



高等学校电子商务专业规划教材

电子商务物流管理

丁振凡 李卓群 编著



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

高等学校电子商务专业规划教材

电子商务物流管理

丁振凡 李卓群 编著

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

本书根据目前电子商务专业、物流专业及相关管理专业的需要,从电子商务物流管理的角度,系统论述了物流与物流管理的基本理论及电子商务模式下的物流管理,并在此基础上编写了六个情景案例。每个案例都生动展现了在电子商务公司中出现的物流问题,可以使学生把理论知识与实际案例结合起来,从而更好地理解理论知识。

本书适合作为高等院校电子商务专业教材,也可作为管理类、经济类等非电子商务专业本科生、专科生相关课程教材或教参,对当前从事物流管理和电子商务的人员同样具有参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务物流管理 / 丁振凡, 李卓群编著. —北京: 中国铁道出版社, 2009. 3

高等学校电子商务专业规划教材

ISBN 978-7-113-09417-1

I. 电… II. ①丁…②李… III. 电子商务—物流—物资管理—高等学校—教材 IV. F713.36 F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 012804 号

书 名: 电子商务物流管理
作 者: 丁振凡 李卓群 编著

策划编辑: 严晓舟 秦绪好

责任编辑: 翟玉峰

编辑助理: 辛 杰 张 丹

封面设计: 付 巍

编辑部电话: (010) 63583215

封面制作: 白 雪

责任印制: 李 佳

出版发行: 中国铁道出版社 (北京市宣武区右安门西街 8 号 邮政编码: 100054)

印 刷: 中国铁道出版社印刷厂

版 次: 2009 年 3 月第 1 版 2009 年 3 月第 1 次印刷

开 本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 17.5 字数: 413 千

印 数: 3 000 册

书 号: ISBN 978-7-113-09417-1/TP·3049

定 价: 28.00 元

版权所有 侵权必究

本书封面贴有中国铁道出版社激光防伪标签, 无标签者不得销售

凡购买铁道版的图书, 如有缺页、倒页、脱页者, 请与本社计算机图书批销部调换。

前 言

21 世纪, 电子商务迅速成长, 由此暴露出物流是电子商务发展的瓶颈, 没有物流, 电子商务只能是一张空头支票, 电子商务的发展离不开现代物流的支持。另一方面, 随着竞争的加剧, 生产、商业领域所能获得的利润越来越少, 作为第三方利润的来源, 物流越来越被人们所重视, 而物流的发展离不开电子商务技术的支持。在电子商务环境下, 物流业必须采取新的发展策略, 因此, 电子商务与物流是紧密相联的两个学科。电子商务下的物流及其管理已经超过了传统的物流管理, 是需要特别研究的新领域。正是由于这样的原因, “电子商务物流管理”课程应时代的要求而出现。

本书作为电子商务专业教材, 立足电子商务环境下发展物流的视角, 系统论述了物流与物流管理的基本理论, 详细阐述了电子商务下物流管理的实施策略, 并在此基础上设计了六个情景案例。本书的章节结构是按照由浅入深的思路安排的, 分为四篇。第一篇绪论从全局的角度介绍现代物流管理、物流与电子商务的关系, 让学生对现代物流有一个整体的认识; 第二篇基础知识详细介绍电子商务中涉及的物流基础知识, 包括仓储与库存管理、运输管理、配送与配送网络及物流管理技术管理; 第三篇战略实施论述电子商务物流管理必须从供应链管理角度出发, 建立完善可靠的信息系统, 选择正确的电子商务模式; 第四篇情景案例以一个电子商务公司为背景, 通过六个情景案例, 展现一个电子商务公司可能出现的物流管理问题。可以应用第一篇~第三篇学习的知识对第四篇涉及的问题进行讨论、分析, 并且每篇案例后都有案例讨论及案例点评。

