



21 世纪中等职业教育系列教材
中等职业教育系列教材编委会专家审定

现代物流基础

主编 卢楠
卫锦文
许景文



北京邮电大学出版社
<http://www.buptpress.com>

中等职业教育系列教材
中等职业教育系列教材编委会专家审定

现代物流基础

主 编 卢 楠

卫锦文

许景文

副主编 李 勇

北京邮电大学出版社

· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

现代物流基础/卢楠,卫锦文主编. —北京:北京邮电大学出版社,2008

ISBN 978 - 7 - 5635 - 1794 - 7

I. 现... II. ①卢...②卫... III. 物流—基本知识 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 088580 号

书 名 现代物流基础
主 编 卢楠 卫锦文 许景文
责任编辑 周堃 覃丰菊
出版发行 北京邮电大学出版社
社 址 北京市海淀区西土城路 10 号 邮编 100876
经 销 各地新华书店
印 刷 北京市彩虹印刷有限责任公司
开 本 787mm × 960mm 1/16
印 张 10.25
字 数 208 千字
版 次 2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 5635 - 1794 - 7
定 价 16.00 元

如有印刷问题请与北京邮电大学出版社联系 电话:(010)82551166 (010)62283578

E-mail:publish@bupt.edu.cn

Http://www.buptpress.com

版权所有

侵权必究

出版说明

随着全球经济一体化和科学技术的不断进步,现代物流作为国民经济的新兴产业正在迅速发展。物流产业被认为是国民经济发展的动脉和基础产业,成为衡量现代化程度和综合国力的重要标志之一,被喻为促进经济发展的“加速器”。在全球“技能时代”到来的大好形势下,职业教育又迎来了美好的春天。按照科学发展观、与时俱进的要求,我们组织了长期在教学第一线的中、高级教师与实习指导教师编写了此教材。本教材理论上言简意赅,更侧重结合实际案例突出学生基本技能和实践能力培养的特点。本教材采用按学习目标、案例导入、能力知识点、小贴士、小资料、案例分析、议一议、想一想、知识拓展、参考资料、思考题等模块进行讲解,便于教育工作者与读者学习。

本书主要供中职中专院校师生选用,也可以作为高职高专院校的师生及物流企业的管理与技术人员阅读与参考。本书在编写过程中,得到了多所院校与多家物流企业,特别是牡丹江技师学院教学院长杨常红同志的鼎力相助。在此深表感谢!

本书由卢楠、卫锦文、许景文主编,李勇副主编。编写安排如下:许景文、卫锦文第一单元;丁亚君第二单元;张树静第三单元;郝敏娟、卫锦文第四单元;尚玉美第五单元;沈桂君第六单元;齐艳秋第七单元;袁凝第八单元;卢楠、李勇第九单元;于洪成第十单元。

本教材建议教学时数为 72 课时,具体的课时分配可参考下表:

序 号	内 容	课 时
1	第一单元 现代物流概述	4
2	第二单元 物品的采购	8
3	第三单元 仓储和库存管理	10
4	第四单元 装卸搬运	4
5	第五单元 包装与流通加工	10
6	第六单元 配送管理	10
7	第七单元 运输管理	10
8	第八单元 信息管理	6
9	第九单元 第三方物流	4
10	第十单元 国际物流与现代物流发展趋势	6
总计		72

本书编写时间短促,加之作者水平有限,书中难免会有一些不足或错误,恳请各位专家、学者与读者批评指正。

编 者

目 录

第一单元 现代物流概述	1
模块一 现代物流的基本概念	2
模块二 现代物流要素与分类	5
模块三 现代物流管理	7
模块四 现代物流系统	11
第二单元 物品的采购	17
模块一 采购的概述	18
模块二 采购计划的概念	24
模块三 采购作业执行	25
第三单元 仓储和库存管理	40
模块一 商品储存概述	42
模块二 商品储存储备的分类	45
模块三 商品储存管理	47
第四单元 装卸搬运	61
模块一 商品装卸搬运的概述	62
模块二 商品装卸搬运的分类及其原则	65
第五单元 包装与流通加工	69
模块一 商品包装概述	70
模块二 商品包装材料	73
模块三 商品包装技法	77
模块四 流通加工	82

