

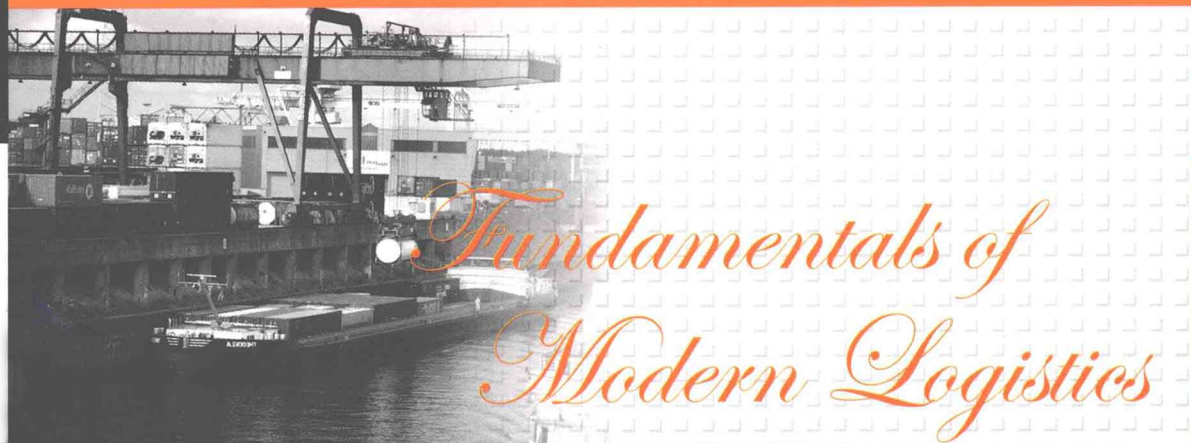


“十二五”普通高等教育规划教材·经管系列

主 编 喻丽辉 王丽梅
副主编 李伟华 张向君 宋 华

现代物流基础

(第2版)



清华大学出版社



“十二五”普通高等教育规划教材·经管系列

主 编 喻丽辉 王丽梅

副主编 李伟华 张向君 宋 华

现代物流基础

(第2版)



Human Resource Management



清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书在广泛借鉴和吸收国内外有关物流学的基本理论和最新研究成果的基础上, 密切结合我国物流业发展与物流教育的实际, 在创作思想、编著内容及文章结构等方面均有所创新。本书由浅入深, 从物流的基本概念入手, 主要介绍了物流系统及其运作、物流管理、第三方物流、供应链管理以及物流的信息化、标准化与国际化等内容。在体例安排上, 每一章均在阐述基本概念和相关理论的基础上, 结合实际选择了具有代表性的典型案例, 并进行了深入浅出的分析与探讨。

本书可作为应用型高等院校、高等职业技术学院管理类、经济类专业及其他相关专业的教材, 同时也可以作为企事业单位管理人员初次系统学习物流管理的参考用书。

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

现代物流基础/喻丽辉, 王丽梅主编. 2版. —北京: 清华大学出版社, 2013.2
“十二五”普通高等教育规划教材·经管系列

ISBN 978-7-302-31092-1

I. ①现… II. ①喻… ②王… III. ①物流-高等学校-教材 IV. ①F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第303499号

责任编辑: 杜春杰

封面设计: 康飞龙

版式设计: 文森时代

责任校对: 文森时代

责任印制: 宋 林

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 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 刷 者: 清华大学印刷厂

装 订 者: 三河市新茂装订有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×230mm 印 张: 20 字 数: 437 千字

版 次: 2009 年 4 月第 1 版 2013 年 2 月第 2 版 印 次: 2013 年 2 月第 1 次印刷

印 数: 1~5000

定 价: 32.00 元

第2版前言

《现代物流基础》第1版自2009年出版以来,作为普通高等院校、高等职业技术学院物流专业和相关专业的教材或教学参考书,已使用多年,得到了社会的广泛肯定和好评。

实践证明,物流系统及其运作、物流管理、第三方物流、供应链管理以及物流的信息化、标准化与国际化等物流理论对于本科院校及高等职业技术学院物流专业和相关专业的教育教学是必不可少的,对生产企业和流通企业工作人员及从事与物流工作相关的人员也具有极大的参考价值。

