

21世纪物流管理学系列教材

物流管理学

Logistics Management

主编 海峰 胡娟



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

21世纪物流管理学系列教材

物流管理学

主编 / 海峰 胡娟

Logistics Management



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

物流管理学/海峰,胡娟主编. —武汉: 武汉大学出版社, 2007. 9
21 世纪物流管理学系列教材
ISBN 978-7-307-05781-4

I. 物… II. ①海… ②胡… III. 物流—物资管理—高等学校—教材 N. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 126448 号

责任编辑:夏敏玲 黄笑微 责任校对:黄添生 版式设计:詹锦玲

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:湖北省荆州市今印印务有限公司

开本: 787×980 1/16 印张: 21.25 字数: 415 千字

版次: 2007 年 9 月第 1 版 2007 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-05781-4/F · 1072 定价: 29.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

总 序

《21 世纪物流管理学系列教材》是武汉大学“十一五”规划教材之一,也是近几年中国物流学科蓬勃发展的成果之一。海峰教授嘱我写个序,我想从我国物流教育与人才培养的角度谈些认识,希望能够对推动我国物流教育和物流学科建设起点作用。

改革开放以来,伴随着我国经济的持续快速发展,我国物流业发展很快,到 2006 年物流增加值已占整个服务业增加值的 17.1%。物流产业作为新兴的生产性服务业,已成为我国现代服务业的一个重要支柱。但我国物流发展还刚刚起步,在很多方面与发达国家相比仍然有不少差距,其中物流人才的短缺成为制约我国物流发展的重要因素之一。物流人才,特别是复合型物流高级管理人才和专业性、技能性很强的物流专业人才,已成为我国 12 类紧缺人才之一。《中国物流发展与人才需求研究报告》显示,2004 年底我国物流从业人员为 1676 万人,具有大专以上学历者占 21.56%,低于全国各行业 24.33% 的平均水平。据预测,到 2010 年我国物流从业人员将达到 2060 万人,大专以上学历人才比重将达到 27.5%,从 2004 年到 2010 年,全国物流行业平均每年需要转增大专以上学历物流人才 40 万人左右。另据教育部信息中心统计,2005 年我国高等院校物流专业大专以上学历毕业生仅为 8780 人,远远满足不了我国现代物流快速发展的需要。

我国高等院校开展物流教育是 21 世纪初才开始的,但发展速度相当快。到目前为止,国内已有 273 所高校开设物流本科专业。高等院校物流管理专业的课程设置主要侧重于培养具备物流管理、规划、设计等较强实务运作能力的高级现代物流管理人才,教学计划中设置必修课、选修课、实验和实践环节。专业必修课一般在第三、第四学年开设,主要包括仓储管理、配送与配送中心、供应链与物流管理、物流信息管理、物流成本管理、企业物流管理等十几门课程;专业选修课包括与物流管理相关的一些课程,包括国际物流、电子商务、国际贸易、物流规划、采购学、企业战略、宏观经济学等课程。

应当看到,我国物流教育目前仍处在探索发展阶段,在培养目标、课程结构和教学方法等方面,都还落后于西方发达国家,也与我国社会经济发展对物流人才的客观需求存在差距。美国单独设立物流专业的大学数量相对来说还比较少,包括加州大学伯克利分校、麻省理工学院等共 50 多所大学开设了物流管理本科专业,一般隶属于商学院、土木工程系或工业工程系。美国本科物流课程大多是作为一些专

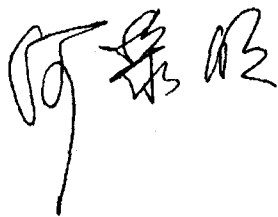
业,如工商管理、营销和运作管理专业的必修课或选修课,例如麻省理工学院将物流与运输规划方法、供应链规划、生产系统与供应链设计等课程作为运作管理专业的选修课程。也有一些大学在专业下设立专门的物流方向,如威斯康新大学工商管理专业下的物流与运输管理方向,佛罗里达州立大学营销专业下的供应链管理方向,休斯顿大学工业工程专业下的配送与物流工程方向等。根据美国物流职业类型的调查,美国物流管理者的专业结构中,本科毕业生的专业结构分别为物流12%、商科52%、工程23%、其他专业13%;研究生毕业的从业人员的专业结构分别为物流13%、商科73%、工程12%、其他专业2%。这表明,物流人才专业背景以商科为主,物流管理人员的层次越高,越要求具有商科专业背景,工程和其他专业的物流从业人员比重有所降低。可见,物流专业人才需要广博的知识背景,物流专业教育不应仅局限于物流专业知识本身,而应拓宽专业的广度。

