



高职高专经济管理类规划教材·基础课系列

● 王凤云 主编

现代物流管理概论

Xiandai Wuliu Guanli Gailun



苏州大学出版社
Soochow University Press



—高职高专—

经济管理类

高职高专经济管理类规划教材·基础课系列

现代物流管理概论

Xiandai Wuliu Guanli Gailun

- 主 审 周朗天
- 主 编 王凤云
- 副主编 万玉龙 马东俊 张金丽
薛超颖 梁永安



苏州大学出版社
Soochow University Press

图书在版编目(CIP)数据

现代物流管理概论 / 王凤云主编. —苏州: 苏州大学出版社, 2013. 7

高职高专经济管理类规划教材. 基础课系列
ISBN 978-7-5672-0566-6

I. ①现… II. ①王… III. ①物流—物资管理—高等教育—教材 IV. ①F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 162558 号

现代物流管理概论

王凤云 主编

责任编辑 施小占

苏州大学出版社出版发行

(地址: 苏州市十梓街 1 号 邮编: 215006)

常州市武进第三印刷有限公司印装

(地址: 常州市武进区湔里镇村前街 邮编: 213154)

开本 787 mm×1 092 mm 1/16 印张 15.25 字数 381 千

2013 年 7 月第 1 版 2013 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5672-0566-6 定价: 38.00 元

苏州大学版图书若有印装错误, 本社负责调换

苏州大学出版社营销部 电话: 0512-65225020

苏州大学出版社网址 <http://www.sudapress.com>

前 言

物流管理是一门实践性极强的应用型学科,而且处于快速发展阶段,因此教材编写也要紧跟行业发展的步伐,要具有先进性、实用性才有指导意义。为了适应高职高专院校培养技术应用型物流管理人才的需要,我们在广泛吸收已有物流管理教材编写特色的基础上,结合我国物流发展的实际编写了本教材。

本教材从高职高专的办学层次和培养目标出发,结合职场需求并融合作者多年的教学实践经验,以现代物流管理学科的原理为理论框架,在体系的设置和内容的选取上,立足于在讲授基本知识的同时,更注重技能的培养,较为全面系统地介绍了现代物流管理的理论、观点和方法。教材每章都配有案例导入,有利于学生快速进入知识学习的情境中。在每章最后都配有复习与思考,这样不仅有助于学生更好地巩固所学知识,而且有助于学生开展实践活动。

本教材难易程度适中,主要供高职高专学校的学生使用,也可以作为成人高等学历教育的教材,还可以作为在职人员的培训教材。

本教材由王风云任主编,周朗天担任主审。具体分工如下:江苏食品药品职业技术学院王风云老师编写第一、二、三、四、五章,张金丽老师编写第六、九章,薛超颖老师编写第十章,梁永安老师编写第十一章;淮安信息职业技术学院万玉龙老师编写第八章;新乡学院马东俊老师编写第七章。

在本教材的编写过程中,我们参考了大量文献资料,包括相关的期刊和网上资料,借鉴和吸收了国内外众多学者的研究成果,在此一并表示崇高的敬意和诚挚的谢意。本教材的出版,得到了苏州大学出版社的大力支持和帮助,在此也表示深深的谢意。由于本书编写时间仓促,编者水平有限,书中难免有疏漏及不妥之处,敬请同行和读者批评指正,以便修订再版时加以改正、提高。

