



普通高等教育“十三五”规划教材 工商管理系列

物流学导论

桂寿平◎主编

Introduction to
Logistics



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社



普通高等教育“十三五”规划教材 工商管理系列

物流学导论

桂寿平◎主编



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

物流学导论 / 桂寿平主编. — 2版. — 北京: 北京师范大学出版社, 2017.3

普通高等教育“十三五”规划教材. 工商管理系列
ISBN 978-7-303-22059-5

I. ①物… II. ①桂… III. ①物流—高等学校—教材 IV. ①P252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 028054 号

营销中心电话	010-62978190 62979006
北师大出版社科技与经管分社	www.jswsbook.com
电子邮箱	jswsbook@163.com

WULIUXUE DAOLUN

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com
北京市海淀区新街口外大街 19 号
邮政编码: 100875

印 刷: 三河市东兴印刷有限公司
经 销: 全国新华书店
开 本: 730 mm × 980 mm 1/16
印 张: 21.5
字 数: 411 千字
版 次: 2017 年 3 月第 2 版
印 次: 2017 年 3 月第 2 次印刷
定 价: 39.80 元

策划编辑: 李红芳 韦燕春 责任编辑: 韦燕春 李红芳
美术编辑: 刘 超 装帧设计: 刘 超
责任校对: 赵非非 责任印制: 赵非非

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-62978190

北京读者服务部电话: 010-62979006-8021

外埠邮购电话: 010-62978190

本书如有印装质量问题, 请与出版部联系调换。

印制管理部电话: 010-62979006-8006

前言

物流是现代经济的基础性产业，它对国民经济的发展和
企业综合实力的提高具有极为重要的意义，因而受到了各级
政府、企业和学术界的高度重视，被誉为经济领域的“黑大
陆”、企业的“第三利润源泉”。

进入 21 世纪，随着市场经济的发展，传统物流逐步向现
代物流转型，物流业具有了新的内涵，现代物流业的发展受
到了前所未有的关注，物流热持续升温，发展势头迅猛。物
流业已由过去的末端行业，上升为引导生产、促进消费的先
导行业。现代物流业是以现代运输业为重点，以信息技术为
支撑，以现代制造业和商业为基础，集系统化、信息化、仓
储现代化为一体的综合性产业。发展现代物流业、构建现代
供应链，从而形成适应未来市场需求的、以下游需求为导向
的产、供、销为一体的完整产业链，进而形成竞争优势，已
成为诸多企业在 21 世纪的战略选择。在新的经济形势下，现
行物流模式亟待改进，物流观念亟需更新，物流管理水平有
待提高。

为了适应新的经济发展环境，满足现代物流专业教学和
企业专业人员学习及更新物流知识的需要，由北京师范大学
出版社组织编写了“物流学核心课系列教材”之《物流学导论》
一书。

本书是面向现代物流管理专业的基础课教材，在借鉴和
吸收国内外物流学基础理论和最新研究成果的基础上，密切
结合现代物流的发展和物流管理专业教学的实际，在知识体
系、架构和编写内容上均体现现代物流的特色。本书内容主
要包括物流绪论、物流的基本业务功能与物流管理和应用三

大块。书中每章的开头都附有“背景资料”，每章内附有“阅读案例”，可以帮助读者更好地理解每章的关键概念，理清学习思路，提高学习兴趣；章尾还附有大量习题和案例分析，以满足本科教育的实践型需求。

本书在编写过程中参考了有关学者的著作、教材及案例；研究生湛亮、张兰、涂桂禄、黄活泼、杨勇、张景秀等同学做了大量的资料收集与文稿整理工作，在此一并表示感谢。

由于水平有限，书中难免有不妥和错误之处，恳请读者批评、指正。

桂寿平

目 录

第1章 物流学基础理论 /1

- 1.1 物流概述 1
- 1.2 物流的价值及其在国民经济中的地位与作用 4
- 1.3 物流学主要观点与物流学性质 9

第2章 物流与供应链 /17

- 2.1 供应链与供应链管理 17
- 2.2 物流与供应链管理 22
- 2.3 基于电子商务的供应链管理 26

第3章 物流系统 /32

- 3.1 物流系统的概述 32
- 3.2 物流系统的功能 37
- 3.3 物流系统模式与合理化 41
- 3.4 若干新物流系统 45
- 3.5 物流网络和物流结点 48
- 3.6 物流业 53

