

二十一世纪普通高等院校实用规划教材·经济管理系列

电子商务 物流管理

DIANZI SHANGWU
WULIU GUANLI

胡燕灵 主编
马洪娟 王英伟 副主编

- 先进性与基础性相统一 •
- 教材建设与教学改革相统一 • 综合性与针对性相统一 •
- 案例导入教学 • 案例分析与阅读资料开阔视野 •

清华大学出版社



赠送
电子课件

二十一世纪普通高等院校实用规划教材 经济管理系列

电子商务物流管理

胡燕灵 主 编
马洪娟 王英伟 副主编

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书是电子商务专业主干课程的教材之一。全书共分九章, 主要内容包括: 电子商务物流概述, 电子商务物流系统及功能要素, 电子商务物流配送, 电子商务环境下的物流模式, 电子商务供应链管理基础理论, 电子商务物流信息技术, 国际物流, 电子商务下物流成本管理, 电子商务物流管理等。书后附有中华人民共和国国家标准物流术语、物流相关名词中英对照表等。

本书适合高等院校电子商务专业使用, 也适合于物流管理、工商管理、信息管理等专业的教学, 对从事电子商务和物流管理实际工作和研究人员也有较高的参考价值。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签, 无标签者不得销售。

版权所有, 侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

电子商务物流管理/胡燕灵主编; 马洪娟, 王英伟副主编. —北京: 清华大学出版社, 2009.9
(二十一世纪普通高等院校实用规划教材 经济管理系列)
ISBN 978-7-302-21005-4

I. 电… II. ①胡… ②马… ③王… III. 电子商务—物流—物资管理—高等学校—教材 IV. F713.36 F252
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 150996 号

责任编辑: 彭 欣

封面设计: 山鹰工作室

版式设计: 杨玉兰

责任印制: 何 芊

出版发行: 清华大学出版社

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175

邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者: 北京密云胶印厂

装 订 者: 三河市溧源装订厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 185×230 印 张: 22.75 字 数: 490 千字

版 次: 2009 年 9 月第 1 版 印 次: 2009 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 1~4000

定 价: 32.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题, 请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话: (010)62770177 转 3103 产品编号: 031569-01

前 言

电子商务是指利用现代信息技术进行商务活动的总称。在 21 世纪的今天,信息技术高度发达,电子商务对商品交易的作用已经得到了广泛的肯定,其应用范围正在不断扩大,对社会的影响和贡献日益显著。

电子商务中的任何一笔交易都包含着几种基本的“流”,即信息流、商流、资金流和物流。近年来,随着电子商务的迅猛发展,现代物流的重要性越来越为人们所重视,电子商务对传统物流提出了挑战。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,但往往忽视了物流的电子化过程。物流不仅仅是制约电子商务的瓶颈,还与一个国家国民经济建设息息相关。如何建立现代物流体系,加强对物流的现代化管理,使其适应电子商务的需要,已成为当前电子商务实践的一个重要课题。

本书写作前,大量地收集、分析和研究了国内外物流领域最新的研究成果和全球 500 强企业的物流实践经验,并参阅了大量同类教材、专著,力图反映物流发展最前沿的理论,尽量做到理论和实践相结合。

本书作为电子商务专业的主干课程教材,主要从电子商务与现代物流的关系入手,突出电子商务和物流的结合,探索挖掘第三方利润源泉的种种措施,系统介绍了电子商务环境下如何开展现代物流管理。通过探讨电子商务与物流的关系,对电子商务环境下物流系统要素管理、物流模式等内容进行了详尽的论述,又对较为前沿的供应链管理的有关内容,包括供应链的基础理论、供应链管理的方法等作了介绍。本书还进一步强调了电子商务信息技术和物流信息管理的重要性,介绍了电子商务物流的信息技术,认为信息化是电子商务环境下物流的突出特点。在国际贸易中,国际物流管理扮演着非常重要的角色,因此本书对国际物流单独作为一章作了阐述。最后,本书对物流成本管理和物流组织管理作了介绍,进一步强调了电子商务物流管理的核心内容:降低物流成本,提高物流组织效率,满足物流客户的需求,更好更快地发展物流,这体现了本书的主体思想。在每一章节中引入了一些小案例帮助读者加深对本书知识理论的理解,这是本书的一大特色。全书始终注意电子商务和物流的结合,叙述准确、内容丰富、逻辑清楚。每章前面有引例、知识要点,中间有小案例或小资料,后面附有案例分析、实训和练习题,方便教师讲课和学生学习。

