

高职高专电子商务专业规划教材



电子商务 物流管理

周冠银 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



高职高专电子商务专业规划教材

电子商务物流管理

屈冠银 主编



机械工业出版社

本书是电子商务专业课教材,采用总-分-总的结构框架编写。首先,从物流和电子商务的关系入手,引出物流的相关概念,又介绍了电子商务物流涉及到的一些信息技术,并从战略和管理的角度,叙述了供应链管理的基础知识,目的是为后面所介绍的物流功能要素提供一个背景,即物流系统中的每一个要素都应该是供应链链条上的一部分。然后,分别介绍了生产物流、销售物流的各个功能要素(包括采购、库存、搬运装卸、仓储、包装、运输、配送等)和国际物流。最后,从总体上介绍物流的运作模式、服务与成本管理以及物流未来的发展趋势。

全书始终注重电子商务与物流的结合,叙述准确,内容丰富,逻辑清楚。且每章前面都有引言,章后均附有知识要点总结、习题和案例分析,特别适合我国高职高专院校电子商务专业、物流专业、贸易经济等财经类专业的学生选用。也是本科院校相关专业及一线工作者较好的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务物流管理/屈冠银主编. —北京:机械工业出版社, 2003.7
高职高专电子商务专业规划教材
ISBN 7-111-12461-8

I. 电... II. 屈... III. 电子商务—物流—企业管理—高等学校: 技术学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 049635 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 田 梅

责任印制: 付方敏

三河市宏达印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2003 年 7 月第 1 版·第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16·16.25 印张·401 千字

0001—5000 册

定价: 23.00 元

凡购本图书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话: (010) 68993821、88379646

封面无防伪标均为盗版

出版说明

经济的发展和科技的进步为电子商务开辟了无比广阔的前景,电子商务已成为 21 世纪先进生产力的标志之一。信息时代,数字化技术渗透到社会的各个领域,极大地改变了人们的生活、学习和工作的面貌,影响着人们的传统观念和生存环境,对企业的经营管理和人才提出了一系列新的要求。高职高专作为培养 21 世纪与我国现代化建设要求相适应的,并在生产、管理、服务第一线从事技术应用、经营管理、高新技术设备运作的高级职业技术应用型人才的综合院校,急需一批能适应时代要求和专业特点的优秀教材。为此,我们组织编写了这套“高职高专电子商务专业规划教材”。

本套教材以高职高专电子商务专业课程设置为依托,以其教学大纲为依据,把握电子商务的核心内容,并根据高职高专教学的特点,从基础课程到专业实际操作和运作,层层构筑知识和技能平台,使教学一步一步扎实推进,让学生既具有深厚的理论基础知识,又能熟练掌握符合岗位资格要求的专业技能。所有参加编写的人员,均为工作在高职高专电子商务专业的一线优秀教师。凭借他们在高职高专电子商务专业教学的经验和对该领域认识的前瞻性,可以认为这是一套融先进性、针对性、实用性和易操作性于一体的易教、易学、易懂的好教材。

前 言

电子商务存在诸多瓶颈,其中物流瓶颈是一个重要的制约因素,没有现代物流就不会有电子商务;反过来,现代物流也需要通过电子商务来改变传统的物流方式。电子商务与现代物流的融合符合时代发展的规律。

作为电子商务专业的主干课教材,本书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。本书以系统论作为贯穿全书的思想方法,以供应链为线索,论述物流功能要素为重点,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。教材内容参考了目前较权威的物流论著,并经过两个学期的教学实践,证明适合目前高职高专学生的接受能力和专业要求。和一般的物流教材相比,该教材具有以下特点:

1. 该教材所涉及的物流概念,都采用国家标准物流术语的规定。
2. 教材几乎涉及到了电子商务物流方面所有最新的研究成果和相关基础知识。
3. 教材不但介绍了国内外最新的物流理论研究成果,而且精选了国内外很有研究价值的物流案例,能够加深学生对理论的理解并提高分析和解决问题的能力。
4. 教师普遍感到讲授物流课程较难,原因是学生没有参与的机会。本教材的结构安排和对案例的深度挖掘,为教师的教学提供了方便。
5. 教材力图改变电子商务和物流分开论述的现状,尽量体现二者的紧密联系。

在构思结构和编辑资料的过程中,征求了北京工商大学的几位老师的意见,通过和他们交谈以及阅读其论著受到不少启发,尤其是洪涛教授对本书的编写工作给予了耐心指导和大力支持,在此表示深深的感谢!

