



高职高专市场营销专业系列规划教材

物流管理概论

郑承志 刘 宝 主编
申纲领 主审

Introduction to
Logistics Management



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>



高职高专市场营销专业系列规划教材

物流管理概论

郑承志 刘 宝 主编
申纲领 主审

Introduction to
Logistics Management

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 · BEIJING

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

物流管理概论 / 郑承志, 刘宝主编. —北京: 电子工业出版社, 2007.5
(零距离上岗·高职高专市场营销专业系列规划教材)
ISBN 978-7-121-03464-0

I. 物… II. ①郑… ②刘… III. 物流—物资管理—高等学校: 技术学校—教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 049742 号

策 划: 晋 晶

责任编辑: 陈 晶

印 刷: 北京市通州大中印刷厂

装 订: 三河市鹏成印业有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 15.75 字数: 307 千字

印 次: 2007 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 25.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

高职高专市场营销专业系列规划教材

编 委 会

特约顾问 方光罗（安徽商贸职业技术学院）

万 融（中国人民大学）

主 任 杜明汉（山西财贸职业技术学院）

编 委 汪永太 郑承志 秦宗槐 段广建

孙金霞 张丁卫东 刘厚钧 李留法

申纲领 付春雨 刘 宝 韩宝森

白爱莉

● 出版说明 ●

作为现代高等教育的重要组成部分的高职高专教育可以说是与经济建设、劳动就业联系最紧密、最直接的。它承担着为高新技术转化和传统产业升级提供智力支持的重任,承担着提高劳动者的就业能力和创业能力、促进劳动就业的责任。近年来,我国高职高专教育有了很大的发展,为生产、建设、管理、服务第一线培养了大批技术型和应用型专门人才,为我国经济发展和社会进步起到了重要的推动作用。

高职高专教育以培养高技能人才作为教学目标,因此,与普通本科教育相比,有自己鲜明的特点:①理论知识以“必需”、“够用”为度;②以服务为宗旨,以就业为导向,以产学研结合为途径,以培养实际操作能力为核心;③实践教学在教学计划中占较大比重,注重学生职业能力的培养,实现“零距离上岗”,即学生毕业进入企业后,不再需要专门的上岗培训,直接就可以上岗,从而实现人才培养与上岗就业的零距离。

为了真正实现高职高专教育与上岗就业零距离的目标,许多高职高专院校正在逐步深化教学改革,改革方案里提出要适当规模地控制基础理论课程教学的深度与广度,加强校内模拟实训室和校外实习基地建设,强化技能培训,熟悉岗位要求,增强学生择业就业能力,增加学生的就业机会。

教学改革,教材先行。为了推动我国高职高专教育教学改革向“以培养职业能力为中心,理论和实践并重”的方向发展,在国家教育部的指导下,电子工业出版社在全国范围内组织并成立了“全国高职高专教学研究与教材出版编委会”(以下简称“教学研究与教材出版编委会”),旨在研究高职高专教学目标、教学规律,以及与教学改革配套的教材建设,规划教材出版工作。教学研究与教材出版编委会的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明和办学实力强的普通高校、高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及本科院校主办的二级职业技术学院,而教材的编者和审定者则均来自从事高职高专和成人高等教育教学与研究工作第一线的优秀教师和专家。

教学研究与教材出版编委会根据《国务院关于大力发展职业教育的决定》和《教育部

关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》的文件精神，以及上岗就业零距离的教学目标，规划了这套“零距离上岗·高职高专系列规划教材”，力求能够反映高职高专课程和教学内容体系改革方向，按照突出应用性、实践性的原则优化系列教材结构；力求教材能够体现新知识、新技术、新工艺、新方法，突出教材内容的新颖性、基础理论知识的应用性和实践技能的培养。教材中的基础理论以“必需”、“够用”为度，专业知识加强针对性和实用性，同时注重实训和实习的环节，以利于学生综合素质的提高和创新能力、实践能力以及操作能力的培养，以实现与实际岗位的无缝对接。教材还科学设置了一些实际案例以及延伸阅读等功能性栏目，并将主要的专业核心课程设计成教材和模拟实训二合一教学包，电子工业出版社华信教育资源网上还提供教学课件以及习题答案免费下载等增值服务。这不仅方便学生课下学习，拓宽知识面，还有利于调动学生学习的积极性。规划教材覆盖了人力资源管理、财务会计、国际经济与贸易（国际商务）、物流管理、市场营销、金融保险、工程造价、商务英语等专业的基础课程和专业主干课程，计划在“十一五”期间陆续推出。上述规划教材适合各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及本科院校主办的二级职业技术学院使用。

