

中国信息经济学会电子商务专业委员会推荐教材

电子商务专业教材

Professional Books on E-Commerce

电子商务 物流

魏修建 严建援 王焰 编著

人民邮电出版社
www.pptph.com.cn

电子商务专业教材

电 子 商 务 物 流

魏修建 严建援 王焰 编著

人 民 邮 电 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务物流/魏修建 严建援 王 焰 编著. - 北京:人民邮电出版社,2001.9

电子商务专业教材

ISBN 7-115-09577-9

I . 电 II . ①魏 ②严 ③王 III . 电子商务 - 物流 - 高等学校 - 教材 IV . F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 053109 号

内 容 提 要

本书共分为 12 章,主要阐述了物流的基本功能、电子商务物流的特点与内容、电子商务物流系统、电子商务物流的过程、电子商务物流技术、电子商务物流中心、电子商务物流配送、电子商务与供应链、城市物流、国际物流、电子商务物流管理以及电子商务物流费用等,并探讨了中国电子商务物流的发展历程、现状以及发展对策。

本书可作为高等院校相关专业的教学用书,也可作为电子商务与物流理论研究者 and 实际工作者的阅读参考书。

电子商务专业教材

电 子 商 务 物 流

◆ 编 著 魏修建 严建援 王 焰

责任编辑 李振广

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号

邮编 100061 电子函件 315@pptph.com.cn

网址 <http://www.pptph.com.cn>

读者热线:010-67129212 010-67129211(传真)

北京汉魂图文设计有限公司制作

人民邮电出版社河北印刷厂印刷

新华书店总店北京发行所经销

◆ 开本:787×1092 1/16

印张:16.5

字数:388 千字

2001 年 9 月第 1 版

印数:1-4 000 册

2001 年 9 月河北第 1 次印刷

ISBN 7-115-09577-9/TP·2419

定价:23.00 元

本书如有印装质量问题,请与本社联系 电话:(010)67129223

丛 书 编 委 会

主任委员 李 琪

委 员 李 红 魏修建 张 秦

严建援 梁 晋 王 焰

韩 峰 姚立新 杨坚争

总 序

电子信息技术的应用和商务活动发展的需要相结合,产生了电子商务。随着电子信息网络的发明和应用,尤其是随着因特网(Internet)的商业化应用,现代电子商务得到发展并在全世界迅速推广。它直接作用于商贸流通领域,间接作用于生产、消费和社会经济的方方面面,其作用和影响是巨大的。

电子商务为什么会有如此强大的生命力呢?它的本质和特点如何呢?我们在总结电子商务的国内外实践经验和理论研究并结合我们自己的分析研究后认为:电子商务是人类历史上商贸流通劳动(活动)的崭新、先进的生产力。它在商务(以交易为中心的经济事务)劳动力的三大要素(工具、对象和劳动者)中都发生了革命性的变化。它的综合特点是:高效率、低成本、极方便、信息化、集约化、个性化、理性化。

在生产力三要素中掌握控制权的最具活力和创造力的当然是劳动者,而电子商务的劳动者必然是信息技术与商务技术复合的劳动者。综观电子商务在国内外的实践,有一条经验和教训是最值得吸取的,那就是:电子商务成也是人,败也是人。我国相对于发达国家而言电子商务相对落后的最根本原因就是缺乏大批既懂信息技术又懂商务技术的复合型人才。认识到了这一点,我国政府、教育部门和各有关部门正采取各种措施,大力培养电子商务专业人才。

继国家自学考试中心于2000年开设电子商务专业本科、专科考试之后,2001年新年伊始,国家教育部就先后分两批批准了部属13所高等院校开设电子商务本科专业,并于2001年6月在南京召开了“高等学校电子商务本科专业建设专题研讨会”。它标志中国电子商务专业人才的培养已被纳入国家国民教育的正规系列,走上了有步骤、有计划发展的康庄大道。然而,由于多种原因,电子商务专业教材的建设却相对滞后。