第4章 采购管理 /60

4.1 传统采购与采购管理	60
4.2 采购模式和流程	61
4.3 供应商选择	63
4.4 基于电子商务的采购管理	67

第5章 包装与装卸搬运 /75

5.1 包装概述	75
5.2 包装技术及标准化	79
5.3 包装合理化及其发展新趋势	86
5.4 装卸搬运概述	91
5.5 装卸搬运合理化	93
5.6 浅谈装卸搬运设备——叉车	96

第6章 运输管理 /100

6.1 运输概述	100
6.2 运输方式	102
6.3 运输合理化及现代化	111

第7章 配 送 /119

7.1 配送概述	119
7.2 配送的分类	123
7.3 配送操作及流程	133
7.4 配送中心	137
7.5 配送合理化	142

第8章 流通加工 /151

8.1 流通加工概述	151
8.2 流通加工的类型	156
8.3 流通加工形式	158

8.4	流通加工合理化	164
第9章	仓储管理与库存控制 /169	
9.1	仓储管理	169
9.2	库存控制	180
第10章	信息处理 /202	
10.1	物流信息	202
10.2	物流信息技术	205
10.3	物流信息系统	224
第11章	企业物流 /239	
11.1	企业物流	239
11.2	供应物流	240
11.3	企业的生产物流	244
11.4	销售物流	248
11.5	废弃物和再生资源物流	250
第12章	物流外包 /259	
12.1	第三方物流	259
12.2	第四方物流	264
12.3	第五方物流	269
第13章	多式联运与集装物流系统 /276	
13.1	多式联运	276
13.2	集装箱物流	281
13.3	托盘物流	289
13.4	散装物流	294
13.5	其他集装方式	297

第 14 章 现代物流发展的新趋势 /306

- 14.1 电子商务物流(electronic commerce logistics) ... 306
- 14.2 绿色物流(green logistics)..... 312
- 14.3 虚拟物流(virtual logistics) 320

参考文献 /335

第1章 物流学基础理论

【背景资料】

随着经济全球化和信息技术的迅速发展,企业生产资料的获取与产品营销范围日趋扩大,社会生产、物资流通、商品交易及其管理方式正在并将继续发生深刻的变革。与此相适应,被普遍认为企业在降低物质消耗、提高劳动生产率以外的“第三利润源”的现代物流业正在世界范围内广泛兴起。

我国现代物流发展正处于起步阶段,与先进国家相比尚有很大差距,但市场潜力和发展前景十分广阔。加快我国现代物流发展,对于优化资源配置,调整经济结构,改善投资环境,增强综合国力和企业竞争能力,提高经济运行质量与效益,实现可持续发展战略,推进我国经济体制与经济增长方式的根本性转变,具有非常重要而深远的意义。

1.1 物流概述

1.1.1 物流的定义和内涵

自从人类进入了文明社会,就产生了物流活动。随着经济社会的快速发展,物流的定义和内涵也不断地进化、发展和完善,对于“物流”概念的理解,不同国家、不同的学派、不同的学术团体、不同时期都有所差别。物流定义和内涵的发展演变过程正好反映了不同时期物流理论、物流运营管理甚至是物流技术的发展进步轨迹。

物流的概念最早始于美国,1921年阿奇·萧在《市场流通中的若干问题》(*Some Problems in a Market Distribution*)一书中明确指出“物流是与创造需求不同的一个问题”、“创造需求与实物供给的各种活动之间的关系存在平衡性和相互依赖性两个原则”,并提到“物流经过时间或空间的转移会产生附加价值”等,这些观点是物流理论形成和发展的基础。

20世纪30年代初,“实物供应”(physical supply)这一名词在一部关于市场营销的基础教科书中出现,该名词涉及物流运输、物资储存等现代物流所包含的业务功能。

1933年,美国市场营销协会(AMA)最早给物流下的定义是:“物流(physical distribution)是销售活动中所伴随的物质资料从生产地到消费地的种种企业活动,包括服务过程。”

1935年,美国销售协会给物流下的定义是:“物流是包含于销售之中的物质资料和服务从生产地到消费地流动过程中伴随的种种活动。”

第二次世界大战期间,美国从军事需求出发,在对军火进行战时供应时,

采用“物流管理”(logistics management)对军火的运输、补给和屯驻等管理活动进行描述。第二次世界大战后,“物流”一词在企业管理中出现,被称作“企业物流”(business logistics)。

