

弘博高等教育教材系列

· 电子商务教材丛书

HB



物流与供应链管理

张 还 主编

WULIU YU

GONGYINGLIAN GUANLI

人 民 出 版 社

弘博电子商务教材丛书

物流与供应链管理

张骥 主编

人民出版社

策划编辑：张文勇

责任编辑：安新文 毕于慧

装帧设计：肖 辉

图书在版编目 (CIP) 数据

物流与供应链管理/张诤 主编. —北京：人民出版社,2009

(弘博电子商务教材丛书/程虹主编)

ISBN 978-7-01-005233-5

I. 物… II. 张… III. ①物流-物资管理-教材 ②物资供应-物资管理-教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 125830 号

物流与供应链管理

WULIU YU GONGYINGLIAN GUANLI

张诤 主编

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

网址: <http://www.peoplepress.net>

北京中文天地文化艺术有限公司排版

北京中创彩色印刷有限公司印刷 新华书店经销

2009 年 2 月第 1 版 2009 年 2 月北京第 1 次印刷

开本: 787 毫米×1092 毫米 1/16 印张 17.625

字数: 250 千字 印数: 1—5000 册

ISBN 978-7-01-005233-5 定价: 32.00 元

《弘博高等教育教材系列·电子商务教材丛书》

编 委 会

学 术 顾 问 (按姓氏音序排列)

戴园晨 黄书元 杨匡汉 张尧学 李宇明

编委会主任 巴能军

编委会副主任 张文勇 孙松发 侯晓明

丛 书 主 编 程 虹

副 主 编 袁 野 宋 星 肖 洋 张继东 孙芬芬

编 写 人 员 (按姓氏音序排列)

程 虹 邓溯锐 谷 斌 李 妮 李 珍
刘晓霞 裴正为 宋 星 孙芬芬 万 辉
汪小芬 王国育 肖 洋 晏渭川 叶本公
叶小阳 袁 亮 袁 野 张 谠 赵 娟
张继东

总 序

电子商务教育如何培养 电子商务人才

在汹涌澎湃的电子商务教育的浪潮中，有些问题是必须直面的。电子商务专业培养的“科班人才”有多少真正成为电子商务的从业者？又有多少电子商务的成功者是从电子商务专业中涌现出来的？现在的电子商务教育在多大程度上适合培养电子商务人才？如果对这些问题一一进行解答，答案可能会不容乐观。电子商务教育似乎正在成为今天高校教育界的一个普遍的困惑。

一、对电子商务教育的反思

各个高校开设电子商务专业的时间并不长，但是值得反思，以此让它朝着更健康的道路前进。我们认为，当今的电子商务教育，存在以下的一些问题：

（一）电子商务教育的从业者不懂电子商务

“师者，所以传道、授业、解惑也”。从事电子商务教育的老师理应在懂得电子商务“道和业”的前提下为学习者“解惑”，但现实却并非如

此。在这里，我们姑且把“道”理解为学科的基本原理和一般规律，把“业”理解为实践的方式与方法。

一方面，由于电子商务是个年轻的学科，我国受过电子商务专业教育者极少，大都是“半路出家”，来自计算机、网络、经济、管理等专业，知识储备大多来自与电子商务相关的书籍，对此“道”理解不深。另一方面，在教育领域，“道”的传承不仅来自于师徒间的口耳相传，而且更多地借助于精练的知识传递载体——经典教科书。目前电子商务学科也没有一套堪称经典的教科书。一本经典教科书的形成要有两个要件：一位深谙此“道”的大师和他多年的苦心孤诣，但我们的学科还不具备这样的条件。结果，这门学科所传之“道”并非“常道”。

孔子曰：多见而识之，知之次也。其意思是只能知而不能识的人纵使满腹学问，仍然如朽木般“不可雕也”。授“业”的前提应是自身识“业”。我们曾读过“授人屠龙之术”的寓言，自己没屠过龙，却四处收徒授业，结果自然很尴尬。任何“不懂装懂”或“装腔作势”都会被现实撞得头破血流。有多少电子商务教育从业者真正从事过电子商务实践？答案也绝对不会乐观。电子商务这门立足于实践、以问题为导向的学科竟常常由缺乏实践经验的教学者来传授，这的确是一个难堪的悖论。电子商务教育与电子商务实践严重脱节，是目前电子商务教育的普遍困惑之一。

