

全国高职高专商务应用规划教材



牛国崎 刘鸿飞 主编

简明物流专业 英语教程



清华大学出版社

全国高职高专商务应用规划教材



牛国崎 刘鸿飞 主编

简明物流专业 英语教程

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本教材涵盖了物流行业的核心业务,包括物流配送、运输、库存、包装、采购等,同时,对现在流行的VMI(供应商管理库存)、对外采办、逆向物流、第三方物流等物流新动向也分别设独立单元予以探讨。通过对以上内容的学习,使学生们能够熟悉常用的物流英语专业词汇,掌握一般的物流英语表达法,并最终达到物流英语的入门。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

简明物流专业英语教程/牛国崎,刘鸿飞主编. —北京:清华大学出版社,2013

全国高职高专商务应用规划教材

ISBN 978-7-302-32871-1

I. ①简… II. ①牛… ②刘… III. ①物流—英语—高等职业教育—教材 IV. ①H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 136405 号

责任编辑:田 梅

封面设计:常雪影

责任校对:刘 静

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印 装 者:北京嘉实印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:14.75

字 数:335 千字

版 次:2013 年 8 月第 1 版

印 次:2013 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:32.00 元

产品编号:049547-01

编 委 会

主 编：牛国崎 刘鸿飞

副主编：王 禹 齐利梅

编 者：孙 冰 金久健 张 辉 刘鸿飞

王 彪 刘改雪 李照文 王效伟

赵 峰 师 玲 应来喜 刘 悦

赵泉林 马 刚 刘国友 侯文艳

陈 冉 马 静 任立强 黄 敏

王四平 王文英 李育红 赵淑琴

王 影 徐黎军

在全球经济一体化的大环境下,供应链管理愈来愈受到专家们的重视。在 21 世纪,国际商业正大踏步地进入“供应链时代(the supply chain era)”。未来的竞争就是“供应链的竞争”,谁在供应链中抢得先机,谁就赢得了市场主导权。而物流,这一在供应链上连接制造商、供应商、批发商、零售商直至最终用户和消费者的“纽带”,正成为供应链上,乃至整个经济活动中最重要、最具活力、最有增值潜力的一环。

物流是复合型的服务产业,是支撑国民经济运行的基础性产业,已经普遍受到各国的重视。

国外的物流发展已经形成明显的产业优势,尤其是欧美和日本的诸多物流巨头公司正以其卓越的规模化、集约化、信息化、专业化等优势展现着自身强劲的实力,它们执物流之“牛耳”,其运营模式正成为诸多第三世界国家,其中包括中国,竞相效仿的对象。

现代物流业在中国起步较晚,与西方相比,我们是学习者和追随者。但是,随着中国“入世”以及改革开放不断地向纵深发展,物流业在中国正以前所未有的速度成长着。预计在未来的数十年内,中国物流业总产值将以每年超过 15% 的速度持续增长。中国大约有 1.6 万个物流服务行业公司,行业产值超过 3900 亿元。预测到 2015 年中国物流行业的产值将达到 12000 亿元。以“中远(COSCO)”、“中外运(SINOTRANS)”、“中国海运(China Shipping)”等为代表的国有物流公司,以其强大的实力、管理优势、网络优势和集团优势,牢牢地占据着国内物流业的主导地位和“制高点”。

与此同时,中国——世界经济的“发动机”,正以其独特的东方魅力和无与伦比的市场潜力吸引着国际上的物流运营商,如 FedEx(联邦快递),UPS(联合包裹公司),DHL 等。这些跨国物流巨头早在十多年前就已经大举登陆中国,并相继抢占了中国物流快递市场超过 70% 以上的市场份额,其紧咬不放的“攻势物流”已经让国内同行们感到其咄咄逼人的“夺主”之志。

紧随其后的第三支力量是异军突起的中国民营物流企业,它们虽然在实力上无法与国企或外企相比,但它们以灵活、快速、成本低、渗透力强、适应面广等特点正成为中国物流业的“新军”。

因此,在可预见性的未来,中国物流市场将呈现以国有企业领军、外企攻势迅猛、民企快速成长的“三分天下”的格局。国企、外企和民企都竞相在中国这块“物流蛋糕”上切下自己的一块,中国进入“大物流”时代。