本书由长期在高等院校进行电子商务物流教学的教师, 从总结经验、研究与提升的角度出发编著成书, 具有较高的理论水平, 并具有较好的教学效果。

本书由华东交通大学丁振凡和李卓群等编著。丁振凡教授对本书的框架结构、各章节的内容进行了总体策划, 并对本书进行了统稿、修改和定稿。参加编写的人员有: 华东交通大学教授丁振凡(第1、2章); 华东交通大学教师李卓群(第5、6、7、8、9章和第四篇); 华东交通大学教师李蓉(第3章); 华东交通大学教师段楠楠(第4章)。

在本书的编写过程中, 参考或引用了一些专家学者的资料, 谨在此对他们表示衷心的感谢。

由于时间仓促和编者水平有限, 书中难免有不妥之处, 敬请读者予以批评指正。

编 者

2009 年 1 月

目 录

第一篇 绪 论

第 1 章 现代物流的基本理论	3
1.1 物流的概念和内涵	3
1.1.1 物流活动	3
1.1.2 传统物流概述	4
1.1.3 现代物流概念和内涵	4
1.2 物流基础学说	6
1.2.1 商物分离	7
1.2.2 黑大陆和物流冰山说	8
1.2.3 第三利润源说	8
1.2.4 效益背反说和物流的整体观念	9
1.2.5 管理中心学说	10
1.3 物流的功能	10
1.3.1 物流的基本功能	10
1.3.2 物流的增值服务功能	12
1.4 现代物流系统论	13
1.4.1 现代物流系统概述	14
1.4.2 现代物流系统的 5S 目标	14
1.4.3 现代物流系统的构成	15
1.5 物流在国民经济中的作用与地位	15
思考题	17
第 2 章 电子商务与物流的关系	18
2.1 电子商务对物流的影响	18
2.1.1 电子商务是一场商业大革命	18
2.1.2 电子商务提升了物流业的高度	19
2.1.3 电子商务下物流需求的新变化	20
2.1.4 电子商务对物流时效性的要求	22
2.1.5 电子商务对物流环节的影响	22
2.2 物流在电子商务中的地位与作用	23
2.2.1 物流业是电子商务的支点	23
2.2.2 物流现代化是电子商务的基础	24
2.2.3 物流是实施电子商务的关键	25
2.3 电子商务下的物流管理的内容	26
2.3.1 电子商务下的物流管理目标	26
2.3.2 电子商务物流系统	27

2.3.3	电子商务物流过程	28
2.3.4	电子商务下的物流管理方法	28
2.4	电子商务与物流关系实例分析	29
2.4.1	亚马逊简介	29
2.4.2	亚马逊生死簿	29
2.4.3	亚马逊成长时期的物流策略	30
2.4.4	亚马逊成熟时期的物流策略	31
2.4.5	亚马逊“沉浮”的原因探析	32
思考题		32
第二篇 基础知识		
第3章	仓储与库存管理	35
3.1	仓库概述	35
3.1.1	仓库的概念与分类	35
3.1.2	仓库的功能	36
3.1.3	仓库储存能力	38
3.1.4	商品保管合同	39
3.2	仓库作业管理	40
3.2.1	仓库作业过程管理	40
3.2.2	商品入库作业管理	41
3.2.3	商品保管作业管理	42
3.2.4	商品出库作业管理	46
3.3	库存管理概述	47
3.3.1	库存的概念与分类	47
3.3.2	库存管理	48
3.4	库存管理的基础方法	51
3.4.1	ABC 分类管理法	51
3.4.2	定量订货管理法	53
3.4.3	定期订货管理法	54
3.5	库存订货量的确定方法	56
3.5.1	理想经济订货批量模型	56
3.5.2	有折扣的经济订货批量模型	57
3.5.3	推迟购买的经济订货批量模型	58
3.5.4	价格上涨情况下的经济订货批量模型	59
思考题		61
第4章	运输管理	62
4.1	运输概述	62
4.1.1	运输的基本概念	62
4.1.2	运输的特征	62
4.1.3	运输基础设施的构成	63

