



21世纪本科应用型经管规划教材

物流与供应链管理

电子商务物流

(第2版)

E-BUSINESS
LOGISTICS

刘萍 主编
王少愚 李岩 副主编



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>



21世纪本科应用型经管规划教材

物流与供应链管理

电子商务物流

(第2版)

E-BUSINESS
LOGISTICS

王少愚 李岩 主编
李萍 李岩 副主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

电子商务物流除了要具备基本的服务能力外,还要提供增值服务,这就要求有高效的组织结构及严格的物流成本控制能力等。本书针对电子商务下物流的特殊性,对电子商务下的物流系统、物流过程、物流配送、物流技术、供应链等从管理的角度进行了详细的阐述,介绍了与电子商务紧密结合的物流问题的分析与设计方法。本书第1版出版后获得广泛好评。此次更新,对内容进行了进一步梳理,大大充实了课后思考与实践内容。本书作者还专为本书设计了教辅与习题参考,从而为教学与学习提供极大的便利。

读者对象:大专院校物流相关专业师生、企事业单位物流与管理从业人员。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务物流 / 刘萍主编. — 2版. — 北京:电子工业出版社, 2010.1
21世纪本科应用型经管规划教材. 物流与供应链管理
ISBN 978-7-121-09957-1

I. 电… II. 刘… III. 电子商务 - 物流 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. F713.36 F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第216300号

责任编辑:刘真平

印 刷:北京市天竺颖华印刷厂

装 订:三河市鑫金马印装有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本:787×980 1/16 印张:16 字数:375千字

印 次:2010年1月第1次印刷

定 价:26.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

出版说明

21 世纪既是一个竞争日益激烈的世纪，也是一个充满机遇的世纪。《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》指出：“当今世界，科学技术突飞猛进，知识经济已初见端倪，国力竞争日趋激烈。教育在综合国力的形成中处于基础地位，国力的强弱越来越取决于劳动者的素质，取决于各类人才的质量和数量，这对于培养和造就我国 21 世纪的一代新人提出了更加迫切的要求。”为了密切配合国务院及教育部对我国教育改革的部署，更好地满足社会经济发展的需求，适应大跨度的生产技术以及不同地区发展区域经济对多种类型的人才需求，解决传统人才培养层次单一化与社会需求多样化的矛盾，我国高等教育的人才培养与教学模式正在发生着巨大的变化，有相当数量的高等院校正在由传统的学术研究型“精英教育”向实践应用型的“大众教育”转变，它们以培养面向生产、建设、管理、服务第一线的高素质应用型人才为主要目标，积极主动为地方经济建设、区域社会和行业发展服务，以本科教学和学生基本素质与工程技术与管理应用能力培养为主导，强调学用结合、学做结合、学创结合，产学研合作教育，培养多元化的实用型人才。

教材是教学的主要依据，也是教学改革的重要组成部分。教学改革的种种设想和试验，大多要通过教材建设来具体体现；教材建设反过来又推动和促进教学改革。面对高等教育对象的扩展、教学模式的变革、教材组织形式的变化和教学服务方式的转变，为了更好地适应当前我国高等教育这种大跨度发展的需要，满足我国高校从精英教育向大众化教育的重大转移阶段中社会对高校应用型人才培养的各类要求，电子工业出版社在 2003 年组织了全国近 100 所培养应用型人才为主的高等院校进行深入的研讨，确立了一系列应用型本科教材出版规划，21 世纪本科应用型经管规划教材就是其中之一。其指导思想和目标是新教材要体现教育思想和教育观念的转变，依据教学内容、教学方法和教学手段的现状和趋势精心策划，建设一批符合新型人才培养目标的、适应新型人才培养模式的应用