ICT 的应运预示着“数字物流时代”的来临,各类先进技术和应用软件层出不穷,竞相被应用于物流管理中,如企业资源管理软件(ERP)、电子数据交换(EDI)、仓库管理系统(WMS)、材料需求计划(MRP)、条形码技术(bar code technology)、自动分拣系统(automatic picking system)、数据仓库(digital warehouse)、动态监控技术(dynamic

monitoring technology)等。这些技术和软件在展现现代物流魅力的同时,也把物流推向实时、直观、高效、可操作性强、并使资源配置效率最大化的“艺术物流(state-of-the-art logistics)”时代。

在此背景下,三方既有可能形成某种态势下的互补和联合,无疑会出现意想中的激烈竞争。而这种竞争除了表现在资本资源、管理资源、技术资源、网络资源外,还将核心地表现为对人力资源的竞争。

随着中国物流业的迅猛发展,中国近年来对物流人才的需求缺口将不断加大。如果说中国缺乏物流管理人才,那么我们几乎可以肯定地说,懂专业而同时又懂外语的物流人才就更为稀缺。我们如此迫切地需要“懂外语的物流专业人才”,是因为不仅需要熟悉物流运输、物流仓储、物流采购、物流服务外包等业务的专业人才,同时也更需要懂外语、通晓跨国物流运作、物流国际合作的外向型物流管理人才。物流管理人员只有学好外语,才能更直接,更有效地学习国外先进的物流管理理念,如:第三方物流(3PL)、绿色物流(green logistics)、退货物流(RMA)、全球采办(global sourcing)、准时制物流(JIT),供应商管理库存(VMI)、全程物流服务(whole-range logistics service)等。

顺应时代的召唤,我们编写了这本物流英语教材。

特别提示 本书配有 PPT 课件,内含课文翻译、补充阅读材料及练习答案等内容,有兴趣的读者可直接向编者索取免费 PPT 课件。编者邮箱: garyline@163.com。

编 者

2013 年 5 月

教材使用说明

适应对象

本教材以高职高专学生为主,兼顾中专,并适合于广大物流从业者自学物流英语用。

教材定位

本教材是一本入门型的物流基础英语书。

编写目的

通过学习本教材,使学生能在较短的时间(一学期)内掌握常用物流英语词汇及表达法 1200 个左右,掌握一般的物流英语专业术语,并熟知基本的物流运作程序。

编写原则

“适用性”+“可学性”

我们在选材过程中,特别注意收集那些能反映典型的、核心的、操作性强的内容,争取在有限的篇幅内能讨论数个相关的小标题,并逐个加以阐述。所有这些内容均与当前的物流实战运作紧密相连,以使学生能“零距离”接触物流运营的各个主要侧面。

“可学性”是与“适用性”紧密相连的另一个特色,每篇课文在大标题下另有数个小标题,使每课自然地突出重点;由于篇幅短小,每单元可在两学时内轻松学完,教师和学生均不会有疲劳的感觉。

编写特点

本教材突出“短、前沿、地道、专业、可视、趣味”6 个特点。

短:为了从根本上解决传统外语教材篇幅过长、学生感到量过大而无法消化这一不足,我们在“短”上下工夫。为此,我们特地将每单元的课文控制在 500 个单词以内,第一单元课文为 300 个单词左右,以后逐步增大到 500 个单词。

前沿:本书所用材料均来自国外最新的物流出版物,以使学生们能学习到最前沿的物流知识。

地道:为了改变传统英语教材艰涩、用语不规范、经常出现“中式英语”,甚至出现语法错误等情况,本书所选课文均出自英美出版物,以确保语言的权威、流畅和地道,让学生们能学到正宗的英语。

专业:为确保本书的专业性,我们特地聘请专家对本书所有 32 个单元的课文进行选题和命题,并对课文中所涉及的物流专业知识把关,使每个选题和文中的内容都符合当前物流业的特点和发展趋势。

可视:本书的另一个特点是其可视性,我们在每一篇课文里都配有精美的插图,这些插图均和课文内容相关联,做到了真正意义上的图文并茂,能产生强烈的视觉冲击,可以起到帮助理解、激发联想、提高学习兴趣等作用。课堂练习的第 4 个习题也是配有插图的自学题。重视教材的可视性就是要让学生们“看了就想学”。

趣味：本教材在编写中特别注意教材的趣味性，采用的方法如下。

(1) 可视化课文：用图片、图形或图表使课文可视化、形象化，以促进学生的联想功能。

(2) 可视化自习题：在课堂练习的第4题单设“自习题”，该练习也是可视化的图形或图像，其内容和当堂课文有关，以提高学生的独力思考力，并加深其对当堂课文的印象。

(3) 趣味性知识：在每单元最后，特别编排了用中文写的“物流相关知识”，每单元选一个题目，对当前物流业的发展动态进行介绍。这些题目有的和课文内容相关，有的是为了扩大学生的知识面。它们的共同特点如下。

