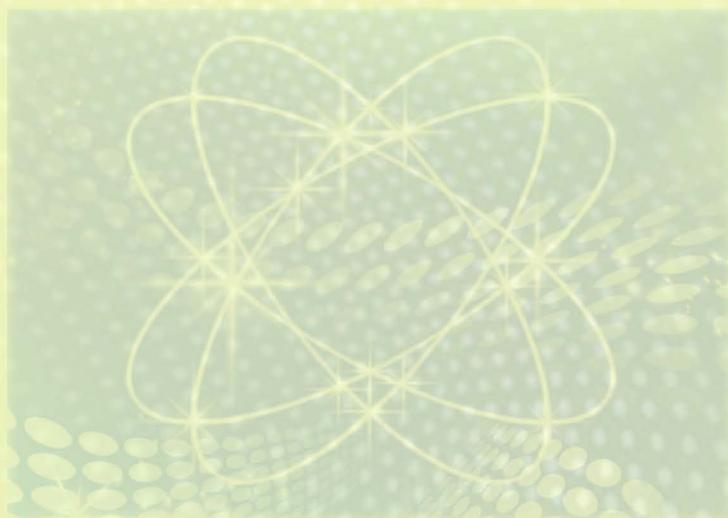


# 电子商务与物流管理

张华 主编



华中科技大学出版社

全国高职高专经济管理类“十二五”规划  
理论与实践结合型系列教材

# 电子商务与物流管理

张 华 主 编

华中科技大学出版社  
中国·武汉

# 前言

## PREFACE

从20世纪90年代以来,互联网信息技术飞速发展,电子商务对商品交易的作用已经得到了广泛的肯定,其应用范围正在不断扩大,对社会的影响和贡献日益显著。

电子商务与物流是特别强调“实战”的课程,本书正是通过“教、学、做”三位一体的“过程导向”原则,让学生掌握现实中电子商务与物流管理的模式、方法与技能;并在现实交易过程中学会发现问题、分析问题、解决问题的能力,以达到“零距离”教学的效果。

本书对内容体系进行了科学合理的安排,针对电子商务、物流专业的操作人员和管理人员的实际工作需要突出了相应的内容。它立足于理论与实际的结合,使学习者在了解国内外电子商务与物流基本理论的同时,也掌握从事电子商务、物流等工作所需的基本知识和技能。

本书借鉴了国内外最新电子商务与物流实践经验和理论研究成果,并对现代电子商务物流、电子商务与供应管理、物流成本、电子商务与物流服务及相关领域的新发展、新观点、新技术进行了论述,具有内容丰富、资料详实、文字简洁、脉络清晰和操作性强等特点。为了方便读者学习和认识电子商务与物流管理,书中还运用了大量的图标、案例进行说明。本书既可作为普通高等院校、高职高专院校电子商务专业、物流管理专业和相关经济管理专业的教学用书,又可作为广大电子商务、物流企业从业人员的学习参考用书。

本书采用任务化、项目化教学法进行设计,鼓励积极主动、勇于探索的自主学习方式,特别注重培养学生的职业能力。老师在实施教学时,要求课堂教学与现场教学相结合,课内项目训练与综合实训相结合,通过任务驱动,学、练同步,做到理论与实践一体化。本书不是按理论知识体系组织教学的,而是紧紧围绕各任务目标与综合项目组织教学,通过项目分解和提炼,以项目学习来实现知识目标和能力目标。

本书共分为八个教学项目,由武汉商贸职业学院张华老师、长江职业学院李一辉老师、武汉商贸职业学院喻立老师担任主编,由武汉商贸职业学院的秦琴老师、吴瑕老师、霍丽娟老师、刘鹰老师担任副主编。另外,武汉商贸职业学院刘芳老师也参与了本书的编写工作。

