



“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材

物流管理学

第3版

霍红 牟维哲◎主编



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材

物流管理学

(第3版)

霍 红 牟维哲 主编

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

物流管理学 / 霍红, 牟维哲主编. —3 版. —北京: 中国财富出版社, 2015. 11

(“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材)

ISBN 978-7-5047-5890-3

I. ①物… II. ①霍… ②牟… III. ①物流—物资管理—高等学校—教材 IV. ①F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 234955 号

策划编辑 张茜 王宏琴

责任编辑 曹保利 禹冰

责任印制 方朋远

责任校对 杨小静

责任发行 斯琴

出版发行 中国财富出版社

社址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼

邮政编码 100070

电话 010-52227568 (发行部)

010-52227588 转 307 (总编室)

010-68589540 (读者服务部)

010-52227588 转 305 (质检部)

网址 <http://www.cfpress.com.cn>

经销 新华书店

印刷 中国农业出版社印刷厂

书号 ISBN 978-7-5047-5890-3/F·2476

开本 787mm×1092mm 1/16

版次 2015 年 11 月第 3 版

印张 18.5

印次 2015 年 11 月第 1 次印刷

字数 439 千字

定价 42.00 元

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换

改版说明

本书自出版以来,已被多所高校选为物流管理及经管类专业物流管理课程的教材,授课教师普遍对本书评价较高。为了适应时代的进步和物流管理理论研究的进一步深化,特进行改版。本次改版主要围绕对旧知识的更新,删掉部分已经不合时宜的内容。同时,增加目前物流领域的最新知识,对部分内容结构做了调整,使之更完善。主要改版内容及全书章节如下。

第一章,概论。对现代物流的发展趋势进行了更新。

第二章,物流系统和物流系统工程。对物流系统部分内容做了扩充。

第三章,仓储管理。将分拣配货作业的部分内容调整到了第六章。

第四章,库存管理。单独成章,对内容进行了调整和更新。

第五章,运输管理。增加了运输决策的介绍。

第六章,配送管理。更新了配送的基本环节,增加了配送中心的流程的相关内容。

第七章,采购管理。对现代采购技术的内容做了调整。

第八章,包装、装卸搬运与流通加工。将包装、装卸搬运与流通加工这三部分内容合并为一章,对部分包装技术做了更新。同时,新增了对流通加工的介绍,使物流作业的基本环节更完整。

第九章,物流信息系统。删掉了物流信息系统中的信息技术中的部分内容,增加了物联网技术。

第十章,第三方物流。这部分内容结构做了调整。同时,增加了对第四方物流的介绍。

第十一章,供应链管理。

第十二章,物流组织与控制。对结构和内容均做了调整。

本书由霍红、牟维哲主编,共12章,其中,第一章至第九章、第十二章由牟维哲编写;第十章和第十一章由张静编写,研究生汪洋洋、商亚茹、倪超、卜宇超参与了资料整理工作。

本书可作为普通高等院校物流管理、工商管理、市场营销和管理学类专业本科生的教科书,也可供高职高专、成人高等教育学生、自学考试学生、物流管理人员、物资供销管理人员和相关专业人员自学、提高之用。

限于水平和时间仓促,以及现代物流发展的日新月异,本书的疏漏与不完善在所难免,恳请广大读者批评指正,以便我们不断完善。

编者

2015年10月



目 录

第一章 概论	(1)
第一节 物流概述	(1)
第二节 物流的分类	(6)
第三节 物流活动的双重性	(7)
第四节 现代物流的发展趋势	(9)
第二章 物流系统和物流系统工程	(12)
第一节 物流系统	(12)
第二节 物流系统工程	(17)
第三章 仓储管理	(19)
第一节 仓储管理概述	(19)
第二节 仓储管理的作业方法	(22)
第三节 仓库的出入库管理	(37)
第四节 现代仓储保管技术	(47)
第四章 库存管理	(65)
第一节 库存管理概述	(65)
第二节 库存控制	(67)
第五章 运输管理	(78)
第一节 运输概述	(78)
第二节 现代运输方式	(84)
第三节 运输决策	(88)