- 紧扣当前物流发展动态，如：保税物流的特点(Unit 23)、第四方物流简介(Unit 26)。
- 介绍核心物流业务，如：物流配送中心订单处理(Unit 19)。
- 分析国内外成功的物流运作模式、实战案例、前沿理念和发展趋势，如：别拿别人的库存不当钱(Unit 15)、著名企业退货物流管理(Unit 14)。
- 扩大学生的知识面，如：绿色物流的特点(Unit 25)、准时制物流的应用(Unit 24)。

通过以上方法，对学生进行趣味性引导，最大限度地激发学生的学习积极性和求知欲，在相对轻松的氛围中学习并提高。

物流 Vs 英语

本教材既不是一本专业的物流教材——虽然它不可避免地要涉及物流的基本内容甚至是核心知识，也不是一本普通的英语书——虽然它无疑也是英语教材。我们宁愿说，它是一本“用英语写成的物流入门教材”。

说它不是一本专业物流教材，是因为在这样短的篇幅内，只可能涉及物流各部分最基本、最浅显、最典型、最核心的知识，编者不试图，事实上也不可能、且不必要在如此短的篇幅内对每一个题目作出全面的、综合性的、深入的探讨。

说它不是一本普通的英语书，是因为它毕竟涉及物流这一专业性较强的行业。在编写本书时，我们假定本书的“受众”或读者已经具备了初级英语水平，能够在教师的指导下完成本书的学习。基于此，我们在第一单元，就单刀直入，从“**What is logistics?**”(什么是物流?)开始直切主题，以后各单元采用“剥竹笋”的办法，层层展开，逐步深入，直到给学生展开一个相对系统的物流“画卷”。本书放弃了传统行业英语教材以大量篇幅介绍英语语法、词汇、句型等的惯例，致力于对物流基础知识，而不是对英语知识的传授。当然，教师可以根据学生的实际情况，在教学中补充一些相关的英语语言知识，但无疑，这不在本书的考虑之内。

编写体例

本书共分为28单元，每单元含5部分：课文、单词、注释、课堂练习、物流相关知识介绍。

课时安排

本教材供一学期使用。根据一般惯例，每学期含16教学周，按每周4课时计算，一学期共有64课时。要求授课教师按每2课时学习一单元(即每周学习2单元)的教学进度进行，这样28单元共需56课时，剩余8课时可用于复习。

教师需知

本书的编写目的是让学生能通过本书掌握一些基本的物流专业知识和专业术语。因此教师的重点应放在对课文的学习上,在学习中,要特别注意对物流专业术语的掌握和积累。注释是让教师参考用的,也可以供学生自学用。本书不设很复杂的练习体系,只提供简单的几个练习供学生当堂练习用,最后一个练习是自学题,是一个和课文相关的图形,可在教师的指导下,让学生自学,以提高他们的独立思考能力。末尾的“物流相关知识”是一篇中文文章,每单元介绍一个题目,文章中夹杂着一些物流英语专业词汇,以供学生自学用,这些专业词汇并不需要学生马上记住,只是为了让其增加一些印象而已。作为总的安排,建议教师在前一个课时内专注于课文的学习,而在后一个学时做课堂练习和物流相关知识的学习。

本书编者

本教材由牛国崎、刘鸿飞任主编,王禹、齐丽任副主编,参加编写工作的成员有:孙冰、金久健、王彪、刘改雪、李照文、王效伟、张辉、刘鸿飞、王四平、刘悦、陈冉。

由于时间仓促,编者水平有限,错讹之处在所难免,恳请广大师生及读者提出宝贵意见,以利于再版时修订。

编者

2013.5.20



Chapter I	Logistics and supply chain concepts	1
Unit 1	What is logistics?	1
Unit 2	Movement of goods	8
Unit 3	What is a supply chain?	16
Unit 4	How supply chains work?	24
Chapter II	Logistics information requirements and logistics e-business	33
Unit 5	Information technology in logistics (A)	33
Unit 6	Information technology in logistics (B)	41
Unit 7	E-business and its application in logistics	49
Chapter III	The logistics operation and distribution	57
Unit 8	The logistics operation process	57
Unit 9	The logistics distribution process (A)	64
Unit 10	The logistics distribution process (B)	69
Chapter IV	The logistics transport	76
Unit 11	Logistics transport supply	76
Unit 12	Characteristics of transport supply	83
Chapter V	Warehouse management	90
Unit 13	Warehouse management	90
Unit 14	Warehouse and storage processes	97
Chapter VI	Inventory management	106
Unit 15	Inventory management	106
Unit 16	The inventory management process	114
Chapter VII	Logistics packaging	123
Unit 17	Logistics packaging (A)	123
Unit 18	Logistics packaging (B)	132