本书的编写参阅了许多国内外专家学者的相关研究成果,在此表示诚挚的感谢!由于编者水平有限,书中难免会有不妥或疏漏之处,敬请广大读者批评指正。

编者

2014年9月

# 目录

## CONTENTS

### 项目一 电子商务与现代物流

任务一 电子商务的基本概念

任务二 现代物流的基本概念

任务三 电子商务与物流

### 项目二 电子商务物流管理信息系统

任务一 电子商务物流管理信息系统概述

任务二 电子商务物流管理信息系统类型与组成

任务三 电子商务物流管理信息系统的设计

任务四 典型电子商务物流管理信息系统的规划设计

### 项目三 电子商务环境中的物流模式

任务一 电子商务环境中的物流模式概述

任务二 第三方物流

任务三 新型物流

### 项目四 电子商务物流信息技术

任务一 电子商务中的物流信息技术

任务二 EDI 技术

任务三 条码技术

任务四 射频技术

任务五 GPS 技术

任务六 GIS 技术

### 项目五 电子商务环境中的物流配送

任务一 电子商务中的物流配送

任务二 电子商务中的物流配送流程及合理化

任务三 电子商务中的物流配送中心

### 项目六 电子商务与供应链管理

任务一 供应链与供应链管理

任务二 供应链管理内容

任务三 供应链管理方法

**项目七 在电子商务环境中的物流服务**

任务一 在电子商务环境中的物流服务概述

任务二 电子商务中的物流客户服务内容

任务三 电子商务中的物流客户服务战略

**项目八 电子商务环境中的物流成本管理**

任务一 电子商务环境中的企业物流成本的管理

任务二 电子商务中物流成本的构成与控制

任务三 电子商务中的物流成本控制的具体方法

**参考文献**

项目一

# 电子商务与现代 物流



DIANZI SHANGWU  
YU WULIU GUANLI

---

### 项目目标

1. 了解电子商务模式,了解电子商务对物流提出的要求。
2. 熟悉现代物流的基本概念、特点和分类;认识物流的作用和功能;了解现代物流的相关理论。
3. 掌握电子商务物流的概念、特征和流程;正确理解电子商务与物流的关系。

### 知识链接

在电子商务活动中,物流是相当重要的一环。本项目重点讲述电子商务和现代物流的基本原理和电子商务物流管理的基本内涵。

## 任务一 电子商务的基本概念

### 任务引入

#### 案例引导

2010年7月15日,中国互联网络信息中心(CNNIC)在北京发布了《第26次中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示,截至2010年6月底,我国网民规模达4.2亿人,互联网普及率持续上升,增至31.8%。手机网民成为拉动中国总体网民规模攀升的主要动力,半年内新增4334万,达到2.77亿人,增幅为18.6%。值得关注的是,互联网商务化程度迅速提高,全国网络购物用户达到1.4亿,网上支付、网络购物和网上银行半年用户增长率均在30%左右,远远超过其他网络应用。

#### 提出问题

1. 什么是电子商务?
2. 电子商务包含哪些商业模式?各有什么特点?

### 任务分析

所谓电子商务(electronic commerce,简称EC)是利用计算机技术、网络技术和远程通信技术,实现整个商务(买卖)过程的电子化、数字化和网络化。人们不再是面对面的、看着实实在在的货物、靠纸介质单据(包括现金)进行买卖交易,而是通过网络,通过网上琳琅满目的商品信息、完善的物流配送系统和方便安全的资金结算系统进行交易(买卖)。

电子商务的参与者很多,有消费者(consumer)、企业(business)、政府(government),有接入服务的提供者,有配送、支付服务的提供者等。根据这些参与者的不同,分别归纳为B2C(business to consumer)、B2B(business to business)、C2B(consumer to business)、C2C(consumer to

consumer)、B2G( business to government) 等商业模式。

## 一、电子商务的概念

电子商务是近年来在全球兴起的一种新的企业经营方式,是信息技术的高级应用,可以用来增强贸易伙伴之间的商业关系,并提高贸易的效率。它是现代信息技术和商务两个子集 的交集。

目前,世界各国对什么是电子商务并没有一个公认的规范定义。一般将电子商务分为广义的电子商务和狭义的电子商务两种。EC 一般称为狭义的电子商务,它是指利用 Internet 开展的交易活动;EB( electronic business) 一般称为广义的电子商务,它是指利用整个 IT 技术对整个商务活动实现电子化。

那么到底什么是电子商务呢? 现在普遍认可的定义有以下几种。

### 1. 世界电子商务会议提出的定义

1997 年 11 月欧亚非的多个国家在法国巴黎召开的世界电子商务会议上提出:“电子商务是指对整个贸易活动实现电子化。”

可以看出这个定义较为简单,缺乏必要的叙述。首先,定义没有说明电子化的含义;其次,定义没有交代采用何种技术手段或工具;最后,定义没有点出社会上哪些人群和组织成为交易的参与对象。因此,这个定义被视为狭义电子商务的提法。

### 2. 联合国国际贸易程序简化工作组提出的定义

联合国国际贸易程序简化工作组对电子商务提出的定义:“采用电子形式开展商务活动,它包括在供应商、客户、政府及其他参与方之间通过任何电子工具,如 EDI、Web 技术、电子邮件等共享非结构化或结构化商务信息,并管理和完成在商务活动、管理活动和消费活动中的各种交易。”

