



面向 21 世纪全国高等学校通用教材
Textbook Series for 21st Century

电子商务专业主干课程教材

现代物流学

张雪月 主 编



中国财政经济出版社

面向 21 世纪全国高等学校通用教材

电子商务专业主干课程教材

现 代 物 流 学

张雪月 主 编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代物流学/张雪月主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2005.8

面向 21 世纪全国高等学校通用教材

ISBN 7 - 5005 - 8506 - 3

I. 现… II. 张… III. 物流 - 高等学校 - 教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 090791 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行电话: 88190616 88190655 (传真)

北京财经印刷厂印刷

787×960 毫米 16 开 26.25 印张 404 000 字

2005 年 9 月第 1 版 2005 年 9 月北京第 1 次印刷

定价: 36.00 元

ISBN 7 - 5005 - 8506 - 3/F·7404

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

前 言

进入 21 世纪, 变革成为永恒的主题, 变化的速度远远超过人们学习的速度。物流产业是其中最具有影响的变革之一, 这是电子商务模式给物流带来的变化。电子商务发展相当于对整个物流进行了一个重新定义, 对物流所有的环节和所有的方面都产生了革命性的影响。物流产业在科技进步和管理技术创新的驱动下, 经历了从量变到质变的过程, 美国物流管理协会在 2005 年 1 月正式更名为美国供应链管理专业协会, 这标志着全球物流进入供应链时代的开始。

物流是使商品在需要的时间到达需要的地点的经营活动过程, 是提高商品流通效率的重要途径, 是“第三利润的源泉”。物流和商流、信息流, 共同构成商品流通的完整体系, 三者缺一不可。现代物流的发展, 为国民经济和企业的发展带来了巨大的经济效益, 在经济日益全球化发展的今天, 物流产业正受到日益广泛的重视, 也面临着前所未有的发展机遇。

由于我国长期以来存在“重商流、轻物流, 重生产、轻流通”的思想, 物流的理论研究及实践都比较滞后。我国物流产业存在的科技含量低、物流从业人员素质低、物流组织和管理水平低、物流运营质量和效率低等现象, 极大地妨碍了物流产业化和服务社会化的进程, 阻碍了物流产业的健康快速发展, 成为影响我国实现经济跨越式全面发展的一个障碍。近年来, 随着我国国民经济的高速发展, 要求物流体系迅速现代化的反响强烈, 人们对物流的认识逐渐提高, 为促进我国物流科学研究、物流事业的发展提供了必要的条件。特别是加入 WTO 后, 我国物流产业得到了飞速发展, 各种形式的物流公司、物流中心、物流园区等物流产业群如雨后春笋般在全国各地兴起, 实现了从研究开发到实际运作, 再到产业化的大

跨越,我国物流产业从概念研究逐渐进入到综合运用现代物流概念和现代物流技术进行实际运作的时代。

物流科学是当代最有影响的新学科之一,是管理工程与技术工程相结合的综合学科。物流科学的研究对象是物流系统,它运用系统工程的科研成果和操作技术,提高了物流系统的效率,从而更好地实现了物流的时间效益和空间效益。

本书作为物流管理及相关专业的教材,从物流运作与管理的角度出发,注重理论与实践的结合,吸收国内外物流产业成功发展的经验,精心选材,力求呈现给读者最新、最系统的物流知识。全书共分十二章。第一章内容为现代物流的基本理论,主要介绍物流的概念、物流的发展及物流系统等方面的基础知识。第二章至第六章,分别阐述了包装、装卸搬运、流通加工、运输、仓储、配送、物流信息系统等各物流职能的作业方法和管理理论。第七章至第十一章着重阐述了物流企业的组织管理、成本及质量管理、现代物流形式、第三方物流、电子商务下的物流管理以及供应链管理等方面的内容。最后一章附有八个物流综合案例。

参加本书编著人员的分工如下:第一、二、三、四、六、十一章由张雪月编写;第五、九章、十二章由李桂娥编写;第十章由张秀英编写;第七、八章由徐海亮编写;全书由张雪月负责统稿与审定。