4.1.4 运输的功能与原理	64
4.2 五种现代化运输方式	65
4.2.1 五种现代化运输方式的基本特征	65
4.2.2 五种现代化运输方式的特征比较	68
4.3 集装箱运输与多式联运	68
4.3.1 集装箱运输概述	69
4.3.2 集装箱标准及技术参数	71
4.3.3 集装箱运输组织	72
4.3.4 多式联运概述	73
4.4 商品合理运输	76
4.4.1 商品不合理运输的表现形式	76
4.4.2 组织商品合理运输的途径与方法	77
4.5 运输优化的基本方法	79
4.5.1 最短路问题	79
4.5.2 运输规划的数学方法	82
4.5.3 中国邮递员问题	88
思考题	89
第5章 配送与配送网络	90
5.1 配送概述	90
5.1.1 配送的概念与特点	90
5.1.2 配送的功能	91
5.1.3 配送对电子商务的意义与作用	92
5.1.4 配送网络	93
5.1.5 配送模式和服务方式	94
5.2 配送作业	97
5.2.1 订单处理作业	97
5.2.2 分拣作业	97
5.2.3 补货作业	98
5.2.4 配货作业	99
5.2.5 送货作业	100
5.3 配送合理化	100
5.3.1 配送合理化	100
5.3.2 配送合理化的优化方法	101
思考题	105
第6章 物流技术管理	106
6.1 物流技术概述	106
6.1.1 物流技术的概念与分类	106
6.1.2 物流技术的应用与发展	107
6.2 常用电子商务物流技术介绍	109

6.2.1 自动化仓库系统	109
6.2.2 搬运机器人	114
6.2.3 自动导引车	116
6.2.4 EDI 技术	121
6.2.5 条形码技术	124
6.2.6 全球卫星定位系统 (GPS) 与地理信息系统 (GIS)	127
6.2.7 无线射频技术	130
6.2.8 物流标准化技术	131
思考题	133

第三篇 战略实施

第 7 章 供应链管理概述	137
7.1 供应链基础	137
7.1.1 供应链的定义	137
7.1.2 供应链的结构模型	138
7.1.3 供应链的特征	139
7.2 供应链管理	139
7.2.1 供应链管理的概念	140
7.2.2 供应链管理的基本思想	140
7.2.3 供应链管理的一些关键问题	141
7.3 供应链管理中的战略合作伙伴关系	142
7.3.1 供应链合作伙伴关系的含义	142
7.3.2 建立供应链合作伙伴关系的重要意义	143
7.3.3 供应链合作伙伴的选择	145
7.4 供应链管理方法	148
7.4.1 JIT 技术	148
7.4.2 快速反应	150
7.4.3 有效客户反应 (ECR)	153
7.5 供应链管理游戏——啤酒游戏	157
7.5.1 啤酒供应链管理游戏 (初级)	157
7.5.2 啤酒供应链管理游戏 (二级)	158
思考题	158
第 8 章 电子商务环境中的物流模式	159
8.1 电子商务环境下的自营物流	159
8.1.1 自营物流的概述	159
8.1.2 自营物流的优势和劣势	160
8.2 第三方物流	161
8.2.1 第三方物流产生的原因	161
8.2.2 第三方物流的内容	162
8.2.3 第三方物流服务业给企业带来的优势	164