第六章 配送管理	(92)
第一节 配送概述	(92)
第二节 配送的环节和流程	(97)
第三节 配送中心	(99)
第七章 采购管理	(116)
第一节 采购管理概述	(116)
第二节 采购管理组织	(126)
第三节 供应商管理	(130)
第四节 现代采购技术	(144)
第八章 包装、装卸搬运与流通加工	(162)
第一节 包装	(162)
第二节 装卸搬运	(175)
第三节 流通加工	(189)
第九章 物流信息系统	(201)
第一节 物流信息系统概述	(201)
第二节 自动识别技术	(208)
第三节 电子自动数据交换系统 (EDI)	(210)
第四节 电子自动订货系统 (EOS)	(214)
第五节 全球定位系统 (GPS)	(219)
第六节 地理信息系统 (GIS)	(222)
第七节 销售时点信息系统 (POS)	(227)
第八节 电子商务	(230)
第九节 物联网	(234)
第十章 第三方物流	(237)
第一节 第三方物流概述	(237)
第二节 第三方物流的运作	(241)
第三节 第四方物流	(245)
第十一章 供应链管理	(251)
第一节 供应链概述	(251)



第二节 供应链管理概述	(254)
第三节 供应链管理的基本内容	(259)
第四节 供应链管理方法	(262)
第十二章 物流组织与控制	(268)
第一节 物流组织结构	(268)
第二节 物流成本管理	(273)
第三节 物流质量管理	(275)
第四节 物流标准化	(279)
第五节 物流绩效评价	(283)
参考文献	(287)



第一章 概论

第一节 物流概述

一、物流的发展过程

物流的发展过程，大体上经历了 3 个不同的阶段，即物流初级阶段、物流开发阶段和物流现代化阶段。

（一）物流初级阶段

物流初级阶段，一般认为是指 20 世纪 50 年代前后。这一时期，由于生产社会化、专业化程度不高，生产与流通之间的联系较为简单，企业的精力主要集中在生产上，管理的重点放在如何增加产品的数量方面，对物流的作用缺乏充分认识，重生产轻流通。

随着经济社会的不断发展以及生产和生活消费对物质产品需求数量的增加，作为克服生产与消费之间背离的手段，物流与生产的矛盾日益凸显，直接影响着经济的发展，迫使人们逐渐重视物流研究，并加强物流的管理工作。例如，第二次世界大战后，日本在国民经济恢复初期，物流尚未被人们认识，运输、储存、包装等物流环节在流通过程中基本上是分散管理，而生产过程中的物流活动更是未能引起人们的重视，仅纳入生产过程附带进行管理。随着战时经济向和平经济转变，物流管理和货物运输严重落后的情况日益暴露出来，加之各企业、商社之间无法协调配合，致使供销、货物装卸、运输、储存等方面出现了许多问题，一方面，物质积压严重；另一方面，存在着短缺、损坏率高、运输流向不合理等现象。所有这些问题，成为影响当时日本经济发展的一个重要原因。为了解决这些问题，日本组织考察团去美国进行实地考察，引进物流管理技术，并首先在国营铁路运输使用集装箱，商社、企业也开始研究改进物流工作。

（二）物流开发阶段

这一阶段的标志是经济学界和实业界对物流的重要性有了较为深刻的认识，并推动了整个经济社会的物流开发。这一阶段大约在 20 世纪 60 至 70 年代。随着生产社会化的迅速发展，单纯依靠技术革新、扩大生产规模提高生产率获得利润的难度越来越大，这就促使人们开始寻求新的途径。通过改进和加强流通管理、降低流通费用相对而言可以比较容

易获得较高的利润。因此,改进流通、加强物流管理就成为现代企业获得利润的新的重要源泉之一。

美国经济学家和商业咨询家彼得·德鲁克,把流通领域的潜力比喻为“一块经济界的黑大陆”“一块未被开垦的处女地”。美国慧纳埃公司提出的一项关于物流效益的研究报告认为,节约流通费用对美国而言,等于有一座价值400亿美元的金矿尚待开发。

