

QCH

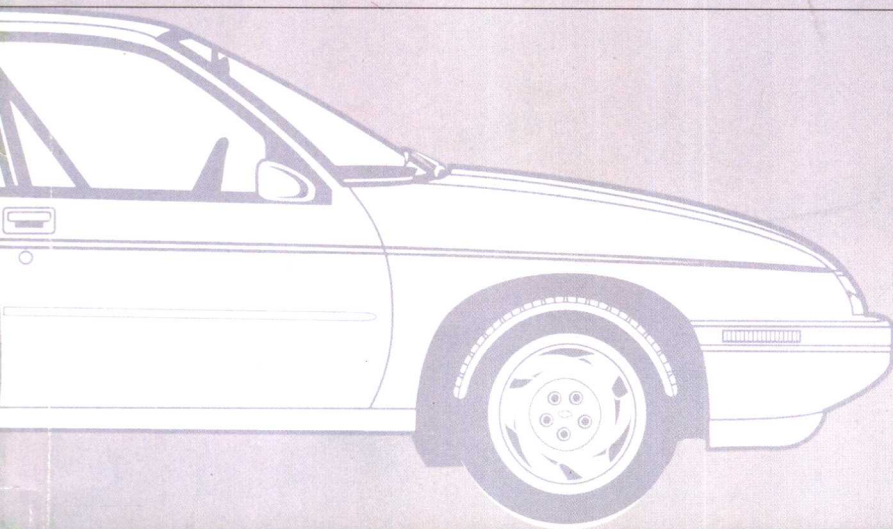
全国中等职业技术学校汽车类专业教材

QUANGUO ZHONGDENG ZHIYE JISHU XUEXIAO QICHELEI ZHUANYE JIAOCAI



汽车物流

QICHE WULIU



 中国劳动社会保障出版社

QCH

全国中等职业技术学校汽车类专业教材

汽车物流

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

汽车物流/高振云主编. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2006

全国中等职业技术学校汽车类专业教材

ISBN 7-5045-4839-1

I. 汽… II. 高… III. 汽车工业-物流 IV. F407.471.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 139035 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

*

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 8.5 印张 212 千字

2006 年 4 月第 1 版 2006 年 4 月第 1 次印刷

定价: 12.00 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

前 言

进入 21 世纪,我国的汽车工业迅速发展,汽车保有量大幅度提高,汽车领域先进技术不断涌现。这对汽车专业技能人才的数量和素质都提出了更高、更新的要求,特别是汽车维修行业,每年需要新增近 30 万从业人员。为适应汽车维修企业的需要,培养高素质的汽车专业技能人才,我们在广泛调研的基础上,对 1998 年组织编写的汽车专业教材进行了全面修订,同时,还组织编写了汽车专业模块教材。

在整个教材编写过程中,我们力求体现以下基本原则:

一是以企业需求为依据,科学确定培养目标,以学生就业为导向,合理安排教材的知识和技能结构;二是反映汽车专业的技术发展,突出表现该专业领域的新知识、新技术、新工艺和新方法,使学生更多地了解或掌握最新技术的发展及相关技能;三是教材体系在学习内容、教学组织、学习评价等方面为学校提供较大的选择空间,以满足各地区不同的教学需要。

基于以上原则,在坚持培养学生综合素质的同时,本套教材在内容设置方面,以国家有关的职业标准(中级)为基本依据,摒弃“繁难偏旧”的内容;在结构安排方面,突出学生岗位能力的培养,不单纯强调学科体系的完整;在确定实习车型方面,兼顾汽车工业发展的现状和学校的办学条件,同时,尽量多地介绍不同层次的车型,给学校以较大的选择空间;在教材呈现形式方面,力求图文并茂、通俗易懂,使学生易于接受。