编 者

2013年5月

目录

第一章 物流与物流管理概述

第一节 物流概述	2
第二节 物流的功能与分类	11
第三节 物流管理	21
第四节 物流学科	25

第二章 物流系统

第一节 系统和物流系统	29
第二节 物流系统构成	34
第三节 物流系统分析	37
第四节 物流系统设计	42

第三章 包装管理

第一节 包装概述	50
第二节 包装材料及包装容器	52
第三节 包装技术	57
第四节 包装现代化	63

第四章 装卸搬运管理

第一节 装卸搬运概述	70
第二节 装卸搬运的原则与合理化	74
第三节 装卸搬运设备及其运用组织	78

第五章 运输管理

第一节 运输的功能	86
第二节 现代运输方式	89
第三节 运输合理化	94

第六章 仓储管理

第一节 储存概述	100
第二节 仓库的种类和作业流程	105
第三节 库存管理	114

第七章 配送管理

第一节 配送概述	123
第二节 配送作业流程	129
第三节 现代配送中心	139

第八章 企业物流管理

第一节	企业物流概述	149
第二节	供应物流	155
第三节	生产物流	158
第四节	销售物流	165
第五节	回收与废弃物物流	171

第九章 第三方物流管理

第一节	第三方物流概述	177
第二节	第三方物流的选择与实施	182
第三节	国内外第三方物流发展情况	185
第四节	第四方物流	189

第十章 国际物流管理

第一节	国际贸易与国际物流	195
第二节	国际物流的业务	197
第三节	国际物流发展趋势	204

第十一章 物流综合管理

第一节	物流服务管理	209
第二节	物流成本管理	214
第三节	物流质量管理	218

第四节 物流标准化 220

第五节 准时物流管理 226

参考答案 232

参考文献 236

第一章

物流与物流管理概述



学习目标

1. 了解物流的发展历程;
2. 理解物流的概念与作用;
3. 理解物流与流通、物流与流通生产等的关系;
4. 掌握物流的功能与分类。



案例导入

摩托罗拉自 1987 年进入中国以来,一直以先进的技术和充满个性的产品引领着中国通讯市场的潮流,并占领了很大的市场份额。摩托罗拉在中国市场乃至全球市场取得如此成绩,是与其各项业务的成功运作和先进管理分不开的。摩托罗拉抓住物流是企业“第三利润源”这一契机,致力于物流管理。摩托罗拉的物流管理有什么特色?摩托罗拉是一家跨国公司,供应商遍及全球各地,实行统一采购,根据订单的需求以及成本因素统一安排生产,物流管理在企业的生产经营过程中起着举足轻重的作用。摩托罗拉专门设有一个管理团队从事物流管理,负责摩托罗拉物流、运输工作的协调和管理以及物流服务商的选择和管理,团队的主要成员由摩托罗拉各个事业部的物流骨干人员以及总公司骨干人员组成。

从 2000 年开始,摩托罗拉每年安排一次全球性的招标会,确定物流服务商。而在 2000 年以前,每个事业部都有自己的物流服务商,共 20 多家货运代理公司为摩托罗拉服务。摩托罗拉招标选择物流服务商的基本原则是,根据公司全球总的物流量,按一个统一的标准进行招标,统筹考虑,最终按照“5+2”的方式来确定,即 5 家货运代理企业、2 家快递服务商,这不仅大大地减少了物流服务商的数量,而且以更加集中的货物量获得具有竞争力的价格。

案例思考:摩托罗拉是如何实现其物流管理的?



第一节 物流概述

一、物流的产生与发展

物流是一项古老而又全新的活动。自从人类社会有了商品交换,物流活动就产生了,而将物流作为一门科学学科,却只有几十年的历史。国际上,学术界对于物流学科的产生与发展过程有多种描述。其中,多数学者认为,物流学科经历了初级阶段、快速发展阶段、合理化阶段和现代化阶段。

(一) 初级阶段(20 世纪初到 20 世纪 50 年代)

这一阶段是物流学科发展的初级阶段,也可以说是物流学科的萌芽期。在这一时期,物流概念处于孕育与产生阶段,物流学科的产生原因基本可以概括为两种观点,即经济动因论和军事动因论。

1. 经济动因论

经济动因论观点认为,物流概念是因为经济原因而产生的,即起源于人们对协调经济活动中物流及其相关活动的追求。

在人类社会的早期阶段,由于生产力水平低下,人们自给自足,生产出来的有限产品主要用于自己消费,不需要考虑物品的流动问题。随着商品的出现,物流活动也随之产生了。但是,数千年来,物流活动仅仅是商品流通活动的辅助活动,不被人们所重视。

随着生产力水平的提高,特别是在资本主义初级阶段,出现了机器大生产,大大提高了人们的劳动生产率,生产出了较多的产品。企业原来的运输、储存、包装等活动分散在不同的部门进行,而在人们追求效益、利润之时,逐渐认识到经济活动中的相关活动(即运输、储存、装卸、搬运、包装等)应该协调。

