



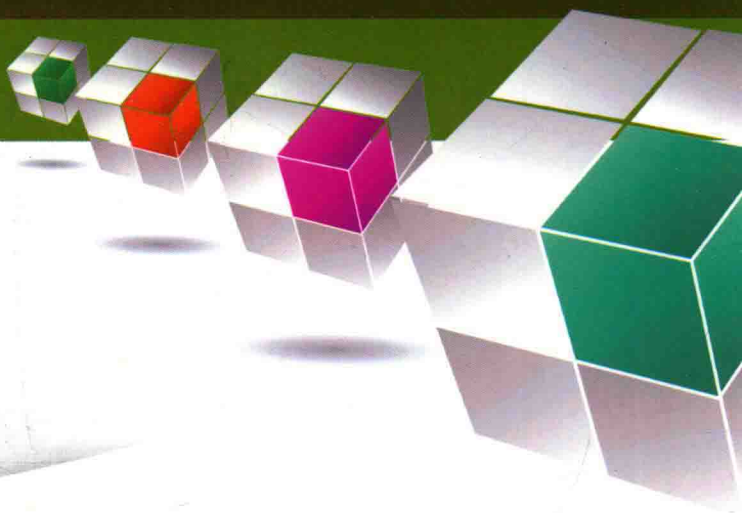
全国机械行业职业教育优质规划教材（高职高专）
经全国机械职业教育教学指导委员会审定

高职高专规划教材

全国机械职业教育工业经济与管理类专业教学指导委员会（高职） 组编

现代物流概论

王红艳 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



赠 电子 课 件



全国机械行业职业教育优质规划教材（高职高专）
经全国机械职业教育教学指导委员会审定
高职高专规划教材

现代物流概论

全国机械职业教育工业经济与管理类专业教学指导委员会（高职）组编

主 编 王红艳

副主编 毛小萌

参 编 李静 成志平 刘宇哲

主 审 李选芒



机械工业出版社

本书注重学生技能的训练和可持续发展,重点是对物流企业最基本的物流操作技能进行训练。本书的内容具体包括物流认知、运输、仓储、装卸搬运、配送、包装、流通加工、物流信息及企业物流管理等。

本书可作为高等职业院校、应用型本科、成人院校的物流管理专业的教材,也可作为工商管理类、营销与策划类、电子商务类、连锁经营管理类专业教材,还可作为自学参考及培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

现代物流概论/王红艳主编. —北京:机械工业出版社, 2014. 7

高职高专规划教材

ISBN 978-7-111-46991-9

I. ①现… II. ①王… III. ①物流—高等职业教育—教材 IV. ①F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第298703号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:张亮 责任编辑:张亮 魏梁

责任校对:乔晨 责任印制:李洋

北京振兴源印务有限公司印刷

2015年1月第1版第1次印刷

184mm×260mm · 10.25印张 · 251千字

0001—3000册

标准书号:ISBN 978-7-111-46991-9

定价:23.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066 教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售一部:(010) 68326294 机工官网:<http://www.cmpbook.com>

销售二部:(010) 88379649 机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线:(010) 88379203 封面无防伪标均为盗版

前 言

目前,大部分高职高专院校的经济管理类专业开设了现代物流概论课程,市场上相关的书籍也不少,但遗憾的是,多数内容过深、理论性过强、业务技能操作少,学生学习起来比较困难。高等职业教育是培养高技能型人才的主要方式,为了适应高等职业教育的要求,我们编写了此书。

本书内容的设置紧扣专业课程教学大纲要求,从职业岗位及岗位群对技能要求的实际出发,以“适用、实用”为度,通过教学与实践培养学生对物流运作的认知能力、物流业务的操作能力、物流经营管理能力,提高学生独立进行业务操作、分析和解决问题的水平。

一、特点

本书是由陕西工业职业技术学院物流管理学院一线教师与物流行业企业专家一起,共同开发的特色教材,在撰写时我们力求做到以下几点:

1. 突出高职高专特色

教材编写紧紧围绕“培养高等技术应用性专门人才”开展,加强针对性和实用性,理论上以“必须、够用”为尺度,以强化技能操作为教学重点。

2. 内容的组织体现“工学结合”特色

教材内容的组织以新的人才培养模式为指导,突出教学内容与工作任务相融合,将校内学习和实际工作岗位结合起来,使学生能够在做中学,尽可能地真正体会实际企业的工作环境。

3. 内容突出时效性特色

在教材的编写中,我们本着“学生能学,教师好用,企业需要”的原则,注意理论与实践一体化,注重内容的时效性。在知识编写中尽量采用国家标准《物流术语》中的概念,在实际教学案例的编写中尽可能选取接近实际、时效性强的案例素材,力争使知识理解与实际应用相融合,使教材内容更突出时效性。

