



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

高等院校电子商务系列

电子商务物流管理

赵林度◎主编



科学出版社

www.sciencep.com

十一五

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

高等院校电子商务系列

电子商务物流管理

赵林度 主编

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书从电子商务物流管理的基本框架出发,介绍了物流管理理论基础、电子商务物流集成方案和电子商务物流管理流程优化方法,分析了电子商务物流管理信息系统、电子商务物流信息标准化和电子商务供应链管理集成等技术,系统地描述了电子商务物流系统开发方案及案例应用。

本书可以作为大专院校工商管理类专业的教材,特别是可作为电子商务、物流管理、管理工程、系统工程和计算机专业本科生、研究生的教材或参考书,也可以作为从事电子商务物流管理系统规划、设计和应用的技术人员的工具书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务物流管理/赵林度主编. —北京:科学出版社,2006
(普通高等教育“十一五”国家级规划教材·高等院校电子商务系列)
ISBN 7-03-017846-7

I.电… II.赵… III.电子商务-物流-物资管理-高等学校-教材
IV.①F713.36②F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第095696号

责任编辑:李娜 / 责任校对:赵燕
责任印制:吕春珉 / 封面设计:飞天创意

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号
邮政编码:100717
<http://www.sciencep.com>

信德彩色印装有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2006年8月第 一 版 开本: B5 (720×1000)
2006年8月第一次印刷 印张: 23 3/4
印数: 1—3 000 字数: 477 000

定价: 31.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换<路通>)

销售部电话 010-62136131 编辑部电话 010-62138978-8005 (HF02)

高等院校电子商务系列规划教材

编委会

顾 问 李 琪

主 任 彭丽芳

副主任 王汝林 秦成德 杨路明

委 员 (按姓氏笔画排序)

王兴鹏 王光明 王俊杰 李建军

张继肖 张德存 林 光 项义军

战立强 赵林度 管会生

秘书长 王 东

本书编写人员

主 编 赵林度

副主编 (按姓氏笔画排序)

马汉武 王海燕 胡艳英 彭佳红 韩瑞珠

参 编 (按姓氏笔画排序)

王红平 尤海燕 庄 品 邹 龙 吴敏洁

谈晓勇 曹 杰

前 言

电子商务和现代物流的集成催生了一个新生事物——电子商务物流管理体系，它不是 1+1 式的集成，它与其他事物一样都需要有一个不断发展和完善的过程。在改变传统管理模式的同时，它也受到了来自传统模式阻力的影响。在各种阻力的影响和冲击下，电子商务物流也将随着管理思想的渗透而日益成熟。只有经过实践检验的电子商务物流管理体系，才能真正发挥其应有的价值。

电子商务物流知识体系首先应包含管理思想和内容，以及管理创新在电子商务物流体系中的作用和影响，然后才是技术体系和如何进行设计与开发实践。因此，本书涵盖了电子商务、物流管理等领域的管理、技术和实践等内容，并以管理创新为主题贯穿全书。

本书共八章，从电子商务物流管理的基本框架出发，介绍了物流管理理论基础、电子商务物流集成方案和电子商务物流管理流程优化方法；分析了电子商务物流管理信息系统、电子商务物流信息标准化和电子商务供应链管理集成等技术；系统地描述了电子商务物流系统开发方案及案例应用。本书可以讲授 48 学时，第一章至第三章各 4 学时；第四章至第七章各 6 学时；第八章 12 学时。另外，可以安排上机时数 12 学时。

赵林度确定本书框架，并提供了初稿，在与副主编讨论的基础上对本书框架进行了修正。本书采用分章负责的方式进行编写，第一章至第八章分别由王红平、彭佳红、马汉武、邹龙、胡艳英、吴敏洁、谈晓勇、赵林度编写，冯永建、马新露和赵玉波承担了程序调试工作。第一章至第四章由胡艳英统稿，第五章至第八章由彭佳红统稿。赵林度负责全书最后的统稿。博士研究生唐磊、于海生、马新露、朱莉、侯晶和硕士研究生冯永建、丁芳、陈鑫远、钱传宜、罗文彬、赵玉波、宋瑞鹏、何凡等帮助查阅了大量文献，借此机会向他们表示诚挚的谢意。