8.2.4	发展第三方物流的重要意义	165
8.2.5	我国第三方物流业的发展现状	166
8.3	第四方物流	169
8.3.1	第四方物流产生的原因	170
8.3.2	第四方物流的特点	171
8.4	电子物流与绿色物流	172
8.4.1	电子物流	172
8.4.2	绿色物流	175
	思考题	176
第 9 章	物流信息系统的分析与设计	177
9.1	物流信息系统概述	177
9.1.1	物流信息	177
9.1.2	物流信息系统	184
9.1.3	物流信息系统开发原则与步骤	187
9.2	物料需求计划 (MRP)	190
9.2.1	MRP 的基本概念	190
9.2.2	MRP 处理逻辑	196
9.2.3	MRP 生产数据库	202
9.2.4	MRP 的发展	205
9.3	分销需求计划 (DRP)	206
9.3.1	DRP 概述	207
9.3.2	DRP 基本理论	210
9.3.3	DRP 数据库	214
9.4	配送中心物流管理信息系统	216
9.4.1	配送中心物流管理信息系统的总体结构	216
9.4.2	采购入库管理系统	217
9.4.3	销售出库管理系统	218
9.4.4	经营实绩管理系统	219
9.5	钢材加工配送中心管理信息系统	220
	思考题	228

第四篇 情景案例

案例一	库存多少最合适	231
案例二	仓库拣货中遇到的难题	238
案例三	运输路径的选择	245
案例四	JIT 技术的应用	251
案例五	高效中转站是如何炼成的	258
案例六	寻找物流外包的界线	264
参考文献		270

第一篇 绪 论

21 世纪,电子商务迅速成长,由此暴露出物流是电子商务发展的瓶颈,电子商务的发展离不开物流的支持。另一方面,随着竞争的加剧,生产、商业领域所能获得的利润越来越少,作为第三方利润的来源,物流越来越被人们所重视,而物流的发展离不开电子商务技术的支持。因此,电子商务与物流是紧密相联的两个学科。学习电子商务必须了解物流的相关知识。

由于物流学科的知识体系较大,本篇从全局的角度介绍现代物流管理及物流与电子商务的关系,让学生对现代物流有一个整体的认识。

第 1 章

现代物流的基本理论

要了解电子商务中的物流管理，首先应理解现代物流的基本概念及相关理论。本章介绍了物流的概念及其内涵，并对物流的功能及物流系统做了简要的分析，重点介绍了物流的基础学说。通过了解学术界关于物流基本理论的总结，可以更好地理解物流的概念及其重要意义。

1.1 物流的概念和内涵

自从社会出现了商品交换，便有了物流活动。经济活动离不开物的流通，物流是与商流联系在一起并随着市场经济的发展而发展的。伴随着物流活动的发展，物流概念也经历了由传统物流、后勤管理到现代物流概念的发展历程。

1.1.1 物流活动

简单地讲，物流就是物的流动。这里的“物”指的是实物资料；“流”指的是实物资料在空间的移动。英文一般用 Logistics 一词表示。先看下面的例子：

- 商品在两地之间的运输。
- 货物在仓库的储存。
- 原材料在工厂内的装卸搬运。
- 对商品的包装。
- 将商品分切成不同部位，并送到超市。
- 天然气的管道输送。

这些都属于物流活动。物流是一门交叉学科，与以下学科都有关联：城市规划、生产管理、运筹学、设施规划与设计、国际贸易、机械工程、建筑学、管理学、系统工程、会计、价格学、统计学等。

市场经济的发展依靠社会分工的支持，社会分工的广度又依存于市场的扩大，而市场的扩大又由物流活动所支撑。在市场经济发展的成熟阶段，因为市场较历史任何时期都要发达、广阔，因而生产与消费之间的时间、场所分离越来越大，物流活动作为联结这种分离的环节，其地位越来越重要，其发展比以往任何一个时期都要快。

1.1.2 传统物流概述

物流最原始、最根本的含义是物的实体运动。从这一方面来讲,物流历史的存在和人类历史一样久远。但以前人们并没有把物流活动作为一门学科进行研究,可以称其为传统物流。

1. 传统物流概念的产生

物流活动自古有之,但直至 18 世纪工业革命,西方企业管理者仍将其注意力集中在企业的生产领域。19 世纪以后,随着社会生产力的逐步提高,西方企业的注意力才开始逐步向营销领域转移。在当时,美国等西方一些国家在经济危机的背景下已显现出生产大量过剩和需求严重不足的市场萧条状态,使企业开始重视营销问题和营销中的物流问题。1915 年,美国的阿奇·肖在《市场流通中的若干问题》一书中就提到“物流”一词,并指出市场营销具有需求生成(demand creation)和实物供应(physical supply)两大功能,堪称现代物流概念的早期萌芽,但此时的物流指的只是销售过程中的物流,即流通物流。

