



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

省级精品课教材

最新现代高等物流教育系列

第2版

现代物流 管理

李严锋 张丽娟 主 编
冉文学 解 琨 副主编



Modern Logistics Management

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

省级精品课教材

最新现代高等物流教育系列

第2版

现代物流 管理

李严锋 张丽娟 主 编
冉文学 解 琨 副主编

Modern Logistics
Management



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

© 李严锋 张丽娟 2009

图书在版编目 (CIP) 数据

现代物流管理 / 李严锋, 张丽娟主编. —2 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2009. 4

(最新现代高等物流教育系列)

ISBN 978 - 7 - 81122 - 620 - 1

I. 现… II. ①李…②张… III. 物流 - 物资管理 - 高等学校 - 教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 027851 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连天正华延彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm 字数: 348 千字 印张: 18 1/4 插页: 1
2009 年 4 月第 2 版 2009 年 4 月第 6 次印刷

责任编辑: 郭 洁 责任校对: 群 乐
封面设计: 冀贵收 版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81122 - 620 - 1

定价: 30.00 元

第二版前言

物流管理是指为了以最低的成本达到客户所满意的服务水平,对物流活动进行的计划、组织、指挥、协调与控制。物流管理水平的高低,从宏观层面上来说将决定一个国家经济发展的水平,从中观层面上来看将影响地区经济的发展,从微观层面上来讲将决定企业的经济效益。现代物流管理呈现出六大趋势:系统化趋势,信息化趋势,专业化趋势,物流服务规模化趋势,仓储、运输的现代化与综合体系化趋势,物流与商流、信息流一体化趋势。

30年来,中国的物流研究伴随着改革开放的进程,探索、实践,不断普及深化。目前,我国物流研究咨询机构达100多家,专职研究人员数以千计。政府、协会、企业、高校、新闻、研究、咨询机构等,都积极参与物流研究,研究成果逐年丰富。一些成果被政府部门制定规划和政策时采纳,或在企业经营实践中采用,取得了很好的经济和社会效益。国内1500多所各类院校开设了物流专业,在校在读的本科、专科、高职、职高以及硕士、博士研究生超过60万人。物流类专业报刊已有30多种,物流及相关网站预计在3000家左右。物流理论研究、教育培训和新闻宣传工作蓬勃开展,为现代物流理论和实践的发展创造了条件。

2004年夏,为适应物流管理和物流教育的需求,我与张丽娟副教授在东北财经大学出版社的支持下,主编出版了《现代物流管理》一书,得到了读者的认可,重印多次,累计销售近30000册,并被教育部列入“十一五”国家级规划教材。本书面世的四年多来,不论是物流管理的理论、实践还是物流教育都有了迅速发展,作者的教学深度和研究成果也得到了扩展,所以,我们编写了该书全新的版本。

在这本第二版的《现代物流管理》中,我们继续立足现代物流管理发展的最新理论与实践成果,全面、系统地分析研究现代物流管理的理论、思想、方法和技术,注重从新的视野重新审视物流管理的本质,通过及时追踪国际、国内物流管理的发展动向,揭示当今物流管理的发展规律、特点和管理模式;重点介绍了现代物流的基本概念和内涵,国内外物流发展的现状,供应链管理环境下的物流理论与应用,物流信息技术和物流配送模式的最新成果,第三方物流、第四方物流和国际物流的运作方式,物流成本管理、物流组织管理的要点等;新增了物流战略管理、物流规划、物流系统管理、物流配送及配送中心管理、物流质量管理、物流金融管理等内容,使得全书的体系更加完整、内容更加丰富,更加适应物流管理发展和物流

教育的需要。同时,各章均给出了典型案例,力求理论与实践相结合,立足于基本理论、基本知识和基本技能的教育和训练,着眼于运用。

本书广泛参考了国内外相关物流著作和论文的成果,在吸收它们的理论、思路、方法与实践经验的精华的基础上,结合作者多年的教学、物流企业服务和培训的实践经验编写而成,注意围绕物流管理理论与实践的主线,突出重点,强调深入浅出、通俗易懂,选择具有代表性的标杆案例供读者借鉴。本书可作为普通高等院校经管类相关专业本科生、研究生的教学用书,高职高专物流专业先导课程教材;也可供成人教育学生、企业物流管理人员和相关专业人员自学、提高之用,还是爱好或从事物流活动或服务的人士很好的参考书。