教材是集体智慧的结晶,闽西大学经济系李琴老师、平顶山师专管理系李文同老师参与了第6、7、8章的编写工作,北京工商大学冯政新编写了第9章。编写过程中,还得到了北京计划劳动管理干部学院工商系主任连艳萍教授及同事的帮助和支持,在此一并表示感谢!

由于时间仓促,书中难免有疏漏之处,敬请读者批评指正。

编 者

目 录

出版说明

前言

第 1 章 电子商务与现代物流	1
1.1 电子商务概述	1
1.1.1 电子商务的定义	1
1.1.2 电子商务的内容和应用领域	1
1.1.3 电子商务的基本模式	2
1.1.4 电子商务的作用	2
1.1.5 电子商务发展的物流瓶颈	2
1.2 物流概述	3
1.2.1 物流与物流管理	3
1.2.2 物流的分类	6
1.2.3 物流的功能	8
1.2.4 物流学科的研究对象、性质和方法	9
1.3 物流与电子商务的关系	10
1.3.1 物流是电子商务发展的支点和基础	10
1.3.2 电子商务对物流的影响	11
1.4 电子商务物流概念的提出与理解	12
1.4.1 电子商务物流的概念	12
1.4.2 电子商务物流的特点	13
1.5 案例分析	14
1.6 学习要点及要求	18
1.7 习题	18
第 2 章 电子商务物流技术	19
2.1 物流技术概述	19
2.1.1 物流技术的概念和分类	19
2.1.2 电子商务物流技术的评价标准	20
2.1.3 电子商务物流技术的作用	20
2.2 电子商务物流技术介绍	21
2.2.1 条码技术 (Bar Code)	21
2.2.2 销售时点信息系统 (POS)	25
2.2.3 电子数据交换 (EDI)	27
2.2.4 电子订货系统 (EOS)	31
2.2.5 全球卫星定位系统 (GPS)	32
2.2.6 地理信息系统 (GIS)	33

2.2.7 射频识别技术 (RFID)	34
2.3 案例分析	35
2.4 学习要点及要求	37
2.5 习题	38
第3章 电子商务的供应链管理	39
3.1 供应链管理的产生与发展	39
3.1.1 供应链的概念及分类	39
3.1.2 供应链管理	40
3.1.3 供应链管理的设计	42
3.1.4 电子商务供应链管理的发展趋势	45
3.2 快速反应	47
3.2.1 快速反应的背景和实践	47
3.2.2 QR 成功的条件和应用效果	48
3.3 有效客户反应	50
3.3.1 有效客户反应的定义和特征	50
3.3.2 有效客户反应的背景	50
3.3.3 ECR 系统的构筑	51
3.4 案例分析	54
3.5 学习要点及要求	57
3.6 习题	57
第4章 电子商务生产物流计划与控制	58
4.1 生产物流概述	58
4.1.1 影响生产物流的主要因素	58
4.1.2 合理组织生产物流的基本要求	58
4.1.3 生产物流系统的设计原则	59
4.1.4 生产物流的计划与控制	60
4.2 物料需求计划 (MRP)	61
4.2.1 物料需求计划的含义和逻辑原理	61
4.2.2 制造资源计划 (MRP II)	63
4.2.3 实施 MRP 系统的注意事项	64
4.3 准时制物流 (JIT)	65
4.3.1 准时制与准时制物流	65
4.3.2 准时制生产的目标	66
4.3.3 看板管理	66
4.4 企业资源计划 (ERP)	67
4.4.1 ERP 的产生	67
4.4.2 ERP 的核心管理思想	67
4.4.3 ERP 同 MRP II 的主要区别	70
4.4.4 ERP 软件在我国的应用状况	71