20世纪60年代,日本正式引进“物流”这一概念,并将其解释为“物的流通”、“实物流通”。日本通产省物流调查会对物流的定义为:“物流是制品从生产地到最终消费地的物理性移动过程。具体由包装、装卸、运输、保管以及信息等活动组成。”这一概念对物流的功能和内涵进行了扩充,为现代物流理论的诞生奠定了基础。此后,物流理论在全世界得到了广泛应用和发展。

随着物流科学的迅速发展,物流的定义和内涵随着时代发展而不断变化,各国迄今为止尚未对物流定义达成一致。

1981年日本日通综合研究所对物流的定义是:“物流是物质资料从供给者向需求者的物理性移动,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。如果不经过程,物就不能移动。”

1985年加拿大物流管理协会对物流下的定义为:“物流是对原材料、在制品库存、产成品及相关信息从起源地到消费地的有效率、有效益的流动和储存进行计划、执行和控制,以满足顾客要求的过程。该过程包括进向、去向和内部流动。”

1999年联合国物流委员会对物流作的定义是:“物流是为了满足消费者需要而进行的从起点到终点的原材料、中间过程库存、最终产品和相关信息有效流动和储存的计划、实现和控制管理的过程。”

2001年美国物流管理权威机构——美国物流管理协会将物流定义为:“物流是供应链流程的一部分,是为了满足客户需求而对商品、服务及相关信息从原产地到消费地的高效率、高效果的正向和反向流动及储存进行的计划、实施与控制的过程。”定义中的“高效率”指最佳地利用资源,“高效果”指满足客户和消费者需求。高效率和高效果的结合就是要达到这样一种状态,即“在正确的时间、以正确的数量、用正确的价格、采用正确的方式、把正确的产品(或服务)送到正确地点的正确的客户手中。”

自从20世纪80年代初“物流”一词从日本引入中国以来,物流理论和思想在中国得到了长足的发展。我国学术界的看法不一,一般将英文的实物分销(physical distribution)和后勤(logistics)都译成物流,并仍保留原来物流的主要含义和全部结构。至于对物流的理解,即使没有两个词汇的翻译问题,也必然是变化和发展的。但是,也有些学者主张把物流与后勤作为这门科学两个时代的词汇标志,在翻译上应有所区分。

中国国内对物流的定义与美国的存在一些差异,而与日本的物流定义相近似。2001年中国国家标准(GB/T18354-2001)的物流定义是:“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有机结合。”中美两种物流定义的内涵尽管有区别,但如果考虑到两国经济发展水平、市场环境的差异和其他一些因素,我们总体上可以认为,两者的定义都是合理的:美国的物流定义着眼于微观或企业的角度,中国的物流定义则着眼于宏观和微观的结合。

随着时间的推移,物流的概念不断地发展和演变,物流的内涵也不断地丰富。在20世纪60年代以前,发达国家的物流活动基本上还处于分散发展的状态,到了20世纪七八十年代,需求预测、采购、需求规划、生产规划、制造库存、仓储和物料处理职能集成为物料管理;工业包装、产成品库存、配送规划、订单处理、运输、顾客服务集成为实体配送。进入20世纪90年代,物料管理和实体配送集成为目前人们所说的物流(管理)。

从物流的概念和定义的演变过程中,我们可以看到不同时期、不同学术团体和不同国家对物流概念的理解有所差异,但是有一点认识是共通的,即“物流是按用户(商品的购买者、需求方、制造加工工序、货主等)要求,将物的实体(商品、货物、原材料、零配件、半成品等)从供给地向需求地转移的过程。”

1.1.2 物流的功能

1. 物流的总体功能

(1)组织“实物”进行物理性的流动。这个物理性运动的动力来自五个方面:生产活动和工作活动的要求;生活活动和消费活动的要求;流通活动的要求;军事活动的要求;社会活动、公益活动的要求。

(2)实现对用户的服务。实现对用户的服务是物流的总体功能,在某些物流领域它也可以有“利润中心”、“成本中心”等作用,但是所有的物流活动,都无一例外地具有服务这个共同的功能特性。

2. 物流的具体功能

物流的具体功能有包装功能、搬运功能、装卸功能、运输功能、储存功能、保管功能、流通加工功能、配送功能、信息功能等。

这些功能要素中,运输和仓储分别解决了供给者与需求者之间场所和时间的分离,分别是物流创造“场所价值”和“时间价值”的主要功能要素,因而在物流系统中处于主要功能要素的地位;信息功能是支持物流运作,尤其是支持大范围物流网络运作的功能要素,起到支撑平台的作用,是促使物流合理化和优化的功能要素;在网络经济时代,特别看重配送功能,这是因为配送最体现物流系统最终的总体服务功能,可以说它是完善服务功能的要素;流通加工功能是物流过程中形成物流增值效应的主要功能要素;包装、搬运、装卸、保管在物流过程中是增加成本的功能因素,这些功能的存在对于完善物流系统、完善物流活动是必不可少的,但是这些活动也必然增加了成本支出,是影响成本的功能要素。

