



中国物流与采购联合会指定

现代物流系列教材

超市物流

刘联辉 主编

中国物资出版社

超市物流

主 编 刘联辉
副主编 王 填 刘焜成
尹启华
主 审 易伟义

中国物资出版社

图书在版编目(CIP)数据

超市物流/刘联辉主编.—北京:中国物资出版社,2003.2

ISBN 7-5047-1837-8

I.超… II.刘… III.超级市场—物流—基本知识 IV.F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 005313 号

责任编辑 郑云江

封面设计 彩奇风

责任印制 何崇杭

责任校对 郭 雁

中国物资出版社出版发行

网址:<http://www.clph.com.cn>

社址:北京市西城区月坛北街 25 号

电话:(010)68392746 邮编:100834

全国新华书店经销

利森达印务有限公司印刷

开本:787×1092mm 1/16 印张:21.5 字数:361 千字

2003 年 2 月第 1 版 2003 年 2 月第 1 次印刷

书号:ISBN7-5047-1837-8/F·0660

印数:0001—5000 册

定价:29.00 元

(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

《现代物流系列教材》编审委员会

- 主任委员** 丁俊发 中国物流与采购联合会常务副会长
研究员
- 副主任委员** 吴润涛 中国社会科学院 研究员
中国物流与采购联合会物流专业委员会
秘书长
- 牟惟仲 中国物流学会副会长
中国物流与采购联合会物流专业委员会
副主任
北京中物联物流规划研究院院长
- 委 员** (按姓名拼音字母排列)
- 白世贞 哈尔滨商业大学商检系主任 教授
- 陈 宏 中国物流与采购联合会副会长
北京物资学院院长 教授
- 陈梅君 北京物资学院 教授
- 戴定一 中国物流与采购联合会副秘书长
中国物资信息中心主任 高级经济师
- 胡俊明 中国物资流通学会前副秘书长 高级经
济师
- 洪水坤 中国物资储运总公司总经理 高级经济师
- 何铁夫 中国集装箱总公司前总经理 高级经济师
- 海 峰 武汉大学商学院 副教授
- 李 川 深圳市物资与仓储协会会长
深圳市中海物流有限公司总经理

李舒东	中国物资出版社总编辑 编审
潘国和	上海东方国际继续教育学院院长 美国国际物流师学会会员 美国芝加哥伊利诺大学 客座教授
秦明森	湖北物流技术研究所总工程师 高级工程师
沈小静	北京物资学院工商管理系主任 副教授
孙宏岭	郑州工程学院经济贸易系主任 教授
王栋石	新华书店总店副总经理
王槐林	华中科技大学管理学院 教授
吴 明	中国物资流通技术开发协会副理事长 高级工程师
吴清一	北京科技大学 教授
邬 跃	北京物资学院物流系主任 教授 中国物流与采购联合会常务理事 中国交通运输协会物流企业分会副秘书长
夏春玉	东北财经大学校长助理、工商管理学院院长 教授
谢德华	中国物流与采购联合会常务理事 中国物流学会常务理事 中国物资出版社社长 副研究员
徐天亮	华中科技大学管理学院副院长 教授
真 虹	上海海运学院教务处长 教授
周建亚	武汉大学继续教育学院 (湖北省贸易科技学校教学站) 高级讲师

