



普通高校经济及管理学科规划教材

# 电子商务专业 电子商务物流管理

苏丽琴 陈月华 / 主编  
胡林凤 王明昊 / 副主编

中国铁道出版社  
经济科学出版社

---

普通高校经济及管理学科规划教材

# 电子商务物流管理

苏丽琴 陈月华 主 编  
胡林凤 王明昊 副主编

中国铁道出版社  
经济科学出版社

---

## 内 容 简 介

针对电子商务下的物流及电子商务物流管理的相关知识与问题,本书以十章的结构,主要介绍了电子商务物流管理的内容,电子商务下的物流七大要素及其合理化问题;介绍了包括第三方物流、国际物流、新型物流以及基于 Web 的物流配送在内的电子商务下的四大物流模式;接下来以三章的篇幅介绍了较为前沿的供应链管理的有关内容,包括供应链管理的基础理论、供应链管理的模式及供应链管理技术;最后以独特的思路和写法将电子商务物流管理这门课程中涉猎到的综合知识积累选编为一章。

本书适合物流专业和电子商务专业的学生使用。

## 图书在版编目(CIP)数据

电子商务物流管理/苏丽琴,陈月华主编. —北京:中国铁道出版社,2008.6

ISBN 978-7-113-08510-0

I. 电… II. ①苏…②陈… III. 电子商务—物流—物资管理 IV. F713.36 F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 044535 号

普通高校经济及管理学科规划教材

书 名: 电子商务物流管理

作 者: 苏丽琴 陈月华 主编

出版发行: 中国铁道出版社(邮政编码 100054,北京市宣武区右安门西街 8 号)

策划编辑: 郭 宇 纪晓津

责任编辑: 曾亚非 靳 岭 编辑部电话: (010) 51873014

封面设计: 王 坦

印 刷: 北京鑫正大印刷有限公司

开 本: 787 mm×960 mm 1/16 印张: 23.25 字数: 466 千

版 本: 2008 年 7 月第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 1~5 000 册

书 号: ISBN 978-7-113-08510-0/F·522

定 价: 35.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社发行部调换。

联系电话: (市电) 010-51873117

网址: <http://www.tdpress.com>

# 普通高校经济及管理学科规划教材 编审委员会

## 主任委员

齐二石 天津大学管理学院 院长 教授 博士生导师  
教育部管理科学与工程专业教学指导委员会 主任委员

## 常务副主任委员 (按汉语拼音顺序排序)

安 忠 天津理工大学经济与管理学院 教授  
天津市企业联合会、企业家协会 执行理事  
郭 宇 中国铁道出版社 副总编辑 编审  
纪晓津 经济科学出版社 主任 编审

## 副主任委员 (按汉语拼音顺序排序)

陈彦玲 北京石油化工学院经济管理学院 党委书记 教授  
李长青 内蒙古工业大学管理学院 院长 教授  
李向波 天津工业大学管理学院 副院长 副教授  
刘 岗 山东大学管理学院 副院长 教授  
刘家顺 河北理工大学管理学院 院长 教授  
刘 克 长春工业大学管理学院 副院长 教授  
吕荣杰 河北工业大学管理学院 党委书记 教授  
彭诗金 郑州轻工业学院经济与管理学院 院长 教授  
乔 梅 长春大学管理学院 副院长 教授  
邵军义 青岛理工大学管理学院 院长 教授  
魏亚平 天津工业大学会计学院 院长 教授  
徐德岭 天津师范大学经济与管理学院 副院长 教授  
尹贻林 天津理工大学经济与管理学院 院长 教授 博士生导师  
教育部管理科学与工程专业教学指导委员会委员  
张国旺 天津商业大学商学院 院长 教授  
张 璞 内蒙古科技大学经济管理学院 院长 教授  
张英华 天津财经大学商学院 院长 教授 博士生导师