本书由佳木斯大学胡燕灵任主编,佳木斯大学马洪娟、黑龙江贸易经济学院王英伟任副主编。具体分工如下:第一、四章由胡燕灵编写,第二、五、八章由马洪娟编写,第三、六章由王英伟编写,第七、九章由通化职教中心张婕编写。全书由胡燕灵统稿。佳木斯大

学李佳明担任本书的主审。

本书在编写过程中，参阅了许多报刊杂志和网站的资料，参考并援引了国内外相关专家、学者在电子商务及物流领域内的最新专著、文献及教材，也得到清华大学出版社的热心支持，在此一并表示衷心的感谢。

尽管我们在本教材的内容编写和特色把握方面做了大量的探索与尝试，但限于时间和水平，书中难免存在不妥和疏漏之处，敬请使用本教材的各教学单位和读者能提出改进意见，以便我们在修订时完善。

编 者

目 录

第一章 电子商务物流概述 1	第三节 物流系统功能要素 45
第一节 物流概述 2	一、运输..... 45
一、物流的含义..... 2	二、仓储..... 56
二、物流的分类..... 2	三、装卸搬运..... 66
三、物流的基本功能..... 5	四、包装..... 69
四、物流产生与发展..... 6	五、流通加工..... 75
五、物流管理..... 7	实训 81
第二节 电子商务与物流的关系 8	练习题 81
一、电子商务对物流的影响..... 8	第三章 电子商务物流配送 83
二、物流对电子商务的影响..... 13	第一节 电子商务物流配送的特点
三、电子商务物流的特点..... 15	与作用..... 84
第三节 电子商务物流的发展 17	一、电子商务物流配送简介..... 84
一、我国电子商务物流的现状..... 17	二、物流配送过程..... 85
二、我国物流产业发展存在的 主要问题..... 18	三、配送的作业目标..... 87
三、电子商务下物流业的发展趋势..... 19	第二节 配送的种类 89
四、我国物流业的发展对策..... 21	一、按配送商品种类及数量划分..... 89
五、国内外著名物流企业..... 24	二、按配送时间及数量划分..... 89
实训 31	三、按配送地点划分..... 91
练习题 31	第三节 电子商务配送模式及选择 92
第二章 电子商务物流系统及功能	一、配送模式..... 92
要素 33	二、电子商务配送模式的选择..... 94
第一节 物流系统 34	第四节 配送中心 96
一、物流系统概述..... 34	一、配送中心概述..... 96
二、物流系统要素..... 36	二、配送中心的规划设计..... 101
第二节 物流系统模式 38	实训 114
一、物流系统模式简介..... 38	练习题 116
二、物流系统化..... 40	第四章 电子商务环境下的物流模式 118
三、物流系统分析..... 42	第一节 电子商务物流模式概述 119
	一、物流模式概述..... 119

二、电子商务环境下的物流模式.....	120
第二节 第三方物流模式.....	121
一、第三方物流的概念及特点.....	121
二、第三方物流的五种发展模式.....	123
三、我国第三方物流的发展思路.....	124
第三节 第四方物流模式.....	127
一、第四方物流的概念与特征.....	127
二、第四方物流和第三方物流的 区别与联系.....	129
三、第四方物流的运营方式.....	129
四、发展中国第四方物流的思路.....	131
第四节 绿色物流.....	133
一、绿色物流的概念与内涵.....	133
二、绿色物流系统.....	134
三、绿色物流在国外的的发展.....	135
四、我国绿色物流的现状.....	136
五、我国绿色物流的发展战略.....	137
实训.....	144
练习题.....	145