这个定义比世界电子商务会议提出的定义更为完整。首先,该定义强调采用了电子形式及使用了电子工具;其次,交代了主要参与对象,特别是除了供应商和客户之外,还有政府等机构;最后,还指出共享的商务信息有结构化的,也可有非结构化的,进行的不仅有商务活动,还有管理活动和消费活动。这可以说是广义电子商务的定义,包括了以往的电子数据交换( EDI),也概括了将来可能出现的新技术手段和新工作方式。

### 3. 行业内提出的定义

行业内比较常见的表述是:“电子商务就是在互联网开放的网络环境下,基于浏览器/服务器应用方式,实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易、在线电子支付,以及有关方的网络服务的一种新型的商业运营模式。”

首先,此定义指明了电子商务是在互联网这一开放的网络环境中实施的;其次,此定义指出电子商务是一种商业运营模式,而不仅是一种方法或手段;最后,还提到了电子商务的一些功能和服务。但这个定义的缺点是没有指出电子商务的参与方是谁。

## 二、电子商务应用系统的构成

从技术角度上来看,电子商务应用系统由以下三个部分组成。

### (一) 企业内部网

企业内部网由 Web 服务器、电子邮件服务器、数据库服务器以及电子商务服务器和客户端

的 PC( personal computer,个人计算机) 组成。所有这些服务器和 PC 都通过先进的网络设备集线器 HUB 或交换器 Switch 连接在一起。

(1) Web 服务器: 最直接的功能是可以向企业内部提供一个规范名称站点, 借此可以完成企业内部日常的信息访问。

(2) 电子邮件服务器: 为企业内部提供电子邮件的发送和接收。

(3) 电子商务服务器和数据库服务器: 通过 Web 服务器和由自己对企业内部和外部提供电子商务处理服务。

(4) 协作服务器: 主要保障企业内部某项工作能协同进行。例如, 在一个软件企业, 企业内部的开发人员可以通过协作服务器共同开发一个软件。

(5) 账户服务器: 提供企业内部网络访问者的身份验证, 不同的身份对各种服务器的访问权限不同。

(6) 客户端 PC: 客户端 PC 上要安装有 Internet 浏览器, 如 Microsoft Internet Explorer 或 Netscape Navigator, 借此访问 Web 服务器。

在企业内部网中, 每种服务器的数量随企业情况的不同而不同, 如果企业内部访问网络的用户比较多, 可以放置一台企业 Web 服务器和几台部门级 Web 服务器, 如果企业的电子商务种类比较多或者电子商务业务量比较大, 可以放置多台电子商务服务器。

## (二) 企业内部网与互联网的连接

为了实现企业与企业之间、企业与用户之间的连接, 企业内部网必须与互联网进行连接才能实现贸易参与各方的连接, 但连接后, 会产生安全性问题( 如计算机网络安全问题和商务交易安全问题)。所以, 在企业内部网与互联网连接时, 必须采用一些安全措施或具有安全功能的设备, 这就是所谓的防火墙, 它主要用于解决企业内部网与互联网连接后所产生的安全性问题。

为了进一步提高安全性, 企业往往还会在防火墙外设立独立的 Web 服务器和邮件服务器供企业外部访问用, 同时, 在防火墙与企业内部网之间, 一般会有一台代理服务器。代理服务器的功能主要有以下两个。

### 1. 安全功能

即通过代理服务器, 可以屏蔽企业内部网的服务器或 PC, 当一台 PC 访问互联网时, 它先访问代理服务器, 然后代理服务器再访问互联网。

### 2. 缓冲功能

代理服务器可以保存经常访问的互联网上的信息, 当 PC 访问互联网时, 如果代理服务器中有被访问的信息存在, 那么, 代理服务器将把信息直接送到 PC 上, 省去对互联网的再一次访问, 可以节省费用。

## (三) 电子商务应用系统

在建立了完善的企业内部网和实现了互联网之间的安全连接后, 企业已经为建立一个好的电子商务系统打下了良好的基础, 在这个基础上增加电子商务应用系统, 就可以实施电子商务了。

一般来讲, 电子商务应用系统主要以应用软件形式实现, 它运行在已经建立的企业内部网

之上。

电子商务应用系统分为两个部分:一部分是完成企业内部的业务处理和向企业外部用户提供服务,比如,用户可以通过互联网查看产品目录、产品资料等;另一部分是极其安全的电子支付系统,电子支付系统使得用户可以通过互联网在网上购物、支付等,实现真正意义上的电子商务。