为弥补我国电子商务专业教材的不足,中国信息经济学会电子商务专业委员会从2000年5月起就组织和联合国内多所高等院校的一批有经验和有志于发展中国电子商务事业的教师开始了电子商务专业系列教材的编写。

这套教材力求将电子商务的基本知识、基本理论、基本技术和基本应用等用理论联系实际的方法,技术、经济与管理相结合等方法进行分析和论述,力求用简洁、明了的语言和图表进行表达,力求用事实和案例来说明许多问题,力求将相关的科研成果有机地用到教材中去。然而,由于电子商务的实践尚处在初级阶段,社会对电子商务的认识还处在积极的探索阶段,加之我们的时间、精力和水平有限,致使书中错误和不足之处在所难免,故恳望读者批评指正。

最后,我们对在本系列教材中给予我们帮助和资助的人民邮电出版社、西安交通大学“行动计划”重大项目“网络经济中制度与技术创新”课题组表示感谢!

中国信息经济学会电子商务专业委员会
电子商务专业教材编写组

编者的话

“物流”(PHysicat Distribution PD)一词源于第二次世界大战,后被产业界广泛应用于企业的经营活动之中,经过人们长期的探索和实践,逐步形成一门独立的学科。

“物流”是指物质资料的流动,它存在于社会经济的各个方面和环节中。在社会经济活动中,物流不仅能够创造时间和空间价值,而且也能够创造信息价值,使社会的价值增值。

早期的物流学是专门研究物质资料流动的一门学科,随着物流学科的发展与应用,物流学研究的范围和内容也在不断地扩大和丰富,特别是电子商务技术给物流学增添了新的内容,与之相伴而生的电子商务物流也正在成为新的需要研究的课题。

电子商务物流融物流理论、电子商务理论和现代管理方法为一体,与传统的物流相比,它具有信息化、自动化、网络化、智能化、柔性化、个性化和互动化等特点,这些特点决定了电子商务物流具有高效化、准时化及低成本等优势,促使物流向社会化、系统化和专业化的方向发展。

对于企业来说,如何在网络时代创立自己的物流模式和管理方式,有效地开展经营活动,寻找新的商机,跟上时代的发展潮流,已成为一个现实而又迫切需要解决的问题。对于政府来说,如何在网络时代制定出科学合理的物流政策,促进电子商务物流的发展,将对整个国民经济的发展发挥重要的作用。

在这一时代背景下,我们编写了《电子商务物流》一书。为增加本书的理论性、实用性和可操作性,便于读者特别是物流、营销人员在实际中的应用,我们从物流的基本理论和基本原理出发,结合电子商务的基本特征,分12章对电子商务物流进行了较为详细的阐述,并在有关章节配备了一些相应的案例。

电子商务物流作为一个新生事物,在我国的研究和实践才刚刚起步,加之我们水平和时间有限,书中不足之处,请读者和同仁批评指正。

编者

目 录

第 1 章 导 论	1
1.1 物流的基本功能	1
1.1.1 物流的含义	1
1.1.2 物流的分类	2
1.1.3 物流的基本功能	5
案例：美国凯利伯物流公司的增值物流服务	8
1.1.4 物流的作用	9
1.2 电子商务物流的特点	10
1.2.1 电子商务与物流的关系	10
1.2.2 物流在电子商务中的地位和作用	11
1.2.3 电子商务物流	12
1.2.4 电子商务物流的特点	12
1.3 电子商务物流的内容	14
1.3.1 电子商务物流系统	14
1.3.2 电子商务物流过程	14
1.3.3 电子商务物流技术	15
1.3.4 电子商务物流费用	17
1.3.5 电子商务物流管理	17
第 2 章 电子商务物流系统	20
2.1 电子商务物流系统的概念及特点	20
2.1.1 电子商务物流系统的概念	20
2.1.2 电子商务物流系统的构成	21
2.1.3 电子商务物流系统的特点	22
2.2 电子商务物流系统模式	24
2.2.1 企业自营物流	24
案例：美国联合包裹服务公司（UPS）开展电子商务的启示	25
2.2.2 物流企业联盟	27
2.2.3 第三方物流	28
2.3 电子商务物流系统的合理化	29
2.3.1 电子商务物流系统合理化的作用	29
2.3.2 电子商务物流系统合理化的途径	30
2.4 电子商务物流系统分析与设计	33
2.4.1 电子商务物流系统分析	33
2.4.2 电子商务物流系统设计	38