教材的编写工作得到了浙江、山东、江苏、安徽、陕西、广西、广东、天津等省、自治区、直辖市劳动保障厅(局)教研室和有关学校的大力支持,在此表示衷心的感谢。

《汽车物流》根据劳动和社会保障部培训就业司颁发的《汽车类专业教学计划》和《汽车物流教学大纲》编写,供中等职业技术学校汽车类专业使用。内

容包括：汽车物流概述、汽车产品的采购物流、汽车产品的生产物流、汽车销售物流、汽车逆向物流、汽车供应链等。

《汽车物流》也可作为职业培训教材和自学用书。

《汽车物流》由高振云、平淑盈、郑春光编写，高振云主编；王炬香审稿。

劳动和社会保障部教材办公室

2006年4月

目 录

第一章 汽车物流概述	(1)
第一节 物流与物流管理	(1)
第二节 汽车物流的模式	(6)
思考题	(10)
第二章 汽车产品的采购物流	(11)
第一节 采购管理目标	(12)
第二节 采购流程及优化	(15)
第三节 采购的成本控制	(22)
思考题	(26)
第三章 汽车产品的生产物流	(28)
第一节 生产物流概述	(28)
第二节 生产规划	(34)
第三节 生产物料的管理	(38)
第四节 汽车生产过程的物流控制	(47)
思考题	(60)
第四章 汽车销售物流	(61)
第一节 销售网络的建立、管理	(61)
第二节 汽车的进出口管理	(77)
思考题	(90)
第五章 汽车逆向物流*	(91)
第一节 逆向物流概述	(91)

* 为选学内容。

第二节 汽车产品的逆向物流·····	(94)
思考题·····	(102)
第六章 汽车供应链·····	(103)
第一节 供应链概述·····	(103)
第二节 供应链管理·····	(112)
第三节 电子商务在供应链中的应用·····	(123)
思考题·····	(130)

第一章 汽车物流概述

第一节 物流与物流管理

一、物流的定义

物流的概念最早出现在美国，意思是“实物配送”（physical distribution），即“按用户（商品的购买者、需求方、下一道工序、货主等）要求，按物的实体（商品、货物、原材料、零配件、半成品等）从供给地向需要地转移的过程”。它不仅包括从生产者到批发商再到消费者的商品配送，而且包括供应商对生产者原材料的配送，以及生产者本身在产品制造过程中的运输、装卸、储存等各个方面。传统的物流仅强调物的流通。

相对于传统的物流，现代物流的实质是将适当数量的产品，在适当时间和条件下为适当的顾客送到适当的地点，同时保持其适当的成本。其最终目的是满足客户需求与企业的目标。我国在2001年8月1日起正式实施的《中华人民共和国国家标准 物流术语》中将物流定义为“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实施有机结合。”

资料卡片

物流定义的演变

在第二次世界大战期间，美国将战时供应中后勤管理的方法引入到商业部门，被人称为商业后勤（business logistics）。定义为“包括原材料的流通、产品分配、运输、购买与库存控制、储存、用户服务等业务活动”，其领域统括原材料物流、生产物流和销售物流。

1986年，美国物流管理协会将 physical distribution 改为 logistics，其定义是：“以适合于顾客的要求为目的，对原材料、在制品、制成品与其关联的信息，从产业地点到消费地点之间的流通与保管，为求有效率且最大的‘对费用的相对效果’而进行计划、执行、控制。”

1992年美国物流管理协会给出的定义是：“物流是为满足消费者需求而进行的对货物、服务及信息从原产地到消费地的有效率与效益的流动和存储的计划、实施与控制的过程。”

1998年美国物流管理协会在物流的定义中引入了供应链的概念，指出物流是供应链流程的一部分。

2001年美国物流管理协会对物流定义的内容又进行了完善，定义为：“物流是供应链运作中，以满足客户需求为目的，对货物、服务和相关信息在产出地和销售地之间实现高效率和低成本的正向和反向的流动和存储所进行的计划、执行和控制的过程。”

人们在不同时期、不同发展阶段对物流的认识有所不同。因而，从不同的角度对物流下了不同的定义。随着经济和社会需要的发展，物流的概念和定义也将更加完善。

二、物流的分类

社会经济中物流活动无处不在，其最基本的要素都是共同的。但是，由于物流对象不同，物流目的不同，物流范围不同，使得各领域物流呈现出自己的特性，因而形成了不同类型的物流。

1. 按物流的范围不同划分

按物流的范围不同可划分为宏观物流、微观物流、国际物流、国内物流。

(1) 宏观物流 是指社会再生产总体的物流活动，是从社会再生产总体角度认识和研究的物流活动。这种物流活动的参与者是构成社会总体的大产业、大集团。宏观物流也就是研究社会再生产总体物流，研究产业或集团的物流活动和物流行为。