4.5 业务流程重组 (BPR)	73
4.5.1 业务流程重组的定义	73
4.5.2 应用 ERP 与 BPR 的关系	74
4.5.3 业务流程重组的“关键成功因素”	74
4.6 案例分析	75
4.7 学习要点及要求	79
4.8 习题	80
第 5 章 采购与库存控制	81
5.1 采购管理	81
5.1.1 采购的定义	81
5.1.2 采购过程	81
5.1.3 采购方式	82
5.1.4 采购过程的监督和控制	84
5.2 库存概述	86
5.2.1 库存的定义和分类	86
5.2.2 库存的作用	87
5.3 库存控制方式	88
5.3.1 定量订货方式 (FQS)	88
5.3.2 经济订货批量 (EOQ)	89
5.3.3 定期订货方式 (FIS)	90
5.3.4 ABC 分类管理 (ABC classification)	91
5.3.5 零库存技术	93
5.4 “牛鞭效应”	95
5.4.1 “牛鞭效应” (bullship) 的产生	95
5.4.2 产生“牛鞭效应”的原因	95
5.4.3 减弱“牛鞭效应”的方法	96
5.5 供应链环境下的库存控制策略	97
5.5.1 供应商管理库存 (VMI)	97
5.5.2 联合库存管理	99
5.5.3 配送需求计划 (DRP)	101
5.6 案例分析	102
5.7 学习要点及要求	106
5.8 习题	106
第 6 章 仓库保管与搬运装卸	107
6.1 仓库	107
6.1.1 仓库的概念和分类	107
6.1.2 货架和货区	110
6.2 物料搬运与装卸	111
6.2.1 物料搬运和装卸的概念	111

6.2.2 搬运装卸设备	111
6.2.3 搬运装卸工具的选择	114
6.2.4 装卸作业合理化	114
6.3 仓储管理	115
6.3.1 仓库战略决策	115
6.3.2 保管	116
6.4 案例分析	118
6.5 学习要点及要求	120
6.6 习题	121
第7章 包装与运输合理化	122
7.1 包装基础知识	122
7.1.1 包装的功能	122
7.1.2 包装的分类	123
7.1.3 包装材料	124
7.1.4 包装容器	125
7.1.5 包装保护技术	126
7.1.6 包装标志	128
7.2 包装合理化	131
7.2.1 合理包装的含义与内容	131
7.2.2 合理包装的设计要点	131
7.3 运输基础知识	132
7.3.1 运输的含义	132
7.3.2 运输的功能	133
7.3.3 运输的原理	134
7.3.4 运输方式分类	134
7.4 合理运输	137
7.4.1 不合理运输	137
7.4.2 影响运输合理化的因素	139
7.4.3 实现合理运输的途径	139
7.5 案例分析	141
7.6 学习要点及要求	144
7.7 习题	144
第8章 电子商务配送与配送中心	145
8.1 配送的概念及分类	145
8.1.1 配送的概念	145
8.1.2 配送的分类	146
8.1.3 配送作业目标及流程规范	148
8.2 电子商务配送合理化	150
8.2.1 B to C 模式配送存在的问题及原因	150

8.2.2	配送合理化	151
8.2.3	配送路线优化	153
8.3	认识配送中心	156
8.3.1	配送中心与物流中心	156
8.3.2	配送中心分类	157
8.3.3	配送中的功能	158
8.3.4	B to B 模式对物流中心和配送中心的要求	159
8.4	配送中心规划设计	159
8.4.1	配送中心设计原则	159
8.4.2	配送中心的规划要素	160
8.4.3	配送中心规模确定	161
8.4.4	配送中心的选址	162
8.4.5	配送中心内部设施	164
8.5	案例分析	165
8.6	学习要点及要求	169
8.7	习题	169
第 9 章	电子商务时代国际物流	170
9.1	电子商务时代国际物流的概念和特点	170
9.1.1	国际物流的概念	170
9.1.2	国际物流的发展	170
9.1.3	国际物流的特点	171
9.2	国际物流系统	172
9.2.1	国际物流功能要素系统	172
9.2.2	国际物流系统网络	174
9.2.3	国际物流系统模式	176
9.3	国际物流组织和管理	176
9.3.1	国际物流组织结构和控制	177
9.3.2	客户服务管理	178
9.3.3	外部委托和合作伙伴	178
9.3.4	国际物流信息	178
9.4	案例分析	179
9.5	学习要点及要求	180
9.6	习题	181
第 10 章	电子商务物流运作模式	182
10.1	电子商务物流产权层面运作模式	182
10.1.1	企业自营物流模式	182
10.1.2	物流联盟模式	183
10.1.3	第三方物流模式	184
10.1.4	第四方物流介绍	187