2.4.3	电子商务物流系统的评价	40
第3章	电子商务物流的过程	43
3.1	电子商务物流的起点——商品包装	43
3.1.1	商品包装的功能	43
3.1.2	商品包装的种类	45
3.1.3	商品包装的合理化和标准化	46
3.2	电子商务物流的动脉——商品运输	48
3.2.1	商品运输对电子商务物流的功能与作用	48
3.2.2	商品运输的方式	49
3.2.3	商品运输系统	51
3.3	电子商务物流的中心——商品储存	53
3.3.1	商品储存的功能与作用	53
3.3.2	商品储存的过程	54
3.3.3	商品储存合理化	55
3.4	电子商务物流的接点——商品装卸	57
3.4.1	商品装卸的功能	57
3.4.2	商品装卸的种类	58
3.4.3	商品装卸的合理化	58
3.5	电子商务物流的中枢神经——物流信息	60
3.5.1	物流信息在电子商务物流中的地位	60
3.5.2	电子商务物流信息的特征	60
3.5.3	物流信息的作用	61
3.5.4	物流信息系统	62
第4章	电子商务物流技术	66
4.1	电子商务物流技术概述	66
4.1.1	电子商务给物流技术带来的变革	66
4.1.2	电子商务物流技术的含义与构成	68
4.1.3	电子商务物流技术的评价标准	69
4.1.4	电子商务物流技术的作用	70
4.2	电子商务物流技术简介	70
4.2.1	物流实物作业技术	70
4.2.2	电子商务技术及其在物流中的应用	77
第5章	电子商务物流中心	83
5.1	电子商务物流中心概述	83
5.1.1	电子商务物流中心的含义	83
5.1.2	电子商务物流中心的特点	87
5.2	电子商务物流中心的种类和构成	89
5.2.1	电子商务物流中心种类	89
5.2.2	电子商务物流中心的构成	92

5.3	电子商务物流中心的布局	94
5.3.1	电子商务物流中心的设置原则与方法	94
5.3.2	建立物流中心的途径	100
	案例: 沃尔玛物流配送中心	101
第 6 章	电子商务物流配送	104
6.1	电子商务物流配送的特点与作用	104
6.1.1	电子商务物流配送的含义	104
6.1.2	物流配送过程	106
6.1.3	配送的作业目标	107
6.1.4	电子商务配送的意义与作用	108
6.2	配送的种类	109
6.2.1	按配送商品种类及数量划分	109
6.2.2	按配送时间及数量划分	110
6.2.3	按配送地点划分	111
6.3	电子商务配送模式及选择	112
6.3.1	配送模式	112
6.3.2	电子商务配送模式的选择	115
6.4	电子商务配送系统	120
6.4.1	电子商务配送系统的含义与特点	120
6.4.2	电子商务配送系统目标	122
6.4.3	电子商务配送系统构成	123
6.4.4	电子商务配送系统的开发	125
6.4.5	电子商务配送系统分析的原则	128
第 7 章	电子商务与供应链	130
7.1	供应链及其管理思想	130
7.1.1	供应链的概念	130
7.1.2	供应链战略的要素	131
7.1.3	供应链效率与能力的评价	132
7.1.4	一项实施策略: 快速反应	133
7.2	供应链管理的变革与优化	134
7.2.1	供应链管理带来的变革	134
7.2.2	电子商务改变供应链	140
7.2.3	企业降低供应链成本和提高竞争绩效的方法	141
7.3	消费者的世纪——供应链向需求链的转变	142
7.4	供应链管理实例: 戴尔 (Dell) 公司 —— 供应链管理的典范	149
第 8 章	城市物流	152
8.1	城市物流及特点	152
8.1.1	城市物流的含义	152
8.1.2	城市物流的特点	153