20世纪70年代中期出现的经济衰退,迫使企业更重视降低成本,以提高商品的竞争力,着眼点逐渐从生产领域转向了流通领域,通过流通开发和改进对顾客的服务和降低运输费用、储存费用来增加利润。

在这种情况下,20世纪70年代后在物流界掀起了革命性的变革。日本早稻田大学商学部教授西泽修在《主要社会的物流战》中指出:“1970年开始,物流革命以惊人的势头不断进行,有突然进入物流时代的感觉。”在日本先后成立了“日本物的流通协会”“物流管理协议会”,发行和出版了《流通设计》《物流》《物流管理》等杂志和许多物流方面的著作;在产业界,设立了物流部、物流管理部、物流对策室、流通服务部等机构。物流革命之所以如此急速发展,可以肯定地说是因为人们认识到它是降低产品成本、提高经济效益的宝库。这一时期改进物流的工作主要是在各企业内部进行。尽管在包装、装卸、保管、运输、情报信息方面实现了局部的合理化,但由于缺乏从整体上研究开发物流系统,各部门、行业、企业之间缺乏紧密配合,因此,从整个社会看,物流费用并没有明显的下降,总体上经济效益不高。

(三) 物流现代化阶段

这一阶段和历史上的石油危机相关。1973年中东战争引发石油危机以后,世界范围内的原材料和燃料价格猛涨,人工费用不断增加,这使得一向依靠廉价原材料和劳动力获取利润的企业不能再轻而易举地从这两个方面获取利润,迫使企业在物流方面采取强有力的措施,大幅度降低物流费用,以弥补原材料、燃料和劳动力费用上涨造成的损失。现代系统理论、系统工程、价值工程等科学管理理论和方法的出现,使在更大范围内实现物流合理化成为可能。

这一时期物流研究和管理上的特点,是把物流的各项职能作为一个大系统进行研究,从整体上进行开发。在美国,加强物流系统的管理被视为“再工业化”的重要因素。日本设立了专门机构统筹全国的物流活动,使物流的系统化、综合化、协调化有了很大的发展,物流现代化水平明显提高。在运输设施方面,政府拨出巨款,扩建港口,整修道路,建设高速公路和集装箱专用码头等;在装卸工具方面,托盘、叉车、传送带、自动分拣机、自动输送机现代化装卸搬运机械被普遍运用;在包装方面,积极推行规范化、标准化;在仓库方面,建立了一大批自动化立体仓库、恒温仓库、配送中心、流通加工基地、卡车终端集散点等现代化物流基础设施;无人驾驶车辆相继使用和配送过程中高新技术相继应用等;商品销售的网络化、系统化逐步实现,批发、代理、专营、百货商店、超级市场在各地相继建立。与物流现代化相应的流通经营管理现代化也随之发展起来。如借助现



代化设施,计算机进行输送方式的改革,在大力发展运输设施的基础上谋求系统化,组织铁路—水路、公路—铁路、公路—水路、公路—空运等联运;改变仓库单纯的储存保管功能,使其变为集储存保管、配送、流通加工于一体的流通中心或物流中心;在物流技术上,在注意改进硬件(物流设施)的同时,十分重视软件的改进和提高,加强现代情报信息技术和电脑技术的应用,使物流向系统化、整体优化方向发展。

二、流通活动

流通的功能,一是通过购销等商品交易活动创造物资的所有权效用;二是通过运输创造物资的空间效用;三是通过储存创造物资的时间效用,将商品转移到用户手中。如图1-1所示,流通活动包括购、销、运、存、包装、装卸、加工和信息。其中,购、销及商流信息活动属于商流活动,而运输、储存、包装、装卸、加工和物流信息活动属于物流活动,商流信息和物流信息共同构成流通信息流活动。这样,流通活动就是由商流活动、物流活动和信息流活动共同构成的,物流活动是流通活动的一部分。

