

从物流的需求属性论物流的本质

盛玉奎^{1,2}, 熊斌辉¹

(1. 长沙理工大学 智能交通与现代物流研究院, 湖南 长沙 410114;

2. 长沙理工大学 交通运输工程学院, 湖南 长沙 410114)

摘要:针对中国物流市场“小散乱差”、大多数货运企业未真正实现传统货运向现代物流的转型升级问题,从哲学角度分析物流的本质属性,以经济学中的社会分工与交易成本理论为基础分析物流产生及发展机理。研究认为,物流是社会经济的派生性需求,物流是商品经济发展到一定阶段的必然产物,物流形态与社会经济形态自相似同构,物流需求与供给相互作用,朝着个性化、精细化方向发展;依据服务理论,物流的本质是服务,是物流企业提供给客户的物品空间与时间位移的服务,物流以运动的形式存在于整个过程中;从供给侧结构性改革的角度,可见物流需求与供给性矛盾突出,建议增加物流供给数量,扩大物流供给范围,提高物流供给质量,物流企业应找准细分市场、提供精准物流,政府应定位好角色、物流行业协会应发挥好政府与企业之间的桥梁作用。

关键词:物流服务;物流需求;服务理论;供给侧结构性改革;物流供给

中图分类号:F50

文献标志码:A

文章编号:1671-6248(2017)01-0028-08

Analysis of essence of logistics from logistics demand attribute

SHENG Yu-kui^{1,2}, XIONG Bin-hui¹

(1. Research Institute of Intelligent Transportation and Modern Logistics, Changsha University of Science and Technology, Changsha 410114, Hunan, China; 2. School of Traffic and Transportation Engineering, Changsha University of Science and Technology, Changsha 410114, Hunan, China)

Abstract: To solve the problems that China logistics market is “small, scattered and poor” and most freight enterprises hasn’t realize the transformation and upgrading from traditional freight to modern logistics, this paper analyzed the essence of logistics from the perspective of philosophy and the generation and development mechanism of logistics based on the economic theories such as social division of labor

收稿日期:2016-11-29

基金项目:长沙理工大学公路工程省部共建教育部重点实验室开放基金项目(kfj120107)

作者简介:盛玉奎(1977-),男,辽宁东港人,讲师。

and transaction cost theory. The results show that logistics is the derived demand of the social economy; logistics is the inexorable product when commodity economy develops to a certain stage; logistics mode is similar to the socio-economic formation, and logistics demand and supply interact with each other and develop in the direction of individuation and refinement. According to the service theory, the essence of logistics is service that logistics enterprise provides the clients with object space and time displacement, and logistics exists throughout the process in the form of movement. From the perspective of supply-side structural reform, logistics demand and supply are obviously contradictory. It puts forward some suggestions such as increasing the quantity of logistics supply, expanding the scope of logistics supply, and improving the quality of logistics supply. In addition, logistics enterprises should identify the market segments and provide precise logistics, government should make clear its role, and logistics associations should play the role of a bridge between governments and enterprises.

Key words: logistics service; logistics demand; service theory; supply-side structural reform; logistics supply

物流于 20 世纪 70 年代末由日本传入中国,随着社会经济的发展,这些年物流早已深入人心,深刻地影响着中国货运业。从 20 世纪 90 年代开始,中国物流进入快速发展时期,许多货运企业更名为物流公司。但从近年来的发展情况来看,大多数货运企业并未真正实现传统货运向现代物流的转型升级,中国物流市场“小散乱差”的情况十分普遍,物流企业同质化严重,物流需求与供给结构性矛盾突出,物流已成为制约中国社会经济快速健康发展的瓶颈,我们认为主要原因是大家对物流本质的理解不够深入。本文从物流需求属性的角度探讨物流的本质,从供给侧结构性改革的角度谈物流的发展。

一、物流的需求属性分析

(一) 需求是社会经济发展的源动力

需求无论在社会领域还是在经济领域,需求都是非常重要的概念。需求由一定的内部或者外部诱因刺激产生,需求产生之后,会促使产生与之匹配的供给。在需求不断被供给满足和推动、供给不断被需求引领和拉动的过程中,生产、分配、交换、