型系列精品教材。其具体特点是：

1. 强调教材为人才培养目标服务，与教学方法匹配。
2. 有明确的具有高等教育水平的技术能力及反映这些技术能力内涵的理论知识的目标系统。
3. 有完成理论教学、具有应用型教育特色的教学方法和达到一定运用能力的训练方法。
4. 在保证理论知识达到本科教育水平的基础上，注意使读者掌握基本概念和结论的实际意义，掌握基本方法，把重点放在概念、方法和结论的实际应用上。
5. 技术能力的掌握必须通过专门的实践训练，要有配合这类训练的案例或实训材料。
6. 教材内容紧随技术、经济发展变化或区域经济的需求而调整。
7. 教材内容具有一定的弹性，内容应尽量采用模块化组织。
8. 以问题引出概念与知识，多用具有实际应用价值的示例、案例，促进对概念方法的理解。
9. 文、图、表有机结合，使教材具有很强的可读性，同时便于学生理解与记忆。
10. 充分利用现代信息技术平台，以教材为中心，提供一个全方位的教学服务体系。配备分别面向教师教学与学生学习的支持性资源，为老师选书及购书提供便捷周到的服务（可在电子工业出版社华信教学资源网 www.hxedu.com.cn 查询下载和提出需求）。

编写高质量的教材是一项任重而道远的长期工作，我们希望全国高等院校的师生在教学实践中积极提出意见与建议，以便我们对已出版的教材不断修订，同时也欢迎工作在教学第一线的老师积极给我们投稿，使我们不断完善整个教材体系，为社会奉献更新更多更好的高质量教材。

21世纪本科应用型经管规划教材出版编委会

E-mail: lmliu@phei.com.cn

前 言

自 20 世纪 90 年代中期开始, 电子商务已经引起了世界各国的高度重视, 与此同时, 制约电子商务发展的物流环节也开始为人们所关注, 引发了“物流热”。人们越来越认识到, 电子商务必须以高效和可靠的物流运作作为保证, 才具有实际可行性。

电子商务下的物流, 有不同于一般物流的明显的特殊性。它除了要具备基本的服务能力外, 还要提供增值服务, 要求有高效的组织结构及严格的物流成本控制能力等。这些特殊性, 使得电子商务下的物流管理的难度也远比传统形式的物流要高得多。有效的管理需要电子商务与物流知识的结合, 并且应用一些特别的管理手段。本书主要针对电子商务下的物流问题, 对电子商务下的物流系统、物流过程、物流技术、物流配送、第三方物流、国际电子商务物流及供应链等, 从管理的角度进行了详细的阐述, 系统地阐述了与电子商务紧密结合的物流问题的分析与设计方法, 并在各章都引入了相关的典型案例。同时为了强化学以致用, 针对课程内容在正文关键处设有评估练习; 在每章章尾设有本章评估测试(包括能力测验、关键概念回顾、练习题)、网上冲浪、案例讨论等。全书最后一章为综合案例, 共提供了 7 个大案例, 方便学生综合运用本课程所学知识进行分析讨论。为了方便教师的教学及学生的学习, 本书还配有每章主要内容及相关图表的 PowerPoint、习题参考答案, 有需要者可到电子工业出版社的华信教育资源网(www.hxedu.com) 下载。本书出版后, 曾获得第十三届黑龙江省社会科学优秀科研成果青年类二等奖。

本书共分 9 章, 其中第 1、第 6 章由东北农业大学经济管理学院刘萍编写, 第 3、第 5 章由哈尔滨商业大学陈化飞编写, 第 4 章由黑龙江工程学院李岩编写, 第 2、第 7 章由江汉大学王少愚编写, 第 8 章由哈尔滨商业大学代碧波编写, 第 9 章由东北农业大学经济管理学院刘萍、吴花丽共同编写。