直至 20 世纪 30 年代初,物流概念还主要以“实物供应”一词出现在西方市场营销的基础教科书中,其内涵包括物资运输、物资储运等业务。此后,“实物供应”一词逐渐被“实物分配”所取代,物流概念开始显露雏形。1935 年,美国销售协会阐述了实物分配(physical distribution, PD)的概念:“实物分配是包含于销售之中的物质资料和服务,在从生产场所到消费场所的流动过程中所伴随的各种经济活动。”可见,在最初的物流概念中,物流和市场营销中的实体分配有关,即和商品的实体流动相联系,这是传统意义上的物流概念。

2. 传统物流概念的发展

第二次世界大战期间,美国根据军事上的需要,在军火的供应中,首先采用了后勤管理(logistics management)这一概念,对军火的运输、补给、调配等进行全面管理,对战争的胜利起到了保障作用。第二次世界大战后,后勤学逐渐形成了单独的学科,并相继发展为“后勤工程”(logistics engineering)、“后勤分配”(logistics of distribution)等学科。1963 年,韦勃斯特把后勤定义为“军事装备、物资、设施与人员的获取、供给和运输”。1970 年,美国空军在一份技术报告中将后勤学的含义表述为“除了军需物资的订购、生产计划、采买、库存管理、配给、输送、通用外,还包括规格化、品质管理等军事作战行动所必需的资料管理。”后勤管理的方法后来被引入工业部门和商业部门,被人们称为“工业后勤”和“商业后勤”,其定义中包括下列一些业务活动: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。这时的后勤一词已经不仅是军事上的含义了,已经等同或接近于现代物流。

通过上述可以看到,物流在概念上随着时间的推移出现了一定变化。

1.1.3 现代物流概念和内涵

与传统物流相对应,现代物流考察的重点已从实体运动转向了在此基础上建立的物流科学、物流技术、物流管理等诸多内容。

1. 现代物流概念产生的背景

进入 20 世纪 80 年代以后,随着社会经济的高速发展,物流所面临的经济环境有了很大变化,它表现在:

① 市场经济的快速发展和经济规制的缓和,为物流的进一步发展提供了更大的机会,企业

之间的竞争不再停留在技术、质量和价格领域,更延伸到了物流领域。

② 信息技术的急速发展和革新,不仅使业务的效率化和作为决策支持信息系统的构筑成为可能,同时也使企业的组织构造发生了改变,企业由纵向一体化向横向一体化发展,不仅成为可能,更是一种趋势,基于供应链的物流活动成为了现代经济活动的重要特征。

③ 新经济时代下,客户需求个性化、市场变化快速化,使快速响应成为现代企业应对竞争所必需的关键能力。这种变化对物流产生了更高的要求,以最低的成本、最快的速度、提供较高的顾客服务,是现代物流的基本要求。

④ 经济全球化的发展,使物流逐步跨越了国境,正因为如此,在要求物流能对生产和销售给予有效支持的同时,还应该具备在不同国家、地区间充分发挥其专业优势的能力。

在这种背景下,原来狭义的物流概念受到了前所未有的挑战和批判,一是传统的狭义物流观念只重视商品的供应过程,而忽视了与生产有关的原材料和部件的采购物流,而后者在增强企业竞争力方面居于很重要的地位,因为原材料以及部件的采购直接关系到生产的效率、成本和创新;二是传统的物流是一种单向的物质流通过程,即商品从生产者手中转移到消费者手中,而没有考虑商品消费之后包装物或包装材料等废弃物品的回收以及退货所产生的物流活动;三是传统物流只是生产销售活动的附属行为,并着重于物质商品的传递,从而忽视了物流对生产和销售在战略上的能动作用,特别是随着准时制生产(just-in-time)管理体系在世界范围内的推广,使得以时间为中心的竞争变得愈加重要,物流行为直接决定了生产决策。