本着精益求精和与时俱进的原则,为更好地适应我国物流人才培养教育的需要,在充分了解和听取专业教学人员及企业专家意见和建议的基础上,对本书进行了修订。

本书第2版仍保留了第1版的结构体系,力求反映与学科内容相关的最新研究成果,特别是对物流发展的态势及教学案例进行了更新。本书共十章,其中第一章、第三章由王丽梅编写修订,充实和完善了物流的作用,进一步诠释了物流的概念,列举了最新的物流运作案例;第二章由宋华编写修订,突出了物流合理化;第四章由张向君、喻丽辉、宋华编写修订,对不合理的配送形式做了进一步的分析,进一步阐述装卸搬运的作用,并列举了新的案例;第五章由卢佳编写修订,充实了供应商的选择和评价要求,更新了案例;第六章、第八章由李伟华编写修订,结合物流发展列举了最新的物流运作案例;第七章、第九章由喻丽辉编写修订,第七章结合最新的物流标准建设情况对我国物流标准化建设进行了较大幅度的修订和补充;第九章结合信息技术的发展补充了空间信息技术、射频识别技术、公共信息平台 and 数字物流、网购等新的物流技术,更新了案例;第十章由李佛赏编写修订,对当前企业面临的环境做了进一步的补充和修订,增加了“供应链管理和物流管理”等内容,对 ECR 定义进行了新的诠释,更新了案例。校稿由王丽梅负责。

本书在编写过程中,参考、引用了大量的国内外研究资料,在此,编者向资料的撰写者们表示深深的谢意。

由于编者水平有限,错误和不足之处在所难免,恳请各位同仁和广大读者批评指正。

编 者

2012年10月

第 1 版前言

现代物流业已经成为 21 世纪的一个新兴产业和国民经济新的增长点。现代物流作为一种先进的组织方式和管理技术，被誉为经济领域的“黑大陆”，是企业的“第三利润源”，并在国民经济和社会发展中发挥着重要的作用。在 21 世纪，谁掌握了物流，谁就掌握了市场，谁也就成了竞争中的主角。物流的管理水平将直接关系到企业的核心竞争能力的高低和经济效益的好坏，这一点已经成为人们的共识。

物流业尽管还是一个新兴产业，但自从其产生之后便以其强大的生命力和不可阻挡的态势蓬勃发展。特别是在近几年，信息技术的发展及其在商务领域中的广泛应用，给物流业提供了更好的发展空间和平台，同时也给物流业的发展提出了新的课题和更高的要求。为此，与物流相关的从业者们也在进行着不懈的努力与辛勤的付出。近些年来，有关物流方面的研究成果层出不穷，为物流业健康而快速的发展作出了重大的贡献。

正是基于这样的时代背景，同时也为了更快地与国际接轨，与国际物流同步发展，以适应我国物流人才培养教育的需要，本书的编者们根据自身在教学与研究过程中的经验，从理论联系实践出发编写了这本《现代物流基础》。本书在编写过程中，广泛借鉴和吸收国内外有关物流学的基本理论和最新研究成果，密切结合我国物流事业发展与物流教育的实际，在创作思想、编著内容及文章结构等方面均有所创新。本书在层次结构的安排上，本着由浅入深的原则，从物流的基本概念入手，主要介绍了物流系统及其运作、物流管理、第三方物流、供应链管理以及物流的信息化、标准化与国际化等内容。在体例安排上，每一章都在阐述基本概念和相关理论的基础上，结合实际选择了具有代表性的典型案例并进行了深入浅出的分析与探讨。通过本书的学习，不仅能正确把握与物流相关的基本概念和管理方法，对整个现代物流的体系构架有一个比较全面的理解和认识，更重要的是为进一步深入学习和研究物流科学打下坚实的基础。

本书集现代物流管理研究之精华和所长，在提供国内外最新物流管理理论的同时，在每章后面均附有思考题和案例分析，以便读者进一步地深入学习。本书既可作为普通高等院校、高等职业技术学院物流专业和相关专业的教材或教学参考书，也可作为生产企业和流通企业工作人员及从事与物流工作相关人员的参考用书。

本书共十章，其中第一章、第三章由王丽梅编写，第二章由宋华编写，第四章第一、三、五、六节由张向君编写，第二节由贾永辉、祝月升编写，第四节由宋华编写，第五章由卢佳编写，第六章、第八章由李伟华编写，第七章、第九章由喻丽辉编写，第十章由李佛赏编写，校稿由赵春蕾、刘艳文负责。

