

电子商务系列教材

先锋外贸 物流



先锋教育(苏州软件园培训中心)
苏州工业园区公共实训基地



南京大学出版社

电子商务系列教材

先锋外贸物流



先锋教育(苏州软件园培训中心)
苏州工业园区公共实训基地

编著

南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

先锋外贸物流 / 先锋教育(苏州软件园培训中心), 苏州
工业园区公共实训基地编著. —南京: 南京大学出版社,
2010.8

(电子商务系列教材)

ISBN 978-7-305-07274-1

I. ①先… II. ①先… ②苏… III. ①对外贸易—物
流—教材 IV. ①F740.4②F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 145564 号

出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮编 210093
网 址 <http://www.NjupCo.com>
出版人 左 健

从 书 名 电子商务系列教材
书 名 先锋外贸物流
编 著 先锋教育(苏州软件园培训中心) 苏州工业园区公共实训基地
责任编辑 施泽华 编辑热线 025-83593936
审读编辑 陈家霞

印 刷 河海大学印刷厂
开 本 700×1000 1/16 印张 7.75 字数 108 千
版 次 2010 年 11 月第 1 版 2010 年 11 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-07274-1

定 价 23.00 元

发行热线 13851502670
电子邮箱 press@NjupCo.com
sates@NjupCo.com(市场部)

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购图书销售部门联系调换

本书编委会名单

主 编	夏 野			
副 主 编	顾 伟 国			
策 划	赵 慧			
出版策划	刘 凯			
编 委	路 哲	莫 蔚	童 雯 兰	
	赵 玺	杨 菲	郭 佳 祺	

前 言

物流作为一个独立的行业是 20 世纪 90 年代开始从国外传入的,经过近二十年的发展,中国物流业经历了从小到大、从单一到综合的发展历程。物流业成为一个广受关注的经济热点。目前,中国的物流业仍处在发展初期,较之发达国家尚未达到成熟阶段;但中国物流市场份额大、发展潜力大,中国物流业在实践中取得了长足进步。

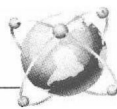
中国国民经济的迅速发展,给中国物流业的发展提供了绝佳的契机。因此,了解当前中国物流业的现状以及不足,对中国物流企业的发展将具有重要的借鉴作用。可以预见,中国的物流业将会得到飞速地发展,中国物流企业也将会得到长足发展,成为国民经济中的重要支柱之一。

物流的研究范围十分广泛,对它的深入研究可以促进世界范围内物(广义)的合理流动,通过适当控制和科学组织,可以使国际间物资或商品的流动路线最佳、流通成本最低、服务最优、效益最大。更进一步的研究表明,可以通过物流的合理组织促进世界经济的发展,促进国际间的友好交往,促进国际政治经济格局的良性发展,让国际物流为全人类的和平、稳定与发展服务。

本书以流程讲解方式的文字简明地叙述了物流的基本内容,以便大家能迅速地了解物流的特性与发展趋势!

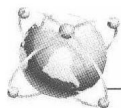
编 者

2010 年 6 月

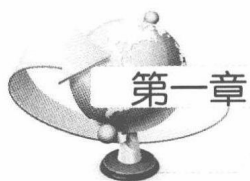


目 录

第一章 国内物流	1
第一节 物流的概述与基本内容介绍	1
第二节 中国国内物流市场的状况	4
第三节 中国第三方物流的现状与发展趋势	7
第二章 国际物流	11
第一节 国际物流的概述	11
第二节 国际物流的基本流程与业务	13
第三章 国际物流与货运代理的概述	16
第一节 国际物流的概述	16
第二节 国际货运代理的概述	19
第四章 国际物流业务管理	24
第一节 国际物流运输管理	24
第二节 国际物流仓储管理	30
第三节 国际物流信息系统	40
第五章 国际货运代理企业的设立与经营	45
第一节 国际货运代理企业的设立	45
第二节 国际货物运输代理企业的变更、终止	50
第六章 国际贸易的基础知识	52
第一节 国际贸易的基本概念与分类	52
第二节 进出口贸易程序与贸易术语	54
第三节 国际货物运输保险	56
第四节 报关	57
第五节 国际结算的支付	58
第七章 国际海上货运代理	60
第一节 国际海上货物运输的基础知识	60