2. 现代物流的概念

与上述环境的变化和对传统物流的批判相对应,1984年美国物流管理协会正式将物流这个概念从physical distribution改为logistics,并将现代物流定义为“为了符合顾客的需求,将原材料、半成品、完成品以及相关的信息从发生地向消费地流动的过程,以及为使保管能有效、低成本地进行而从事的计划、实施和控制行为”。

这个定义的特征是强调了顾客满意度、物流活动的效率性,以及将物流从原来的销售物流扩展到了采购物流、企业内部物流和销售物流。此后,物流的概念又得到进一步的发展。1991年11月,荷兰乌德勒支市举办了第九届物流国际会议,在这次会议上,人们对物流的内涵进行了更多的拓展,不仅接受了欧美的现代物流概念(logistics),认为物流应包括生产前和生产过程中的物质、信息流通过程,而且还向生产之后的市场营销活动、售后服务、市场组织等领域发展。显然,物流概念的扩展使物流不仅包括了与销售预测、生产计划的决策、在库管理、顾客订货的处理等相关的生产物流,还延伸到了与顾客满意相关的各种营销物流活动。

物流的概念与行业 and 经济发展状况相关,不同行业、不同国家对物流的定义有所不同,在理解物流概念时应与具体的时代背景、经济背景以及行业背景相联系。

下面是几个典型的物流的概念:

(1) 美国物流管理协会

物流是供应链流程的一部分,是为了满足消费者需求而对货物、服务及相关信息在起始点与消费地之间高效率、高效益的正向与逆向流动和存储进行的计划、执行和控制的活动。

(2) 美国物流工程师学会

物流是与需求、设计、资源供给与维护有关,以支持目标、计划及运作的科学、管理、工程及技术活动的艺术。

(3) 日本物流协会

物流是一种对原材料、半成品和成品的有效流动进行规划、实施和管理的思路,它同时协调供应、生产和销售各部门的个别利益,最终达到满足客户的需求。

(4) 中华人民共和国国家标准《物流术语》

物流是指物品从供应地向接收地的实物流动过程。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。

从上述介绍的物流概念中可以看到不同的时期、不同的国家对物流概念的理解有所不同,但是它们反映出以下几个基本点:

- ① 物流概念的形成和发展与社会生产、市场营销、企业管理的不断进步密切相关。
- ② 物流的核心是“实物流动”。
- ③ 物流的功能主要以运输、储存、装卸、包装、流通加工、配送以及信息等所构成。

3. 现代物流概念的内涵

① 现代物流是指有关“物”的流通的经济活动。

现代物流是将货物由供应者向需求者的物理性移动,包括运输、仓储、装卸搬运、包装、流通加工、配送等活动,是从供应开始经各种中间环节的转让及拥有而到达最终消费者手中的实物运动,并以此实现社会商品的流通。

② 现代物流是关于“物”的信息活动过程。

伴随物资的流通将产生大量的信息。具体地说,物流是与上述运输、仓储、装卸搬运、包装、流通加工、配送等物资流通活动相关的信息活动。物流要将一定数量的产品在适当的地方用适当的价格供给消费者,就需要借助物流信息,进行各种过程的统一和综合,才能整体性地完成物流。所以,物流是一个借助通信方式控制仓库场所、运输方式、保管方法、加工配送等方面内容的系统。

③ 现代物流是创造时间价值和场所价值的经济活动。

物流过程克服了时间和空间的距离,联结供给主体和需求主体,从供应、生产、搬运、仓储到销售,在各个不同环节上创造价值,使这一过程中一切有形无形的资本获得增值;所以,它是物资在物理性移动中创造经济价值的活动。例如,将产品运输到消费者需要的场所,或在产品流通过程中再加以分类包装,就可以方便消费者购买,使产品真正变成商品。