第六单元 配送管理	85
模块一 配送的概述	86
模块二 配送的类型及基本作业	88
模块三 配送模式与配送服务方式	91
模块四 配送中心	93
模块五 商品配送合理化	96
第七单元 运输管理	102
模块一 商品运输概述	103
模块二 商品运输方式	106
模块三 商品运输与物流合理化	112
第八单元 信息管理	119
模块一 物流信息技术和物流信息系统概述	119
模块二 物流信息采集与识别跟踪技术	123
第九单元 第三方物流	132
模块一 第三方物流的概述	134
模块二 第三方物流、电子商务与企业物流业务外包	135
第十单元 国际物流及现代物流发展趋势	141
模块一 国际物流概述	142
模块二 国际物流货物运输方式	144
模块三 现代物流的发展趋势	147
附:资料1 国际物流实训:(国际货运操作规范——出口流程)	153
资料2 世界航线地图	156
资料3 洋山保税港介绍	157

第一单元 现代物流概述

学习目标

1. 了解现代物流的产生与发展
2. 掌握现代物流的基本概念
3. 掌握现代物流要素

案例导入

环京物流的发展历程

环京物流作为一个粮食物资企业改革发展成功的例子,具有相当的代表性。

环京物流的母公司——京粮集团,在当年曾经是一个亏损近1亿元的国有企业。2002年,也就是成立集团公司后的第三年,把物流业务(当时主要指仓储业务)作为两个要拓展的新产业的内容之一(另外一个为商业不动产),环京物流注册成立,就使京粮集团的销售收入达到了17.8亿元,实现净利润1138万元。

京粮集团从企业发展物流的市场机会(opportunity)、企业自身优势(strength)、企业所存在的问题(weakness)等三个方面展开了充分的市场调研。根据调研提出了发展现代物流的具体措施并成立了物流公司。首先,进行招商引资,成立现代物流公司,吸引国内外工商企业与环京物流公司合作,重点是那些即将涉足我国物流业市场的国际知名大公司以及业绩突出的专业物流公司。其次,按现代物流业要求改造设施。在设施改造中,以较简单的设备,较少的投资,实现了预定的功能。机械设备等硬件设施根据企业的资金状况、人工费用、空间利用要求等特点在满足作业要求的前提下,多选用一般机械化、半机械化的设备,仓库机械化可以使用叉车或者与货架相配合的高位叉车。另外在物流基地内要建设完善的生活、办公、商品展示等辅助及配套设施。再次,开发软件系统,建立物流信息平台。物流基地要建立先进的指挥调度与监控系统,广泛应用计算机控制系统、数字识别系统、电子数据交换系统(EDI),以突出现代物流的系统化、规模化、网络化、快捷化。全面实现计算机管理。在物流中心,要建立一个局域网,这个网络通过远程网与外部连结,内部要实现对物资的入库、出库、储存、计划、统计、财务、仓容、设备车辆等主要环节的计算机管理,并实现综合查询、分析以及通讯管理功能。外部要实现电子商务,客户在互联网上提交订单查询供求、库存,并

及时转入内部网络系统进行处理。第四,引进人才,不断提高物流企业的运营和管理水平。在职位选择、报酬待遇等方面采取更为优惠的措施吸引人才,赋予重任:一是公开招聘;二是通过猎头公司直接猎取;三是加强专业培训,建立健全培训制度,全面提高物流企业从业人员的素质;四是在引进人才的同时引进国内外大型物流企业的经营管理经验。第五,制定配套政策,为现代物流业的发展提供必要的外部环境

(资料来源:中国物流与采购网)

想一想:环京物流为什么能够成为我国著名的物流企业?