全书由教育部高等学校物流类专业教学指导委员会委员、云南财经大学商学院院长李严锋教授编写体系大纲并总纂,冉文学教授、解琨副教授、旷锦云副教授、宋志兰副教授、刘胜春副教授、刘贲讲师、夏露讲师、刘文胜助教、康兆妍助教以及研究生赵雨、黄杜鹃、云永胜、鲍静溪、李艳鹏等参加了第二版的编写工作,张丽娟副教授、冉文学教授、解琨副教授进行了大量的修改和校对工作。由于编者学识水平所限,书中不当之处在所难免,敬请读者批评指正。

感谢东北财经大学出版社尤其是郭洁老师的大力支持和帮助。本书编写过程中参考了大量的相关书籍和论文,并引用了其中的有关概念和论点,由于篇幅较多,不能一一介绍,在此对所引用书籍和论文的作者表示衷心感谢。本书也吸取和参考了许多知名专家和学者的研究成果,有些文献并未直接引用,但为方便读者寻源,亦将其列入参考文献中,并谨表谢意。

李严锋

2008年12月·昆明

前 言

物流管理是上世纪中期发展起来的一门新兴学科。它最早产生于第二次世界大战时期的美国，时至今日，物流管理已成为西方企业管理中不可或缺的一部分。现代物流以满足消费者的需求为目标，把制造、运输、销售等市场环节统一起来，涉及生产商、中间商、消费者三方面，通过采购、仓储、包装、运输、销售、配送等活动，解决物资供需之间存在的时间、空间、数量、品种、价格等方面的矛盾，以此衔接社会生产的各环节。

物流管理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。20 世纪 60 年代，美国经济学家多拉格曾说过：“物流是经济的黑暗大陆。”在发达国家，物流管理被经济学家们和企业界形象地称为：继降低人工和材料成本以及提高劳动生产率之后的“第三利润源泉”，是“降低成本的最后处女地”。实施物流管理的目的，就是要尽可能地在最低的总成本条件下达到既定的客户服务水平，即寻求服务优势和成本优势的一种平衡，并由此创造企业在竞争中的战略优势。

近几年来中国的物流业得到了迅速发展。发展物流产业，建立稳定高效的物流系统已成为中国经济的一大热点，但物流人才的奇缺却不能满足中国物流业发展的需要。根据中国物流与采购联合会 2003 年的调研，物流人才是全国 12 种紧缺人才之一，物流规划人员、物流管理人员、物流研究人员、物流师资全面紧缺。到 2010 年，大专以上物流人才的需求量约为 30 万~40 万人，在职人员的培训量约为 100 万~200 万人，目前全国已有 37 所高等院校开设了物流管理专业，10 余所院校开设了物流工程专业（均为目录外），而开设物流管理相关课程的院校则多达 70 余所。

本书是在广泛参考了国内外相关物流著作和论文，在吸收它们的理论、思路、方法与实践经验的基础上，结合作者多年的教学实践、物流企业服务和培训总结编写而成，注意围绕现代物流管理理论与实践的主线，突出重点，强调深入浅出、通俗易懂，选择具有代表性的标杆案例供读者借鉴。本书可作为普通高等院校物流管理课程的教学用书，也可供成人教育学生、企业物流管理人员和相关专业人员自学、提高之用。

本书编写的指导思想是立足现代物流管理发展的最新理论与实践成果，全面、

系统地分析研究现代物流管理的理论、思想、方法和技术,试图从新的视野重新审视物流管理的本质,通过及时追踪国际、国内物流管理的发展动向,揭示当代物流管理的发展规律、特点和管理模式。书中重点介绍了现代物流的基本概念和内涵,国内外物流发展的现状,供应链管理环境下的物流理论与应用,物流规划和物流系统设计的方法,物流信息技术和物流配送模式的最新成果,第三方物流、第四方物流和国际物流的运作方式,以及物流成本管理、物流组织管理的要点等,各章均给出典型案例,力求理论与实践相结合,立足于基本理论、基本知识和基本技能的教育,着眼于运用。