二、结构

现代物流概论的教学目标是通过本门课程的学习,使学生掌握以物流基本功能(七个功能)为主的知识框架,了解物流职业核心能力、专业能力及物流职业规划,为以后系统学习物流专业课程打下基础。

本书以物流构成要素为主线进行编写。第一章物流认知,主要讲述物流的概念、相关理论、物流产业、物流行业、物流岗位分析及职业规划等;第二章运输,主要讲述常见的运输方式、多式联运及运输方案的合理化;第三章仓储,主要讲述了仓储的概念、仓储作业流程及库存控制管理;第四章装卸搬运,主要讲述了装卸搬运的基本知识及应用;第五章配送,主要讲述配送及配送中心的基本知识及应用;第六章包装,主要讲述了包装的概念、常用的

包装材料及包装方案的设计；第七章流通加工，主要讲述了流通加工的基本知识与应用；第八章物流信息，主要讲述了物流信息的概念，常用的物流技术及物流信息系统；第九章企业物流管理，主要讲述了供应物流、生产物流、销售物流、回收物流、第三方物流及对国际物流的分析。

本书结构还设置有学习目标、导入案例、基本训练、技能演练、专业能力测评等项目。

三、致谢

本书是在很多人的支持下完成的，在此，感谢参加教材编写的所有教师，是他们对本教材的大纲进行了多次审订，并提出了修改意见；感谢书后参考文献的所有作者，感谢他们的资料给予本书的引导；感谢陕西省物流与采购联合会、陕西人人乐集团、中储咸阳分公司等的大力支持与参与。

本书由陕西工业职业技术学院王红艳任主编，负责教材总体设计及统稿工作，陕西工业职业技术学院毛小萌任副主编，陕西工业职业技术学院汽车与物流学院院长李选芒任主审，参编人员有李静、成志平、刘宇哲（均为陕西工业职业技术学院教师）。具体分工为：第一章、第二章、第五章、第七章、第九章由王红艳编写；第三章由毛小萌编写；第四章由成志平编写；第六章由李静编写；第八章由刘宇哲编写。

由于编者水平有限，书中难免有一些缺点和不成熟之处，敬请读者批评、指正。

为方便教学，本书配备电子课件等教学资源。凡选用本书作为教材的教师均可索取，请发送邮件至 cmpgaozhi@sina.com，咨询电话：010-88379375，QQ：945379158。

编 者

目 录

前言	
第一章 物流认知	1
第一节 物流概述	2
第二节 物流岗位认识	9
第三节 物流职业规划	14
第二章 运输	22
第一节 常见的运输作业	23
第二节 多式联运作业	33
第三节 运输方案优化	35
第三章 仓储	42
第一节 仓储概述	43
第二节 仓储基本作业内容	47
第三节 库存控制管理	54
第四章 装卸搬运	60
第一节 装卸搬运概述	60
第二节 装卸搬运作业应用	64
第三节 装卸搬运合理化	67
第五章 配送	72
第一节 配送作业	73
第二节 配送中心	81
第六章 包装	90
第一节 物流包装概述	91
第二节 物流包装材料及包装技术	93
第三节 包装方案的设计	100
第七章 流通加工	108
第一节 流通加工概述	108
第二节 流通加工的主要应用	114
第八章 物流信息	122
第一节 物流信息概述	123
第二节 物流信息技术	125
第三节 物流信息系统	134
第九章 企业物流管理	140
第一节 企业物流	141
第二节 第三方物流与第四方物流	148
第三节 国际物流	152
参考文献	158

第一章

物流认知

【学习目标】

知识目标

- 了解物流的产生过程;
- 理解物流的基本理论;
- 掌握物流的概念;
- 熟悉物流的基本功能和地位;
- 掌握物流产业的概念;
- 了解企业物流岗位设置;
- 了解物流人才的基本素质和能力;
- 掌握物流人才的知识结构;
- 了解物流从业人员职业道德规范的具体内容。

技能目标

- 能正确评判物流管理专业前景;
- 对物流产业有一个整体认识;
- 能全面认知企业物流岗位;
- 根据自身情况制订学习计划,提升知识储备量。

【导入案例】

从超市的货架上随手取下一瓶洗发水,你能想到这瓶洗发水从原材料的购置到在流水线上生产,一直到买到手中为止,中间究竟经过了多少物流环节吗?假如一瓶洗发水价格 100 元,有可能它的生产成本却只有几元钱,为什么会出现这种情况?