总 策 划 沈兴龙

本书编委会

主 任	李舒东	娄炳林	寻立祥		
副主任	易伟义	吴振顺	王 填	刘联辉	
委 员	刘焜成	尹启华	祁 莉	单山鸣	
	钟 瑶	苏选良	熊 健	王 瑛	

主 编	刘联辉			
副主编	王 填	刘焜成	尹启华	
主 审	易伟义			

序

随着我国社会主义市场经济体制的建立,世界经济一体化进程的加快和科学技术的飞速发展,物流产业作为国民经济中的一个新兴的产业,已成为我国本世纪国民经济新的增长点。目前,从中央到地方以及许多市场意识敏锐的企业,已把物流作为提高市场竞争能力和提升企业核心竞争力的重要手段,把现代物流理念、先进的物流技术和现代经营与管理模式引入国家、地方经济建设和企业经营与管理之中。但是,我国的物流教育仍十分滞后,造成了现代物流综合性人才、企业尤其是流通企业改造传统物流与加强物流管理、城市规划物流系统运筹、第三方物流企业的运作技术操作等现代物流人才严重匮乏,阻碍了经济的发展和经济效益的提高。据预测:我国的高级物流管理人才到 2010 年需求量为三万至四万人;物流技术操作和营销人才每年需要近三万人。不仅如此,根据我国加入 WTO 的承诺,物流和分销服务业将是最早完全开放的行业之一,国内市场将会在一个高层次、高起点上展开激烈的竞争,这势必会使本身就匮乏的人才竞争加剧。如果我们不从长计议,加快我国现代物流管理与技术人才的培养,终将成为我国现代物流产业发展的瓶颈,物流产业化和成为 21 世纪新的经济增长点就成了一句空话。

因此,加速启动现代物流产业的人才教育工程,实施多层次、多样化的物流教育,是 21 世纪物流产业大发展中保证物流产业形成合理的人才结构,提高我国物流管理水平和经济效益的决定性因素。2001 年 4 月,中国物流与采购联合会确定了近两三年重点抓好的十项工作,其中之一就是“编辑出版物流知识基础读本,加强物流学科建设。通过多种途径,大力培养物流专业人才,推动物流知识的普及与提高。”2001 年 6 月,中国物流与采购联合会专门成立了现代物流系列教材编审委员会,精心组织长期从事物流管理、教学与研究的一线专家、学者、教授和企业家,编写出体现最新物流管理与技术,符合教学培养规律,具有一定权威性的现代物流系列教材。第一套现代物流系列教材共 11 本,由中国物资出版社出版发行后,引起了物流

学术界和企业界的普遍关注,许多普通高等院校、高职高专院校,以及物流企业培训机构和广大读者纷纷来信来电,迫切要求我们尽快组织出版第二套现代物流系列教材,为此,我们组织编写了第二套现代物流系列教材,共计 12 本。本套现代物流系列教材既可作为普通高等院校、高职高专院校的物流以及相关专业和课程的选用教材,亦可作为各层次成人教育和企业培训教材,也适合作为物流从业人员的自学参考用书。

本套现代物流系列教材在编写过程中,得到了许多院校和研究机构的专家、学者、教授以及物流企业领导的大力支持,在此一并致谢。由于编写时间仓促,加上编者水平所限,书中有不足之处在所难免,恳望广大读者提出宝贵意见,以日臻完善。

**中国物流与采购联合会
《现代物流系列教材》编审委员会**

前 言

超市作为零售业的一种新型业态,以其“采用顾客自我服务、一次购齐的销售方式,以经营食品和日常用品等中低档商品为主,实行高周转、低利润率、价廉物美的销售方针”带来了零售商业的第二次革命,它不仅赢得了“价格破坏者”的美称,而且改变了传统的销售方式、购物方式和人们的生活习惯,促进了商品流通的大力发展。自 1930 年在美国诞生至今,超市已成为世界零售商业的领头舰。最近十几年来,在我国各个城市,大大小小的超市如雨后春笋般冒了出来,大有把无数的小店铺剿灭、把大百货商店逼到死角之趋势。而今在传统零售百货商业日趋走向没落的时候,超市之间的竞争激烈化程度开始加剧,纯粹在销售方式变革的超市开始感觉到了强大的市场竞争的压力和危机。人们开始认识到在销售业态进行变革的同时,还应在物流方式上进行变革,物流组织模式、物流采购技术、物流配送技术、门店物流技术、物流信息技术成为了超市经营的焦点,并认为物流是提升企业利润的最后一道门槛。在 21 世纪,谁掌握了物流,谁就掌握了市场的主动。于是一些资金势力雄厚的大型超市开始构筑自己的物流供应链系统,积极探索新的物流组织模式,走连锁化扩张之路,同时也纷纷斥巨资建立现代化的物流(配送)中心,以提升自身的物流能力。再加之我国已加入 WTO,外国的大型超市开始陆续抢滩我国零售市场,如德国的麦德隆、美国的沃尔玛,相继在我国一些城市开业,对我国城市零售商业结构造成了巨大冲击。一场激烈零售商业竞争和变革即将在我国全面铺开,大有黑云压城城欲摧的态势。我国商业工作者都日益认识到,构筑企业的物流核心竞争力已迫在眉睫。