第五章 电子商务供应链管理基础

理论.....	147
第一节 供应链与供应链管理.....	148
一、供应链概述.....	148
二、供应链管理概述.....	156
三、供应链管理中的库存控制 与策略.....	159
第二节 供应链系统设计.....	164
一、供应链系统设计原则.....	164
二、供应链系统设计步骤.....	166
第三节 供应链管理策略.....	167
一、快速反应(QR).....	167
二、高效客户反应(ECR).....	173
三、电子订货系统(EOS).....	180
四、企业资源计划(ERP).....	187

实训.....	198
练习题.....	198

第六章 电子商务物流信息技术..... 200

第一节 物流信息的功能和特征.....	201
一、物流信息.....	201
二、物流信息技术的组成.....	202
第二节 信息技术在电子商务物流中 的应用.....	203
一、条形码技术.....	203
二、射频技术概述.....	208
三、EDI.....	210
四、自动跟踪技术.....	218
第三节 物流信息系统的设计.....	225
一、物流信息系统的总体设计 要求.....	226
二、物流信息系统的设计原则.....	226
三、物流信息系统的运行平台.....	228
四、物流信息系统的分层设计.....	229
第四节 物流信息系统的应用.....	230
一、电子订货系统(EOS).....	230
二、销售时点信息系统(POS).....	231
三、物流运输企业的信息管理 系统.....	234
实训.....	238
练习题.....	239

第七章 国际物流..... 241

第一节 国际物流概述.....	242
一、国际物流的概念.....	242
二、国际物流的特点.....	243
第二节 国际物流系统要素.....	244
一、国际货物运输子系统.....	244
二、国际货物储存子系统.....	245
三、国际货物装卸搬运子系统.....	246

四、国际货物流通加工子系统.....	246
五、国际货物包装子系统.....	246
六、国际货物信息子系统.....	247
第三节 国际物流的基本流程与业务.....	247
一、订单处理.....	247
二、运输与保险.....	247
三、理货.....	252
四、报关检验.....	254
五、支付.....	258
六、储存和销售.....	259
第四节 电子商务环境下国际物流的 发展趋势和前景.....	265
一、集约化与协同化趋势.....	265
二、服务优质化趋势.....	266
三、信息化趋势.....	266
四、智能化趋势.....	266
实训.....	270
练习题.....	270
第八章 电子商务下物流成本管理.....	272
第一节 物流成本管理概述.....	273
一、物流成本的概念与构成.....	273
二、物流成本的有关特性.....	278
三、物流成本管理概述.....	281
第二节 物流成本核算与分析.....	288
一、物流成本的核算.....	288
二、物流成本的作业分析.....	291
第三节 物流成本控制.....	296
一、物流成本控制概述.....	296
二、物流成本控制的有效途径.....	297
实训.....	302
练习题.....	302
第九章 电子商务物流管理.....	304
第一节 电子商务物流管理概述.....	305
一、电子商务物流管理的含义 与内容.....	305
二、电子商务物流管理的原则.....	308
三、电子商务物流管理的职能.....	308
第二节 电子商务物流管理的内容.....	309
一、组织管理.....	309
二、业务管理.....	312
三、质量管理.....	312
四、电子商务物流的人力资源 管理.....	315
第三节 电子商务物流管理信息系统.....	315
一、物流管理信息系统的概念.....	316
二、物流信息系统的主要工作.....	316
三、物流信息系统的层次结构.....	317
四、电子商务物流管理信息系统的 支撑技术.....	318
实训.....	323
练习题.....	323
附录 A 中华人民共和国国家标准 物流术语.....	325
附录 B 物流相关名词中英对照表.....	347
参考文献.....	351