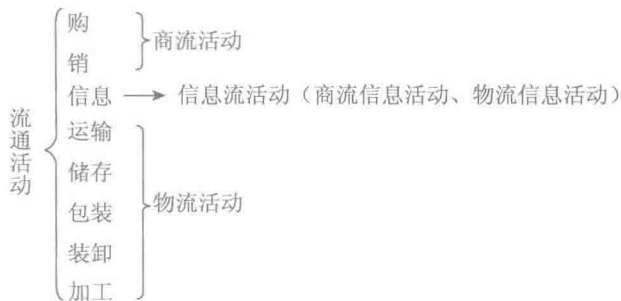


图 1-1 流通活动

三、物流的概念

物流,是物资有形或无形地从供应者向需求者进行的物资物质实体流动。具体的物流活动包括包装、装卸、运输、储存、流通加工和信息等诸项活动。通过物流活动,可以创造物资的空间效用、时间效用,流通加工活动还可能创造物资的形质效用。

这一定义包含了几个要点:一是“有形”“物资物质实体”,强调实体流动;二是“从供应者向需求者”,强调分销领域,亦即流通领域;三是“有形或无形”,“有形”指物质实体,“无形”指信息;四是“流动”,而不是“流通”;五是“具体的物流活动”包括包装、装卸、运输、储存、流通加工和信息等诸项活动;六是物流的功能包括“可以创造物资的空间效用、时间效用”与“形质效用”。

由此定义可以看出,物流具有非常普遍和广泛的含义,既包括物资的运动状态(运输),也包括物资的静止状态(储存),还包括物资的静动状态(包装、装卸、流通加工)。所谓静动状态,就是从宏观上看,它是静的;而从微观上看,它又是动的。因此,物资无



论处在运动状态,还是静止状态,抑或静动状态,都是处在物流状态。

这一定义,明显地包含了几个特点:

第一,突出了流通,即把物流看成是流通的一部分。因为它强调了“从供应者到需求者”,强调了“流通加工”等。

第二,突出了专业物流活动,强调了运输、储存、包装、装卸、流通加工、信息等几项专业活动。

第三,突出了物流的功能:“空间效用”“时间效用”“形质效用”。

四、商流的概念

商流,是物资在由供应者向需求者转移时物资社会实体的流动,主要表现为物资与其等价物的交换运动和物资所有权的转移运动。具体的商流活动包括买卖交易活动及商情信息活动。商流活动可以创造物资的所有权效用。

这一定义也包含了几个要点:一是“物资社会实体”,强调物资价值实体的流动;二是“从供应者向需求者”,强调流通领域;三是“从供应者向需求者转移时物资社会实体的流动”,强调与物资物质实体流动,即物流的伴随关系;四是“流动”,而不是“流通”;五是商流主要表现为等价交换和所有权的转移,“具体的商流活动包括买卖交易活动及商情信息活动”;六是商流的功能包括“可以创造物资的所有权效用”。

这一定义明显地包含了几个特点:

第一,突出了流通,即把商流看成是流通的一部分。

第二,突出了与物流活动的伴随关系。

第三,突出了商流的功能——“所有权效用”。

五、信息流的概念

信息流也是流通的组成部分,它和商流、物流共同构成了流通的“三流”。

流通领域的信息流又称流通信息流。流通信息,是指伴随流通活动产生并为流通活动服务的信息,包括由文字、语言、图表、信号等表示的各种文件、票据和情报资料等。流通信息流,是指流通信息的产生、加工、储存和传递等。

流通信息流是由两大类构成的:一类是商流信息流;另一类是物流信息流。

商流信息流是在商流活动中产生的并为商流活动服务的商流信息的产生、制作、加工、储存和传递。商品的销售价格、市场行情、购销洽谈、订货合同、供需情况、销售货款、交易支付、促销活动等都是商流信息。这些信息的产生、制作、加工、储存和传递等为商流信息流。