本书在编写过程中,参阅了大量相关文献、资料,借鉴了国内外众多学者前辈的研究成果,作者已尽可能地在参考文献中列出,在此向各位学者专家表示真诚的感谢。

由于编写时间仓促,加之作者水平有限,书中难免有错误和不足之处,恳请广大读者批评指正。

编著者

2005年6月

目 录

第一章 现代物流和物流系统·····	(1)
第一节 现代物流概述·····	(1)
第二节 现代物流的发展·····	(17)
第三节 物流系统·····	(33)
第二章 包装、装卸搬运和流通加工·····	(48)
第一节 包 装·····	(48)
第二节 装卸搬运·····	(65)
第三节 流通加工·····	(71)
第三章 现代运输·····	(82)
第一节 运输概述·····	(82)
第二节 现代运输方式及其选择·····	(87)
第三节 运输作业管理·····	(101)
第四节 物流运输合理化·····	(110)
第四章 仓 储·····	(120)
第一节 仓储概述·····	(120)
第二节 仓库规划与设计·····	(129)
第三节 仓储作业流程·····	(137)
第四节 仓储合理化管理·····	(146)
第五节 库存管理方法·····	(151)

第五章 物流配送	(172)
第一节 配送的特点及分类.....	(172)
第二节 配送业务管理.....	(184)
第三节 配送中心的管理.....	(192)
第四节 协同配送.....	(199)
第六章 物流信息系统	(206)
第一节 物流信息.....	(206)
第二节 物流信息系统.....	(211)
第三节 物流信息技术.....	(217)
第七章 物流管理	(234)
第一节 物流管理概述.....	(234)
第二节 物流管理组织.....	(239)
第三节 物流成本管理.....	(247)
第四节 物流质量管理.....	(256)
第八章 物流形式	(263)
第一节 企业经营活动中的物流.....	(263)
第二节 城市物流.....	(271)
第三节 国际物流.....	(279)
第九章 第三方物流	(288)
第一节 第三方物流概述.....	(288)
第二节 第三方物流的运作模式.....	(299)
第三节 第三方物流管理.....	(309)
第十章 电子商务与物流	(318)
第一节 电子商务对物流的影响.....	(318)
第二节 物流在电子商务中的作用与地位.....	(327)
第三节 电子商务下物流的特点与我国物流业发展策略.....	(333)

第十一章 供应链管理	(339)
第一节 供应链管理原理	(339)
第二节 供应链管理的内容与实施	(350)
第三节 供应链管理战略	(364)
第十二章 物流综合案例	(372)
案例一 UPS——由包裹运送公司到整体化物流企业的成功 转变	(372)
案例二 独具特色的戴尔模式	(376)
案例三 国美电器的物流体系	(380)
案例四 海尔的物流体系	(386)
案例五 美国沃尔玛的配送体系	(392)
案例六 日本大和运输的宅急便方式	(397)
案例七 宜家家具全球化的外包物流系统	(402)
案例八 中国第三方物流企业——宝供物流企业集团	(404)
参考文献	(409)

第一章 现代物流和物流系统

物流作为经济生活中物的实体流动，与人类生存和社会发展息息相关。物流学是 20 世纪 50 年代新发展起来的一门实践性很强的综合性交叉学科，其研究对象是经济活动中“物”的有形与无形的流动规律，揭示了物流活动（运输、储存、包装、装卸搬运、流通加工、物流信息等）的内在联系，使物流系统在经济活动中从潜隐状态显现出来，成为独立的研究领域和学科范围。随着生产社会化程度的不断提高和市场经济的建立与发展，对物流问题的研究，引起了人们极大的重视，许多经济学家和企业家把物流视为“经济界的黑暗大陆”、“尚待开发的金矿”、“第三利润的源泉”。在我国，开发物流的研究，探索物流的规律，提高物流科学化、合理化、现代化水平，已作为经济社会发展中的重大理论和实践课题提到了议事日程。

第一节 现代物流概述

一、物流的产生

物流活动从人类从事产品交换时就已经存在。20 世纪 50 年代物流进入了新的发展阶段，成为一个组织化、系统化的新型产业。随着经济的发展、科技的进步，物流正向着专业化、规模化、信息化和国际化的趋势快速发展。