8.1.3 城市物流的构成	156
8.1.4 城市物流系统	159
8.2 城市物流中心	159
8.2.1 城市物流中心的含义	159
8.2.2 城市物流中心的作用	160
8.2.3 城市物流中心的设计与开发	161
8.2.4 城市物流中心的合理化	163
8.3 我国城市物流的发展	165
8.3.1 我国发展城市物流的重要性	165
8.3.2 我国城市物流的发展现状	167
8.3.3 我国城市物流存在的问题	168
8.3.4 大力发展我国城市物流的对策	169
第9章 国际物流	173
9.1 国际物流的作用与特点	173
9.1.1 国际物流的概念及发展	173
9.1.2 国际贸易与国际物流	174
9.1.3 国际物流的特点	176
9.1.4 国际物流的发展趋势	177
9.2 国际物流合理化的内容	179
9.2.1 国际物流系统合理化	179
9.2.2 建立完善物流电子商务网络, 促进国际物流合理化	182
9.2.3 国际物流合理化的几个具体作业途径	183
第10章 电子商务物流管理	187
10.1 电子商务物流管理概述	187
10.1.1 电子商务物流管理的含义	187
10.1.2 电子商务物流管理是物流管理学的新发展	187
10.1.3 电子商务物流管理的特点	189
10.1.4 电子商务物流管理的内容	189
10.1.5 电子商务物流管理的原则	190
10.1.6 电子商务物流管理的职能	191
10.2 电子商务物流管理内容	192
10.2.1 电子商务物流组织管理	192
10.2.2 电子商务物流业务管理	194
10.2.3 电子商务物流质量管理	200
10.2.4 电子商务物流的人力资源管理	202
10.2.5 物流供应链管理	203
10.3 电子商务物流管理信息系统	205
10.3.1 电子商务物流管理信息系统的概述	205
10.3.2 电子商务物流管理信息系统的构成	206

10.3.3 电子商务物流管理信息系统的设计与开发	207
10.3.4 电子商务物流管理信息系统发展展望	208
第 11 章 电子商务物流费用	210
11.1 电子商务物流费用的含义与分布	210
11.1.1 电子商务物流费用的含义	210
11.1.2 电子商务物流费用的分布	210
11.2 电子商务物流费用的种类	212
11.2.1 按其范围划分的物流费用	212
11.2.2 按企业性质划分的物流费用	212
11.2.3 按与流转额关系划分的物流费用	214
11.2.4 按经济性质划分的物流费用	214
11.2.5 按发生的流转环节划分的物流费用	215
11.2.6 按供应链划分的物流费用	215
11.2.7 按支付方式划分的物流费用	216
11.2.8 按物流机能划分的物流费用	216
11.3 电子商务物流费用管理	217
11.3.1 电子商务物流费用管理的含义和作用	217
11.3.2 影响电子商务物流费用管理的因素	218
11.3.3 电子商务物流费用管理的目标和原则	220
11.3.4 电子商务物流费用管理的内容和方法	220
11.3.5 降低电子商务物流费用的对策措施	224
第 12 章 中国电子商务物流的发展	228
12.1 中国电子商务物流的发展历程	228
12.1.1 中国电子商务物流的发展背景	228
12.1.2 中国电子商务物流的发展过程	228
12.1.3 中国电子商务发展中的物流矛盾	229
12.2 中国电子商务物流的发展现状	231
12.2.1 电子商务物流的基本问题	231
12.2.2 电子商务物流配送的供求差距	232
12.3 中国电子商务物流的发展对策	234
12.3.1 加快中国现代物流产业的发展	234
12.3.2 寻求连锁经营与电子商务的结合, 编织电子商务物流网络	238
12.3.3 加快现代物流配送业的信息化及电子商务化的进程	240
参考文献	248
后记	249

第 1 章 导 论

物流学是专门研究物质资料流动和与其相关的信息流、能量流和人员流的一门学科。随着电子商务技术的发展，与之相伴而生的电子商务物流正在成为新的迫切的社会需求。

电子商务物流是运用现代物流原理、技术和管理方法构成的一个完整体系，但由于电子商务与传统商务相比独具的优势和特点，决定了电子商务物流同一般物流之间既有其共性的方面，又存在某些独有的特性。