Chapter VII	Logistics order fulfillment	141
Unit 19	Logistics order fulfillment (A)	141
Unit 20	Logistics order fulfillment (B)	150
Chapter IX	Latest logistics philosophy	158
Unit 21	Reverse logistics	158
Unit 22	Vendor Managed Inventory	165
Unit 23	Bonded logistics	174
Unit 24	Just In Time logistics	182
Unit 25	Green logistics	189
Unit 26	Fourth-Party Logistics	198
Unit 27	Integrated Logistics Support	206
Unit 28	City logistics	215
参考文献		223

Chapter I

第一章

Logistics and supply chain concepts

物流与供应链概念

Unit 1 What is logistics?

How a bottle of Coca Cola coke moves to an end consumer?

一瓶可乐是如何到达最终消费者手中的?

If a consumer wants to have a bottle of Coca Cola coke, he can choose to:

A: go straight to the manufacturer, buy it at ex-factory price (e. g. , 1. 50 Yuan/ bottle) but pay extra costs for bus fare (e. g. , 5 Yuan or more), totaling 6. 50 Yuan plus time cost (hours of bus travel)

B: go to a supermarket and buy it at retail price (e. g. , 2. 50 Yuan) with minimal time cost

Choice A is rarely the case because the total logistics cost of direct purchase from the manufacturer is prohibitive for any individual (2. 6 times as much as the retail price in the above case), though its purchase price is much lower than the retail price.

Choice B is the most popular for individual consumers, in which the customer pays a higher retail price in exchange for ease of shopping and exemption of the time-consuming travel to the manufacturer, in addition to a lower total cost.

Generally speaking, movements of goods/ product (Figure 1. 1) observe the typical supply chain model (Figure 1. 2).

The Coca Cola soft drink product moves by the typical supply chain. The retail price is higher because value is added to the product as it passes through each node in the supply chain (Figure 1. 3).

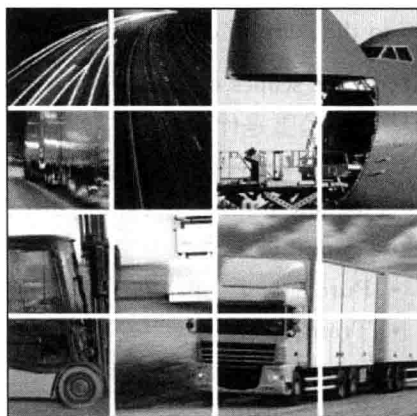


Figure 1. 1 Logistics drives the world round

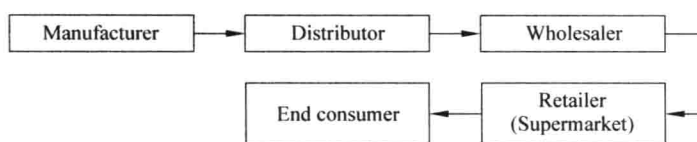


Figure 1.2 A typical supply chain

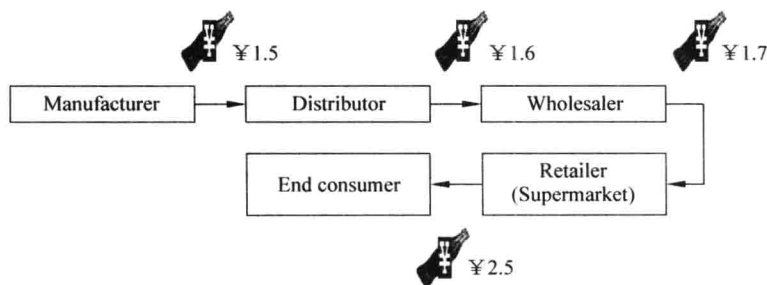


Figure 1.3 A presumptive value-added model

What is logistics?

什么是物流？

Logistics, in a narrow sense, is the flow and storage of goods (Figure 1.4).

However, the Council of Logistics Management of USA has given an authoritative definition which is widely accepted by the logistics professionals.