模块一 现代物流的基本概念

能力知识点1 物流的概念

一、物流的产生和发展

物流一词最早产生于美国。1915年在阿奇·萧的《市场流通中的若干问题》一书中提到了“物质经过时间和空间的转移,会产生附加价值”。这就是最早的物流。以后日本引入美国物流的概念,并被译为:“物的流通”,日本物流之父——平原直最早用“物流”一词,以后被广泛应用。

二、现代物流的基本概念

《中华人民共和国国家标准物流术语》对物流的定义是:“物流就是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、存储、装卸、搬运、包装、流通加工、配送和信息处理等基本功能实施有机结合。”具体的内容包括:

1. 物流由“物”和“流”两个基本要素组成。
2. 物流不是简单的“物”和“流”的组合,而是特指物质资料从供应者到需求者的物理性运动,这种运动能创造时间价值、场所价值和加工价值。
3. 物流是为了满足社会需求的活动,是一种经济活动。
4. 物流具有普遍性。

三、物流的经济价值

1. 时间价值:物从供应者到需要者有一段时差,改变这一时差创造的价值就是时间价值。获得的形式分三种:(1)缩短时间创造价值;(2)弥补时间差创造价值;(3)延长时间差创造价值。

知识拓展:

供应链是“再生产及流通过程中,涉及将产品或服务提供给最终用户活动的上游与下游企业所形成的网链结构。”物流是供应链网络的重要节点。

2. 场所价值:物从供应者到需要者有一段空间差,改变这一场所的差别创造的价值就是场所价值。场所价值有三种形式:(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场所价值。

能力知识点2 物流与商流的关系

物流系统是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。商流是物流的先导,物流是商流的物质基础。二者的关系分为六种情况:(1)有商流无物流;如产权交易;(2)有物流无商流;如企业内部调拨;(3)有商流和输入物流而无输出物流;如房地产开发;(4)有商流也有物流,但时间不同步;如商品信用交易;(5)有商流也有物流,但流转路径不同;如第三方物流和电子商务物流;(6)商流物流合一;如商品配送。

能力知识点3 物流与传统储运的区别

物流作为新型的产业与传统储运有着根本的区别:

1. 物流是应用技术和商业管理的有机结合。应用技术是指信息技术控制下的一体化功能运作,实现物品的空间与时间的价值转移;商业管理是指对物流作业、执行和管理过程的高附加值与低成本的均衡管理。
2. 传统的储运业功能分割,作业单一,而且大部分属于企业内部物资资料的调拨。物流以集装技术和信息技术为核心的产业,包括物流运营业、物流设施与装备制造业和物流信息业三个领域。

能力知识点4 现代物流的特征

1. 信息化:信息将现代物流活动的各项功能有机地结合在一起,提高物流效率和物流服务的可靠性。
2. 服务社会化:第三方物流成为现代物流的主体,服务社会化的特征越来越突出。
3. 快速反应化:可以实现“今日订货,明日交货”,还可以及时配送补充订货调整库存结构的能力。
4. 手段现代化:运输搬运装卸机械化,包装单元化,仓库立体化,信息管理自动化。
5. 标准化:产品、技术、管理的标准化。
6. 自动化:设备、包装、搬运、装卸、信息采集、管理自动化。
7. 电子化:现代信息技术、通讯技术、网络技术电子化。

8. 智能化:在电子化、信息化、自动化、机械化的基础上,可以实现智能化。
9. 集成化:各种技术高度集成化。
10. 网络化:网络化可以实现供应、包装与运输等物流活动的通道畅通。
11. 可视化:可以实现文字、数字、图形、图片、图像等信息形式,使其一目了然。
12. 国际化:其他领域的国际化,要求物流国际化。