消费构成的社会生产总过程^[1]循环往复。需求具有膨胀性和超越社会生产力的特性^[2],社会生产力在需求的推动下沿着很落后、较落后、较发达、发达、很发达的顺序从低级阶段到高级阶段,社会经济也逐步从低级阶段走向高级阶段,需求是社会经济发展的历史起点与逻辑起点。

(二) 社会经济发展需要物流支撑

物质资料是社会经济存在与发展的基础,物质资料在市场交易中被称为商品,商品的生产量和消费量是社会经济发展程度的重要标志。商品作为社会生产总过程中流动的主体,在生产、分配、交换、消费过程中,伴随着形态以及所有权变化的的是一次又一次的空间和时间位移。作为实现商品空间和时间位移的物流,是联系社会生产总过程各个环节的纽带。物流是社会生产总过程循环往复的基础支撑,没有物流,社会再生产就无法进行,社会经济发展离不开物流。

(三) 物流是社会经济的派生性需求

根据需求理论^[2-3],需求从其产生的根源可以分为原生性需求和派生性需求。原生性需求是指消费者对某一产品的需求独立于其他需求而产生,如人们对衣服、食物的需求。派生性需求是一种产

品的需求来自于另一种产品,或由另一种产品派生而来,即对某种产品的需求是由于为满足其他产品需求而产生的,如人们对物流的需求源于社会经济活动。物流本身没有什么存在的意义,因社会经济活动而产生并在社会经济活动中实现其价值,物流属于派生性需求。

二、物流的产生及其发展机理

(一) 物流是商品经济发展到一定阶段的必然产物

在农业社会中,人们的生活自给自足,物质资料生产的量少,节余的量更少。人们用少量的节余去自发形成的市场上交换其所需的物品(主要是一些生活必需品),最初采用以物易物方式。产生货币之后,人们使用货币进行买卖。由于受交通、信息、科学技术等局限,克服空间距离、时间距离的代价大,市场范围十分狭窄。市场范围决定社会分工水平^[4],当时不可能存在专门从事物资流通的人或组织,物资流通都是买卖者自己通过肩挑、手提或畜力车运输等方式完成。

进入工业社会之后,科学技术日新月异,现代交通运输体系逐步建立与完善,地理空间的影响逐渐淡化,通过市场可以在更广阔的区域实现资源优化配置。工业社会的大规模生产使商品生产量剧增,经济节奏加快,商品的流通量随着社会经济贸易量的增加而迅速增加,而且对流通时间、流通质量的要求不断提高,原有的商品流通方式受到日益严重的挑战。当商品交易量达到一定程度时,商品交易双方自己完成商品流通已不能满足工业化大生产的要求。社会经济的发展促使社会分工日益细化,产生了专门从事商品流通的中间商,即物流企业,中间商的产生是基于交易成本的降低^[5]。在商品流通的各环节以及各环节的衔接中,需要与多个企业、组织机构、政府部门沟通、合作,多方协调以及合作的顺利推进会产生若干交易成本。例如,在国际贸易中,国际联合运输涉及多个国内、国际

法律、法规、规章、条例,多式联运涉及不同运输方式之间的有效衔接等。

物流企业将货物积少成多、集零为整,通过规模化、集约化实现规模经济效益。由于物流企业拥有专业的场站、设施设备、工具以及较高的使用频率,拥有专业人员、专业技术和长期积累的经验,物流企业能以更低的成本、更高的效率完成商品的空间与时间位移,较之普通的商品交易企业具有明显的比较优势。在这种情况下,商品交易企业自己完成商品时间与空间位移的代价高于通过支付费用由物流企业完成,商品交易企业也愿意将自己从不擅长的业务中解放出来,专注于产品生产或销售,发展其核心竞争力。物流企业则通过持续增长的业务量扩大规模经济,并完善相关业务流程、操作规则,不断降低成本、提高效率,持续固化其比较优势。在物流企业集聚形成的物流行业中,众多企业相互竞争、学习,促使物流企业在降低成本、提高效率方面不断努力,行业壁垒也不断提高。现代社会的高度物质文明依赖于专业化分工,专业化分工程度不断提高,社会经济日益繁荣,促进形成良性循环。

