



中国物流与采购联合会

系列教材主编 丁俊发
副主编 史文月
王 佐

物流师职业资格认证培训系列教材

销售物流管理

刘同利◎编著

中国物资出版社

物流师职业资格认证培训系列教材

销 售 物 流 管 理

刘同利 编著

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售物流管理 / 刘同利编著. —北京: 中国物资出版社, 2011. 9

(物流师职业资格认证培训系列教材)

ISBN 978-7-5047-3939-1

I. ①销… II. ①刘… III. ①企业管理: 销售管理: 物资管理—资格考试—自学参考资料 IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 160553 号

策划编辑 王宏琴

责任编辑 陈凤玲

责任印制 方朋远

责任校对 孙会香 杨小静

出版发行 中国物资出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼

电 话 010-52227568 (发行部)

010-68589540 (读者服务部)

网 址 <http://www.clph.cn>

经 销 新华书店

印 刷 中国农业出版社印刷厂

书 号 ISBN 978-7-5047-3939-1/F·1562

开 本 880mm×1230mm 1/16

印 张 8.5

字 数 192 千字

印 数 00001—10000 册

邮政编码 100070

010-52227588 转 307 (总编室)

010-52227588 转 305 (质检部)

版 次 2011 年 9 月第 1 版

印 次 2011 年 9 月第 1 次印刷

定 价 28.00 元

物流师职业资格认证培训系列教材
编写委员会

主 任 何黎明

副主任 任豪祥

主 编 丁俊发

副主编 史文月 王 佐

中国物流业的发展人才是关键

（代序）

《国家中长期人才发展规划纲要（2010—2020年）》（以下简称《规划》）明确指出：“人才是指具有一定的专业知识或专业技能，进行创造性劳动并对社会作出贡献的人，是人力资源中能力和素质较高的劳动者。人才是我国经济社会发展的第一资源。”《规划》要求“加大重点领域急需紧缺人才开发力度”“培养造就一大批具有全球战略眼光、市场开拓精神、管理创新能力和社会责任感的优秀企业家和一支高水平的企业经营管理人才队伍。”为此，要创新人才培养模式，探索并推行创新型教育方式方法。

物流业作为一个新兴的战略性产业，是国民经济的重要组成部分，涉及领域广，吸纳就业人数多，促进生产、推动消费作用大，在促进产业结构调整、转变经济发展方式和增强国民经济竞争力等方面发挥着重要作用。中国的物流业由于起步晚，在整体发展水平上和发达国家差20~30年。

影响中国物流业发展的因素很多，但物流人才的缺乏是关键性的，物流人才是稀缺资源，更是战略资源。根据美国奥尔良大学进行的全美物流业管理者教育程度的调查显示，大约92%的被调查者具有学士学位，41%的被调查者具有硕士学位，22%的被调查者具有从业资格证书，中国的差距太大了。所以我们一定要从战略高度来重视物流人才的培养。

著名管理大师彼得·德鲁克1962年这样描述过：“我们今天对物流的了解并不比拿破仑时代的人所了解的非洲大陆多，我们知道物流存在着，而且规模很巨大，但仅此而已。虽然在物流的各专业领域有很多专家，如运输和仓储、制造和保险领域，但最近当政府主管部门寻求两三位专家对物流发展做些切实的建议时，在咨询到的产业界、政府界，甚至大学中却找不到一位真正合适的人选。”中国已经迈过了这一时期，2001年，中国物流与采购联合会华中科技大学召开高等院校物流教学研讨会，我提出了启动中国物流人才教育工程的设想，分三个层次推进。一是学历教育。在教育部的支持下，到2010年年底，

已有 410 所大学、224 所高职院校和 2000 多所中专，开设了物流管理或物流工程专业，在校学生超过 100 万。二是物流从业人员的在职教育，特别是大专以上学历人员的继续教育，主要开展高级物流师、物流师与助理物流师的培训。到 2010 年年底，参加培训的人数已超过 20 万，有 12 万人取得合格证书。三是物流员的岗前培训。

在物流在职人员的培训中，要把物流管理人才的培训作为重点。我认为物流管理人才的培训分三个层次：

(1) 培养造就优秀物流企业家。围绕发展具有国际竞争力的大型物流企业集团的目标，加快培养一批职业化、现代化、国际化的物流企业家。以创新精神、创业能力和经营管理水平为核心，大力提高物流企业家素质。

(2) 建设一支物流职业经理人队伍。党中央与国务院要求，“全面推进职业资格证书制度，加强职业资格的统一管理”“建立社会化的职业经理人资质评价制度，加强规范化管理”。

(3) 培训量大、面广的物流专业管理人员，如交通运输、仓储、包装、港口、海关、配送中心、物流中心、分拨中心、物流园区、物流信息平台等不同的专业物流管理人才与专业物流工程人才。