（二）学科缺乏哲学角度的基本原理研究

孔子对欲穷万事之理的曾子说：“吾道一以贯之。”意思是：万事万物各有一理，而万事万物的这些理实际上原本就只有一个理。在科学之林中，各个学科都有自己的原理和规律，而哲学就是这些原理的“理”。电子商务学科借鉴、吸纳了如此多其他学科的“理”，但属于自己的、能够“一以贯之”的“理”却仍无头绪。这就是为什么我们每每谈起电子商务的时候，总有千言万语却不知从何说起；其原因是“理”未明。

电子商务这门发展中的学科，惟恐被人看轻了，结果犯了“极左冒

进”、“跑马圈地”的错误——这门学科与许多相关学科肆意交叉，不断扩充自己的知识版图，以证明自己的分量，却忽略了逻辑，迷失了自我。“电子商务专业究竟该学些什么？”成为老师和学生共同的疑问。与其他学科交叉本身不是错误，物理化学这门典型的交叉学科就证明了学科间“化学反应”的结果是能够有所建树的。但电子商务学科的问题在于，我们从来没有从哲学的高度来思索这门学科，连这门学科的研究对象、对象的范畴和边界、研究基本范式都还没搞清楚，就盲目与其他学科建立关联；因此它没有建起自己的学科生态，也理所当然了。

（三）学科建设不以案例研究为基础

电子商务原理的空白和规律的缺失是使这门年轻的学科“虚弱”的先天因素，但若“后天”不补，则会使原本“空乏其身”的学科更加岌岌可危。高谈阔论而不从实践中获取真知的风气蔓延，必将造成更为惨重的损失。古有云：“事莫明于有效，论莫定于有证。”不从实践中求证，不从推敲中明理，这门学科就将始终名不正而言不顺。实践才是检验真理的惟一标准，那些电子商务开拓者成功或失败的实践，成为这门学科最为宝贵的财富，该是重视它们并珍惜它们的时候了！

电子商务无“理”的一个重要原因，在于电子商务实践本身和对电子商务实践的研究都仍然不够成熟。不从大量案例的深入分析中抽象出一般规律，就无“理”可“言”。目前对电子商务案例的研究要么心浮气躁，以“耸听危言”求一时“惊艳”；要么流于肤浅和苍白，析理不清，说理不明，牵强附会，避实就虚，没有探寻案例的真相，没有总结具有普遍性的一般规律，却在“真实的谎言”和细枝末节上纠缠，丢掉了金子却拾起了沙砾。案例研究是摆在每个电子商务建设者面前既严肃又紧迫的任务，既要花费大量的精力和物力，还要有平心静气的定力与严谨治学的精神。真正的案例研究应如考古，尽可能多地掌握第一手原始资料，由表及里，去伪存真，寻找大量案例下潜在的“理”。这是一个非常浩大的、

绝非一蹴而就的工程，就如同从重达吨计的矿渣中寻找那微乎其微的镭一般艰辛，需要时间的锤炼和耐心的煎熬。不过，荆棘之后终有坦途，现在是该披荆斩棘的时候了。

（四）学科导向缺乏道德追求

现在，电子商务学科之所以如此繁盛，一个普遍的见解是：“学习电子商务好找工作，工资高！”而开设这门专业的学校也蜂拥而上，一时间如雨后春笋，蔚为壮观，其间有多少不是为“功”、不是为“利”的呢？学科建设早已不再以人才和科学为导向，或者从来就没有以人才和学科为导向，而是以商务为核心，围着功利运转。结果学科风气毫无“求知”饥渴，却充斥“名利”奢望；学科教育质量下降，学生眼界狭窄，整体素质滑坡；学术追求匮乏，学术风气散漫，在商业的指挥棒下丧失了应有的方向。

人无德不立，这门学科无德也不立。这个德，是戒骄戒躁、不盲从、不功利的务实情怀，是勇于探寻真相和真理的踏实行动，是坚定为创造而不仅为索取建立的价值取向。要为这门学科“立德”，才终能为这门学科“立身”。