第一节 物流概述

一、什么是物流

1. 物与流

物流由“物”和“流”两个基本要素组成，这两个基本要素以其独立形态存在时，有其一般性的解释，两者结合起来之后，其解释便有了限定的含义。因此，为更好地理解“物流”的含义，有必要先对“物”和“流”的概念作出解释。

(1) 物的要素。物流中的“物”的概念是指一切可以进行物理性位置移动的物质资料。这类物质可以是固定形状的，如钢材、水泥、日用品等；也可以是无固定形状的，如石油、天然气等。它包含了以固、液、气3种状态的全部可以进行物理性位移的物质资料。物流中的“物”的一个重要特点就是，必须可以发生物理性位移，而固定的设施、田地、建筑物等，不是物流研究的对象。

有许多对“物”的称谓，往往是出自于片面、狭义的理解，或者仅是上述“物”中的一部分，或者与上述“物”互相包含。此处，对这些称谓与物流中的“物”的异同之处予以明确。

1) 物资。物资在我国是专指生产资料，有时也泛指全部物资资料，较多的是指工业品生产资料。其与物流中“物”的区别在于：“物资”中包含相当一部分不能发生位置移动的生产资料，不属于物流的研究范畴，如建筑设施和土地等。

2) 物料。物料是我国生产领域的专门概念。生产企业习惯将最终产品之外的，在生产领域流转的一切材料、燃料、零部件、半成品、外协件，以及生产过程中产生的边角料、废料及各种废物统称为“物料”。物料具有可移动的性质。因此，生产领域的“物”就是物料。

3) 货物。货物是我国交通领域的专门概念。交通运输领域将其经营的对象分为两大类，一是人，二是物。除人之外，“物”的这一类统称为货物。很显然，这个领域的物具有可移动的特征，即该领域的“物”就是货物。

4) 商品。商品和物流的“物”的概念是互相包含的。商品中的一切可发生移动的物质实体都是物流研究的“物”。需要明确的是，并不是所有的商品都是物流包含的对象，有一部分商品不属于此。例如，作为商品的房产、地产是这类商品的典型代表，因为它们不能发生位移，就不是“物”的范畴。因此，物流的“物”有的是商品，有的是非商品。商品实体仅是物流中“物”的一部分。

5) 物品。物品是生产、办公、生活领域常用的概念。在生产领域中，物品一般指不参加生产过程，不进入产品实体，而仅仅在管理、行政、后勤、教育等领域使用的与生产相关的或有时完全无关的物质实体，如修理工具、搬运工具等；在办公、生活领域中，“物”是指与办公生活有关的所有物品。因此，在这些领域中，物流中所指的“物”，就是通常所称的物品。

总之，物流中所称的“物”，是物质资料世界中同时具备物质实体特点和可以进行物理性位移的那一部分物质资料。

(2) 物流的要素。物流中的“流”，指的是物理性移动，即以地球为参照物的“位移”。很明显，诸如建筑物、未砍伐的森林等由于不会发生物理性移动，不在物流的研究范畴之中。只有当建筑物整体移位或拆移，森林砍伐成木材，建筑物、木材发生了物理性移动，才可以归纳到物流的“流”之中。这样的“流”可以是大范围的，如国际、全国、省际、市际之间，属于中观、宏观运动；也可以是同一地域、同一环境中的微观移动、小范围位移。下面分析物流中的“流”在不同领域的表现形式。

1) 流通领域。流通是以货币为媒介的商品交换，是连接生产与消费的中间环节。这种商品交换伴随有商品所有权的转移，而商品所有权的转移又伴随有商品实体的转移。因此，流通首先是以货币为媒介的购销行为，这是商业行为，我们可以把它称为“商流”；然后是法律意义上的商品所有权归属的转移，商品所有权的变更，并不一定必须将商品从一方交给另一方；最后是商品实体实现这个转移，这个领域才和物流有关。

“流”的概念和“流通”的概念是既有联系又有区别的。其联系在于，流通过程中，物的物理性位移常伴随交换而发生，这种物的物理性位移是最终实现流通不可缺少的物的转移过程。物流中“物”的一个重点领域是流通领域，不少人甚至只研究流通领域，因而干脆将“流”与“流通”混淆起来。

“流”和“流通”的区别主要有两点：一是涵盖的领域不同。“流”不但涵盖流通领域，也涵盖生产、生活等领域，凡是有物发生物理性运动的领域，都是“流”的领域。二是“流通”并不是以其整体作为“流”的一部分，而是以其实物的物理性运动的局部构成“流”的一部分。流通领域中商业活动中的交易、谈判、契约、分配、结算等所谓“商流”活动和贯穿全过程的信息流等都不能纳入到物理性运动之中。

2) 生产领域。物流中的“流”可以理解为生产的“流程”。物料是否按照工艺流程要求进行运动，流程水平高低与否，是生产的管理水平和技术水平的集中体现，对成本和效益、对生产规模影响颇大。生产领域中“流程”的概念不仅反映物流运动，也反映技术、装备的设备及衔接水平，还反映管理和调度水平等问题。因此，生产领域中物之“流”，仍只是“流程”的一个局部。

3) 生活、工作领域。在团体、个人及其家庭的工作、生活中，“流”的含义是生活用品、办公用品等物品在家庭及办公室中放置位置的不断变换，甚至家庭生活与办公过程中的废弃物丢弃（废弃物物流）或再生过程中（回收物流）发生的运动。

