

全国高职高专经济管理类专业规划教材

物流企业管理概论



崔国成 曹战果 主编

Wuliu Qiye Guanli Gailun



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

物流企业管理概论

Wuliu Qiye Guanli Gailun

崔国成 曹战果 主 编

李朝敏 田 跃 副主编

闫秀峰 成其良 主 审



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

物流企业管理概论 / 崔国成, 曹战果主编. — 杭州:
浙江工商大学出版社, 2012. 11

ISBN 978-7-81140-646-7

I. ①物… II. ①崔… ②曹… III. ①物资企业—企
业管理—高等教育—教材 IV. ①F253

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 273686 号

物流企业管理概论

崔国成 曹战果 主编

责任编辑 何海峰 张婷婷

责任校对 周敏燕

封面设计 影·设计工作室

责任印制 汪 俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163. com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571—88904980, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 15.75

字 数 354 千

版 印 次 2012 年 11 月第 1 版 2012 年 11 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81140-646-7

定 价 35.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571—88804227

前 言

随着世界经济全球化和信息技术的迅猛发展,被誉为 21 世纪最有前景的行业之一和“第三利润源”的现代物流业作为国民经济中一个新兴的部门,正在迅速发展,已成为我国经济发展的新的增长点。目前,物流企业专业人员已被列为我国 12 类紧缺人才之一,为此,客观上需要大量从事物流企业管理方面的技术应用型的高职人才。为培养能主动适应我国经济发展需要、特色鲜明、高水平的物流企业管理高职人才,满足物流企业对管理人才的需要,同时也为解决高职物流企业管理教学急需,我们编写了《物流企业管理概论》教材。

“物流企业管理概论”课程是高职高专经济管理类物流管理专业的主干课程。本书既可以作为高职高专院校物流管理专业和财经类其他专业的教材,也可供广大物流企业管理爱好者自学参考。

本教材依据高职教育的培养目标,紧紧围绕物流企业管理岗位群的要求,以培养学生具备较强的物流企业管理专业技能为前提,以培养学生物流企业综合管理能力和物流企业系统动作能力及相关物流企业技术操作为主线,尽可能实现物流企业管理教学与学生应职岗位零距离,以完善“物流企业管理概论”课程体系及相关实践教学内容 and 环节。每一章都设计一系列与本章内容相关的案例,穿插“问题诊断”“互动地带”等栏目,使学生手、口、脑并用,充分调动他们课堂学习的积极性,促进他们对知识的理解,从而有利于他们在学习过程中将知识转化为技能,并体现课程的实用性与前瞻性。

本教材由嘉兴职业技术学院崔国成教授、嘉兴顺丰运输有限公司曹战果总经理任主编,嘉兴职业技术学院李朝敏讲师、扬州工业职业技术学院田跃讲师任副主编,扬州工业职业技术学院闫秀峰教授、嘉兴市现代服务业投资集团公司总工程师成其良任主审。崔国成编写第一章、第二章、第三章、第四章,曹战果编写第七章、第十二章,李朝敏编写第六章、第十章、第十一章,田跃编写第五章、第九章,嘉兴职业技术学院陈艳编写第八章,李华编写第十三章,沃尔玛华东百货销售有限公司高级人力资源管理师徐建编写第十四章。由崔国成教授负责全书的总纂和修改工作。

本教材在编写过程中参考了大量文献资料及网上资料,借鉴了众多专家学者的研究成果,从而使本教材内容更丰富、更贴近实际应用,书中未能一一列出,在此对相关作者及提供者表示衷心的感谢。同时,由于编者水平有限,书中不当之处在所难免,敬请各位专家和广大读者批评指正。



目 录

第一章 物流企业管理概述	1
学习目标	1
能力目标	1
引入案例	1
第一节 物流与物流企业	2
第二节 物流企业管理基本内涵	17
第三节 物流企业管理的目标	22
互动地带	24
过关斩将	25
阅读平台	26
第二章 物流企业组织管理	27
学习目标	27
能力目标	27
引入案例	27
第一节 物流企业的组织结构	28
第二节 物流企业组织结构的主要形式	32
第三节 物流企业职能部门的设置	37
第四节 物流企业流程再造	41
互动地带	43
过关斩将	44
阅读平台	45
第三章 物流企业目标管理	46
学习目标	46
能力目标	46
引入案例	46
第一节 目标管理概述	47
第二节 企业目标制定	49
第三节 物流企业目标管理的实施与评价	55