二、电子商务教育建设者的历史使命

既然我们找到了电子商务教育“兴”而不“旺”的症结所在，那么对于真正有志于从事电子商务教育的建设者来说，应该如何来“对症下药”呢？

4 第一，志存高远，把对电子商务基本原理的探寻作为自己的理想 and 追求。

电子商务教育面临的一个尴尬处境，就是电子商务的“道”——基本原理目前还没有研究清楚。既然“道”未明，师者又何以“授业、解

惑”呢？

子曰：“志于道”，意思是说我们在理想上应该立志去追求“道”的境界，作为建设者，就应该立志去探寻电子商务之“道”！具体而言，建设者们在科研上要努力从哲学的高度来探索电子商务研究的基本范式，去寻求电子商务的基本原理；在教学上要有高尚的道德追求，以人才为导向，为电子商务领域培养出真正有用的人才！

作为有理想、有追求的教育建设者，不应该仅以此作为安身立命的职业，而要有“天将降大任于斯人”的历史责任感，随时做好准备“苦其心志，劳其筋骨，饿其体肤，空乏其身，行拂乱其所为”。若能如此，不仅是电子商务学习者之幸，更是整个电子商务领域之幸！

第二，脚踏实地，扎扎实实地进行电子商务的基础工程——案例的建设。

古人云：“操千曲而后晓声，观千剑而后识器。”只有研究过无数的案例之后才能提炼出电子商务的基本原理。案例之于电子商务教育犹如砖瓦之于高楼大厦，没有一砖一瓦般的具体案例作为基石，所谓的“电子商务基本原理”只能是如海市蜃楼般的短暂和虚幻，如果什么都不懂却在那里凭空创造，故作高深，最终只能害人害己。

真正的案例是对真实故事的全面把握，要编写出一个案例，应该从以下几个方面着手：其一，要从源头开始，追溯关于案例本身的全部过程。案例研究犹如考古，不仅需要还原故事的基本概况，还应包括细枝末节，力争还原出案例的全貌。其二，通过对案例深入地研究，找到形成这些案例的内外条件和相关规律。当然，对单个案例的研究并不足以帮助我们探寻这类案例发展的一般规律，因此我们还需要研究一些类似的案例，以便找出它们在本质上的共同点。其三，进行案例研究的真正目的并不仅仅是还原案例本身，而是希望“以史为鉴”，指导企业未来的活动，因此还应该在研究大量相关案例的基础上，总结出具有一般性的规律。

由此可见，真正的案例研究并非易事，需要案例研究者搜集大量的第

一手资料，进行充分、详细的调查，同时还需要企业提供相应的物质方面的支持，以完成这项伟大的工程。这是摆在每个电子商务建设者面前既严肃又紧迫的任务，可谓任重而道远，需要建设者们具有愚公移山的定力与严谨治学的精神。

第三，孜孜不倦，努力从应用层面形成电子商务的教学方法。

“研究”是教育界一个非常时尚的词汇，我们的很多大学都在力争创办成“研究型大学”，我们的很多学科也在努力培养大量的“研究型人才”。于是，一些电子商务教育的建设者也开始“超英赶美”，试图培养电子商务的“研究型人才”。培养研究型人才的初衷不错，但可惜不合时宜。电子商务学科刚刚起步，电子商务的理论基础仍不成熟，也还没有能够被普遍接受的自成体系的普遍原理，如何能够培养出大批的“研究型人才”？

“善言古者必有节于今，善言天者必有证于人。”要让人信服，就必须先躬身去做实证。不扎实地进行大量电子商务的实证研究，而一味埋头在没有根基的理论象牙塔中，这门学科就会始终是空中楼阁。学科发展的阶段性规律也告诉我们，没有任何学科是先有理论而后有实践的，电子商务目前还处在高速发展时期，处在积累实践的阶段，需要更多的人投入到电子商务实际应用的研究之中，厚积才可能有薄发。

因此，目前对我们这些教育的建设者来说，应该努力培养一批能够投身于电子商务实际应用，并且能够胜任的“实干型人才”。要实现这个战略目标，需要有相应的战略工具的佐助。我们认为，一套从应用层面出发、面向电子商务实际操作的专业教材正是这样一种战略工具。这样一套面向应用的教材，其最大的特点应该是以案例为基础，通过案例式的教学来帮助学习者掌握电子商务领域实际操作层面的知识，为这个领域培养质量过硬的电子商务的操作者和实践者。