4) 军事领域。军事领域的物流是军事后勤非常重要的组成部分。这个领域中的物流，是现代物流研究的非常重要而又非常特殊的一个方面。

二、物流的概念

1. 物流的概念

物流是物品从供应地向接收地的实体流动过程。物流根据实际需要，将运输、储存、装卸、搬运、包装、加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。

物流一词最早出现在 20 世纪初的美国，来源于军事领域，其英文“Logistics”最初的意思是军队的转移、住宿和供给，中国称为“军事后勤”。

2. 现代物流

现代物流是指为满足顾客的需求,对来源点到使用点的货物、服务及相关信息的有效率、有效益的流动及储存进行计划、执行与控制的供应链管理过程。

供应链是指在生产和流通过程中,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络结构。

3. 物流的基本价值

物流主要是通过创造时间价值和场所价值来体现自身价值的。另外,在特定情况下也可以创造一定的流通加工附加价值。

(1) 时间价值。物从供给者到需求者之间本来就存在一段时间差,由于改变这一段时间差创造的价值,称作“时间价值”。物流主要是通过以下三种方式实现其时间价值:

1) 缩短时间差创造价值。缩短物流时间,可以减少物流损失,降低物流消耗,增加物的周转,节约物流成本。如新鲜水产品的供应,必须迅速及时。

2) 弥补时间差创造价值。供给与需求之间存在时间差,可以说这是一种普遍的客观存在,正是有了这个时间差,商品才能取得自身最高价值,才能获得十分理想的效益,才能起到“平丰欠”的作用。但是商品本身是不会自动弥合这个时间差的,如果没有有效的方法,集中生产出的粮食除了当时的少量消耗外,会就地损坏掉、腐烂掉,而在非产出时间,人们就会找不到粮食吃。物流便是以科学的系统方法改变这种时间差,以实现其“时间价值”。

3) 延长时间创造价值。在物流中,通常是以缩短时间差来创造价值,但在某些具体物流中经常会存在人为地、能动地延长物流时间来创造价值。如配合时机销售的物流便是通过有意识地延长物流时间、有意识地增加时间差来创造价值的。

(2) 场所价值。物从供应者到需求者之间有一段空间差,改变这一场所的差别而创造的价值叫做“场所价值”。物流创造的场所价值是由现代社会产业结构、社会分工所决定的,主要原因是供给和需求之间的空间差,商品在不同地理位置有不同的价值,通过物流将商品由低价值区转到高价值区,便可获得价值差,即“场所价值”。场所价值的实现主要有以下几种具体形式:

1) 从集中生产场所流入分散需求场所创造价值。现代生产的一个重要特点就是集中的、大规模的生产,小范围的产品可以覆盖大面积的需求,有时甚至覆盖一个国家乃至若干国家。通过将产品从集中生产的低价值区转移到分散的高价值区,以获得较高的利益。

2) 从分散生产场所流入集中需求场所创造价值。如粮食是在一亩地一亩地上分散生产出来的,而一个大城市的需求却相对大规模集中;一个大汽车厂的零配件生产也分布得非常广,但却集中在一个大厂中装配,这也形成了分散生产和集中需求,物流便依此取得了场所价值。

3) 从低价值生产场所流入高价值需求场所创造价值。如山西的煤深埋在深山中,和泥土、石块一样,没有任何价值。只有经过采掘,输送到别的地方用来作为发电、取暖的燃料时,才能实现其价值。它的使用价值是通过运输克服了空间距离才得以实现的。

(3) 流通加工附加价值。在一定的条件下,物流也可以创造流通加工附加价值。现代物流的一个重要特点是根据自己的优势从事一定的补充性加工活动,如把钢卷剪切成钢板,把

原木加工成板材，把粮食加工成食品，把水果加工成罐头。与生产领域中的加工不同，这种加工活动不是创造商品的主要实体并形成商品，而是带有完善、补充、增加性质的加工活动。这种活动必然会形成劳动对象的附加价值。

4. 物流与商流、资金流、信息流的关系

商流、物流和信息流是流通过程中的四大组成部分，它们之间相互作用又互有区别，它们之间的关系如图 1-1 所示。

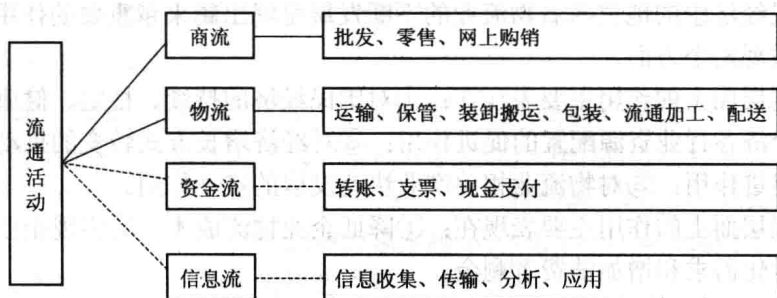


图 1-1 物流与商流、资金流、信息流关系

三、物流的基本功能及地位

1. 物流的基本功能

物流活动是由运输、仓储、包装、装卸搬运、配送、流通加工、信息等多项工作构成，这些工作构成了物流活动的基本功能。

(1) 运输。运输是物流系统中最为重要的功能要素之一，是通过运输手段使货物在不同地域范围间以改变“物”的空间位置为目的的活动，创造场所效用。运输在物流活动中占有重要的地位，是物流的核心，是社会物质生产的必要条件之一，是“第三利润源”的主要源泉。