由于时间仓促及编者水平有限, 书中难免有不妥之处, 恳请专家和读者批评指正。

目 录

第 1 章 电子商务物流概述.....1	
1.1 电子商务概述.....2	
1.2 物流概述.....7	
1.3 物流与电子商务的关系.....13	
1.4 电子商务物流的作用与特点.....15	
1.5 电子商务物流的组建方式.....18	
1.6 电子商务下我国物流业发展的现状 与对策.....23	
本章评估测试.....27	
案例讨论.....28	
第 2 章 电子商务物流系统.....30	
2.1 电子商务物流系统的基本概念.....31	
2.2 电子商务物流系统的模式.....34	
2.3 电子商务物流系统的构建 设计方法和合理化.....49	
本章评估测试.....52	
案例讨论.....54	
第 3 章 电子商务物流的过程.....56	
3.1 起点: 商品包装.....57	
3.2 动脉: 商品运输.....60	
3.3 中心: 商品仓储.....65	
3.4 接点: 商品装卸搬运.....70	
3.5 关键: 物流配送.....78	
3.6 中枢神经: 物流信息.....83	
本章评估测试.....87	
案例讨论.....89	
第 4 章 电子商务物流技术.....92	
4.1 电子商务物流技术的概念.....93	
4.2 电子商务物流信息技术.....95	
4.3 电子商务中的物流 自动化技术.....109	
本章评估测试.....126	
案例讨论.....128	
第 5 章 电子商务下的物流配送.. 131	
5.1 电子商务物流配送概述.....132	
5.2 电子商务物流配送系统.....135	
本章评估测试.....149	
案例讨论.....151	
第 6 章 电子商务下的第三方 物流.....154	
6.1 第三方物流的概念.....155	
6.2 电子商务下第三方物流的 发展模式及选择.....160	
6.3 第三方物流的发展现状 及趋势.....165	
本章评估测试.....172	
案例讨论.....174	
第 7 章 电子商务与供应链.....177	
7.1 电子供应链管理概述.....178	
7.2 电子商务化供应链管理 的典型模式.....182	

7.3 电子商务供应链 物流管理.....	200
7.4 电子商务与供应链管理 系统的整合.....	203
本章评估测试.....	206
案例讨论.....	208
第 8 章 电子商务国际物流.....	210
8.1 国际物流概述.....	211
8.2 电子商务下的国际物流.....	215
8.3 电子商务国际物流 信息系统管理.....	218
8.4 电子商务下的我国 国际物流.....	222
本章评估测试.....	226
案例讨论.....	228

第 9 章 综合案例 230

案例 9-1 龙网 LNET21 物流系统	230
案例 9-2 中海物流的信息化 发展进程.....	233
案例 9-3 美特斯·邦威的虚拟 服装工厂.....	238
案例 9-4 IBM 的全球电子商务物流.....	240
案例 9-5 家乐福的集中采购和 外包配送.....	241
案例 9-6 联想物流信息化带来 高效率.....	243
案例 9-7 北京京东商城的 B2C 电子商务物流	245

参考文献 248

第 1 章

电子商务物流概述



学习目标

- 了解电子商务的基本概念
- 描述电子商务与物流的关系
- 掌握电子商务环境下物流的作用及特点
- 预测电子商务环境下物流业的发展趋势
- 熟悉组建电子商务物流的几种方式



关键术语

电子商务, EDI, 物流, 社会物流

引身案例

联想物流——信息化带来高效率

信息流与物流紧密结合,是现代物流的发展趋势。在IT业,这一点显得尤为突出。IT业的显著特征就是,技术更新快,产品生命周期短,价格变化频繁,因此,IT企业必须不断提高自己的分析预测和快速响应能力。客户需求的多样性与个性化,迫使IT企业不但要有较强的敏捷生产与柔性生产能力,更要加强对原材料供应商的有效管理,对产品分销配送物流的合理规划。面对复杂多变的物流状况,IT企业必须借助信息技术手段加强物流管理,提高物流效率。

在中国IT业,联想是当之无愧的龙头企业。自1996年以来,联想电脑一直位居国内市场销量第一。IT行业特点及联想的快速发展,促使联想加强与完善信息系统建设,以信息流带动物流。高效的物流系统不仅为联想带来实际效益,更使其成为同类企业学习效仿的典范。



辩证性思考

1. 信息流与物流间存在怎样的关系？
2. 高效的物流系统对电子商务的重要意义如何？

曾有人用“成也配送，败也配送”来形容电子商务与物流的密切关系。可以说，电子商务是信息传播的保证，而物流则是执行的保证。没有物流，电子商务只能是一张空头支票。物流是衡量一个企业经济实力的重要指标。