本书在编写过程中，参考、引用了大量的国内外研究资料，在此，编者向资料的撰写者们表示深深的谢意。

由于编者能力水平和时间所限，本书中还存在着一些不完善之处，恳请各位同仁和广大读者批评指正，以便在再版中进行修改和完善。

编 者
2009 年元旦

目 录

第一章 物流概述	1
第一节 物流简介	1
第二节 有关物流的几个学说	9
第三节 物流的分类	12
第四节 物流的发展历程	14
本章小结	22
练习与思考	22
案例分析 戴尔的敏捷物流管理模式	22
第二章 物流系统	25
第一节 物流系统概述	25
第二节 物流系统分析	34
第三节 物流系统评价	39
第四节 物流合理化	42
本章小结	45
练习与思考	45
案例分析 香港机场货运中心 (HECTLO) 的物流水平在世界上处于领先地位	45
第三章 物流管理	47
第一节 物流管理概述	47
第二节 物流管理的基本原理	53
本章小结	74
练习与思考	74
案例分析 联合设备公司的矩阵式物流组织	75
第四章 物流基本活动	76
第一节 运输	76
第二节 储存	84
第三节 配送	102
第四节 装卸搬运	110
第五节 包装	116
第六节 流通加工	125

本章小结	133
练习与思考	133
案例分析 麦当劳物流配送	134
第五章 物流运行系统	136
第一节 供应物流	136
第二节 生产物流	143
第三节 销售物流	153
第四节 逆向物流	166
本章小结	170
练习与思考	170
案例分析	170
【案例 5-1】 美的集团——走活供应物流这步棋	170
【案例 5-2】 上海宝钢的供应物流	171
第六章 第三方物流	178
第一节 第三方物流概述	178
第二节 我国第三方物流的现状与发展策略	190
第三节 第三方物流企业的服务管理	195
本章小结	201
练习与思考	202
案例分析	202
【案例 6-1】 冀中能源国际物流公司现代物流经营模式	202
【案例 6-2】 德国货运中心的兴起及发展	203
第七章 物流标准化	205
第一节 物流标准化概述	205
第二节 中国物流标准化现状与对策建议	207
第三节 物流标准化的内容	212
第四节 物流标准种类	214
第五节 物流模数及配合性	218
第六节 物流标准化技术概述	222
本章小结	228
练习与思考	228
案例分析 日韩为何如此关心我国托盘标准	228

第八章 国际物流	232
第一节 国际物流概述	232
第二节 国际物流系统	240
第三节 国际物流口岸与国际货运代理	246
第四节 现代港口及国际物流中心	251
本章小结	258
练习与思考	258
案例分析	259
【案例 8-1】 索尼务实的全球物流运营模式	259
【案例 8-2】 沃尔玛的物流	260
第九章 物流信息管理	263
第一节 物流信息的概述	263
第二节 物流信息系统	266
第三节 物流信息技术	269
第四节 物流信息化	274
本章小结	279
练习与思考	280
案例分析 远成集团信息化规划和建设	280
第十章 供应链管理	284
第一节 供应链概述	284
第二节 供应链管理概述	287
第三节 供应链管理的基本方法	298
本章小结	305
练习与思考	305
案例分析 苹果公司的供应链管理: 可复制的和不可复制的	305
参考文献	307

第一章 物流概述

学习目的：通过本章的学习，使学生能够熟练掌握物流的定义及其内涵；掌握物流的活动过程，熟悉物流不同分类形式以及物流的作用；了解不同的物流观点、发展历程；认识未来物流的发展趋势。

第一节 物流简介

人们对物流认识最早是从流通领域开始的，是从经济运行的角度（生产、流通和消费的关系）来认识物流的。经济运行由生产、流通和消费所组成，在生产和消费之间存在着社会间隔（生产者和消费者不同）、空间间隔（生产地和消费地不同）和时间间隔（生产时间和消费时间不同），是流通将生产和消费之间的这些间隔联系起来的。流通是以货币为媒介的商品交换活动，在具体的流通活动中，消费者用货币取得商品所有权的过程，即购销过程，称之为商流过程；而在买卖成交、商流完成后，还需要把商品运送到消费者所在地，这个过程就是物流过程，即从包装开始，通过装卸搬运、储存、运输和配送等环节，将商品送达消费者的全过程。