编写高职高专教材是一个新课题，希望全国高职高专和成人高等教育院校的师生在教学实践中积极提出意见与建议，并及时反馈给我们，以便我们对已出版的教材不断修订、完善，与大家共同探索我国高职高专教育的特点和发展道路，不断提高教材质量，完善教材体系，为社会奉献更多更新与高职高专教学配套的高质量的教材。

全国高职高专教学研究与教材出版编委会

● 前 言 ●

进入 21 世纪,随着我国社会主义市场经济体制的不断完善,经济全球化、信息化进程的加快,我国的现代物流业有了较快的发展,物流的功能得到较好的发挥,物流产业日益成为国民经济发展的动脉和基础产业。现代物流业被普遍认为是企业在降低物质消耗、提高劳动生产率以外的“第三利润源”。与此相适应,掌握现代物流的理论,熟悉物流操作实务,提高市场营销专业人员的综合应用能力,成为培养市场营销专业的基本要求。

在电子工业出版社的统一策划与支持下,我们编写了这本《物流管理概论》。本教材系统、简要地阐述了现代物流的基本知识、物流市场、物流实务、连锁物流、第三方物流、物流客户服务和物流管理的新趋势。其内容与体例的设计,紧紧围绕高职高专培养岗位第一线所需要的高技能专门人才的目标,坚持改革、创新的精神,按照先进、精简、适用的原则选择教材内容,兼顾“知识点”、“技能点”和“能力点”,适当增加了图、表、例的比例,设置了引言、相关链接、案例分析等栏目,体现了高等职业教育的应用性、技术性与实用性特色。本教材不但可供高职高专市场营销、电子商务等工商管理类专业师生使用或作为教学参考,而且可以作为企业物流从业人员的培训材料。

《物流管理概论》由安徽商贸职业技术学院郑承志副教授和上海财经大学在读经济学博士刘宝主编。郑承志承担了本教材第 1 章、第 2 章、第 8 章和第 9 章的编写及全书的修改与总纂等工作;刘宝编写了本教材的第 3 章、第 4 章、第 5 章、第 6 章、第 7 章和第 10 章。

本书编写过程中,参阅了不少文献资料,并得到上海财经大学、安徽商贸职业技术学院有关领导、专家的支持,电子工业出版社晋晶编辑也给予了大力帮助,在此一并致谢!

因受编写条件的限制,时间仓促,加之作者水平有限,不妥与疏漏之处在所难免,敬请读者批评指正,以便进一步修订完善。

编者

2007 年 4 月

电子工业出版社世纪波公司好书推荐

序号	书代号	书 名	定价(元)	著(译)者	开本	出版年
零距离上岗·高职高专财会专业系列规划教材						
1	F0041100	经济法概论	25(估)	赵大利	16	2007
2	F0039490	管理学	25(估)	戴卫东	16	2007
3	F0041050	经济学原理	25(估)	崔东红	16	2007
4	F0041070	经济应用数学	25(估)	耿玉霞	16	2007
5	F0041080	成本会计	25(估)	徐 哲	16	2007
6	F0041060	货币银行学	25(估)	潘思思	16	2007
零距离上岗·高职高专市场营销专业系列规划教材						
7	F0034650	商品学	27	汪永太	16	2007
8	F0034050	广告理论与实务	27	段广建	16	2007
9	F0034670	公共关系理论与实务	25	刘厚钧	16	2007
10	F0034610	市场营销	29	孙金霞	16	2007
11	F0034410	营销礼仪	24	杜明汉	16	2007
12	F0034600	企业经营与管理	29	汪永太	16	2007
13	F0034620	营销策划	29	张丁卫东	16	2007
14	F0034630	消费心理学	25	申纲领	16	2007
15	F0034660	市场调查与预测	28(估)	秦宗槐	16	2007
16	F0034640	物流管理概论	27(估)	郑承志	16	2007
高等职业院校国家技能型紧缺人才培养工程规划教材·物流管理专业						
17	F0032110	运输管理	26(估)	刘雅丽	16	2007
18	F0034510	现代物流基础	25(估)	黄福华	16	2007
19	F0034573	物流法律法规	25(估)	王 芸	16	2007
20	F0034540	配送中心运营管理	26(估)	李玉民	16	2007
21	F0034550	物流经济地理	25(估)	王智利	16	2007
22	F0034530	供应链管理	25(估)	吴登丰	16	2007
23	F0034490	港口物流管理	25(估)	程言清	16	2007
24	F0034500	采购管理实务	23	王炬香	16	2007