武汉大学经济与管理学院在我国物流教育与人才培养方面做了很多探索,取得了不少经验。当前我国物流教育领域有些院校师资力量薄弱,精品教材不多,案例教材更少,这些都是制约我国物流教育与人才培养的重要问题。《21世纪物流管理学系列教材》的编辑出版,对我国物流教材体系的建设是一次很有意义的积极探索。这套系列教材是由武汉大学经济与管理学院的教师为主,联合武汉理工大学管理学院、武汉科技大学管理学院的教师共同编撰的。他们当中既有学术界的著名学者,也有中青年学术骨干,不仅在教学科研方面卓有成就,参与过多项重要课题的研究,还为许多知名企业开展过物流管理咨询活动,这使得丛书具有较高的系统性、科学性、可读性和社会实践价值。

21世纪现代物流的发展关键在人才。我国物流教育与物流人才培养工作任务道远,需要借鉴国外先进的物流教育模式,更需要结合中国国情,调整和开发适合中国物流产业发展的物流学科体系。这需要广大从事物流理论研究、物流教育和物流人才培养的实际工作者不断探索,勇于创新,与时俱进,开拓进取。只有这样,才能为我国现代物流又好又快的发展提供足够的理论、教育和人才支持。

是为序。

中国物流学会会长



2007年7月25日

前 言

物流是一个古老的话题,又是一个具有无限发展空间的新兴产业。在经济全球化、市场竞争加剧及信息技术快速发展的时代,物流活动已成为企业降低成本、区域及国家综合实力提高所关注的又一领域。尽管物流作为一个学科发展的历史不长,但其表现出的生机和活力在当前经济活动中尤为突出。物流业作为一个与所有产业紧密相联系的基础性产业,它的发展不仅可以加速其他产业之间的相互联系,提高相关产业的竞争力,而且可以带动一系列产业的发展和促进产业的升级。

本书是在近四年对本科生、研究生讲授“物流管理学”课程的基础上进行总结,针对本科生、研究生的特点及物流管理学科发展的趋势编撰的教材。教材分为两大部分:

第一部分,介绍物流管理的基本理论、体系和方法;

第二部分,针对目前国内外物流发展热点,以专题的形式介绍了物流园区、配送中心及第三方物流和第四方物流。

本书的特点主要体现在以下几方面:

第一,确定物流管理的内在逻辑,即围绕着物流企业的战略、战术和运作决策三个环节展开内容的介绍。

第二,教材围绕着内容,提供了丰富的案例、专栏和复习思考题,以巩固学习成果,扩大信息量,提高分析问题和解决问题的能力。

学习本课程时要注意物流管理的内在逻辑联系:第1章、第2章、第3章、第9章、第10章构成《物流管理学》的完整体系;第4章客户服务是介绍物流企业如何提高其物流服务的水平,使其更具有竞争力;第5章从物流系统的角度来认识物流系统的相关要素;第6章、第7章和第8章是分别对物流活动运输、储存、包装、搬运装卸和流通加工等基本功能进行介绍。专题部分共分三章,分别对目前国内物流活动最为活跃的领域:物流园区,第三方、第四方物流及配送中心的相关内容进行介绍。