互动地带·····	59
过关斩将·····	60
阅读平台·····	61
第四章 物流企业与计划与决策管理·····	62
学习目标·····	62
能力目标·····	62
引入案例·····	62
第一节 计划管理·····	63
第二节 决策管理·····	69
互动地带·····	74
过关斩将·····	75
阅读平台·····	75
第五章 物流市场调研与预测·····	76
学习目标·····	76
能力目标·····	76
引入案例·····	76
第一节 物流市场调研·····	77
第二节 物流市场需求预测·····	83
互动地带·····	91
过关斩将·····	92
阅读平台·····	92
第六章 采购与供应商管理·····	93
学习目标·····	93
能力目标·····	93
引入案例·····	93
第一节 采购管理·····	94
第二节 供应商管理·····	100
互动地带·····	107
过关斩将·····	107
阅读平台·····	108
第七章 运输管理·····	109
学习目标·····	109
能力目标·····	109
引入案例·····	109



第一节 运输管理概述	110
第二节 运输方式与选择	114
第三节 运输系统管理	118
互动地带	122
过关斩将	122
阅读平台	123
第八章 仓储管理	124
学习目标	124
能力目标	124
引入案例	124
第一节 仓储管理概述	125
第二节 仓储运作	130
第三节 库存管理	133
互动地带	140
过关斩将	140
阅读平台	141
第九章 包装与装卸搬运管理	142
学习目标	142
能力目标	142
引入案例	142
第一节 包装管理	143
第二节 装卸搬运管理	150
互动地带	153
过关斩将	153
阅读平台	154
第十章 配送管理	155
学习目标	155
能力目标	155
引入案例	155
第一节 配送管理概述	157
第二节 配送中心管理	161
互动地带	165
过关斩将	165
阅读平台	167



第十一章 物流企业信息管理	168
学习目标	168
能力目标	168
引入案例	168
第一节 物流信息	169
第二节 物流信息技术	171
第三节 物流信息管理	181
第四节 物流管理信息系统	184
互动地带	191
过关斩将	191
阅读平台	193
第十二章 物流企业质量管理	194
学习目标	194
能力目标	194
引入案例	194
第一节 物流质量与质量管理概述	195
第二节 物流企业质量管理体系	198
第三节 物流企业质量管理常用方法	203
互动地带	207
过关斩将	207
阅读平台	209
第十三章 物流企业成本管理与控制	210
学习目标	210
能力目标	210
引入案例	210
第一节 物流成本概述	211
第二节 物流成本计算	216
第三节 物流成本管理	218
第四节 物流成本控制	220
互动地带	224
过关斩将	224
阅读平台	225
第十四章 物流企业人力资源管理	226
学习目标	226
能力目标	226



引入案例	226
第一节 物流企业人力资源管理概述	227
第二节 人力资源管理的培训与开发	230
第三节 企业员工的绩效考评与激励	234
互动地带	238
过关斩将	238
阅读平台	240
参考文献	241



第一章

CHAPTER 1

物流企业管理概述

[学习目标]

1. 了解物流与物流企业概念。
2. 了解物流企业的任务与类型。
3. 掌握物流企业管理的概念。
4. 掌握物流企业的基本职能与管理职能。
5. 掌握物流企业管理的基本原理。

[能力目标]

1. 熟悉物流企业的工作性质与目的。
2. 熟练区分物流企业基本职能与管理职能。
3. 熟练运用物流企业管理基本原理解释物流现象。

引入案例

青岛啤酒公司的物流管理

青岛啤酒公司在迅速完成扩张后,营销战略由以规模为主的“做大做强”相应转变为以提升核心竞争力为主的“做强做大”。啤酒下线后送达终端市场的速度,即所谓的“新鲜度管理”,成为青岛啤酒打造企业核心竞争力的关键要素。这个新鲜度管理说白了就是企业如何进行这场物流的管理。

一、信息不畅是青啤“保鲜”大碍

青啤是从1998年开始推行“新鲜度管理”的。但是,按照旧有的业务流程,产成品出厂后周转次数增多,啤酒口味已发生了极大的变化,而且增加了运费,加大了库存,占用了资金,提高了管理成本,新鲜度管理很难落到实处。所以,青啤把“新鲜度管理”“市场网络建设”等纳入了信息化建设范畴。