参考资料

富士通勾勒中国物流市场地图

富士通(Fujitsu)集团(以下简称:富士通),在过去的30年里成为全球第三大IT服务综合解决方案供应商之一。虽然,目前富士通(中国)有限公司(以下简称:富士通(中国))的营业额只有2860亿日元(179亿人民币),只占公司总收入的2%。2006年7月,武田春仁担任中国区副执行官,开始了对中国市场38家子公司的品牌整合和横向沟通的大刀阔斧的改革。此时的富士通对包括中国在内的海外市场的经营模式进行改革,取消事业部制度,各地设立总裁和地区办公室,扩大在当地市场的权限。富士通(中国)一改过去的“协助”职能,成为了集投资管理、战略制定、服务提供于一身的综合管理型公司。不但独立核算,把握富士通在中国的整体经营状况,负责协调38家投资子公司与日本本部之间的关系,实现了富士通在中国的一体化形象。此时,富士通(中国)才真正实现了高岛章所希望的“让客户面对‘一个富士通’”的改革目标。五十岚隆也说:“随着中国市场以及国际市场的日益完善,尤其是近两年的发展,出现了不少以做物流软件服务的小型企业。由于他们产品的价格十分便宜,因而挑起了物流软件的价格战,每个企业都不容易盈利,整个物流软件行业处于微利时代。而富士通也不可避免地卷入到这场战争当中。为了赢得竞争优势,我们只有走‘贴近需求路线’,针对用户的特点,满足用户的需求。富士通要做其他公司做不了的事,占领市场,就需要提供给客户包括硬件、软件和咨询服务在内的物流整体解决方案,‘一站式’高质量的服务将是我们赢得用户信赖的最重要的方法。所以,我给了富华恒通系统很高的评价。”2005年,当车载系统开始火爆时,富士通又联手其他企业开发出富士通车载系统。后来,当RFID(无线射频技术)开始火爆时,富士通又开始进军RFID市场。由此我们可以勾勒一个由圆心不断向外扩散的圆,而这个圆恰是富士通进军中国物流业的地图。面对未来,五十岚隆坦言:“日本物流水平处于世界前列,客户拥有先进的物流管理思想,再利用富士通最尖端的信息化技术,将这样的管理思想转化为先进的管理工具,应用到实践中,帮助用户实现成功。目前,在中国物流信息化建设领域,富士通已经为客户提供了从硬件、软件和系统咨询等全方位的解决方案。我们也会不断地将世界最先进的产品引进中国市场。”

(资料来源:在线国际商报)