(二) 物流产生的机理分析

物流的产生有两个基本前提,一是需求者有物流需求的欲望,二是供给者有物流供给的能力。当社会经济发展到一定阶段,商品生产(或销售)企业有强烈的物流需求,物流企业有满足物流需求的供给能力,物流就自然而然地产生了。物流产生的直接原因一定是迫切需求物流的商品生产(或销售)企业的商业行为,以商品交易为目的,后来才逐步出现企业以及个人非商业目的的需求,“流”的主体也由“商品”扩大至“物品”。物流需求方实际或预计付出的代价小于等于自己完成的代价,则愿意通过支付费用由物流企业完成物流。这个代价还包括时间,人们的时间价值随着社会经济的发展而提高。

虽然有人类活动开始就有物流活动,物流活动伴随着人类社会的发展而发展。但早期的物流活

动是无意识的,现代物流诞生的标志是专门从事物品流通业务的物流企业的出现,从此物流成为一项专门的社会分工。由于买卖双方的搜寻成本、买方与卖方的谈判成本、买卖双方信息不对称等因素^[5-6],物流企业有效地降低了交易成本,同时减轻了逆向选择和道德风险,极大地提高了物品流通效率,改善了人们对时间和空间的利用程度,具有划时代的意义。现代社会呈现多元化发展趋势,许多事务精细化、专门化程度高,绝大多数人没有时间和精力去熟悉各种业务。现代社会就是一个分工协作的社会,任何企业或个人无须凡事都亲力亲为。商品生产(或销售)企业与物流企业各自从事各自擅长的业务,各自向更专业化的方向发展,符合社会分工及市场经济的发展规律。社会成员对时间和空间的利用程度在很大程度上决定了一个社会的经济效率和富裕程度^[7],物流的产生与发展既是工业社会高级于农业社会的结果,也是农业社会落后于工业社会的原因。

(三) 物流形态与社会经济形态自相似同构

社会经济发展产生了物流,物流促进社会经济发展,物流对社会经济快速健康发展起着重要作用,是社会经济发展的加速器。物流的发展水平可以略微滞后或适当超前于社会经济发展水平,但不会远远滞后或超前。物流发展水平滞后于社会经济发展水平,会制约社会经济发展,但由于社会经济是物流发展的决定因素,物流必然会迅速跟进与之适应。物流发展水平适当超前社会经济发展,会促进社会经济发展,但如果远远超前,则由于需求不足而被市场淘汰。

任何事物都是在一定的环境中存在、运动、发展,当支配事物变化的特性与背景对应特性的运动趋势保持一致时,事物运动时的耗散水平最低,受到的制约最小,事物可以持续健康的发展^[8]。物流形态与社会经济形态自相似同构,社会经济的发展阶段和发展程度决定了物流的发展阶段和发展水平。社会经济形态从农业社会进化到工业社会,再

进化到信息社会,对应的物流形态从肩挑手提、畜力车运输等形式的无意识物流逐步演化为以人为本、注重客户体验的精准物流,社会经济形态与物流形态的同构关系见表 1 所示。

表 1 社会经济形态与物流形态的同构关系

社会经济形态	社会经济特征	社会经济发达程度	物流需求程度	物流形态
农业社会	自给自足	很落后	无	肩挑手提
	节奏慢	较落后	弱	畜力车运输完成
工业社会	节奏较快	较发达	较强	物流成为一项专门的社会分工
	节奏快	发达	强	以第三方物流为主的物流
信息社会	节奏很快	很发达	很强	以人为本、注重客户体验的精准物流