本书的完成首先是作者对电子商务、物流管理和供应链管理重要性认识上的一次飞跃，尽管作者为本书花费了大量的精力，但由于电子商务物流管理是一项理论和实践都很强的研究领域，加上作者水平有限，书中难免有不当之处，恳请读者批评指正 (ldzhao@seu.edu.cn)。

目 录

第一章 电子商务物流管理基本框架	1
第一节 电子商务和现代物流的发展	1
一、电子商务的发展.....	1
二、现代物流的发展.....	4
三、电子商务与物流集成发展趋势.....	8
第二节 电子商务物流的特点	11
一、电子商务的特点.....	12
二、现代物流的特点.....	13
三、电子商务物流管理的特点.....	15
第三节 电子商务物流管理的优势与作用	17
一、电子商务物流管理集成优势.....	17
二、电子商务物流管理的作用.....	19
小结.....	21
思考题.....	21
第二章 物流管理理论基础	23
第一节 物流概论	23
一、物流的含义.....	24
二、物流的价值.....	26
三、物流的分类.....	29
四、物流的基本功能与要素.....	34
第二节 物流理论体系	36
一、商物分离理论.....	36
二、黑大陆理论和物流冰山理论.....	38
三、第三利润理论.....	39
四、效益背反理论和物流整体理论.....	40
五、后勤理论.....	41
六、成本中心理论、利润中心理论、服务中心理论和物流战略理论.....	42
第三节 物流管理理论体系	43
一、物流成本管理.....	44
二、物流时间管理.....	47

三、物流质量管理	51
四、物流资源管理	54
小结	59
思考题	59
第三章 电子商务物流管理集成方案	60
第一节 电子商务物流集成因素	60
一、电子商务集成因素	60
二、物流集成因素	62
三、电子商务物流管理集成因素	64
第二节 电子商务物流管理集成策略	70
一、信息化与集成	70
二、紧密耦合型集成策略	72
三、松散组合型集成策略	74
第三节 电子商务物流管理集成模式	76
一、自理集成模式	76
二、第三方物流集成模式	80
三、第四方物流集成模式	83
第四节 电子商务物流管理集成流程	85
一、电子商务配送解决方案	85
二、电子商务物流管理集成流程分析	86
三、电子商务物流管理集成流程设计	88
小结	93
思考题	93
第四章 电子商务物流管理流程优化	95
第一节 业务流程重组的产生和发展	95
一、业务流程重组产生的根源	95
二、业务流程重组研究概况	96
第二节 业务流程重组概论	99
一、业务流程重组的概念	100
二、业务流程重组对企业的影响	101
三、业务流程重组绩效	103
第三节 业务流程重组的方法	105
一、流程描述与分析的一般方法	105
二、业务流程的简化	110
三、组织结构的调整与重组	112

第四节 电子商务物流管理业务流程重组	115
一、基于时间的业务流程重组	116
二、基于成本的业务流程重组	119
三、基于绩效的业务流程重组	123
小结	126
思考题	127
第五章 电子商务物流管理信息系统	128
第一节 物流信息系统	128
一、物流系统的功能和原理	128
二、物流系统的结构	131
三、物流系统的流程	133
第二节 电子商务物流管理信息系统的基本框架	135
一、电子商务物流管理信息系统环境分析	135
二、电子商务物流管理信息系统设计策略	140
第三节 电子商务物流管理信息系统的结构	145
一、电子商务物流管理信息系统总体结构	145
二、电子商务物流管理信息系统功能结构	150
小结	157
思考题	158
第六章 电子商务物流信息标准化	159
第一节 数据标准化	160
一、信息分类与代码	160
二、EAN·UCC 系统	169
三、自动识别与数据采集技术	173
第二节 数据交换标准化	176
一、EDI 标准	177
二、XML 标准	179
第三节 信息跟踪技术标准化	184
一、GIS 技术	184
二、GPS 技术	188
小结	192
思考题	193
第七章 电子商务供应链管理集成	194
第一节 供应链管理概述	194
一、供应链管理的概念	194
二、供应链管理的理论基础	199

