



专用于国家职业技能鉴定
国家职业资格培训教程

ZHUANYONGYU GUOJIA ZHIYE JINENG JIANDING • GUOJIA ZHIYE ZIGE PEIXUN JIAOCHENG

物流师基础

WU LIU SHI JI CHU

劳动保障部 组织编写
中国就业培训技术指导中心

<http://12w.com>



中国劳动保障出版社

专用于国家职业技能鉴定

国家职业资格培训教程

物流师基础

劳动和社会保障部
中国就业培训技术指导中心 组织编写

中国劳动社会保障出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

物流师基础/劳动和社会保障部中国就业培训技术指导中心组织编写. —北京: 中国劳动社会保障出版社, 2004

国家职业资格培训教程

ISBN 7-5045-4781-6

I. 物… II. 劳… III. 物流-物资管理-职业技能鉴定-教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 113496 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出 版 人: 张梦欣

*

新华书店经销

北京京安印刷厂印刷 北京顺义河庄装订厂装订

787 毫米×1092 毫米 16 开本 7.75 印张 190 千字

2005 年 3 月第 1 版 2006 年 12 月第 6 次印刷

印数: 20000 册

定价: 14.00 元

读者服务部电话: 010-64929211

发行部电话: 010-64927085

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话: 010-64911344

国家职业资格培训教程

物 流 师

编审委员会

主 任 陈 宇

副主任 张永麟

委 员 (按姓氏笔画排列)

王 东 冯天相 刘 渝 刘永澎

吕红文 陈 蕾 张 伟 张健雄

周 岳 姚宗明 赵 欢 顾国萍

顾卫东 徐坤泉 葛恒双 游建颖

本书编审人员

主 编 刘 渝

编 者 王 东 纪寿文 刘 渝

审 稿 周 岳 冯天相

前 言

为推动物流师职业培训和职业技能鉴定工作的开展，在物流师从业人员中推行国家职业资格证书制度，劳动和社会保障部中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准——物流师（2004年版）》（以下简称《标准》）制定工作的基础上，组织参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家，编写了《国家职业资格培训教程——物流师》（以下简称《教程》）。

《教程》紧贴《标准》，内容上，力求体现“以职业活动为导向，以职业技能为核心”的指导思想，突出职业培训特色；结构上，针对物流师职业活动的领域，按照模块化的方式，分物流员、助理物流师、物流师、高级物流师4个级别进行编写。《教程》的基础知识部分内容涵盖《标准》的“基本要求”；技能部分的章对应于《标准》的“职业功能”，节对应于《标准》的“工作内容”，节中阐述的内容对应于《标准》的“技能要求”和“相关知识”。

《国家职业资格培训教程——物流师基础》适用于对物流员、助理物流师、物流师、高级物流师的培训，是职业技能鉴定的指定辅导用书。

本书由王东、纪寿文、刘渝编写，刘渝主编；周岳、冯天相审稿。

中国物流与采购联合会的有关专家对本书的编写提出了宝贵意见，在此一并致谢。

由于时间仓促，不足之处在所难免，欢迎读者提出宝贵意见和建议。

中国就业培训技术指导中心

目 录

第一章 职业道德知识	(1)
第二章 物流概述	(5)
第一节 物流概念	(5)
第二节 物流分类	(11)
第三节 物流系统	(13)
第四节 物流管理概念	(15)
第五节 现代物流产业与物流企业	(21)
第六节 供应链管理	(25)
第三章 物流运行系统	(28)
第一节 物流一体化	(28)
第二节 供应物流	(34)
第三节 生产物流	(35)
第四节 销售物流	(37)
第五节 逆向物流	(39)
第四章 物流管理系统	(41)
第一节 物流管理内容	(41)
第二节 物流客户管理	(43)
第三节 物流服务管理	(47)
第四节 物流信息管理	(49)
第五节 物流成本管理	(53)
第六节 物流质量管理	(55)
第七节 物流组织管理	(57)

第八节 物流战略管理	(61)
第五章 物流装备与标准化	(65)
第一节 物流装备	(65)
第二节 物流信息技术装备	(83)
第三节 物流标准化	(87)
第六章 物流相关法律法规	(91)
第一节 物流相关国内法规	(91)
第二节 物流相关国际法规	(103)
第三节 保险与索赔	(111)
参考文献	(116)