一、物流的概念

（一）物流概念的产生

物流（physical distribution）一词最早出现于美国，1915 年阿奇·萧在《市场流通中的若干问题》一书中就提到物流一词，并指出“物流是与创造需求不同的一个问题”。因为在 20 世纪初，西方一些国家已出现生产大量过剩、需求严重不足的经济危机，企业因此提出了销售和物流的问题，此时的物流指的是销售过程中的物流。

在第二次世界大战中，围绕战争供应，美国军队建立了“后勤”（logistics）理论，并将其用于战争活动中。其中所提出的“后勤”是指将战时物资生产、采购、运输和配给等活动作为一个整体进行统一布置，以求战略物资补给的费用更低、速度更快、服务更好。后来“后勤”一词在企业中广泛应用，又有商业后勤、流通过程的提法，这时的后勤包含了生产过程和流通过程的物流，因而是一个包含范围更广泛的物流概念。

因此，物流概念从 1915 年提出起（physical distribution），经过 70 多年的时间才有定论（logistics），现在欧美国家把物流称做 logistics 的多于称做 physical distribution 的。logistics 包含生产领域的原材料采购、生产过程中的物料搬运与厂内物流和流通过程中的物流或销售物流（即 physical distribution），可见其外延更为广泛。

日本的物流概念是1956年直接从英文“physical distribution”翻译而来的，1956年日本派团考察美国的流通技术，引进了物流的概念。到了20世纪70年代，日本已成为世界上物流最发达的国家之一。

我国物流概念的引入主要通过两条途径，一条是在20世纪80年代初随“市场营销”理论的引入而从欧美传入，因为在欧美的所有市场营销教科书中，都毫无例外地要介绍“physical distribution”，这两个单词直译成中文即为“实体分配”或“实物流通”，我们普遍接受“实体分配”的译法。所谓“实体分配”指的就是商品实体从供给者向需求者进行的物理性移动。另一条途径是“physical distribution”从欧美传入日本，日本人将其译为日文“物流”。我国使用物流一词始于1979年。1979年6月，我国物资工作者代表团到日本参加第三届国际物流会议，回国后我国有关文件中出现了“物流”这个名词。1989年4月第八届国际物流会议在北京召开，物流这一术语得到广泛运用，但众说纷纭。

在物流概念传入我国之前，我国实际上一直存在着物流活动，即运输、保管、包装、装卸、流通加工等物流活动，其中主要是储存运输即储运活动。国外的物流业基本上就是我国的储运业，但两者并不完全相同，主要差别在于以下几点。

（1）物流比储运所包含的内容更广泛，一般认为物流包括运输、保管、配送、包装、装卸、流通加工及相关信息活动，而储运仅指储存和运输两个环节，虽然其中也涉及到包装、装卸、流通加工及信息活动，但这些活动并不包含在储运概念之中。

（2）物流强调诸活动的系统化，从而达到整个物流活动的整体最优化，储运概念则不涉及储存与运输及其他活动整体的系统化和最优化问题。

（3）物流是一个现代的概念，在第二次世界大战后才在各国兴起，而在我国储运是一个十分古老、传统的概念。

（二）物流的概念

国家质量技术监督局2001年4月17日批准颁布并于同年8月1日正式实施的《中华人民共和国国家标准物流术语》（GB/T18354—2001）对物流的定义为：“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施有机结合。”中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会于2006年12月4日联合发布，并于2007年5月1日开始实施的新版《中华人民共和国国家标准物流术语》（GB/T18354—2006）仍然维持了该定义。对物流概念的标准化有利于人们正确地理解物流，对我国的物流实践也有重要的指导意义。

理解物流概念，应当注意以下几点。

（1）物流是物品物质实体的流动。任何一种物品都有二重性：①自然属性，即它是一个物质实体；②社会属性，即它具有一定的社会价值，包括它的稀缺性、所有权性质等。物品物质实体的流动是物流，物品社会实体的流动是商流。商流是通过交易实现物品所有权的转移，而物流是通过运输、储存等实现物品物质实体的转移。