三、供应链管理的发展模式	201
四、供应链的竞争优势	204
第二节 电子商务供应链网络	206
一、供应链网络模型	207
二、供应链网络优化	209
三、电子商务供应链网络模型	212
第三节 电子商务供应链管理集成方案	217
一、电子商务供应链管理集成策略	217
二、电子商务供应链管理集成模式	220
三、电子商务供应链管理集成流程	225
四、电子商务供应链管理集成系统	229
小结	234
思考题	234
第八章 电子商务物流系统开发方案	236
第一节 电子商务物流架构	236
第二节 电子商务物流的技术方案	237
一、Microsoft技术方案	238
二、J2EE技术方案	243
第三节 电子商务物流系统开发实例介绍	251
一、开发准备	254
二、用户管理系统	257
三、商品展示管理	261
四、购物篮系统	265
五、收银台设计	268
六、订单查询	271
七、配送管理	273
八、配送信息查询	279
小结	280
思考题	281
附录 霜天电子商务物流系统源程序	282
主要参考文献	367

第一章 电子商务物流管理基本框架

在新经济襁褓中孕育出来的电子商务和现代物流，已经成为新经济发展的重要推动力，受到国内外学者的广泛关注。根据弗吉里奥·A. F. 福尔美达（Virgilio A.F.Almeida）等人 1999 年的研究成果，可以认为电子商务强烈地依赖于当地物流的发展水平。为了能够在激烈的市场竞争中实现快速、有效的客户反应，电子商务与物流管理的集成已经成为现代管理的发展趋势。

面对市场的严峻挑战及经济全球化的趋势，企业对自身的管理，特别是对物流管理提出了新的目标和要求。电子商务的出现及时提供了物流领域的策略，帮助企业实现物流一体化，电子商务的发展既为物流管理的实施创造了良好的条件，也提出了更高的要求。电子商务物流管理将成为未来企业物流管理的主要形式，并将为越来越多的企业所认同和运用。

第一节 电子商务和现代物流的发展

电子商务是 20 世纪 90 年代初在美国、加拿大等国兴起的一种崭新的企业经营方式，它能在商务运营的整个过程中实现无纸化、直接化和智能化。实际上，早在 20 世纪 60~70 年代，电子数据交换（Electronic Data Interchange, EDI）技术就已经在商贸交易领域中获得了应用，如美国军方和运输部门用 ANSI X.12 电子数据交换标准在网络上传递商务报文；1981 年，欧共体就开始用 GTDI 标准在广域网上从事商贸交易活动。不过早期的系统对技术标准和网络的要求比较高，应用的范围一直有限。进入 20 世纪 90 年代，Internet 的发展和 UN/EDIFACT 标准的出现，推动着电子商务迅猛发展。

一、电子商务的发展

电子商务（Electronic Commerce, EC）是经济和信息技术（Information Technology, IT）发展并相互作用的必然产物。所谓电子商务，是指网上开展的商务活动。企业利用 Intranet、Extranet、Internet 与客户、供应商、员工联系，从事各种生产、经营、销售等经济活动就是电子商务。

具有标准性、联通性和开放性的 Internet，推动了网络技术加信息技术模式的产生和发展。Internet 的出现造就了网络经济，并推动了网络经济的发展，从而构建了现代商务过程的基础。这个强有力的基础，使商务过程更具交互性、密集性和高效性，使人们在商务活动中更具创新性和灵活性。

从收音机、电视机、计算机和 Internet 等不同传播媒体发展成为大众传媒所需的时间比较中（如图 1.1 所示），就可以感受到 Internet 的发展速度之快。