(四) 物流需求与供给的相互作用

需求是供给的原像,供给是需求的映射。需求产生供给,供给满足需求,供给通过社会生产实现。供给的数量与质量影响需求的满足程度,需求的满足程度反过来促进供给的发展。物流的需求量与价格之间的关系形成需求曲线,图 1 是物流需求曲线图,在其他条件不变的情况下,物流需求量会随着价格的变化而变化,当价格从 P_1 降到 P_2 时,对应的数量由 Q_1 变成 Q_2 ,即价格下降,需求量增加。需求具有可束缚性^[2],在供给不足的情况下有些需求被抑制了,即有些需求未被满足或需求未被全部满足。供给的范围和水平取决于社会生产力的发展水平^[1],在社会生产力不发达时,供给的范围有限,供给能力比较低。当科学技术发展、社会生产力提高之后,供给的范围扩大了,能够满足更多种类的需求,供给的能力提高,供给的数量增加,原来被抑制的需求得到满足。图 2 是物流需求曲线变动图,在其他条件不变的情况下,价格会引起需求曲线向右移动,价格 P_1 对应的数量由原来的 Q_1 变成 Q_2 ,即相同的价格客户能够获得更多数量或更高质量的供给。

在市场中,价格调节市场供求关系,市场供求关系反作用于价格,消费者根据自己的实际需求与

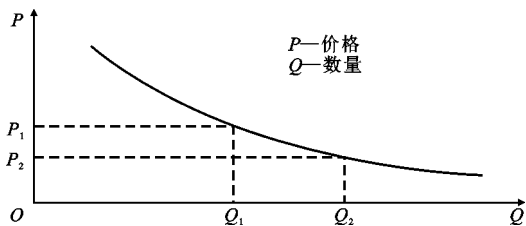


图1 物流需求曲线图

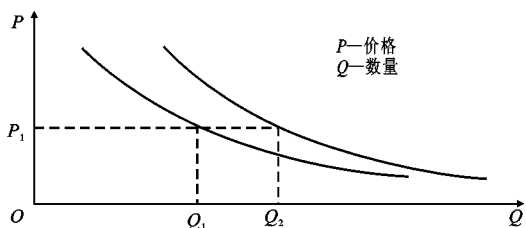


图2 物流需求曲线变动图

支付能力去获取需求的数量与质量,供给者根据价格水平决定供给的数量和质量。物流企业根据需求、价格等因素调整生产,寻找价格与数量、质量的契合点,满足不同客户的需求和客户的不同需求,达到客户与物流企业的共赢。

(五) 物流的发展演化

随着社会财富和个人财富不断增长,人们可支配收入增加,有了更强的支付能力,人们对物流的需求不仅在数量上增加,在质量上也不断提高。需求具有膨胀性和被引导性^[2],人们对物流的需求从最初低等级的物品不丢失、不损坏逐渐向高等级的方便、快捷等方面发展。

由于消费者偏好不同,不同消费者或同一消费者不同时间段的时间价值有差异,消费者的选择也不同,需求千差万别。物流在需求不断产生、满足的过程中向前发展,为不同客户的不同需求提供不同的供给,物流逐渐从卖方市场向买方市场转变。并且随着社会经济和科学技术的不断发展,社会专业化分工进一步细化,衍生出许多物流企业类型,例如货代公司、报关公司等中介公司,以及车货匹配的物流科技公司、物流咨询公司、物流金融公司、物流担保公司等。客户不断产生新的需求,物流朝着个性化、精细化方向发展。

三、物流的本质是服务

(一) 物流的概念及涵义

物流是近些年社会经济发展中的热词,不同的人有不同的理解,物流的概念有多种表述。中国国家标准《物流术语》中对“物流”的定义是^[9]:物品从供应地向接收地的实体流动。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。从这一定义中可以看出,物流的概念包含以下几个要点:第一,物流基本的构成要素是“物品”与“流动”,缺一不可。“物品”的范围更宽泛,包括交易的商品和商品交易之外的其他物品。“流动”包括时间与空间的移动。第二,物流的需求方是客户,物流的供给方是满足客户需求的物流企业。第三,根据客户的需求,将指定的物品从供应地到接收地实体流动。供应地与接收地是不确定的,需求在哪里,供应地与接收地就在哪里。第四,“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”根据实际需要有机结合,这些基本功能的有无以及如何结合,取决于客户的实际需求,有机结合的目的是提高效率、降低成本。在物流的定义中,“客户需求”是物流概念的核心涵义,许多物流定义都强调了这一点。例如加拿大物流管理协会 1985 年对物流定义中^[10]指出:“物流是对原材料、在制品、产成品库存及相关信息从起源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,以满足顾客要求的过程。该过程包括进向、去向和内部流动”;美国物流管理协会 2003 年对物流的定义^[10]是:“物流管理是供应链管理的一部分,是对货物、服务及相关信息从起源地到消费地的有效率、有效益的正反向流动和储存进行计划、执行和控制,以满足客户要求”,同样强调了“以满足客户要求”。