第一章 电子商务物流概述

本章要点

- 物流概述
- 电子商务物流特点
- 电子商务物流的发展

引例案例

作为国内最大的 C2C 电子商务网站，淘宝网在 2007 年的交易总额达到了 433.1 亿元，同比增长 156.3%，仅次于百联集团，跃升为中国第二大综合卖场。淘宝网的飞速发展固然与其免费的经营策略吸引了巨大的人气与商流有关，但其对物流的重视也成为其快速发展的一个“法宝”。“在国内的电子商务网站中，淘宝在物流方面是做得非常深入的”。淘宝网产品技术中心产品经理严俊表示。

淘宝网(www.taobao.com)是亚洲最大的购物网站，由全球最佳 B2B 平台阿里巴巴公司投资 4.5 亿创办，致力于成就全球首选购物网站。自 2003 年 5 月 10 日成立以来，淘宝网基于诚信为本的准则，从零做起，在短短的 2 年时间内，迅速成为国内购物网站的第一名，占据了是中国网络购物 70% 左右的市场份额，创造了互联网企业发展的奇迹。截至 2006 年 12 月，淘宝网注册会员超过 3000 万人，全年成交额突破 169 亿，远超 2005 年中国网购整体市场总量。根据 Alexa 的评测，淘宝网为中国访问量最大的电子商务网站，居于全世界网站访问量排名的第 22 位，在中国则为第 7 位。淘宝网倡导诚信、活泼、高效的网络交易文化。在为淘宝会员打造更安全高效的网络交易平台的同时，淘宝网也全心营造和倡导互帮互助、轻松活泼的家庭式氛围，使每位在淘宝网进行交易的人，在享受网上交易的迅速和便捷的同时，结交到更多的朋友。目前，淘宝网已经成为越来越多的网民在网上创业和以商会友的最佳选择。

电子商务(Electronic Commerce)，通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于浏览器 1 服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。电子商务中的任何一笔交易，都包含着信息流、商流、资金流和物流。其中，物流在电子商务活动中处于重要地位。

(资料来源：商玮主编，电子商务物流管理，中国财政经济出版社)

第一节 物流概述

一、物流的含义

目前国内外关于物流的定义很多，下面列举一些较有代表性的权威解释。

美国物流管理委员会对物流的定义：物流是指为满足客户需要而进行的原材料、中间库存、最终产品及相关信息从起点到终点间的有效流动，以及为实现这一流动而进行的计划、管理、控制过程。

日本工业标准的定义：物流是将实物从供应者物理性移动到用户这一过程的活动，一般包括输送、保管、装卸以及与其有关的情报等各种活动。

我国 2006 年颁布实施的《物流术语》国家标准(GB/T 18354—2006)中的定义：物流(Logistics)是指物品从供应地到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。

除此之外，还有如下一些典型的定义。

(1) 物流是一个控制原材料、制成品、产成品和信息的系统。

(2) 物流是从供应开始，经各种中间环节的转让及拥有而到达最终消费者手中的实物运动，以此实现组织的明确目标。

(3) 物流是指物质资料从供给者到需求者的物理运动，是创造时间价值、场所价值和一定加工价值的活动。

(4) 物流是指物质实体从供应者向需求者的物理移动，它由一系列创造时间价值和空间价值的经济活动组成，包括运输、保管、配送、包装、装卸、流通加工及物流信息处理等多项基本活动，是这些活动的统一。

二、物流的分类

物流活动是指物流诸功能的实施与管理过程。物流活动在社会经济领域中无处不在，对于不同领域的物流，虽然基本要素相同，但由于物流对象、物流目的、物流范围和范畴的不同，形成了不同的物流类型。

(一)按照物流规模 and 影响层面分类

1. 宏观物流

宏观物流是指社会再生产总体的物流活动，从社会再生产总体角度认识和研究的物流活动。宏观物流主要研究社会再生产过程中物流活动的运行规律以及物流活动的总体行为。这种物流活动的参与者是构成社会总体的政府机构、行业、大型集团。研究重点在于政策

法规、行业规划对政府、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

消费者、生产者企业所从事的实际的、具体的物流活动属于微观物流。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都属于微观物流。微观物流研究是以个别企业为对象，重点是企业生产物流、供应物流、销售物流、回收物流、废弃物流等。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)按照物流的目的分类