(2) 仓储。仓储与运输在物流系统中同等重要，可以消除生产和消费之间的时间间隔，产生时间功效。同时，仓储还有调整价格的功能，防止产品过多导致价格的暴跌。因此，仓储具有以调整供需为目的的调整时间和价格的双重功能。

(3) 包装。包装是包装物及包装操作的总称，是物品在运输、保管、交易、使用时，为保持物品的价值、形状而使用适当的材料容器进行保管的技术和被保护的状态。包装是生产的终点，同时也是物流的起点。

(4) 装卸搬运。装卸搬运是指在物流过程中，对货物进行装卸、搬运、堆垛、取货、理货分类等，或与之相关的作业，是应物流运输和保管的需要而进行的作业。装卸搬运本身不创造价值，但装卸搬运的质量影响着物流成本与物流效益。在全部物流活动中只有装卸搬运活动伴随着物流活动的始终。

(5) 配送。配送是面向城市内、区域内、短距离、多频率的商品送达服务。配送是物流中一种特殊的、综合的活动形式，几乎包括了所有的物流功能要素。配送集包装、保管、运输、搬运、流通加工于一身，是物流的一个缩影或在某小范围中物流全部活动的体现。

(6) 流通加工。流通加工是流通中的一种特殊形式，是在流通过程中辅助性的加工活动。流通加工的目的是为了弥补生产过程加工的不足，更有效地满足用户或企业的需要，使产需

双方更好地衔接。流通加工是生产加工在流通领域中的延伸。

(7) 物流信息。物流信息主要是指物流数量、物流地区、物流费用等信息。物流信息是连接运输、仓储、装卸、包装各环节的纽带,如果不能保持物流环节信息的通畅和及时供给,就不能保证物流活动的时间效率和管理效率,就失去了物流的整个效率。物流信息在物流活动中起着“神经系统”的作用。

2. 物流在国民经济中的地位

物流在国民经济中的地位随着物流业的不断发展呈现出越来越重要的作用。其作用主要表现在宏观和微观两个方面。

物流在宏观层面上的作用主要表现在:①对国民经济的持续、稳定、健康发展的保障作用;②对国民经济各行业资源配置的促进作用;③对经济增长方式转变的推动作用;④对区域经济发展的促进作用;⑤对物流业相关产业快速发展的推动作用。

物流在微观层面上的作用主要表现在:①降低企业物流成本;②实现企业竞争战略;③满足消费者多样化需求和增加消费者剩余。

四、基本理论

1. “商流与物流分离”理论

商物分离就是在物资流通过程中将商流和物流活动分离开来,使它们按照各自的规律和渠道进行独立的运动。同一笔物资的流通活动包括两个方面:一方面是商流活动,如洽谈、支付等,商流的特点是灵活、机动、活跃、相对成本低;另一方面是物流活动,如运输、储存等,物流的特点是费人、费事、费成本。商流是非常灵活机动的,但物流则不同,它的每一步运动,都要耗费成本,运动路程越多,耗费成本就越高。因此,为了活跃交易,又为了降低物流成本,商物分离是经济运行规律的必然体现。商物分离实际上是流通总体中的专业分工、职能分工,是通过这种分工实现大生产式的社会再生产的产物。它主要包括:

(1) 商流与物流过程的分离。在经济全球化的趋势下,国际分工越来越深入,商业交易可以在全球范围内进行,甚至可以采用电子商务的形式进行虚拟运作,在这种情形下,商流过程与物流过程的分离,将成为网络经济时代的一个趋势,这种分离在网络时代将越发彻底。

(2) 商流责任人与物流责任人的分离。网络经济时代,由于物流服务供应商的出现,商品的交易双方只进行商流的运作,而物流则由第三方来承担。这种商流运作和物流运作责任人的分离,是网络经济时代商物分离的一个标志。

2. “黑大陆”理论

著名的管理学权威彼得·德鲁克曾经讲过:“流通是经济领域里的黑暗大陆。”德鲁克泛指的是流通,但由于流通领域中物流活动的模糊性尤其突出,是流通领域中人们更认识不清的领域,所以,“黑大陆”说法现在转向主要针对物流而言。“黑大陆”说法主要是指在尚未认识、尚未了解的大陆中,如果理论研究和实践探索照亮了这块黑大陆,那么摆在人们面前的可能是一片不毛之地,也可能是一片宝藏之地。“黑大陆”理论也是对物流本身的正确评价:这个领域未知的东西还很多,理论和实践皆不成熟。