1915 年,阿奇·萧(Arch Shaw)在哈佛大学出版社出版的《市场流通中的若干问题》中,将企业的经济活动分为创造需求的活动和实物分销活动,第一次提出了实物分销(Physical Distribution,以下简称“P. D.”)的概念。20 世纪初,西方国家出现了生产大量过剩、需求严重不足的经济危机,实物分销被企业广泛应用,企业需要在销售中将实物有效地转移到消费者手中。因此,以 P. D. 为代表的物流概念就产生了。

2. 军事动因论

军事动因论观点认为,物流概念是因为军事原因而产生的。

1905 年,美国少校琼西·贝克第一次明确地解释了物流这个概念,他说那个与军备的移动和供应相关的战争艺术的分支就叫物流(Logistics,后勤)。Logistics 指将战时物资的生产、采购、运输、配给等活动进行统一布置,以求战略物资补给的费用更低、速度更快、服务更好。这就是以 Logistics 为代表的物流概念。

1941—1945 年第二次世界大战期间,美国及其盟国为了战争,需要横跨欧洲、美洲、大西洋的广大空间范围进行军需物品的补充调运。美国军事兵站后勤活动的开展,以及英国

在战争中对军需物资的生产、采购、运输、配给等方面的实践都大大充实和发展了军事后勤学的理论、方法和技术,促进了对战时物资的全面管理,支持了 Logistics 的发展。

(二) 快速发展阶段(20 世纪 60 年代到 20 世纪 70 年代)

20 世纪 60 年代,以 P. D. 为代表的物流学科的理念在美国得到了快速发展,并从美国走向世界,形成了全球公认的物流概念。期间,各种学术刊物、物流专业书籍均使用 P. D. 作为物流的概念。1960 年,美国的 Raytheon 公司建立了最早的配送中心,结合航空运输系统为美国市场提供物流服务;1963 年美国物流管理协会(NCPDM)(National Council of Physical Distribution Management)成立了,该协会将各方面的物流专家集中起来,提供教育、培训、推广活动,这一组织成为世界第一个物流专业人员组织。

1956 年 10 月,日本派出“流通技术专门考察团”到美国考察,引进了 P. D. 这个新事物,翻译为“流通技术”。1964 年,日本将 P. D. 更名为“物的流通”,随后将“物的流通”简称为“物流”。“物的流通”包含了运输、配送、装卸、仓储、包装、流通加工和信息传递等各种活动。

在这一阶段,随着生产技术向机械化、自动化方向发展,销售体系不断完善,人们发现,物流已经成为企业发展的制约因素。因此,企业开始从物流中寻求效益,注重将分散在企业各个部门的运输、储存等综合处理,追求企业内部物流整体最优。重视工厂范围内物流过程的信息传递,对传统的物料搬运进行变革,对厂内的物流进行必要的规划。但是,物流仍然是以一种辅助活动的身份在企业中出现,企业的物流经理被认为是苦差事,主要是市场营销和制造部门的辅助角色。

这一时期,为了促进社会经济的发展,发达国家开始大力发展铁路、高速公路、港口、流通聚集地等物流基础设施建设。物流研究和物流技术的应用也得到大力发展。

20 世纪 60 年代,美国经济学家和商业咨询家彼得·特拉克把流通领域比喻为“一块经济的黑大陆”、“一块未被开垦的处女地”。1970 年,日本早稻田大学的西泽修教授提出物流是继资源、劳动力之后,企业的“第三利润源”。

(三) 合理化阶段(20 世纪 80 年代到 20 世纪 90 年代初)

进入 20 世纪 80 年代,欧美一些发达国家开始了一场对物流各种功能、要素进行整合的“物流革命”。人们将物流管理的视野从企业内部延伸到企业外部,力求在更大的范围内使物流合理化,以提高物流效益和效率,降低物流成本,物流管理的重点已经转移到对物流的战略研究上。企业开始超越现有的组织机构界限注重外部关系的建立,将供货商、分销商及用户等都纳入管理的范围,利用物流管理建立和发展与供货商及用户的稳定良好的、双赢协作的伙伴关系,形成联合力量,共同赢得竞争的优势。

首先,企业内部物流资源的整合和一体化,形成了以企业为核心的物流系统。企业着眼于应用先进的技术,站在更高的层次上进行物流管理。准时制生产、配送计划、电子数据交换及其他物流技术的不断涌现以及应用与发展,为物流管理提供了强有力的技术支持和保障。