议一议:富士通的成功经验。

模块二 现代物流要素与分类

能力知识点1 现代物流的要素

一、包装要素

包括物品的出厂包装,生产过程中在制品、半成品的包装以及在物流过程中的换装、分装、再包装等活动。

二、装卸搬运要素

包括物品在运输、保管、包装、流通加工等物流活动中进行衔接的各种机械或人工装卸搬运处理活动(见图1-1)。



图1-1 装卸搬运各要素

三、运输要素

运输就是利用各种运输工具与施备(如飞机、船舶、车辆、货车、管道等)将物品进行空间的移动。

四、储存要素

储存主要是为保管功能,是借助各种仓库,完成物品的堆码、保管、保养、维护等活动,以使物品的使用价值降低达到最小的程度。

五、流通加工要素

又称为流通过程的辅助加工,其从事的是简单生产活动,具有生产制造活动的性质。

六、配送要素

是按照用户的要求,在物流据点进行分货、配货工作,并将配好的货物交给收货人的物流活动(见图1-2)。

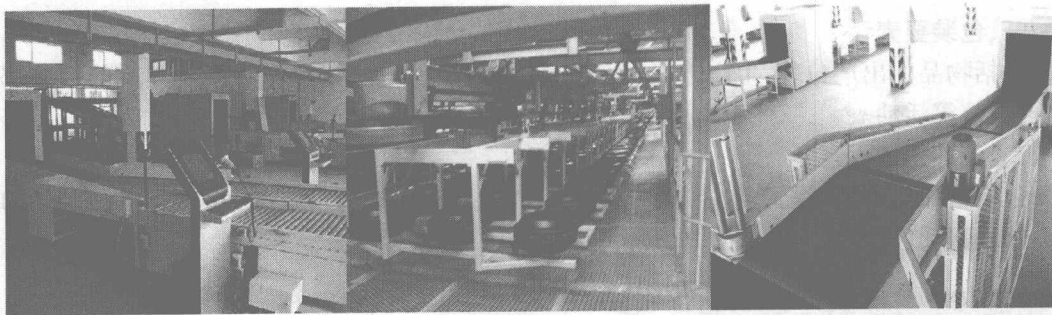


图1-2 配送设备

七、物流信息管理要素

在物流活动中,大量信息的产生、传送、处理活动,为合理地组织物流活动建立可能性。

能力知识点2 现代物流的分类

一、按照物流活动的作用分类

1. 供应物流:包括对外采购物品、库存管理与将物料输送到生产场所的第一个加工点为止。
2. 生产物流:原材料、外购件、半成品在生产过程中按照工艺流程在各个加工作业地点之间的实体流动。
3. 销售物流:企业在出售商品时,物品在供方与需方之间的实体流动。
4. 逆向物流:通过积极进行的不合格物品返修与退货管理、再生资源回收以及废气物处理,实现物品从消费地向生产地的经济流动,实现提高客户价值、节约资源与保护环境的作用。

二、按照物流活动的地域范围分类

1. 国际物流:不同国家或地区间的物流活动。
2. 国内物流:同一个国家内部地区间的物流活动。
3. 区域物流:在特定的范围内的物流活动。

三、按照物流的对象分类

1. 社会物流:一般指流通领域所发生的物流,是全社会物流的整体,所以又称为大物流

或宏观物流。

2. 行业物流:同一个行业的企业是市场上的竞争对手,但是在物流领域中常常互相合作,共同促进行业物流系统的合理化。

3. 企业物流:在水平方向上分成生产物流、供应物流、销售物流、逆向物流。在垂直方向上分成管理层、控制层和作业层,三个层次协调配合,实现物流系统的总体功能。

模块三 现代物流管理

物流管理是对物流活动进行计划、组织、协调与控制,以最低成本达到客户要求的服务水平的管理活动。

能力知识点1 现代物流管理的内容

物流管理的内容包括物流服务对象管理、物流控制要素管理和物流职能管理。物流服务对象管理分为物流客户管理和物流服务管理;物流控制要素管理分为物流信息管理、物流成本管理和物流质量管理;物流职能管理分为物流组织管理和物流战略管理。

能力知识点2 现代物流管理的基本特征

1. 现代物流管理以实现顾客满意为第一目标

在现代物流管理中,顾客服务的设定优先于其他各项活动,并且为了使物流顾客服务能有效地开展,在物流体系的基本建设上,要求具备完善的物流中心、信息系统、作业系统等。具体来讲,物流系统必须做到:第一,物流中心网络的优化;第二,物流主体的合理化;第三,物流信息系统的高度化。

2. 现代物流注重的是整个流通渠道的商品运动

现代物流管理的范围不仅包括销售物流和企业内部物流,还包括供应物流、退货物流以及废弃品物流。

3. 现代物流管理以企业整体最优为目的

如果物流企业仅仅追求“部分最优”或“部门最优”,将无法在日益激烈的企业竞争中取胜。从原材料的供应计划到向最终消费者配送产品等各项活动,不光是各个单个部门的活动,而是在各部门之间进行有效结合发挥综合效益的活动。

4. 现代物流管理重视效率更重视效果

在物流手段上,从原来重视物流的机械、机器等硬件要素转向重视信息等软件要素;在物流活动领域方面,从以前以运输、保管为主转向物流部门整体,亦即向包含供应在内的生产、销售领域或批发、零售领域的物流活动扩展;在物流需求的对应方面,原来强调的是输送