（2）物流是物品由供应地向接收地的流动，即它是一种满足社会需求的活动，是一

种经济活动。不属于经济活动的物质实体流动也就不属于物流的范畴。

(3) 物流包括运输、储存、装卸、搬运、保管、包装、流通加工和物流信息处理等基本功能活动。

(4) 物流包括空间位置的移动、时间位置的移动以及形状性质的变动,因而通过物流活动,可以创造物品的空间效用、时间效用和形状性质的效用。

二、物流活动的过程

根据我国的物流术语标准,物流活动由物品的包装、装卸搬运、运输、储存、流通加工、配送和物流信息等工作内容构成,以上内容也常被称之为“物流的基本功能要素”。由此可以看出,现代物流的构成要素不同于传统物流,不仅有实现物品实体空间位移的运输要素和实现时间变化的储存要素,而且更有保证物流顺利进行以及实现物流高效率的装卸、搬运、包装、流通加工、配送以及信息处理等要素,它们相互联系、相互制约。

(一) 运输

运输是指运用设备和工具,将物品从一个地点向另一个地点运送的物流活动。其中包括集货、分配、搬运、中转、装入、卸下和分散等一系列操作。

运输是物流的主要功能要素之一。运输是改变物品空间状态的主要手段,与装卸搬运、配送等活动结合,就能圆满完成物品空间状态的改变。人们最初往往将运输看成是物流,其原因就是运输承担了物流中很大一部分责任,是物流的主要部分。

运输是社会物质生产得以进行的必要条件之一。在生产过程中,运输是生产的直接组成部分,生产所需的原材料、辅助材料、零部件等需要通过运输从产地运到生产部门,生产企业的产品也需要通过运输环节才能进入流通领域,运输是生产过程的继续,这一活动连接生产与再生产、生产与消费,连接国民经济各部门,连接不同国家和地区。

运输可以创造场所效用,实现物品的使用价值。同种物品,由于空间场所不同,其使用价值的实现程度也不同。场所的改变能发挥物品最大的使用价值,进而实现资源的优化配置。

运输是“第三利润源”的主要源泉。运输不改变物品的实物形态,不增加产品产量,但运输过程消耗大量的人力、物力、财力等,运费在全部物流费用中占有最高的比例,一般综合分析计算社会物流费用,运费在其中占将近 50% 的比例,有些产品的运费甚至高于产品的生产费用。因此,合理组织运输能有效地节约物流费用。

(二) 储存

储存是“对物品进行保存及对其数量、质量进行管理控制的活动”。储存是包含库存和储备在内的一种广泛的经济现象,是任何社会形态都存在的经济现象。和运输概念相对应,储存是以改变“物”的时间状态为目的的活动,以克服产需之间的时间差异而获得更好的效用。

储存在物流体系中是唯一的静态环节。在社会生产与生活中,由于生产与消费的节奏不统一,总会存在暂时不用或留待以后使用的物品,因此,在生产与消费或供给与需求的

时间差异里，需要妥善地保持物质实体的有用性。随着社会经济的发展，需求方式出现了个性化、多样化的改变，生产方式也变为多品种、小批量的柔性生产方式，仓库的功能也从单纯重视保管效率转变为重视流通功能的实现。储存是物流中的重要环节，既有缓冲与调节作用，也有创造价值与增加效用的功能。

（三）装卸搬运

装卸是物品在指定地点以人力或机械装入运输设备或卸下；搬运是指在同一场所，对物品进行以水平移动为主的物流作业。在实际操作中，装卸与搬运是密不可分的，两者往往相伴而生。搬运与运输的区别在于：搬运是在同一地域的小范围内发生的，而运输则是在较大范围内发生的。

在物流过程中，装卸活动是不断出现和反复进行的，它出现的频率高于其他各项物流活动。每次装卸活动都需花费较长时间，所以它往往成为影响物流速度的关键。装卸活动消耗的人力、物力也很多，装卸费用在物流成本中所占比例较高。我国铁路运输的始发和到达的装卸作业费大致占运费的20%，船运占40%左右。此外，在装卸过程中，也可能造成货物破损、散失、损耗等，因此，装卸是物流中的重要环节。

（四）包装

包装是指为了在流通过程中保护商品、方便储运、促进销售，按一定技术要求而采用的容器、材料及辅助物等的总称，也指为了达到上述目的而在采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动。