# 总 序

人类社会已经迈入 21 世纪。在此之际，追溯上个世纪的管理理论与实践是飞速发展的 100 年。国际上的研究从经验管理到科学管理，从工业化时代的规模经营管理到基于信息基础的企业再造，从注重等级和控制的“金字塔”式组织模式到基于网络和知识的“柔性”组织模式，无论是在管理的理论、方法上，还是在管理的技术、实践上都发生了巨大变化。在我国实施改革开放政策以来，掀起了一浪高过一浪的管理热潮，管理学界相继发生了一系列重大的变革。1994 年教育部批准在 9 所重点高校试点举办工商管理（MBA）硕士研究生教育；1996 年国家自然科学基金委员会管理学科组升格为管理学部；1997 年在教育部学科专业目录调整过程中，管理学同经济学并列成为独立的一级学科；2002 年管理学界的专家首次当选为中国工程院院士。这些重大的变革标志着管理学科的重要地位得到了我国社会各界的认可。

随着我国市场经济体制的不断完善，以及中国正式加入世界贸易组织（WTO）以后，中国经济需要面对国际大市场，企业要参与国际化的激烈竞争。经济及管理教育如何迎接新世纪的挑战，适应变化的需要，已经成为学术界急需研究与探讨的焦点问题之一。著名管理学家彼得·德鲁克（Peter F. Drucker）曾经指出：“对我们的社会来说，管理是一种最显著的创新。”另一名著名管理学家亨利·明茨伯格（Henry Mintzberg）也曾指出：“彻底重塑传统管理教育的时代已经来临。”在这种社会呼唤“管理教育创新”的背景下，组织一套适应新世纪要求的经济及管理类学科专业规划教材是非常必要和及时的。

普通高校经济管理学院（系）协作会最初是由我国北方八省（辽宁、吉林、黑龙江、内蒙古、河北、河南、山东、山西）两市（北

京、天津)的数十所高校经济管理学院系自发形成的教学协作组织。协作会成立14年来,以精诚合作、优势互补、共同发展的精神,坚持在管理理论的创新与实践、学科建设与发展、教材规划编写以及人才培养与交流等领域展开研讨活动,取得了丰硕成果。此次规划教材的组织编写,是协作会面向21世纪管理教育创新的又一力作。

为了保证规划教材的质量和水平,我们成立了由国内外知名专家教授及部分管理学院院长、出版社的领导、专家组成的编审委员会。各门教材将由具有丰富教学与研究实践经验的教师参加编写。规划教材的编写力求博采众家之长,把握管理前沿,注重理论与实践相结合,使之成为具有科学性、规范性、创新性、实用性并举的精品教材及创新教研成果。在各位专家与老师的辛勤耕耘下,现已出版了电子商务专业、物流管理专业、公共事业管理专业、会计学专业、财务管理专业等系列教材,其余经管学科各专业系列教材亦将陆续组织出版。

由于经济及管理是一个不断变化和发展的重要学科,新的理论、技术和方法将会大量引用。鉴于我们的水平有限,规划教材在编写过程中难免存在疏漏与不足之处,敬请各位专家与读者批评指正。

天津大学管理学院院长、教授、博士生导师  
教育部管理科学与工程专业教学指导委员会主任委员



2008年7月于津

# 前言

进入以新经济为时代特征的 21 世纪以来,伴随着电子商务的飞速发展,全球掀起了物流热,同时,电子商务向物流业提出了新的挑战。我们知道,在电子商务环境下,当客户点击鼠标,从电子商务网站上订购了商品之后,电子商务交易过程还没有结束,只有等到电子商务交易的实物送到顾客手中时,整个过程才算结束。通过互联网进行商务交易,只实现了信息流和商流,而电子商务的最终成功要依赖于物流。

近年来,人们十分强调电子商务中信息流和资金流的电子化、网络化,而忽视了物流的电子化过程。就目前来看,对于大多数商品和服务来说,物流仍然可以经由传统的营销渠道来进行;对于国内外许多实行电子商务的企业来说,虽然其网上销售额增长很快,但能真正盈利的并不多,原因就在于物流成本高而效率低。可以说,随着电子商务的进一步推广与应用,物流对电子商务活动的重要性日益显著,作为整个商务交易的最后一个过程,物流执行结果的好坏无疑将对电子交易的成败起到十分重要的作用。

电子商务必须有现代化物流技术的支持,才能体现出其无可比拟的先进性和优越性,在最大程度上使交易双方获益;而适应现代电子商务的物流系统的功能应该是把准确数量的准确产品在准确的时间内,以最低的费用送交到客户手中。它直接影响到从事电子商务的企业在价格、交货期、服务、质量等方面的竞争力。因此,只有大力发展适应电子商务的物流系统,并对电子商务物流进行有效的管理,电子商务企业才能在网络经济中得到更快、更好的生存和发展。

