

物流知识点：物流认识的误区 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/37/2021\\_2022\\_\\_E7\\_89\\_A9\\_E6\\_B5\\_81\\_E7\\_9F\\_A5\\_E8\\_c31\\_37245.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/37/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E7_9F_A5_E8_c31_37245.htm) 物流的概念自80年代传入我国以来，经过政府有关部门、研究机构及广大企业大力宣传和倡导，已逐渐走出象牙塔，成为大众的热门话题。但由于对物流的研究探索时间还不长，物流的实际运作机构也处于发展初期，因此当前对“物流”的认识不免存在着一些误区，归纳如下：物流就是物资流通。由于我国物流的要领了初是由物资部门从日本引入，人们自然以为物流就是物资流通的简称。现在，这种误解虽然在业内人士已基本消除，但在业外人士及企业中仍广泛存在。这使物流观念的传播较为缓慢，也使物流企业开展业务较为困难。物流就是储运。收于储存与运输是物流系统的两大支柱，物流学教科书中，储运占了相当大的篇幅，故有人以为物流就是储运。其实，任何物流功能要素（包装、搬运、储存、运输、配送、流通加工、物流信息服务）都不是物流，只不将它们进行整合，成为有机整体，才是物流。现代物流技术中的集装箱是这样，散装水泥亦是如此，它们都是产品包装、储存、运输融为一体时，才表现出物流的特征。物流离我们太遥远。有些人虽然也认识到发展物流业的战略意义，但觉得目前离我们太遥远。他们觉得中国的物流基础设施太落后，管理水平低，发展物流是可望而不可及。这种观念在一些落后地区和中小城市中比较普遍。随着我国入世临近，我国物流相关企业如果不在观念、管理、技术和制度上向真正的物流企业发展，就必然被来自国际或国内的竞争者所淘汰。随着网上支

付、安全等问题的逐步解决，网络经济发展的最大障碍将是物流配送。如我国的网上书店，完成交易只要几分钟，而从交易完成到把书送到客户手中的物流过程，短则一至两星期，长则几个月。因此，网络经济的发展，为以提供商品集聚、分拣、配送为主要功能的物流企业的发展，提供了巨大的商机。物流就是我们已经在干的事。不少接触了一些物流知识、但理解不深的人，常以为物流就是我们已在干的那些事，如运输、保管、流通加工等，物流不过是个新的名词。所以，他们心安理得地将自己的仓库改名为物流中心或配送中心，将贸易公司或运输公司改名为物流公司。这是一种非常有害的将物流庸俗化的倾向。前车之鉴是公共关系。公共关系的概念在80年代初传入中国，后迅速掀起了“公共热”。但我国企业界及相当一部分公关从业人员并没有真正理解公关的内涵，反而作了庸俗化的理解，即公关就是拉关系，联络私人感情。这样公关就演变成“金钱攻关”、“美女攻关”。其实物流本身是个不断发展的概念，今天我们干的事，明天也许就被淘汰了。所以要用发展的眼光认识物流。发展物流必须大投入。有些人认为要搞物流必须有大资金投入，而我国物流相关企业的资本实力不够雄厚，融资能力差，故无钱搞物流。我国确实存在物流基础设施投入足，交通运输、流通等待业技术水平实力差等问题，但这并不意味着一定要等到有大资金投入了才能发展物流。我国也同时存在着现有物流设施利用不足的问题。因此，相关产业的企业应首先立足于现有设施，通过技术改造提高技术水平。更重要的是，应牢固树立依靠科学管理也效益的思想。同时，在学习借鉴国外先进的物流方式和经验的基础上，积极探索有中国

特色的物流服务方式，领先优质服务和业务创新求得生存和发展。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)