中国专家学者对物流有诸多研究,涉及许多方面,其中一些学者对物流的概念及涵义进行了大量

的有益研究,主要集中在物流概念的产生、涵义以及物流与物流管理、后勤、供应链管理等词语的比较^[11-27],国内外各界不同时期的定义及比较^[28-30],但对物流的本质鲜有阐释。

(二) 物流的本质

物流的理论研究与社会实践必须首先深入地理解物流的本质,物流作为商品生产与消费的纽带,缩短了商品生产与消费的空间距离和时间距离,缩短了商品生产者与消费者的身份距离。物流的本质是服务,是物流企业提供给客户的物品空间与时间位移的服务。

服务是不同经济主体之间通过使用权的让渡获得运动形态的使用价值,并使服务消费者获得消费利益或满足感^[31],是社会经济发展中必不可少的劳动。在商品交易过程中,卖方将商品所有权、使用权转移给买方,物流以运动的形式存在于整个过程中,完成卖方向买方的让渡。在此过程中,一个经济主体使另一个经济主体增加价值。物流从业人员通过劳动实现了物品的时间和空间位移,为客户创造了价值,价值体现在接受物流服务的客户(即服务消费者)获得了满足感。让渡过程由卖方完成,则称为第一方物流;由买方完成,则称为第二方物流;由买方和卖方以外的企业完成,则称为第三方物流。对于第三方物流,由卖方承担,则卖方是服务消费者;由买方承担,则买方是服务消费者,第三方物流的发展水平反映了当地物流的发达程度。在商品交易活动中,物流是买卖双方商务谈判中一项重要的内容,事实上也是商品的组成部分。目前学术界与企业界所探讨的第四方物流乃至第九方物流都是由这三种基本的物流类型演化而来,均是以客户为中心的服务。

(三) 物流产品具有特殊性

物流企业生产、客户消费的物流产品虽然是无形的,但物流产品是客观存在的。物流产品具有以下特性:第一,生产与消费同步性。物流企业对物流需求者提供物流服务、物流需求者接受物流服务

时,既是物流企业在生产物流产品,又是物流需求者在消费物流产品。物流的生产与消费在时间上、空间上不可分离,如影随形。第二,不可储存和无法运输性。物流产品生产与消费同时发生,所以物流产品既不可储存,也无法运输。但人们可以通过对相关影响因素的分析来预测物流需求,提前调配资源,例如物流企业在“双十一”到来之前招聘临时工、集中运力。第三,无形性和不可感知性。物流产品是无形的,不像有形产品那样可以触摸或凭肉眼看见。第四,差异性和质量不确定性。任何的物流活动都是由具体的人完成,正如“人不能两次踏进同一条河流”一样,任何一次物流活动、任何一次物流活动的任何一个环节都是独一无二的。因人、时、地、运输工具性能、技术可靠性、衔接协调性以及天气等不可抗力因素,每一次的物流服务都存在差异,质量具有不确定性。

物流评价的标准是客户的满意程度,而客户满意的基本前提是商品不丢失、不损坏,之后再从方便、快捷等方面衡量,可以通过定性与定量分析相结合的方法测度。物流评价具有客观性和主观性,快速、方便等方面不同的客户感受存在差异,甚至同一个客户不同时间感受也存在差异。

(四) 互联网时代和供给侧结构性改革下的物流

在互联网时代,信息技术、网络技术广泛应用,信息的生产和传播及其塑造的组织形态,正深刻地影响着我们的生活。“互联网+”是互联网形态演进及其催生的经济社会发展新形态,物流的各方参与者应积极将云计算、物联网、大数据为代表的新一代信息技术与物流融合创新,积极开展“互联网+物流”,大力发展智慧物流,提升物流服务品质,打造新的产业增长点,增强经济发展动力,促进国民经济提质增效升级。