在本书的编写过程中参考了大量的相关书籍和论文,并引用了其中的有关概念和论点,由于篇幅较多,这里不能逐一介绍,在此对所引用书籍和论文的作者表示衷心的感谢。本书的编写还要感谢华中科技大学管理学院马士华教授的指导,感谢东北财经大学出版社尤其是郭洁、李彬老师的大力支持和帮助。

全书的编写由云南财贸学院商学院副院长李严锋教授和张丽娟副教授共同合作完成。由于编者学识水平所限,书中不当之处在所难免,敬请读者批评指正。

李严锋

2004 年 7 月于昆明

目 录

第 1 章 物流及物流管理概述 / 1

- 学习目标 / 1
- 1.1 物流的概念 / 1
- 1.2 现代物流的构成要素与分类 / 7
- 1.3 现代物流及其特征 / 12
- 1.4 现代物流的作用 / 14
- 1.5 物流管理的定义、内容、特点 / 16
- 案例分析 中远集团现代物流的发展 / 17
- 本章小结 / 19
- 关键概念 / 20
- 思考题 / 20

第 2 章 物流管理的发展 / 21

- 学习目标 / 21
- 2.1 物流管理理论的发展历程 / 21
- 2.2 物流管理的学说理论 / 23
- 2.3 中外物流发展状况 / 27
- 2.4 现代物流管理的发展趋势 / 32
- 案例分析 中国物流发展 30 年 / 33
- 本章小结 / 36
- 关键概念 / 36
- 思考题 / 37

第 3 章 供应链管理环境下的物流 / 38

- 学习目标 / 38
- 3.1 物流与供应链 / 38

- 3.2 供应链管理分析 / 42
- 3.3 供应链系统设计 / 44
- 3.4 供应链运作方式 / 52
 - 💧 案例分析 DELL 公司的供应链管理 / 53
 - 💧 本章小结 / 54
 - 💧 关键概念 / 55
 - 💧 思考题 / 55

第4章 物流战略管理 / 56

- 💧 学习目标 / 56
- 4.1 物流战略管理概述 / 56
- 4.2 物流战略的制定和实施 / 59
- 4.3 制造企业物流战略 / 69
- 4.4 流通企业物流战略 / 74
- 4.5 物流企业物流战略 / 78
 - 💧 案例分析 UPS 的百年变革之路 / 83
 - 💧 本章小结 / 85
 - 💧 关键概念 / 86
 - 💧 思考题 / 86

第5章 物流系统管理 / 87

- 💧 学习目标 / 87
- 5.1 物流系统 / 87
- 5.2 采购供应物流管理 / 89
- 5.3 运输管理 / 93
- 5.4 仓储管理 / 98
- 5.5 物流包装、装卸搬运和流通加工 / 104
 - 💧 本章小结 / 114
 - 💧 关键概念 / 114
 - 💧 思考题 / 114