物流师职业资格证书培训教育是物流管理人才培训的主要途径。为了抓好物流师职业资格证书教育，中国物流与采购联合会在有关政府部门的指导下，组织制定了物流师国家标准，编写了教材，在全国布点，开展了物流师培训。从 2010 年起，根据物流业发展的新形式、新情况、新特点，我们全面更新了教材，突出操作技能与专业能力，物流员培训模块为《货物运输实务》或《仓储与配送实务》；助理物流师培训模块为《货物运输实务》《仓储与配送实务》；物流师培训模块为《销售物流管理》《物流企业运行管理》《生产物流管理》；高级物流师培训模块为《物流战略》《供应链管理》。我们希望这一工作得到全国物流界、教育界、企业界、新闻界与政府部门的大力支持，希望有志于物流人才教育工程的单位加盟这一事业，把物流师职业资格证书教育健康、规范、有序地向前推进，为中国物流业的发展作出新贡献。

丁俊发

2011 年 8 月 1 日

目 录

单元1 概 述

1.1 销售与销售物流	2
1.2 本书内容概述	7
1.3 思考题	8

单元2 销售物流的规划

2.1 概述	10
2.2 企业销售物流规划的内容	13
2.3 规划的准备	16
2.4 物流中心的网络布局	23
2.5 物流信息系统	27
2.6 思考题	33

单元3 需求预测

3.1 概述	36
3.2 预测的分类	37
3.3 企业需求预测的过程	38
3.4 预测方法	39
3.5 思考题	47

单元4 库存管理

4.1 概述	50
4.2 库存管理策略	53
4.3 库存计划与订货	56
4.4 日常库存管理	61
4.5 协同库存管理	68
4.6 思考题	73

单元5 销售物流客户服务

5.1 概述	76
5.2 销售物流渠道	79
5.3 订单管理	82
5.4 物流客户服务的绩效评价指标	86
5.5 思考题	91

单元6 销售物流的配送管理

6.1 概述	94
6.2 流通加工	96
6.3 销售物流的运输与配送管理	103
6.4 逆向物流	110
6.5 销售物流的成本	112
6.6 思考题	116

单元7 销售物流外包管理

7.1 概述	118
7.2 物流外包的决定因素和策略	119
7.3 物流服务商的选择	120
7.4 物流服务商的管理	122
7.5 思考题	125

参考文献	126
------------	-----

单元1
概 述

单元2
销售物流的规划

单元3
需求预测

单元4
库存管理

单元5
销售物流客户服务

单元6
销售物流的配送管理

单元7
销售物流外包管理

单元 1 概 述

学习目标

通过学习本单元，你应该能够：

1. 掌握销售物流与销售渠道的关系及销售物流的概念、环节及内容
2. 了解销售物流管理的内容、方法及在不同行业的发展
3. 确定销售物流的发展方向

单元1 概述

1.1 销售与销售物流

1.2 本书内容概述

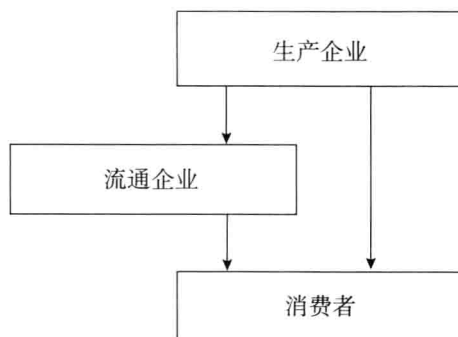
1.3 思考题

1.1 销售与销售物流

销售物流又称分销物流，是生产企业、流通企业商品销售过程中的物流活动。具体是指产品从下生产线开始，经过包装、装卸搬运、储存、流通加工、运输、配送，最后送到用户或消费者手中的物流活动。

销售物流是企业物流的一个重要环节，它与企业的销售系统配合，共同完成产品的销售任务。销售物流既要承接生产，又要面向用户或消费者。由于产品属性的不同和销售模式及渠道的差异，销售物流的实际运作形式和管理模式也具有不同的行业特点和销售渠道。

基于不同的销售模式销售物流有两种形式：①生产企业直接面向消费者；②生产企业到流通企业，然后到消费者。后一种形式的物流活动分为两个部分：生产企业到流通企业；流通企业到消费者。无论哪种形式，均存在储存、运输、配送等管理环节，既相互关联，又有各自的特点。如下图所示：



两种不同销售物流形式

1.1.1 销售模式

销售模式和渠道直接影响着销售物流的规划布局、运作管理模式。目前市场上运用较

多的销售模式有直销、代销、经销、分销和网络销售。

(1) 直销模式：生产企业直接将商品销售给消费者，而不通过中间的流通企业，如安利、戴尔等公司的销售模式。

(2) 代销模式：没有商品所有权，只是促成交易，从中赚取佣金的模式。

(3) 经销模式：利用资金从厂家购买商品，并转手销售给下一级消费者，从而赚取利差的一种销售模式。经销商拥有产品实际所有权，通过自己的经营获得利润，他们关注的是利差，而不是商品价格。