包装处于生产过程的终端和物流过程的开端，既是生产的终点，又是物流的始点。包装与运输、搬运、保管关系密切。如运输件杂货时，若用货船载运，则必须用木箱包装；而用集装箱装运时，则用纸箱包装就可以了。

现代物流条件下，包装对物流服务的成本和效率影响也较大，如对存货盘存的控制主要依赖于人工或自动化的识别系统，与商品的包装密切相关，因为商品分选的速度、准确性和效率都要受包装识别、包装形状和作业简便性的影响。

（五）流通加工

流通加工是指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、分件、刷标志、拴标签、组装等简单作业的总称。

流通加工有效地完善了流通。尽管流通加工不如运输和储存两个要素重要，但它起着补充、完善、提高、增强的作用，是提高物流水平，促进流通向现代化发展的不可缺少的环节。

流通加工是物流中的重要利润源。流通加工可以达到低投入、高产出的效果，以简单加工解决大问题。实践证明，有的流通加工通过改变装潢使商品档次提升，售价提高，有的流通加工（如批量套裁）可将产品利用率提高20%~50%，从而获得较大利润。

（六）配送

配送是指在经济合理区域内，根据用户要求，对物品进行拣选、加工、包装、分割、组配等作业，并按时送达指定地点的物流活动。

配送是直接与客户相连的活动，服务对象满意与否，与配送质量直接相关，只有在用户希望的时间内，以其希望的方式，配送送达所需要的物品，用户才会满意。因此，整个物流系统的意义和价值的体现，最终完全依赖于配送功能的价值实现程度。

配送活动大多以配送中心为始点，而配送中心本身大都具备储存的功能。配送活动中的分货和配货作业是为了满足用户要求而进行的，所以经常要开展拣选、改包装等组合性工作，必要的情况下还要对货物进行流通加工。配送的最终实现离不开运输，所以人们经常把面向城市或特定区域范围内的运输也称为“配送”。

（七）物流信息

物流信息是指反映物流各种活动内容的知识、资料、图像、数据、文件的总称。

物流活动中会产生大量的信息，现代物流与传统物流最主要的区别就是物流信息。物流信息分为系统内信息与系统外信息。系统内信息对各种物流活动起着相互联系、相互协调的纽带作用，如车辆选择、线路选择、库存决策、订单管理等。而系统外信息有市场信息、商品交易信息等。要提高物流服务水平，必须有准确的信息保证。现代物流信息以网络和计算机技术为手段，为实现物流的系统化、合理化、高效率化提供了技术保证。

三、物流与商流、资金流、信息流和电子商务

（一）物流

物流是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装卸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。物流中的“物”泛指一切物资资料，有物资、物体、物品的含义；而物流中的“流”泛指一切运动形态，有移动、运动、流动的含义，特别是把静止也作为一种形态。物流克服了供给方和需求方在空间和时间方面的距离，创造了空间价值和时间价值，在社会经济活动中起着不可或缺的作用。

（二）商流

物品所有权转移的活动称为商流。在商流中的物资也称为商品，商流活动一般称为贸易或交易。商品通过交易活动由供应方转让给需求方，这种转让是按价值规律进行的。商流的研究内容是商品交换活动的全过程，具体包括市场需求预测、计划分配与供应、货源组织、订货、采购调拨和销售等，其中既包括贸易决策，也包括具体业务及财务的处理。

（三）信息流

信息流是在空间和时间上向同一方向运动中的一组信息，它有共同的信息源和信息接

收者，即是由一个分支机构（信息源）向另一个分支机构（地址）传递的全部信息的集合。各个信息流组成了企业的信息网，称之为企业的神经系统。信息流畅与否，决定着企业生产经营活动是否能正常运行。

评价企业成功与否，一个简易的办法是看其物流、工作流和信息流“三流”的情况，其中，信息流的质量、速度和覆盖范围，尤其可以“映照”企业的生产、管理和决策等各方面的“成色”。因为物流、工作流在企业的“生命活动”中无不最终以信息流的“高级形式”展现，就像生物体的所有活动都是基于神经系统传递的生物电信号一样。因此，深入认识“信息流”，将掀开企业发展的新视角。

（四）资金流

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“流”，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，在选购完成后进行在线支付。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。

（五）商流与物流的关系

有人认为，流通活动还包括信息流，是由商流、物流和信息流共同构成的，所以有“三流”之说；也有人提出，除了以上“三流”外，还应包括资金流，即流通活动共包含有“四流”。不论哪一种提法，都不能否认商流与物流的核心地位。

