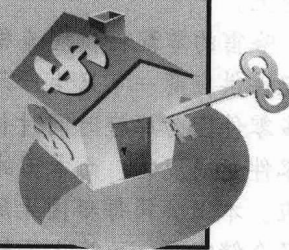
第三篇 供应链环境下的物流管理

第8章 供应链管理基础	250
8.1 供应链的产生	251
8.2 供应链的特征及类型	257
8.3 供应链管理的概念和特征	261
8.4 供应链管理的价值	266

8.5 供应链管理的主要内容	268
8.6 供应链管理的方法	271
8.7 供应链管理思想及应用	275
复习思考题	281
案例分析	281
第 9 章 第三方物流的管理与运作	285
9.1 第三方物流的概念及产生背景	285
9.2 第三方物流的特点及其优劣势	291
9.3 第三方物流在供应链管理中的应用	297
9.4 第三方物流的发展	310
复习思考题	312
案例分析	312
第 10 章 供应链环境下的物流管理实践	318
10.1 供应链环境下的采购管理	319
10.2 供应链环境下的库存管理	327
10.3 供应链环境下的运输决策与管理	333
10.4 供应链环境下的生产管理	338
10.5 供应链环境下的信息管理	345
复习思考题	350
案例分析	351
第 11 章 物流管理案例分析	354
11.1 案例教学指引	354
11.2 物流管理教学案例	362
案例 1: 连邦的两种“连锁”和物流配送	362
案例 2: 绿色物流案例	366
案例 3: 农产品物流与冷链物流的价值取向	368
案例 4: 德国货代联盟发展模式分析	371
案例 5: FedEx 快递凭什么横行天下	375
案例 6: 武汉触摸物流时代	379
案例 7: Limited 公司建立无缝的世界级供应链	383
参考文献	386

第一篇

物流管理基础



第1章 物流概述



【学习目标】

- ① 了解物流的概念、分类。
- ② 掌握物流的构成要素。
- ③ 理解现代物流的意义、地位和作用。



【引导案例】

哈雷摩托车——物流过程的比较

1982年，美国哈雷（Harley-Davidson）摩托车的主管前往日本本田摩托车设在俄亥俄州的工厂访问。当时本田在美国重型摩托车市场的占有率为40%，是哈雷最强劲的对手。哈雷本想学学本田的科技，然而结果却令他们大吃一惊，因为他们在本田的这家工厂内并没有看到电脑、机器人和特别的作业系统。而哈雷在整个制造过程中都使用电脑化管理。日本摩托车只有5%会在生产线末端因质量原因被剔出，而哈雷却有50%~60%，光是因为缺乏零件而被剔出的摩托车数量就比日本摩托车的总退件率高好几倍。问题出在哪儿呢？哈雷的主管们经过苦心研究，对比了二者的生产过程和物流过程，终于发现问题出在供应物流上。

哈雷的零配件供应流程是生产储存装配，本田的零配件供应流程是生产装配。哈雷的零配件供应商一年只生产几次，每次生产一大批，大量零配件库存积压在哈雷的仓库里，许多零件因为库存时间过长，等到送上生产线时已经生锈，有时只是规格上的小修正就使得零件变成废物。而本田的供应商每天只生产一点点所需零件，实施准时制（JIT）生产和供应。本田公司每年因无库存就节省数百万美元的利息，没有零件会因储存而损耗，既节省了仓储空间，又简化了整个工厂的作业。即使发现有不良零件，通常也只生产了一两天，很容易更正，损失较小。

找出问题之后，哈雷潜心改进自己的物流过程，重整旗鼓，5年之后在美国重型摩托车市场的占有率从23%增长到46%，销售额也达到了空前的1770万美元。

资料来源：于忠霞，哈雷摩托车——物流过程的比较，常州日报，2009-12-16

思考：

1. 哈雷的问题出在什么地方？

2. 哈雷采用了哪些方法来进行改进?