在这一阶段,综合物流管理的概念得到广泛的认可和应用,企业内部逐步改变了传统的财务、采购、销售、市场开发等企业分解式管理的思维方式,代之以系统整合的思想。它



表明物流协作化与专业化已成为物流发展的主方向。在企业内开始出现了专业物流部门,用系统的观点开展降低物流成本的活动,同时物流子公司也开始兴起。

其次,物流资源的整合和一体化不再仅仅局限于企业层面上,而是转移到相互联系、分工协作的整个产业链条中,出现了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”。在现代经济生活中,各部门、产业、企业之间的交换关系和互相依赖关系错综复杂,物流产业就是维系这个关系的纽带,连接社会经济的各个部分并使之成为一个统一、有机的整体。越来越多的企业认识到物流的重要作用,认识到物流可以降低成本、提高利润。高效的物流系统可以使企业获得低成本和市场竞争优势。

20 世纪 80 年代中期,P. D. 的概念也逐渐被 Logistics 取代,Logistics 最终成为物流的代名词,标志着物流科学走向成熟。Logistics 的基本含义是:现代物流企业的经营战略必须像军队中的后勤那样,为用户提供百分之百的物流服务,服务的水平要达到军队中后勤保障的水平。可以认为 Logistics 所代表的物流是物流战略发展的高级阶段。

(四) 现代化阶段(20 世纪 90 年代至今)

20 世纪 90 年代,随着现代信息技术的广泛使用,商务电子化及全球化、一体化的新的经济模式迅猛发展,现代物流的内涵也在不断地丰富和发展。一体化物流、供应链物流、电子商务物流等新的物流理念相继出现。新的物流技术、物流管理方法以及客户对物流的新要求不断涌现。

综合起来,物流目标系统化,物流要素集成化,物流结构(组织)网络化,物流服务一体化、系列化、专业化、社会化、柔性化,物流运作规范化、标准化、接口无缝化,物流管理信息化,物流作业自动化、智能化,物流各项功能现代化等成为现代物流的标志。绿色物流的理念也被人们所接受。

二、物流的定义

物流的定义在各个国家和地区的表示不同,甚至在一个国家的不同领域都不相同。比如,美国对物流的定义就分为工程学派、管理学派、军事学派、企业学派等几个学派,各个学派对物流的定义都不同。我们只介绍其中有代表性的物流定义。

(一) 美国关于物流的定义

美国物流管理协会(简称 CLM)是全球最有影响的物流专业组织,该组织于 2005 年 1 月 1 日正式更名为美国供应链管理专业协会(简称 CSCMP)。1998 年,美国物流管理协会(CLM)对物流的最新定义是:物流是供应链流程的一部分,是为了满足顾客需求而对货物、服务及相关信息从原产地到消费地的高效率、高效益的正向和反向流动及储存进行的计划、实施与控制过程。

(二) 我国对物流的定义

2001 年 4 月,《中华人民共和国国家标准物流术语》(以下简称《物流术语》标准)正式颁布。《物流术语》标准将物流(Logistics)定义为:“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现有机结合。”这个定义是建立在充分吸收国内外物流研究成果的基础上的,除了对概念准确性进行斟酌之外,还考虑了中国文化和国外现代物流理念的接轨。



知识链接

我国古代的“物流”

古时,水陆交通非常不便,但随着经济发展,各地区之间的交易却日趋频繁,为了保护旅行安全,将货物平安送达目的地,镖局便应运而生。由于镖局同各地均有联系或设有分号,一些汇款业务也由镖局承当。明末清初,就连官府运送饷银,也请镖局出面保驾护航。后来,看家护院、保护票号也成了镖局的工作内容,据说当年李鸿章的家宅,就是由北京十大镖局之首的会友镖局派人保护的。到了清朝中叶,随着票号的兴起,镖局的主要业务就是为票号押送银镖。清末时期,随着镖局生意的衰败,镖局的主要业务对象就转化为为一些有钱有势的客人押送衣、物、首饰和保护人身安全,这就形成了古代走镖的三大形式:粮镖、物镖、人身镖。

旧时的“镖局”和现今的“物流公司”简直如出一辙,古代镖局“走镖”就如同现代物流公司“运货”。所以,起源于我国明末的镖局算得上世界最早的物流公司,可以说,中国古代镖局可谓世界现代物流业的开山鼻祖!