第一章 职业道德知识

一、职业道德概念

职业道德是一般社会道德的特殊形式，是现代商业伦理规范和价值观念的表现，是从事一定职业的人员在工作和劳动中遵循的特定行为规范。

社会主义的职业道德是社会主义道德体系的重要组成部分。中共十四届六中全会在《关于加强社会主义精神文明建设的决议》中提出，要“大力倡导爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众、奉献社会的职业道德”，这既是我国未来职业道德建设的根本指南，也是我国现阶段职业道德的主要内容和要求。

1. 爱岗敬业

爱岗敬业是职业道德的核心和基础。爱岗就是干一行爱一行，安心本职工作，热爱自己的工作岗位。要把自己看成单位、公司、部门的一分子，要把自己从事的工作视为生命存在的表现方式，尽心尽力去工作，这是无论从事何种职业都应有的道德要求。应当坚守工作岗位，履行职业责任，努力调整自己的工作方式和行为态度，在积极乐观的情绪下尽心尽力地工作。爱岗和敬业是紧密联系在一起。敬业是爱岗意识的升华，是爱岗情感的表达。敬业通过对职业工作的极端负责、对技术的精益求精表现出来，通过乐业、勤业、精业表现出来。

2. 诚实守信

诚实守信是职业在社会中生存和发展的基石，要求从业者在职业生活中慎待诺言，表里如一，言行一致，遵守职业纪律。表现在物流职业中，要求从业者诚实劳动，遵纪守法。在物流业务活动中，严格履行合同，重合同守信用。

3. 办事公道

办事公道是处理职业性质和维护职业工作正常进行的行为规范和规章制度，需要该职业内部的规范协调，也要处理好该职业引起的与各方面的职业关系。物流从业人员在日常工作中，应自觉遵守规章制度，平等待人，秉公办事，清正廉洁，不允许违章违纪、使用特权、滥用职权、损人利己、损公济私，要兼顾国家、集体、个人三者利益，追求社会公正，维护公益。

4. 服务群众

服务群众、满足群众要求，是职业道德要求目标指向的最终归宿。任何职业都有其职业的服务对象。作为一项职业之所以能够存在，就是有该项职业的职业对象对这项职业有共同的要求。在现代社会中生存的每个人都接受着无数人直接或间接提供的各种各样的服务。因此服务群众就是群众自我服务，相互共同服务。服务群众要求任何职业都必须极力设法满足职业对象的要求，处处为职业对象的实际需要着想，尊重他们的利益，取得他们的信任。

5. 奉献社会

奉献社会是社会主义职业道德的最高境界，同时，也是做人的最高境界。奉献社会的突出特征：一是自觉自愿地为他人、为社会贡献力量，完全为增进公共福利而积极劳动。二是有为社会服务的责任感，充分发挥主动性、创造性，竭尽全力。三是不计个人名利得失，一心为社会做贡献。

二、物流职业道德内容

在我国职业道德基本原则指导之下，结合物流行业本身的特点，形成物流职业道德的如下内容：

1. 以客户服务为中心

(1) 礼貌接待客户。客户服务的核心是给客户以希望，从各方面使客户感受到礼貌、尊敬、愉快和有所收获，使客户认为受到优于其他客户的对待，也使客户体会到优于其他物流企业的客户服务。

1) 预约 通过电话或其他通讯方式为客户约定洽谈时间，并提前通知内部人员准备洽谈。

2) 洽谈 洽谈前，制作好资料与文件；洽谈中，引导客户达成交易；准确把握洽谈的内容和时间。

3) 回复客户 洽谈后，尽快以文件的形式将洽谈的结果知会客户。

(2) 为客户制定物流作业方案与计划。

(3) 在执行物流作业过程中，不断与客户协商交流，保证货物准时无货损送达。

(4) 维系客户。对于经常性客户，必须以各种方式维系，包括回访、交际和公关活动。

(5) 采用客户关系管理软件系统，规划与支持客户服务活动。

2. 高度的诚信原则

诚信原则对于物流行业尤其重要，因为物流是贸易，特别是国际贸易正常进行的物质保证。

(1) 严格按照物流法律法规执行物流作业

物流国际法律法规制定了非常严格的条文，它是根据长期的实践，为保障货主与物流商的利益而逐渐完善的。决不能以眼前的利益或者人际关系忽视物流法律的严肃性，也不能以任何借口变通执行。