鉴于目前专门研究超市物流运作的读物很少,而超市物流又是超市经营的核心技术,为了使超市经营者更好地了解和掌握超市物流的运作规律和操作要点,以适应市场业务的发展,湖南工程学院物流教研室的部分教师在中国物资出版社的指导下,结合多年的教学经验,编写了《超市物流》一书奉献给广大读者,并抛砖引玉,促进商业零售企业的物流研究。

本书由刘联辉副教授提出选题、拟编写作提纲和统稿,并编写第一章、

第四章、第九章,苏选良副教授编写第七章,尹启华副教授编写第六章,刘焜成高级经济师编写第三章,熊健、单山鸣、钟瑶老师分别编写第十章、第十一章、第二章、第五章,研究生黄瑛编写第八章。本书在编写过程中,得到了中国物资出版社总编辑李舒东博士、湖南步步高连锁超市集团公司王填董事长、湖南工程学院经济管理系系领导的大力支持和协助,在此诚挚地表示谢意。

本书在编写过程中参阅了大量的文献资料,借鉴了国内外众多学者的研究成果,在此,对他们的辛勤工作深表敬意。

本书为大型综合超市等相关业态零售企业进行经营管理培训的参考教材,同时也是零售业策划与咨询人员、经济院校师生的参考书。

由于编者水平有限,成稿时间比较仓促,书中难免不妥之处,敬请读者批评指正。

编 者

目 录

第一章 超市物流概述	(1)
第一节 物流的概念	(1)
第二节 超市物流系统	(6)
第三节 超市物流系统一体化管理	(14)
第四节 超市物流组织与运作	(21)
第二章 商品采购管理	(29)
第一节 商品定位与开发	(29)
第二节 采购计划的编制	(36)
第三节 供应商的选择与管理	(43)
第四节 商品订货策略与批量	(48)
第五节 采购交易条件与合同	(54)
第六节 商品编码	(57)
第三章 商品储存	(60)
第一节 仓储作业过程及其组织	(60)
第二节 储存商品入库业务	(63)
第三节 货物堆码苫垫	(72)
第四节 储存商品出库业务	(77)
第五节 商品盘点、检查与保管损耗	(81)
第六节 商品养护	(85)
第四章 商品配送货	(98)
第一节 商品加工与包装	(98)
第二节 商品配货	(105)
第三节 商品运送	(113)
第四节 车辆配载方法	(118)
第五节 配送路线的确定	(123)
第六节 配送需求与资源计划	(154)
第五章 商品配送中心	(169)
第一节 配送中心选址与规划	(169)

第二节	配送中心内部结构与布局	(174)
第三节	配送中心的作业流程及关键机械设备	(177)
第六章	门店物流	(181)
第一节	门店选址与物流	(181)
第二节	店堂布局与物流通道设计	(190)
第三节	商品配置	(200)
第四节	门店商品陈列	(208)
第五节	门店商品补货	(214)
第六节	理货作业管理	(223)
第七节	缺货、退货及商品损耗管理	(227)
第七章	超市物流管理信息系统	(230)
第一节	超市物流信息系统概述	(230)
第二节	超市物流信息系统的结构与功能	(235)
第三节	商品条形码技术	(241)
第四节	销售时点系统 POS	(245)
第五节	电子订货系统 EOS	(249)
第八章	超市物流绩效评价	(252)
第一节	超市物流绩效评价概述	(252)
第二节	超市物流作业效率评价	(258)
第三节	超市物流费用效益分析	(264)
第四节	超市物流成本费用管理与控制	(274)
第九章	超市供应链管理	(280)
第一节	供应链管理概述	(280)
第二节	超市供应链物流管理方案——ECR	(286)
第十章	电子商务与超市物流	(294)
第一节	电子商务概述	(294)
第二节	超市电子商务运作	(298)
第三节	电子商务下的超市物流系统建设	(302)
第十一章	超市综合物流案例	(306)
案例一	美国沃尔玛公司的成功之路	(306)
案例二	上海华联超市的中国特色	(315)
案例三	日本 7-11 连锁集团的物流运作	(319)