（一）物流的历史

一般而言，物流是与商流相伴而生的，商品生产是物流产生的客观基

基础,然而,远在商品流通出现之前,物流这种形态就已存在。自然界中存在的劳动工具的运动以及后来与农业生产相关的另一种形态——仓储,都是物流的雏形。我国在先秦时期就形成了仓储理论和思想,有“储”与“商”两个领域。在早期的物流活动中运输和仓储成为主体活动,主要表现在生产性领域之中。

物流活动在人类社会的生产活动和交易行为中始终存在。但物流作为一个与商流分离的独立领域,形成的历史还不长。

(二) 物流产生的根源和背景

1. 物流产生的根源

(1) 生产和消费在时间和空间上的分离

人类社会开始商品生产之后,生产和消费逐渐分离,这就产生了连接生产和消费的中间环节——流通。随着工业文明的崛起,社会生产和消费水平及规模的扩大和发展,大生产和专业化分工方式的采用,使现代的生产和消费在空间、时间以及人这三个要素都表现为分离的形式。将生产和消费在空间上连接必须进行物资输送;在时间上连接就需要进行物资储存;将生产和消费的人进行连接,就需要进行商品的买卖与交换。商品的运输、储存以及与此相联系的包装、装卸等物资实物流动即形成物流。物流产生的根源就在于生产与消费在时间和空间上的分离。

20世纪50年代后由于生产的发展,产品逐渐丰富,这就使生产和消费的分​​离越来越普遍。但是生产和消费的有效连接却存在着难度,而与此同时人们要求流通的时间却越来越短。产需分离、劳务分工的越来越彻底逐步扩大到城市分工、地区分工,进而走向大规模的集约化和国际化,这就需要依靠流通来弥补这种分离和分工,由此进一步促进了物流的迅速发展。

(2) 经济的必要性

第二次世界大战以后,世界各国经济环境都发生了巨大的变化。尤其是石油危机的爆发使主要的资本主义国家和企业开始面对提高利润和市场条件不稳定的压力。在大机器生产的条件下,流通成本相对于生产成本而言有上升的趋势,影响了商品的竞争力,而在生产中依靠提高生产效率却很难取得显著降低费用的目的。物流作为提高生产效率、控制与减少成本的一种途径不断受到关注,这促进了其发展。

2. 物流产生的背景和条件

1950年以后,经济发展使市场竞争越发激烈,生产中各个重要的环节逐渐趋于专业化,物流与商流分离的情况更加突出。工业化进程的加快以及大批量生产和销售的实现,使生产成本相对下降,这就在一定程度上刺激了消费。市场的繁荣、商品的丰富,在流通领域出现了超级市场、商业街等大规模的物资集散场所。随着科学技术的不断发展,人们开始使用现代的流通技术和设备,提高了物资流通的速度和能力,使得商品的流通成本相对于生产成本有了降低的可能和趋势。经济的迅速发展也使市场逐渐成熟,经营观念由“生产导向”开始转向“市场导向”,一切都要适应市场的需要,高效的物流服务成为企业确保竞争力的重要手段。物流正是在这种背景下,从降低成本、产品连结和迎合市场营销观念的角度孕育而生。物流活动使其各个环节相互连接,实现物资的时间和空间效果,使原来处于分散、从属、孤立的各项物流活动联结起来,形成了一个物流大系统。

(三) 现代物流的产生

1. 实物分销(Physical Distribution)时期

Physical Distribution(实物分销,简称P.D)一词最早出现在流通领域的营销活动中,是由“管理学之父”P.F. 德鲁克提出的。1901年J.F. Growell在美国政府工作报告中第一次论述了对农产品配送成本产生影响的各种因素,揭开了人们对物流认识的序幕。1935年,美国市场营销协会阐述了P.D的概念:“Physical Distribution是销售活动中所伴随的物质资料从产地到消费地的种种经济活动,包括服务过程”。这里只是若有若无地提及到物流活动,而没有将物流看成独立系统的迹象。

20世纪60年代P.D的概念引进日本并被译为“物的流通”,日本著名学者平原直提出用“物流”一词代替“物的流通”将更为简捷并且能更深刻地表达其内涵。在此之后“物流”一词迅速地被广泛使用,平原直也因此在日本被称为“物流之父”。