物流信息流是在物流活动中产生的并为物流活动服务的物流信息的产生、制作、加工、储存和传递。运输方式、运输市场行情、运输价格、交通地理、交通基础设施、仓储设施、库存信息、仓储价格、搬运费用、装卸能力、货主和客户信息等,都是物流信息。这些信息的产生、制作、加工、储存和传递等为物流信息流。



就像一切经济信息一样,流通信息对于流通具有非常重要的作用,这些作用主要表现在以下四个方面。

(一) 反映作用

所有的流通活动,既包括商流活动,也包括物流活动,都是通过信息描述的。活动的时间、空间、方式、流量、流速、效果等,都是由信息描述和反映的。人们主要通过信息了解具体的商流活动和物流活动。信息描述是否准确、真实,决定了人们对于活动的认识和掌握程度,从而也影响人们对于活动的决策结果。

(二) 服务作用

所有流通活动的进行,都需要了解市场行情、环境条件、资源分布、工作程序、约束条件等。这些信息为流通活动的进行,提供了服务。没有这些信息的支持,流通活动就不能够顺利有效地进行。

(三) 指导作用

流通活动的进行,需要有科学管理方法、技术、标准、指标及有关方针政策、规章制度做指导,只有这样,流通活动才能够按照正确、科学的轨道运行。这些信息对于流通活动起着很重要的指导作用。

(四) 控制作用

有些信息能够对流通活动起控制作用。这些大多是一些控制信息。如库存控制中的库存警戒点、经济订货批量,商流活动中的订货合同、各种法律法令、规章制度、领导的指令等,都是一些控制信息,它们都对流通活动的运行起着控制作用。

商场如战场,在激烈竞争的市场经济中,信息迅速准确的反映和传递,有利于作出及时果断的决策,从而能够灵敏地掌握市场变化、抓住机遇、避免风险、保障流通活动高效率地顺利进行,在竞争中取得胜利。

六、物流和商流的联系和区别

(一) 物流和商流之间的联系

(1) 它们都属于流通领域,是商品流通的两种不同形式,在功能上互相补充。通常是先发生商流后发生物流,在商流完成以后再进行物流。

(2) 它们都是从供应者到需求者的流动,具有相同的出发点和归宿。

(二) 物流和商流之间的区别

(1) 流动的实体不同。物流是物资的物质实体的流动,商流是物资的社会实体的



流动。

(2) 功能不同。物流创造物资的空间效用、时间效用、形质效用，而商流创造物资的所有权效用。

(3) 物流和商流又是相互独立的，发生的先后和路径都可能互不相同。在特殊情况下，没有物流的商流和没有商流的物流都是可能存在的。

总之，物流和商流既互相区别又互相联系，既分工又合作，既独立又统一，二者和谐地共处于流通过程之中，互补地共同完成流通的功能。

第二节 物流的分类

一、按物流研究范围的大小分类

按物流研究范围的大小，物流可分为宏观物流、中观物流和微观物流。

(一) 宏观物流

宏观物流是社会再生产总体的物流，是从经济社会整体上认识和研究物流。宏观物流如果从空间位置讲，一般是指大的空间范围。如一个国家的国民经济物流，称之为国内物流，或社会物流；国与国之间的贸易过程中所产生的物流，称之为国际物流。

(二) 中观物流

中观物流是社会再生产过程中的区域性物流，从区域经济社会层面认识和研究物流。从空间位置看，一般是较大的空间。如一个国家经济区的物流，称之为特定经济区物流；一个国家城市经济社会的物流，称之为城市物流。

(三) 微观物流

微观物流带有局部性，一个生产者企业、物流的某一具体职能、某一具体物流实务、某一种物质资料的物流问题等，都属于微观物流。微观物流的最大特点表现为具体性、实务性和局部性。