(2) 微观物流 是指消费者、生产者所从事的实际的、具体的物流活动。在整个物流活动之中的一个局部、一个环节的具体物流活动和在一个小地域空间发生的具体物流活动都属于微观物流。

(3) 国际物流 是指国与国之间、洲际之间开展的物流活动。这种物流是国际贸易的一个组成部分，各国之间的相互贸易最终要通过国际物流来实现。由于跨国公司的发展使得企业经营范围遍布世界各国，经济全球化、市场国际化进程随之加快，国际物流的重要性将更为突出。

(4) 国内物流 是指一个国家内发生的物流活动，物流活动的空间范围局限在一个国家的领土、领空、领海内。国内物流就其地理概念而言，较国际物流的范围小，包括一些区域性组织内部的物流，如按行政区域划分为西南地区、西北地区等；按所处地理位置划分为长江三角洲地区、河套地区等；按经济圈划分为沿海经济贸易区、边境贸易区等。

2. 按物流系统的性质不同划分

按物流系统的性质可将物流划分为社会物流、行业物流和企业物流。

(1) 社会物流 是指超越一家一户的，以一个社会为范畴，面向社会为目的的物流。这种社会性很强的物流往往是由专门的物流承担人承担的。社会物流研究再生产过程中随之发生的物流活动；研究如何形成服务于社会、面向社会，又在社会环境中运行的物流；研究社会中物流系统结构和运行，因此带有宏观性和广泛性。社会物流流通网络是国民经济的命脉，流通网络分布是否合理、渠道是否畅通是关键。

(2) 行业物流 是指同一行业，为了本行业的整体利益或共同目标而形成的行业内部物流网络。为了某一行业的发展，同行业各企业在行业物流大领域中常常需要相互合作，共同促进行业物流系统的合理化。如日本的机械行业，提出行业物流系统化的具体内容是：有效利用各种运输手段；建设共同的零部件仓库，实行共同的配送；建立新旧物流设备及零部件共同流通中心；建立物流技术中心，共同培训物流操作人员和维修人员；统一制定机械法规政策，采用统一商品规格，统一托盘规格，统一传票，包装模数化（指设施与设备的尺寸基准）等。行业物流系统化，能使参与的各物流企业都获得相应的经济利益，又为全社会节约了人力和物力资源。

(3) 企业物流 就是关于某种产品或服务在客户需要的时候，客户能够在指定的地点得到满足。事实上，现代企业物流包括对信息、运输、存货管理、仓储、物料搬运、包装等作

业领域的综合管理过程。

3. 按照物流所起的作用不同划分

按照物流在整个生产中所起的作用，可将物流划分为供应物流、生产物流、销售物流、回收物流和废弃物流。

(1) 供应物流 是指从生产厂的原材料购进入库到成品库发送这一全过程的物流活动。它是伴随企业生产工艺过程产生的，实际上已构成生产工艺过程的一部分。生产物流均衡稳定，可以保证在制品顺畅流转，缩短生产周期，压缩库存，降低生产成本。

(2) 生产物流 一般是指原材料、燃料、外构件投入生产后，经过下料、发料、运送到各加工点和储存点，以在制品的形态，从一个生产单位（仓库）流入另一个生产单位，按照规定的工艺过程进行加工、储存，并借助一定的运输装置，在某个点内流转，又从某个点内流出，始终体现着物料实物形态的流转过程。

(3) 销售物流 是指生产企业、流通企业出售产品或商品时，货物的空间和时间的转移过程。它是将产品或商品所有权转让给用户的物流活动。销售物流的特点是通过包装、配货、送货一系列物流活动实现销售，因而要求企业选择好送货方式和运输路线，提高包装水平，并采取各种诸如少批量、多批次、定时、定量配送的特殊物流方式达到目的。

(4) 回收物流 是指不合格物品的返退货以及周转使用的包装容器从需方返回到供方所形成的物品实体流动，同时也指企业在生产、供应和销售活动中所产生的边角余料、废料、残损品等进行回收的活动。在一些企业中，如果回收物品处理不当或不及时，往往会影响整个生产过程，甚至影响产品质量，还会占用很大空间，造成浪费。

(5) 废弃物流 是指对企业排放的无用物（如废气、污水、废料等）进行运输、装卸、处理等的物流活动。废弃物流虽然没有经济效益，但是具有不可忽视的社会效益，企业对这类废弃物如不及时进行合理的处理，便会造成公害并直接损害企业的形象和声誉。