日本当时对物流的定义有多种说法,以林周二的描述具有代表性:“物流是包含物质资材的废弃与还原,联结供给主体与需要主体,克服空间与时间距离,并且创造一部分形质效果的物理性经济活动。具体包括运输、保管、包装、装卸搬运、流通加工等活动以及有关的信息活动。”

我国在 1980 年前后从日本引进了物流概念并翻译了一些物流著作。日文汉字“物流”非常符合中国汉语的直观性描述习惯,因而被直接引用为中国词语了。中国前期物流著作和文献中的“物流”都是按 P.D 的概念来阐述的。

应该指出,Physical Distribution 作为物流的代名词是有时间性的。在此之前 Physical Distribution 词语已经存在并且有自己的含义。

2. 后勤 (Logistics) 时期

Logistics 一词的出现是在第二次世界大战期间,美国对军火等进行的战时供应中,首先采取了后勤管理 (Logistics Management) 这一名词,对军火的运输、补给、屯驻等进行全面管理。从此,后勤逐渐形成了单独的学科,后勤管理的方法也被引入到商业部门,被人称之为商业后勤 (Business Logistics)。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。

1986 年,美国物流管理协会将 Physical Distribution 改为 Logistics,其理由是因为 P.D 的领域较狭窄,Logistics 的概念则较宽广、连贯、整体。Logistics 与 P.D 的不同,在于 Logistics 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,自己只是把这些零部件进行组装,而这些专业性制造商可能位于世界上劳动力比较便宜的地方。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结合在一起,就能产生更高的效率和效益。

Logistics 取代 P.D 成为物流的代名词,这是物流科学走向成熟的标志。Logistics 一词的出现,是世界经济和科学技术发展的必然结果。当前物流业正在向全球化、信息化、一体化发展。一个国家的市场开放与发展必将要求物流的开放与发展。随着世界商品市场的形成,从各个市场到最终市场的物流日趋全球化;信息技术的发展,使信息系统得以贯穿于不同的企业之间,使物流的功能发生了质变,大大提高了物流效率,同时也为

物流一体化创造了条件；一体化意味着需求、配送和库存管理的一体化。所有这些已成为国际物流业的发展方向。

二、物流的定义

世界各国对物流的定义有多种表述，虽然表述文字不一，但内涵丰富，有很好的参考价值。

1963年（美国）全国物流管理协会（National Council of Physical Distribution Management, NCPDM）对物流的定义是：物流是为了计划、执行和控制原材料、在制品及制成品从供应地到消费地的有效率的流动而进行的两种或多种活动的集成。这些活动可能包括：客户服务、需求预测、库存控制、物料搬运、订货处理、服务支持、工厂及仓库选址、采购、包装、退货处理、废弃物回收、运输、仓储管理。1985年美国物流管理协会（The Council of Logistics Management, CLM）将物流的定义更新为：物流是对货物、服务及相关信息从供应地到消费地的有效率、有效益的流动和储存进行计划、执行与控制，以满足客户需求的过程。该过程包括进向、去向、内部和外部的移动，以及以环境保护为目的的物料回收。这两个定义的区别，前者强调了具体的物流活动，“有效率的流动”；后者突出了管理效益，强调“有效率、有效益的流动”，物流管理的战略导向是客户需求。应该说后者的表述适应的领域更为广泛。

加拿大供应链与物流管理协会（The Canadian Association of Supply Chain & Logistics Management, CASCLM）在1985年的定义是：物流是对原材料、在制品、产成品及相关信息从起运地到消费地的有效率的、有效益的流动和储存进行计划、执行和控制，以满足客户需求的过程。该过程包括内向（inbound）、外向（outbound）和内部流动。到2000年基本上采用了美国物流管理协会的定义，只是进一步作了综合。

欧洲物流协会（European Logistics Association, ELA）在1994年发表的《物流术语》（Terminology in Logistics）中定义物流为：物流是在一个系统内对人员或商品的运输、安排及与此相关的支持活动的计划、执行与控制，以达到特定的目的。