第四，破旧立新，改变电子商务教学领域的评价机制。

国内学术界的某些评价机制存在一定的问题，其形式重于内容，数量胜过质量，忽视学科的根本规律和激励的基本原则。这种评价机制带来的

直接后果，就是以追求“著作等身”为荣耀，但这些“等身”的著作中真正有多少是对这个社会、对这门学科能够产生推动作用的呢？答案恐怕会令人失望。造成的结果，是真正下工夫、沉下心地进行创造性的、研究的难以“安身立命”，反而被迅速淘汰。这种“劣币驱逐良币”的评价机制极大地阻碍了一门学科的进步，也浪费了大量的资源，制造了大量看似五彩缤纷、实则空无一物的学术泡沫。

凡事不破不立，电子商务这门学科要真正“立身”，需要我们的建设者具有高屋建瓴的眼界和破釜沉舟的气概，掀起一场学科建设的革命，敢于破除这些不利于学科发展的、陈旧的评价机制，建立能够促进这门学科快速、健康发展的新的机制。

这个评价机制包含两个方面，一方面，在学术研究上要以追求质量而不是数量为标杆，注重学术创新的贡献而不是学术数量；另一方面，在教学上要以学习者真正的领悟和掌握为标准，以学习者的实践能力和创造力为衡量标准。这种有利于学术追求和教育质量提高的评价机制，能够吸引那些真正有能力的研究者进入这个领域，共同推动电子商务教育的发展。

第五，相辅相成，建立电子商务教育领域和电子商务实践领域的互动机制。

“知之愈明，则行之愈笃；行之愈笃，则知之益明。”“知”和“行”总是相互促进，相得益彰。电子商务的教育者迫切需要进行大量的电子商务实践活动，以从实践中探求真知灼见，检验研究成果的正确性。电子商务的实践者也急切地希望能够从纷繁复杂的电子商务活动中提炼出一些具有一般性的规律，从而指导他们未来的商务活动。无“理”寸步难行，没有理论作支撑的实践活动，是没有生命力的。

因此，电子商务的教育机构与电子商务企业应互相进行紧密的合作，教育机构要充分把握行业的发展动态，对大量的案例去粗取精、去伪存真，努力挖掘现象背后的本质，为电子商务企业的实践活动提供理论支持。“士虽有学，而行为本焉”，作为教育机构的研究者还应该充分、深

入地实践，从实践中获取理论研究的灵感。

电子商务企业要为教育机构提供大量来自于实践第一线的鲜活的资料，并把一些理论成果运用于实践之中进行检验，以便研究者对理论进行进一步的修正，同时还应为教育机构提供实践的平台，并为其理论研究提供一定的物质支持。只有理论和实践的互动与结合，才能最大限度地促进整个电子商务领域的健康快速发展。

三、电子商务教育建设者迈出的第一步

在以上五个理想主义的信念的驱使之下，编委会从创立这套教材开始，按照电子商务建设者的要求努力探索，其心迫切而激昂，其情诚挚而笃定。所幸的是，我们对这五个理念的认知，得到了武汉弘博集团董事长巴能军先生和中南民族大学工商学院院长孙松发先生的强烈认同，他们充分利用中南民族大学工商学院灵活的办学机制的优势，并热忱邀请我们，使我们能够把理念转化为实际，以教材的编写为起点，迈出了坚实的第一步。

作为一群志同道合的追求者，我们深知，这套教材的编著不是朝夕之功，也非坐而论道，因为实现理想不仅要有执著的精神，也要有强有力的行动。在行动上，编委会革故鼎新，做出了一些努力。

（一）强烈的责任心和对理想的追求

从决定编写这套教材的那一刻起，我们就提出了严格的要求。

首先，不仅在基本概念和基础知识的表述上，尽量避免在这套教材中出现不一致的情况，而且在遣词造句上也经过推敲——从学习者的角度来考虑，希望能够帮助他们更简单、更清晰地理解问题。而在内容的选择上，也要求做到详略得当、层次鲜明地展现电子商务领域的共同性、普遍性的成果。此外，每本教材，仅由一个到两个具有多年电子商务教育和实践经验的编者负责完成，而不是由许多写手东拼西凑而成，这样保证了教

材的逻辑严密，也在一定程度上保留了编者的创造性。

其次，为了更便于学习者学习，这套教材坚持按照学习的基本规律进行体例的创新，力求通过活泼而不失严谨的内容组织，实现对学习者方法的引导、兴趣的激励和思维的激发。教材中的基本知识点、参考资料、案例分析、新闻背景摘录以及图、表、漫画彼此相辅相成，既能够吸引学习者的关注度和注意力，又能富有层次地组织知识，还能开拓学习者的思维和眼界。体例的创新，是编委会为提升整套教材的知识性、生动性和易用性进行的一次有益尝试。