(4) 分销模式：不同于批发，注重计划和渠道的发展，注重对客户的服务。

(5) 网络销售（电子商务）：通常是指在互联网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的销售模式。

网络销售不同于传统意义上的销售，具体体现在如下几个方面：

① 网络销售分为 B2B、B2C 等销售模式。

② 销售者将产品介绍、产品照片、价格、付款方式、送货要求等消费者需求的信息放置在网络上，而不是通过样品或货架商品进行展示。

③ 消费者通过网络了解产品、价格等信息，并在网络上完成订单和送货预约。由于消费者在收到货物之前，无法直接见到产品，对于商品的质量、外观等不能直接感知，因此网络销售很重要的一个任务是建立消费者的信任。

④ 基于上述原因，网络销售的退货比一般销售渠道的退货更为复杂。特别是 B2C 销售模式的退货。

⑤ 付款方式除传统的货到付款外，产生了网上信用卡支付、支付宝等新的付款方式，即产生了新的资金流方式。

⑥ 网上销售的配送方式与传统销售没有本质的区别。

综上所述，从生产企业到消费者的直接或间接渠道，对物流的影响关键是物流运作的环节，即经过多少次的物流活动，而物流活动的每一具体环节及其物流内容在运作原理上都是相通的。所不同的是获取订单的方式和物流运作主体。

1.1.2 销售物流的环节

(1) 产品包装：要充分考虑运输、仓储等空间的利用，储存保护及搬运的可操作性，又要顾及使用者的便利性，以及促销等目的的捆绑包装等形式。

(2) 产品储存：企业为了保证产品的可得性及其他需求而必需的物流操作环节。

(3) 装卸搬运：物流过程中不可缺少的环节，在销售物流过程中，装卸搬运的次数越少越好，装卸搬运的方式直接影响物流作业效率、商品残次控制和成本。

(4) 运输和配送：企业的产品只有通过运输和配送才能最终到达客户手里，网络销售、大型家电和家具等 B2C 的零售企业，一般需要快递或宅配的方式直接将货物送达消费者手中。而且运输和配送在物流成本中占据着较大比重，配送运输的方式、运输工具的选择、配送的批量等直接关系到物流费用的控制。

在销售物流内容中，有时还会涉及以下方面：

(1) 流通加工：在流通过程中，为适应客户需要、促销等进行的必要的二次加工。如切割、果菜的装袋、分级等。

(2) 网络规划与设计：企业需要根据公司的整体销售战略和需求规划与设计相应的物流网络。一个好的物流网络能够保证高效、低成本、低库存的优质物流服务，促进公司的销售。

(3) 物流信息管理：产生于物流业务的各个环节，又作用于物流业务。通过对物流信息的采集、处理分析和应用可以对所涉及物流活动的人员、技术、工具等要素进行有效的管理和配置，达到提高效率、降低成本的目的。信息系统的管理最主要的是如何提高信息的共享和即时性。

(4) 客户服务：企业通过建立物流服务网络，便于客户进行货物跟踪、电子订货、运价咨询、业务查询、售后咨询等，减少中间环节，提高客户服务水平，在商品趋同化的情况下，客户服务的便捷与否直接影响着客流量的大小。

1.1.3 销售物流管理概述

1. 销售物流管理内容

销售物流管理就是对销售物流活动的计划、组织、指挥、协调和控制。主要包括

以下具体的内容：

(1) 制定市场战略和物流战略：随时收集、掌握和分析市场需求信息，包括需求量、需求分布、需求变化规律的供需态势、竞争态势等，制定适合的市场战略和物流战略。

(2) 规划物流网络布局：根据市场战略和物流战略规划销售物流方式方案，确定整体的网络布局。其管理内容主要是如何组建规划团队、协调各方关系、收集分析数据、制订方案。