按照物流的目的可以将物流分为社会物流和企业物流。

1. 社会物流

社会物流是指超越一家一户的、以整个社会为范畴，面向社会为目的的物流。它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形成服务于社会的物流，研究社会中的物流体系结构和运行模式。

2. 企业物流

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。它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。

1) 供应物流

生产企业、流通企业或消费者购入原材料、零部件及其他物品的物流过程称为供应物流(Supply Logistics)，也就是物品在提供者与需求者之间的实体流动。供应物流管理的重点主要是在保质、保量、经济、及时地供应生产经营所需的各种物品，对采购、储存、物料管理等一系列供应过程进行计划、组织、协调与控制，以确保企业经营目标的实现。

2) 生产物流

生产物流(Production Logistics)是指在企业生产过程中，原材料、在制品、半成品、产成品在企业内部的实体流动过程。这种物流活动是由整个生产工艺过程所产生的，与生产流程同步。生产物流管理的重点是生产物流过程如何安排才最合理，各生产活动环节如何衔接才最有效，如何缩短整个生产的物流时间，与工艺过程有关的物流机械装备如何选用配合等。

3) 销售物流

销售物流(Distribution Logistics)是指生产企业或流通企业出售商品时,商品在供方与需求方之间的实体流动。企业通过销售物流,可以进行资金的回收并组织再生产活动。在现代社会中,销售物流活动带有极强的服务性,销售往往以送达用户并提供相应的售后服务才算终止。销售物流就是要研究送货方式、包装水平、运输路线等物流的合理化。

4) 回收物流

回收物流(Returned Logistics)是指不合格物品的返修、退货以及周转容器的回收所形成的物流活动,也包括企业在生产、供应、销售活动中产生的各种边角余料和废料的回收。在一个企业中,如果回收物品处理不当,往往会影响整个生产环境,甚至影响产品质量。回收物品品种多,流通渠道不规则,而且变化多样,因而管理和控制回收物流的难度很大。

5) 废弃物物流

废弃物物流(Waste Material Logistics)是指将经济活动中失去原有价值的物品,如开采矿山时产生的土石、炼钢生产中的钢渣、工业废水以及其他一些无机垃圾等,根据实际需要,进行收集、分类、加工、包装、搬运等,并分送到专门处理场所过程中所形成的物流活动。

废弃物如不能妥善处理,不仅没有再利用的价值,而且会污染环境,有些还会妨碍生产的持续开展。随着各国对环境保护的重视和对经济可持续发展的关注,如何将废弃物通过分拣、分解再加工等过程,变废物为可持续利用的新材料,也是近来研究的课题。这类物流有时也被称为“环保物流”或者“绿色物流”。

(三)按照物流活动的覆盖地域分类

按照物流活动涉及的空间范围可以将物流分为国际物流和区域物流。

1. 国际物流

国际物流是不同国家之间的物流,是随着世界各国之间进行国际贸易而发生的商品实体从一个国家流转 to 另一个国家而发生的物流活动。这种物流是国际贸易的一个必然组成部分,各国之间的相互贸易最终通过国际物流来实现。国际物流是现代物流系统中一个重要的物流领域,也是一种新的物流形态。由于近十几年国际贸易的急剧扩大,国际分工日益深化以及区域一体化速度的加快,国际物流成为现代物流研究的一个热点。特别是全球经济一体化的进程越来越快,“多国制造”的产品越来越多,这种趋势导致国际物流发生了新的变革。

2. 区域物流

区域物流是相对于国际物流而言的,指一个国家范围内的物流,如一个城市的物流,一个经济区域的物流。与国际物流相比,一个国家范围内的物流,一个城市的物流,一个经济区域的物流都处于同一法律、规章、制度之下,都受相同文化及社会因素的影响,都