最后，在每本教材从初稿到定稿的漫长过程中，邀请了一些电子商务教师试用并提出意见，还定期召开了教材研讨会，另请多位电子商务专家反复审稿，形成一个提出意见、研讨、审阅、修正、再提出意见、再研讨、再审阅、进一步修正的过程。这体现了教材编写团队作为电子商务建设者对自己的严格要求。

（二）认真深入地进行案例建设

这套教材在案例建设上进行了大量工作。一方面，这套教材选用了大量具有典型性的案例。编委会吸纳了已有的实践成果，严谨、客观地反映已经成为普遍共识的、经过历史检验的那一部分案例。另一方面，也注意结合学习者的生活阅历以及兴趣爱好，选择一些发生在学习者身边的、或他们喜闻乐见的案例，以增加“亲和力”，引起学习者的共鸣并进一步激发兴趣。

除了在案例选择上下工夫，这套教材还注意对案例蕴涵的知识和普遍规律的分析与挖掘，对案例既不是简单的罗列，也不是如新闻报道般地讲故事。为此，编者搜集了大量的案例，其中一些是来自于企业的第一手案例，并在此基础上进行了较深的分析。

（三）立足于应用性层面组织教材的内容

电子商务是一门实践性较强的年轻学科，一方面，电子商务的建设需

要大量的具有实践能力、操作能力的人才；另一方面，从包容大量理论内涵的原理层面上去组织电子商务的教学时机还不成熟。因此，这套教材的定位不是用所谓高深的理论去曲意逢迎所谓“研究型”大学的“高端人才”的口味，而是以更具工具性和操作性的知识面向所有不同职业背景和教育背景、有志于投身电子商务应用实践的学习者；面向所有愿意一步一个台阶、从基本面开始踏踏实实学习电子商务的学习者；面向所有不功利、不浮躁的学习者。

按照这个要求，整套系列教材围绕电子商务的应用性知识分为三个板块、十本教材。第一个板块是“原理板块”，着力覆盖电子商务的基本原理，包括《电子商务概论》和《网络经济学》和《电子商务基础技术》。第二个板块是“电子商务支持板块”，为学习者讲解对电子商务行为进行支持的主要体系，包括：《管理信息系统》、《电子商务系统分析与设计》、《电子商务法》。第三个板块是“电子商务中的行为板块”，细致刻画了电子商务环境下的个体和企业的行为，包括《网络营销》、《物流与供应链管理》、《网络银行与电子支付》以及《电子商务案例分析》。

（四）教材与实践紧密结合

任何学科若不和实践结合就都没有任何意义，电子商务更是如此。由于电子商务本身就是一门来自于实践的科学，因此如果脱离实践，电子商务就会毫无立足之地。因此，在编写这套教材的过程中，编委会把电子商务实践领域一些较新的成果和经验整合在这套教材之中。不仅如此，对普遍性的理论，也注意通过与其在电子商务实践中的应用而总结出与之相关的一些新突破。

教材本身也鼓励学习者参与力所能及的实践。教材中许多内容具有很强的操作性和可再现性，因此可以直接对学习者的动手实践进行指导。习题的一部分也是直接针对学习者参与实践而设计的。

教材的编写也来自于教学实践的经验。教材的编写者本身就是具有实

践经验的各个相关专业教育的从业者，他们本身就对本专业中各种教材中的优点和缺点有所了解，对学习者的真实需求也有着直接的体验和感受，因此能够尽量扬长避短，有针对性地进行教材编写。而在教材的初稿完成之后，也通过对教材的试讲和同学习者的互动对教材进行了进一步的修订和完善，以提高教材的适应性和可操作性。

（五）以教学实践为标杆，建立新的教材评价机制

前面已经提到，应该破旧立新，改变电子商务教学领域的评价机制。在这本教材的评价中，编委会考虑能够让教师和学习者都参与进来，以实际的教学成效为重要的评价指标。因为教师和学习者才是这套教材的真正用户和受益者，他们的评价比较有说服力。而且，也希望能够把教师和学习者的评价作为完善教材的一个长期机制坚持下去。