3. “物流冰山”理论

“物流冰山”理论是日本早稻田大学西泽修教授提出来的。他在专门研究物流成本时发现,现行的财务会计制度和会计核算方法都不能掌握物流费用的实际情况,大家只看到物流费用的主体部分。一般来说,企业向外部支付的物流费用是很小的一部分。真正的大头是企业内部发生的物流费用。“物流冰山”说之所以成立,有三个方面的原因:一是物流成本的计算范围太大;二是运输、保管、包装、装卸以及信息等各物流环节中,以哪几种环节作为物流成本的计算对象问题;三是选择哪几种费用列入物流成本中的问题。

4. “第三利润源”理论

“第三利润源”理论主要出自日本,是对物流潜力及效益的描述。人类历史上曾经有两个大量提供利润的领域。一是资源领域,挖掘对象是生产力中的劳动对象。二是人力领域,挖掘对象是生产力中的劳动者。三是物流领域。“第三利润源”理论,反映了日本人对物流的理论认识 and 实践活动。在前两个利润潜力越来越小、利润开拓越来越困难的情况下,物流领域的潜力被人所重视,按时间序列排为“第三利润源”。

5. “效益背反”理论

“效益背反”理论是指物流若干功能要素之间存在着损益的矛盾,即某一项功能成本上升另一项必然会下降;或者说某一项服务水平提高,它就必然会增加其中另一项功能的成本。例如:企业为了满足客户配送速度的需求,在某些区域建立若干个物流据点,这样一来就提升了配送速度,更好地满足客户需求,但另一面是企业因此而增加的物流配送成本(如要在这些区域购买相应车辆和增加管理、工作人员等一系列的成本)。为此,必须注重研究物流的总体效益,使物流系统化,使系统的各个部分有机地结合起来,以最低成本实现最佳效益。

6. “服务中心”理论

该理论认为,物流活动最大的作用并不在于为企业节约了消耗、降低了成本或增加了利润,而在于提高了企业对用户的服务水平,进而提高了企业的竞争能力。因此,在使用描述物流的词汇上选择了“Logistics”(原义后勤)一词,特别强调其服务保障的职能。通过物流的服务保障,企业以其整体能力来压缩成本,增加利润。

7. “供应链管理”理论

进入20世纪90年代,物流环境发生了一系列变化,如顾客需求不断升级,订货周期逐渐缩短,快速反应系统推广应用,市场竞争日趋加剧,营销方式不断更新以及经济全球化到来等。为适应这些变化,供应链管理逐渐受到重视。一般认为,供应链管理是对供应链中的商流、物流、信息流、资金流以及对工作流进行计划、组织、协调与控制。它是一种从供应商开始,经由制造商、分销商、零售商到最终客户的全要素、全过程的集成化管理模式。其目标是从整体的观点出发,寻求建立供、产、销企业以及客户的战略合作伙伴关系,最大限度地减少内耗与浪费,实现供应链整体效率的最优化。

议一议: 下面这次促销活动为什么不成功?

某食品公司的营销人员策划了一次大规模的促销活动。规定客户如果一次购买新上市的

果汁饮料 25 箱, 将会得到企业给予的价格折扣。但是该公司物流工作中的运输环节是采用托盘作业的。一次作业只能装卸 24 箱, 25 箱需要进行两次托盘作业, 这次促销活动给企业带来的直接影响首先是物流费用的大幅增加。活动结束后, 经过整体效益测算, 这次促销活动非但没有取得计划收益, 反而造成了亏损。

五、物流的分类

按照不同的标准物流可作不同的分类, 物流通常可以按以下几种方式分类:

1. 按物流的范畴分为社会物流和企业物流

社会物流属于宏观范畴, 包括设备制造、运输、仓储、装饰包装、配送、信息服务等, 公共物流和第三方物流贯穿其中; 企业物流属于微观物流的范畴, 包括生产物流、供应物流、销售物流、回收物流和废弃物物流等。

2. 根据作用领域的不同分为生产领域的物流和流通领域的物流

生产领域的物流贯穿生产的整个过程。生产的全过程从原材料的采购开始, 便要求有相应的供应物流活动, 即采购生产所需材料; 在生产的各工艺流程之间, 需要原材料、半成品的物流过程, 即所谓的生产物流; 部分余料、可重复利用的物资的回收, 就是所谓的回收物流; 废弃物的处理则需要废弃物物流。

流通领域的物流主要是指销售物流。在当今买方市场条件下, 销售物流活动带有极强的服务性, 以满足买方的需求, 最终实现销售。在这种市场前提下, 销售往往以送达用户并经过售后服务才算终止, 因此企业销售物流的特点便是通过包装、送货、配送等一系列物流实现销售。