④ 现代物流是利用现代信息技术将多种活动有机整合的集成性活动。

物流过程也是实现组织目标的过程,要对这一过程进行计划、控制和组织,既要满足顾客需要,又要实现自身盈利。在实现物的流动中包括运输、仓储、装卸搬运、流通加工、包装、配送等实物处理的过程,这些处理过程形成了环环相扣的链接整体。另外,在物的运动中,要靠信息活动来统一和协调,借助信息技术手段实现物的流动科学化和数字化,降低物流活动的成本。因此,可以说物流是产品流、商流、信息流的相互融合和统一。

1.2 物流基础学说

近几十年来,国内外学术界在对物流理论与实践的分析和研究中虽然是较广阔,题目复杂繁多,但是总的来说形成了一定的共识,并可以归纳为以下几大理论和学说。

1.2.1 商物分离

商物分离是物流科学赖以存在的先决条件。所谓商物分离,是指流通中两个组成部分——商业流通和实物流通按照各自的规律和渠道独立运动。

社会进步使流通从生产中分化出来之后,并没有结束分化及分工的深入和继续。现代大生产的分工和专业化是向一切经济领域中延伸的。列宁在谈到这个问题时提出:“分工不仅把每一种产品的生产,甚至把产品的每一部分的生产都变成专门的工业部门——不仅把产品的生产,甚至把产品制成消费品的各个工序都变成专门的工业部门”。这种分化、分工的深入也表现在流通领域,比专业化流通这种分工形式更重要的分工是流通职能的细分。流通统一体中实际上有不同的运动形式,这一点马克思早有所论述,并将之区分为“实际流通”和“所有权转让”。他说:“要使商品实际进行流通,就要有运动工具,而这是货币所不能做到的。商品的实际流通,在空间和时间上,都不是由货币来实现的。货币只是实现商品的价格从而把商品所有权转让给买主,转让给提供交换手段的人。货币使其流通的不是商品,而是商品所有权证书”。

第二次世界大战之后,在流通过程中,上述两种不同形式出现了更明显地分离,从不同形式逐渐变成了两个有一定独立运动能力的不同运动过程,这就是所称的“商物分离”。“商”,指“商流”即商业性交易,实际是商品价值运动,是商品所有权的转让;流动是“商品所有权证书”,是通过货币实现的;“物”指“物流”,即马克思讲的“实际流通”,是商品实体的流通。

本来,商流、物流是紧密地结合在一起的,进行一次交易,商品便交易一次,商品实体便发生一次运动,物流和商流是相伴而生并形影相随的,两者共同运动,取同样过程,只是运动形式不同而已。在现代社会诞生之前,流通大多采取这种形式,甚至今日,这种情况仍很常见。