(2) 忠诚客户利益

物流的全球作业使得物流企业的诚信成为市场关注的核心，特别是货物代理企业在货损发生索赔时应维护客户利益。

1) 物流从业人员必须以货物提单为根据，实事求是地确定责任，以保障客户的利益，同时维护企业的市场地位。应该杜绝推卸货损责任、拒绝赔付客户损失的不良行为。物流从业人员应当坚守职业道德，从个人做起。

2) 维护运价变动时的客户利益。物流企业及从业人员应以诚信为职业准则，自觉维护客户利益。决不能利用运输价格变动之际，增加收费或变相涨价，取得不法利益。

3. 良好的行为规范

企业形象不仅仅是企业的外在形象，它是通过员工的工作作风与公司信誉共同体现的。

物流是典型的以市场营销为依存的行业，从业人员的行为代表着物流企业的形象，在某种程度上影响和制约着企业的发展，应大力提倡良好的行为规范。行为规范包括：

(1) 语言规范

语言规范包含声音语言规范和身体语言规范。对于商业交流来说，声音语言规范的核心是简明易懂，尽量采用对方最愿意接受的语言方式。讲话时必须注意对方的反映，调整自己的讲话方式与内容，多给对方留接受与吸收的时间。在与物流客户的交流中，电话沟通是主要的方式，绝大多数客户以电话方式向物流公司订汽车、火车和轮船的舱位，要求配送公司准时送货。因此，电话成为物流企业形象的媒介。

身体语言是用来配合声音语言的。身体语言以身体的动作表达自己的意愿和倾向，往往具有比声音语言更大的作用。身体语言不仅是从业人员个人教养的反映，也是物流企业文化的鲜明表现。

(2) 文件规范

1) 文件如同物流企业的服装，必须整洁、规范、一致，兼具美观。

2) 物流企业具有强烈的国际化特点，其文件也必须具备国际型企业共同的特征。

3) 物流企业的文件语言应具备商业语言和技术语言二者的简洁与准确性。

4. 高效率的团队精神

团队精神是现代企业，特别是大型企业力量所在。物流企业的基本要求是大型化，否则难以在市场竞争中生存。

(1) 理解

现代物流企业与传统物流企业的不同在于，它是一体化的物流服务供应商，提供全面的物流服务。现代物流企业从业人员必须团结协作，时时处处发扬团队精神。团队精神首先建立在员工对企业战略的理解上，包括对企业的目标、能力、市场作为的理解。员工之间的理解应建立在相互沟通的基础上，应将自己工作中的所做所想与相关的公司成员交流。

(2) 合作

合作精神是物流从业人员最基本的素质，因为物流行业使每一个企业和个人都成为供应链的成员。合作以企业利益为前提，以他人方便为准绳。方便别人的同时也方便了自己，今后将会有更多的客户愿意与你进行业务往来。

(3) 制度

现代物流企业通过一体化运作使员工具有整体意识，供应链管理使员工明确社会责任与企业利润同等重要，这是物流企业容易实行从业人员合作的优势。

维持企业的团队精神还需要企业的制度化保障：定期检查企业执行物流作业中的不协调，分析产生的原因；对相关人员的奖励与批评；随市场与作业的变化，调整从业人员的作业程序。

5. 持续的竞争能力

物流行业是知识密集型产业，需要从业人员具备物流的高技能。在今天全球物流的态势下，物流的单据以英文为主，物流的程序化运作要求专业人员具备良好的物流软件与网络操作能力。

为了保持职业的竞争力，需要物流专业技术人员不断地更新自己的知识。

6. 物流从业人员职业守则

忠于职守，诚信待人；团结协作，顾全大局；爱岗敬业，遵纪守法；钻研业务，讲究效率；保守秘密，保证安全；勇于开拓，善于创新。

第二章 物流概述

第一节 物流概念

一、物流概念的产生与演变

1. 物流成为“第三利润源”

(1) “第一利润源”——资源领域

人类最初是靠对廉价原材料、燃料的掠夺性开采和利用获得利润，其后是依靠科技进步，减少物质资源消耗、综合利用乃至大量人工合成资源来获得高额利润。这种降低物质资源消耗获得利润的方式以先进的科学技术为条件。因此，通过进一步开发“第一利润源”获得利润的方式，受到了科学技术发展程度的限制。