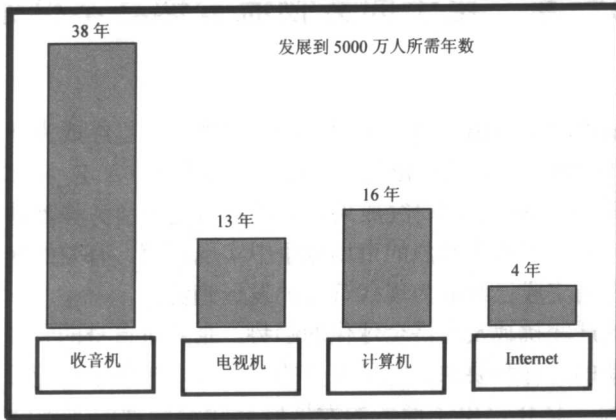


图 1.1 一种传媒成为大众传媒的时间对照表

18 世纪末，蒸汽机的发明，使人类社会从农业时代进入了工业时代。20 世纪末，Internet 的出现，引发了一场轰轰烈烈的信息革命。就像 1842 年哥伦布 (Columbus) 发现新大陆一样，只不过这里所描述的是一块无形的、虚拟的、更加充满生机的大陆。在新大陆里，很多事情都以惊人的速度在成长。著名的观念大师彼得·杜拉克 (Peter Drucker) 认为，这场信息革命将波及人类所有的组织，将彻底改变组织对信息的关注形式。这场信息革命将引发整个世界的变革，而不仅仅是科技、机器和软件的变革，更重要的是观念的变革。

1. 电子商务的发展阶段

在网络经济浪潮的推动下，全球经济又迎来了一次浪潮的冲击——电子商务，电子商务是从电子数据交换浪潮中发展起来的，EDI 在商贸交易应用中不断得到发展和完善，占据着电子商务的重要地位。同时，在知识经济和数字经济等经济形式的推动下，电子商务正在掀起一次新的浪潮——电子社会（如表 1.1 所示），电子社会的到来必将对全球经济一体化产生更大的推动力。

表 1.1 电子商务发展的三次浪潮

浪潮	第一次浪潮——传统的 EDI	第二次浪潮——电子商务	第三次浪潮——电子社会
包含因素	下订单 运输说明 发票 检验可用库存量 预生成业务伙伴	上次浪潮中的因素加： 电子商场 银行和金融机构 同虚拟客人交易 共享信息的增加	上次浪潮中的因素加： 无票证交易 交易高度集成化 智能代理的广泛应用 持续进行测试的代理

自从 HP、IBM 公司先后宣布 1998 年为“电子商务年”以来，电子商务发展迅猛，平均大约每 9 个月 HP、IBM 公司交易额就翻一番。全球电子商务交易额（包括网上贸易额、销售额等）进入 2000 年后就达到万亿美元！从近几年来看，全球电子商务销售额 1997 年仅 26 亿美元，2000 年达到 3000 亿美元，2003 年达到 1.5 万亿美元，2004 年达到了 2.7748 万亿美元，全球电子商务销售额的增长率为 25.3%，通过电子商务实现的交易占全球贸易量的 15%~20%。全球电子商务交易额快速增长的事实和诱人的发展前景，推动着各国政府和全球商界不遗余力地加快了电子商务发展的步伐。如今，电子商务声势浩大的创新活动已经带来了经济增长方式的巨大变革。电子商务在整个供应链管理过程中，从原材料采购到对消费者服务都进行双向的信息交换、传递和应用集成，并以高效快捷的信息交流与直接应用完成全部商务活动。因此，它既是一场商业领域的根本性革命，又是一次世界性的创新活动，是未来贸易方式的发展方向 and 全新的商务模式，也是 21 世纪的主流商业与贸易形态。电子商务带给人们的不仅是商业机会和商业利润，更重要的是商务观念的深刻革命和经济增长方式的巨大变革。

电子商务是一个没有边界的庞大的虚拟市场。从 2003 年以来的统计数据来看，电子商务为全球企业提供了数万亿美元的市场，以及有待进一步挖掘的更加庞大的潜在市场。电子商务基础设施建设的巨大投资，又给电子商务技术的发展提供了庞大的商品市场，这不仅会吸引信息产业巨头们的兴趣而且会带来巨大的发展机会。巨大的市场需求必然带来社会生产方式的巨大变革，与此同时带来的还有文化的发展、生活的丰富、创造力的发挥以及对人与自然的和谐的追求等。