本教材是为物流管理专业的大学生学习物流管理专业而编写的,也可以供企业和社会各界的广大读者学习。

本书的第1章、第2章、第3章、第9章、第10章、第13章由武汉大学海峰老师编写,第4章、第5章、第6章、第7章、第8章、第11章、第12章由湖北

工业大学胡娟老师编写，全书由海峰老师统纂、修改、审定。

本教材作为武汉大学“十一五”规划教材，得到了武汉大学教务部的大力支持，同时武汉大学出版社为本书的出版提供了大力的支持，在此一并表示感谢。

目 录

总序	1
前言	1
第1章 物流概述	1
1.1 物流概念的发展历程	1
1.1.1 西方物流概念的发展历程	1
1.1.2 我国物流概念的引入和研究	6
1.2 现代物流业的构成	7
1.2.1 物流基本活动及物流活动的六要素	9
1.2.2 物流类型	10
1.2.3 物流组织类型	12
1.2.4 物流节点	13
1.2.5 物流范围	13
1.2.6 物流产业	14
1.3 现代物流的重要作用	15
1.3.1 现代物流在企业中的作用	15
1.3.2 现代物流在国民经济中的作用	17
1.4 现代物流的特点和发展趋势	19
1.4.1 现代物流与传统物流的区别	19
1.4.2 现代物流的发展特点与发展趋势	21
第2章 物流管理	25
2.1 物流管理的概念、目标和主要内容	25
2.2 物流管理与供应链管理	26
2.3 有效的物流管理是企业创造利润的“第三利润源泉”	27
2.4 物流企业的基本问题	28
2.5 物流管理(学)的逻辑	28

第3章 物流战略	36
3.1 企业物流战略概述	36
3.1.1 物流对于企业的战略意义	36
3.1.2 企业物流战略的概念	38
3.1.3 企业物流战略的目标	39
3.1.4 制定物流战略需遵守的原则	40
3.2 物流企业决策	42
3.2.1 战略决策	43
3.2.2 战术决策	49
3.2.3 运作(实施)决策	49
第4章 客户服务	54
4.1 客户服务概述	54
4.1.1 客户服务思想产生的背景	54
4.1.2 客户服务战略的基本思想	55
4.2 服务与服务质量	55
4.2.1 服务的概念及特点	55
4.2.2 服务质量及其与有形产品质量的差异	57
4.3 服务质量感知模型	57
4.4 物流客户服务定义	59
4.5 物流客户服务的重要性	59
4.5.1 对销售的影响	59
4.5.2 对客户购买的影响	59
4.5.3 对企业经营业绩和经营成本的影响	60
4.6 物流客户服务与成本的关系	61
4.7 物流客户服务的构成要素和内容	61
4.8 物流客户服务的内涵及实施	62
4.8.1 物流客户服务的内涵	62
4.8.2 物流客户服务的实施	63
4.9 如何创造有竞争优势的物流客户服务	65
4.9.1 确定不同客户的物流服务水平	65
4.9.2 同时提高企业内部服务质量和外部物流服务质量	66
4.9.3 提供物流增值服务, 提高客户满意度	67
4.9.4 导入客户关系管理(CRM), 提高客户的忠诚度	68
4.9.5 识别服务质量差距, 评价顾客感知质量水平, 维护顾客关系	69

第 5 章 物流系统要素	72
5.1 流动要素	72
5.2 资源要素	73
5.2.1 运输资源	73
5.2.2 储存资源	75
5.2.3 信息资源	75
5.3 网络要素	76
5.3.1 点	77
5.3.2 线	78
5.3.3 网络	79
5.4 物流系统功能要素的配置	80
第 6 章 运输	83
6.1 运输的功能与原理	83
6.1.1 运输的功能	83
6.1.2 运输的原理	84
6.2 运输基础结构	84
6.2.1 铁路运输	84
6.2.2 公路运输	85
6.2.3 水路运输	86
6.2.4 管道运输	87
6.2.5 航空运输	87
6.3 运输服务的提供者	89
6.4 运输经济和定价活动	91
6.4.1 因素	91
6.4.2 成本结构	94
6.4.3 定价策略	95
6.5 运输管理	96
6.5.1 运输管理的原则	96
6.5.2 运输管理的内容	96
6.5.3 组织合理运输	98
6.6 运输管理方法	99
第 7 章 储存	103

7.1 概述	103
7.1.1 储存的概念	103
7.1.2 储存的地位和作用	104
7.1.3 储存功能与基本目标	105
7.1.4 仓储战略	106
7.2 储存的分类	108
7.3 仓储作业流程	111
7.3.1 仓储作业流程内容	111
7.3.2 商品入库管理	112
7.3.3 物资在库管理	115
7.3.4 货物在库期间的维护和保养	120
7.3.5 盘点作业	121
7.3.6 货物出库管理	124
7.3.7 储存的合理化及方法	126
第8章 包装、流通加工和装卸搬运	136
8.1 包装 (Packaging)	136
8.1.1 包装的定义	136
8.1.2 包装的分类	136
8.1.3 包装的功能	137
8.1.4 包装材料、包装容器和包装技术	138
8.1.5 包装设计 (Packing Design)	144
8.1.6 包装管理 (Packing Management)	147
8.2 流通加工	149
8.2.1 流通加工的概念	149
8.2.2 流通加工的功能及其在物流中的地位	150
8.2.3 流通加工的类型	150
8.2.4 流通加工管理	152
8.2.5 流通加工合理化	153
8.3 装卸搬运	154
8.3.1 装卸搬运的概念、特点、功能及作业内容	154
8.3.2 装卸搬运“活性”理论	156
8.3.3 装卸搬运类型	156
8.3.4 主要装卸搬运机械及其特征	158
8.3.5 装卸搬运合理化	159