第6章 配送与配送中心 / 115

💧 学习目标 / 115

6.1 物流配送概述 / 115

6.2 物流配送中心 / 121

6.3 信息与自动控制在配送中的应用 / 131

💧 案例分析 高效合理的联华便利配送中心 / 135

💧 本章小结 / 136

💧 关键概念 / 137

💧 思考题 / 137

第7章 物流信息管理 / 138

💧 学习目标 / 138

7.1 物流信息的功能和特征 / 138

7.2 信息技术在物流管理中的应用 / 140

7.3 物流信息系统的设计 / 145

7.4 物流信息系统的应用 / 151

💧 案例分析 日本物流配送中心的特色 / 156

💧 本章小结 / 158

💧 关键概念 / 159

💧 思考题 / 159

第8章 物流营销管理 / 160

💧 学习目标 / 160

8.1 物流市场与物流营销 / 160

8.2 物流营销管理理念及管理过程 / 164

8.3 物流目标市场营销战略 / 168

8.4 物流营销组合 / 178

💧 案例分析 DHL 在中国的经营成功之道 / 178

💧 本章小结 / 180

💧 关键概念 / 181

💧 思考题 / 181

第9章 国际物流 / 182

🔥 学习目标 / 182

9.1 国际物流概述 / 182

9.2 国际物流的基本流程与业务 / 186

9.3 国际货物运输 / 191

9.4 国际货物储存 / 198

🔥 案例分析 中外运为摩托罗拉提供物流服务 / 200

🔥 本章小结 / 202

🔥 关键概念 / 202

🔥 思考题 / 202

🔥 附录 国际贸易术语相关介绍 / 203

第10章 物流成本管理 / 205

🔥 学习目标 / 205

10.1 物流成本及物流成本管理概述 / 205

10.2 物流成本核算 / 209

10.3 物流成本决策 / 217

10.4 物流成本控制 / 219

🔥 案例分析 沃尔玛的成本管理：比对手更好地
控制成本 / 229

🔥 本章小结 / 230

🔥 关键概念 / 231

🔥 思考题 / 231

第11章 物流组织管理 / 232

🔥 学习目标 / 232

11.1 物流组织概述 / 232

11.2 物流组织结构类型 / 237

11.3 物流组织设计 / 242

11.4 供应链管理下的物流组织变革 / 245

🔥 案例分析 海尔集团的物流组织 / 248

- ❖ 本章小结 / 249
- ❖ 关键概念 / 249
- ❖ 思考题 / 250

第 12 章 物流质量管理 / 251

- ❖ 学习目标 / 251
- 12.1 物流质量 / 251
- 12.2 物流服务质量 / 256
- 12.3 物流工作质量 / 262
- 12.4 物流工程质量 / 265
- 12.5 物流标准化 / 270
- ❖ 本章小结 / 279
- ❖ 关键概念 / 279
- ❖ 思考题 / 279

主要参考文献 / 280

第1章



物流及 物流管理概述



学习目标

本章着重介绍了物流概念的来源和发展过程、物流及物流管理的基本概念、现代物流的构成要素和分类,要求了解物流及物流管理的内涵、物流创造价值的方式以及现代物流的作用,学会在实际工作中发现和挖掘物流的价值和作用。

1.1 物流的概念

1.1.1 物流的概念

1. 物流概念的来源和发展

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。

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,并将其应用于战争活动。其中所提出的“后勤”是指将战时物资生产、采购、运输、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,有了商业后勤、流通过后勤的提法,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 (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。

物流的概念主要通过两条途径从国外传入我国: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”，这两个单词直译为中文即为“实体分配”或“实物流通”，所谓“实体分配”指的就是商品实体从供给者向需求者的物理性移动。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”，20世纪80年代初，我国从日本直接引入“物流”这一概念。

在物流概念传入我国之前，我国实际上一一直存在着物流活动，即运输、保管、包装、装卸、流通加工等物流活动，其中主要是存储运输即储运活动。我国的物流业基本上就是国外的储运业，但其实两者并不完全相同，主要差别在于：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，储运概念则不涉及存储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，在二战后才在各国兴起；而在我国，储运是一个十分古老、传统的概念。

2. 物流的基本概念

物流的定义出处很多，比较有影响的有：

现代物流作为一种先进的组织方式和管理技术，被广泛认为是企业在降低物资消耗、提高劳动生产率以外重要的第三利润源泉。

物流是为满足消费者需求而进行的对原材料、中间库存、最终产品及相关信息从起始点到消费地的有效流动，以及为实现这一流动而进行的计划、管理和控制过程；物流作为客户生产过程中供应环节的一部分，它的实施及控制提供了有效的、经济的货物流动及存储服务，并提供从货物原始地到消费地的相关信息，以期满足客户的需求；物流是有计划地将原材料、半成品及产成品由生产地送到消费地的所有流通活动，其内容包括为用户服务、需求预测、情报信息联系、材料搬运、订单处理、选址、采购、包装、运输、装卸、废料处理及仓库管理等。（美国物流管理协会——American Council of Logistics Management 的定义）