(三) 对物流定义的解读

1. 物

物流中的“物”,指一切可以进行物理性位移的有形物品和无形服务以及信息。其中的有形物品可以用物资、物料、货物、商品和物品来描述,需要同时满足物质实体和可以进行物理性位移的特点。

物资。物资在我国专指工业生产资料,有时也泛指全部物质资料。

物料。在我国生产领域中,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(不论其来自生产资料还是生活资料)称为“物料”,如燃料、零部件、半成品、外协件以及生产过程中产生的边、角、余料、废料等。

货物。交通运输领域将人之外的运营对象统称为货物。

商品。商品是指进入流通或消费领域中的物品。商品中凡具有可运动要素及物质实体要素的,都是物流研究的“物”,有一部分商品则不属于此类。因此,物流学的“物”有可能是商品,也有可能是非商品。商品实体仅是物流中的“物”的一部分。

物品。物品是有形物的通称。物流中的“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。

2. 流

物流中的“流”指物理性运动或“位移”。各种运输形式都属于“流”的范畴。此外,将储存也归为“流”的一种特殊形式。所以,物流中的“流”包括空间位移和时间位移。



三、物流经济活动的双重性

在经济活动中,物流既是增值性的经济活动,又是增加成本、增加环境负担的经济活动。因此,就表现出物流的双重性。对物流双重性的认识,是研究物流管理的一个基本点。我们的任务是在尽量降低物流成本、尽量减轻物流造成的环境负担的基础上,使物流活动能够增值。

(一) 物流创造价值

物流可以创造时间价值、空间价值和流通加工附加价值。

1. 物流创造时间价值

通过物流可以消除“物”从供给者到需要者之间存在的时间差异,从而创造的价值叫做“时间价值”。时间价值的获得可以通过以下几种形式:

(1) 缩短时间创造价值。缩短物品的流通时间可获得多方面的好处,如减少物流损失、降低物流消耗、增加物的周转、节约资金等。物品的流通时间越短,资本周转越快,就越表现出资本的较高增值速度,从全社会物流的总体来看,加快物流速度,缩短物流时间,是物流必须遵循的一条经济规律。

(2) 弥补时间差创造价值。经济社会中,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。例如,粮食是按照季节集中产出,但是人们的消费是一年365天,天天有需求,这种供给和需求之间的时间差举不胜数。物流是以科学的、系统的方法弥补这种时间差,起到“平丰歉”的作用;有时是改变这种时间差,以获得商品的最高价值。

(3) 延长时间差创造价值。有时,人们会通过物流有意延长物流时间来创造价值。例如,水果密集上市的秋季,水果价格较低,通过冷藏,可以延长水果的保质期,不仅能够均衡人们的需求,而且可以获得更加好的价格;在商业中,囤积货物伺机销售同样能够创造价值,这种方法是商人们常用的手段。

2. 物流创造空间价值

由于社会产业结构和社会分工的原因,“物”从供给者到需要者之间存在着空间差异。通过物流可以消除这种差异,从而创造“空间价值”或者称为“场所价值”。空间价值的获得可以通过以下几种形式:

(1) 从集中生产场所流入分散需求场所创造价值。现代化大生产的特点之一,往往是通过集中的、大规模的生产以提高生产效率,降低成本。而消费者的需求可能分布在某个地区、某个国家,甚至全球。完成这一工作的重任就靠物流来承担了。

(2) 从分散生产场所流入集中需求场所创造价值。与以上情况相反的是,有时物品的生产场所是分散的,而消费场所却是集中的。例如,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。

(3) 以低价值地生产流入高价值地需求创造场所价值。现代社会中供应与需求的空间差比比皆是,除了大生产原因外,有不少是由自然地理和社会发展因素决定的。例如,哈密瓜在我国北方卖不出高价来,而输送到南方却广受欢迎;“一骑红尘妃子笑”就生动地描述了南方生产的荔枝输送到北方受到欢迎的程度。