第 9 章 物流系统设计	163
9.1 物流系统设计的内涵与目标	163
9.1.1 物流系统设计的内涵	164
9.1.2 物流系统设计中追求的目标	164
9.2 影响物流系统设计的因素	167
9.3 物流(企业)系统设计的钥匙	168
9.4 物流系统设计的主要内容	169
9.4.1 物流网络系统	170
9.4.2 物流作业系统	173
9.4.3 物流信息系统	174
9.5 物流系统设计的基本步骤	177
9.5.1 定位分析阶段	177
9.5.2 物流系统分析与设计的基本模式	178
9.5.3 物流系统设计的评价及完善	180
第 10 章 物流系统运作	186
10.1 DRP 技术	186
10.1.1 DRP 的概述	186
10.1.2 DRP 的基本原理及应用	187
10.1.3 DRP II 的基本原理及应用	198
10.2 LRP 技术	206
10.2.1 LRP 原理	206
10.2.2 LRP 的处理逻辑原理	206
10.2.3 LRP 系统的主要功能	209
10.2.4 LRP 的处理步骤	210
第 11 章 物流园区专题	214
11.1 物流园区的基本概念	214
11.1.1 物流园区的形成	214
11.1.2 物流园区的概念	215
11.1.3 物流园区的类型	217
11.1.4 物流园区的功能	219
11.1.5 物流园区的功能定位	220
11.2 物流园区的相关理论	222

11.2.1	物流园区与物流系统理论	222
11.2.2	物流园区与区域经济理论	223
11.3	物流园区的规划思路及基本原则	224
11.3.1	物流园区的规划思路	224
11.3.2	物流园区规划的基本原则	225
11.4	国外物流园区的建设与运营模式	227
11.4.1	日本物流园区的建设与运营模式	227
11.4.2	德国物流园区建设与运营模式	228
11.4.3	国外物流园区的赢利模式分析	229
11.4.4	物流行业协会的协助作用	230
11.4.5	国外物流园区发展的启示	231
11.5	我国物流园区发展模式分析	232
11.5.1	我国物流园区发展概况	232
11.5.2	我国物流园区的战略定位	233
11.5.3	我国物流园区功能分析	234
11.5.4	我国物流园区的类型分析	236
11.5.5	我国物流园区规划布局分析	237
11.5.6	我国物流园区占地与投资规模分析	238
11.6	我国物流园区的开发建设模式分析	243
11.6.1	我国现阶段物流园区开发建设模式	243
11.6.2	适合我国物流园区的开发建设模式	245
11.7	我国物流园区赢利模式分析	248
11.7.1	仓储型物流园区	248
11.7.2	转运型物流园区	249
11.7.3	流通加工型物流园区	250
11.7.4	综合型物流园区	251
第12章	第三方、第四方物流专题	253
12.1	第三方物流概述	253
12.1.1	第三方物流的内涵	254
12.1.2	第三方物流主要特征	255
12.2	第三方物流发展的状况	256
12.2.1	第三方物流在国内外的的发展状况	256
12.2.2	制约第三方物流发展的因素分析	257
12.2.3	我国第三方物流的发展模式	259