二、按物流业务活动的性质分类

(一) 供应物流

供应物流是指企业（包括生产企业和流通企业）的物质资料从生产者或中间商的供应开始，到购进来投入生产前的物流活动。

(二) 生产物流

生产物流是指物质资料从投入生产的第一道工序开始，到半成品、成品或可出售制品



入库整个生产过程中的物流活动，也包括流通过程带有生产性的劳务所产生的物流活动，如包装、流通加工等物流活动。

（三）销售物流

销售物流是指从企业成品库、流通仓库，或工厂分发销售过程中所产生的物流活动，包括生产厂商的直接销售和流通企业的销售。

（四）回收物流

回收物流是指生产消费过程和生活消费过程的可再利用物品在回收过程中所产生的物流活动。如货物运输和搬运中所使用的包装容器、废旧装载工具、工业生产中产生的边角余料、废旧钢材等在回收中所发生的物流活动。

（五）废弃物物流

在生产消费和生活消费过程中所产生的废旧物，一部分可再利用，通过回收形成一种新的资源；而不可再利用的废旧物，称之为废弃物。对这些废弃物处理过程所发生的物流活动，即属废弃物物流的范围。

第三节 物流活动的双重性

物流既是增值性经济活动，又是增加成本、增加环境负担的经济活动。对物流双重性的认识，应当是研究物流管理的一个基本点。经济活动中，在尽量降低物流成本占用，减轻物流造成的环境负担基础上，使物流活动能够增值。

一、物流创造时间价值

“物”从供给者到需要者之间本来就存在一段时间差，由于改变这一时间差创造的价值，称作“时间价值”。时间价值通过物流获得的形式有以下几种。

（一）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。从全社会物流的总体看，加快物流速度，缩短物流时间，是物流必须遵循的经济规律之一。

（二）弥补时间差创造价值

经济社会中，需要和供给普遍存在着时间差，如粮食集中产出，但人们的消费是分散的，一年 365 天，天天有需求，因而供给和需求之间出现时间差。类似情况不胜枚举。

供给与需求之间存在时间差。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地少量消耗外,就会损坏掉、腐烂掉,而在非产出时间,人们就会找不到粮食吃。物流便是以科学的、系统的方法弥补,有时是改变这种时间差,以实现其“时间价值”。

(三) 延长时间差创造价值

物流总体和不少具体物流遵循“加速物流速度、缩短物流时间”这一规律,以尽量缩小时间间隔而创造价值,尤其是针对物流的总体,讲规律主要是从这一总体地位出发的。

但是,在某些具体物流中,也存在人为、能动地延长物流时间而创造价值的。例如,秋季集中产出的粮食、棉花等农作物,通过物流的储存、储备活动,有意识延长物流的时间,以均衡人们的需求;配合待机销售的囤积性营销活动的物流便是一种有意识地延长物流时间、增加时间差创造价值。

二、物流创造场所价值

“物”从供给者到需求者之间有空间距离,或者说供给者和需求者之间往往处于不同的场所,改变“物”的不同场所存在位置所创造的价值称作“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距离,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”。它有以下几种具体形式。

(一) 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。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。物流的场所价值也依此决定。

(二) 从分散生产场所流入集中需求场所创造价值

和上面相反的情况在现代社会中也不少见,如粮食是在土地上分散生产出来的,而一个大城市的需求却相对大规模集中。又如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,物流便依此取得了场所价值。

(三) 从低价值的生产地流入高价值的需求地创造价值

现代社会中供应与需求的时空不一致十分普遍,除了大生产所决定之外,有不少是由自然地理和社会发展因素决定的,如农村生产粮食、蔬菜而异地于城市消费,南方生产荔枝而异地于各地消费,北方生产高粱而异地于各地消费,等等。现代人每日消费的物品几



乎都是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的空间差都是靠物流弥合的，物流也从中取得了利益。

在经济全球化的浪潮中，国际分工和全球供应链的构筑，一个基本选择是在成本最低的地区进行生产，通过有效的物流系统和全球供应链，在价值最高的地区销售，信息技术和现代物流技术为此创造了条件，使物流得以创造价值，得以增值。