针对电子商务下的物流及物流管理的相关知识 with 问题,本书以十章的结构,主要介绍了电子商务物流管理的内容,电子商务下的物流七大要素及其合理化问题;介绍了包括第三方物流、国际物流、新型物流以及基于 Web 的物流配送在内的电子商务下的四大物流模式;接下来以三章的篇幅介绍了较为前沿的供应链管理的有关内容,包括供应链管理的基础理论、供应链管理的模式及供应链管理技术;最后以独特的思路和写法将电子商务物流管理这门课程中涉猎到的综合知识积累选编为一章,以开拓学生的物流思维和拓宽物流知识面,主要选编的内容有:物流名词术语、物流综合案例分析,这也是本书极具创新的地方。本书编写过程中力求做到思想性、创新性、时效性、应用性、启发性和研究性兼于一体。具体说来,本书的主要特色有:

1. 结构简明而系统。全书分十章,章数不多但涵盖了电子商务与现代物流、电子商务物流管理、电子商务物流要素及合理化、电子商务物流模式、电子商务供应链管理等内容。

2. 内容整合而充实。在每一章各节内容的编排上,力求不冗余、不重复,在讲求逻辑关联的前提下,进行节与节之间的整合。

3. 知识新颖而前沿。编写过程中特别注重将近年来出现的新的物流理论与技术融入本书中,如供应链管理模式中的 QR、ECR、ERP;供应链管理技术中的条形码、CRP、VIM 和 JMI 等,这些内容有助于读者了解国内外电子商务物流管理发展的前沿和趋势。

4. 引导自学和思考。在每一章的开始安排了学习目标与关键术语,每章后设有案例与复习思考题。案例后有思考题,主要是将本章的知识要点进行汇总,引导读者通过思考对本章所学内容进行回顾与巩固。

本书由华北科技学院苏丽琴教授、长春工业大学陈月华副教授担任主编,连云港职业技术学院胡林凤副教授、长春工业大学王明昊老师担任副主编。参加编写的人员还有华北科技学院的黄建莲、孙临珺教师。本书由苏丽琴、陈月华、胡林凤负责统稿与定稿。各位编写人员负责编写的章节如下:苏丽琴(第六章、第十章),陈月华(第一章),胡林凤(第二章、第五章),王明昊(第三章、第四章),黄建莲(第七章、第八章)、孙临珺(第九章)。

本书编写过程中得到了相关院校领导、专家的大力支持和帮助,参考并援引了国内外相关专家、学者在电子商务与物流领域内的最新论著与文献,也得到中国铁道出版社、经济科学出版社的热心支持,在此一并表示衷心的感谢。

由于作者水平有限,书中的不妥与疏漏之处在所难免,敬请读者不吝赐教。

编 者  
2008 年 5 月



# 目 录

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| <b>第一章 电子商务物流管理概述</b>         | 1   |
| 第一节 物流概述                      | 1   |
| 第二节 电子商务与现代物流                 | 21  |
| 第三节 电子商务物流管理的内容与特点            | 33  |
| 第四节 电子商务下物流业的发展趋势与对策          | 35  |
| 复习思考题                         | 40  |
| 案例分析                          | 40  |
| <b>第二章 电子商务下的物流管理</b>         | 44  |
| 第一节 电子商务物流服务管理                | 44  |
| 第二节 客户关系管理(CRM)               | 57  |
| 第三节 电子商务物流成本管理                | 62  |
| 第四节 物流质量管理与物流标准化              | 70  |
| 第五节 物流组织管理                    | 78  |
| 复习思考题                         | 86  |
| 案例分析                          | 87  |
| <b>第三章 电子商务下的物流要素及其合理化(上)</b> | 91  |
| 第一节 物流的起点——包装                 | 91  |
| 第二节 物流的动脉——运输                 | 101 |
| 第三节 物流的中心——仓储                 | 114 |
| 第四节 物流的接点——装卸与搬运              | 122 |
| 复习思考题                         | 126 |
| 案例分析                          | 126 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| <b>第四章 电子商务下的物流要素及其合理化(下)</b> | 129 |
| 第一节 物流的中枢神经——物流信息             | 129 |
| 第二节 物流的特色加工——流通加工             | 133 |
| 第三节 物流配送                      | 138 |
| 复习思考题                         | 148 |
| 案例分析                          | 149 |
| <b>第五章 电子商务的物流模式</b>          | 151 |
| 第一节 电子商务物流模式概述                | 151 |
| 第二节 电子商务物流一体化                 | 154 |
| 第三节 电子商务与第三方物流                | 155 |
| 第四节 基于 Web 的物流配送模式            | 159 |
| 第五节 国际物流                      | 162 |
| 第六节 新型物流                      | 169 |
| 复习思考题                         | 179 |
| 案例分析                          | 180 |
| <b>第六章 电子商务供应链管理基础理论</b>      | 183 |
| 第一节 供应链概述                     | 183 |
| 第二节 供应链管理概述                   | 194 |
| 第三节 基于电子商务的供应链管理              | 207 |
| 第四节 我国企业实施电子商务供应链管理的分析        | 217 |
| 案例分析                          | 222 |
| 复习思考题                         | 222 |
| <b>第七章 供应链管理的模式</b>           | 225 |
| 第一节 快速反应(QR)                  | 225 |
| 第二节 高效客户反应(ECR)               | 233 |
| 第三节 电子订货系统(EOS)               | 240 |
| 第四节 企业资源计划(ERP)               | 250 |
| 复习思考题                         | 263 |
| 案例分析                          | 263 |