1.1 物流的概念

1.1.1 物流概念的产生

Distribution 一词最早出现于美国。1921 年,阿奇·萧在《市场流通中的若干问题》(Some Problem in Market Distribution)一书中提出:“物流是与创造需要不同的一个问题”,并提到“物资经过时间或空间的转移,会产生附加价值”。这里,Market Distribution 指的是商流;时间和空间的转移指的是销售过程的物流。

在第一次世界大战发生的 1918 年,英国犹尼里佛的利费哈姆勋爵成立了“即时送货股份有限公司”,其公司宗旨是在全国范围内把商品及时送到批发商、零售商以及用户的手中,这一举动被一些物流学者称为有关“物流活动的早期文献记载”。

20 世纪 30 年代初,在一部关于市场营销的基础教科书中,开始涉及物流运输、物资储存等业务的实物供应(Physical Supply)这一名词,该书将市场营销定义为“影响产品所有权转移和产品的实物流通活动”。这里所说的所有权转移是指商流,实物流通是指物流。

1935 年,美国销售协会最早对物流进行了定义:“物流(Physical Distribution)是包含于销售之中的物质资料和服务,与从生产地到消费地点流动过程中伴随的种种活动。”

日本在 1964 年开始使用物流这一概念。在使用物流这个术语以前,日本把与商品实体有关的各项业务,统称为“流通技术”。1956 年,日本生产性本部派出“流通技术专门考察团”,由早稻田大学教授宇野正雄等一行 7 人去美国考察,该考察团回国后,发表了《流通技术》(日本生产效益本部 Productivity Report 第 33 号)的考察报告,报告中首次将 Physical Distribution 译为“物的流通”。弄清楚了日本以往叫做“流通技术”的内容,相当于美国叫做“Physical Distribution”(实物供应)的内容,从此便把流通技术按照美国的简称,叫做“P.D.”,“P.D.”这个术语得到了广泛的使用。而生产物流为人们广泛使用则是在 1964—1965 年。1964 年,通产省产业构造审议会流通部会设立流通委员会,日本池田内阁中五年计划制定小组平原谈到“P.D.”这一术语时说,“比起来,叫做‘P.D.’不如叫做‘物的流通’更好。”1965 年 1 月,内阁会议在所制订的中期经济计划中,强调指出加速“物的流通”的现代化。1965 年,运输省发表的《运输白皮书》副题即为《近代化过程的物的流通》。这一时期,“物的流通”受到极大的关注。1965 年,日本在政府文件中正式采用“物的流通”这个术语,简称为“物流”。

1981 年,日本综合研究所编著的《物流手册》对“物流”的表述是:“物质资料从供给者向需要者的物理性移动,是创造时间性、场所性价值的经济活动。从物流的范畴来看,

包括包装、装卸、保管、库存管理、流通加工、运输、配送等诸种活动。”

我国开始使用“物流”一词始于 1979 年（有人认为，孙中山主张“贸易其流”，可以说是我国“物流思想的起源”）。1979 年 6 月，我国物资工作者代表团赴日本参加第三届国际物流会议，回国后在考察报告中第一次引用和使用“物流”这一术语。但当时有一段小的曲折，当时商业部提出建立“物流中心”的问题，曾有人认为“物流”一词来自日本，有崇洋之嫌，乃改为建立“储运中心”。其实，储存和运输虽是物流的主体，但物流有更广的外延，而且物流是日本引用的汉语，物流作为“实物流通”的简称，提法既科学合理，又确切易懂。不久仍恢复称为“物流中心”。1988 年，我国台湾地区也开始使用“物流”这一概念。1989 年 4 月，第八届国际物流会议在北京召开，“物流”一词的使用日益普遍。

1.1.2 物流概念的发展

在第二次世界大战期间，美国对军火等进行的战时供应中，首先采取了后勤管理（Logistics Management）这一名词，对军火的运输、补给、屯驻等进行全面管理。从此，后勤逐渐形成了单独的学科，并不断发展为后勤工程（Logistics Engineering）、后勤管理（Logistics Management）和后勤分配（Logistics of Distribution）。后勤管理的方法后被引入到商业部门，被人称之为商业后勤（Business Logistics），定义为“包括原材料的流通、产品分配、运输、购买与库存控制、储存、用户服务等业务活动”，其领域统括原材料物流、生产物流和销售物流。

20 世纪 50 年代到 70 年代期间，人们研究的对象主要是狭义的物流，是与商品销售有关的物流活动，即流通过程中的商品实体运动。因此通常采用的仍是 physical distribution 一词。

1986 年，美国物流管理协会（National Council of Physical Distribution Management, N.C.P.D.M）改名为 C.L.M，即 The Council of Logistics Management。之所以将 Physical Distribution 改为 logistics，是因为 Physical Distribution 的领域较狭窄，Logistics 的概念则较宽广、连贯、整体。改名后的美国物流协会（C.L.M）对 logistics 的定义是：“以适合于顾客的要求为目的，对原材料、在制品、制成品与其关联的信息，从产业地点到消费地点之间的流通与保管，为求有效率且最大的‘对费用的相对效果’而进行计划、执行、控制。”