1.1 电子商务概述

1.1.1 电子商务的概念与特点

电子商务引起人们的普遍关注，细说起来也不过是最近几年的事情。人们对电子商务还没有一个统一和规范的认识。众多的计算机制造商（电子商务的主要推动者）出于商业利益，各执一词，使得本已对电子商务知之甚少的人在概念上更加模糊不清。实际上，电子商务并不神秘。它在全球各地，包括中国在内，已经有着许多成功的实践，人们可以通过这些成功的实践来了解和熟悉它。虽然人们对电子商务的概念有不同的认识，但从计算机与商业结合的角度，还是可以对电子商务给出一个较为科学的定义。

综合各方面不同看法，结合我国电子商务的实践，可以将电子商务的概念作如下表述：电子商务指交易当事人或参与人利用计算机技术和网络技术（主要是 Internet）等现代信息技术所进行的各类商务活动，包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易。这里的“利用计算机技术和网络技术”和“进行商务活动”都具有丰富的含义。

1) 电子商务是一种采用先进信息技术的买卖方式。交易各方将自己的各类供求意愿按照一定的格式输入电子商务网络，电子商务网络便会根据用户的要求，寻找相关信息并提供给用户多种买卖选择。一旦用户确认，电子商务就会协助完成合同的签订、分类、传递和款项收付等全套业务。这就为卖方以较高的价格卖出产品，买方以较低的价格购入商品和原材料提供了一条非常好的途径。

2) 电子商务实质上形成了一个虚拟的市场交换场所。它能够跨越时空，实时地为用户提供各类商品和服务的供应量、需求量、发展状况及买卖双方的详细情况，从而使买卖双方能够更方便地研究市场，更准确地了解市场和把握市场。

3) 对电子商务的理解，应从“现代信息技术”和“商务”两个方面考虑。一方面，“电子商务”概念所包括的“现代信息技术”应涵盖各种以电子技术为基础的通信方式；另一方面，对“商务”一词应做广义解释，使其包括契约型或非契约型的一切商务性质的关

系所引起的种种事项。如果把“现代信息技术”看做一个子集，“商务”看做另一个子集，则电子商务所覆盖的范围应当是这两个子集所形成的交集，即“电子商务”标题之下可能广泛涉及的 Internet、Intranet 和电子数据交换（EDI）在贸易方面的各种用途，如图 1-1 所示。

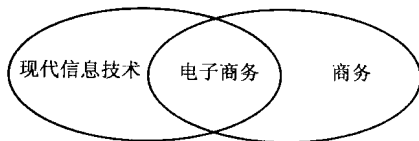


图 1-1 电子商务是“现代信息技术”和“商务”两个子集的交集

4) 电子商务不等于商务电子化。真正的电子商务绝不仅仅是企业前台的商务电子化，更重要的是包括后台在内的整个运作体系的全面信息化，以及企业整体经营流程的优化和重组。也就是说，建立在企业全面信息化基础上，通过电子手段对企业的生产、销售、库存、服务以及人力资源等环节实行全方位控制的电子商务，才是真正意义上的电子商务。

狭义的电子商务仅仅将通过 Internet 进行的商业活动归属于电子商务，而广义的电子商务则将利用包括 Internet、Intranet、LAN（局域网）等各种不同形式网络在内的一切计算机网络进行的所有商贸活动都归属于电子商务。从发展的观点看，在考虑电子商务的概念时，仅仅局限于利用 Internet 进行商业贸易是不够的，将利用各类电子信息网络进行的广告、设计、开发、推销、采购、结算等全部贸易活动都纳入电子商务的范畴则较为妥当。所以，美国学者瑞维·卡拉可塔和安德鲁·B·惠斯顿提出：电子商务是一种现代商业方法，这种方法以满足企业、商人和顾客的需要为目的，通过增加服务传递速度，改善服务质量，降低交易费用。今天的电子商务通过少数计算机网络进行信息、产品和服务的买卖，未来的电子商务则可以通过构成信息高速公路(I-Way)的无数网络中的任一网络进行买卖。

传统企业要进行电子商务运作，重要的是优化内部管理信息系统（Management Information System, MIS）。MIS 是企业进行电子商务的基石，MIS 本质上是通过通过对各种内部信息的加工处理，实现对商品流、资金流、信息流、物流的有效控制和管理，从而最终扩大销量，降低成本，提高利润。