4. 按物流主体方的目的不同划分

按物流主体方的目的不同可将物流分为第一方物流、第二方物流、第三方物流、第四方物流。

(1) 第一方物流 是指生产企业或流通企业自己将产品或商品送到客户手中的物流活动，而不是依靠社会化的物流服务。第一方物流实际上就是供方物流，或者叫销售物流，它是由供应厂商到其各个用户的物流。

(2) 第二方物流 是指用户企业从供应商市场购进各种物资形成的物流，实际就是需求方物流，或者说是购进物流。

(3) 第三方物流 是相对于第一方物流和第二方物流而言的，指的是专业物流企业在整合了各种资源后，为客户提供包括物流设计规划、解决方案以及具体物流业务运作等全部物流服务的活动。第三方物流具有以下 4 个特点：第一，第三方物流是合同导向的一系列服务。第三方物流根据合同条款的规定，而不是根据临时要求，提供多功能甚至全方位的物流服务。第二，第三方物流是专业化、个性化的物流服务。第三，第三方物流是建立在现代电子信息技术基础上的物流服务。第四，拥有第三方配送的灵活性。

由于供应链的全球化、复杂化，由互联网传输带来的透明化以及市场需求个性化，使传统的第三方物流已经不适应、满足不了需求，第四方物流应运而生。

(4) 第四方物流 埃森哲咨询公司对第四方物流是这样定义的：“第四方物流（4PL）

供应商是一个供应链的集成商，它对公司内部和具有互补性的服务供应商所拥有的不同资源、能力和技术进行整合和管理，提供一整套供应链解决方案。”第四方物流的主要作用是：对制造商或分销商的供应链进行监控，在客户和它的物流和信息供应商之间充当唯一“联系人”。

第四方物流的关键在于为顾客提供最佳的增值服务，即迅速、高效、低成本和个性化服务等。而发展第四方物流需平衡第三方物流的能力、技术及贸易流畅管理等，但也能扩大本身运营的自主性。

三、物流的职能

1. 运输

运输指利用运载工具对货物实行空间位移。运输是物流的核心业务之一，也是物流系统的一个重要职能。一般来说，运输实现了以下两种职能：

(1) 产品移动 显而易见，运输首先实现了产品在空间上移动的职能，将产品从原产地转移到目的地。

(2) 短时产品库存 对产品进行短时储存也是运输的职能之一，即将运载工具作为暂时的储存场所。如果转移中的产品需要储存，而短时间内又将重新转移的话，卸货和装货的成本也许会超过储存在运输工具中的费用，这时，便可以考虑采用此法，只不过产品是移动的，而不是处于闲置状态。

2. 仓储

在物流系统中，仓储和运输是同样重要的职能因素。仓储功能包括了对进入物流系统的货物进行堆存、管理、保养、维护等一系列活动。仓储的作用主要表现在两个方面：一是完好地保证货物的使用价值和价值；二是为将货物配送给用户，在物流中心进行必要的加工活动而进行的保存。随着经济的发展，物流由少品种、大批量物流进入到多品种、小批量或多批次、小批次物流时代，仓储功能从重视保管效率逐渐变为重视如何才能顺利地进行发货和配送作业，它将不再以储存保管为其主要目的。

物流系统现代化仓储功能的设置，以生产支持仓库的形式，为有关企业提供稳定的零部件和材料供给，将企业独自承担的安全储备逐步转为社会承担的公共储备，减少企业经营的风险，降低物流成本，促使企业逐步形成零库存的生产物资管理模式。

3. 装卸

装卸是随运输和仓储而产生的必要物流职能，是对运输、仓储、包装、流通加工等物流活动进行衔接的中间环节，以及在仓储等活动中为进行检验、维护、保养所进行的装卸活动，如货物的装上卸下、移送、拣选、分类等。装卸作业的代表形式是集装箱化和托盘化，使用的装卸机械设备有吊车、叉车、传送带和各种台车等。在物流活动的全过程中，装卸搬运活动是频繁发生的，因而是造成产品损坏的重要原因之一。