第一章 超市物流概述

在现代商品流通的终端环节商品零售领域,作为现代商业新型业态之一的超级市场呈现出了勃勃生机,它再一次引发了我国商品零售业的革命。特别在新型商业组织模式连锁经营方式的有效运作下,显示出了其独特的商业魅力。在超市经营中,人们经常将物流技术誉为该行业的核心技术之一,并认为谁掌握了物流配送,谁就会掌握市场的主动。然而什么是物流?超市物流系统如何构成、如何运作与组织?它在超市经营中又起什么样的作用?我们将在本章进行系统的论述。

第一节 物流的概念

一、物流概念的产生与发展

(一)“物流”概念的产生

“物流”应该是社会经济活动中最基本的概念之一。它无处不在、无时不在,与人们的生产经营活动和生活紧密相关。远在商品流通出现以前,它就伴随着人类进化的历史开始不断地发展。在原始社会人们寻觅食物时,一旦有剩余,就会本能地将它们放置到一个安全的地方储藏起来,或将它们送(运)到同伴那里去分享。从某种意义上讲,这就是一种初始状态的物流活动。只不过在人类早期社会,生产力水平极低,人们的生活水平也极低。人们生产出来的一点有限的产品,主要自己消费、自给自足,而不需要过多地考虑物品的运输、储存的问题,所以也就不会产生物流的概念。

随着生产力水平的提高,特别是在资本主义初期阶段,出现了大机器生产,大大提高了人们的劳动生产率,生产出了较多的产品。生产和消费开始分离。这就需要有一个中间环节来连接它们,于是就有了事实上的商品流通活动。而随着流通规模的不断扩大,物流的活动也越来越丰富。为了满足远距离的流通,出现了各种形式的运输;为了解决供求双方的时间矛盾,

出现了仓储。这些日趋丰富的物流活动也进一步促进了流通的发展。但是从整个社会看,总的产品数量还是很有限,产品生产出来总可以分销出去。所以,人们的注意力都放在怎样改进生产技术、多生产产品,不担心产品分销不出去,也就不关心商品流通的问题,从而也不关心商品流通中的运输成本和效益,人们感觉不出物流的重要性,因而也不会产生物流的概念。

直到 20 世纪初,随着市场经济的不断发展,在一些发达资本主义国家,生产力发展到比较高的水平,社会总产品数量达到比较饱满的程度,社会的总需求也相应有较大程度的增长,企业生产出来的产品不一定都能分销出去,市场竞争激烈,而且再靠提高生产技术已经有一定难度。这时,人们不得不关心分销工作,希望通过抓分销来打开市场、降低分销成本、提高分销经济效益。由此,人们才逐渐关心商品流通的问题,关注分销物流的问题,物流的概念也开始萌芽。

最早提出“物流”的概念一词的是美国市场营销专家阿奇·萧(Arch W. Shaw)。1915 年,他在《市场营销中的若干问题》(Some Problems In Market Distribution,哈佛大学出版社 1915 年出版)中首次提出了 Physical Distribution 的概念。有的人把它译成“实体分销”,也有的译成“物流”,这就是最早的物流概念,其实质是“分销物流”Physical Distribution(简称 PD)。1935 年,美国销售协会进一步阐述了物流(Physical Distribution)的概念:“物流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种种经济活动”。尽管物流概念早已提出,但长期以来,人们对它熟视无睹,直到 20 世纪 60 年代后才有所认识、有所重视,而且越来越重视。