10.2 物流作业模式的发展	188
10.2.1 三种物流作业模式介绍	189
10.2.2 一括物流的建立	190
10.3 案例分析	191
10.4 学习要点及要求	197
10.5 习题	197
第 11 章 物流服务与成本管理	198
11.1 物流服务与成本管理的关系	198
11.1.1 物流服务与成本管理目标的二律背反	198
11.1.2 在服务与成本之间寻找平衡	199
11.2 物流服务管理	199
11.2.1 物流服务的内涵和意义	199
11.2.2 企业物流服务水平的确定	200
11.2.3 物流服务管理原则	201
11.2.4 物流服务管理流程	203
11.3 物流成本管理	205
11.3.1 物流成本及核算	205
11.3.2 物流成本管理	213
11.3.3 电子商务物流降低成本策略	214
11.4 案例分析	216
11.5 学习要点及要求	220
11.6 习题	220
第 12 章 电子商务物流的发展环境、现状与趋势	221
12.1 电子商务物流的发展环境	221
12.1.1 顾客对服务的要求越来越高	221
12.1.2 经营风险不断增加	221
12.1.3 市场竞争日趋激烈	222
12.1.4 营销方式不断创新	223
12.1.5 企业自身资源不足	223
12.1.6 全球经济不断融合	224
12.1.7 信息技术不断发展	225
12.2 我国电子商务物流存在的问题和改进措施	225
12.2.1 我国电子商务物流存在的问题	225
12.2.2 改进电子商务物流的措施	227
12.3 电子商务物流的发展趋势	228
12.3.1 信息化、网络化	229
12.3.2 服务多样化、优质化	230
12.3.3 物流过程精益化	230
12.3.4 社会化、规模化	232

12.3.5 国际化	233
12.3.6 标准化	234
12.3.7 绿色化	235
12.4 案例分析	235
12.5 学习要点及要求	240
12.6 习题	240
附录 中华人民共和国国家标准物流术语	241
参考文献	246

第1章 电子商务与现代物流

现在的网站就像一个高位截肢的病人，脑子非常好，什么都能想像，什么都能规划出来，但就是胸部以下不能动，没胳膊没腿。这个腿就是商品实体的流动，即物流。

——某位 CIO 的精彩比喻

1.1 电子商务概述

1.1.1 电子商务的定义

迄今为止，我国还没有一个对电子商务的统一定义，本书在此只是谈一下对电子商务的理解。电子商务是“电子”和“商务”的结合，是利用电子手段进行的商务活动。因而对电子商务不同解释的分歧点主要在于对“电子”手段和“商务”内容的不同理解，以及如何将二者有机地结合在一起。电子商务作为一种新的交易方式，与传统的商务方式有很大的区别，其电子手段不能按一般意义去理解。电子商务是随着科学技术的发展，主要是电子技术、通信技术及网络信息技术的不断进步而产生的一种新型交易方式。

按笔者理解，电子商务是运用现代电子技术、通信技术及信息技术，利用计算机网络从事的各种商务活动，简称 EC (Electronic Commerce) 或 EB (Electronic Business)。由于在英文中 EB 比 EC 的含义要多，所以用 EB 更合适一些。