处于基本相同的科技水平和装备水平之中。区域物流研究的重点是城市物流。

(四)按照物流服务对象分类

1. 一般物流

一般物流是指物流活动的共同点和一般性。物流活动的一个重要特点就是物流活动涉及全社会、各企业,因此,物流系统的建立和物流活动的开展都必须有普遍的适用性。一般物流研究的着眼点在于物流的一般规律,建立普遍使用的物流标准化系统,研究物流的共同功能要素,研究物流与其他系统的结合、衔接,研究物流信息系统及管理体制等。

2. 特殊物流

特殊物流是指在专门范围、专门领域、特殊行业,在遵循一般物流规律基础上,带有特殊制约因素、特殊应用领域、特殊管理方式、特殊劳动对象、特殊机械装备特点的物流。特殊物流是社会分工深化、物流活动合理化和精细化的产物。在保持通用的、一般的物流活动前提下,有特点并能形成规模,能产生规模效益的物流便会形成本身独特的物流活动和物流方式。研究特殊物流有助于推动现代物流的发展。

特殊物流可进一步细分如下:

- (1) 按产品对象的特殊性。有水泥物流、石油及油品物流、快速消费品物流、煤炭物流、化学物品物流、危险品物流等。
- (2) 按服务方式及服务水平。有门到门的一贯物流、快件、商业配送以及电子商务配送等。
- (3) 按装备及技术。有集装箱物流、托盘物流等。

三、物流的基本功能

物流的具体功能有如下几点。

- (1) 需求预测:需求预测是对生产、装运、销售等方面可能产生的数据的一种预测或估计。
- (2) 物流信息交换:物流信息在相关部门之间传递,是提高物流作业效率,实现物流系统化的关键环节。
- (3) 客户服务管理:掌握客户的需求动态,根据客户的要求和企业营销战略,确定客户服务标准,及时提供物流服务。
- (4) 订单处理:接受订货信息,按照订单组织进货。
- (5) 库存控制:在保障供应的前提下,使库存物品的数量最少所进行的有效管理的技术经济措施。库存控制是物流管理的核心。
- (6) 物料装卸搬运:在物流过程中,于保管和运输两端场所对物料进行的装车、卸车、移动、取货、分拣等作业活动。

(7) 售后服务: 为已售出商品提供配件及维修等服务。

(8) 设施布局: 根据物流合理化的要求, 确定物流节点的数量和位置。工厂(包括商店等)和仓库(包括配送中心等)的数量和位置直接关系到物流网络的基本格局, 影响到物流的走向及效率等。

(9) 采购: 主要是指根据生产经营计划和库存状况, 向供应商下达订单补充库存。

(10) 包装: 为保证物流过程中货物不发生损坏, 便于运输而进行的包装活动, 也称为运输包装或物流包装。

(11) 运输: 运输是物流的主要功能, 是实现商品的空间位移。

(12) 退货处理: 将不合格货物和多余货物退还给供货部门的活动。

(13) 废弃物处理: 物理过程中产生的废弃物的回收活动。

(14) 仓储管理: 对仓库内物品的出入库、装卸等作业活动实施的管理活动以及对库存货物妥善保管的相关作业活动。

(15) 流通加工: 流通加工是在流通领域从事的简单生产活动, 流通加工不改变商品的基本形态和功能, 只是完善商品的使用功能, 提高商品的附加值。

(16) 配送: 配送属于由末端物流节点向最终用户进行的货物运输活动, 具有小批量、多品种的特点。

四、物流产生与发展

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, PD)到目前的现代物流(Logistics)的转变过程。

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与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”。

在第二次世界大战期间, 美国陆军根据军事上的需要, 运用 Logistics Management(当时译为后勤管理)方法, 对军火等战时物资的生产、采购、运输、配给等活动进行全面管理, 以求战时物资补给的费用更低、速度更快、服务更好。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, 定义为“包括原材料的流通、产品分配、运输、购买与库存控制、储存、用户服务等业务活动”, 其领域统括原材料物流、生产物流和销售物流, 是一个包含范围更广泛的物流概念, 并得到各国实业界和理论界的广泛认同。