2000年,青啤决定利用先进的信息化手段再造青啤的销售网络,组建青啤销售物流管理信息系统。这个系统对企业的发货方式、仓储管理、运输环节进行了全面改造,实现销售体系内部开放化、扁平化的物流管理体系。2001年2月,青啤与ORACAL正式开始合作,通过引入ERP系统实施企业信息化战略。青啤规划借助ERP系统这



个现代管理平台,将所有的啤酒厂、数以百计的销售公司、数以万计的销售点,集成在一起。对每一点、每一笔业务的运行过程,实施全方位监控,对每一个阶段的经营结果实施全过程审计,加快资金周转速度,提高整个集团的通透性,实现资源的优化配置。从而实现企业生产链向供应链管理的转变。

二、流程不顺也难保“新鲜”

1998 年第一季度,青啤集团以“新鲜度管理”为中心的物流管理系统正式启动,当时青岛啤酒的产量不过 30 多万吨,但库存就高达 3 万吨。他们着重做了两个方面的工作:一是限产压缩库存,二是减少重复装卸,加快货物运达的时间。以这两个基本点为核心,他们对发货方式、仓库管理、运输公司及相关部门进行了改革和调整,使业务流程大为顺畅。

三、外包物流“保鲜”增速

“我们要像送鲜花一样送啤酒,把最新鲜的啤酒以最快的速度、最低的成本让消费者品尝。”青啤人如是说。为此,2000 年青岛啤酒股份有限公司与香港招商局共同出资组建了青岛啤酒招商物流有限公司,双方开始了物流领域的全面合作。

据悉,自从合作以来,青岛啤酒运往外地的速度比以往提高 30% 以上,山东省内 300 公里以内区域的消费者都能喝到当天的啤酒,300 公里外区域的消费者也能喝到出厂一天的啤酒,而原先需要 3 天左右。青岛啤酒招商物流有限公司是招商物流在山东布下的一个节点,希望以它来敲开华东地区物流市场的大门,其目标是三年内成为山东及周边区乃至北方的标志性物流企业。青啤是它开路的急先锋,而“青啤模式”则是招商物流开拓国内市场的一把利刃。

(资料来源:中国企业文化网,<http://www.sinoec.net>,有删改)

思考题:1. 青啤物流管理的首选经营策略是什么?

2. 它在哪个环节实施了重点改造?

第一节 物流与物流企业

一、物流的基本概念

物流成为企业在降低物质消耗、提高劳动生产率以外的“第三利润源”,是“降低成本的最后处女地”,物流正成为全球经济发展的一个重要热点和新的经济增长点。

物流是由“物”和“流”两个基本要素组成的。

物:一切物质,如物资、物品、商品、原材料、零部件、半成品等。

流:泛指物质的一切运动形态。既包括空间的位移,又包括时间的延续;既可以是宏观的流动,如洲际、国际之间的流动;也可以是同一地域、同一环境中的微观运动,如一个生产车间内部物料的流动。

(一) 相关概念

物品:生产、办公、生活领域常用的一个概念,在生产领域中,一般指不参加生产过



程,不进入产品实体,而仅在教育、行政、后勤、教育等领域使用的与生产相关的或有时完全无关的物质实体;在办公、生活领域泛指与办公、生活消费有关的所有物件。

1. 物资。在我国专指生产资料,有时也泛指全部物质资料。物资中包含了相当一部分不能发生物理性位移的生产资料,如:建筑设施、土地等。

2. 物料。我国生产领域中一个专门概念。生产企业一般将最终产品之外的、在生产领域流动的一切生产资料称为物料,如:燃料、材料、零部件、半成品以及边角余料、废料等。

3. 货物。交通运输和仓储领域中一个专门概念。由运输部门承运的一切商品、物资,库存的一切物品都称为货物,物流中的“物”就是指货物。

(二) 物流定义

原意是指后勤或后勤学。

1. 狭义物流(Physical Distribution,简称PD)。1935年,美国销售协会阐述了“实物分配”的概念:实物分配是包含在销售之中的物质资料和服务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。简单地说就是商品实体的空间移动。