(2) “第二利润源”——人力领域

人力领域的利润最初是靠廉价劳动，其后是依靠科技进步提高劳动生产率，降低人力消耗，或采用机械化、自动化来降低劳动耗用，从而降低成本，增加利润，形成“第二利润源”。劳动生产率的提高，劳动消耗的降低，也受到科学技术的极大制约。随着生产的机械化、自动化程度不断提高，生产工艺过程日趋程序化、规范化，使“第二利润源”的潜力越来越小，获取利润也越来越困难。

(3) “第三利润源”——物流领域

在前两个利润源潜力越来越小的情况下，物流领域的潜力逐渐被人重视。有关统计表明，在美国，产品的制造成本已不足总成本的10%，产品的加工时间只占总时间的5%，而储存、搬运、运输、销售、包装等物流环节已经占据制造成本和作业时间的绝大部分。物流继降低物质消耗、提高劳动生产率之后，成为使企业获得利润的“第三利润源”。通过物流的合理化降低物流成本，已经成为企业提高竞争力的重要手段。

2. 物流概念的产生

1901年，格罗威尔在美国政府的《工业委员会关于农场产品配送的报告》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。

1918年，英国联合利华公司的利费哈姆勋爵成立了“即时送货股份有限公司”，公司的宗旨是，在全国范围内把商品及时送到批发商、零售商以及用户的手中。

1921年，美国经济学家阿奇·萧在《市场流通中的若干问题》一书中提出“物流是与创造需求不同的一个问题”，销售过程的物流指的是时间和空间的转移，并提到“物资经过时间或空间的转移，会产生附加价值”。此时的物流指的是销售过程中的物流，是为了配合销售而进行的相关运输与仓储活动，即实体配送。

1935 年,美国销售协会对当时还称为实体配送的物流概念进行了定义“实体配送是指包含于销售之中的物质资料和服务在从生产地点到消费地点流动的过程中,所伴随的种种经济活动。”这个概念是有关物流的最早定义,它将物流看成是销售过程中的一个环节,从属于销售,强调了与产品销售有关的输出物流,没有包括输入物流环节。

上述是物流发展的早期阶段。在这一阶段里,人们从有利于商品销售的愿望出发,探讨如何进行物资的配给和怎样加强对物资分布过程的合理化管理,其核心部分就是物流被看成是市场的延伸。

第二次世界大战后的几十年间,西方经济进入大量生产与销售时期,后勤管理的理念和方法开始被引入工业部门和商业部门,被人们称之为“工业后勤”和“商业后勤”。实体配送的概念也逐渐被物流取代。物流包含生产领域的原材料采购、生产过程中的物料搬运与厂内物流、流通过程中的物流或销售物流。

3. 物流概念演变

在 20 世纪 50 年代到 70 年代,由于人们研究的对象主要是狭义的物流,是与商品销售有关的物流活动,是实物流通过程中的商品实体运动,因此对于物流概念通常采用的是“physical distribution”(简称 PD)一词。1963 年,美国物流管理协会对物流管理的定义是“为计划、执行和控制原材料、在制品库存及制成品从起源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。这些活动包括顾客服务、需求预测、交通、库存控制、物料搬运、订货处理、零件及服务支持、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。”

但是实体配送表达的领域较为狭窄,物流的概念更宽广、连贯和整体。军事后勤为部队和战争服务,工业后勤为制造业的生产和经营服务,商业后勤为商业运行和顾客服务,总之,物流的核心理念是服务。基于上述认识,美国物流管理协会对物流定义进行了修订,将 1963 年定义中的“原材料、在制品、制成品”修改为“货物、服务”,这大大拓展了物流的内涵与外延,既包括生产物流,也包括服务物流。1985 年,美国物流管理协会将物流定义为“以满足客户需求为目的,对货物、服务以及相关信息从供应地到消费地的高效率、低成本流动和储存而进行的计划、实施和控制过程。”物品流动也完成了从实体配送向现代物流的转变。