(3) 策划销售物流总体运作方案：在物流网络规划的前提下，策划相应的总体运作方案。

(4) 设计规划各个物流网点的建设方案、内部规划（库区规划、货位规划等）和运作方案：这些都在基于物流网络规划和销售物流总体运作方案的基础上进行。

(5) 策划设计运输方案、配送方案：既要有网点间的运输又要有网点内的配送。

(6) 策划设计库存方案：既要有整个网络的库存策略方案，又要有各个网点内的库存管理方案。

(7) 策划设计流通加工的方案：需要根据商品的特性和客户的需求及成本、服务反应等综合考虑。

(8) 策划设计包装装卸方案：包装需要从产品的设计开始，充分考虑运输装载、储存托盘码放方式、拣取的重量及方式等内容。

(9) 策划设计物流运作方案实施的计划、措施。

(10) 物流运作过程的检查、监督、控制和统计、总结。

(11) 物流业绩的检查、统计和总结。

(12) 物流人员的管理、激励。

(13) 物流技术的开发和运用。

(14) 物流客户服务的方案等。

上述第(10)~(14)项均是关于物流运作管理的环节，既有实施的方法，又有管理中的跟踪考核等，需要根据企业及客户的特点设计。

2. 销售物流管理的目标

销售物流管理的目标是保证销售物流有效合理地运行。既扩大市场、提高客户服务水

平，又降低成本、提高物流工作效率。

3. 销售物流管理应考虑的因素

(1) 销售支持和扩大市场：销售物流必须是以销售为前提的。

(2) 客户服务水平：客户服务水平直接影响着客户的忠诚度，在产品趋同、竞争加剧的情况下，客户服务水平直接影响着销售。

(3) 提高物流工作质量。

(4) 降低物流成本、提高物流工作效率。

(5) 不断学习、开发和运用新的物流技术：特别是信息技术的应用，将极大提高整体的物流作业效率和供应链的反应速度。

总之，无论是生产企业还是流通企业，如何满足客户或消费者的需要并将生产资料或产品送达需求方的物流过程，就是销售物流。一方的销售物流便对应着另一方的外部供应物流。

在构筑企业自身的物流系统、确立销售策略过程中，生产企业与零售企业呈现出不同的特点。不同的生产企业，其销售物流也呈现出不同的形式：一种是原材料或半成品生产企业，其主要客户是其他的生产企业，这种企业的销售物流相对较短，也比较简单，产品品种相对较少，只需要从一地到另一地的运输配送，强调配送的即时性和准确性；另一种生产企业的产品最终客户是单一消费者，其销售物流需要考虑从产成品下线，从车间到仓库，从仓库到配送中心，从配送中心到客户，从零售终端到消费者等几个阶段和过程，关系整个供应链的下游运作和管理。

终端零售企业直接面向单一的消费者，其核心是销售物流，超市物流主要是内部供应物流；网络销售、大家电销售等需要考虑直接将商品配送到消费者；批发、分销商等直接将商品配送到下级客户，主要是大批量的配送。因此零售企业物流系统的设立应充分考虑一定商圈内客户运营的需要，而且有宅配需要的消费者对反应时效的要求越来越高，物流的规划中应着重考虑反应能力和灵活性。

很多企业一方面通过现代信息系统提高企业内部的销售物流效率（如 POS 系统、数字库存管理系统等）；另一方面也积极利用 EOS、EDI 等在生产企业与批发企业或零售企业之间实现订、发货自动化，真正做到销售的在线化、正确化和即时化。

1.2 本书内容概述

1.2.1 销售物流的规划

主要介绍物流规划的原则、方式、方法；在销售物流的规划中，基于公司的总体销售战略和物流战略，对整体的物流进行库存、网点、运输或配送等的网络设计。

1.2.2 需求预测

介绍需求及需求预测方法。

1.2.3 库存管理

介绍有关库存的基本知识和相关概念，并详细介绍库存管理的原理和方法及基本的补货原理；在日常运作中的库存管理基本常识。

1.2.4 销售物流服务

就销售物流中遇到的有关客户服务的情况进行了介绍，并就客户服务部分相关功能，即订单管理进行了详尽的描述，就宅配部分客户服务进行了初步的介绍。

1.2.5 销售物流的配送管理

本单元就配送战略的选择、配送线路的规划、实际配送过程中所涉及的主要问题介绍，重点介绍了流通加工部分。

1.2.6 销售物流服务外包管理

此部分主要针对企业是否选择和如何选择一个合适的第三方物流服务商进行了相应的讨论和介绍，并介绍了相关的方式、方法。

各单元所涉及的物流知识都是物流实际运作的一部分，而且在实际的物流运作中，只有适合于本企业的物流模式，没有统一的雷同的模式，但所有的物流模式和运作都是在相

单元1 概 述

1.1 销售与销售
物流

1.2 本书内容概
述

1.3 思考题

应的物流原则下进行的，所不同的是具体的运作技巧。

单元1
概述

1.1 销售与销售
物流

1.2 本书内容概
述

1.3 思考题

1.3 思考题

1. 销售物流与销售物流管理的概念是什么？
2. 销售物流管理的内容是什么？
3. 销售物流的内容是什么？

单元1
概 述

单元2
销售物流的规划

单元3
需求预测

单元4
库存管理

单元5
销售物流客户服务

单元6
销售物流的配送管理

单元7
销售物流外包管理

单元 2 销售物流的规划

学习目标

通过学习本单元，你应该能够：

1. 描述销售物流规划的内容及原则
2. 了解销售物流规划的具体内容
3. 确定销售物流规划的方法