### 三、电子商务模式的类型

电子商务可以按不同的方式进行分类,通常是按参与对象、交易内容及所使用网络的不同类型进行分类。从供应链管理的角度出发,按参与对象可分为以下几种类型。

#### (一) 企业内部电子商务

企业内部电子商务,即企业内部之间,通过企业内部网的方式处理与交换商贸信息,企业内部网是一种有效的商务工具,通过防火墙,企业将自己的内部网与 Internet 隔离,它可以用来自动处理商务操作及 workflow,增强对重要系统和关键数据的存取,共享经验,共同解决客户问题,并保持组织间的联系。

通过企业内部的电子商务,可以给企业带来如下好处:增加商务活动处理的敏捷性,对市场状况能更快地做出反应,能更好地为客户提供服务,还可以实现企业内部的信息、设备共享,并利用局域网,实现企业员工间真正的协同工作。

#### (二) 企业间的电子商务(简称为 B2B 模式)

企业间的电子商务,即企业与企业之间,通过 Internet 或专用网方式进行电子商务活动。

由于企业间的交易一般属于大宗交易,所以,企业间的电子商务是电子商务三种模式中最值得关注和探讨的,因为它最具有发展的潜力。企业间的电子商务交易,其参与者除了交易双方外,还牵涉银行、货运、工商税务、信息产业部门等,如果是国际贸易,还要涉及外汇、保险、商检、海关等机关部门。

实现企业间的电子商务可以给企业带来如下好处。

- (1) 加快了企业间的通信速度。
- (2) 增加了客户与供货方的联系。如电子商务系统网络站点使得客户和供货方均能了解对方的最新数据和动态,而企业间电子数据交换则意味着企业间的合作得到加强。
- (3) 提高了企业的服务质量,能以一种快捷的方式提供企业及其产品的信息及客户所需的服务。
- (4) 提供了交互式的销售渠道。使商家能及时得到市场反馈,改进自己的工作。
- (5) 提供全天候的服务。
- (6) 企业间电子商务的发展给国际贸易带来了崭新的运作模式。
- (7) 增强了企业的竞争力。

#### (三) 企业与消费者之间的电子商务(简称为 B2C 模式)

企业与消费者之间的电子商务,即企业通过 Internet 为消费者提供一个新型的购物环境——网上商店,消费者可以利用良好的搜索与浏览功能通过网络在网上购物、支付。这种模式节省了客户和企业双方的时间和空间,大大提高了交易效率,节省了不必要的开支。

## 任务二 现代物流的基本概念



### 案例引导

物流是保障世界博览会(以下简称“世博会”)成功举办的关键环节之一。大量饮料、食品等生活保障用品能否及时配送,展品、活动品等能否顺利安装到位,直接关系到每天近40万至60万参观者对世博会的体验、印象。而随着世博会工作有秩序地展开,物流工作也将接受更大的挑战和考验。官方数据显示,上海世博会的展品物流量达17.2万标箱,用于展馆建设的进境货物流量近25万立方米,参展人员约7000万人次。世博会物流的难点在于其具有很强的动态性,并非完全是常态下的物流需求,对企业的应急能力要求甚高。而且,世博会物流对运输、配送的时间要求严格,要求参与企业必须做到准确无误。在世博会期间,物流企业每天都需要达到最高的运作效率,在很短时间内完成所有规定的配送工作,避免造成延误或错误。可以说:一方面世博会物流对参与企业的业务能力提出了相当大的挑战;另一方面参与世博会物流也是企业完成自我提升的良好机遇。

### 提出问题

1. 哪些物流企业参与了上海世博会?
2. 是传统物流企业能快速应对世博会提出的要求,还是现代物流企业?



通过上海世博会这个窗口,可以看到上海世博会物流中心繁忙的景象,也可以看到许多忙碌的物流企业有条不紊地参与世博会的运转。通过了解世博会物流中心,以及为世博会服务的一些物流企业,从而了解物流的概念、了解现代物流的概念、了解电子商务物流的概念。

### 一、物流的概念

随着物流理论与实践的不断发展,物流的相关概念与内涵也在不断变化,世界上许多国家的研究机构、管理机构,以及物流研究专家对物流概念做出了各种定义,到目前为止,人们对物流的理解仍然存在差异,尚未形成统一的认识。