1.1 物流的基本功能

1.1.1 物流的含义

对于“物流”的概念，不同国家、不同机构、不同时期有所不同。关于物流活动的最早文献记载是在英国。1918 年，英国犹尼利弗的哈姆勋爵成立了“即时送货股份有限公司”，目的是在全国范围内把商品及时送到批发商、零售商和用户手中。从那时起到第二次世界大战，物流一直没有比较明确的概念。二战期间，美国从军事需要出发，在对军火进行的战时供应中，首先采用了“物流管理”（Logistics Management）这一名词，并对军火的运输、补给、屯驻等进行全面管理。二战后，“物流”一词被美国人借用到企业管理中，被称作“企业物流”（Business Logistics）。企业物流是指对企业的供销、运输、存储等活动进行综合管理。日本于 20 世纪 60 年代正式引进了“物流”概念，并将其解释为“物的流通”、“实物流动”。此后，物流概念在全世界得到了广泛应用。

随着物流科学的迅速发展，世界许多国家的专业研究机构、管理机构以及物流研究专家对物流概念做出了各种定义。

美国物流管理权威机构——物流管理委员会认为“物流作为客户生产过程中供应环节的一部分，它的实施与控制提供了有效的、经济的货物流动和存储服务，提供了从存货原始地到消费地的相关信息，以期满足客户的需求。”

美国物流协会认为物流是“有计划地将原材料、半成品和产成品由生产地送至消费地的所有流通活动，其内容包括为用户服务、需求预测、情报信息联系、物料搬运、订单处理、选址、采购、包装、运输、装卸、废料处理及仓库管理等。”

日本通商产业省运输综合研究所对物流的定义十分简单，他们认为物流是“商品从卖方

到买方的全部转移过程。”

1999 年，联合国物流委员会对物流作了新的界定，指出：“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和存储计划、实现和控制管理的过程。这个定义强调了从起点到终点的过程，提高了物流的标准和要求，确定了未来物流的发展，较传统的物流概念更为明确。

还有一些专家提出了物流的 7R 定义，认为物流就是“在恰当的时间、地点和恰当的条件下，将恰当的产品以恰当的成本和方式提供给恰当的消费者”。在该定义中，用了 7 个恰当 (Right)，故称作 7R。该定义揭示了物流的本质，有助于我们对物流概念的理解。

不论对物流概念的具体理解有何差异，但是有一点认识是共同的，即物流不仅包括原材料、产成品等从生产者到消费者的实物流动过程，还包括伴随这一过程的信息流动。因此，我们可以将物流定义为：物流是指为满足用户需求而进行的原材料、中间库存、最终产品及相关信息从起点到终点间的有效流动，以及为实现这一流动而进行的计划、管理和控制过程。

1.1.2 物流的分类

可以按照物流活动覆盖范围的大小以及物流系统在供应链中所处的位置、属性及作用的空间范围等对物流进行分类。

1. 按照物流活动覆盖的范围分类

按照物流活动覆盖的范围，物流可以被划分为国际物流和区域物流。

(1) 国际物流

国际物流是现代物流系统发展很快、规模很大的一个物流领域，国际物流是伴随和支撑国际经济交往、贸易活动和其他国际交流所发生的物流活动。由于近十几年国际贸易的急剧扩大，国际分工日益深化，东西方之间冷战的结束，以及诸如欧洲等地一体化速度的加快，国际物流成了现代物流研究的热点问题。

(2) 区域物流

相对于国际物流而言，一个国家范围内的物流，一个城市的物流，一个经济区域的物流都处于同一法律、规章、制度之下，都受相同文化及社会因素影响，都处于基本相同的科技水平和装备水平之中，因而都有其独特的特点，都有其区域的特点。