12.3 传统储运业与第三方物流	262
12.3.1 传统储运业与第三方物流间的联系	262
12.3.2 传统储运企业与第三方物流企业的区别	263
12.3.3 传统储运企业向第三方物流企业转型	265
12.4 企业何以选择第三方物流	267
12.4.1 自营物流与外包物流	267
12.4.2 TPL 给客户企业带来的利益	267
12.4.3 选择 TPL 的基本流程	269
12.4.4 实施物流外包的关键点	270
12.5 第四方物流的产生及其发展	271
12.5.1 第四方物流的产生	271
12.5.2 第四方物流运作模式及在国内的发展概况	273
12.5.3 第四方物流在中国的发展障碍	274
 第 13 章 配送中心专题	286
13.1 配送中心概述	286
13.1.1 配送及配送中心	286
13.1.2 配送中心的基本功能	292
13.2 配送服务的战略决策	307
13.3 配送中心设计	310
13.3.1 配送中心设计的基本框架和步骤	310
13.3.2 配送中心规划与设计	311
13.4 配送中心的运作	317
 参考文献	322
 后记	325

第 1 章 物流概述

物流是一个古老的话题,自从有商品的交换活动起就有物的流动;物流又是一个现代的概念,在现代社会、经济和科学技术发展的环境下,物流被赋予许多新的内涵。本章回顾了物流概念的发展历程,我国物流概念的引入和研究,现代物流业的构成,现代物流的重要作用,现代物流的特点和发展趋势,其目的是展现出现代物流的总体概况。

本章关键词: 物流 (Logistics) 物流体系 (Logistics System) 物流六要素 (Six Elements of Logistics) 物流的作用 (Function of Logistics)

1.1 物流概念的发展历程

“物流”作为社会生活中生产生活资料实体的储存和流动方式,从人类社会形成开始就存在,并在人类发展中发挥着巨大作用。然而,传统上各项物流活动分离在各个部门之间。20 世纪初开始,有学者逐渐注意到这种现象。随着经济的发展和经济全球化进程的加快,人们发现对于物品实体转移的全过程进行统一协调和控制以降低日益增长的物流相关费用变得越来越重要,对物流活动集成的要求也越来越强烈,物流作为一门新兴的学科随之逐渐成型。

物流在我国是一个比较新的概念,“物流”这一术语是 1979 年才开始正式引进和使用的。改革开放以来,我国国民经济快速发展,经济结构和市场环境也不断升级变化,物流产业的规模和产业模式随之发生了巨大变化。近几年来,我国物流产业有了爆发式的增长,物流企业无论是数量还是质量都有了明显提高,作为其理论基础和发展指导的物流概念和内涵也同时有了革命性的进展。

物流的概念随着市场环境和理论研究的发展不断变化,因此,了解其发展过程对我们清晰地掌握物流的内涵,以及根据环境和发展的需要选择适当的物流战略很有帮助。

1.1.1 西方物流概念的发展历程

物流活动各个环节之间存在着效益背反现象,也就是说,某个环节物流费用的节省,会带来其他环节物流费用的增加,这种现象最早在 1844 年法国人朱尔斯·

杜普伊的论著里就有提及,他用实例指出,在陆路运输和水路运输之间进行选择时,水路运输成本较低,但随之而来的库存费用和货物损失会在很大程度上抵消运输费用的节约。^①

物流概念最早出现于20世纪初的美国。从20世纪初到现在近一个世纪的时间内,物流的概念的产生和发展经历了四个阶段。

第一个阶段:物流概念的产生阶段。

从20世纪初到20世纪50年代,是物流概念的孕育和产生阶段。这一阶段的特点,一是范围小,主要是在美国;二是人数少,是几个人提出来的;三是意见不统一。

这一阶段关于物流主要有两种观点,一种是市场营销学派关于物流(Physical Distribution)的定义。1915年,阿奇·萧(Arch Shaw)在哈佛大学出版社出版的《市场流通中的若干问题》(Some Problems in Market Distribution)一书中研究了市场流通中存在的一些问题,将企业的流通活动明确分为创造需求的活动和物流活动,指出“创造需求和实物分拨的各项活动之间的关系……说明存在平衡和相互依赖两种准则”,并且指出“物流(此处原文为the Physical Distribution of Goods——编者)是与创造需求不同的一个问题”。这是因为,20世纪初西方主要发达国家已经出现生产相对过剩的经济危机,企业将商品销售和实物分拨作为不同的活动分别进行管理已经成为必要。而且阿奇·萧明确指出了对物流各项活动以及物流活动与企业其他活动进行管理的两个重要原则:平衡和相互依赖。也就是说,要根据整体的需要来对各项活动进行统筹管理。1922年,著名市场营销学者弗莱德·克拉克在《市场营销的原则》一书中,将市场营销定义为为了实现商品所有权转移而发生的包含物流在内的各项活动,从而使物流正式成为企业经营研究的一个重要部分。在其之后,不少市场营销专家的论述中也论及了Physical Distribution,物流逐渐被人们认识和重视。1935年,美国市场营销学会(American Marketing Association)在其编写的《市场营销用语集》中将物流定义为:“物流是销售活动中所伴随的物质资料从产地到消费地的种种企业活动,包括服务过程。”总体来说,物流被认为是流通活动重要的组成部分之一,是实现商品流通的支持性功能。人们对流通活动中“商流”和“物流”的不同功能和规律有了基本的认识。