现阶段,中国物流市场低端业态恶性竞争严重,物流需求与供给的结构性矛盾突出,低端物流供给过剩,人民群众多样化、个性化物流需求得不

到有效满足。供给侧结构性改革为物流发展创造了良好的机遇,供给侧结构性改革重点是解放和发展社会生产力,用改革的办法推进结构调整,减少无效和低端供给,扩大有效和中高端供给,促进要素流动和优化配置,实现更高水平的供需平衡^[32]。推进供给侧结构性改革,尤其要从生产环节入手^[33],增加物流供给数量,扩大物流供给范围,提高物流供给质量,改善物流供给结构,矫正要素配置扭曲,提高全要素生产率。物流企业应结合中国正在积极推进的能源革命,降成本、补短板,通过延长服务价值链和利润链,为客户提供更优质的服务,为企业创造更高的价值,提高全要素生产率,更好满足广大人民群众的需要,使物流成为社会经济持续健康发展的内生动力。

四、启示

(一) 物流企业

第一,应不断更新理念,采用新技术,减少中间环节,化繁为简,降低成本,为客户提供优质服务。第二,应充分考虑所在地的自然地理条件以及自有资源,合理利用交通运输工具技术经济特性,准确定位,找准细分市场,发扬工匠精神,提供符合行业发展、具有自身特色的物流服务,为客户定制精准物流。第三,应标准化操作流程、服务规范,严格防范意外事故,通过提高可靠度降低物流服务质量的的不确定性,尽可能地提供同质服务。第四,规模经济是社会分工的产物,也是社会分工得以存在的基础。物流企业应充分发挥规模经济优势,实施甩挂运输等先进的运输组织方式,并通过组建联盟等方式发挥网络经济效益。

(二) 政府

第一,当代公共行政理念深入人心,政府原来的行政范式已不适应现代社会的发展,政府应定位好角色,从官僚式的管理向为企业、公众服务转变。第二,物流企业是物流市场的主体,市场是物流企

业创造价值的舞台,政府应积极营造良好的市场环境,加强物流市场诚信体系建设,培育企业契约精神,鼓励企业合法、合理竞争,优胜劣汰。鼓励企业精益求精,打造受市场认可的优质产品、优质品牌。第三,在市场失灵的领域内,政府必须进行有效干预。例如尾气、噪音、光污染等负的外部性,以及能源消耗等。政府应鼓励物流企业采用先进的理念与技术,运用有效的政策、经济杠杆,对资源的有效配置进行宏观调控,扶优扶强。鼓励企业使用新能源,建设清洁低碳、安全高效的现代物流体系。第四,政府主管部门应引导物流业覆盖整个市场,深入开展供给侧结构性改革,通过有效的行政、市场手段,矫正要素配置扭曲,扩大有效供给,构建良好的物流“森林生态系统”,满足不同消费者不同层次的需求,同时防控物流业“虚热”。第五,在大力推动物流发展的过程中,政府主管部门应积极与其他以及上级政府部门沟通协调,不断破除制约物流业快速健康发展的制度藩篱。第六,政府应积极主动地做些社会效益好但经济效益差或见效缓慢的基础性、公益性设施建设,例如公共物流信息平台等建设。第七,积极与高校、科研院所合作,做一些前瞻性的科学研究,为物流行业发展提供科学指导。第八,政府应积极推进物流标准化研究及推广,加强物流基础数据统计工作。

(三) 行业协会

第一,应发挥好政府与企业之间的桥梁作用,做好企业的基础服务工作。第二,及时通报行业的发展形势、政策法规等,组织相关企业学习其他国家和地区企业的经验与教训。第三,整理、分析物流企业、物流行业的相关统计数据,为物流企业发展提供决策依据。