4. 包装

为使物流过程中的货物完好地运送到用户手中，并满足用户和服务对象的要求，需要对大多数商品进行不同方式、不同程度的包装。包装分工业包装和商品包装两种。工业包装的作用是按单位分开产品，便于运输，并保护在途货物。商品包装的目的是便于最后的销售。因此，包装的功能体现在保护商品、单位化、便利化和商品广告等几个方面。

5. 流通加工

流通加工是指物品从生产领域向消费领域流动的过程中, 为了促进产品销售、维护产品质量和实现物流效率化, 对物品进行加工处理, 使物品发生物理或化学性质变化。这种在流通过程中对商品进一步的辅助性加工, 可以弥补企业、物资部门、商业部门生产过程中加工程度的不足, 更有效地满足用户的需求, 更好地衔接生产和需求环节, 使流通过程更加合理化。这是物流活动中的一项重要增值服务, 也是现代物流发展的一个重要趋势。

6. 配送

配送是现代物流的一个最重要的特征, 几乎包括了所有的物流功能要素。一般的配送集装卸、包装、仓储、运输于一身, 通过这一系列活动将货物送达目的地。特殊的配送则还要以加工活动为支撑, 包括的范围更广。

7. 物流信息

与物流活动有关的信息称为物流信息。物流信息和运输、仓储等各个环节都有着密切的关系, 在物流活动中起着神经系统的作用。要把众多环节及其功能整合成一个有机的系统并形成一个单一的功能整体, 实现整体功能的最优化, 信息是其中的关键。

四、物流管理

物流管理是指为了以最低的物流成本达到客户所满意的服务水平, 对物流活动进行的计划、组织、协调与控制等活动。

物流管理的主要内容有订单处理、需求预测、生产计划制订, 采购、包装、存货控制, 装卸搬运、运输、储存、企业和仓库选址, 物品回收、零部件及服务保障、废品处理, 流通加工、配送、客户服务、物流信息等。企业类型不同, 物流管理所包含的活动会有所不同。

加强物流管理, 无论对于一个企业还是对于整个社会都具有重要的意义。就企业而言, 加强物流管理可以从整体上优化企业的流通环节, 追求整个物流供应链的成本最小化, 达到降低企业总成本、创造新利润的目的。实践表明, 各种商品的物流费用占总费用的百分比, 最低约为 10%, 最高可达 32%, 因此, 能否有效控制运输物流开支, 提高服务水平是当前企业需要解决的关键问题。从全社会角度看, 加强物流管理有利于最大限度地降低和消除全社会的重复劳动, 使社会总成本最小化, 从而创造更多的利润。据资料统计, 发达国家的物流成本一般占 GDP 的 10% 左右, 而我国的物流成本占 GDP 的 15%~30%, 所以, 加强物流管理对促进我国经济发展作用巨大。

五、现代物流业的发展

随着商品经济的快速发展, 社会化生产分工越来越细, 专业化生产程度越来越高, 物流在国民经济中逐渐演变为一个独立的、综合的行业——现代物流业。现代物流业是独立于生产劳动行业、商品流通行业以外, 联合或囊括了交通运输、储运配送等行业。因为它不同于原来的托运单位, 也不同于单纯的运输单位, 于是有人称之为“第三方物流”。它属于第三产业, 业种性质具有明显的服务性。

现代物流业为用户承担从库存决策、订货采购、运输装卸、分装储存、配送发出、物品回收等一条龙服务, 可以取代各单位原有的自备物流, 实行专业化生产, 更能提高效率, 降低成本。现代物流业作为一种先进的组织方式和管理技术, 被认为是继劳动和自然资源之后推动国民经济增长的“第三利润源”。由于现代物流产业本身蕴藏着极大的发展潜力, 因而在国际上被称为“21 世纪最大的行业”。在美国、欧洲, 现代物流业能实现占国民生产总值 11%~14% 的产值。我国也提出要对物流业实现跨越式的发展, 在我国经济发达地区, 如深

圳、广州、上海、大连、重庆等地，政府已经将物流业作为继金融与信息之后的第三大支柱产业，其战略目标是赶超世界发达国家。

现代物流管理采用有效的方法和手段对物流活动进行管理，也就是为满足顾客与用户的需求，对“供应商→制造商→分销商→消费者”的供应链之间的物资流及相关的信息流、资金流进行有效控制与管理。