第二节 国际海上货运代理实务	65
第三节 海上货运事故的处理	69
第八章 国际航空货运代理	71
第一节 国际航空货运代理的基础知识	71
第二节 国际航空货运代理实务	77
第三节 国际航空运费的计算	79
第四节 国际航空货运事故的处理	81
第九章 国际多式联运	82
第一节 国际多式联运的基础知识	82
第二节 国际多式联运实务	84
第三节 国际多式联运事故的处理	86
第十章 其他货物运输方式	87
第一节 管道运输	87
第二节 国际展览与展品物流	89
第三节 国际邮政物流	91
第十一章 国际货代常用单证英语	93
第一节 主要国际货运运单	93
第二节 其他国际货运附属单证	98
第十二章 案例分析	105
第一节 FedEx 快递的成长之路	105
第二节 中国外运集团的物流服务	109
参考文献	114



第一章

国内物流

第一节 物流的概述与基本内容介绍

一、物流的定义

物品供应地向接受地的实体流动过程叫物流(logistics)。根据实际需要,将运输、储存、包装、搬运、流通加工、配送和信息处理等基本功能实施有机地结合。

二、为了准确地理解物流的定义,应把握以下几点

(1) 物流是一个系统,是各种物流要素的集成。运输、装卸、储存、包装、流通加工、配送、物流信息等是物流的基本构成要素,有时不一定是全部要素的集成。

(2) 定义中的“物品”不只是指最终产品,还包括生产所用原材料、零部件、半成品和伴随商品销售的包装容器、包装材料,以及生产和消费过程所产生的废弃物。

(3) 这里所说的“客户”,除一般意义上的消费者外,还包括制造商、供应商、批发商、零售商等“中间需求者”。

(4) 物流不是传统的“物资流通”的简称。在我国,长期存在“物资流通”这一术语,不过,这一用语是指传统的生产资料流通,主要指生产资料从生产领域到消费领域的转移过程,虽然也包括物流活动,但更强调生产资料所有权转移,即物资(生产资料的约定俗称用语)的“商流”。



三、物流与商流、资金流、信息流的关系

物流与商流、资金流、信息流的关系如图 1-1 所示。

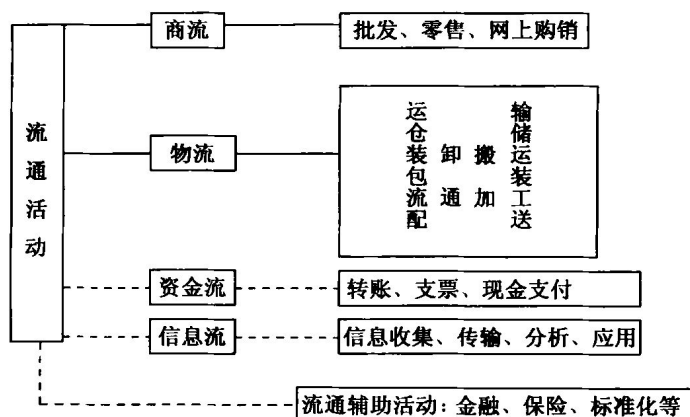


图 1-1 物流与商流、资金流、信息流的关系

四、物流的功能要素

物流活动的构成一般包括下面几部分：

(一) 运输

运输是物流环节中最重要的一部分，是物流的关键。其运输方式包括：公路、铁路、船舶、航空、管道运输等。

(二) 配送

配送特别指将货物从流通据点传递到用户的过程。

(三) 仓储

它同样是物流各环节中十分重要的组成部分。仓储的对象一般是原材料、半成品、产成品。一般流通企业均设立物流中心、配送中心、物流据点和流通中心，其目的是为了协调生产、采购和销售。

(四) 包装

包装分为工业包装（或运输包装）和商业包装（或销售包装）。工业包装主要目的在于便于运输、装卸、保管等；而商业包装的目的是促进销售。

(五) 装卸搬运

装卸搬运是使物流各个环节连成一体的接口，是运输、仓储、包装



等物流作业得以顺利实现的根本保证。在流通过程中,装卸搬运工具、设施、设备的好坏,效率的高低直接影响到流通的质量。

(六) 流通加工

流通加工就是商品在从生产者向消费者流通过程中,为了增加附加价值,满足客户需求,促进销售而进行简单地组装、剪切、套裁、贴标签、刷标志、分装、检量、弯管、打孔等加工作业。流通加工是社会化工的结果,它可以提高用户服务水平,降低流通成本。