二次世界大战后,西方经济进一步发展,生产力水平进一步提高,需求规模进一步扩大,市场竞争进一步加剧,进入大量生产、大量销售时期。这时候,为了进一步扩大市场占有率、降低流通成本,企业和社会就更加关注“物流”,使得 Physical Distribution 的概念更为系统化、普遍化。1962 年,管理大师德鲁克(P. F. Drucker)在《财富》杂志上发表的一篇题为“经济的黑暗大陆”的文章中指出,消费者所支付的商品价格中,约 50% 是与商品流通活动有关的费用,物流是降低成本的最后领域。随着技术水平的提高和内部管理的加强,生产领域内降低原材料成本与提高劳动生产率的空间越来越小,而在生产领域以外的运输、仓储、配送等物流环节上却大有潜力。于是,企业经营决策者对分销物流的认识普遍得到提高,开始把寻求成本优势和产品差别化优势的视角转向社会分销物流领域,物流被视为“第三利润源”。

其中,特别突出的是 20 世纪 50 年代的日本。当时,日本正处于经济高

速成长期,出现了大量生产、大量流通的局面,生产规模的迅速扩大导致流通基础设施严重不足。1956年,日本向美国派遣了“流通技术专业考察团”。日本从美国学回了PD概念,PD在日本被译为“物的流通”,70年代初又简称为“物流”。日本引入物流以后,在“物流”理论的指导下,结合本国的实际情况,使其得到了很大的发展。物流技术成为人们关心的重点,加强道路、港口和公路等物流基础设施建设,实现运输手段的大型化、专用化和高速化,大搞物流中心、配送中心,以提高货物的处理能力以及商品供应效率。这样,不但大大降低了流通成本,还扩大了市场,提高了服务水平,取得了显著的效果。但就目前的发展来说,还是物流以美国最为发达,其次才是欧洲和日本。

(二)物流概念内涵的演变

1. 西方国家对物流概念的认识

在第二次世界大战期间,美军及其盟军为了战争的目的,需要在横跨欧洲、美洲、大西洋的广大空间范围内进行军需物品的补充调运。在军队人员调动、军用物品装备的制造、运输、供应、战前配置与调运、战中补给与养护等军事后勤活动中,研究采用了一系列的技术、方法,使得这些后勤活动既能够及时保障供给、满足战争需要,又使得费用最省、时间最短、成本最低,还要安全、巧妙地回避敌方攻击。这些实际上都可以归结为对军需物品的采购、运输、仓储、分发进行统筹安排、优化调度和全面管理。这些研究成果的应用对战争胜利发挥了显著的作用。他们总结这些军事后勤活动中形成的方法和技术,形成了一些系统的理论、方法和技术,并发展成为一门“后勤管理”(Logistics)学科。战争结束后,美国经济部门、很多企业将战时后勤管理的理论引入到流通领域和企业的生产经营管理全过程中所有的与物品获取、运送、存储、分销有关的活动,取得很好的效果。形成“商业后勤”(Business Logistics)的概念,定义为“对一切促进和协调物资购销和补充物品时空效用的活动和管理”。到了20世纪80年代末,人们已经对“物流”概念有了较全面深刻的认识,认为原来的“Physical Distribution”作为“物流”的概念,已经不够确切。因为它只能描述分销物流,而实际上物流不仅包括分销物流,而且包括购进物流、生产(制造)物流、回收物流、废弃物流、再生物流等,应该是一个闭环的全过程,就像军事后勤管理(Logistics)所包含的内容一样广泛。工商企业界逐渐认识到应当用“Logistics”作为物流的概念更合适一些,在80年代末90年代初人们逐渐正式把“Logistics”作为物流的概念。此后Logistics逐渐取代PD,成为“物流”的概念和英文名词。日本物流界使用Lo-

gistics 读音构成的外来语作为物流的概念名称,以此和汉字表达的“物流”相区别。这是物流科学走向成熟的标志。

2. 我国对物流概念的认识

我国的物流概念首先是从日本引进的。在 20 世纪 70 年代末,当时正是“文化大革命”结束、准备恢复和发展国民经济的时期。我国派代表团到日、美考察,当时接受的是 Physical Distribution,译成“物流”。因此,我国许多文献中也是按 PD 的概念来阐述物流的,一般物流(PD)定义表述为:物质资料在从供给者到需求者的物理性移动过程,并创造时间价值和场所价值,也创造一定的加工价值。一直沿用到 20 世纪 90 年代初。