以上图书各大新华书店均有售,或按如下地址咨询:

北京世纪波文化发展有限公司(北京市万寿路南口金家村288号华信大厦)

邮编:100036 电话:010-88254199 E-mail:sjb@phei.com.cn

反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话：(010) 88254396; (010) 88258888

传 真：(010) 88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱

电子工业出版社总编办公室

邮 编：100036

第1章 物流管理导论..... 1

- 1.1 物流的概念与功能..... 2
- 1.2 现代物流的特征与发展..... 8
- 1.3 物流管理的基本原理..... 14
- 本章小结..... 21
- 复习思考题..... 21
- 实训题..... 21

第2章 物流市场..... 22

- 2.1 物流市场的概念、
构成要素与功能..... 22
- 2.2 物流市场需求..... 26
- 2.3 物流市场供给..... 34
- 2.4 物流市场的培育..... 38
- 本章小结..... 42
- 复习思考题..... 43
- 实训题..... 43

**第3章 包装、装卸搬运
与流通加工**..... 44

- 3.1 物流包装..... 45
- 3.2 装卸搬运..... 53
- 3.3 流通加工..... 57

- 本章小结..... 64
- 复习思考题..... 64
- 实训题..... 65

第4章 仓储与运输..... 66

- 4.1 仓储管理..... 66
- 4.2 运输管理..... 83
- 本章小结..... 96
- 复习思考题..... 97
- 实训题..... 97

第5章 物流配送..... 99

- 5.1 配送概述..... 99
- 5.2 配送的类型..... 106
- 5.3 配送合理化..... 112
- 本章小结..... 121
- 复习思考题..... 122
- 实训题..... 122

第6章 配送中心..... 123

- 6.1 配送中心概述..... 124
- 6.2 配送中心的作业流程..... 130
- 6.3 配送中心的规划与设计..... 138

本章小结	148
复习思考题	148
实训题	149

第7章 连锁物流

7.1 连锁经营与物流	151
7.2 连锁物流的运作	156
7.3 我国连锁物流体系的建设	167
本章小结	173
复习思考题	174
实训题	174

第8章 第三方物流

8.1 第三方物流概念与特征	176
8.2 第三方物流运作原理	180
8.3 第三方物流的运作 模式与要求	185
本章小结	189
复习思考题	189
实训题	190

第9章 物流客户服务

9.1 物流客户服务概述	191
9.2 物流客户服务的 标准与理念	199
9.3 物流客户管理	204
本章小结	207
复习思考题	208
实训题	208

第10章 物流管理的新趋势

10.1 供应链管理	210
10.2 电子物流	218
10.3 第四方物流	225
10.4 绿色物流	231
本章小结	237
复习思考题	238
实训题	238

参考文献

●第 1 章●

物流管理导论

◇ 本章学习目标 ◇

- 明确物流的概念、现代物流的内涵和分类方法；
- 认识现代物流的特征与发展趋势；
- 掌握物流管理的基本原理，并能结合企业市场营销活动的实际，把握物流管理与市场营销的关系。



引言

《2006 年中国物流行业分析及投资咨询报告》显示：2005 年，我国社会物流总额约为 48 万亿元，同比增长 25.4%；2005 年我国物流业增加值为 1.2 万亿元，同比增长 12.5%；2005 年，我国物流费用占 GDP 的比率为 18.5%。

2005 年，物流企业在竞争中重组整合，国有、民营和外资企业“三足鼎立”的态势越发明显。各地加大了对物流基础设施建设的投入，物流技术装备水平得到提高，物流能力明显增强，物流管理和技术创新出现新局面，物流行业基础性工作取得进展。物流总值高速增长，表明经济增长对物流需求越来越大，经济发展对物流的依赖程度也越来越高。

随着我国生产力水平的提高，将交通运输、仓储、配送等环节整合成一体，实现企业与社会成本最低、效益最大的物流业，与因特网经济一起被人们当成“新经济”的重要内容，物流业被广泛地称做第三利润源泉。