1.2 物流的价值及其在国民经济中的地位与作用

1.2.1 物流的价值

1. 物流价值的内涵

物流是一项围绕着客户需求而进行的综合性的服务活动,物流活动的价值是随着时间的变化和空间的转移而形成的。迈克尔·波特在《竞争优势》一书中,将企业看做一系列价值活动的组合(即价值链)。企业的价值活动包括进货、生产作业、市场营销,以及安装、维修等售后服务活动。物料伴随着价值链的基本活动逐步增值,直至形成最终的商品流通过消费者手中,最终销售收入与各项活动成本(如库存、仓储、运输等成本)之差形成了企业的利润,如图1-1所示。

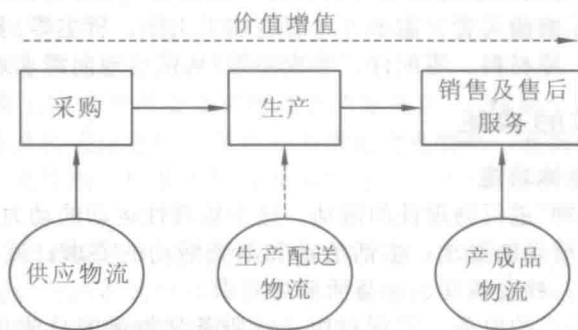


图 1-1 物流价值的增值过程

2. 物流的时间与空间价值

(1) 物流创造时间效用价值。物流通过物品供给的时间差创造价值,其途径是通过快速运输或储存使物品出现在人们会给予更高主观评价的时间,从而使商品在更高的价位上达成交易。物流的时间价值可以用商品不同时间的价格差加上物流费用来计算。

(2) 物流创造地点效用价值。物流可以使物品从低价值的地方流入高价值的地方,方式可能是将同一物品从集中的生产地点向分散的市场流动,也可能是将各种物品从不同的生产场所向集中的市场流动。不管是哪一种形式,其目的都是为了通过场所的变化增加物品在消费者心中的效用,从而可以卖到一个比原来地点更高的价位。因此,同一商品在不同地点的价格差加上物流费用就是物流创造的地点效用价值。

3. 物流的微观价值

(1) 物流的降低成本价值。物流合理化有大幅度降低企业经营成本的作用,对改善我国经济运行环境、减少和解决企业的困难有重要作用。当前我国许多企业面临困难的重要原因之一是成本过高。发展物流产业,能够有效降低社

会流通成本,从而降低企业供应及销售的成本,起到改善企业外部环境的作用;企业生产过程的物流合理化,又能够降低生产成本,这对于解决我国企业当前的困难无疑是非常有利的。

(2)物流的利润价值。物流活动的合理化,可以通过降低生产的经营成本间接提高利润,这只是物流利润价值的一个表现。对于专门从事物流经营活动的企业而言,通过有效的经营,可以为生产企业创造“第三利润源”,即通过物流企业的有效服务,可以为生产企业创造利润。

许多物流企业,在为用户服务的同时,还可以起到自己的“利润中心”作用,可以成为企业和国民经济新的利润增长点。国民经济的许多领域过去把许多物流活动当作公益活动来办,投入没有回报、组织不合理、服务水平低、技术落后,这些领域采用现代物流的组织、管理和技术之后,可以成为国民经济新的利润源;企业中的许多物流活动,例如连锁配送、流通加工等,都可以直接成为企业利润新的来源。

(3)物流的服务价值。物流可以提供良好的服务,这种服务有利于参与市场竞争,有利于树立企业和品牌的形象,有利于和服务对象结成长期的、稳定的、战略合作的伙伴,这对企业长远的、战略性的发展有非常重要的意义。物流的服务价值,实际上就是促进企业战略发展的价值。

【案例阅读】 物流施压京东商城

2009年年初,由国内B2C网络零售商京东商城斥资2 000万元建立的上海圆迈快递公司在上海成立。自去年11月中旬开始,京东商城业务量暴涨,曾一度达到30%的业务增长量,这直接冲击了公司的物流配送系统。“每天多出2 000到5 000的订单。这是绝对数值,这需要一大批员工来处理,而员工从培训到上岗的过程一般需要两个月时间,当时那段时间对我们来说很痛苦。”京东商城创始人刘强东毫不讳言物流体系的落后对公司业务的冲击。