力的确保、降低成本等企业内需求的对应,现代物流则强调物流服务水平提高等市场需求的对应,进而更进一步地发展到重视环境、公害、交通、能源等社会需求的对应。

5. 现代物流管理是对商品运动的一元化管理

现代物流将从供应商开始到最终顾客整个流通阶段所发生的商品运动作为一个整体来看待,因此,这对管理活动本身提出了相当高的要求。

能力知识点3 现代物流管理的关键环节

1. 制定物流管理计划

计划是一种预测与构想,即预先进行的行动安排。其主要特征包括承诺性——对用户的保证,对未来的承诺;弹性——适应未来不确定因素;滚动性——根据计划执行情况和环境变化而定期修订;协调性——长、中、短期计划相互协调。

2. 控制物流成本

物流管理的最基本目标是以最低的成本向用户提供满意的物流服务。

3. 构筑物流信息系统

商流、物流和信息流是从流通内部结构角度描述流通过程所提出的概念,成为流通过程中的“三流”。三者密不可分,构筑完善的物流信息系统非常重要。

4. 构建物流管理信息系统(MIS)

物流管理信息系统以物流为特定对象范畴,把物流和物流信息结合成一个有机的系统,这个系统用各种方式收集物流计划的、业务的、统计的各种有关数据,并进行有针对性、有目的的计算机处理,即根据管理工作的要求,采用特定的软件技术,对原始数据处理后输出对管理工作有用的信息。

5. 提高物流质量

物流质量低劣会使物流企业、承担物流责任的生产企业或公司、销售企业等各种类型企业遭到损失。

参考资料

摩托罗拉的物流管理

作为全球通讯领域的领导者——摩托罗拉自1987年进入中国以来,一直以先进的技术和充满个性的产品引领着中国通讯市场的潮流,并占领了很大的市场份额。摩托罗拉个人通讯事业部在中国拥有4000多名员工,拥有实力强大的生产、销售及研发队伍,并拥有极具创新精神的市场推广和售后服务团队。摩托罗拉天津手机厂于1992年7月投入运营,产品

主要为 GSM 和 CDMA 移动电话,是摩托罗拉全球最大的手机厂,产品的 60% ~ 70% 出口到欧美地区。从 1999 年至今,该厂已连续数年占据中国手机市场份额第一的位置。

摩托罗拉在中国市场乃至全球市场取得如此成绩,是与其各项业务的成功运作和先进管理分不开的。在当今人们一致认为物流是企业第三利润源,并致力于从物流管理中寻找“金矿”的时候,摩托罗拉又是如何挖掘这个“金矿”的? 摩托罗拉的物流服务管理有什么特色?

1. 采取收货方付费的原则。摩托罗拉在全球范围内,不论是供应商,还是摩托罗拉跨国公司内部间的物流运输,都是谁收货谁付费,并严格按照全球统一的 FCA 条款进行。国际 FCA 条款中规定,作为收货方有权选择和指定物流服务公司,因为这些公司最清楚当地的海关、商检和其他政府部门的规定及政策,从而便于提供“门到门”的物流服务。

2. 物流服务商不用交纳运输保险费,所有货物运输保险费由摩托罗拉美国总部统一交纳。只要收货方或发货方中有任何一方是摩托罗拉公司或收发货双方都是摩托罗拉公司,其物流服务商的运输费中则不含有保险费,而且也不需要为运输单独另付保险费,使物流业务操作手续简便。一旦产生货损,物流服务商将按 IATA 条款进行赔付,摩托罗拉将按索赔程序由指定的保险公司进行追索。保险条款中有一定限额的免赔额,因此,选择好的物流服务商是摩托罗拉公司首先考虑的问题。