(七) 物流信息

物流信息是连接运输、仓储、装卸、包装各环节的纽带,没有物流环节信息的通畅和及时供给,就没有物流活动的时间效率和管理效率,就失去了物流的整体效率。

物流的分类功能及其内容见表 1-1。

表 1-1 分类功能及其内容

功 能	内 容
运输:1. 干线运输;2. 集载; 3. 配送	长途、交通功能(一对一);短途、入门接收(多对一);短距离、入门、进入(一对多)
存储:1. 长时间;2. 短时间 3. 暂时储存	长时间存储、节点功能; 短时间存储为配送准备、节点功能
集合装配:1. 加工;2. 配套; 3. 组装	检验、分拣、标签、包装、切割等
包装:1. 工业的;2. 商业的	运输、储存、外部的或内部的包装、质量保护
货物码单接口处理:1. 装载 2. 下载 3. 前置标识	从发货到运输;从运输到收货、重新装载、装船、移动、仓储现场作业
有关物流功能的信息处理: 1. 实物的;2. 配送的;3. 商业的	卡车运输和货物匹配系统;仓储和发货管理系统;温度、湿度控制系统;自动分拣和数码分拣系统;POS(电子收款机);EOS(电子订货系统);EDI(电子交换系统)



第二节 中国国内物流市场的状况

一、中国物流市场形成分析

所谓物流市场,是指物流服务供给,物流需求交换关系的总和。由提供物流服务的物流企业和具有物流服务需求的各类经济部门、各类企业和个人构成。

从买方和卖方的力量来看,高端现代物流服务处于卖方市场地位,低端传统物流服务处于买方市场地位。

从市场主体来看,提供物流服务的市场主体即物流企业当中,传统物流企业数量过剩,市场竞争激烈,特别是传统仓储、运输企业正面临改组、改造和升级问题;而能够提供综合一体化物流服务和个性化解决方案的现代第三方物流企业数量极少。从市场客体来看,提供到市场上的物流客体即物流服务和劳务,由于传统物流企业技术装备落后、物流人才匮乏,提供的物流服务和劳务满足不了市场需求。而现代“一票到底”、“门到门”、“货架到货架”、“工位到工位”及连锁配送、快递服务等,恰恰是我国市场需求最为强烈的物流服务内容。

由于上述两个方面的原因,从我国物流业运行的环境来看,绝大多数工商企业无法剥离自办物流设施,仍以自我服务方式获得本应从市场上获得的物流服务。

针对这种情况,各级政府纷纷出台了加强工商企业物流管理,鼓励工商企业剥离自办物流或与物流企业联合,结成物流联盟,以及积极培育现代化第三方物流等方面的政策措施。

在政策措施的促进下,觉醒比较早的企业正在逐步剥离自办物流,第三方物流企业正在迅速兴起,我国的物流市场也正在加速形成。



二、国内物流市场成熟度判断

(一) 国内外物流发展水平对比(见表 1-2)

表 1-2 国内外物流发展水平对比

类 型	国 外	国 内
物流成本占 GDP 比例	10%	20%左右
货物库存时间	14 天	40~45 天
资金流转	8~10 次/年	1~2 次/年

衡量物流业成熟与否的因素是:物流成本占 GDP 比例(国外是 10%,中国达到 20%左右)、货物库存时间(国外是 14 天,国内是 40~45 天)和资金流转(国内每笔资金每年流转约 1~2 次,国外达 8~10 次)。