#### 1. 物流的定义

对于物流的定义,比较有代表性的说法有以下几种。

- (1) 物流是一个控制原材料、制成品、产成品和信息的系统。
- (2) 物流通过运输解决对货物空间位置上的变化要求,通过存储调节解决对货物的需求和供给之间的时间差。
- (3) 物流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,以此实现组织的明确目标。

(4) 物流是物质资料从供给者到需求者的物理运动,是创造时间价值、场所价值和一定的加工价值的活动。

(5) 物流是指物质实体从供应者向需求者的物理移动,它由一系列创造时间价值和空间价值的经济活动组成,包括运输、保管、配送、包装、装卸、流通加工及物流信息处理等多项基本活动。

(6) 物流一般是由商品的运输、仓储、包装、搬运装卸、流通加工以及相关的物流信息等环节构成,并对各个环节进行综合和复合化后形成的最优系统。

关于物流定义的描述,如表 1-1 所示。

表 1-1 物流定义的描述

国家或地区	年份	给出定义的组织	定义	
美国	工程派	1974	美国物流工程学会	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、管理及技术活动的艺术
	军事派	1981	美国空军	物流是计划和执行军队的调动与维护的科学,它涉及与军事物资、人员、装备和服务相关的活动
	管理派	1985	美国物流管理协会	物流是对货物、服务及相关信息从起源地到消费地的有效率的、有效益的流动和存储进行计划、执行和控制,以满足顾客要求的过程。该过程包括进向、去向、内部和外部的移动以及以环境保护为目的的物料回收
	企业派	1997	美国 EXEL 物流公司	物流是与计划和执行供应链中商品及物料的搬运、存储及运输相关的所有活动,包括废弃物及旧品的回收复用
欧洲	1994	欧洲物流协会	物流是在系统内对货物的运输、安排及与此相关的支持活动的计划、执行与控制,以达到特定的目的	
日本	1981	日本日通综合研究所	物流是物质资料从供给者向需求者的物理移动,是创造时间性、场所性价值的经济活动。从物流的范畴上来看,包括包装、装卸、保管、库存管理、流通加工、运输、配送等诸多活动	
中国	大陆	2001	中国国家科委、国家技术监督局、中国物资流通协会,国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2006)	物流是物品从供应地向接收地的实体流动过程,根据实际需要,实现运输、仓储、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能的有机结合
	台湾地区	1996	台湾物流管理协会	物流是一种物的实体流通活动的行为,在流通过程中,通过管理程序有效结合运输、仓储、装卸、包装、流通加工、资讯等相关机能性活动,以创造价值,满足顾客及社会性需求

综上所述,所谓现代物流是指为了实现客户满意和挖掘“第三利润源”,利用现代信息技术将运输、仓储、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理、需求预测、为用户服务等活动有机地结合起来,经济有效地将原材料、半成品及产成品由生产地送到消费地的所有流通活动。

## 2. 物流、商流和流通

商品的流通是社会经济活动的一部分,而商品的生产和消费是经济活动的主要构成。由于在商品的生产和消费之间存在各种间隔,如图 1-1 所示,因此,需要通过“流通”将商品的生产及所创造的价值和商品的消费加以连接。商品的生产和消费之间存在的间隔的解决方法如下。

### 1) 社会间隔

商品的生产者和商品的消费者有所不同,需通过商品的交易实现所有权的转移。

### 2) 场所间隔

商品的生产场所和商品的消费场所不在同一地点,需要商品的运输进行连接。

### 3) 时间间隔

商品的生产日期与商品的消费日期不尽相同,需要通过商品的保管加以衔接。

人们通过商业或贸易活动来沟通商品的生产 and 消费之间的社会间隔,这种沟通被称为商流。商品从生产者向消费者的转移(如商品的运输和保管),即商品的生产 and 消费的场所间隔和时间间隔则需要通过“物流”来进行沟通。

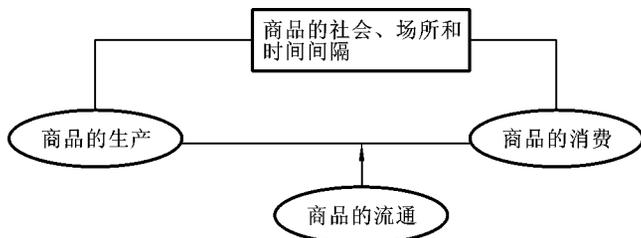


图 1-1 在商品的生产 and 消费之间存在社会、场所、时间间隔

随着社会的发展和社会分工的细化,商品的生产 and 消费之间的间隔越来越大,而商品通过流通将商品的社会、场所和时间的间隔加以连接所起的作用也就越来越明显。

综上所述,人们通过“商流”消除了商品的社会间隔,通过“物流”消除了商品的场所和时间间隔,两者共同实施的结果完成了商品的所有权和商品实体的转移,即商品的流通。“物流”并不先于“商流”存在,而是在“商流”确定以后的具体行为,但如果没有“物流”,“商流”也就无法实现。因此,“商流”与“物流”的关系是相辅相成、互相补充的,它们是商品流通领域的两大基本要素。