物流是网购过程中企业与消费者能直接相互接触的少量环节之一,也是直接影响用户体验和满意度的重要环节。刘强东坦言,客户购物满意度的70%决定于配送的及时性,而物流配送平台不健全、机制不完善成为制约京东商城继续壮大的瓶颈。

资料来源:《中国物流与采购》,2009(10)。

1.2.2 物流在国民经济中的地位与作用

物流的概念虽然形成不久,但物流的基本功能和要素早已存在。物流的产生和发展有其深远的历史背景和深刻的经济根源。

首先,物流的产生和发展是社会再生产的需要,是解决生产与消费之间矛盾的客观要求。任何社会化生产都由生产、分配、流通、消费四个阶段组成。流通的出现和商品经济的发展有着密切的关系。没有流通,买与卖的关系就衍

接不起来,生产与消费之间的矛盾就无法解决。因此,商品生产的发展离不开流通,而商品流通又直接为生产发展服务。

在商品流通过程中,一方面要发生商品所有权的转换(由卖方转向买方),即实现商品的价值。这个过程可称为“商流”或“购销活动”。另一方面又要完成商品从生产地到消费地的空间转移,即发生商品的实体运动,实现商品的使用价值。流通首先来源于商品的交换活动,来源于买卖活动,即来源于商流。但是,仅仅完成买卖活动,实现了商品所有权的转移,并没有结束商品流通过程,卖方还需将商品交付给买方。商品从卖方到买方的场所转移,或者说商品从其生产地到消费地的实体运动过程,包括运输、装卸搬运、包装、保管等活动,这就是物流的主要组成部分。

其次,物流不仅仅是流通的重要因素,也是生产的重要因素。生产是指以一定的生产关系联系起来的人们,对自然界进行改造,并创造物质资料(物质财富)的过程。物质资料的生产是人类社会存在和发展的基础。随着生产力水平的提高和专业化协作的发展,在社会生产中各个产业、行业,各个工种、工序之间的分工越来越细,原材料、燃料、工具、设备、半成品、协作件的购买、储存、包装、运输、装卸搬运等物流活动越来越复杂,构成生产过程的有机组成部分。同时,现代化的生产企业本身也是一个复杂的有机整体,内部分工细致,各种物质的生产要素在企业内部也需要有一定时间的(一般是比较短暂的)储存和保管,需要有搬运和装卸,需要补充加工。因此,从一个生产企业来看,即从微观角度来观察,物流过程包括原材料、燃料、工具设备以及半成品、零配件在企业内部的运动过程,它们处于直接的生产领域之内,超出商品流通的范畴。但是,它们都是生产和商品流通必需的物流活动,是生产企业、流通企业与消费者之间物流活动的重要基础。因此,从宏观角度和企业内部角度观察的物流过程分别如图 1-2、图 1-3 所示。

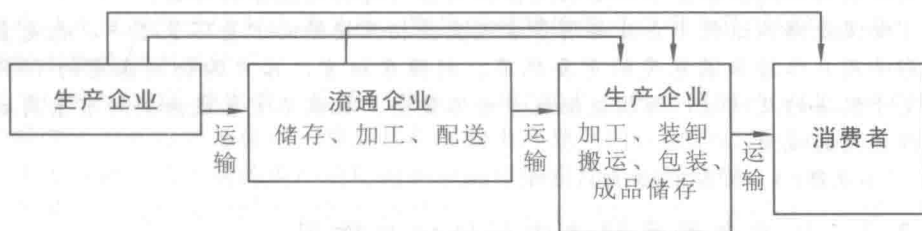


图 1-2 从宏观角度观察的物流过程

因此,物流在国民经济中占有重要地位,对经济的发展起着重要作用。

(1)物流是国民经济的大动脉,连接社会生产的各个部分,使之成为一个有机整体。任何一个社会或国家都由众多的产业、部门及其企业组成,这些产业、部门及其企业又分布在不同的地区,属于不同的所有者。它们之间相互供