日本在1964年开始使用“物流”这一概念。在使用物流这个概念以前, 日本把与商品

实体有关的各项业务统称为“流通技术”。1956年,有一个由12名专家学者组成的“物流技术专业考察团”,在美国各地进行了实地考察,方弄清楚日本以往叫做“流通技术”的内容,相当于美国的“Physical Distribution(实物分配)”,从此便把流通技术简称为“PD”。之后,“PD”这个术语在日本得到了广泛的使用。1964年,平原(日本池田内阁中五年计划制定小组成员)谈到“PD”这一术语时说,“比起来,叫做‘PD’不如叫做‘物的流通’更好”。1965年,日本在政府文件中正式采用“物的流通”这个术语,简称为“物流”。

我国开始使用“物流”一词始于1979年(有人认为,孙中山主张的“货畅其流”,可以说是我国物流思想的起源)。1979年6月,我国物资工作者代表团赴日本参加第三届国际物流会议,回国后在考察报告中第一次引用并使用“物流”这一术语。当商业部提出建立“物流中心”时,曾有人认为“物流”一词来自日本,有崇洋之嫌,乃改为“储运中心”。其实,储存和运输虽是物流的主体,但物流有更广的外延,而且物流是日本引用的汉语,作为“实物流通”的简称,其提法既科学合理,又确切易懂。不久,“储运中心”仍恢复为“物流中心”。1988年,台湾也开始使用“物流”这一概念。1989年4月,第八届国际物流会议在北京召开,“物流”一词的使用日益普遍。

近20年来,Logistics 逐渐取代 PD,成为现代物流和物流科学的代名词。那么 Logistics(后勤)与 Physical Distribution(实物分配)两者有着怎样的区别呢?其主要不同在于 Logistics(后勤)已突破了商品流通的范围,把物流活动扩大到生产领域。物流已不仅仅从产品出厂开始,而是包括从原材料采购、加工生产到产品销售、售后服务,直到废旧物品回收等整个物理性的流通过程。这是因为随着生产的发展,社会分工越来越细,大型的制造商往往把成品零部件的生产任务,包给其他专业性制造商,自己只是对这些零部件进行组装。在这种情况下,物流不但与流通系统维持密切的关系,同时与生产系统也产生了密切的关系。这样,将物流、商流和生产三个方面连接在一起,就能产生更高的效率。可见 Logistics 的外延更为广泛。

五、物流管理

(一)物流管理的含义

物流一词是从 Physical Distribution 发展到 Logistics 的一个重要变革,是将物流活动从被动、从属的职能活动上升到企业经营战略的一个重要组成部分,因而要求对物流活动作为一个系统加以管理和运行,也就是说,物流本身的概念已经从活动的概述和总结上升到管理学层次。所谓物流管理是指在社会再生产过程中,运用经济学、管理学的思想、理论和方法,研究物流活动中的各种规律,对物流活动进行计划、组织、协调、控制和监督,使各项物流活动实现最佳的协调与配合,以降低物流成本,提高物流效率和经济效益。

(二) 物流管理的内容

物流管理的内容主要包括 3 个方面:

- (1) 对物流活动诸要素的管理, 包括运输、储存等环节的管理。
- (2) 对物流系统诸要素的管理, 即对其中人、财、物、设备、方法和信息等 6 大要素的管理。
- (3) 对物流活动中具体职能的管理, 主要包括物流计划、质量、技术、经济等职能的管理等。

第二节 电子商务与物流的关系

近几年来, 随着电子商务环境的改善以及电子商务所具备的巨大优势, 电子商务受到了政府、企业界的高度重视, 其纷纷以不同的形式介入到电子商务活动中, 使电子商务在短短的几年中以惊人的速度发展。在当今的电子商务时代, 人们越来越愿意花一部分钱(运费)来完成足不出户的网上购物活动; 同时, 随电子商务发展而产生的大小卖家也更愿意将实体店搬到网上, 因为这样既可以打开市场, 又不用考虑店铺的租金和税金问题。物流环节联系着买家和卖家, 物流的水平, 比如运费的高低、送货的时间、商品的安全等因素都是双方非常关心的。电子商务在改变传统商业模式的同时, 对物流也产生了深刻的影响。可以说, 电子商务的发展把物流业提升到了前所未有的高度, 电子商务为物流企业提供了一个空前发展的机遇; 而现代物流的发展又促进了电子商务的进一步发展。