日本后勤系统协会（Japan Institute of Logistics Systems, JILS）在1992年6月将物流改称为“后勤”，该协会的专务理事稻束原树1997年

对“后勤”下了如下定义：后勤是一种对于原材料、半成品和成品的有效率流动进行规划、实施和管理的思路，它同时协调供应、生产和销售各部门的利益，最终达到满足客户的需求。

我国于2001年8月1日起正式实施了由国家质量技术监督局发布的《中华人民共和国国家标准物流术语》，其中对物流的定义是“物流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。”

定义中需要注意的问题是：

①物流定义中所指的物品不仅仅指生产的商品，还包括为物品流通的顺利进行而使用的包装容器、包装材料等废弃物在内。

②消费者也不是一般意义上的消费者，而是包括整个供应链环节的各类需求者，如制造商、批发商、零售商等。

③流通加工既可归为生产活动又可归为物流活动。一方面，流通加工可以产生物品的形态和性质效用，即形质功效；另一方面，从最终目的上看，流通加工是为了提高物流系统的效率。因此，可以认为：流通加工拓展了物流功能，应该属于流通中的物流活动。

三、商流与物流

(一) 流通

流通是联结生产和消费之间的纽带，因而，作为一种经济形式而存在的流通是伴随着商品生产和交换的历史而产生和发展的。在商品经济初期，由于产品的种类、数量较少，生产与消费间的交换关系以直接方式进行，流通处于初级形态。随着社会的全面发展，生产方式多样化、分工专业化、生产规模化尤其是现代经济全球化的发展等大大增加了产品的种类和数量，生产地点与消费地点逐渐分离，流通走向更高级、更复杂的阶段。

总的来说，流通过程要解决两方面的问题：一是产成品从生产者所有转变为用户所有，即对象物所有权转移的活动，是解决所有权的更选问题，我们称之为商流；二是实现物的流通过程，即解决对象物从生产地转移到使用地以实现其使用价值的问题，我们称之为物流。商流与物流共同构成了流通活动的全部内容。

（二）商流

作为流通活动内容之一的商流，一般称为贸易与交易。商流中的物资也称为商品，商品由供给方向需求方的转让是按价值规律进行的。商品交换的全过程构成了商流的研究内容，具体包括市场预测、计划分配与供应、货源组织、订货、采购调拨、销售等。其中既包括贸易决策，也包括具体业务及财务的处理。

（三）商流与物流的关系

1. 两者的统一

商流与物流都是流通的组成部分，两者相辅相成、互相补充。一般认为，商流是物流的上游概念。物流不是先于商流而存在的，相反，只有实现了买卖行为之后，才会有物流，同时，在商流确定后，如果没有物流，买卖行为也无法最终实现。

2. 两者的分离

商流与物流产生分离究其根本原因是商流运动的基础——资金，与物流运动的实体——物资，两者具有相对独立性。物资的运动是通过资金的运动来实现的，也就是说资金的分配是物资运动的前提。但是，正是由于物资受到实物形态的限制，其运动渠道、运动形式与资金运动很不相同。比如资金的运动是通过财政、信贷、价格、工资等形式进行；而物资运动则是通过空间位移来实现。资金的转移可以通过邮局汇款、银行转账瞬息完成；而物资的空间位移，则需经过运输、储存等一系列漫长的过程来实现。

商流与物流的最大区别就在于：商流一般要经过一定的经营环节来进行业务活动，而物流则不受经营环节的限制，它可以根据商品的种类、数量、交货要求、运输条件等，使商品尽可能由产地通过最少环节，以最短的物流路线，按时保质地送到用户手中。

总之，商流和物流构成了商品流通的两大支柱。商流搞活了，能加速物流的速度，给物流带来活力。而物流的畅通无阻能使商品源源不断地送到消费者手中。商流与物流分离的积极意义，在于充分发挥资金运动和实物运动的各自的规律性和有效性，从而推动商品流通向更现代化的方向发展。

四、物流的作用

尽管物流活动一般并不创造产品的价值，只创造附加价值，但物流在整个社会再生产过程中是一个不可省略或者说不可跨越的过程，而且随着经济和社会的发展，它在国民经济中的地位越来越重要。具体地说物流的作用主要表现在七个方面。