3. 根据发展的历史进程分为传统物流、综合物流和现代物流

传统物流的主要精力集中在仓储和库存的管理和派送上, 而有时又把主要精力放在仓储和运输方面, 以弥补在时间和空间上的差异。

综合物流不仅提供运输服务, 还包括许多协调工作, 是对整个供应链的管理, 如对陆运、仓储部门等一些分销商的管理, 还包括订单处理、采购等内容。由于很多精力放在供应链管理上, 综合物流责任更大, 管理也更复杂, 这是与传统物流的区别。

现代物流是为了满足消费者需要而进行的从起点到终点的原材料、中间过程库存、最终产品和相关信息有效流动及储存计划、实现和控制管理的过程。它强调了从起点到终点的过程, 提高了物流的标准和要求, 是各国物流的发展方向。国际上大型物流公司认为现代物流有两个重要功能: 能够管理不同货物的流通质量; 开发信息和通信系统, 通过网络建立商务联系, 直接从客户处获得订单。

4. 根据提供服务的主体不同分为代理物流和生产企业内部物流

代理物流也叫第三物流 (Third Party Logistics, 3PL), 是指由物流劳务的供方、需方之外的第三方去完成物流服务的运作模式。第三方就是提供物流交易双方的部分或全部物流功能的外部服务提供者。

企业内部物流是指一个生产企业从原材料进厂后, 经过多道工序加工成零件, 然后零件

组装成部件,最后组装成成品出厂,这种企业内部物资的流动称为企业内部物流。

5、按物流的流向不同分为内向物流和外向物流

内向物流是企业从生产资料供应商进货所引发的产品流动,即企业从市场采购的过程;外向物流是从企业到消费者之间的产品流动,即企业将产品送达市场并完成与消费者交换的过程。

六、物流传入中国的三个阶段

第一阶段:20世纪80年代初至90年代初。一方面从欧美引入市场营销理论,开始接触物流(Physical Distribution)的概念;另一方面从日本引入市场营销理论,开始接触物流的概念。尽管当时在中国还尚未形成“物流”的概念,但是类似物流的行业是客观存在的,如当时中国的“储运”业与国外的“物流”业很相似。只是限于这个时期中国的经济体制正处于转轨时期,真正意义上的现代物流尚未形成,因此引入传统物流的概念更适合中国的国情。

第二阶段:20世纪90年代中期至90年代末期。一方面由于对外开放力度加大,大量跨国公司进入中国,将现代物流(Logistics)的理念传播给中国;另一方面大量“三资”企业的生产和制造活动开始本地化,对现代物流产生了需求。于是,一批传统储运企业开始向开展综合物流业务的现代物流企业转型。

第三阶段:20世纪末至今。世纪之交的中国经济,一方面由于世界经济一体化进程的推进,以及国际政治、经济、技术和管理对中国经济产生的深刻影响,促进了中国物流业的发展;另一方面由于中国社会主义市场经济体制建设的进程加快,现代物流发展的客观需求和市场环境基本具备。现代物流开始在中国进入全面发展的新阶段。

第二节 物流岗位认识

一、物流产业

1. 物流产业的概念

物流产业是指以物流活动或各种物流支援活动为经营内容的营利性事业。

物流产业不等同于物流活动或是物流业务。物流产业是专业化与社会化的物流活动或物流业务,物流产业的事业内容是组织与组织之间的有关物流或者各种物流支援活动的交易活动,而不是组织内部的物流活动或物流业务。例如,不论是生产企业还是流通企业,都存在大量的物流活动或物流业务,但是这些物流活动或物流业务本身不是物流产业,只有将这些物流活动或物流业务独立化、社会化为一种经营业务,才能称其为物流产业。

物流企业是以物流活动或物流支援活动为事业内容的经营个体,也是物流产业的主体,而物流产业是物流企业的集合,即一组物流企业群;物流企业是微观概念,物流产业是宏观概念。

国家标准 GB/T18354—2006《物流术语》对物流的定义是:“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、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。”可见,物流活动提供的是一种以运输、储存为主的,多种功能相结合的服务活动。因此,物流产业属于广义的服务业范畴。根据三次产业分类法,可以将物流产业归为第三产业范围。这一划分方式得到了广泛认同。

2. 物流产业的形成

我国的物流产业形成主要经历了三个阶段:

(1) 企业内部资源整合和一体化,形成了以企业为核心的物流系统,物流管理也随之成为企业内一个独立的部门和职能领域。

(2) 物流资源整合和一体化转移到相互联系、分工协作的整个产业链条上,形成了以供应链管理为核心的、社会化的物流系统,物流活动逐步从生产、交易和消费过程中分化出来,成为一种专业化的、由独立的经济组织承担的新型经济活动。

(3) 出现为工商企业和消费者提供专业化物流服务的企业,即“第三方物流”企业。

3. 物流产业的构成

根据我国物流产业的现状,物流产业主要由以下领域构成:

(1) 物流基础业。物流基础业主要包括铁路、公路、水运、空运、仓储等部门,这些部门的运力如何合理布局,如何有效连接,是整个物流产业发展的基础。如何整合物流运力资源,合理设置物流设施,发挥整体合力,避免存量资源闲置、增量资源浪费是其重要的设计原则。

(2) 物流装备制造业。物流装备制造业是用高新技术改造传统制造业,提高整个物流系统装备现代化水平的重要产业,大体可以划分为集装设备、货运汽车、铁道货车、货船、货运航空器、仓库设备、装卸机具、输送设备、分拣与理货设备、物流工具生产等行业。

(3) 物流信息业。物流信息业主要由生产物流系统软件、硬件,提供系统管理服务等的企业组成,通过信息传输与客户、制造商、供应商实现资源共享,对物流各环节进行实时跟踪、有效控制与全程管理。物流信息商品化、数据库化、代码化,物流信息处理电子化和计算机化,物流信息传递标准化,物流信息存储系列化、规范化等,都是物流信息业要着重发展的内容。

二、物流行业

随着世界经济的高速发展和全球化趋势的日益突出,现代物流理论和技术已在发达国家得到了空前的应用和发展,并产生了巨大的经济效益和社会效益。物流是一个新生职业,目前就业行情看好,各大城市人才奇缺。现在这个专业,市场缺口很大,过去商品从生产到销售经过好几个批发商,从一级批发商到二级、三级批发商层层剥皮,现在,线上信息一点,就能通过物流公司配货,大大减少中间环节,降低企业成本,所以物流专业很有发展前途。物流行业被业界称为“第三利润源”、被媒体称为“21世纪最大的行业”、被老百姓称为“金饭碗”。2009年2月25日,物流行业成为国务院常务会议审议并原则通过了十大产业振兴规划中的第十个产业。

1. 物流行业特征

(1) 物流行业是一个复合型产业。物流行业是物流资源产业化而形成的一种复合型或聚合型产业,物流资源有运输、仓储、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息平台等,其中运输又包括铁路、公路、水运、航空、管道等。这些资源产业化就形成了运输业、仓储业、装卸业、包装业、加工配送业、物流信息业等。这些资源分散在多个领域,包括制造业、农

业、流通业等。把产业化的物流资源加以整合,就形成了一种新的物流服务业。这是一种复合型产业,也可以叫聚合型产业,因为所有产业的物流资源不是简单的叠加,而是通过优化整合,可以起到 $1+1>2$ 的功效。

(2) 物流行业是生产性服务业。生产性服务业是指为第一、二、三产业的实物生产和服务生产提供服务的产业。我们可以把生产区分为农业生产、工业生产和服务业生产,农业生产产出农产品,工业生产产出工业品,服务业生产产出服务产品。无论是农业生产、工业生产和服务业生产,都需要外购服务作为生产要素投入本企业的生产过程,这些外购服务就构成服务性生产资料。在国际上,一般把 50% 以上产品用于生产的服务部门称为生产性服务业,50% 以上产品用于消费的服务部门称为消费性服务业。在发达国家,生产性服务业在整个服务业的比重超过 60%,其发展速度也明显快于消费性服务业,特别是金融、物流、运输、信息、商务服务发展最快。

2. 物流行业的构成

物流行业主要由四大行业构成:

(1) 交通运输业。交通运输业不但包括各种不同运输形式的小行业,而且实际还包含为主体交通运输起支撑、保证、衔接作用的许多行业,交通运输业本身便是一种综合若干小行业的大行业,这是物流业的主体行业。

(2) 储运业。储运业是以储存为主体兼有多种职能,包含若干小行业,也包括某些和储存联系密切的运输业。从规模上看,我国储运业规模远小于交通运输业的规模。

(3) 通运业。通运业是国外物流业中主要的一个行业,我国该行业刚刚诞生,还没有达到一定规模。这是物流中发展较快的一个行业,在国外已达到了较大规模。通运业是货主和运输业之外的第三者从事托运和货运委托人的行业,各种运输业除了直接办理承运手续以外,都由通运业从事委托、承办、代办等实现货主的运输要求。

(4) 配送业。配送业是以配送为主体的各类行业,这个行业主要从事大量商流活动,是商流、物流一体化的行业。

三、物流岗位

不同的物流企业为了满足不同顾客的需求,所设置的物流岗位会有所不同。下面就以六个典型物流企业岗位设置为例:

1. 市场拓展部

(1) 市场拓展经理工作内容

- 市场调研管理
- 市场分析与管理
- 销售管理
- 客店管理
- 部门管理与团队建设

(2) 市场主管的工作内容

- 市场调研管理
- 市场策划
- 组织实施市场推广活动

(3) 业务主管的工作内容

- 销售计划管理
- 销售信息管理