现代物流业的另一个重要标志是充分运用高新技术，特别是电子信息及网络技术，通过在高效率的综合网络上自动采集、处理、存储、传输和交换，最后达到物流信息资源充分开发和普遍共享，以降低物流成本，提高物流效率。像条码与光电扫描识别设备、电子数据交换系统（EDI）、全球卫星定位跟踪系统（GPS）、智能交通管理系统（ITS），以及各种先进的运输与储存设备等都已广泛应用于现代物流业中。

• 案 • 例 • 链 • 接 •

美国通用汽车公司物流系统简介

美国通用汽车公司大约有 400 个供应商，遍布于美国 13 个州，负责把各自的产品送到 30 个装配工厂进行组装。由于自行运送，卡车满载率低，使库存和配送成本急剧上升。后来通用汽车公司委托专业物流企业承接该配送业务。在调查研究了配送路线后，该企业设置了一个配送中心负责接货、组配、分送半成品，出动了 60 辆货车、72 辆拖车，通过电子数据交换系统调度车辆，设计最优送货路线，运用卫星定位技术，随时了解行驶中车辆的位置，及时组织半成品、待运品共同配送，既降低了投入车辆数，又降低了车辆空载率，从而大大减少了通用汽车公司的流通费用。

第二节 汽车物流的模式

一、汽车物流的含义

汽车物流是对汽车制造企业进行集现代运输、仓储、装卸、包装、配送及物流信息于一体的综合性物流管理，是沟通其原料供应商、生产厂商、批发商、零件商、物流中心及最终用户的桥梁，实现产品从生产到消费各个流通环节的有机结合。对汽车企业来说，汽车物流管理包括生产计划制定、采购订单下放及跟踪、物料清单维护、供应商的管理、运输管理、进出口管理、货物的接收、仓储管理、发料及在制品的管理和生产线的物料管理、整车的发运等。

汽车物流过程如图 1—1 所示，它包括采购物流（原材料的供应物流）、生产物流、销售物流和逆向物流。从中可以看出，汽车行业按照本身的生产与市场的发展规律，形成了从原材料供应、汽车零件加工、零部件配套、整车装配到汽车分销乃至售后服务的一整套供应→制造→销售→服务供应链体系结构，也称为汽车的供应链。

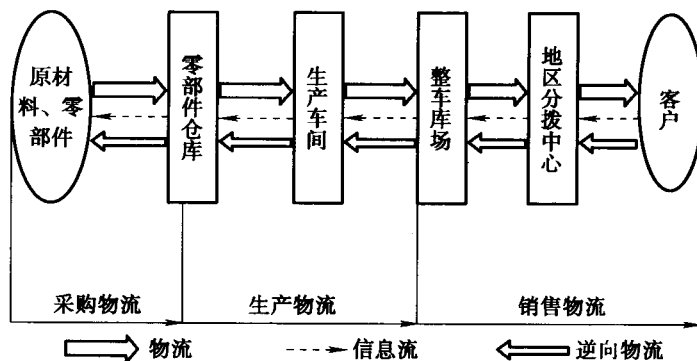


图 1—1 汽车物流过程

二、汽车物流的特点

汽车物流是最复杂的物流系统之一，它具有以下 4 个特点：

(1) 以汽车制造企业为核心，通过物流和信息流拉动供应商的原材料供应，推动分销商的产品分销及客户服务。

(2) 汽车物流的重点在于整合与协调，尤其是实现供应与需求之间的相互协调。

(3) 实现物流配送功能的专业化。这就要求从事汽车物流的企业需要在拥有专业化物流理念的同时，对汽车制造的相关内容进行必要的了解。

(4) 利用计算机网络全面规划汽车供应链中的物流、商流、信息流、资金流，构建电子商务采购和销售平台，通过应用条码技术、EDI 技术、电子订货系统、POS 数据读取系统、GPS（全球定位）系统等信息技术，做到能够及时有效地获取需求信息并及时响应，以满足顾客需求。

三、汽车物流模式

1. 自营物流

汽车自营物流模式是指汽车产品原材料、零部件、辅助材料等的供应物流、汽车产品的生产物流与销售物流等活动全部由汽车制造企业来完成。汽车制造企业供、产、销各成体系，企业内部设有若干部门，分别对企业的供应物流和销售物流以及相关的其他物流活动进行管理。其中，每个部门一般都有属于自己的车辆、库场。企业建立了零部件供应基地、销售网络和中转库。汽车制造企业既是汽车生产活动的组织者、实施操作者，又是企业物流活动的组织者与实施者。自营物流往往较多地从整车企业的利益出发，强调保障整个生产企业生产的连续性，要求零配件生产企业提供远大于实际需要的库存。