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| <b>第八章 供应链管理技术 .....</b>        | <b>265</b> |
| 第一节 供应链管理的核心信息技术 .....          | 265        |
| 第二节 供应链管理的物流运作技术 .....          | 285        |
| 复习思考题 .....                     | 295        |
| 案例分析 .....                      | 295        |
| <b>第九章 物流自动化技术 .....</b>        | <b>298</b> |
| 第一节 物流自动化设备 .....               | 298        |
| 第二节 自动化立体仓库 .....               | 311        |
| 复习思考题 .....                     | 324        |
| 案例分析 .....                      | 324        |
| <b>第十章 电子商务物流管理综合知识选编 .....</b> | <b>328</b> |
| 第一节 国内外物流知名企业选编 .....           | 328        |
| 第二节 物流网址选编 .....                | 330        |
| 第三节 物流术语选编 .....                | 330        |
| 第四节 综合案例选编 .....                | 339        |
| 主要参考文献 .....                    | 358        |

# 第一章

## 电子商务物流管理概述

### 【学习目标】

通过本章的学习，掌握现代物流的基础知识，正确理解物流与电子商务的关系，熟悉电子商务物流管理的内容、特点与职能，了解电子商务下我国物流业的发展趋势与发展对策。

### 【关键术语】

物流 物流系统 物流管理 电子商务 电子商务物流管理 物流业

电子商务作为一种新的商业经济模式，有着强大的生命力，它的迅速发展引起了交易方式的创新，特别是流通模式的变革。在我国，由于电子商务的发展还处于初级阶段，物流仍是电子商务发展的瓶颈之一。有人用“成也配送，败也配送”来形容电子商务与物流的关系，可以说，电子商务是信息传播的保证，物流是执行的保证，没有物流，电子商务只能是一张空头支票。因此探索一套适宜的物流管理模式势在必行。

### 第一节 物流概述

#### 一、物流的概念

物流是个十分现代化而许多人又不太了解的概念。最简单地讲，物流就是物的流动，这个概念经历了漫长的发展历程，并且还在不断地创新。

##### （一）物流的基本含义

物流最原始、最根本的含义是物的实体运动，是为了满足人们生产或生活的需

要，通过经济活动的形式，使“物”从生产地传递到消费地。从这一方面讲，物流的历史和商品经济的历史一样悠久。它是伴随社会分工和市场经济的发展而逐渐形成的一个概念。

在市场经济条件下，伴随生产工具的改进和生产力的发展而出现的社会分工和专业化，使生产和消费分离，在这样的背景下，通过物流活动将生产和消费有机地联系在一起，克服了因社会分工和专业化而导致的时间间隔和场所间隔，是十分必要的。

生产制造过程的主要职能是通过一系列的生产加工活动的转换（如汽车制造企业通过一系列生产活动将各种零部件变为汽车整车），创造价值。与此截然不同，物流活动最直接的价值体现在将生产制造产品和创造价值的生产活动同使用产品的消费活动有机地连接起来，通过物品的有效流动，实现物品由生产地向消费地的转移，从而创造时间价值和场所价值。当然，物流活动也包含某些能创造附加价值的补充性加工活动。