随着经济全球化的发展,“OEM”(贴牌生产、代加工)被广泛使用;国际分工和全球供应链的构筑使得国际趋势是:在成本最低的地区生产,通过有效的物流系统和全球供应链,在价值最高的地区销售。发达国家将技术含量高的产品在本土生产,而将技术含量低的产品生产及组装放到劳动力廉价的地区进行,产品再输送到世界各地销售。这些工作都是通过现代物流来实现的。

3. 物流创造流通加工附加价值

现代物流企业已经不只是满足将物品原原本本地进行转移了,在物流中心、配送中心等物流节点,通过流通加工可以提高物品的使用率,提高客户的满意度,使物流效率更高,从而增加附加价值。

当然,流通加工不可能像生产加工那样创造新的价值,它不产生“形质效应”。而且,物流创造加工价值也是有局限性的,它不能取代正常的生产活动,而只能是生产过程在流通领域的一种完善和补充。

由于人们需求的个性化与机械化大生产之间的矛盾,企业往往将最能够体现个性化的环节放得离消费者最近,这为物流过程中的流通加工提供了广阔的舞台。

(二) 物流占用成本,增加环境负担

从事物流工作,离不开物流设备设施的建设,离不开管理与运作,这些都会产生大量成本。无论是国民经济领域还是企业经济领域,物流都是构成成本的重要领域。轻则在成本中占一定比重,重则在成本构成中占到首位。

物流对环境有比较大的负面影响。一方面,建设物流园区、物流中心、配送中心,修建铁路、公路、机场、码头等需要占用土地;另一方面,运输会产生尾气等污染环境。这些都会增加环境负担,甚至构成对环境的破坏。

物流对环境的负面影响随着物流量的增大而增大,随着物流合理化而降低。物流管理的责任,就是在保证物流满足国民经济和企业经济发展的前提下,尽量减轻其对环境产生的负担。

四、物流与流通

(一) 流通

谈到社会经济活动,不能不说到“流通”。在商品的生产和消费之间存在着社会间隔(所有权间隔)、场所间隔和时间间隔。在自给自足经济中,这些间隔很小。随着社会分工越来越细,这些间隔也逐渐增大。而且,这些间隔在社会中是广泛存在的,如果不能有效沟通与解决,商品的价值就不能体现出来。例如,我国许多地方缺煤少电,而新疆有的煤矿多年来开采不出来,不能进入“流通”环节。

流通的主要内容可以通过图 1-1 表示。

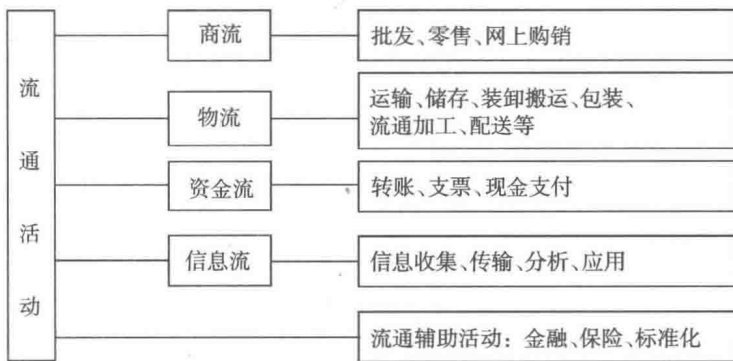


图 1-1 流通的主要内容

从图 1-1 中我们不难发现,流通主要是由商流、物流、资金流和信息流所组成的,同时,流通过程也离不开金融、保险、标准化等辅助活动的支持。

商流活动一般称为贸易或者交易,是以批发、零售及电子商务等形式表现的,体现在商品的购销方面,解决的是商品的所有权转移问题。没有商流,商品的生产和消费之间的社会间隔就不可能消除。

物流是通过运输、储存、装卸搬运、包装、流通加工、配送等具体活动进行运作的,解决的是商品的实体位移问题。没有物流,商品的生产和消费之间的空间间隔和时间间隔就不可能消除,所以,物流创造了空间价值和时间价值。