1.1.2 电子商务的分类

1. 按照交易对象分类

按照交易对象分类，电子商务可以分为三种类型。

（1）B2C（Business to Customer）电子商务

B2C 电子商务即企业与消费者之间的电子商务。它类似于联机服务中进行的商品买卖，是利用计算机网络使消费者直接参与经济活动的高级形式。这种形式基本等同于电子化的零售，它随着万维网（WWW）的出现迅速地发展起来。目前，在 Internet 上遍布各种类型的商业中心，提供从鲜花、书籍到计算机、汽车等各种消费商品和服务。

（2）B2B（Business to Business）电子商务

B2B 电子商务即企业与企业之间的电子商务。B2B 包括非特定企业间的电子商务和特定企业间的电子商务。非特定企业间的电子商务是在开放的网络中对每笔交易寻找最佳伙伴，与伙伴进行从订购到结算的全部交易行为。这里，虽说是非特定企业，但由于加入该网络的只限于需要这些商品的企业，可以设想是限于某一行业的企业。不过，它不以持续交易为前提，不同于特定企业间的电子商务。特定企业间的电子商务是在过去一直有交易关系或者今后一定要继续进行交易的企业间，为了相同的经济利益，共同进行的设计、开发或全面进行市场及库存管理而开展的商务交易。企业可以使用网络向供应商订货、接收发票和付款。B2B 在这方面已经有了多年运作历史，使用得也很好，特别是通过专用网络或增值网络上运行的电子数据交换（Electronic Data Interchange, EDI）。

（3）B2G（Business to Government）电子商务

B2G 电子商务即企业与政府方面的电子商务。这种商务活动覆盖企业与政府组织间的各项事务。例如，在美国，政府采购清单可以通过 Internet 发布，公司可以以电子化方式回应。同样，在公司税的征收上，政府也可以通过电子交换方式来完成。尽管目前这方面的应用还不多，但随着政府利用自己的行为去促进电子商务的发展，B2G 一定会迅速增长。美国政府就已经宣布从 1997 年 1 月起通过 EDI 完成政府年度采购任务，并于 1999 年最终取消纸面单证。

2. 按照商务活动内容分类

按照商务活动的内容分类，电子商务主要包括两类商业活动：一是间接电子商务，即有形货物的电子订货，它仍然需要利用传统渠道如邮政服务和商业快递车送货；二是直接电子商务，即无形货物和服务，如计算机软件、娱乐内容的联机订购、付款和交付，或者是全球规模的信息服务。直接和间接电子商务均提供特有的机会，同一公司往往二者兼营。间接电子商务要依靠一些外部要素，如运输系统的效率等。直接电子商务能使双方越过地理界线直接进行交易，充分挖掘全球市场的潜力。

3. 按照使用网络类型分类

根据使用网络类型的不同，电子商务目前主要有三种形式：第一种形式是 EDI（电子数据交换）商务，第二种形式是 Internet 商务，第三种形式是 Intranet 商务。

(1) EDI 商务

按照国际标准化组织的定义, EDI 商务是“将商务或行政事务按照一个公认的标准, 形成结构化的事务处理或文档数据格式, 从计算机到计算机的电子传输方法”。简单地说, EDI 就是按照商定的协议, 将商业文件标准化和格式化, 并通过计算机网络, 在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行数据交换和自动处理。

EDI 主要应用于企业与企业、企业与批发商、批发商与零售商之间的批发业务。相对于传统的订货和付款方式, EDI 大大节约了时间和费用。相对于 Internet, EDI 较好地解决了安全保障问题。这是因为, 使用者均有较可靠的信用保证, 并有严格的登记手续和准入制度, 加之多级权限的安全防范措施, 从而实现了包括付款在内的全部交易工作电脑化。