### 1. 时间价值

物品从生产地到消费地之间有一定的时间差，物流活动通过调节和改变这一时间差，从而创造的价值，称为时间价值。物流创造时间价值有以下几种方式：

#### （1）缩短时间差创造时间价值

缩短物流时间，可以获得多方面的好处，如减少物流损失，降低物流消耗，增加物的周转，节约资金等。马克思从资本角度早就指出过：流通时间越接近于零，资本的职能就越大，资本的生产效率就越高，它的自行增值就越大。（《马克思恩格斯全集》第24卷，第142页）这里，马克思所讲的流通时间完全可以理解为物流时间，因为物流周期的结束是资本周转的前提条件。这个时间越短，资本周转就越快。现代物流学着重研究的一个课题，就是如何采取技术的、管理的、系统的方法来缩短物流时间，从而取得高的时间价值。从全社会物流的总体来看，加快物流速度，缩短物流时间，是物流必须遵循的一条经济规律。

#### （2）弥补时间差创造时间价值

在经济社会中，需要和供给普遍存在着时间差，这有很多例证：粮食生产有严格的季节性和周期性，即使人类已经有了改造自然的能力，创造人工条件使粮食种植不受季节影响，但周期性仍是改变不了的。这就决定了粮食的集中产出，但是人们的消费是一年365天，天天有需求，因而供给与需求之间出现时间差，又如，水泥工厂一旦点火，生产就必须连续进行，每时每天都在生产产品，但是消费却带有一定时间的集中性；凌晨磨制的鲜豆浆在上午出售；前日采摘的苹果在次日出售的，都说明供给与需求之间存在时间差，可以说这是一种普遍的客观存在。正是有了这个时间差，商品才能取得自身最高价值，才能获得十分理想的效益。但是商品本身不会自动弥补这个时间差，如果没有有效的方法，集中生产出的粮食就可能被损坏掉、腐烂掉，而在非产出时间，人们就会找不到粮食吃；如果没有有效的方法，集中施工季节就会出现

水泥供给不足,造成停工待料,而其他不消费季节生产出的水泥便会无处可放,最终损失掉。

物流便是以科学的、系统的方法进行弥补,有时会改变这一时间差,以实现其“时间价值”。

### (3) 延长时间差创造时间价值

缩短时间差创造价值是物流总体和不少具体物流遵循的规律。但是在某些具体物流中也存在人为地、能动地延长物流时间来创造价值。如:配合待机销售的物流以及投机买卖便是一种有意识地延长物流时间,有意识地增加时间差来创造价值的典型例子。

## 2. 场所价值

物品从供给者到需求者之间有一段空间差异。供给者和需求者往往处于不同的场所,改变场所差别所创造的价值称为“场所价值”。物流创造场所价值是由现代社会产业结构、社会分工所决定的。商品在不同地理位置有不同的价值,通过物流活动将商品由低价值地区向高价值地区转移,便可获得价值差,即“场所价值”。物流创造场所价值有以下几种具体形式:

### (1) 从集中生产场所流入分散需求场所创造场所价值

现代化大生产的特点之一,往往是通过集中的、大规模的生产以提高生产效率,降低成本。在一个小范围集中生产的产品可以覆盖大面积的需求地区,有时甚至可覆盖一个国家乃至若干个国家,通过物流将产品从集中生产的低价位区转移到分散于各处的高价位区,可以获得很高的利益。例如:现代生产中钢铁、水泥、煤炭等原材料生产往往以几百万甚至几千万吨的大量生产规模聚集在一个地区,汽车生产有时也可达百万辆以上,这些产品、车辆都需要物流流入分散需求的地区,物流的“场所价值”也由此决定。

### (2) 从分散生产场所流入集中需求场所创造场所价值

通过分散生产、多源头采购可以降低生产成本,通过物流将产品从分散地点到客户需求地装配或销售,也可以获得很高收益。例如:粮食是在分散的田地上生产出来的,而一个大城市的需求却相对大规模集中;汽车厂的零配件生产分布非常广,单独集中在一个大厂中装配,形成了分散生产和集中需求。物流便由此获得了场所价值。