物流是产品从卖方到买方的全部转移过程。为了全面实现某一战略、目标或任务，把运输、供应仓储、维护、采购、承包和自动化综合成一个单一的功能，以确保每个环节的最优化。（日本通商产业省运输综合研究所的定义）

物流是一种物的实体流通活动，在流通过程中，透过管理程序有效结合运输、仓储、装卸、包装、流通加工、资讯等相关物流机能性活动，以创造价值、满足顾客及社会需求。简单地说：物流是货品从生产地至消费者或使用地的整个流通过程。（中国台湾物流协会的定义）

在2001年颁布的中华人民共和国国家标准《物流术语》（GB/T 18354-2001）中，对物流的定义是：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实施的有

机结合。

理解物流概念,应当注意以下基本要点:

(1) 物的概念

物:物流中的“物”的概念是指一切可以进行物理性位置移动的物质资料。物流中所指“物”的一个重要特点,是其必须可以发生物理性位移,而这一位移的参照系是地球。因此,固定了的设施等不是物流要研究的对象。

物资:在我国专指生产资料,有时也泛指全部物质资料,较多指工业品生产资料。其与物流中的“物”的区别在于:“物资”中包含相当一部分不能发生物理性位移的生产资料,这一部分不属于物流研究的范畴,例如建筑设施、土地等;而同时,属于物流对象的各种生活资料又不能包含在作为生产资料理解的“物资”概念之中。

物料:是我国生产领域中的一个专门概念。生产企业习惯于将最终产品之外的,在生产领域流转的一切材料(不论其来自生产资料还是生活资料)、燃料、零部件、半成品、外协件以及生产过程中必然产生的边角余料、废料及各种废物统称为“物料”。

货物:是我国交通运输领域中的一个专门概念。交通运输领域将其经营的对象分为两大类,一类是人,一类是物,除人之外,“物”的这一类统称为货物。

商品:商品和物流中的“物”的概念是互相包含的。商品中的一切可发生物理性位移的物质实体,也即商品中凡具有可运动要素及物质实体要素的,都是物流所研究的“物”,有一部分商品则不属此列。因此,物流中的“物”有可能是商品,也有可能是非商品。商品实体仅是物流中“物”的一部分。

物品:是生产、办公、生活领域常用的一个概念。在生产领域中,一般指不参加生产过程,不进入产品实体,而仅在管理、行政、后勤、教育等领域使用的与生产相关的或有时完全无关的物质实体;在办公、生活领域则泛指与办公、生活消费有关的所有物件。在这些领域中,物流中所指之“物”,就是通常所称的物品。

(2) 流的概念

流:物流中之“流”,指的是物理性运动。

流通:物流的“流”,经营被人误解为“流通”。“流”的要领和“流通”的概念是既有联系又有区别的。其联系在于,流通过程中,物的物理性位移常伴随交换而发生,这种物的物理性位移是最终实现流通不可缺少的物的转移过程。物流中“流”的一个重点领域是流通领域,不少人因此甚至只研究流通领域,或者干脆将“流”与“流通”混淆起来。“流”和“流通”的区别主要在两点:一是涵盖的领域不同,“流”不但涵盖流通领域,也涵盖生产、生活等领域,凡是有物发生物理位移的领域,都是“流”的领域。流通中的“流”从范畴来看只是全部“流”的一个局部;二是“流通”并不以其整体作为“流”的一部分,而是以其实物物理

性运动的局部构成“流”的一部分。流通领域商业活动中的交易、谈判、契约、分配、结算等所谓“商流”活动和贯穿于之间的信息流等等都不能纳入到物理性运动之中。

流程：物流中之“流”可以理解为生产的“流程”。生产领域中之物料是按工艺流程要求进行运动的，这个流程水平的高低、合理与否对生产的成本和效益以及生产规模影响颇大，因而生产领域“流”的问题是非常重要的。