但是, 由于 EDI 必须租用 EDI 网络上的专线, 即通过购买增值网(Value Added Network, VAN) 服务才能实现, 费用较高; 而且还需要有专业的 EDI 操作人员, 并且需要贸易伙伴使用 EDI, 因此阻碍了中小企业使用 EDI。加之早期计算机昂贵, 商品软件少, 许多应用程序需要自行开发, 因此只有大公司才有能力使用 EDI。所以 EDI 虽然已经存在了 20 多年, 但至今仍未广泛普及。近年来, 随着计算机降价, Internet 的迅速普及, 基于 Internet、使用可扩展标识语言(Extensible Mark Language, XML)的 EDI, 即 Web-EDI 或称 Open-EDI 正在逐步取代传统的 EDI。

(2) Internet 商务

按照美国 Internet 协会的定义, Internet 是一种“组织松散、国际合作的互连网络”。该网络“通过自主遵守计算的协议和过程”, 支持主机对主机的通信。具体来说, Internet 就是让一大批计算机采用一种叫做 TCP/IP 的协议来即时交换信息。

Internet 商务是国际现代商业的最新形式。它以计算机、通信、多媒体、数据库技术为基础, 通过 Internet, 在网上实现营销、购物服务。它突破了传统商业生产、批发、零售及进、销、存、调的流转程序与营销模式, 真正实现了少投入、低成本、零库存、高效率, 避免了商品的无效搬运, 从而实现了社会资源的高效运转和最大节余。消费者可以不受时间、空间、厂商的限制, 广泛浏览, 充分比较, 模拟使用, 力求以最低的价格获得最为满意的商品和服务。

(3) Intranet 商务

Intranet 是在 Internet 基础上发展起来的企业内网。它在原有的局域网上附加了一些特定的软件, 将局域网与 Internet 连接起来, 从而形成企业内部的虚拟网络。Intranet 与 Internet 之间的最主要的区别在于, Intranet 内的敏感或享有产权的信息受到企业防火墙安全网点的保护, 它只允许有授权者介入内部 Web 站点, 外部人员只有在许可条件下才可进入企业的 Intranet。Intranet 将大、中型企业分布在各地的分支机构及企业内部有关部门和各种信息通过网络予以连通, 使企业各级管理人员能够通过网络读取自己所需的信息, 利用在线业务的申请和注册代替纸张贸易和内部流通的形式, 从而有效地降低了交易成本, 提高了经营效益。

Internet 商务、EDI 商务和 Intranet 商务的关系可以用图 1-2 表示。

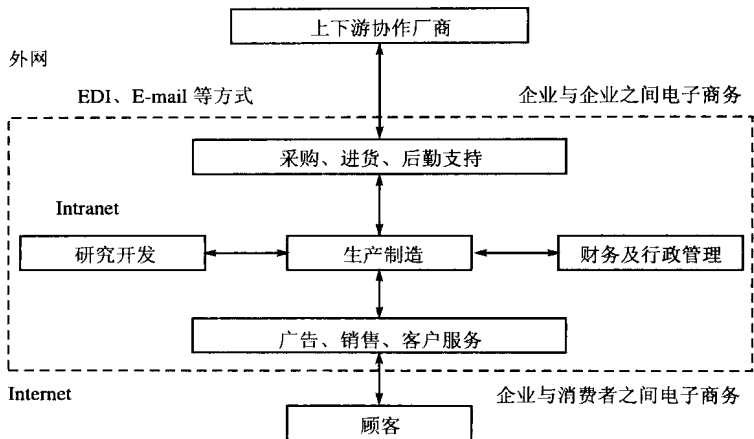


图 1-2 Internet 商务、EDI 商务和 Intranet 商务的关系

鉴于 EDI 商务的特殊性和 Intranet 商务的局限性, 有关内容需要专门的著作加以阐述; 也由于 Internet 商务在电子商务中占据越来越重要的地位, 本书在后面将不再详细讨论有关 EDI 和 Intranet 方面的问题, 而将主要篇幅放在讨论 Internet 商务的基本原理及其应用方面。后面所提到的电子商务主要指 Internet 商务活动。



评估练习题

1. 关键概念

- (1) 按照交易对象分类, 电子商务可分为 ()。
 - A. B2C
 - B. B2B
 - C. C2C
 - D. B2G
- (2) 根据使用网络类型的不同, 电子商务可分为 ()。
 - A. EDI 商务
 - B. Internet 商务
 - C. Intranet 商务
 - D. Extranet 商务
- (3) 判断正误: 对电子商务的理解, 应从“现代信息技术”和“商务”两个方面考虑。()