（一）保值

物流有保值的作用。也就是说，任何产品从生产出来到最终消费，都必须经过一段时间、一段距离，在这段时间和距离过程中，都要经过运输、保管、包装、装卸、搬运等多环节、多次数的物流活动。在这个过程中，产品可能会淋雨受潮，遭受水浸、生锈、破损、丢失等。物流的使命就是防止上述现象发生，保证产品从生产者到消费者移动过程中的质量和数量，起到产品的保值作用，即保护产品的存在价值，使该产品在到达消费者时使用价值不变。

（二）节约

搞好物流，能够节约自然资源、人力资源和能源，为企业节约生产费用。比如，集装箱化运输，可以简化商品包装，节省大量包装用纸和木材；实现机械化装卸作业和仓库保管自动化，能节省大量作业人员，大幅度降低人员开支。重视物流可节约费用的事例比比皆是。被称为“中国物流管理觉醒第一人”的海尔企业集团，加强物流管理，建设起现代化的国际自动化物流中心，一年时间将库存占压资金和采购资金，从15亿元降低到7亿元，节省了8亿元开支。

（三）缩短距离

物流可以克服时间间隔、距离间隔和人的间隔，这也是物流的实质。现代化的物流在缩短距离方面的例证不胜枚举。在北京可以买到世界各国的新鲜水果；邮政部门改善了物流，使信件大大缩短了时间距离，全国快递2天内就到，而美国联邦快递，能做到隔天送达亚洲15个城市；日本的配送中心可以做到上午10点前订货、当天送到。这种物流速度，把人们之间的地理距离和时间距离一下子拉得很近。随着物流现代化的不断推进，国际运输能力大大加强，极大地促进了国际贸易，使人们逐渐感到地球变小了，各大洲的距离更近了。

(四) 增强企业竞争力、提高服务水平

在新经济时代,企业之间的竞争越来越激烈。在同样的经济环境下,制造企业,尤其是家电生产企业,相互之间的竞争主要表现在价格、质量、功能、款式、售后服务的竞争上,但是在工业科技如此进步的今天,质量、功能、款式及售后服务,目前同类各企业的水平已经没有太大的差别,惟一可比的地方往往是价格。近几年全国各大城市此起彼伏的家电价格大战足以说明这一点。那么支撑降价的因素是什么?如果说为了占领市场份额,一次、两次地亏本降价,待市场夺回后再把这块亏损补回来也未尝不可。然而,如果降价后仍不奏效又会如何呢?不言而喻,企业可能就会一败涂地。在物资短缺年代,企业可以靠扩大产量、降低制造成本去攫取第一利润。在物资丰富的年代,企业又可以通过扩大销售攫取第二利润。可是在当今新经济社会,第一利润源和第二利润源已基本到了极限,目前剩下的一块“未开垦的处女地”就是物流。降价是近几年家电行业企业之间主要的竞争手段,降价竞争的后盾是企业总成本的降低,即功能、质量、款式和售后服务以外的成本降价,也就是我们所说的降低物流成本。

国外的制造企业很早就认识到物流是企业竞争力的法宝,搞好物流可以实现零库存、零距离和零流动资金占用,是提高为用户服务,构筑企业供应链,增加企业核心竞争力的重要途径。在经济全球化、信息全球化和资本全球化的 21 世纪,企业只有建立现代物流结构,才能在激烈的竞争中求得生存和发展。

(五) 加快商品流通、促进经济发展

配送中心的设立为连锁商业提供了广阔的发展空间。利用计算机网络,将超市、配送中心和供货商、生产企业连接,能够以配送中心为枢纽形成一个商业、物流业和生产企业的有效组合。有了计算机迅速及时的信息传递和分析,通过配送中心的高效率作业、及时配送,并将信息反馈给供货商和生产企业,可以形成一个高效率、高能量的商品流通网络,为企业决策提供重要依据,同时,还能够大大地加快商品流通的速度,降低商品的零售价格,刺激消费者的购买欲望,从而促进国民经济的发展。

(六) 保护环境

环境问题是当今时代的主题,保护环境、治理污染和其他公害是世界