电子商务有广义和狭义之分。狭义的电子商务是利用互联网进行的商品交易活动，可以称作电子交易或网上交易。较低层次的电子商务只能完成电子交易的部分环节，如电子商情发布、网上订货等。较高层次的电子商务是利用网络完成全部的交易过程，包括信息流、商流、资金流和物流，从寻找客户、商务洽谈、签订合同到付款结算都在网上进行。而广义的电子商务不但包括电子交易，还包括企业内部利用电子手段进行的管理活动，如建立企业管理信息系统 (MIS 系统)、市场调查分析、计划安排、资源调配等。

1.1.2 电子商务的内容和应用领域

电子商务的应用领域十分广泛，各行各业都可以结合本行业的特点，开展电子商务活动。制造业可以在网上建立交易平台，销售自己的产品，也可在网上采购材料和用品。商品流通企业可以建立网上商店，向消费者销售商品。金融业可以建立网上银行，提供网上金融服务。旅游业可以在网上介绍旅游景点和旅行线路，吸引旅游者。其他各行业如房地产开发业、铁路、保险业、农业、展览业、物流业等都可以开展电子商务业务。电子商务可以为各种类型企业服务，提供网上交易与管理的全方位服务：

① 商务信息的发布和获取。

- ② 网络营销。
- ③ 网上采购。
- ④ 网上金融服务。
- ⑤ 商务活动管理。

总之,电子商务的应用侧重点在于商务信息交流、电子交易和商务管理上,关于电子商务在上述每个方面的具体应用,不是本书论述的重点,同学们可以参阅电子商务专业书籍。

1.1.3 电子商务的基本模式

1. B to B 模式

B to B,即商家对商家(或企业对企业)电子商务。它是指商业机构(或企业、公司)使用 Internet 或各种商务网络发布供求信息,并向供应商(企业或公司)订货或接受客户订货,完成支付过程及票据的签发、传送和接收,确定配送方案并监控配送过程。这是目前运作得较为成功的模式,是电子商务的主要发展方向。

2. B to C 模式

B to C 模式即企业对消费者(也称商家对个人客户或商业机构对消费者)的电子商务模式,基本等同于电子零售商业。

以上两种模式和物流联系最为紧密,也是电子商务企业目前主要的运作模式。此外,还有以下两种:

3. C to B (个人消费者对商家),即倒转式拍卖,提供各种商品的第三方评价,以利于消费者的参考。

4. C to C (个人消费者对个人消费者),即美国 eBay 采用的方式,这样可以让用户自己解决付费、运输和验货等问题,避免了结算、运货等矛盾。

1.1.4 电子商务的作用

电子商务改变了原有的经营模式,对传统的营销方式和生产方式产生了巨大冲击,对企业来说是面临新的挑战,同时也是新的机遇。企业必须充分运用这种新型交易形式,在市场竞争中增强实力。这种新的经营模式能够使企业脱胎换骨。主要体现在以下几个方面:

- ① 增加销售机会,扩大销售收入。
- ② 降低企业成本,提高经济效益。
- ③ 减少库存积压,改善库存结构。
- ④ 提高服务质量,增强竞争能力。
- ⑤ 树立企业形象,提高企业知名度。
- ⑥ 加强内部管理,提高信息化程度。

1.1.5 电子商务发展的物流瓶颈

电子商务看上去很美,但目前电子商务的发展却处在冬天。虽然大家都知道:春天一定会到来,但她走出严冬的步履却是如此艰难。据美国一项新的调查发现,从 2000 年 4 月到 2002 年 6 月,只有 43% 的 B to B 存活了下来。预计 B to B 将从 2000 年的 1500 家下降到 2003 年的 200 家。而 B to C 的情况也好不到哪里去,信息产业部近期公布的一项调查统计

数字显示,2000年初,国内B to C购物网站约有1665家,到2000年底,剩下约1300家,而到2001年底,却只有1188家。截至2002年11月初,剩下的电子商务网站已寥寥无几。电子商务究竟怎么了?为什么被认为能够在未来几年获得飞速发展的电子商务会变成这样?谁又能在电子商务的发展中经久不衰,引导潮流呢?