随着市场竞争的加剧和企业运营理念的变化,人们对物流的认识进一步深入。1998 年,美国物流管理协会对物流的最新定义是“物流是供应链流程的一部分,是为了满足客户需求而对货物、服务及相关信息从原产地到消费地的高效率、高效益的正向和反向流动及储存进行的计划、实施与控制过程。”这一新定义不仅把物流纳入了企业间互动协作关系的管理范畴,而且要求企业在更广阔的背景上来考虑自身的物流运作。不仅要考虑自己的客户,而且要考虑自己的供应商;不仅要考虑到客户的客户,而且要考虑供应商的供应商;不仅要致力于降低某项具体物流作业的成本,而且要考虑使整个供应链运作的总成本最低。该定义反映了随着供应链管理思想的出现,美国物流界对物流的认识更加深入,强调物流是供应链的一部分,并从“反向物流”(也称为“回收物流”或“逆向物流”)角度进一步拓展了物流的内涵与外延,如图 2—1 所示。

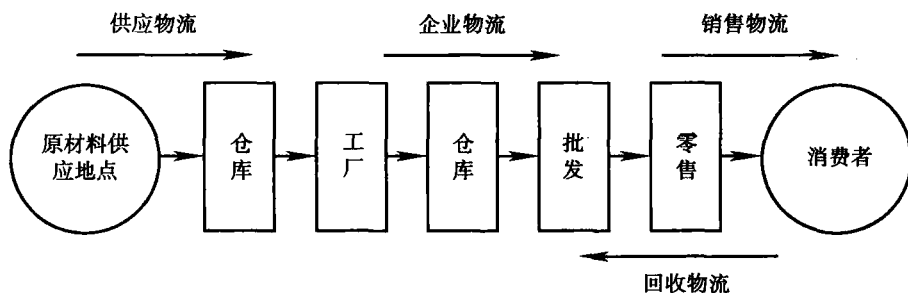


图 2—1 广义物流外延

二、物流概念

1. 物流的基本概念

2001 年 8 月 1 日颁布实施的中华人民共和国国家标准《物流术语》（GB/T 18354—2001）将物流定义为“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进行有机结合。”

（1）“物”的概念

物流中的“物”是指一切可以进行物理性位置移动的物质资料和物流服务。物质资料包括物资、物料和货物，物流服务包括货物代理和物流网络服务。

（2）“流”的概念

物流中的“流”是物的实体位移，包括短距离的搬运、长距离的运输和全球物流。

2. 物流的经济价值

（1）时间价值

物从供应者到需要者之间有一段时间差，改变这一时间差创造的价值是时间价值。

时间价值通过物流活动获得的形式有以下 3 种：

1) 缩短时间创造价值 物流着重研究的一个课题就是如何采取技术的、管理的、系统的方法来尽量缩短物流的宏观时间和有针对性地缩短微观物流时间，从而取得较高的时间价值。

2) 弥补时间差创造价值 经济社会中，需要和供应普遍地存在着时间差，物流以科学的、系统的方法弥补和改变这种时间差，以实现其“时间价值”。

3) 延长时间差创造价值 在某些具体物流活动中，存在人为地延长物流时间来创造价值的现象，例如，配合待机销售的物流便是有意识地延长物流时间，增加时间差来创造价值的。

（2）场所价值

物从供应者到需求者之间有一段空间差，改变这一场所的差别创造的价值叫做“场所价值”。物流创造场所价值是由现代社会产业结构、社会分工所决定的，主要原因是供应和需求之间存在空间差。商品在不同地理位置有不同的价值，通过物流将商品由低价值区转到高价值区，便可获得价值差，即场所价值。场所价值有以下 3 种形式：

1) 从集中生产场所流入分散需求场所创造价值。

2) 从分散生产场所流入集中需求场所创造价值。

3) 从甲地生产流入乙地需求创造场所价值。

(3) 流通加工附加价值

有时, 物流也可以创造流通加工附加价值。加工是生产领域常用的手段, 并不是物流的本来职能。但是, 现代物流的一个重要特点, 是根据自己的优势从事一定的补充性加工活动, 也称为流通加工活动。这种加工活动不是创造商品主要实体, 形成商品主要功能和使用价值, 而是带有完善、补充、增加性质的加工活动, 这种活动必然会形成劳动对象的附加价值。

3. 物流的功能要素

物流的功能要素是为了创造时间价值、场所价值和加工附加价值而进行的物流作业活动, 包括:

(1) 包装

无论是产品还是材料, 在搬运输送以前都要加以某种程度的包装, 保证物品完好地运送到消费者手中, 所以包装被称为生产的终点, 同时也是社会物流的起点。

(2) 装卸搬运

装卸搬运是指在同一地域范围内进行的、以改变物的存放状态和空间位置为主要内容和目的的活动, 包括装上、卸下、移送、拣选、分类、堆垛、入库、出库等环节。装卸搬运是伴随运输和仓储而产生的必要的物流活动, 但是和运输产生空间价值、仓储产生时间价值不同, 它本身并不产生任何价值。物流的主要环节, 如运输和仓储等是靠装卸、搬运活动连接起来的, 物流活动其他各个阶段的转换也要通过装卸、搬运连接起来。

(3) 运输

运输是对物资进行较长距离的空间移动。物流部门通过运输解决物资在生产地点和需要地点之间的空间距离问题, 从而创造商品的空间效益, 实现其使用价值, 以满足社会需要。运输是物流的中心环节之一, 可以说是物流最重要的一个功能。运输在经济上的作用是扩大了经济作用范围和在一定经济范围内促进物价的平均化。现代化大生产的发展, 社会分工越来越细, 区域之间的物资交换更加频繁, 促进了运输业的发展, 产业的发展也同时促进了运输技术的革新和运输水平的提高。反过来说, 运输手段的发达也为产业发展创造了便利条件。

(4) 仓储

仓储在物流系统中起着缓冲、调节和平衡的作用。仓储的目的是克服产品生产与消费在时间上的差异, 使物资产生时间上的效果。它的内容包括储存、管理、保养、维护等活动。产品从生产领域进入消费领域之前, 需要在流通领域停留一定时间, 这就形成了商品储存。在生产过程中, 原材料、燃料、备品备件和半成品也需要在相应的生产环节之间有一定的储备, 作为生产环节之间的缓冲, 以保证生产的连续进行。

(5) 流通加工

在流通过程中辅助性的加工活动称为流通加工。流通与加工的概念本属于不同范畴。加工是改变物质的形状和性质, 形成一定产品的活动; 而流通则是改变物质的空间状态与时间状态。流通加工的目的是为了弥补生产过程加工不足, 更有效地满足用户或本企业的需要, 使供需双方更好地衔接。将这些加工活动放在物流过程中完成, 而成为物流的一个组成部分。流通加工是生产加工在流通领域中的延伸。

(6) 配送

配送是面向城市内、区域内、短距离、多频率的商品送达服务。与运输功能相比，配送又具有自身的基本特点，如配送中心到连锁店、用户等的物品搭配及空间位移均可称为配送。

(7) 信息

物流活动中必要的信息称为物流信息。所谓信息，是指用符号传送的，能够反映事物内涵的知识、资料（包括文字、图像、数据、语言、声音等）的报道。信息是事物的内容、形式及其发展变化的反映。因此，物流信息和运输、仓储等各个环节都有密切关系，在物流活动中起着神经系统的作用。加强物流信息的研究才能使物流成为一个有机系统，而不是各个孤立的活动的，只有及时收集和传输有关信息，才能使物流通畅化、量化。

三、物流与商流、生产和传统物流的关系

1. 物流与商流的关系

物流系统以满足消费者需求为目标，对制造、运输、销售等活动进行统筹考虑。具体地说，物流涉及原材料供应商、生产制造商、批发商、零售商以及最终消费者，也就是市场流通的全过程。

流通分为商流和物流两类。流通首先是从商流开始，通过生产者与消费者之间商品所有权的转移来实现商品的价值效用，从而将生产与消费有机地联系起来，这种流通活动就是通常的市场买卖活动。商流的交易活动完成后，物流作为将商品有效地从生产者转移到消费者手中的一种职能，创造了流通的场所价值和时间的价值。物流在商流发生之后，即所有权的转移达成交易之后，货物必然要根据新货主的需要进行转移，这就导致相应物流活动的出现。商流是物流的先导，物流是商流的物质基础。

商流和物流的活动内容与运动规律并不相同，这是因为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、以最短的运输路线、按时保质地送到用户手中，以达到降低物流费用、提高经济效益的目的。在合理组织流通活动中，实行商物分离的原则是提高社会效益的客观需要，也是企业现代化发展的需要。