Logistics 与 Physical Distribution 的不同在于，Logistics 已突破了商品流通的范围，把物流活动扩大到生产领域。物流已不仅仅从产品出厂开始，而是包括从原材料采购、加工生产到产品销售、售后服务，直到废旧物品回收等整个物理性的流通过程。这是因为随着生产的发展，社会分工越来越细，大型的制造商往往把成品零部件的生产任务，包给其他专业性制造商，自己只是把这些零部件进行组装，而这些专业性制造商可能位于世界上劳动力比较便宜的地方。在这种情况下，物流不但与流通系统维持密切的关系，同时与生产系统也产生了密切的关系。这样，将物流、商流和生产三个方面联结在一起，就能产生更高的效率和效益。近年来，日、美的进口批发及连锁零售业等，运用这种观念积累了不少成功的经验。

由此可以看出,当前提到的 logistics 的特点有以下 3 个方面。

(1) Logistics 的外延大于狭义的物流(即销售物流),因为它把起点扩大到了生产领域。

(2) Logistics 的外延小于广义的物流(Business Logistics),因为它不包括原材料物流。

(3) Logistics 的外延与供应链的外延相一致,因此有人称它为供应链物流。

Logistics 一词的出现,是世界经济和科学技术发展的必然结果。当前物流业正在向全球化、信息化、一体化发展。一个国家的市场开放与发展必将要求物流的开放与发展。随着世界商品市场的形成,从各个市场到最终市场的物流日趋全球化;信息技术的发展,使信息系统得以贯穿于不同的企业之间,使物流的功能发生了质变,大大提高了物流效率,同时也为物流一体化创造了条件;一体化意味着需求、配送和库存管理的一体化。所有这些已成为国际物流业发展的方向。

1.1.3 物流的涵义

1. 流通概述

(1) 物流与流通

关于“物流”,应首先从“流通”谈起,而流通又离不开经济活动。所谓经济活动,是指一个生产和消费的总的体系,基本上由生产和消费两种功能构成。而将其制造产品、创造价值的生产和使用产品的消费连接起来的即是“流通”。亦即在生产与消费之间存在着三种间隔:① 社会间隔(生产的人和消费的人不同);② 场所间隔(生产场所和消费场所不同);③ 时间间隔(生产时期和消费时期不同)。

原始社会是自给自足经济,这些间隔很小,随着社会分工越来越细,这种间隔也逐渐增大。正是流通将生产和消费之间的这些社会的、场所的和时间的间隔联系起来。沟通生产与消费之间社会间隔的是商业或贸易的流通(亦称商流)。这种沟通,是在生产者和消费者之间为所有权的转让架设桥梁,产生所有权的功效,如买卖活动。

连接场所、时间间隔的则是物流(物的流通),是物品由生产者向消费者的转移,创造场所性价值和时间性价值,如运输和保管。运输连接生产和消费,在产地和销地之间架设桥梁,创造场所功效。如啤酒工厂生产啤酒,如果啤酒只是存在于工厂的仓库里,则它的功能与价值丝毫没有实现,只有当需要啤酒的人把它买来饮用,才能实现其功能和价值;同样,也只有把清凉的饮料由山下运到山顶,才能滋润爬山人的喉咙。保管是连接着生产和消费的时间间隔,也就是在生产时间和消费时间之间搭桥,创造时间功效。如我们的主食稻米,在秋天收获却在全年消费。为将集中生产的产品逐渐地、平均地消费,就需要进行时间上的调整,这就是要把它们保存在仓库里的原因。另外如冷库和冰箱,在酷暑的季节销售较多,因而需要在夏季到来之前增加生产以满足夏季的需要。

如上所述,流通就是通过买卖消除社会间隔,通过运输消除场所间隔,通过保管来消

除时间间隔，以实施所有权和物品的转移。

（2）物流与商流、资金流、信息流之间的关系

物流与商流、资金流、信息流是流通过程中的四大相关部分，由这“四流”构成了一个完整的流通过程。“四流”互为依存，密不可分，相互作用。它们既有独立存在的一面，又有互动的一面。将物流和商流、资金流、信息流作为一个整体来考虑和对待，会产生更大的能量，创造更大的经济效益。

商流是物流、资金流和信息流的起点，也可以说是其他“三流”的前提，一般情况下，没有商流就不太可能发生物流、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。商流是动机和目的，资金流是条件，信息流是手段，物流是过程。“四流”之间通常是互为因果关系，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；如不付款，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；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。