三、物流创造加工价值

“物”通过加工而增加附加价值，取得新的使用价值，这是生产过程的职能。在加工过程中，由于物化劳动和活劳动的不断注入，增加了“物”的成本，同时，更增加了其价值。

在流通过程中，可以通过流通加工的特殊生产形式，使处于流通过程中的“物”通过特定方式的加工而增加附加值。这就是物流创造加工价值的活动。

物流创造加工价值是有局限性的。它不能取代正常的生产活动，而只能是生产过程在流通领域的一种完善和补充。但是，物流过程的增值功能往往通过流通加工得到很大的体现，所以，根据物流对象的特性，按照用户的要求进行这一加工活动，可以对整个物流系统完善起到重大作用，尤其在网络经济时代，物流作为对于用户的服务方式依托信息传递的及时和准确，得以有效组织这种加工活动，因此，它的增值作用也是不可忽视的。

四、物流占用成本

无论是国民经济领域还是企业经营层面领域，物流都是构成成本的主要领域，有时甚至在成本构成中占到首位。2014年，我国社会物流总费用10.6万亿元，同比增长6.9%，增幅较上年回落2.4个百分点。社会物流总费用与国内生产总值（GDP）的比率为16.6%，比上年下降1.4个百分点。

五、物流增加环境负担

物流对环境有比较大的负面影响，这个负面影响随着物流量的增大而增大，随着物流合理化而降低。物流管理的责任之一，就是在保证物流满足国民经济和社会发展的前提下，尽量减轻环境负担。

第四节 现代物流的发展趋势

一、全球化

为了实现资源和产品在全球范围内的高效流动和交换，促进区域经济的发展和全球资源的合理配置，物流运作必须向全球化的方向发展。与国内的物流系统相比，全球化物流具有国际性、复杂性和风险性等特点。



这种新兴的为国际贸易和跨国经营服务的全球化物流，要求有全球化的网络与之相适应。因此，企业内和企业间构筑机动性强、反应速度快的全球化物流网络体系是物流全球化发展的关键。

二、网络化、信息化

现代物流在信息系统的支撑下，借助于存储和运输等系统的参与和各种现代物流技术，共同完成纵横交错、四通八达的物流网络。物流覆盖面不断扩大，规模经济效益日益明显，社会物流成本不断下降。

物流的网络化是物流信息化的必然，是电子商务环境下物流活动的主要特征之一。

当今世界因特网（Internet）等全球网络资源的可用性及网络技术的普及为物流网络化提供了良好的外部环境。

三、运作系统化

大规模、系统性的生产作业要求物流作业将生产、销售、配送、运输、信息处理等分散的跨部门的活动有机结合起来，作为一个系统加以管理，使物流活动各个作业环节统筹协调、整体规划、有效运行，促使生产、采购与市场保持同步，形成以服务客户为主的综合能力，节约流通费用，提高流通效率，实现整个系统的最优化。

四、仓储、运输的现代化与综合化

仓储现代化要求实现高度机械化、自动化和标准化及组织起高效的人、机、物的系统；运输则要求建立起铁路、公路、水路、航空与管道的综合运输体系。二者匹配是现代物流的必备条件。

作为现代物流特征之一的物流社会化必然要求仓储、运输系统的综合，以适应流通规模的扩大和对物流服务的各种要求。这种趋势体现在现实中就是第三方物流成为现代物流业的主流。

五、协作物流

协作物流，从企业内部的角度出发，是对信息、运输、存货管理、仓储、物料供应、搬运、包装、实物配送等分散的物流作业领域的综合协调管理；从供应链战略管理的角度出发，它指挥着跨企业组织的物流作业，实现供应链的协调。

协作物流通过综合供应者到消费者的供应链运作，使物流、信息流和资金流的流动最优，并追求全面、系统的综合效果，成为当前国际上提高对客户需求反应能力十分有效的手段，是现代物流发展的新趋势。

六、服务化物流、绿色物流和逆向物流成为现代物流发展的主题

服务化物流源于人们收入的提高和消费的多样化、全方位化的发展趋势。