在这套教材即将被广大的教师和学习者使用和评价的前一刻，我们的心情既激动，也忐忑。我们深知，这套教材肯定不是尽善尽美，它需要不断地完善和更新，以“与时俱进”。这套教材的出版绝不是结束，而是一个走向不断提升电子商务教学质量的开始。编委会为了做到这一点，将搜集并综合各方建议与意见，按照以年度为单位进行版本的更新，力求每一个版本都能比上一个版本更上一层楼。

这一切，都是为了一个目标：使学习者能够以最低的学习成本，获得最大的学习成效，能够在电子商务的教育中有所收获。我们也祈愿随着这套教材的出版，能够为这个令我们仍然忐忑的目标尽一点微薄之力。

愿与所有真正的电子商务建设者分享！共勉！

程虹

2005年6月于武昌珞珈山麓

前 言

《物流与供应链管理》是《弘博高等教育教材系列·电子商务教材丛书》中的一种，它属于电子商务专业的基础性教材。《物流与供应链管理》旨在为学习者提供电子商务中物流与供应链管理的基本原理和方法，通过对物流与供应链管理的学习，使学习者能够掌握物流与供应链管理的一些基本规律，并运用这些基本规律，分析和解决实际的物流与供应链管理活动中所遇到的问题。

本书按照其内在逻辑主要分为三篇：概念篇、运作功能与过程管理篇和战略篇，共十章。概念篇从整体上介绍了供应链和物流的主要轮廓和发展脉络，力图使学习者能够大致了解供应链和物流的基本概况，以及二者之间的关系，同时增加他们学习这本教材的兴趣；运作功能与过程管理篇，主要是从进货和出货两个角度，将物流与供应链管理分为五个单元：需求管理和客户服务、采购和供应管理、库存管理、仓储管理、运输管理。其中需求管理和客户服务属于出货系统，而采购和供应管理属于进货系统，其他三个单元则是进货与出货系统共同参与的部分；战略篇则主要关注物流与供应链战略层面上的问题，这一部分的重点集中在如何通过物流与供应链的整合来创造价值。

本书编者在编写的过程中，始终将学习者放在第一位，尽量把物流与供应链的知识用一种学习者易于接受的方式编写出来，力求做到生动活

拨、深入浅出，满足学习者的需求。同时，本书是一本非常强调应用的教材，书中的绝大多数理论知识都配有相应的实际案例，方便学习者通过案例更好地理解相关知识点并能学以致用，从而减少知识传递过程中的协同成本。此外，我们在体例的编排上也充分借鉴了国外一些流行教材的体例编排，力求做到使教材的形式更加丰富活泼。

教材的核心价值在于能否为用户创造出价值。本书主要面向非研究型大学的学生，同时，也面向那些对电子商务有极大兴趣，立志于今后从事电子商务实际工作的人，此外，对那些身在电子商务实践中进行具体业务操作的相关人员也会有所帮助。

本书在编写的过程中，大量参考了国内外的相关教材和专家的相关研究成果，在此向他们辛勤的劳动致以我们最崇高的敬意。同时，我们也对相关媒体记者的辛勤劳动表示感谢，如果没有他们在第一线采写大量真实的事件报道和分析，就没有我们丰富的案例资料来源。我们还应该感激我们的学生，没有在教学第一线与他们的零距离沟通，我们也无法准确把握消费者的需求，本书可以说是生产者和消费者上下游协同的产物。同时，我们也不会忘记《弘博高等教育教材系列·电子商务教材丛书》编委会所做的努力。感谢本套电子商务教材丛书主编程虹老师，正是他给这套教材的准确定位，以及在体例编排上的独特见解，才使得这套教材得以顺利问世。编委会其他委员在教材的编审过程中提出的宝贵意见，也使本书增色不少。最后，我们还要感谢李晋峰先生，他为本书创作了诸多丰富的漫画，使得本书更具生动性，更能激发学习者的兴趣。

这是一本很有追求的教材，我们对物流与供应链管理的探索才刚刚开始，本书仅仅是我们的第一版，我们还将定期进行修订，力求把物流与供应链领域最新的理论和实践成果都体现在教材中。同时，由于编者自身实力有限，错漏之处在所难免，欢迎广大学习者批评指正，便于本书再版时进行修订！

张 霞

2005年6月于武昌南湖之畔