图 1-3 从生产企业内部角度观察的物流过程

应产品，用于生产性消费和生活性消费，它们相互依赖又相互竞争，形成极其错综复杂的关系。物流就是维系这些关系的纽带和桥梁。

(2)物流是提高微观经济效益和宏观经济效益的“第三个利润源”。人类社会发展到今天，就连发达国家对物流成本的微观和宏观的认识都有一个形象的比喻叫做“物流冰山说”，即人们现在可见的物流成本只是“冰山露出水面”的那一部分，至多只有 20% 的份额，而“80% 以上隐藏在水面之下”的不可见物流成本，实际上包含在诸如材料费、管理费、设备费、工资支出等许多费用中，即生产成本和流通成本的重要组成部分就是物流成本。同时发达国家已发现通过降低物质资源消耗而获取利润(所谓第一个利润源)和通过节约人力资源而增加利润(所谓第二个利润源)潜力已经越来越小，越来越有限，通过降低物流费用(尤其是隐性物流费用)以增加利润的潜力却很大，故而称为第三个利润源。现代物流的组织，直接决定着生产过程能否顺利进行，决定着产品的价值和使用价值能否得以顺利实现。因而，组织好物流对于提高企业经济效益和社会宏观效益都有重大作用。

(3)物流是社会生产顺利、有效进行的前提条件。社会生产的一个主要特点是它的连续性，始终伴随着连续不断“再生产之流”的就是物流，而且现代社会生产的总体效率和效益已不是主要依赖生产过程本身，而是依赖于与生产过程相伴的物流的有效性、准时性、合理性。因此，物流是社会再生产不断有效进行、有效创造社会财富的前提条件。

(4)物流是保证商流顺畅、实现商品的价值和使用价值的物质基础。在商品流通中，是先有商流再有物流。商流解决交换商品的所有权(包括支配权和使用权)问题，而物流才是商品交换过程中所要解决的社会物质交换过程的具体体现。没有物流过程，包含在商品中的价值和使用价值就不能实现，没有有效的物流，也就没有真正意义上的商品流通。

(5)物流系统的有序性、有效性及物流技术的创新性是决定生产规模和产业结构的重要因素。现代社会商品生产的发展要求生产社会化、专业化、规范

化以及可协调性和可持续发展。但是,没有物流的发展,这些要求是难以实现的。例如,现代化工业生产要求柔性、准时生产(零库存方式),如果没有现代物流系统的协调运筹,没有物流服务方式创新的准时供货,没有物流信息系统的调度控制,则一切都只是空中楼阁。

总之,物流是进行生产和建设的基本前提,是实现商品价值和使用价值的重要保障,是形成国内市场统一的客观基础,是参与国际市场竞争的必要条件。物流业可以大大降低商品的物流成本,从而成为现代经济增长的新利润源,对国民经济增长起支持和推动作用。

经济的全球化和科学技术的日新月异,是当代世界经济社会发展的基本趋势和特点。现代物流业的发展既是经济全球化的产物,又是搭建经济全球化平台的重要因素。现代物流业在国民经济中地位日益突出,是全球信息化速度最快的产业部门之一,已成为发达国家经济的重要组成部分。现代物流活动是城市经济作为国民经济中枢的具体表现,以日本为例,包括东京、大阪、神户和京都等城市在内的三大经济圈的物流总量占日本全国的比重长期保持在44%以上,不仅对日本经济发挥了支持作用,也使日本能够成为东亚经济的中枢。

【案例阅读】 物流现状

鉴于物流相关基础设施对于中国经济的持续增长具有重要意义,国民经济和社会发展第十一个五年规划(2006—2010)将物流业确定为中国的战略性新兴产业。中国政府已经下大力气提高物流业服务水平,持续推进物流业基础设施建设,鼓励更为广泛地应用信息技术,并引进更多合适的行业标准。在中国政府总额达4万亿元人民币(5840亿美元)的经济刺激投资中,有很大一部分用于包括公路、机场、铁路和港口在内的新基础设施建设。物流也将成为服务业的关键,在经济低迷时期创造就业机会。2007年,物流业创造的附加值与2006年同比增长了20.3%,达到1.7万亿元人民币,占中国国民生产总值的6.9%。

中国物流业一直保持快速发展,2007年总营业额达到75.2万亿元人民币,较上年增长26.2%。然而,高成本、低效率的问题长期存在,不仅造成了瓶颈,还限制了行业全面发展的潜力。据估计,中国物流业的平均单位成本是美国的2~3倍。中国政府和业界人士已经认识到这些问题并在寻求解决方案。在这一过程中,拥有技术、经验和资金的外国物流服务供应商将会发挥建设性作用。

资料来源:《中国物流与采购》,2009(10)。