五、结语

通过对物流的需求属性以及物流产生、发展机理分析,提出物流是商品经济发展到一定阶段的必

然产物,阐释了物流形态与社会经济形态的同构关系,提出物流的本质是服务,应从供给侧结构性改革的角度改善物流供给,促使物流业快速健康发展。

参考文献:

- [1] 马克思.资本论[M].郭大力,王亚南,译.上海:上海三联书店,2011.
- [2] 张明.需求论[M].上海:学林出版社,2010.
- [3] 保罗·萨缪尔森,威廉·诺德豪斯.经济学[M].16版.萧琛,译.北京:华夏出版社,1999.
- [4] 亚当斯密.国富论[M].郭大力,王亚南,译.上海:上海三联书店,2009.
- [5] 丹尼尔·F·斯普尔伯.市场的微观结构——中间层组织与厂商理论[M].张军,译.北京:中国人民大学出版社,2002.
- [6] 荣朝和.企业的中间层理论以及中间层组织在运输市场中的作用[J].北京交通大学学报:社会科学版,2006,5(3):1-5.
- [7] 荣朝和.交通——物流时间价值及其在经济时空分析中的作用[J].经济研究,2011(8):133-146.
- [8] 管楚度.大背景分析法[J].系统辩证学学报,2000,8(3):70-73.
- [9] GB/T 18354—2006.物流术语[S].
- [10] 冯耕中.物流与供应链管理[M].2版.北京:中国人民大学出版社,2014.
- [11] 王之泰.物流文化的思考——两个重要概念[J].中国储运,2011(11):29.
- [12] 丁俊发.正确认识物流、物流产业、物流管理等基本概念[J].中国物流与采购联合会会员通讯,2003(33):3-5.
- [13] 齐二石.物流工程[M].天津:天津大学出版社,2001.
- [14] 徐寿波.大物流论[J].中国流通经济,2005(5):4-7.
- [15] 宋伯慧,徐寿波.物流定义探讨[J].北京交通大学学报:社会科学版,2010,9(3):26-29.
- [16] 张志勇,刘心报.对物流几个基本概念问题的认识[J].中国流通经济,2013(2):39-45.

- [17] 吴群琪,云虹,张圣忠.突破认识的囿圄,推进现代物流业的发展——论现代物流的特征及其发展思路[J].长安大学学报:社会科学版,2014,16(1):32-37.
- [18] 单圣涤.关于“物流”与“物流工程”中几个基本概念的探讨[J].中南林学院学报,2006,26(5):106-112.
- [19] 傅新平.论物流的概念、功能与发展趋势[J].武汉交通科技大学学报:社会科学版,1999,24(1):43-46.
- [20] 靳伟.物流概念和物流定义[J].中国物资流通,2002(1):40-41.
- [21] 王佐.物流管理新概念:上[J].中国物流与采购,2006(15):68-70.
- [22] 王佐.物流管理新概念:下[J].中国物流与采购,2006(16):72-73.
- [23] 蔡南珊.关于物流概念本质的再思考[J].中国流通经济,2004(7):19-21.
- [24] 王仲君.物流概念辨析[J].苏州科技学院学报:社会科学版,2004,21(3):25-27.
- [25] 刘丽艳.对“物流管理”和“供应链管理”的辨析[J].大连海事大学学报:社会科学版,2005,4(1):58-61.
- [26] 王佐.物流管理和后勤管理比较研究:一[J].空运商务,2006(15):27-31.
- [27] 王佐.物流管理和后勤管理比较研究:二[J].空运商务,2006(16):23-26.
- [28] 徐天亮,刘志学.中美“物流”定义的分析与比较[J].中国物流与采购,2002(9):22-24.
- [29] 王健.现代物流概念的比较研究[J].发展研究,2005(1):59-61.
- [30] 樊宏.中外物流定义比较分析与建议[J].物流技术,2005(5):21-23.
- [31] 庄丽娟.服务定义的研究线索和理论界定[J].中国流通经济,2004(9):41-44.
- [32] 王一鸣,陈昌盛,李承健.正确理解供给侧结构性改革[N].人民日报,2016-03-29(7).
- [33] 刘元春.论供给侧结构性改革的理论基础[N].人民日报,2016-02-25(7).