物流：是指物质资料从供给者到需求者的物理性运动，主要创造时间价值和场所价值有时也创造一定加工价值的活动。

图 1—1 反映了管理系统中的四流——商流、物流、信息流、资金流的关系。

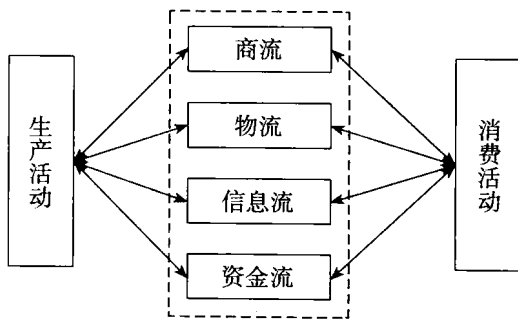


图 1—1 管理系统中的四流关系

3. 物流的价值

物流所创造的主要价值包括时间价值、场所价值和加工附加价值。

(1) 时间价值

“物”从供给者到需要者之间有一段时间差，由于改变这一时间差所创造的价值，称做“时间价值”。时间价值通过物流获得的形式有以下几种：

①缩短时间创造价值。缩短物流时间，可获得多方面的好处，如减少物流损失，降低物流消耗，增加物的周转，节约资金等。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、系统的方法来尽量缩短物流的宏观时间和有针对性地缩短微观物流时间，从而取得高的时间价值。

②弥补时间差创造价值。经济社会中，需要和供给普遍地存在着时间性差异。这有很多例证：例如，粮食生产有严格的季节性和周期性，这就决定了粮食的集中产出，但是人们的粮食消费是一年 365 天天有所需求的，因而供给和需求之间就出现了时间差。又如，农作物的化肥消耗是有季节性的，而化肥生产企业的生产必须连续进行，每时、每天都在生产产品，但是其消费却带有一定的集中性。再如，凌晨磨制的鲜豆浆在上午出售；前日采摘的果蔬在次日出售等，都说明供给与需求之间存在时间差。正是有了这个时间差，商品才能取得自身的最高价值，才能获得十分理想的效益。但是，商品本身是不会自动弥合这个时间差的，如果没有有效的

方法,集中生产出的粮食除了当时的少量消耗外,就会腐烂掉,而在非产出时间人们则会找不到粮食吃;同样,农作物施肥季节就可能会出现化肥供给不足的现象,影响收成。物流便是以科学的系统方法来弥补或者有时是改变这种时间差,实现“时间价值”。

③延长时间差创造价值。前面讲到缩短物流时间差来创造价值。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的情况。例如,白酒、普洱茶以及未来市场价格预期上涨的生产资料的存储便是一种有意识地延长物流时间、有意识增加时间差来创造价值的活动。当然,一般来讲这是特例,不是普遍的规律现象。

(2) 场所价值

“物”从供给者到需求者之间有一段空间差异。供给者和需求者之间往往处于不同的场所,由于改变这一场所的差别创造的价值被称做“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,主要原因是供给和需求之间的空间差,商品在不同地理位置有不同的价值,通过物流将商品由低价值区转到高价值区,便可获得价值差,即“场所价值”。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,使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,有时甚至可以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有时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吨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、车辆都需通过物流流入分散需求地区,物流的“场所价值”也依此决定。

②从分散生产场所流入集中需求场所创造价值。与上面相反的情况在现代社会中也不少见。例如,粮食是分散生产出来的,而一个大城市的需求却相对大规模集中;一个大汽车厂的零配件生产也分布得非常广,但却集中在一个大厂中装配,这也形成了分散生产和集中需求,物流便因此取得了场所价值。

③从生产的甲地流入需求的乙地创造场所价值。现代社会中供应与需求的空间差比比皆是,十分普遍,除了大生产所决定的之外,有不少是由自然地理和社会发展因素决定的。例如,农村生产粮食、蔬菜而与城市消费不在同一地点,南方生产荔枝而与各地消费不在同一地点,北方生产高粱而与各地消费不在同一地点等。现代人每日消费的物品几乎都是在相距一定距离甚至十分遥远的地方生产的,这么复杂交错的供给与需求空间差都是靠物流来调节的,物流也从中获得了利益。

(3) 加工附加价值

有时,物流也可以创造加工附加价值。加工是生产领域常用的手段,并不是物