（资料来源：中国投资咨询网）

1.1 物流的概念与功能

1.1.1 物流概念的产生与发展

1. 物流概念的产生

物流 (Physical Distribution) 一词最早出现在美国。1921 年阿奇·萧在《市场流通中的若干问题》中就提到“物流”一词,他认为“物流是与创造需求不同的一个问题”,“物资经过时间或空间的转移,会产生附加价值”。此时的物流指的是销售过程中的物流。

1935 年,美国市场营销协会定义委员会最早对物流进行了定义:“物流是包含于销售之中的物质资料和服务与从生产地到消费地流动过程中伴随的种种活动。”很明显,这种物流也是指销售物流,我们称之为狭义的物流。

2. 物流概念的发展

对物流的认识是一个不断深化的过程。在第二次世界大战中,围绕战争供应,美国军队创立了“后勤”(Logistics)理论,对军火等战略物资的运输、补给、屯驻等进行全面管理,以求战略物资补给的费用更低,速度更快,服务更好。第二次世界大战后,“后勤”一词在企业中广泛应用,又有商业后勤(Business Logistics)或流通后勤的提法,其含义是“包括原材料的流通、产品分配、运输、购买与库存控制、储存、客户服务等业务活动”,其领域包括原材料物流、生产物流和销售物流,可见其外延更为宽泛,故称之为广义的物流。

1962 年,美国管理学权威彼得·德鲁克在《财富》杂志上发表了《经济的黑暗大陆》的文章,提出消费者支付的商品价格的大约 5%是与商品流通有关的费用,物流是降低成本的最后领域,强调要重视流通领域的物流管理。人们开始把降低费用的注意力转移到生产和销售以外的运输、仓储、配送和库存等物流环节上,挖掘物流环节降低成本、增加利润的潜力。物流被誉为“第三利润源泉”,引起了世界各国的广泛重视。

日本从 1965 年开始正式使用“物的流通”这个术语,简称为“物流”。1981 年,日本综合研究所在其编著的《物流手册》中,将“物流”表述为“货物供给者向需要者的物理性移动,是创造时间性和场所性价值的经济活动,包括包装、装卸、保管、库存管理、流通加工、运输配送等诸种活动”。

在国际上,最普遍采用的是美国物流管理协会(Council of Logistics Management)的定义:“物流(Logistics)是为满足消费者需求而进行的对货物、服务及相关信息从起始地到消费地有效率与效益的流动与储存的计划、实施与控制的过程。”

我国国家标准(GB/T 18354—2001)“物流术语”中将物流定义为:“物品从供应地向接收地的实体流通过程。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。”

2001 年美国物流管理协会对物流的定义进行了完善：“物流是供应链运作中，以满足客户要求为目的，对货物、服务和相关信息在产出地和销售地之间实现高效率 and 低成本的流动和储存所进行的计划、执行和控制的过程。”



相关链接

Logistics 与 Physical Distribution 的区别

Logistics 与 Physical Distribution 在我国同样被译为“物流”，在美国和日本也有将二者作为同义语使用的情况。但是，从物流管理发展的过程来看，二者之间是有明显区别的。

Logistics 已突破了商品流通的范围，把物流活动扩大到生产领域，即包括了从原材料采购、在制品移动到产成品销售全过程的活动。物流不但与流通系统维持密切的关系，而且与生产系统紧密相连。物流合理化不仅限于物流部门内部，还扩展到生产和销售部门。而狭义的物流（Physical Distribution）仅仅限于销售物流，不包括原材料物流，并且物流合理化的范围只停留在物流部门内部。

3. 现代物流的内涵

尽管物流概念的表述多种多样，但是其基本的内涵是相同的。现代物流泛指原材料、产成品从起点至终点及相关信息有效流动的全过程。它将运输、仓储、加工、整理、配送、信息等方面有机结合，形成完整的供应链，为用户提供多功能、一体化的综合性服务。