## 3. 现代物流与传统物流

物流的发展已经有了几十年的历史,人们对物流的研究和应用已经从早期以商品销售为主的传统物流阶段,进入了将原材料的采购,商品的生产、储运和商品销售的全过程予以综合考虑的阶段。随着生产和社会的发展以及科学技术的进步,新的管理思想、技术和工具在物流的各个环节得到应用,逐步进入现代物流的发展阶段。

### 1) 传统物流

传统物流以商品的销售作为主要对象,具体完成将生产的商品送交消费者的过程中所发生的各种活动,包括公司内部原材料的接收和保管、产成品的接收和保管及工厂或物流中心的运

输等。

## 2) 现代物流

社会生产与科学技术的发展使物流进入了现代物流的发展阶段,其标识是物流活动领域中各环节的技术水平得到不断的提高。

现代物流的高新技术表现为将各个环节的物流技术进行综合、复合化而形成的最优系统技术,以运输设备高速化、大型化、专用化为中心的集装箱系统机械的开发,保管和装卸结合为一体的高层自动货架系统的开发,以计算机和通信网络为中心的情报处理和物流信息技术,与运输、保管、配送中心的物流技术在软件技术方面的结合,运输与保管技术相结合的生鲜食品保鲜输送技术,以及商品条形码(BAR CODE)、电子数据交换(EDI)、射频技术(RF)、地理信息系统(GIS)、全球定位系统(GPS)等。这些高新技术在物流中的发展与应用,使得物流的应用领域更广泛,功能和作用更强大。由此可见,发展物流业和加强企业的物流管理,必然会给社会和企业带来更大的社会效益和经济利益,因此,物流的重要性也就不言而喻了。

在物流的发展中,为了深刻地理解现代物流,需要将现代物流与传统物流进行区别,如表1-2所示。

表 1-2 现代物流与传统物流的区别

区别项目	传统物流	现代物流
概念与理念	物品的存储与运输及其附属业务形成的物流活动	以现代信息技术为基础,整合运输、包装、装卸、发货、仓储、流通加工、配送及物流信息处理等多种功能而形成的综合性的物流活动
职能系统	运输、存储、装卸搬运、包装单要素操作;各种物流功能相对孤立	运输、存储、装卸搬运、包装、流通加工、配送、信息处理综合物流活动;强调物流功能的整合和系统优化
物流组织	企业内部的分散组织,无物流中心,不能控制整个物流链	企业外部的专业组织,采用物流中心,实施供应链的全面管理
物流服务模式	一次性被动服务;限地区内物流服务;短期合约;自营物流为主	多功能主动服务和增值服务;跨区域、跨国物流;合同为导向形成长期战略伙伴关系;第三方物流普遍
物流技术	自动化、机械化程度低,手工操作为主;无外部整合系统,无GPS、GIS、EDI、POS、EOS等技术应用	硬件革命和软件革命,自动化立体仓库、搬运机器人、自动导引车、条形码、GPS、GIS、EDI、POS、EOS等技术的应用
追求的目标	价格竞争策略,追求成本最低	以客户为中心,追求成本与服务的均衡