2. 中国电子商务的发展

从国际的大环境来看，世界商业的发展、中国加入世贸组织等，这些都为中国电子商务的发展提供了很好的环境。中国通信网经过长期建设，形成了由电子网、数据移动网、图像网、多媒体网组成的网络格局。我国政府于 1996 年 2 月成立中国国际电子商务中心，1997 年国务院组建电子信息推广办公室，联合 8 个部委建立了中国电子数据交换技术委员会，电子商务开始在我国启动。20 世纪 90 年代国家开始相继实施“金桥”、“金卡”、“金关”、“金卫”、“金税”、“金贸”等一系列金字工程，为电子商务的发展创造了条件。2004 年出台的《关于加快我国电子商务发展的若干意见》和 2005 年发布的《关于组织实施电子商务专项的通知》，为电子商务在我国的发展创造了良好的政策环境。《关于组织实施电子商务专项的通知》提出了要推动骨干企业电子商务建设，引导电子商务推广应用，完善电子商务支撑体系，创建良好的电子商务发展环境，发展第三方电子商务交易与服务，培育新的经济增长点等政策。未来的电子商务必然是我国经济的热点，也必然蕴藏着无限的商机。

电子商务概念在 1993 年引入中国，1996 年出现了第一笔网上交易。1998 年

以推动国民经济信息化为目标的企业间电子商务示范项目开始启动。自 1999 年以来,电子商务在中国开始由概念转向实践。2004 年,中国电子商务的增长率为 73.7%,营业额达到 4 800 亿人民币,约为全球电子商务营业额的 2%。

中国 Internet 的发展速度也非常快。2006 年 1 月 17 日,中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布“第十七次中国互联网络发展状况统计报告”。报告显示,截至 2005 年 12 月 31 日,我国上网用户总数突破了 1 亿,为 1.11 亿人,其中宽带上网人数达到 6 430 万人。目前,我国网民数和宽带上网人数均位居世界第二。国家顶级域名 CN 注册量首次突破百万,达到 109 万,成为国内用户注册域名的首选,稳居亚洲第一。上网计算机数达到 4 950 万台,网络国际出口带宽达到 136 106M,网站数达到 69.4 万个。IP 地址总数达到 7 439 万个,仅次于美国和日本,位居世界第三。

二、现代物流的发展

自 20 世纪初物流概念产生至今,物流活动经历了各种各样的变化和发展。物流一词从最初的“Physical Distribution”演变到如今的“Logistics”,扩展了物流含义与物流活动的范围。随着计算机技术的发展、全球营销的不断开展,物流产业得到了前所未有的扩大,管理水平不断提高,呈现出物流活动飞跃性、多样化的发展特征。通过对物流理论研究和应用实践发展较早的发达国家物流历程及我国物流活动演进发展的介绍,有助于我们从历史的角度来了解现代物流发展的轨迹与趋势。

1. 发达国家物流发展的历程

第二次世界大战后,随着制造业对物流管理在降低成本、改善经营绩效和提升企业竞争力等方面所起作用认识的逐步加深,以及社会经济和科学技术的迅速发展,现代物流在西方发达国家大致经历了如下四个发展阶段。

(1) 安全库存管理阶段(1940~1950)

20 世纪 60 年代以前,企业的采购、库存管理、销售以及运输等部门之间是分隔的,各自的物流活动按不同的职能进行分散管理。“如何不影响生产”是这一阶段的核心思想。为此,库存管理自然是此阶段物流管理的重点。当时,为了避免原材料缺货的发生,提出了“安全库存”的概念。“安全库存”的实质是保证在任何时候仓库里都有一定数量的存货,即安全库存量,以便需要时随时取用,安全库存的设置主要是为了应对需求的波动。因此,一旦库存储备低于预先规定的数量即订货点,则立即进行订货来补充库存,其基本公式是:订货点=单位时区的需求量×订货提前期+安全库存量。如某项物料的需求量为每周 100 件,提前期为 5 周,并保持两周的安全库存量,则该项物料的订货点可计算如下:

$$100 \times 5 + 200 = 700 \text{ (件)}$$

订货点法曾经引起人们的广泛关注，而且被称为“科学的库存模型”。然而，订货点法存在如下明显的缺点。

第一，订货点法是面向零件的，而不是面向产品的；每项物料的订货点分别独立地加以确定，没有考虑物料项目之间的比例关系。因此，常常会发生装配时各项物料数量不匹配的情况。

第二，采用订货点法下达订货的时间常常偏早，会造成某些物料的积压。另一方面，由于需求不均衡和库存管理模型本身的缺陷，又会造成另一些物料的短缺。其实，订货点法通过订货点来确定订货时间，再通过提前期来确定需求日期是本末倒置的，从而引发了物料需求计划（Material Requirement Planning, MRP）的出现。