城市物流要研究的问题很多，例如，一个城市的发展规划，不但要直接规划物流设施及物流项目，例如建公路、桥梁、建物流团地，建仓库等，而且，需要以物流为约束条件，来规划整个市区，如工厂、住宅、车站、机场等。物流已成为世界上各大城市规划和建设要研究的一项重点。

在城市形成之后，整个城市的经济、政治、人民生活等活动也是以物流为依托的，所以，城市物流还要研究城市生产、生活所需商品的如何流入、流出，如何以更有效的形式供应给每个工厂、机关、学校和家庭，城市巨大的耗费所形成的废物又如何组织物流等等。可以说，城市物流内涵十分丰富，很有研究价值。

2. 按照物流在供应链中的作用分类

供应链是指在生产及流通过程中，为将货物或服务提供给最终消费者而创造价值、连接上游与下游而形成的组织网络。为了提高效率和降低成本，供应链中的物流活动应按照专业化原则进行组织，即在整个供应链上，可以有不同类型的物流。

(1) 供应物流

为生产企业、流通企业或消费者购入原材料、零部件或商品的物流过程称为供应物流，也就是商品生产者、持有者至使用者之间的物流。对生产企业而言，供应物流需将原材料配送给工厂，它的主要客户是工厂，它处理的对象主要是生产商品所需的原材料和零部件。由于原材料与零部件的数量之间有固定的比例关系，因此，供应物流的功能就是强调原材料的配套储存、分拣、及时配送、加工和预处理等。对于流通领域而言，供应物流是指在为商品配置而进行的交易活动中，从买方角度出发的交易行为中所发生的物流。由于供应物流占用大量的企业流动资金，因此，对其严格管理使其合理化对于企业的成本至关重要。

供应物流不仅要保证供应的目标，而且还要以最低成本、最少消耗，来组织供应物流活动，满足限定的条件，因此，就带来了很大的难度。现代物流学就是基于非短缺商品市场这样一个宏观环境来研究物流活动的，在这种市场环境下，供应数量的保证是容易做到的，而企业竞争的关键则在于如何降低这一物流过程的成本。为此，企业供应物流就必须解决有效的供应网络、供应方式和零库存等问题。

(2) 生产物流

从工厂的原材料购进入库起，直到工厂产品库的产品发送为止，这一全过程的物流活动称为生产物流。生产物流是制造产品的企业所特有的，它需要与生产流程同步。原材料以及半成品等按照工艺流程在各个加工点之间不停地移动、流转形成了生产物流。因此，生产物流合理化对工厂的生产秩序和生产成本有很大的影响。目前，制造型企业的物流系统有两种：一种是为制造活动提供支持的物流，它的功能要求与供应物流相同；另一种则是为制造商的产品分销提供支持的物流。国内外的应用实例都表明，制造商自己直接建立分销网络的情况越来越普遍，其市场覆盖面要广、分销能力要强，市场信息的收集与传递要及时，因此，要求在区域市场上运输和配送商品的能力要很强，需求预测及订单处理功能要完善。

(3) 销售物流

销售物流是指企业为保证自身的经营利益，伴随销售活动将产品所有权转给用户的物流活动。在现代社会中，市场环境是一个完全的买方市场，因此，销售物流活动便带有极强的服务性，以满足买方的要求，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，销售物流的空间范围很大。企业销售物流的特点就是通过包装、送货和配送等一系列物流实现销售，这就需要研究送货方式、包装水平以及运输路线，并采取各种诸如少批量、多批次、定时、定量配送等特殊的物流方式达到目的，因而其研究领域是很宽的。

(4) 分销物流

专业批发业务的物流作业具有大进大出和快进快出的特点，它强调的是批量采购、大

量储存以及大量运输的能力，大型分销商需要大型的仓储和运输设施。另外，分销商属于中间商，需要与上游和下游进行频繁的信息交换，需要具有良好的信息接口和高效的信息网络。

（5）回收物流

企业在生产、供应以及销售活动中总会产生各种边角余料和废料，这些东西的回收是需要伴随物流活动的，而且，在一个企业中，若回收物品处理不当，会影响整个生产环境，甚至影响产品质量，同时还会占用很大的空间。