原因可能很多,诸如网络安全问题、网速问题、法律问题、人们的消费观念等,但有一点也许是最重要的,就是物流。某位CIO对此做出了一个精彩的比喻:现在的网站就像一个高位截肢的病人,脑子非常好,什么都能想像,什么都能规划出来,但就是胸部以下不能动,缺胳膊少腿。这个腿就是商品实体的流动,即物流。电子商务的成败很大程度上取决于现代物流的成败,因为人们谁都不愿意在B to C网站上购得的商品延迟交付、商品损毁或者张冠李戴。

1.2 物流概述

1.2.1 物流与物流管理

概念是最基本的思维方式,只有形成概念,才能进行判断和推理。“我们只有靠我们的概念搭成一个脚手架,才能达到科学的境地”(P.J. 普鲁东语)。

1. 物流概念的发展

西蒙(Simon)1965年指出,对于正在迅速发展的领域,应该重点介绍它的概念发展历史。根据文献研究,物流学术界对物流概念的产生和发展主要有两种观点。

第一种观点认为,物流概念是因为经济原因而产生的,即起源于人们对协调经济活动中物流及其相关活动的追求。就物流本身而言,它是由许多相关活动组成的,主要有运输、储存、包装、装卸等,在物流概念产生以前,企业是将这些活动单独进行管理的;就物流与相关活动的关系而言,物流与生产、销售环节都有着非常紧密的联系,但这些联系以前并没有得到实现。

阿奇·萧(Arch Shaw)在1915年哈佛大学出版社出版的《市场流通中的若干问题》一书中研究了市场流通中存在的一些问题,明确地将企业的流通活动分为创造需求的活动和物流活动,并指出:“创造需求与实物供给的各种活动之间的关系……说明(这些活动之间)存在平衡性和相互依赖性两个原则”,“物流(The Physical Distribution Of Goods)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”。文中提到的“平衡性”、“相互依赖性”、“协调”等正是物流理论与实践的基础。英国克兰菲尔德物流运输中心主任、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并进行实际探讨的学者。他在1994年出版的《物流与供应链管理》(Logistics And Supply Chain Management)一书中说,自从阿奇·萧的物流概念提出以后,“又经过了70年左右的时间才对物流管理的基本原则有了明确的定义”。

第二种观点认为,物流概念是因为军事原因而产生的,并且第一次在军事中明确地解释物流这个概念是在1905年。詹姆士·约翰逊(James C Johnson)和唐纳德·伍德(Donald F Wood)认为,“物流一词首先用于军事”。他们说,1905年,美国少校琼西·贝克(Major Chauncey B Baker)称“那个与军备的移动与供应相关的战争的艺术的分支就是物流”。

在二次世界大战中,美军及其盟军的军事人员、物资、装备的制造、供应、战前配置与调运、战争中的补给与养护等军事后勤活动,使得物流和系统分析方法得到有效应用。战争开始前,军事后勤部门要为参战人员提供弹药及装备;战争开始后,军事物资和装备必须保持可以供应的状态。但是军工厂应该生产多少数量的各种战备物资和装备?应该为每一个不同兵种的战士配备多少数量的各种战备物资和装备才最合理?应该设多少后备仓库?后备仓库应该储存多少数量的各种物资和装备?战争物资和装备如何组织运输?战争物资的生产与配给、储备与运输如何协调?等等,这些都是直接决定战争胜败的问题,其中尤其重要的是如何保证战时后勤和运输的问题。如二次世界大战中,英国在1939年9月3日对德国宣战之后、大规模战争即将来临之前就已着手进行后勤准备。从1939年9月15日起,英国从美国、加拿大等购买的作战物资和生活日用品要通过大西洋航线运到英国本土,面对德军的海上封锁,英国皇家海军动用3万吨战舰“皇家橡树”号和航空母舰“皇家方舟”号日夜在大西洋航线上巡逻,以保证这条补给线的畅通,但后来德军将以上两艘战舰击沉,使得英军在战争初期的后勤补给遭到重大打击,英德两国的战争也就围绕后勤补给线的保卫与攻击展开,后来在盟国的帮助下,英国成功保卫了大西洋航线,最终赢得了反法西斯战争的胜利,这实际上是物流的胜利。1990年8月爆发的海湾战争中,美军50多万军事人员和5%的装备、800多万吨物资在短时间内通过空运(行程1.12万多公里、需15小时)和海运(行程1.5万多公里、需10~12天)运抵沙特阿拉伯战场,又一次显示了军事后勤对战争的重要性。