## 二、物流的分类

由于在不同领域中物流的对象、目的、范围和范畴存在差异,所以就形成了不同的物流类型,但目前还没有统一的对物流进行分类的方法和标准,常见的物流分类有以下几种。

### 1. 按照物流涉及的领域分类

按照物流涉及的领域不同,可以将物流分为宏观物流和微观物流。

#### 1) 宏观物流

宏观物流又称社会物流,是指社会再生产总体的物流活动,是从社会再生产总体的角度来

认识和研究物流活动。其主要特点是综观性和全局性。宏观物流主要研究社会再生产过程中物流活动的运行规律以及物流活动的总体行为。

2) 微观物流

微观物流又称企业物流,是指消费者、生产企业所从事的物流活动。其主要特点是具体性和局部性。

2. 按照物流在供应链中的作用分类

按照物流在供应链中的作用不同,可以将物流分为供应物流、生产物流、销售物流、回收物流和废弃物物流,如图 1-2 所示。

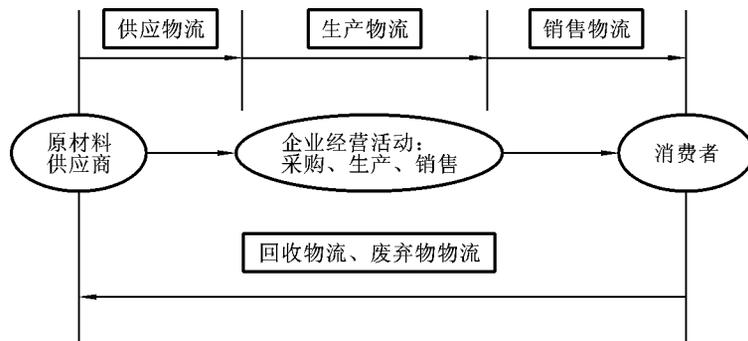


图 1-2 物流的分类

1) 供应物流

根据中国国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2006),供应物流是指提供原材料、零部件或其他物品时所发生的物流活动。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,也就是物资生产者、持有者与使用者之间的物流。生产企业的供应物流是指因生产活动而需要的原材料、备品备件等物资的采购、供应活动而产生的物流;流通领域的供应物流是指交易活动中从买方角度出发在交易中所发生的物流。对于一个企业而言,企业的流动资金十分重要,如果流动资金大部分被购入的物资和原材料及半成品等所占用,则会增加企业的成本,因此,供应物流的合理化管理对于企业的成本有重要影响。

2) 生产物流

根据中国国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2006),生产物流是指企业生产过程中发生的涉及原材料、在制品、半成品、产成品等的物流活动。生产物流包括从生产企业的原材料购进入库起,直到生产企业成品库的成品发送出去为止的物流活动的全过程。企业在生产过程中,原材料、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,如果生产物流中断,生产过程也将随之停顿。生产物流的重要性体现在如果生产物流均衡稳定,可以保证在制品的顺畅流转,缩短生产周期;如果生产物流的管理和控制合理,也可以使在制品的库存得到压缩,使设备负荷均衡化。因此,生产物流的合理化对生产企业的生产秩序和生产成本有很大影响。

3) 销售物流

根据中国国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2006),销售物流是指企业在出售商品过程中所发生的物流活动。生产企业或流通企业售出产品或商品的物流过程即为销售物流,也是指

物资的生产者或持有者与用户或消费者之间的物流。生产企业的销售物流是指售出产品;流通领域的销售物流是指在交易活动中从卖方角度出发的交易行为中的物流。企业通过销售物流,可以进行资金回收并组织再生产活动。销售物流的效果关系到企业的存在价值是否被社会承认,销售物流的成本在产品及商品的最终价格中占有一定的比例。因此,销售物流的合理化在市场经济中可以起到较大的增强企业竞争力的作用。

#### 4) 回收物流

商品在生产及流通活动中有许多要回收并加以利用的物资,如作为包装容器的纸箱和塑料筐,建筑行业的脚手架,对旧报纸和书籍进行回收、分类再制成生产的原材料纸浆,利用金属废弃物的再生性在回收后重新熔炼成有用的原材料等。上述对物资的回收和再加工过程形成了回收物流,但回收物资品种繁多、变化较大,且流通的渠道也不规范,因此,对回收物流的管理和控制难度较大。

#### 5) 废弃物物流

根据中国国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2006),废弃物物流是指将经济活动或人们生活中失去原有使用价值的物品,根据实际需要进行收集、分类、加工、包装、搬运、存储等,并分送到专门处理场所的物流活动,即对伴随某些产品共生的副产品(如物渣),以及消费中产生的废弃物(如垃圾)等进行回收处理的物流活动。如开采矿山时产生的土石,炼钢生产中的钢渣、工业废水,以及其他各种无机垃圾等。这些废弃物已没有再利用的价值,如果不妥善加以处理,就地堆放会妨碍生产甚至造成环境污染,对这类废弃物的处理产生了废弃物物流。为了更好地保障生产和生活的正常秩序,有效地遏制物流活动造成的环境污染,必须重视对废弃物物流的研究。