“Logistics is that part of the supply chain process that plans, implements and controls the efficient, effective flow and storage of goods, service and related information from the point of origin to the point of consumption to meet customers’ requirements.”



Figure 1.4 Flow and storage of goods

What are the scopes of logistics activities?

物流活动的范围是什么？

Logistics activities are extensive and consist of various components (Figure 1.5). These include but are not limited to:

- Sourcing
- Purchasing
- Transport
- Inventory Management
- Warehousing
- Financing Support

- Customer Support



Figure 1.5 The scopes of logistics activities

All facets of logistics

物流面面观

From a wider perspective, we can conclude that logistics is or is about:

- The flow and storage of goods, people, finance, services and related information
- Physical distribution or distribution of physical goods
- An integral part of the supply chain
- Integration and optimization of resources (Figure 1.6)
- A value-added process
- Efficiency increase and cost reduction
- Innovation

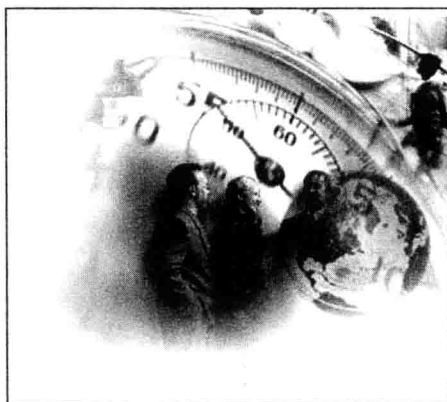


Figure 1.6 Logistics is about the optimization of resources

It is worth noting that there is a wide-spread misleading concept about logistics, especially among amateurs, that logistics is transport. True, transport is the core component of logistics and without it nothing can move. Nevertheless logistics means far more than transport alone can convey (Figure 1.7).

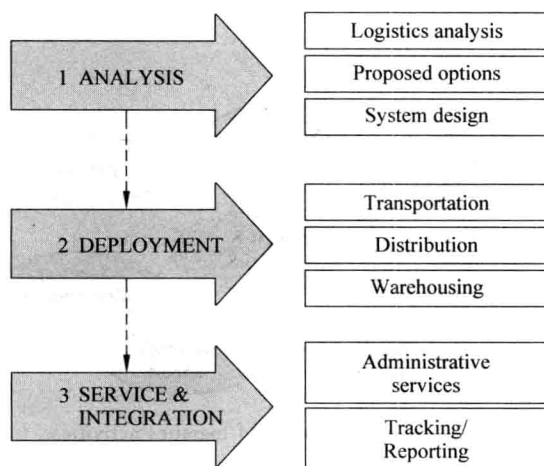


Figure 1.7 A logistics function chart

Vocabulary

manufacturer [ˌmænjʊˈfæktʃərə] *n.* 生产商, 厂家

ex-factory price 出厂价

extra [ˈekstrə] *a.* 额外的

minimal [ˈminiməl] *a.* 最小的

direct purchase 直接采购, 直购

prohibitive [prəuˈhɪbɪtɪv] *a.* 抑制性的, 昂贵的, 无人问津的

retail [ˈriːteɪl] *n.* 零售

retailer [ˈriːteɪlə] *n.* 零售商

ease [iːz] *n.* 轻松, 不费力

exemption [ɪgˈzempʃən] *n.* 免除

time-consuming [ˈtaɪmkənˈsjuːmɪŋ] 耗时的

movement [ˈmuːvmənt] *n.* 移动, 流转

observe [əbˈzəːv] *vt.* 观察, 遵守

node [nəʊd] *n.* 节点

supply chain 供应链

distributor [dɪˈstrɪbjʊtə] *n.* 配送商

wholesaler [ˈhəʊlseɪlə] *n.* 批发商

storage [ˈstɔːrɪdʒ] *n.* 储存, 储存

authoritative [ɔːˈθɒrɪtətɪv] *a.* 权威的

professional [prəˈfeʃənəl] *a.* 职业的; *n.* 专业人士, 职业人员

implement [ˈɪmplɪmənt] *vt.* 实施

point of origin 原产地

point of consumption 消费地

extensive [iks'tensiv] *a.* 广泛的

component [kəm'pəunənt] *n.* 成分, 部件

sourcing [sɔːsɪŋ] *n.* 采办, 筹办货源

inventory ['invəntri] *n.* 存货, 库存总量

warehousing ['wɜːəhaʊzɪŋ] *n.* 仓储

financing [faɪ'nænsɪŋ] *n.* 融资, 提供资金

perspective [pə'spektɪv] *n.* 视角, 观点

physical goods 实体物资, 实物

integration [,ɪntɪ'greɪʃən] *n.* 整合, 一体化

optimization [,ɒptɪmaɪ'zeɪʃən] *n.* 优化

cost reduction 成本降低

innovation [,ɪnəʊ'veɪʃən] *n.* 革新, 创新

amateur ['æmətə] *a.* 业余的; *n.* 业务爱好者



注释

Notes:

1. ...go straight to the manufacturer, buy it at ex-factory price (e. g. , 1. 50 Yuan/bottle) but pay extra costs for bus fare (e. g. , 5 Yuan or more) , totaling 6. 50 Yuan plus time cost (hours of bus travel). 直接到厂家以出厂价(如 1. 50 元/瓶)购买,但要支付额外的公共汽车费(如 5 元或更多),总计 6. 50 元,还要另加时间成本(乘坐巴士数小时)。

句中 totaling 引导一个 V-ing 短语,对主句进行补充说明。

2. ...go to a supermarket and buy it at retail price (e. g. , 2. 50 Yuan) with minimal time cost. 以最低的时间成本去超市以零售价购买(如 2. 50 元/瓶)。
3. Choice A is rarely the case because the total logistics cost of direct purchase from the manufacturer is prohibitive for any individual (2. 6 times as much as the retail price in the above case), though its purchase price is much lower than the retail price. A 选择是极少出现的情况,因为从厂家直接购买的总物流成本对于个人而言是极其昂贵的(在上述的情况中,达到了零售价的 2. 6 倍),虽然其采购价要比零售价低得多。
4. Choice B is the most popular for individual consumers, in which the customer pays a higher retail price in exchange for ease of shopping and exemption of the time-consuming travel to the manufacturer, in addition to a lower total cost. B 选择是个体客户最常用的选择,在此种方式下,客户支付较高的零售价,在享有较低的总成本的同时,还可以换取购物的轻松并免除到厂家取货的耗时旅程。

句中 in which 是“介词+关系词”结构,引导一个非限定性定语从句,对主句进行补充说明。

5. The Coca Cola soft drink product moves by the typical supply chain. 可口可乐软饮料产品就是依照典型的供应链来移动的。

6. The retail price is higher because value is added to the product as it passes through each node in the supply chain. 其零售价更高,原因是产品在经过供应链的每个节点时增加了价值。
7. However, the Council of Logistics Management of USA has given an authoritative definition which is widely accepted by the logistics professionals. 然而,美国物流管理协会给出了一个权威的定义,该定义得到物流专业人士的广泛接受。
句中 which 引导一个限定性定语从句,修饰名词 definition。
8. Logistics is that part of the supply chain process that plans, implements and controls the efficient, effective flow and storage of goods, service and related information from the point of origin to the point of consumption to meet customers' requirements. 物流是供应链的一部分,它对产品、服务和相关信息从原产地到消费地的高效率和高效力的流动及储存进行规划、实施和控制,以满足客户的要求。
句中 that 引导一个限定性定语从句,修饰词组 supply chain process。
9. the flow and storage of goods, people, finance, services and related information: 商品、人员、资金、服务和相关信息的流动与存储
10. physical distribution or distribution of physical goods: 实体配送或实体物资的配送
11. an integral part of the supply chain: 供应链的整体部分
12. integration and optimization of resources: 资源的整合与优化
13. a value-added process: 一个增值过程
14. efficiency increase and cost reduction: 提高效率与降低成本
15. It is worth noting that there is a wide-spread misleading concept about logistics, especially among amateurs, that logistics is transport. 值得注意的是,人们,尤其是非专业人士,对物流有一种广泛的误导性概念,即认为物流就是运输。
16. Nevertheless logistics means far more than transport alone can convey. 即使如此,物流仍然比单独的运输所能传达的意义要深远得多。

Exercises

1. Answer the following questions in English:

- (1) What is the definition of logistics?
- (2) Will an individual consumer choose to go straight to a manufacturer and buy the items by himself? Why not?
- (3) Why do most individual consumers go to a retail outlet instead of going to the manufacturer if they want to buy something?
- (4) Why is the retail price higher than the ex-factory price?
- (5) What are the scopes of logistics activities?

2. Put the following words or phrases into Chinese:

- | | |
|----------------------|---------------------|
| (1) manufacturer | (3) retail price |
| (2) ex-factory price | (4) direct purchase |