虽然中国物流业目前已进入了加速发展阶段,且发展前景乐观,但离市场成熟仍需 5~8 年。

(二) 国内物流进展情况综述

(1) 物流总成本占 GDP 比例有所下降;物流总额上升;物流用固定资产投资平稳增长;物流用设备产量剧增;货物周转速度加快。

(2) 物流需求量稳步增长,需求层次逐步提升;第三方物流服务企业迅速扩大;供需合作关系日趋紧密。

(3) 现代物流对传统行业转型、发展的促进作用逐步体现,在为汽车、零售等行业转型优化流程、降低成本等方面发挥了重大作用。

(4) 沿海港口、内陆口岸、航空港等国际物流枢纽建设规模不断扩大,运营水平大幅提升,口岸物流的作用得到较大发展。

(5) “珠三角”、“长三角”和环渤海地区三大区域已经成为我国物流最为强劲的增长极;这些区域间的物流合作趋势在逐步加强。

(6) 高速公路、电气化铁路、深水泊位、物流园区(中心)等物流基础设施的建设得到持续地推进和加强。

(7) 在物流信息化、标准化和统计信息体系建设等方面,政府和企业的重视程度不断提升,并已经取得了一定的进展。

(8) 在物流科技、物流理论研究和物流专业人才培养等各个方面



得到不断强化,并已经取得显著的成绩。

(9) 外资物流公司在国内快速增长,投资不断加大,物流领域的国际合作积极推进,并取得初步成果。

(10) 从国务院各有关部门到地方各级政府对我国物流产业发展的推动作用得到了明显的增强。

三、国内物流市场的六大主要问题

(一) 基本概念乱

在物流理论的发展中,出现了各种基本概念,而这些基本概念在“物流术语”国家标准中还没有引入,所以大家各说各的,这不利于物流业的运作与发展。

(二) 市场准入乱

由于“物流企业标准”与“物流企业分类标准”还没有制定,工商部门登记注册物流企业没有依据,一些企业变更为物流企业也没有依据,所以一下子冒出许多名不符实的物流企业,在物流领域的仓储与运输环节无序竞争。

(三) 培训市场乱

由于物流人才短缺,培训市场容量较大,所以各种行业组织、各类学校与研究机构,以及企业纷纷举办培训班、论坛、证书班,多如牛毛,鱼目混珠,有的质量非常低劣。

(四) 统计数据乱

由于物流统计信息系统还没有完全启动,统计口径不一,各种数据五花八门,给政府部门决策增加了难度。

(五) 各种活动乱

一些组织不是脚踏实地地抓物流业的发展,而是喜欢做表面文章。不仅是培训班多如牛毛,高层论坛、研讨会、展销会、洽谈会同样很多、很杂,缺少品牌。

(六) 归口管理乱

过去有的地方归口发改委管,有的地方归口贸易局管,有的地方归口交通部门管;现九部委文件已规定由发改委牵头管理。



四、国内物流市场发展的八大趋势(见图 1-2)

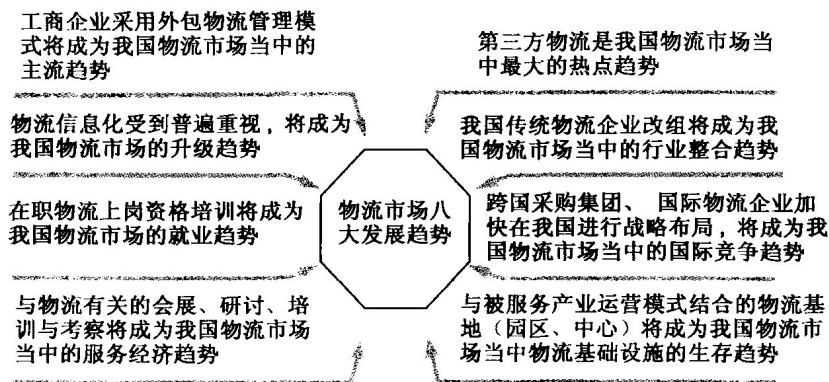


图 1-2 物流市场八大发展趋势

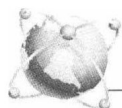
上述八个方面还难以概括我国物流市场的全部热点趋势。但无论如何,我们看到了我国物流产业正在迅速兴起,我国物流市场正在加速形成。

第三节 中国第三方物流的现状 与发展趋势

一、第三方物流的概念

(1) “第三方物流”(third party logistics,简称 3PL 或 TPL)是 20 世纪 80 年代中期由欧美提出的概念。在我国 2001 年公布的国标《物流术语》中,将第三方物流定义为“供应方与需求方以外的物流企业提供物流服务的业务模式”。

(2) 第三方物流是一个新兴行业,在我国,其发展的历程较短,只处于刚刚起步的阶段。但社会各界,无论是学术界、企业界还是政府,都对第三方物流给予了热切关注。这种关注,从东南沿海城市开始逐步蔓延到全国,直到现在形成了一股第三方物流热。我国第三方物流是在一定的环境背景和基础条件下产生的,有其必然性。进入 20 世纪 90 年代,我国企业所面临的内外经济环境、政策环境都发生了重大变化,基础技术条件也日臻成熟,在这种背景之下,产生了对第三方物流的需求。