随着物流和企业的经营以及营销等活动的联系日趋紧密,后觉得 Physical Distribution“物流”概念对物流活动的内涵描述不全面,仅仅是强调了分销物流物理性的一面,已不足以概括物流所有的含义,而 Business Logistics 则包含了更大的含义,于是开始接受美国“商业后勤”(Business Logistics)的物流概念。我国 20 世纪 90 年代初以来,中文虽然仍然还叫“物流”没有变,但是翻译成英文时都一概用“Logistics”,一般不用“PD”了。

值得注意的是,我国接受“物流”概念的背景和方式以及我国物流业的发展方式,都与国外有很大不同。国外的物流概念是在市场经济发展的基础上自然而然形成的,是市场经济发展的必然产物。而我国是从国外接受了物流概念之后,把它在我国计划经济中推行而逐渐发展起来的。由于当时在计划经济条件下的国民经济并不发达,没有出现像国外那样“大量生产、大量流通”的经济局面,所以国家(当时主要是国家物资部)虽然花了很大气力,在物资行业推行物流,但却很难推动起来,搞了几个国家级的配送试点,效果也很不明显。到 90 年代初,随着计划经济向市场经济的全面转轨,这些物流改革的成果实际上名存实亡。与前一段物流发展形成鲜明对比的是,20 世纪 90 年代中期我国市场经济发展达到一定程度,特别是电子商务的出现与发展,把物流推向一个崭新的发展阶段,形成了自 90 年代末以来不断升温的“物流热”。因此,我国的实践也进一步证明“物流是市场经济高度发展的必然产物”。改革开放后,我国的理论界和一些企业也对物流进行了很多有益的探讨和实践。但总体上来说来我国目前的物流还没有形成现代化的体系,也远远落后于欧美、日本等一些先进国家。

二、现代物流的含义及特点

“物流”一词的概念,由于引入的国家不同,首先是日本,后又是美国,并

且本身内涵也在发生变化,因此,经常造成人们理解上的混乱,很容易把分销物流(Physical Distribution)当成了物流的全部意义。这个概念上的错误西方国家直到 20 世纪 80 年代末 90 年代初才纠正过来。

目前,国际上普遍采用 20 世纪 90 年代美国物流管理协会对物流(Logistics)的定义:

物流(Logistics)是为满足消费者需求,而对原材料、半成品、最终产品及相关信息从起始地到消费地的有效率与效益的流动与存储进行的计划、实施与控制的过程。具体包括运输、仓储、包装、物料搬运、装卸、存货控制、订单处理、需求预测、生产计划、采购、为客户服务、工厂和仓库选址、物品回收、零部件及服务保障、废品处理、情报信息联系等。

对这一定义的理解:(1)物流过程综合了运输、仓储、存货管理、物料搬运系统及包装和其他相关活动;(2)它包括整个供应链(从供应商开始,一直到客户)的流动的成本与服务水平的权衡取舍;(3)追求物流过程中物流效率和效益两个方面的系统优化;(4)其最终目的是满足客户的需求与企业目标。

在我国,为适应物流管理发展的需要,原国家国内贸易局组织部分专家、学者编写了《物流术语》,这些物流术语已作为国家标准(GB/18354—2001)于 2001 年 4 月正式颁布,2001 年 8 月 1 日起实施。在《物流术语》中,对于物流概念作出如下表述:“物流(logistics)是指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。”

为便于人们对物流的理解,我们将 Physical Distribution 物流定义为分销物流或传统物流,Logistics 物流定义为一体化物流或现代物流。

对工商企业而言 PD 与 Logistics 的比较:

1. PD 物流的特征

(1)PD 是局限在对销售领域物流活动的管理,没有包括采购物流、生产物流活动。

(2)PD 物流合理化的范围停留在分销物流部门内部,与生产和采购部门缺乏沟通联系,物流与生产和采购没有实现一体化管理。

2. Logistics 物流的特征

(1)Logistics 包括了从原材料采购、在制品到产成品销售全过程的物流活动,物流合理化不仅限于分销物流部门内部,而且扩展到采购、生产和销售部门,乃至产品链的上游企业和下游企业。