(1) 现代物流的客体是物资资料。其内容既包括有形物资资料，也包括依从物质载体的无形资料。

(2) 现代物流的主体是供应者和需求者。供应者包括生产者和经营者，需求者包括一般消费者、中间商和产业用户。

(3) 现代物流是物质资料时间、空间、数量、质量的物理性运动。

(4) 现代物流是实现价值的经济活动。使用价值是价值的物质承担者，生产过程创造的价值必须经过物流才能最终实现。

(5) 现代物流又是创造价值的经济活动。物流具有生产性，物流劳动是社会必要劳动，物流通过时间、空间、数量、质量效应来创造价值。

1.1.2 现代物流的分类

1. 按物流研究范围分类

(1) 宏观物流。宏观物流是指社会再生产总体的物流活动，也就是产业或领域的物流

活动和物流行为。宏观物流还可以从空间范畴来理解，它是在很大空间范畴的物流活动，往往带有宏观性。在很小空间范畴的物流活动则往往带有微观性。宏观物流也指物流全体，是从总体看物流而不是从物流的某一个环节来看物流，如社会物流、国民经济物流、国际物流。宏观物流的主要特点是综合性和全局性。

(2) 中观物流。中观物流是区域性社会再生产过程中的区域性物流，它是从区域上的经济社会来认识和研究物流。从空间位置来看，一般是较大的空间。例如，一个国家的经济区的物流，称之为特定经济区物流；一个国家的城市经济社会的物流，称之为城市物流。在区域经济迅速崛起的今天，以区域性为主要特征的中观物流的支撑作用非常明显。

(3) 微观物流。消费者、生产者所从事的实际的、具体的物流活动属于微观物流。在整个物流活动之中的一个局部、一个环节的具体物流活动属于微观物流；在一个小地域空间发生的具体的物流活动也属于微观物流；针对某一种具体产品所进行的物流活动也是微观物流。企业经营活动过程中的生产物流、供应物流、销售物流、回收物流、废弃物物流、生活物流等均属微观物流。微观物流的特点是具体性、实务性和局部性。由此可见，微观物流是更贴近具体企业的物流。

2. 按物流的作用和功能分类

(1) 供应物流。企业供应生产所需原材料、零部件、燃料、辅助材料的物流活动。具体包括采购、运输、装卸、检验、入库等环节。供应物流对企业生产有着直接的影响，生产所需物资资料供应的时间、数量和质量，在很大程度上决定着企业的生产节奏和生产成本，从而影响企业的经济效益。供应物流因市场条件不同而有很大的不同，在物资资料供不应求的市场条件下，采购人员必须想尽一切办法获得所需的物资资料。在供大于求的条件下，如何降低成本，减少库存，以适当的品质、适当的数量、适当的时间、适当的场所、适当的价格供应生产所需物质资料，配合企业总体战略目标的实现，就成为供应物流追求的目标。

(2) 生产物流。指伴随着企业生产工艺的物流活动。生产物流一般从企业物资供应仓库开始，按照生产进度和要求，对物资进行分类，装卸搬运，向各个生产环节和作业场所配送。生产物流以物资供应为起点，经过加工制成的半产品进入半成品仓库，或者继续按照生产工艺和流程不断流转，直至产出成品，然后经过检验、分类、包装、装卸搬运等作业环节，最后进入成品仓库。生产物流主要取决于生产工艺流程。而工厂相关车间、仓库的配置，以及车间内流水线、作业点的布置，都会影响生产物流的路线距离和装卸搬运的作业次数，从而影响生产物流的效率。

(3) 销售物流。指伴随企业销售活动，将产品转送给客户的物流活动。具体包括仓储、分类、包装、装卸、运输和售后服务。按照客户订单或供货合同，对存储的货物进行分类、

包装、运达客户指定的地点,并进行必要的服务,是销售物流的全过程。销售物流是企业营销活动的重要组成部分,企业拿到客户订单开始物流过程,产品送达客户并经过售后服务,伴随商流的物流过程才算结束。现代买方市场条件下,销售物流不仅仅是以最低的成本单纯地送货上门,也是为客户提供更佳服务,赢得客户信赖,提高企业竞争力的有力手段。

(4) 回收物流。指企业在供应、生产、销售过程中产生的可再利用物资的回收活动。具体包括供应物流过程和销售物流过程产生的可再利用的包装物、衬垫物等的回收;生产过程产生的可再利用的边角余料的回收;各种报废的生产工具、设施以及失去部分使用价值的辅助材料和低值易耗品的收集、分类、加工,转化为新的生产要素。可再利用物资的回收物流,不但有利于降低成本,而且关系到企业的生产环境和生产效率。