2. 第三方物流

所谓第三方物流（Third-party logistics）是指由供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式。如今汽车一下生产线，由第三方汽车物流公司直接将车辆运送到各地经销网点，第三方汽车物流已将生产企业的固定仓库变成流动仓库，促进了汽车商品的流通效率。

四、我国汽车物流现状

汽车物流业不仅仅需要仓储、配送整车，还需要对所有的汽车零配件进行配送，因其包含了对汽车 1 万多种零配件的供应链管理，所以，一辆汽车零配件的配送量就相当于整车的 1 万倍。除此之外，新建或改扩建旧生产线所需生产设备的引进，跨国汽车公司对中国汽车

市场的渗透,都将给汽车物流带来新的增长空间。

我国汽车市场的高速发展为汽车物流行业的迅速崛起提供了前所未有的机遇,具体表现在汽车及其零配件的出口贸易额逐年增加:2003年,中国汽车及其零部件出口总额已达47.1亿美元,与上一年同比增长34.4%。其中,汽车(包括成套散件)出口4亿美元,零部件出口43.1亿美元;出口国家和地区超过100个。仅2004年1—2月,中国汽车整车及零部件出口就达8.7亿美元,同比增长39.9%。据业内人士预计,2010年中国汽车零部件的出口将达到其销售总额的40%以上。

综上所述,我国汽车物流业迎来了一个非常好的发展机遇。但是,我们也应该看到,我国汽车物流业在发展中还存在许多薄弱环节。

首先,我国的基础设施比较薄弱。虽然国家投资新建了许多港口、公路,但这些投入与需求相比还远远不够。其次,汽车物流资源浪费,区域壁垒、条块分割严重。

在整车物流方面,由于我国现行的主体汽车物流模式是产供销一体化的自营物流,汽车制造企业往往为了满足市场需求,自建运输网络,投资仓储设施、船舶、铁路专用线和公路运输队伍,呈现重复建设现象。为保障峰值物流需要,自营物流还需要储备一定的物流能力,我国几大汽车生产基地都不同程度地存在过剩运力问题,造成运力资源分散、发展不平衡、闲置和浪费。

目前,各汽车生产企业内部基本上已实现了信息化管理,尤其是以三大汽车集团为代表的汽车制造企业信息化程度更高。但企业间的信息化,特别是汽车生产企业间的横向沟通少之又少,基本上处于相对封闭状态,汽车生产企业在汽车物流方面实行“各自为政”的运作方式,生产企业之间、物流企业之间实施壁垒及保护,汽车物流资源共享缺少综合信息平台的支持。各大物流企业也自成体系,信息保密,未能进行有效合作。有的地区汽车产销量大,但物流能力不足;而有些地区汽车产销量小,物流资源过剩。这种资源分配的不平衡,在一定程度上阻碍了汽车市场的发展。而由于国内不同省市之间政策不同而引起的条块分割,也给汽车物流的发展带来了障碍。

另外,我国汽车物流最为严重的问题还是缺乏先进的管理模式和理念。例如,物流企业在运送轿车的过程中普遍存在的单向载货运输、双向核算运输成本问题,物流服务的收益85%来自传统的运输、仓储等基础性服务等问题。目前,国内物流企业加强了与国际大型物流企业的合作,希望通过国内网络加国外管理的方式来提高自身的管理水平,以适应现代物流发展的需要。因此,在汽车流通领域,整合资源已成为制约现代物流发展的瓶颈。

• 案 • 例 • 链 • 接 •

安吉天地汽车物流的启示

2002年6月12日,上汽工业销售总公司与荷兰TNT公司投资组建安吉天地汽车物流公司。这是国内首家汽车物流合资企业。经过一段时间的运营,安吉正在形成一个交互的网络,该网络的进一步完善将为汽车物流发挥更大的作用。安吉已以绝对的优势赢得了上海大众入场物流的竞标,这个服务将会从产前零配件的分拨,到最后整车的配送,囊括汽车行业能够涉及到的各个领域。