二次世界大战期间积累的大量军事后勤保障理论、经验,形成和丰富了“运筹学”(Operation Research)的理论与方法,并且这些理论与方法在战后被很多国家运用到了民用领域,促进了20世纪60、70年代世界经济的发展,也促使现代“物流”(Logistics)理论的形成与发展。比较以上两种认识,结论应该是,物流源于军事领域,在1905年就有人明确地提出并解释物流这个概念,在第二次世界大战中物流理论和方法得到完善。阿奇·萧在1915年就从经济学的角度认识到了物流,但形成系统的物流理论不是在1905年,也不是在1915年,而是在第二次世界大战中。

以上两种观点所说的物流,在文献原文中使用的是不同的表达。第一种观点使用的是Physical Distribution,译作实物分配,实际指的是流通领域内的实物供应。第二种观点所说的物流是Logistics,意思是后勤。美国物流管理协会(Council of Logistics Management)认为,Logistics比Physical Distribution包括的范围及涉及的活动更为广泛,Physical Distribution成了Logistics的一部分。Logistics把研究的视角定位在整个供应链上,符合物流学科和物流实践的发展,已经被广为接受。从Physical Distribution到Logistics的过渡表明,物流理论实现了一个从狭小领域(具体的流通领域或者军事领域)向一个更广阔的空间(一般的供应链)的飞跃。

2. 物流的定义

在不同国家、地区,从不同的角度,对物流有不同的定义。表1-1是北京工商大学何明珂教授作的研究,说明了物流定义的多样性。

本书以国家标准物流术语的定义为准,所谓物流(Logistics)是指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。

表 1-1 物流的定义

项 目 国家及地区		年份	给出定义的组织	定 义
美国	管理派	1985	美国物流管理协会 (Council of Logistics Management)	物流是对货物、服务及相关信息从起源地到消费地的有效率、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、内部和外部的移动及以环境保护为目的的物料回收
	工程派	1974	美国物流工程学会 (Society of Logistics Engineers)	物流是与需求、设计、资源供给与维护有关,以支持目标、计划及运作的科学、管理及技术活动的艺术
	军事派	1981	美国空军 (U.S. Air Force)	物流是计划、执行军队的调动与维护的科学。它涉及与军事物资、人员、装备和服务相关的活动
	企业派	1997	美国 EXEL 物流公司	物流是与计划和执行供应链中商品及物料的搬运、储存及运输相关的所有活动,包括废弃物及旧品的回收复用
欧洲		1994	欧洲物流协会 (European Logistics Association, 简称: ELA)	物流是一个在系统内对人员/货物的运输、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		1981	日本日通综合研究所	物流是物质资料从供给者向需要者的物理性移动,是创造时间性、场所性价值的经济活动。从物流的范畴来看,包括包装、装卸、保管、库存管理、流通加工、运输、配送等诸种活动
中国	大陆	2001	中国国家科委、国家技术监督局、中国物资流通协会	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来实现用户要求的过程
	台湾	1996	台湾物流管理协会 (Tai wan Logistics Management Association)	物流是一种物的实体流通活动的行为,在流通过程中,透过管理程序有效结合运输、仓储、装卸、包装、流通加工、资讯等相关机能性活动,以创造价值,满足顾客及社会性需求
加拿大		1985	加拿大物流管理协会 (Canadian Association of Logistics Management)	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

与物流紧密联系的还有物流管理的概念,根据国家标准物流术语,物流管理(Logistics Management)是指为了以最低的物流成本达到用户所满意的服务水平,对物流活动进行的计划、组织、协调与控制。

3. 对物流定义的理解

(1) 物流的对象不仅仅是物品