商流和物流是商品流通过程的两个方面。它们既相互联系，又相互区别；既相互结合，又相互分离。

1. 商流与物流的统一

商流是物流的前提。没有产品所有权的转移，即买卖活动的发生，那么实物的空间位移则无从谈起，实物运动方向与商品交易方向具有一致性是普遍规律。物流是商流的保证。如果物流条件不具备或实物运动过程受阻，商品不能到达购买者手中，那么商流则失去了保证。

2. 商流与物流的分离

商流与物流产生分离的最根本原因是商流运动的基础——资金，与物流运动的实体——物资，两者具有相对独立性。物资的运动是通过资金的运动来实现的，也就是说资金的分配是物资运动的前提。但是，正是由于物资受到实物形态的限制，其运动渠道、运动形式与资金运动很不相同。比如资金的运动是通过财政、信贷、价格、工资等形式进行；而物资运动则是通过空间位移来实现。资金的转移可以通过邮局汇款、银行转账瞬间完成；而物资的空间位移，则须经过运输、储存等一系列漫长的过程来实现。

在实际的流通活动中，既存在只有物流没有商流的情形，如搬家、自有物品的保管等；又存在只有商流而没有物流的特殊现象，如房屋、建筑物等的交易。这些商品虽然会发生

所有权转移,但并不发生位置上的移动。商流和物流并不一定同时发生。

在流通过程中,商流要靠物流来实现,商流和物流又要靠信息流支撑和同步运转,资金流是随商流和物流的流转而流转,所以商流是动机和目的,资金流是条件,信息流是手段,物流是终点和归宿。

(六) 物流与电子商务

电子商务(electronic commerce, EC)是将电子信息技术和商务活动相结合、基于互联网的商务运行方式。从涵盖范围方面看,交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行商业交易;从技术方向看,电子商务是多技术的集合体,包括数据交换、数据获取和数据处理等。电子商务必须通过计算机网络和通信网络将交易各方的信息、产品和服务相关联。

供货方将商品信息通过网络展示给客户,需求方通过浏览器访问网站,选择所需商品,写订单;供货方通过订单确认客户,告知收费方法,同时通知自己的应用系统组织货源;需求方通过电子结算方式付款;供货方组织货物并送到客户手中。

电子商务=网上信息传递+网上交易+网上结算+配送

电子商务是由网络经济和现代物流共同创造的,是两者一体化的产物。电子商务的任何一笔交易,都包含着以下几种基本的“流”,即信息流、商流、资金流和物流,交易过程的实现也需要这“四流”的协调和整合。其中物流是电子商务的重要组成部分,当信息流、资金流在电子工具和网络通信技术支持下,可通过轻轻点击鼠标完成时,物流——物质资料的空间位移,即具体的运输、储存、配送等各种活动,作为电子商务实现过程中的一个必不可少的实物流通环节,是不可能通过网络传输来完成的,物流过程的逐步完善需要经历一个较长的成长时期。

四、物流的作用

通过前面的学习,我们可以清楚地认识到物流活动本身一般并不创造产品价值,只创造附加价值。那我们这样一讲,物流是不是多余的环节了呢?答案无疑是否定的。为什么?物流在整个社会是一个不可省略或者说不可跨越的过程,而且,随着这个过程的发生,就会产生费用、时间、距离以及人力、资源、能源、环境等一系列问题。我们只有客观地认识这些问题,正确地对待、科学地解决好这些问题,才是唯一的选择,所以物流在国民经济中的地位越来越重要,具体地说物流的实质和作用主要表现在以下七个方面。

(一) 物流活动有保值的作用

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,保证产品在从生产者向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。

（二）物流活动可以节约资源

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。

（三）物流活动可以缩短物品之间的距离

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，全国各地的水果也常年不断；邮政部门改善了物流，使运送信件时间大大缩短了，全国快递两天内就到的美国联邦快递，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给市场；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。

（四）物流活动可以增强企业竞争力、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，可以这样讲，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，目前各企业的产品质量、功能、款式及售后服务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怎么办呢？不言而喻，企业可能就会一败涂地。在物资短缺的年代，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提高企业竞争力的法宝，搞好物流可以实现零