随着社会专业化分工的发展，商流和物流有出现分离的趋势，如专业化物流企业的产生就是商物分离的产物。作为商品供应方和需求方之外的外部物流服务提供者，物流企业并不拥有商品的所有权，故与商品的供应方和需求方之间都不存在商流关系。

综上所述，商流与物流的关系可以概括为如下几种情况：

- (1) 有商流而无物流，如产权交易。
- (2) 有物流而无商流，如企业内部调拨物流。
- (3) 有商流和输入物流（指采购过程的物流）而无输出物流（指销售过程的物流），如房地产开发企业和一些服务企业。
- (4) 有商流也有物流，但时间上不同步，如商品的信用交易。
- (5) 有商流也有物流，但流转路径不同，如第三方物流、电子商务物流。
- (6) 商流、物流合一，如商品配送。

2. 物流与生产的关系

在企业的生产过程中，被加工对象每经过一道工序的加工，其形状、尺寸或性质将发生一次变化。加工设备或加工场所的位置一般是固定的，生产过程中原材料的供应、半成品在

加工点之间的流转、成品的运出，均依赖物流完成，物流为生产的连续性提供保障。

物流对生产秩序和生产环境也有着决定性的影响。在生产空间中，加工点处于固定位置，只要加工设备能正常运转，就不会对系统产生干扰，而物流在生产空间中始终是处于运动的状态，物流路线纵横交叉，上下升降，形成了遍布生产空间的立体动态网络。物流路线不合理，运行节奏不协调，都会造成生产秩序的混乱。物流活动不正常，物流系统中物料堆放不规则，也会对生产环境造成影响。通过实施现代化的物流管理，能够使企业生产得以连续顺畅地进行，因此，一个企业的物流状况往往最能体现其管理水平的高低。

不同的生产力水平对物流的要求不同，生产力水平很低的时代，物流只是作为生产加工的附属活动而存在。随着技术的发展，物流活动的水平也在逐步提高，各种物流技术开始应用，各种物流机械（如起重机、运输车辆等）也在不断地改进和发展。20 世纪 50 年代进入了大批量生产时代，加工设备专业化加强，自动化程度较高的流水生产线大量出现，产品数量也急剧上升，生产规模越来越大，对物流系统也提出了更高的要求，物流系统化、现代化被提到日程上，物流技术也得到进一步的发展。当代社会需求的特点是多样化、个性化，生产类型向多品种、小批量方向发展，生产加工设备也从专用加工设备的流水生产线转向由数控机床组成的柔性加工系统，生产中的物流系统为了适应这种变化也趋向柔性化。

3. 物流与储运的关系

储运指物品出厂后的包装、运输、装卸、仓储，各环节分散及单一经营，而物流提出了物流系统化或称总体物流、综合物流管理的概念，并付诸实施。物流将物品流动的各环节系统化、集成化，提供全套一条龙服务；广泛应用信息技术，利用先进的计算机网络进行订单管理、订货管理、仓储管理、货运、送货及客户服务；利用专业知识、技能和人才，对物品储运的功能进行整合、扩展及提升。

四、物流与电子商务的关系

1. 电子商务促进物流的发展

(1) 电子商务将改变人们传统的物流观念

电子商务作为一种新兴的商务活动，为物流创造了一个虚拟的运动空间。利用电子商务进行物流活动时，物流的各种职能及功能可以通过虚拟化的方式表现出来。在这种虚拟化的过程中，人们可以通过各种组合方式，寻求物流的合理化，使商品实体在实际的运动过程中，达到效率最高、费用最省、距离最短、时间最少的目的。

(2) 电子商务将改变物流的运作方式

通过电子商务可以实现物流网络的实时控制。传统的储运活动在其运作过程中，不管它是以生产为中心，还是以成本或利润为中心，其实质都是以商流为中心，从属于商流活动，因而物流的运动方式是紧紧伴随着商流来运动的。利用电子商务，物流的运作是以信息为中心的，信息不仅决定了物流的运动方向，而且也决定着物流的运作方式。在实际运作过程中，通过网络上的信息传递，可以有效地实现对物流的实施控制，实现物流的合理化。

(3) 电子商务将促进物流基础设施的改善和物流技术与管理水平的提高

1) 促进物流基础设施的改善 电子商务高效率 and 全球性的特点，要求物流也必须达到这一目标。而物流要达到这一目标，良好的交通运输网络、通信网络等基础设施则是最基本的保证。