(5) 废弃物物流。指企业供应、生产、销售过程中产生的废弃物品的收集、处理和再生的物流活动。在生产过程中不可避免地会产生废水、废气、废油以及各种废弃物,随着工业化的发展,废弃物严重污染环境,危及人类的生活环境和人身健康,在世界各国都成为不可忽视的社会问题。在我国,废弃物对环境的污染已经引起政府及社会的广泛关注,但环境污染的趋势并没有明显的改善。因此,企业树立环境观念,从长远利益和社会利益出发,建立废弃物物流系统已刻不容缓。

3. 按物流活动的空间分类

(1) 地区物流。地区物流有不同的划分原则,如按行政区域划分、按经济区域划分、按地理位置划分的地区等。地区物流系统对于提高该地区企业物流活动的效率,以及保障当地居民的生活福利环境具有不可缺少的作用。从地区物流的角度看,应根据地区的特点,从本地区的利益出发组织好物流活动。例如,某城市建设一个大型物流中心,要从城市建设规划、地区开发计划出发,统一考虑,妥善安排。

(2) 国内物流。物流作为国民经济的一个重要方面,全国物流系统的发展必须从全局着眼。国家整体物流系统化的推进必须发挥政府的宏观调控作用。例如,加强物流基础设施的建设,包括公路、高速公路、港口、机场、铁道的建设,以及大型物流基地的配置等;制定各种交通政策法规,如铁道运输、卡车运输、海运、空运的服务标准和质量规定,以及税收标准等;推进物流活动有关的各种设施、装置、机械的标准化,物流活动中各种票据的标准化、规格化。

(3) 国际物流。即不同国家或地区之间开展的跨国(或地区)的物流活动,包括两国之间或多国之间开展的物流活动。国际物流实现货物在国际间的流动与交换,促进区域经济的发展和世界资源优化配置。经济一体化、市场国际化使国家与国家之间的经济交流越来越频繁,国家之间、洲际之间的原材料与产品的流通越来越发达。因此,国际物流已成

为物流的一个重要分支。

4. 按物流系统性质分类

(1) 社会物流。即超越一家一户的范畴, 面向社会的物流。它存在于社会经济的大领域, 包括再生产过程中随之发生的物流活动、国民经济中的物流活动、社会环境中运行的物流等。社会物流具有客观性和广泛性, 必须进行科学管理和有效控制, 采用先进的技术手段, 保证高效率、低成本运行, 以谋求经济效益和社会效益的最大化。

(2) 行业物流。即同一行业的物流活动。同一行业中的企业是市场上的竞争对手, 但是在物流领域中常常互相协作, 共同促进行业物流系统的合理化。例如, 在大量消费品方面采用统一商品规格, 统一法规政策, 统一托盘规格、陈列柜和包装模数化等。行业物流系统化将使参与的各个企业都得到相应的利益。

(3) 企业物流。在企业经营范围内由生产或服务活动所形成的物流系统称为企业物流。企业是为社会提供产品或某些服务的一个经济实体。一个工厂要购进原材料, 经过若干工序的加工, 形成产品销售出去; 一个运输公司要按客户要求将货物输送到指定地点。因此, 发生在企业范围内的物流活动, 是具体的、微观的物流活动的典型领域。通常, 企业的物流活动往往包括生产物流、供应物流、销售物流、回收物流和废弃物物流等多种具体的物流活动。

1.1.3 物流的功能

1. 运输

运输是物流系统中最为重要的功能之一, 是使物品发生场所、空间转移的物流活动。由于物流是物的物理性运动, 这种运动不但改变了物的时间状态, 而且改变了物的空间状态, 而运输则承担了改变空间状态的任务。运输实现了物质实体由供应地向需求地的移动, 它既是物质实体有用性得以实现的媒介, 又是物品增值(因位移形成的附加价值)的创造过程。

运输可以创造空间效用。通过运输, 将物运到空间效用最大的场所, 就可以发挥物的潜力, 实现资源的优化配置。因此, 运输在物流活动中占有重要地位, 是社会再生产的必要条件之一, 是“第三利润”的主要源泉。

2. 储存

储存是以改变物的时间状态为目的的活动, 以克服产需之间的时间差异获得更好的效用。储存也是物流的主要功能, 与运输一样处于重要地位。储存作为社会再生产各环节之间的物的停滞, 承担着消除生产和消费之间的时间间隔的重任。

储存可以创造时间效用。通过储存, 使物在效用最高的时间发挥作用, 使其实现时间