一、电子商务对物流的影响

(一) 对物流理念的影响

电子商务对物流理念的影响, 可以从以下几方面来理解:

(1) 物流系统中的信息变成了整个供应链运营的环境基础。网络是平台, 供应链是主体, 电子商务是手段。信息环境对供应链的一体化起着控制和主导的作用。

(2) 企业的市场竞争将更多地表现为以外联网所代表的企业联盟的竞争。换句话说, 网上竞争的直接参与者将逐步减少, 更多的企业将以其商品或服务的专业化比较优势, 参加到以核心企业(或有品牌优势, 或有知识管理优势)为龙头的分工协作的物流体系中去, 在更大的范围内建成一体化的供应链, 并成为核心企业组织机构虚拟化的实体支持系统。供应链体系纵向和横向的无限扩张, 将对企业提出要么是更广泛的联盟化, 要么是更深度的专业化的要求。

(3) 市场竞争的优势将不再是企业拥有的物质资源有多少,而在于它能调动、协调、整合多少社会资源来增强自己的市场竞争力。因此,企业的竞争将是以物流系统为依托的信息联盟或知识联盟的竞争。物流系统的管理也从对有形资产存货的管理转为对无形资产信息或知识的管理。

(4) 物流系统面临的基本技术经济问题,是如何在供应链成员企业之间有效地分配信息资源,使得全系统的客户服务水平达到最高,即追求物流总成本最低的同时为客户提供个性化的服务。

(5) 物流系统由供给推动变为需求拉动,当物流系统内的所有方面都得到网络技术的支持时,产品对客户的可得性将极大地提高。同时,将在物流系统的各个功能环节上极大地降低成本,如降低采购成本、减少库存成本,缩短产品开发周期,为客户提供有效的服务以及增加销售的机会等。

(二)对物流系统结构的影响

电子商务对物流系统结构的影响,主要表现在以下几方面:

(1) 由于网上客户可以直接接触制造商并可获得个性化的服务,故传统物流渠道中的批发商和零售商等中介将逐步淡出,但是区域销售代理将作为制造商产品营销和服务功能的直接延伸,其地位将加强。

(2) 由于网上时空的“零距离”特点与现实世界的反差增大,客户对产品的可得性的心理预期加大,以致企业准时交货的压力变大。因此,物流系统中的港、站、库、配送中心、运输线路等设施的布局、结构和任务将面临较大的调整,如尤尼西斯公司在采用了 EDI 的 MRP 系统后,将其欧洲区的 5 个配送中心和 14 个辅助仓库缩减为 1 个配送中心。在企业保留若干地区性仓库以后,更多的仓库将被改造为配送中心。由于存货的控制能力变强,物流系统中仓库的总数将减少。随着运管政策的逐步放宽,更多的独立承运人将为企业提供更加专业化的配送服务,配送的服务半径也将加大。

(3) 由于信息共享的即时性,制造商在全球范围内进行资源配置成为可能,故其组织结构将趋于分散并逐步虚拟化。当然,这主要是指那些拥有品牌产品、在技术上已经实现功能模块化和质量标准化的企业。

(4) 大规模的电信基础设施建设,将使那些能够在网上直接传输的有形产品的物流系统隐形化。这类产品主要包括书报、音乐、软件等,即已经数字化的产品的物流系统将逐步与网络系统重合,并最终被网络系统取代。

(三)对客户的影响

(1) 要求在客户咨询服务的界面上,能保证企业与客户间的即时互动。网站的主页不仅要宣传企业和介绍产品,而且要能够与客户一起就产品的设计、质量、包装、改装、交付