2. 实训题

联系实际列举出间接电子商务与直接电子商务的主要区别。

1.2 物流概述

1.2.1 物流的概念

不同时期、不同国家对物流概念的理解有所不同。

虽然物流的存在已经有几千年的历史，但从其概念的产生至今也仅仅经历了一个世纪而已。一般来说，可以将物流这一个世纪的发展划分为以下几个阶段。

1. 第一阶段即初期阶段

1901年，约翰·F·格鲁威尔在《农产品流通产业委员会报告》中讨论了农产品流通方面的问题，从理论上开始了对物流的认识。

1905年，美国少校琼斯·贝克（Chauncey·B.Baker）认为，“那个与军备的移动和供应相关的战争艺术的分支就叫物流。”（Logistics，国内也翻译为“后勤”）。

1915年，阿奇·萧在《市场流通中的若干问题》一书中指出：“创造需求与实物供给的各种活动之间的关系说明存在平衡性和信赖性两个原则”，“物流是与创造需求不同的一个问题……流通活动中的重大失误都是因为创造需求与物流之间缺乏协调造成的。”英国克兰菲尔德物流与运输中心（Cranfield Center for Logistics and Transportation, CCLT）主任、资深物流与市场营销专家马丁·克里斯多夫（Martin Christopher）教授认为，阿奇·萧是最早提出物流概念（Physical Distribution）并进行实际探讨的学者。

1916年，L.D.H.Weld在《农产品的市场营销》中指出，市场营销的效用中包括时间效用、场所效用、所有权效用和营销渠道的概念，从而肯定了物流在创造产品的市场价值中的时间价值及场所价值中的重要作用。

1918年，英国犹尼利弗的哈姆勋爵成立了“即时送货股份有限公司”。其公司宗旨是在全国范围内把商品及时送达到批发商、零售商以及用户手中。这一举动被一些物流学者誉为是有关“物流活动的最早文献记载”。

1922年，美国著名的营销专家斐莱德·E·克拉克（F.E.Clark）在《市场营销原理》一书中将市场营销定义为“影响商品所有权转移的活动和包括物流的活动”。这使 Physical Distribution 一词与物流联系起来，真正把物流活动提升到理论高度进行讨论和研究。

1935年，美国销售协会将物流定义为“物流是包含于销售之中的物质资料和服务从生产场所到消费场所的流动过程中伴随的种种经济活动”。

在第二次世界大战期间，物流对于盟军的胜利起到了关键的作用，在当时被称为 Logistics Management（后勤管理）。“后勤”是指将战时物资的生产、采购、运输、配给等活动作为一个整体进行统一布置，以求战略物资补给的费用更低，速度更快，服务更好。第二次世界大战后，Logistics 的运作方法及理念在企业中广泛采用，又有商业后勤、流通

后勤的提法，这时的后勤包含了生产过程和流通过程中的物流，因而是一个包含范围广泛的物流概念。上述阶段被物流界普遍认为是物流的初期阶段。

2. 第二阶段即综合物流阶段

1962年，著名管理大师彼得·德鲁克（Peter Druker）在《财富》杂志上发表的题为《经济领域的黑暗大陆》的文章中指出：“我们对物流的认识就像拿破仑现在对非洲大陆的认识。我们知道它确实存在，而且很大，但除此之外，我们便一无所知。”这篇文章首次提出物流领域的潜力，具有划时代的意义。企业的决策者对物流的认识也得到了提高，并开始把寻求成本优势和差别化优势的视角转向物流领域，物流成为了企业的“第三利润源”。从此，企业物流管理领域正式启动。

1963年，美国韦勃斯特大词典把后勤定义为“军事装备物资、设施与人员的获取、供给和运输”。

日本是在20世纪五六十年代引入“物流”这一概念的。

1956年，日本企业界和政府为了提高产业效率，派团考察美国的流通技术，即日本生产性本部向美国派出了“搬运专业考察团”（也称“流通技术考察团”），此举对日本物流的发展起到了积极的作用。