物流和商流之间的联系：它们都属于流通领域，是商品流通的两种不同形式，在功能上互相补充。通常是先发生商流后发生物流，在商流完成以后再进行物流；它们都是从供应者到需求者的流动，具有相同的出发点和归宿。两者之间的区别：流动的实体不同，物流是物资的物质实体的流动，商流是物资的社会实体的流动；功能不同，物流创造物资的空间效用、时间效用、形质效用，而商流创造物资的所有权效用；发生的先后和路径互不相同，在特殊情况下，没有物流的商流和没有商流的物流都是可能存在的。

物流与信息流之间的联系：在物流系统中，信息流用于识别各种需求在物流系统内所处的具体位置，两者之间的关系极为紧密，它们互为存在之前提和基础。两者之间的差别：从传递内容来看，信息流是一种非实物化的传递方式，而物流转移的则是实物化的物质。

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。信息流主要利用计算机技术和互联网，解决电子化传输和软件开发等问题。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靠近。前几年兴起的电子商务热之所以急剧降温，是因“物流瓶颈”的阻碍造成的，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被计算机和网络通讯部分取代，只有物流难以做到这一点。加上物流目前又比较滞后，因而物流发展的空间比商流、资金流和信息流要大，合理化、科学化管理的余地也大，节约费用的潜力更大。究其原因有以下几点：

商流、物流、资金流、信息流各有独立存在的意义，并各有自身的运行规律，“四流”是一个相互联系、互相伴随、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。

（3）物流的定义

关于物流，全世界至今尚未形成统一的、权威的定义。不少学者曾为物流下过定义，我国有学者认为，物流是为消除商品从生产者到消费者之间的场所间隔和时间间隔的物理性活动。具体地说，包括运输、保管、搬运、包装、流通加工、信息活动等。由此可知物流不只是物品的机械性流支，而且包括经济活动中流通的物理性侧面。

我国在2001年8月1日实施的《中华人民共和国国家标准——物流术语》（以下简称《物流术语》）中将物流定义为：物品从供应地向接收地的实体流动中，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来实现用户要求的过程。这个定义基本上是“中性”的，既没有强调物流的“有效性”，也没有涉及对物流活动的“计划、执行或控制”，因此，该定义预示着物流与物流管理的定义是不同的。事实也的确如此，在《物流术语》中，除物流的定义之外，还另外规定了物流管理的定义。

综上所述，本书将传统物流定义为：物流是指伴随物品由供应地向需求地的转移而发生的运输、装卸、储存、包装、流通加工、配送及其与上述活动相关的信息活动的集合系统。为了准确理解物流的定义，应把握以下几点。

第一，物流是一个系统，是各种物流要素的集成，运输、装卸、储存、包装、流通加工、配送、物流信息是物流的基本构成要素，构成完整的物流。

第二，定义中的“物品”不只是最终产品，还包括生产所用的原材料、零部件、半成品和伴随商品销售的包装容器，包括材料以及生产和消费过程中所产生的废弃物。

第三，这里所说的“需求者”，除一般意义上的消费者之外，还包括制造商、供应商、批发商、零售商等“中间需求者”。

第四，物流不是传统的“物资流通”的简称。在我国，长期使用“物资流通”用语，这一用语是指传统的生产资料流通，主要是指生产资料从生产领域到消费领域的转移过程，虽然也包括物流活动，但更强调生产资料的所有权转移，即物资（生产资料的约定俗成的用语）的“商流”。

2. 现代物流的涵义

现代物流是在“传统物流”基础上的深化和发展。^①

第二次世界大战后，特别是20世纪60年代，美国企业界引进了“Logistics”用语。“Logistics”来源于法语的“Logistique”，即“宿营”，是有关军队移动、供应、宿营的军事用语，其含义是指军队的后勤保障，即将粮食、服装、军火等军需物资与人员，按时、

^① 为了研究问题的方便，本书将反复使用“物流”与“现代物流”的概念，而且也将并用这两个概念，除特别说明外，本书所指的“物流”，多指“现代物流”。但是，本书将对“传统物流”与“现代物流”做出严格的区分，即传统物流是指英文的“Physical Distribution”，现代物流是指英文的“Logistics”。

按量、按质地补充到指定的地点。

很多学者对现代物流提出过多种定义。如美国哈佛大学商学院教授 J. L. 赫斯凯特的定义是：现代物流（Logistics）是指对支持物品移动的各种活动进行的管理，以及通过创造物品的时间与空间价值以调节供给与需求。

美国物流管理协会（CLM）将现代物流定义为：以满足顾客需求为目的，对原材料、半成品、成品以及与此相关的信息由产地到消费地的有效且成本效果最佳的流动与保管进行计划、执行与控制。