（6）废弃物物流

是指对企业排放的无用物进行运输、装卸和处理的物流活动。

3. 按照物流活动的主体分类

可以按照物流活动的承担主体，划分为企业自营物流、专业子公司物流和第三方物流。这三种物流形态目前在市场上共同存在，将物流它们的成长变化过程反映了现代物流社会化发展的一种变化趋势。

（1）企业自营物流

在计划经济体制下，大多数企业都是采用“以产带销”的经营方式，因此，其物流运作的规模、批量、时间都是在计划指导下进行的，企业自备车队、仓库、场地、人员，自给自足地自营物流的方式成为传统企业物流的主体。随着计划经济向市场经济的转轨，市场调节能力不断增强，“以销定产”成为企业新的运作模式。小批量、多品种、高速度和准时供货等市场需求对新型物流提出了更高的要求。一些企业明显地感到灵活多变的物流运送需求和持高不下的物流成本正在逐渐成为企业竞争中的压力，为了从物流成本和速度需求的双重枷锁下解放出来，许多企业开始寻求更好的解决途径。

（2）专业子公司物流

物流专业子公司一般是指从企业传统物流运作功能中剥离出来，成为一个独立运作的专业化实体。它与母公司（或集团）之间的关系是服务与被服务的关系。它以专业化的工具、人员、管理流程和服务手段为母公司提供专业化的物流服务。与传统的企业自营物流相比，专业化子公司更加注重对物流过程一体化的管理和物流资源的合理化配置，能使物流效率最大化，并能有效地控制总成本达到最低水平。一些规模较大的专业化子公司还可利用自身的专业化优势为同行业的其他企业提供第三方物流服务。

（3）第三方物流

第三方物流是指企业为了更好地提高物流运作效率以及降低物流成本而将物流业务外包给第三方物流公司的做法。这是跨国公司管理物流的通行做法。按照供应链理论，将非核心业务外包给在该领域具有专长或核心竞争力的专业公司互相协调和配合来完成，这样所形成的供应链具有最大的竞争力。第三方物流企业应是站在货主的立场，以货主企业的物流合理化为设计物流系统运营的目标。它同货主企业的关系应是密切、长期的合作关系，而不是零星的业务往来。通过第三方物流企业提供的物流服务有助于促进货主企业的物流效率和物流合理化。在我国发展现代物流的过程中，第三方物流将成为未来较大的市场潜在需求。

4. 按照物流的特殊性分类

(1) 一般物流

一般物流是指具有某些相同点和一般性的物流活动。物流活动的一个重要特点就是涉及全社会。因此,物流系统的建立以及物流活动的开展必须有普遍的适用性,物流系统的基础点也在于此;否则,物流活动便有很大的局限和很小的适应性,物流活动对国民经济和社会的作用便受到限制。

一般物流研究的着眼点在于物流的一般规律,建立普遍适用的物流标准化系统,研究物流的共同功能要素,研究物流与其他系统的结合、衔接,研究物流信息系统及管理体制等等。

(2) 特殊物流

特殊物流是指在专门范围、专门领域和特殊行业的物流活动。在遵循一般物流规律的基础上,具有特殊制约因素、特殊应用领域、特殊管理方式、特殊劳动对象以及特殊机械装备特点的物流都属于特殊物流范围。特殊物流活动的产生是社会分工细化、物流活动进一步合理化和精细化的产物。在保持一般物流活动的前提下,能够有特点并形成规模,产生规模经济效益的物流便会形成本身独特的物流活动和物流方式。特殊物流的研究对推动现代物流发展的作用是巨大的。

特殊物流可进一步划分如下:按劳动对象的特殊性可划分为水泥物流、石油及油品物流、煤炭物流、腐蚀化学物品物流以及危险品物流等;按数量及形体不同可划分为多品种、少批量、多批次产品物流,超大、超长型物流等;按服务方式及服务水平不同可划分为“门到门”的一贯物流和配送等;按装备及技术不同可划分为集装箱物流和托盘物流等;在特殊的领域可划分为军事物流和废弃物流等;按组织方式可划分为加工物流等。