### 3. 按照物流活动的地域范围分类

按照物流活动的地域范围不同,可以将物流分为地区物流、国内物流和国际物流。

#### 1) 地区物流

地区物流是指某一行政区域或经济区域的内部物流。研究地区物流对于提高所在地区的物流企业物流活动的效率,以及保障当地居民的生活和环境,具有不可缺少的作用。对地区物流的研究应根据所在地区的特点,从本地区的利益出发组织好相应的物流活动,并充分考虑到利弊两个方面的问题,要与地区和城市的建设规划相统一,进行妥善安排。例如,某地区计划建设一个大型物流中心,这将提高当地的物流效率、降低物流成本,但也应考虑到会引起供应点集中所带来的系列交通问题。

研究地区物流时对地区的划分,可以按不同的目的进行:按涉及的行政区域划分,如北京地区;按一定的经济圈划分,如苏(州)、(无)锡、常(州)经济区和黑龙江边境贸易区等;按地理位置划分,如珠江三角洲地区和西部地区等。

#### 2) 国内物流

国内物流是指为国家的整体利益服务,在国家自己的领地范围内开展的物流活动。国内物流作为国民经济的一个重要方面,应该纳入国家总体规划的内容中。我国的物流事业是国家现代化建设的重要组成部分。因此,国内物流的建设投资和发展必须从全局着眼,清除部门和地区分割所造成的物流障碍,尽早建成一些大型物流项目为国民经济服务。

国内物流作为国家的整体物流系统,它的规划和发展应该充分发挥政府的行政作用,具体包括如下内容:物流基础设施如公路、港口、机场、铁路的建设,以及大型物流基地的配置等;各

种交通政策法规的制定,包括铁路、公路、海运、空运的价格规定以及税收标准等;为提高国内物流系统运行效率,进行与物流活动有关的各种设施、装置、机械的标准化;对各种物流新技术的开发和引进以及对物流技术专门人才的培养。

### 3) 国际物流

根据中国国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2006),国际物流是指跨越不同国家或地区之间的物流活动。国际物流是国际贸易的一个必然组成部分,各国之间的相互贸易最终通过国际物流来实现。

随着经济全球化的发展,国家与国家之间的经济交流越来越频繁,各国的经济发展已经融入全球的经济潮流之中;另外,企业的发展也走向社会化和国际化,出现了许多跨国公司,使一个企业的经济活动范畴遍布世界各大洲。因此,国际物流已成为物流研究的一个重要分支,而且越来越重要。

## 4. 按照物流系统性质分类

按照物流系统的性质不同,可以将物流分为社会物流、行业物流和企业物流。

### 1) 社会物流

社会物流是指以整个社会为范畴、面向广大用户的超越一家一户的物流。这种物流的社会性很强,涉及在商品流通领域所发生的所有物流活动,因此,社会物流带有宏观性和广泛性,所以也被称为大物流或宏观物流。伴随着商业活动的发生,物流过程通过商品实体转移实现商品所有权转移,这是社会物流的标识。

社会物流研究的内容包括:对再生产过程中随之发生的物流活动的研究;对国民经济中的物流活动的研究;对如何形成服务于社会、面向社会又在社会环境中运行的物流的研究;对社会物流体系结构和运行的研究。社会的物资流通网络是国民经济的命脉,因此,如何合理分布流通网络、如何保证流通渠道的畅通、如何进行科学管理和有效控制、如何采用先进的技术来保证物流的高效率低成本运行等,都是社会物流研究的重点。

### 2) 行业物流

顾名思义,在一个行业内部发生的物流活动称为行业物流。一般情况下,同一个行业的各个企业往往在经营上是竞争对手,但为了共同的利益,在物流领域中却又常常互相协作,共同促进行业物流系统的合理化。

在国内外有许多行业均有自己的行业协会或学会,并对本行业的行业物流进行研究。在行业的物流活动中,有共同的运输系统和零部件仓库以实行统一的集配送;有共同的新旧设备及零部件的流通中心;有共同的技术服务中心进行对本行业操作和维修人员的培训;采用统一的设备机械规格、统一的商品规格、统一的法规政策和统一的报表等。行业物流系统化的结果使行业内的各个企业都得到相应的利益。

### 3) 企业物流

根据中国国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2006),企业物流是指生产和流通企业在经营活动中所发生的物流活动。企业物流是具体的、微观的物流活动的典型领域,它由企业生产物流、企业供应物流、企业销售物流、企业回收物流和企业废弃物物流等几部分组成。企业作为一个经济实体,是为社会提供产品或某些服务的。一个生产企业的产品生产过程,从采购原材料开始,按照工艺流程经过若干工序的加工变成产品,然后再销售出去,有一个较为复杂的物流过程;一个商业企业,其物流的运作过程包括商品的进、销、调、存、退等各个环节;一个运输企业