第二种是从军事后勤角度提出的物流(Logistics)概念。早在1905年美军少校琼西·贝克就曾在其所著的《军队和军需品运输》中指出“作战艺术的一个分支——关于军队调度和保障供给的工作称为物流”。第二次世界大战中,美国作为同盟国的大后方,为同盟国提供了数量惊人、种类繁多的军用物资。美军在军队中

^① Jules Dupuit, On the Measurement of the Utility of Public Works [M], translated from the French by T. H. Barback, reprinted in International Economics Papers, 1952

的人员调动, 军用物品的装备制造、运输、供应, 战前配置与调运, 战中补给与养护等军事后勤活动中采用了一系列技术与方法, 使得这些后勤活动既能及时保障供给, 满足战争需要, 又能使得费用最省、用时最少、成本最低, 还能安全巧妙地回避敌方进攻。所有这一切都对战争的胜利起到了决定性作用。在战争供应过程中, “后勤” (Logistics) 理论逐渐建立起来。

应该说, 这两个概念的实质内容是不一样的。阿奇·萧是从市场营销的角度来定义物流, Physical Distribution, 直译应该是“实体分配”, 按中国人的语言习惯应该译成“分销物流”。它实际上就是指把企业的产品怎么样分送到客户手中的活动。而 Logistics 是“后勤”的意思, 主要是指物资的供应保障、运输储存等。这两种不同的概念, 之所以都能存续下来, 是因为它们分别在各自的专业领域中得到了一定程度的响应、应用和发展。也因为这两个概念都在各自的专业领域中独立运用, 二者之间没有发生冲突, 没有一个统一的物流学派来进行统一规范, 也不需要得到社会广泛一致的公认。因此, 这个阶段可以说是物流概念的产生阶段, 是市场营销学和军事后勤孕育了物流学。

第二个阶段: 分销物流 (Physical Distribution) 阶段和现代物流萌芽阶段。

从 20 世纪 50 年代开始到 80 年代中期, 可以称为分销物流学 (Physical Distribution) 阶段。这一阶段的基本特征, 是分销物流学 (Physical Distribution) 的概念发展并占据了统治地位, 并且从美国走向了全世界, 为世界各国一致公认, 形成了一个比较统一的物流概念, 形成和发展了物流管理学, 因而也促成了物流学派、物流产业和物流领域的出现。

Physical Distribution 概念继续在美国得到发展和完善, 基本形成了比较完整的物流管理学。1961 年斯马凯伊 (Edward W. Smykay)、鲍尔素克斯 (Donald J. Bowersox) 和莫斯曼 (Frank H. Mossman) 撰写了《物流管理》, 这是世界上第一本物流管理的教科书。60 年代初期, 密歇根州立大学以及俄亥俄州立大学分别在大学部和研究生院开设了物流课程。1963 年美国物流管理协会 (the National Council of Physical Distribution Management; NCPDM) 成立, 该协会将各方面的物流专家集中起来, 提供教育、培训活动, 这一组织成为世界第一个物流专业人员组织。

同时, Physical Distribution 概念从美国走向世界, 成为世界公认的物流概念, 在世界范围内形成了物流管理学的理论体系。

50 年代中期, 美国的 Physical Distribution 概念传到了日本, 在日本得到承认、发扬和光大, 以后又逐渐传到了欧洲、北美, 70 年代末又传到了中国。这样, 基本上全世界各个国家都接受了这样的物流概念和物流管理学。

分销物流学, 主要把物流看成是运输、储存、包装、装卸、加工 (包括生产加工和流通加工)、物流信息等各种物流活动的总和。在分销物流学中, 主要研究这些物流活动在分销领域的优化问题。在各个物流专业理论和应用发展上取得了很