1.1.3 物流的基本功能

物流系统的基本功能是指物流系统所具有的基本能力,这些基本能力有效地组合便能合理地实现物流系统的总目标。物流系统的基本功能包括运输、储存、包装、装卸、流通加工、配送以及物流信息管理等,可以分别对应物流活动的实际工作环节中的七项具体工作。

1. 包装功能

包装功能包括产品的出厂包装、生产过程中制品和半成品的包装以及在物流过程中换装、分装和再包装等活动。物流的包装作业的目的不是要改变商品的销售包装,而在于通过对销售包装进行组合、拼配和加固,形成适于物流和配送的组合包装单元。对包装活动的管理应根据物流方式和销售要求来确定。要全面考虑包装对产品的保护作用、促销作用、提高装运率的作用、包拆装的便利性以及废包装的回收与处理等因素。包装管理还要根据物流全过程的经济效果来具体决定包装材料及其强度、尺寸以及包装方式等。

2. 装卸功能

装卸功能是为了加快商品在物流过程中的流通速度必须具备的功能,包括对运输、储存、

包装、流通加工等物流活动进行衔接的活动,以及在储存等活动中为进行检验、维护和保养所进行的装卸活动。伴随装卸活动的小搬运,一般也包括在这一活动中。专业物流中心往往配有专业化的装载、卸载、提升、运送和码垛等装卸搬运机械,以提高装卸搬运作业的效率,减少作业对商品造成的损毁。在物流活动中,装卸活动是频繁发生的,因而是产品损坏的重要原因。对装卸活动的管理,主要是确定最恰当的装卸方式,力求减少装卸次数,合理配置及使用装卸机具,做到节能、省力、减少损失和加快速度,以获得较好的经济效果。

3. 运输功能

物流的运输功能负责为客户选择满足需求的运输方式,然后具体组织网络内部的运输作业,在规定的时间内将客户的商品运抵目的地。它包括供应和销售物流中的车、船、飞机等方式的运输以及生产物流中的管道、传送带等方式的运输。对运输活动的管理要求选择经济便捷的运输方式和运输路线,以实现安全、迅速、准时和经济的要求。

4. 储存功能

储存功能包括堆存、保管、保养、维护等活动。物流系统需要有仓储设施,但客户需要的不是在物流中心储存商品,而是要通过仓储环节保证市场分销活动的开展,同时,尽可能降低库存占压的资金,减少储存成本。因此,专业物流中心需要配备高效率的分拣、传送、储存和拣选设备。对储存活动的管理,要求正确确定库存数量,制订保管制度和流程,对库存物品分别采取有效的管理方式,力求提高保管效率、降低损耗、加速物资和资金的周转。

5. 流通加工功能

流通加工功能又称流通过程中的辅助加工活动。这种加工活动不仅存在于社会流通过程中,也存在于企业内部的流通过程中,所以,它实际上是在物流过程中进行的辅助加工活动。企业、物资部门以及商业部门为了弥补生产过程中加工程度的不足,更有效地满足用户或本企业的需求,更好地衔接供需,往往需要进行这种加工活动。

6. 配送功能

配送功能是物流进入最终阶段,以配货、送货形式最终完成社会物流,并最终实现资源配置的活动。配送活动一直被看作是运输活动中的一个组成部分或运输形式,所以,过去未将其独立作为物流系统实现的功能,而是将其作为运输中的末端运输对待。但是,配送作为一种现代流通方式,特别是在电子商务物流中的作用非常突出,它集经营、服务、社会集中库存、分拣和装卸搬运于一身,已不是简单的送货运输,所以,在本书中将其作为独立功能。

7. 物流信息管理功能

物流信息管理功能包括进行与上述各项活动有关的计划和预测以及对物流动态信息(运量、收、发、存数)及其有关费用、生产、市场信息的收集、加工、整理和提炼等活动。对物流信息活动的管理,要求建立信息系统和信息渠道,正确地选定信息点和内容以及信息的收集、汇总、统计和使用方式,以确保信息的可靠性和及时性。