国外先进的管理模式和理念的导入是安吉天地在中国汽车物流业成功运营的

关键。合资组建物流公司的形式正在被各大物流商所采用：

2002年10月25日，由中远集团下属的中远航运公司与全球500强企业之一、全球最大的汽车船物流公司——日本邮船株式会社（NYK）合资组建了中远日邮汽车运输有限公司。新公司旨在进军国内整车物流市场。

2003年12月10日，欧洲最大的汽车物流服务商——捷富凯在北京与中国大田集团签署合资意向书，准备组建中国最大的汽车物流企业。不难看出，在未来的一段时间内，合资物流公司将进一步领跑中国汽车物流市场。

五、我国汽车物流业发展方向

供应链管理环境下对物流的要求更高，汽车供应链上的各个节点、部门、企业都要加强物流管理，强化物流创新。对我国汽车行业来说，首先要跟踪研究先进的物流管理模式，加快物流人才的培养。第二，要利用先进信息技术，进行业务流程重组。第三，要建立科学、合理、优化的配送网络，大力发展第三方物流。由于目前我国核心汽车制造企业有很强的自主配套能力，同时还存在企业信息化建设、信息共享涉及的安全及诚信等问题，所以，我国汽车物流现代化的进程不可能一蹴而就。就物流模式而言，现阶段强行采用第三方物流模式未必适宜，而将供产销一体化物流模式与第三方物流模式有机地结合，综合两者的优点，这一做法较符合实际情况。汽车企业内部汽车物流由制造商负责，汽车制造商的原材料、零部件供应物流主要由第三方专业物流公司负责，汽车产成品的分销物流一部分由第三方物流公司负责，另一部分则由制造商自己完成，最后过渡到完全由第三方物流公司负责。

随着全球经济一体化的加快，我国汽车企业希望进入国际市场，国际第三方汽车物流公司可以帮助汽车企业实现拓展国际业务的目的。在国内，第三方汽车物流公司也可以帮助企业产品原来不能覆盖的地区开拓市场，为企业发展解决地域障碍。我国汽车企业要逐步将自营汽车物流分离出去，建立专业汽车物流公司。同时，我国汽车企业和汽车物流企业也可适当地引进外资，建立专业化中外合资汽车物流服务企业，以更快地了解和掌握国际上的先进经营思想、管理技术和运作方式，同时建立起企业内部信息管理系统，并着手建设网络系统，建立实时信息系统、GPS（全球卫星定位）系统、存货管理系统和电子数据交换等。

· 案 · 例 · 链 · 接 ·

一汽—大众首创第三方物流备件供应售后模式

一汽—大众不断完善汽车售后服务体系，建立了由7个第三方物流备件中心库组成的全国备件网络，分别建在北京、广州、济南、无锡、成都、西安和长春7个中心城市，其供货范围可覆盖一汽—大众全国各地的服务站，提供一汽—大众所有轿车的原装备件。各库虽为相对独立的第三方物流中心，但所有库存资源均可共享，由长春总部通过SAP—R3微机系统统一调度，各库均采用长春总部制定的统一的、标准的工作流程和作业规范进行仓储管理，并接受长春总部派人实施的培训、考核、技术指导和监督管理，以保证供货服务的质量。

有数据显示，以北京库为例，建库前，1999年华北地区原装备件销售额不到3000万元，备件中心库建成后，每年的销售额都保持（接近）成倍增长的好

势头。建库前,经销商网点的备件都要由长春发运,正常订货最长需要1.5~2个月,紧急订货也要1周时间,用户多有抱怨。现在,正常订货可控制在1周内,紧急订货可控制在48小时内,大大提高了供货的即时性和服务的快捷性,方便了消费者。此外,由于服务网点订货周期大大缩短,安全库存量也相应降低,同时中心库每周为服务网点提供一次正常订货,使经济欠发达地区和偏远地区服务站流动资金不足的问题在很大程度上得到了缓解,提高了服务质量。

思考题

1. 什么是物流? 物流有哪几种划分方法?
2. 物流的七大职能是什么?
3. 现代物流业的特征是什么?
4. 汽车物流包括哪些环节? 其特征是什么?
5. 请分析我国汽车物流业的优势和劣势, 你认为哪种物流模式比较适合我国国情?