商物分离前后差别如图 1-1 所示。如果,物流以本身的特殊性与商流过程分离,就会比商流过程完全一致合理得多。

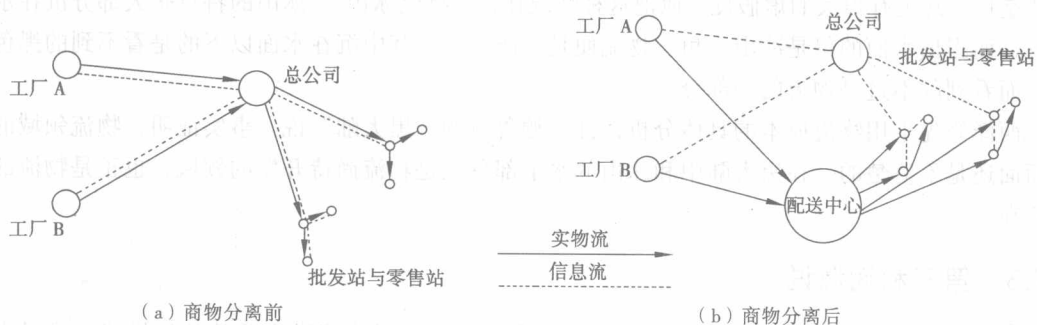


图 1-1 商物分离前后对比

商流和物流也有其不同的物质基础和不同的社会形态。从马克思主义政治经济学角度看,在流通这一统一体中,商流明显偏重于经济关系、分配关系、权力关系,因而属于生产关系范畴。而物流明显偏重于工具、装备、设施及技术,因而属于生产范畴。

所以,商物分离实际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。这是物流科学中重要的新观念。

物流科学正是在商物分离基础上才得以对物流进行独立的考察,进而形成的科学。

但是,商物分离也并非绝对的。在现代科学技术有了飞跃发展的今天,优势可以通过分工获

得,优势也可以通过趋同获得,“一体化”的动向在原来许多分工领域中变得越来越明显。在流通领域中,发展也是多形式的,绝对不是单一的“分离”。

事实上,有一些国家的学者和一些领域中的操作都提出了商流和物流在新基础上的一体化的问题,欧洲一些国家对物流的理解本来就包含企业的营销活动,即在物流研究中包含着商流。在物流的一个重要领域——配送领域中,配送已成了许多人公认的既是商流又是物流的概念。在企业中,最初是把独立设置物流部门看成一种进步;而现在,则更多地进行综合的战略管理,已不单独分离其功能,这也是很值得重视的。

1.2.2 黑大陆和物流冰山说

著名的管理学权威 P.F.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。但是,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加认识不清的领域。所以,“黑大陆”说现在转向主要针对物流而言。

“黑大陆”说主要是指尚未认识、尚未了解,在黑大陆中,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”说是对20世纪中期在经济界存在的不科学说法的一种反对和批判,指出在当时资本主义繁荣和发达的状况下,科学技术也好,经济发展也好,都远未有止境;“黑大陆”说也是对物流本身的正确评价。这个领域未知的东西还很多,理论和实践都不成熟。

从某种意义上看,“黑大陆”说是一种未来学的研究结论,是战略分析的结论;带有很强的哲学抽象性,这一学说对于研究这一领域起到了启迪和动员的作用。

物流冰山说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可能掌握物流费用的实际情况,因而人们对物流费用的了解是一片空白,甚至有很大的虚假性,他把这种情况比做“物流冰山”。冰山的特点是大部分沉在水面之下,而露出水面的仅是冰山一角。物流便是一座冰山,其中沉在水面以下的是看不到的黑色区域,而看到的不过是物流的一部分。

西泽修先生用物流成本的具体分析论证了德鲁克的“黑大陆”说。事实证明,物流领域的方方面面还是不清楚的,在黑大陆中和冰山的水下部分正是物流尚待开发的领域,也正是物流的潜力所在。

1.2.3 第三利润源说

“第三利润源”学说主要出自日本。“第三利润源”是对物流潜力及效益的描述。经过半个世纪的探索,人们已肯定认为这“黑大陆”说虽不清楚,但绝不是“不毛之地”,而是一片富饶之源。尤其是在经受了1973年石油危机的考验后,物流已牢牢树立了自己的地位,今后要解决的问题是进一步开发了。

从历史发展来看,人类历史上曾经有过两个大量提供利润的领域。第一个是资源领域,第二个是人力领域。资源领域起初是廉价原材料、燃料的掠夺或获得,其后则是依靠科技进步、节约消耗、节约代用、综合利用、回收利用乃至大量人工合成资源而获取高额利润,习惯称之为“第一利润源”。人力领域最初是廉价劳动,其后则是依靠科技进步提高劳动生产率,降低人力消耗或采用机械化、自动化来降低劳动耗用从而降低成本、增加利润,这个领域习惯称做“第二利润源”。