从上述对现代物流的定义来看，现代物流具有以下特点。

（1）将向顾客提供的物流服务目标体现在现代物流的定义中，强调了物流顾客服务的重要性。

（2）现代物流的活动范围极其广泛，既包括原材料采购与供应阶段的物流，也包括生产阶段的物流、销售阶段的物流、退货阶段的物流及废弃物处理阶段的物流等整个生产、流通、消费过程的全部物流活动。

（3）现代物流不仅重视效率，更重视效果，即强调物流过程中的投入（成本）与产出（增加销售额或利润）之间的对比关系。

（4）现代物流不仅强调物流各构成要素的整体最佳，而且还强调物流活动与其他生产经营活动之间的整体最佳。

（5）现代物流更强调库存的一体化管理、信息管理及按需生产。

（6）现代物流强调生产、销售、物流是企业经营的三大支柱，并将物流视为与生产、营销相并列的企业经营战略之一。

但是，美国对现代物流的定义都强调的是物流活动的“有效性”，以及对物流活动的“计划、执行或控制”。这种定义实际上混合了物流管理的定义，而不是对物流本身的定义。

综上所述，本书对现代物流的定义是：现代物流是指基于满足顾客需求，以及成本与效益的综合考虑而进行的涉及生产、销售、消费全过程的物品及其信息的系统流动过程。

3. 传统物流与现代物流的区别

通过以上论述，我们对现代物流的含义有了一个基本的了解，为了进一步准确理解现代物流的概念，有必要分析一下传统物流与现代物流的区别（见表 1-1）。

表 1-1 传统物流和现代物流的区别

区别项目	传统物流	现代物流
范围与边界	重视销售物流与生产物流	强调供应，生产，销售，消费等全过程的“大物流”
系统概念	重视运输、储存、包装、装卸、流通加工、信息等构成要素的系统最佳	强调物流系统与其他经营系统的“大系统”最佳

续表

区别项目	传统物流	现代物流
性质与地位	企业或组织体的“后勤”、“内部事务”；成本支出项目	企业或组织体的“先锋”、“外部事务”；价值创造事业
目标与理念	效率与成本的均衡	效率、成本、服务与效益的均衡
服务对象	企业或组织内部	企业或组织外部顾客
功能定位	节约成本的“手段”与“策略”	扩大销售、增加利润的“战略”

(1) 传统物流强调物流是由运输、储存、包装、装卸、流通加工、配送、物流信息等要素构成的系统，因此，谋求物流构成要素的系统最佳是传统物流管理追求的重要目标；但是，现代物流不仅强调物流系统本身的最佳，而且更强调物流系统与生产、销售等整个经营系统的协调与最佳。

(2) 传统物流虽然也认为物流活动领域包括原材料供应物流、生产物流、销售物流、退货与废弃物物流，但是更强调销售物流与生产物流；而现代物流则进一步强化了“大物流”的理念。

(3) 传统物流概念强调的是效率与成本观念，认为物流只是提高效率、节约成本的手段，因此，物流成本最小化是组织传统物流的重要目标，甚至是唯一目标；而现代物流概念则强调的是效率、成本与效益的均衡，物流成本最小化不是组织物流的重要目标。

(4) 传统物流认为物流是“内部事务”，只对组织体内部产生影响，其服务对象是组织内部的生产或销售部门；现代物流认为物流是“外部事物”，其服务对象是组织体外的顾客，从而把满足顾客对物流的服务需求作为组织物流的首要目标。

(5) 传统物流认为物流是企业等组织体的“后勤”，即从属于生产与销售，是后发的，从而是成本支出项目，因此，如何组织物流是节约成本的“手段”与“策略”；现代物流则认为物流是企业等组织体的“先锋”，是决定生产与销售的价值创造事业，因此，如何组织物流不仅是节约成本的“手段”与“策略”，更是扩大销售、增加利润的“战略”。

4. 物流的发展阶段

综上所述，物流的发展一共经历了以下六个阶段。

第一阶段：物流前期。物流按不同的功能和不同的场所互不联系地分别进行，只是按生产和销售部门的要求进行保管和运输。

第二阶段：个别管理期。物流成本意识的出现期。这一时期只有保管部门或发货部门在努力降低成本。

第三阶段：综合管理时期。作为一项独立业务开始建立物流管理部门，采取措施综合解决各种物流功能的优化组合问题。此时，生产和销售是物流的前提。

第四阶段：扩大领域时期。这一时期是物流影响生产和销售的阶段。对于生产部门来