### (3) 从甲地生产流入乙地需求创造场所价值

现代社会中供给与需求的场所差异十分普遍,除了大生产所决定的之外,有不少是自然地理和社会发展因素所决定的。现代人每日消费的物品很多都是从十分遥远的地方生产的。这么复杂交错的供给与需求的场所差异都是靠物流来弥合的,物流也从中创造了“场所价值”。

## 3. 加工价值

有时物流也创造加工附加价值。加工原是生产领域常用的手段,并不是物流的本

来职能。但是现代物流的一个重要特点是根据自己的优势从事一定补充性的加工活动,这种加工活动不是创造商品的主要实体,形成商品的主要功能和使用价值,而是带有完善、补充、增加性质的加工活动,这种活动必然会形成劳动对象的附加价值,即创造物流的加工价值。

## (二) 物流概念的产生和发展

物流的概念最早产生于美国,经历了由传统意义上的实物分销(Physical Distribution,简称PD)到我们今天所说的现代物流(Logistics)的转变过程。

在英文里,物流最初是指PD,即传统意义的物流。1915年,美国市场营销学者阿奇·萧(Arch W. Shaw)在《市场分销中的若干问题》(Some Problems in Market Distribution,哈佛大学出版社,1915)一书中首次使用了Physical Distribution这个概念,其实质是指“分销物流”。20世纪20年代,美国著名营销专家克拉克(Fred E. Clark)在研究市场营销问题时再次使用了这个概念,泛指一切与产品销售有关的实物配送活动(输出物流)。1935年,美国营销协会对其作了进一步阐述,认为:“物流是包含于销售之中的物质资料和服务于从生产地点到消费地点流动过程中所伴随的种种经济活动”。对PD最一般的理解是:物流是商品流通的一个侧面,与其相对应的概念是商流,二者共同构成商品的流通活动。商流的任务是完成商品所有权从卖方到买方的转移,而物流的目的是完成商品实体从卖方到买方的转移,克服商品生产和消费存在的空间和时间差异,创造空间价值和时间的价值。之后,这一概念又进一步拓展到物料供应活动领域,形成输入物流和输出物流一体化的格局。

在第二次世界大战期间,美国陆军根据军事上的需要,在军火和军需品的战时供应中,运用Logistics Management(当时译为后勤管理)方法,对军火的运输、补给、屯住、调配等实物运动进行全面管理,此举对战争的胜利起到了保障作用。二战后,Logistics Management理论和方法逐渐由军事领域渗透到工商领域,产生了诸如Business Logistics之类的新概念,并得到各国实业界和理论界的广泛认同。这时的物流包含了生产过程和流通过程的物流,是一个包含范围更广泛的物流概念。

20世纪五六十年代,日本的企业界和政府为了提高产业劳动率,组织了各种专业考察团到国外考察学习。在这些考察团中,有一个由12名专家学者组成的“流通技术专业考察团”,从1956年10月下旬到11月末,在美国各地进行了实地考察,首次将PD概念引入到日本,并在《流通技术》(1958年)上公开发表了“劳动生产率报告33号”,第一次提及到了Physical Distribution。这个外来语直到1964年才正式译为“物的流通”,后根据平原直先生的建议,简称为“物流”。我国在20世纪80年代初直接从日本引进了“物流”这一概念,在物流的整合范围逐步扩大后,用Logistics代替了PD,我国学者没有区别地同样翻译成了“物流”。

因此,物流概念从1915年提起(Physical Distribution),经过70多年才有定论(Logistics),现在欧美国家把物流称作Logistics的多于称作PD。近20年来,Logis-

tics 逐渐取代 PD, 成为现代物流和物流科学的代名词, 这是物流科学走向成熟的标志。Logistics 包含生产领域的原材料采购、生产过程中的物料搬运、厂内物流、流通过程中的物流、销售物流 (即 Physical Distribution), 可见 Logistics 的外延更为广泛。

目前国内外对物流的定义很多, 较具代表性的有以下几种:

(1) 美国营销协会的定义 (20 世纪 50 年代)。物流是对从生产阶段到消费阶段物资的移动及货物处理活动的管理。

(2) 日本通产省物流调查会的定义 (20 世纪 60 年代)。物流是制品从生产地到最终消费者的物理性转移活动。具体由包装、装卸、运输、保管以及信息等活动组成。

(3) 美国物流管理协会的定义 (20 世纪 80 年代)。物流是将原材料、半成品及产成品由生产地送达至消费地的所有流通活动。其内容包括用户服务、需求预测、情报信息联系、物料搬运、订单处理、选址、采购、运输、装卸、废弃物处理及仓储管理等。

(4) 美国物流管理协会的定义 (20 世纪 90 年代初)。物流是为了满足消费者需求而进行的对原材料、半成品、最终产品及相关信息从起始地到消费地的有效流动与存储的计划、实施与控制的过程。

(5) 美国物流管理协会的定义 (20 世纪 90 年代末)。物流是供应链的一部分。它是指为了符合顾客的必要条件, 所发生的从发生地到接收地的物质、服务和相关信息的流动, 以及为使保管能有效地、低成本地进行而从事的计划、实施和控制行为。

(6) 我国对物流的定义 (国家标准 GB/T 18354—2001)。物流 (Logistics) 是指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。

可见, 现代物流是一个范畴十分广泛的概念, 一般涉及采购物流、企业内物流和销售物流以及退货物流、回收物流和废弃物物流。现代物流具备以下特点和要求:

第一, 物流是物品由生产地向消费地的物理性移动活动。这里的物品既包括作为主流的商品 (含服务), 也包括相伴而生的包装容器、包装材料等物。生产地和消费地也是两个相对的概念, 而不是一般意义上的生产地和消费地。物品流经的阶段不同, 生产地和消费地的内涵不同。

第二, 物流活动侧重于创造时间效用和场所效用, 包括运输、配送、保管、包装、搬运、流通加工以及与之有关的信息活动, 这是其区别于生产活动和销售活动的重要标志。

第三, 物流活动的目的是为了降低成本、提高效率、增加客户满意度, 并在此基础上为企业赢得和保持竞争优势。以降低成本为例, 通过开展物流活动, 可以有效地减少或避免物流路线的迂回、倒流、重复等不合理现象, 防止出现资源和运力的浪



费。早在1962年,美国学者德鲁克(P. F. Druker)就在《财富》杂志上发表了一篇文章,指出物流是降低成本的最后领域,从而在理论高度上提升了物流活动的地位,使之成为继生产、销售活动之后的又一利润源泉,即“第三利润源泉”。

## 二、物流的分类

社会经济领域中的物流活动无处不在,对各个领域的物流,虽然其基本要素都存在且相同,但由于物流对象、物流目的和物流范围、范畴的不同,形成了不同的物流类型。这些类型的划分为我们研究物流提供了方便。

### (一) 按物流涉及的范围分类

#### 1. 宏观物流

宏观物流是指从社会再生产总体角度进行认识 and 研究的物流活动。这种物流活动的参与者是构成社会总体的政府机构、产业、大型集团。宏观物流研究的重点是社会再生产总体物流,而不是从物流的某一个构成环节来看物流。研究重点在于政策法规、产业规划对政府、产业或集团的物流活动和物流行为的影响。宏观物流研究的主要特点是综观性和全局性。

#### 2. 微观物流

微观物流是指企业、消费者所从事的实际的、具体的物流活动。在整个物流活动之中的一个局部、一个环节的具体的物流活动也属于微观物流;在一个小地域空间发生的具体的物流活动、针对某一具体产品所进行的物流活动也属于微观物流。微观物流的研究重点是企业物流、生产物流、供应物流、销售物流、回收物流、废弃物流、生活物流等。微观物流研究的特点是具体性和局部性,微观物流的运行状况将直接影响企业的经济效益。

### (二) 按物流的目的分类

#### 1. 社会物流

社会物流是指超越一家一户的、以一个社会为范畴面向社会为目的的物流,是国民经济部门与部门之间、地区与地区之间、企业与企业之间为实现商品流动的各种经济活动。这种社会性很强的物流往往是由专门的物流服务者承担的。社会物流主要研究如何服务于社会;研究社会中的物流体系结构和运行模式。

#### 2. 企业物流

企业是向社会提供产品或某些服务的经济实体。在企业运营过程中与物品的实体流动有关的所有物流活动统称为企业物流。从企业角度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。企业物流又可以区分为以下不同类型的具体物流活动。