资金流是通过转账、支票、现金支付等形式实现的。流通过程必然伴随着资金流的移动。

信息流主要涉及信息的收集、传输、分析和应用。在流通过程的始终,信息流都是客观存在的,并且是非常重要的。

流通活动中的“四流”之间分工明确,同时又相互联系、相互影响。一般来说,流通活动可以仅仅分为商流和物流,资金流和信息流可以归属到其中。

信息流分别从属于商流和物流。从属于商流的信息我们称为商流信息,从属于物流的信息称为物流信息。

资金流一般只在交易过程中发生,可以认为从属于商流。当然,在物流过程中也会有资金流发生,但是,并不影响资金流从属于商流的普遍趋势。

以上“四流”之间的关系可以归结为:商流是动机和目的,资金流是条件,信息流是手段,物流是过程。在信息化的今天,商流、资金流和信息流的实现是很容易的,既没有空间限制,也可以没有时间限制。但是,物流过程的实现却不那么容易了,在许多场合从事物流运作是要考虑是否值得或是否可能的,物流实际上成为了流通的瓶颈。

(二) 流通在社会经济活动中的地位

在社会经济活动中,流通具有极其重要的地位,主要表现在以下几个方面:

1. 流通是生产与消费的桥梁,是生产得以产生和发展的前提条件

前面谈到,制造产品、创造产品价值的是生产者;使用产品,体现产品价值的是消费者。商品的生产和消费之间存在着社会间隔、空间间隔和时间间隔,这些间隔在社会中广泛存

在,是“流通”将它们衔接起来。所以,流通是社会再生产中生产方与消费方之间的中间环节,是生产与消费的桥梁。

流通是生产得以产生和发展的前提条件。生产的目的是为了流通,通过流通,社会不同阶层、不同行业各自得到自己所需要的部分。没有流通,社会分工的生产就失去了存在的基础,也就谈不上发展。但要记住,生产决定流通,生产是流通的物质基础。

2. 流通对生产具有反作用

生产的产品只有进入市场,通过流通到达消费者手中,产品的使用价值才能体现出来。如果流通不畅,生产的产品不能够有效地进入流通环节,生产产品越多,生产者蒙受的损失就越大。这样恶性循环,生产就难以持续进行。

社会需求越多,流通越快,要求企业生产的数量就越多,生产的速度就越快。也就是说,流通的状况制约着生产的规模、范围和发展速度。可以说,生产越发展,物资越丰富,流通的反作用就越显著。正如海尔总裁张瑞敏所说的那样,“不抓物流,将无物可流”。

3. 流通是国民经济现代化的支柱

现代社会中,以流通为主体的第三产业越来越被人们所重视,流通成为国家、社会的“支柱产业”。国民经济的现代化要求流通现代化,没有现代化的流通,就没有国民经济的现代化。

(三) 物流与商流

商品流通过程可以概括为商流过程和物流过程,商流和物流都是流通的组成部分,两者结合才能有效地实现商品由供方向需方的转移过程。因此,人们也说“广义商品流通具有二重性内容”。

其中,商流过程是商品从生产者到消费者之间不断转卖的价值形态转化过程,一般由若干次买卖所组成,是指价值运动。物流过程是由商流所引起的商品实体从生产者手中向消费者手中的转移过程,投入物流的劳动是生产性劳动,因为它是生产过程在流通过程延续的劳动,是使用价值的物质运动。虽然商品以转卖带动着商品实体的转移,但商品实体的物质运动有其独立运动过程。

物流与商流的关系可以概括为:

(1) 物流与商流都是商品流通必要的组成部分,二者结合才能有效地实现商品由供方向需方的转移过程。

(2) 商流是物流的先导或前提。在经济活动中,一般先有商流,而物流是以商流的后续者和服务者的姿态出现的。

(3) 物流是产生商流的物质基础。正如使用价值是价值的物质承担者一样,物流也是商流运动的物质基础,它对商流有能动的反作用。研究商品价值运动,就要从节省社会劳动、减少流通费用开支、加快资金周转速度出发,以顺利达到加速商品价值形态更替的目的;研究使用价值过程,则要从缩短商品运输路线、减少商品在流通领域的停留时间出发,降低储运成本,使商品实体顺利移位。

(4) 物流与商流都是从供应者向需求者的运动,它们有相同的流向、相同的起点和终点,运动的路线和经过的环节大致相同。因此,从整个流通过程的全局来看,商流和物流总是相伴发生的。