3. 实行全球运输管理——百分考核制。IT 电子产品的价值相当高,一箱电路板可能价值上百万美元。在运输过程中,这些产品、零部件又不包含保险费,因此,物流服务商的招标选择以及管理工作非常重要。为此,摩托罗拉还成立了一个全球性物流资源公司,通过多种方式对备选的物流服务企业的资信、网络、业务能力等方面进行周密的调查,并给初选合格的企业以少量业务进行试运行,实际考察这些企业的服务能力与质量。对不合格者,则取消其摩托罗拉的服务资格;对获得物流服务资格的企业则进行严格的月度作业考评。主要考核内容包括:运输周期、信息反馈、单证资料准确率、财务结算、货物安全、客户投诉等,考核标准是按照各项的完成率加权,考核结果按百分制评定。摩托罗拉根据这些考核分数值确定其服务质量,并与合同以及业务量挂钩,如果分数值在 98 分以上,属于优秀服务商,增加其业务量;如果分数值在 94 分到 98 分之间,则属于合格服务商,需进一步改进;如果分数值在 93 分以下,会自动解除合同。同时针对生产线和客户的不同需求情况,摩托罗拉还要求物流服务商提供多种服务。对运输周期的考评,有两种最典型的方式:其一是标准服务,满足标准时限;另一种是应急快速服务,满足生产线和客户的紧急需求。在对服务商的考评过程中,物流服务商的急货处理能力也是摩托罗拉重要的考核指标。

4. 物流业务量分配遵循“80/20”原则。“80/20”原则包含有两层含义:一是那些优秀的物流服务公司可以获得更多的业务量,从而确保对摩托罗拉的物流服务及时到位;二是如果 80% 的货物由于某些原因不能及时到达生产线,还有 20% 的货物来补充,有效地避免生产线因缺货而停滞,确保生产的顺利进行。同时,也创造了一个公平竞争的环境,如果处理 80%

业务量的货代公司服务考核不达标,按照合同就会减少以后的业务量,而处理 20% 业务量的货代公司如果服务质量不错也有机会去获取更多的业务合同。同时,保持某些重要线路上有两家服务商同时操作,可以避免因某种原因使某一家服务商不能提供服务时,另外一家可以迅速接管整个业务,从而避免风险。

在生产制造业的物流管理中,运输成本的管理是最重要的一个环节。张东风先生说,摩托罗拉对运输成本管理有自己独到的做法,那就是“从大处着眼,小处着手”。在国内业务方面,尽管目前受到燃油价格上涨、航班航线等因素的影响,但是摩托罗拉的运输成本每年仍有 15% 的下降幅度。之所以如此,出自以下两个原因:

首先,摩托罗拉不是一味地压低运价,而是与物流服务商共同研究如何整合资源来降低生产成本和运输成本。比如,通过改变产品包装模数与包装方式,提高包装内的货物量,降低了单位产品的运输成本。又如,根据国内业务发展的需要,改变运输方式。以前送往上海的货物,一般采取空运方式,现在由于高速公路的发展相对比较完善,因此在满足时限和保证服务的前提下改为公路运输。手机充电器、PCB 板等零部件的供应商多数在南方地区,这些产品对运输条件要求不太严格,通常采用铁路运输,从而有效地降低了运输成本。另外,随着我国社会经济的发展,货源比较充足。比如在上海地区负责摩托罗拉零部件、产品运输的物流服务公司,他们可以做到即使摩托罗拉的产品没有满载,他们也可以协调众多货主的货源,并开辟班车运输,将过去的零担运输改为整车运输,从而大大降低了运输成本。

其次,将给每个城市分销商仓库配货转变为向三个配送中心配货。过去,摩托罗拉将每个分销商的订单货物直接发往该分销商的仓库。经常发生的情况是,各种型号的产品在全国各地的销售情况不同,这就造成经销商的实际销量与订货时的预期值有较大差异,有些分销商的货已销售完又继续订货;而有些分销商的货销售较慢,拥有部分库存。在这种情况下,总分销商需要在各地分销商之间进行产品调剂,以避免在推出新型号产品时旧型号产品在某个分销商处还过多地压货。这样,在调剂余缺的过程中就产生了额外的物流费用。

(资料来源:中国国际航贸网)

议一议:摩托罗拉的物流服务管理有什么特色?