（2）职能管理阶段（1960~1970）

20世纪六七十年代，计算机得到了广泛的应用。计算机管理系统为快速准确处理物料管理中产生的复杂问题提供了强有力的支持。物料需求计划成功地解决了根据最终产品需求生成零部件需求计划的问题，将零部件物流与产成品物流联结起来，不仅克服了订货点法的不足，而且大大提高了生产和库存管理的效率。同时，20世纪70年代市场环境由卖方市场转变为买方市场，也使得生产企业不得不开始重视成品配送，从而产生了配送管理职能。那时的物流活动被分成物料管理和配送管理两大职能：物料管理是对库存管理的扩充和延伸，配送管理负责控制产成品从工厂到顾客的有效输送。归功于MRP技术的应用和配送管理的实施，这一阶段的物流活动比上一个阶段前进了一大步。

（3）内部一体化阶段（1980~1990）

20世纪80年代初，越来越多的企业将物料管理与配送管理视为一个有机的整体，而且逐步将物料管理与配送管理集成起来，产生了全过程物流管理的理念。这种涵盖从原材料采购与运输，到产成品配送的所有物流活动及相关的信息与控制系统的物流管理模式，不仅包含了以往的物料和配送管理的全部内容，还涉足传统的市场营销和生产管理的一些职能（如生产计划、销售预测、原材料与在制品管理、顾客服务）等。但这一阶段物流管理的集成仍限于企业内部，故称为“内部一体化”。这一阶段，第三方物流成为各种物流服务的重要提供者，使得企业可以将有限的资源进一步集中到核心业务上。条码技术、EDI技术、GIS和GPS等信息技术成为改善物流服务的关键要素，配送资源计划（DRP）将市场需求预测与生产计划集成起来，降低了库存投入，减少了运输成本，加速了库存周转，而物流管理活动的集成和信息技术的发展使JIT（Just In Time）生产成为现实。然而，经营业务的全球化、新技术的高成本、资源的稀缺，以及竞争的激烈等因素，使许多企业将目光转向供应链管理。

（4）供应链管理阶段（1990~）

20世纪七八十年代企业内部物流管理功能的集成，强调实现本企业运营绩

效的最大化。到了 20 世纪 90 年代, 由于企业经营业务全球化的趋势日益明显, 发展中国家经济的强劲增长创造了巨大的市场需求, 以及竞争的压力等外部因素的影响, 促使企业开始将着眼点放开至物流活动的整个过程, 即所谓的供应链管理。美国学者迈克尔·波特 (Michael Porter) 首先提出了“供应链”概念, 供应链是指涉及将产品或服务提供给最终消费者的所有环节的企业所构成的上、下游产业一体化体系, 并在此基础上, 形成了比较完整的供应链管理理论。供应链管理将功能集成的概念从单个企业拓展到供应链上的所有企业, 而单个企业的活动只是被看作价值增值过程的一个部分。供应链管理强调核心企业与相关企业的协作关系, 并通过信息共享、技术扩散和资源优化配置等手段, 来降低企业成本和风险、提升整个供应链的效率, 从而增强供应链及其成员企业的竞争力。在目前的买方市场中, 许多企业已经认识到, 最终的竞争并不是表现为企业与企业之间的竞争, 而是更多地表现为供应链之间的竞争。只有使整个供应链在市场上具有竞争力, 其成员企业才有生存与发展的空间。为此, 目前许多企业采取了“虚拟集团”或通过相互参股等形式来建立供应链战略同盟, 将企业转化为整个供应链的一部分或一个环节, 以应对日益激烈的市场竞争。

2. 我国物流发展的历程

物流概念是由日本传入我国的。1956 年, 日本派团考察了美国的流通技术并引进了“Physical Distribution”一词, 并将该英文直译为日文“物流”。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, 从日本引入“物流”这一概念。我国物流的发展可以根据我国经济体制的变迁和人们对物流的认识程度分为以下几个阶段, 即

(1) 计划经济阶段 (1949~1978)