物流名词与解释见表 1-3。

表 1-3 物流名词与解释

名 词	解 释
第一方物流	需求方为采购而进行的物流,如赴产地采购、自行运回商品
第二方物流	供应方为了提供商品而进行的物流,如供应商送货上门
第三方物流	由物流的供应方和需求方之外的第三方所进行的物流
第四方物流	提供各种物流信息咨询服务的企业,提供各层次物流人才培训服务的企业

二、第三方物流(3PL)服务的类别

(一) 常规服务

常规服务就是提供物流的几大基本功能要素,即提供仓储、运输、装卸搬运、包装、配送等服务,它们提供了空间、时间效用以及品种调剂效用。常规服务大多是与完成货物交付有关的服务,主要依靠现代物流设施、设备等硬件来完成,是资产和劳动密集型的服务,具有标准化的特征。

(二) 增值服务

第三方物流的增值服务是根据客户的需要,为客户提供的超出常规的服务,或者是采用超出常规的服务方法提供的服务。创新、超常规、满足客户需要是增值性物流服务的本质特征。增值服务主要是借助完善的信息系统和网络,通过发挥专业物流管理人才的经验和技能来实现的。

(三) 国内 3PL 服务需求的现状(见图 1-3)

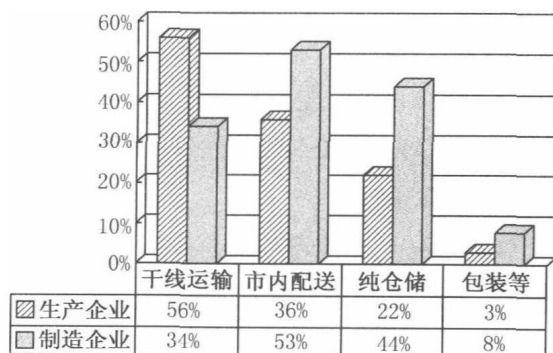


图 1-3 国内 3PL 服务需求的现状



四、中国第三方物流企业的差距分析

(一) 散兵游勇,各自为战

我国的第三方物流企业则是“先天发育不良,后天营养又跟不上”。大多数第三方物流企业是从计划经济时期的商业、粮食、运输等部门的储运企业转化而来的,受传统体制的影响,条块分割严重,企业缺乏整合,规模效益难以实现。整个第三方物流市场还相当分散,市场集中度极低。

据中国仓储协会 2002 年调查表明,目前国内没有超过 2% 市场份额的第三方物流企业。

(二) 功能单一,增值不足

大多数第三方物流企业设施简单、功能单一,只能提供单项或分段的物流服务。物流功能主要停留在储存、运输和城市配送上,相关的包装、加工、配货等增值服务不多,不能形成一体化物流服务。

据 2002 年中国仓储协会调查显示,第三方物流服务商的收益 85% 来自基础性服务,如运输管理(占 53%)和仓储管理(占 32%),而其他增值服务的财务收益只占 15%。

(三) 渠道不畅,水平不高

多数第三方物流企业的经营网络不合理,有点无网;信息技术应用水平低,互联网、条形码、EDI 等信息技术未能广泛应用,信息反馈有限;供需双方沟通不顺畅;与客户企业缺乏合作,双方不能共享信息资源,没有结成相互依赖的伙伴关系等。同时,我国第三方物流企业人才匮乏,管理水平较低;物流设施落后、老化,机械化程度不高,不符合客户特定要求。



国际物流

第一节 国际物流的概述

一、国际物流的定义

国际物流(international logistics,简称 IL)的狭义理解是指当生产和消费分别在两个或两个以上国家(或地区)独立进行时,为了克服生产和消费之间的空间隔离和时间距离,对物资(商品)进行物理性移动的一项国际商品贸易或交流活动,从而完成国际商品交易的最终目的,即实现卖方交付单证、货物和收取货款,而买方接受单证、支付货款和收取货物的对流条件。

二、国际物流的目的

国际物流的主要目的是在合适的地点、合适的时间,以合适的方式让合适的客户获得合适的商品。

国际物流活动包括进口和出口供应链,涉及订单处理、支付程序、运输和储存管理、用户服务等环节,其整个流程很少有企业能够依靠自身力量单独办理和完成。因此,国际物流过程离不开贸易中间人,即由专门从事商品使用价值转移活动的业务机构或代理人来完成,如国际货物的运输是由国际货物运输服务公司来代理的;再如,报关行业、进出口贸易公司、出口打包公司和进口经纪人等,它们主要是接受企业的委托,代理与货物有关的各项业务。