20世纪60年代，日本正式引进了“物流”这一概念，并将其解释为“物的流通”、“实物的流通”。

日本通商产业省物流调查会的定义为：“物流是制品从生产地到最终消费者的物理性转移活动。具体是由包装、装卸、运输、保管以及信息等活动组成。”

日本通商产业省运输综合研究所认为：物流是“商品从卖方到买方的场所转移过程”。到了20世纪70年代，日本物流的发展进入了世界领先行列。

1970年，美国空军在一份技术报告中对后勤学下的定义是：“计划和从事部队的输送、补给和维修的科学”。

日本将引进的后勤学译为“兵战学”，其含义表述为“除了军需资料的订购、生产计划、采买、库存管理、配给、输送、通用外，还包括规格化、品质管理等军事作战行动所必需的资材管理”。

这时，“后勤”一词已经不仅仅是军事上的含义了。人们已经认识到产品物流与原材料物流可以综合起来管理，使企业能够系统地分析物流水平，降低成本和改进服务，大大改进了对物流系统的管理，使物流的发展进入了综合物流阶段。

3. 第三阶段即供应链管理阶段

1974年，美国学者鲍尔索克斯（Donald J. Bowersox）在1974年出版的《后勤管理》一书中，将后勤管理定义为：“以卖主为起点，将原材料、零部件与制成品在各个企业间有策略地加以流转，最后达到用户其间所需要的一切活动的管理过程”。

1976年，美国国家物流管理委员会在定义物流管理中指出：“物流活动包括，但不局限于为用户服务、需求预测、销售情报、库存控制、物料搬运、订货销售、零配件供应、工厂及仓库的选址、物资采购、包装、退换货、废物利用及处置、运输及仓储等。”

1981年，美国出版的《后勤工程与管理》一书中，引用了美国工程师学会（The Society Of Logistics Engineers, SOLE）对后勤学的定义，即“对于保障的目标、计划及其设计和实施的各项要求，以及资源的供应和保持等有关的管理、工程与技术业务的艺术与科学”。

1985年，加拿大物流管理协会（Canadian Association of Logistics Management, CALM）的定义为：“物流是对原材料、在制品库存、产成品及相关信息从起源地到消费地的有效率的、成本有效益的流动和储存进行计划、执行和控制，以满足顾客要求的过程。该过程包括进向、去向和内部流动。”

同年，美国物流管理协会正式将名称由 National Council of Physical Distribution Management 更改为 Council of Logistics Management，从而标志着现代物流理念的确定。与此同时，随着科学技术的发展，政策的放开，竞争的加剧，现代物流管理思想进一步发展，一体化物流管理的思想逐步形成。

1994年，欧洲物流协会（European Logistics Association, ELA）的定义为：“物流是在一个系统内对人员及商品的运输、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。”

1998年，美国物流管理协会（Council of Logistics Management, CLM）重新定义为：“物流是供应链运作中，以满足客户要求为目的，对货物、服务和相关信息在产出地和消费者之间实现高效率低成本的正向和反向的流动和储存所进行的计划、执行和控制的过程。”

至此，物流管理逐渐扩大到整个供应链范围，不仅要考虑原材料供应商及产品分销商直至客户的供应链上的所有物流活动，还要注重他们之间的协调与配合，物流的发展也就进入了供应链管理阶段。

综上所述，不同时期，不同国家对物流概念的理解尽管有所不同，但都反映出以下几个基本点。

- 1) 物流概念的形成和发展与社会生产、市场营销、企业管理的不断进步密切相关。
- 2) 物流概念与物流实践最早始于军事后勤，而“物流”一词没有限定在商业领域还是军事领域。物流管理对公共企业和私人企业活动都适用（见 Donald J. Bowersox《物流管理》，1986年版）。
- 3) 物流的功能主要由运输、储存、装卸、包装及信息等构成。
- 4) 物流无论从 Physical Distribution 还是 Logistics 的内涵中都强调了“实物流动”的核心。

20世纪70年代以前，我国的经济研究几乎没有使用过“物流”一词。

2001年4月17日批准颁布的《中华人民共和国国家标准物流术语》（GB/T 18354—2001）