从 1949 年至 1978 年的近 30 年间, 我国一直实行的是高度集中的计划经济体制。与此相对应, 企业生产按计划组织, 物资供应按计划调拨, 产品销售按计划分配, 交通运输按计划执行, 几乎所有的生产资料和消费资料都是由各级政府按部门、按行政区域, 通过计划手段进行分配和供应。与物流相关的运输业、仓储业以及企业内部的储运部门都直接接受国家生产计划的控制, 它们仅仅是以辅助工业企业生产为目的的辅助部门。政府是“物流”各个环节完全的直接控制者, 企业基本上没有自主经营权。这种计划经济体制下的管理方式, 虽然使政府比较容易掌握当时的社会物资供应状况, 能在一定范围内调剂余缺, 保持社会供应的相对稳定, 但是, 最终却导致了条块分割, 生产、流通、销售等环节相互分离, 物资周转缓慢等弊病。可以认为, 这个时期我国没有真正意义上的企业物流可言。

(2) 物流萌发阶段 (1979~1991)

十一届三中全会后, 我国实行了对内搞活、对外开放的政策。企业经营自主权逐渐增加, 多种经济成分进入市场, 国民经济进入高速发展时期。中国的物资

分配、商品流通和交通运输等体制发生了很大变化。政府逐步放弃了对企业生产、物资、价格的管理，工业企业开始摆脱传统计划经济的束缚，自主决定原材料的采购和产品的生产与销售。商贸企业根据流通体制改革和供应方式的调整变化，开展了商品配送中心的试点工作。交通运输企业突破传统的经营观念，把业务范围向运输前后两端扩展。货运代理企业作为托运人与承运人之间的中介，开办了代理货物托运、接取送达、联运服务等业务。这一阶段，我国经济体制经过了由完全的计划经济体制转向计划为主、市场为辅，再逐步向社会主义市场经济体制的转变，人们开始认识到物流在生产流通中的重要作用。政府部门打破了国有企业的垄断局面，允许其他所有制企业进入物流行业，在物流中形成了以公有制为主体，其他经济成分并存的局面。从 20 世纪 80 年代起，外商投资企业开始进入中国市场，它们先进的物流管理方式对我国物流业的发展产生了积极作用，但由于长期传统经济体制的影响，我国的物流业仍一直在低水平徘徊。

（3）快速发展阶段（1992~2001）

1992 年，我国宏观经济环境进一步好转，物流业开始进入了较快的发展时期。随着改革开放的进一步深化、经济体制的逐步转型、经济总体实力的明显增强，基础设施建设步伐加快，社会商品供应日益丰富，综合运输体系逐步形成，整个生产、流通和消费领域发生了深刻变化。国内市场开始出现了不同形式的物流服务企业，连锁商业代理配送、航空快件运输和专递服务业得到了迅速发展。20 世纪 90 年代末期，受国外第三方物流蓬勃发展的影响，在经济发达地区逐渐出现了一些提供第三方物流服务企业。但是，大多数第三方物流企业由于规模小、缺乏运营资金以及管理经验等因素，在红火过一阵后，陷入了经营困境。同时，长期占据领导地位的大型国有企业注意到了第三方物流的广阔发展前景，也纷纷将业务向此领域拓展，其中比较突出的如中海集团、中远集团和中外运等。这些企业凭借其广泛的网络资源及较为成熟的物流经验，取得了一定程度的垄断地位。总之，在这一阶段，虽然物流业取得了很大的发展，但与发达国家相比，我国的物流业仍然处在一个初步发展阶段：产品库存庞大、物流管理水平不高，而且第三方物流比例偏低。据调查，2001 年在制造企业中，36%和 46%的原材料物流由企业自身和供应方企业承担，而由第三方物流企业承担的只占 18%。产品销售物流中纯粹由第三方物流企业承担的也仅为 16.1%，而同期的日本由第三方物流企业承担的占 80%，美国占 57%。从物流成本看，2001 年我国的物流总成本约相当于 GDP 的 16.7%，而欧美发达国家只有 10%左右。

（4）逐步成形阶段（2002~）

根据双边协议承诺，我国将在加入 WTO 后的五年内，逐步放开对外资进入物流业的限制。加入 WTO 后，无论在宏观上还是在微观上，我国的物流业都取得了巨大的进步。