2. 广义物流(Logistics)。是指为满足顾客的需要,将原材料、半成品、成品及相关的信息从供应地向需求地流动的过程。也是为克服生产需求空间阻隔和时间阻隔所进行的物品与服务的快速、有效流动过程。所谓空间阻隔是指甲地生产乙地需求(运输),所谓时间阻隔是指今天生产明天需求(储存)。

(三) 生产物流与流通物流

物流即物质实体从供给者向需求者的物理性移动。物流既存在于流通领域,也存在于生产领域,可以说是无处不在,无孔不入。

1. 生产领域的物流。无论在传统的贸易方式下,还是在电子商务条件下,生产都是商品流通之本,而生产的顺利进行需要各类物流活动支持。生产的全过程从原材料的采购开始,便要求有相应的供应物流活动,使所采购的材料到位,否则,生产就难以进行;在生产的各工艺流程之间,也需要原材料、半成品的物流过程,即所谓的生产物流,以实现生产的流动性;部分余料、可重复利用的物资的回收,就需要所谓的回收物流;废弃物的处理则需要废弃物物流。可见,整个生产过程实际上就是系列化的物流活动。

2. 流通领域的物流。在商流活动中,商品所有权从购销合同签订的那一刻起,便由供方转移到需方,而商品实体并没有因此而移动。在传统的交易过程中,除了非实物交割的期货交易,一般的商流都必须伴随相应的物流活动,即按照需方(购方)的需求将商品实体由供方(卖方)以适当的方式、途径向需方(购方)转移。

(四) 商流与物流

1. 商流。对物品所有权转移的活动称为商流。

2. 物流。物流是物品从供应地向接收地的实体流动过程。

3. 商流与物流的关系。商流和物流都是流通的组成部分,二者结合才能有效地实现商品由供方向需方的转移过程。商流和物流关系密切,相辅相成。



(五) 物流活动的功能

物流活动的功能指的是物流系统所具有的主要功能与辅助功能,主要功能包括运输、储存、配送。辅助功能包括包装、装卸搬运、流通加工、信息管理等。这些功能有效地组合、联结在一起,相互平衡,形成密切相关的一个系统,能合理、有效地实现物流系统的总目标。

二、现代物流的基本特征

(一) 信息化

电子商务时代,物流信息化是电子商务的必然要求。物流信息化表现为物流信息的商品化、物流信息搜集的数据库化和代码化、物流信息处理的电子化和计算机化、物流信息传递的标准化和实时化、物流信息存储的数字化等。因此,条码技术(BC)、数据库技术(Database)、电子订货系统(EOS)、全球卫星定位系统(GPS)、电子数据交换(EDI)、快速反应(QR)及有效的客户反映(ECR)、企业资源计划(ERP)等技术观念在我国物流中将会得到普遍的应用。

(二) 自动化

自动化的基础是信息化,自动化的核心是机电一体化,自动化的外在表现是无人化,自动化的效果是省力化,另外还可以扩大物流作业能力、提高劳动生产率、减少物流作业的差错等。物流自动化的设施非常多,如条码/语音/射频自动识别系统、自动分拣系统、自动存取系统、自动导向车、货物自动跟踪系统等。

(三) 网络化

物流领域网络化的基础也是信息化,这里指的网络化有两层含义:一是物流配送系统的计算机通讯网络,包括物流配送中心与供应商或制造商的联系要通过计算机网络,另外与下游顾客之间的联系也要通过计算机网络通信,比如物流配送中心向供应商提出订单这个过程,就可以使用计算机通讯方式,借助增值网(Value-Added Network, VAN)上的电子订货系统(EOS)和电子数据交换技术(EDI)来自动实现,物流配送中心通过计算机网络收集下游客户的订货的过程也可以自动完成;二是组织的网络化,即所谓的组织内部网(Intranet)。比如,台湾的电脑业在 20 世纪 90 年代创造了“全球运筹式产销模式”,这种模式的基本形式是按照客户订单组织生产,生产采取分散形式。这一过程需要有高效的物流网络支持,当然物流网络的基础是信息、电脑网络。

(四) 智能化

智能化是物流自动化、信息化的一种高层次应用,物流作业过程大量的运筹和决策,如库存水平的确定、运输(搬运)路径的选择、自动导向车的运行轨迹和作业控制、自动分拣机的运行、物流配送中心经营管理的决策支持等问题都需要借助大量的知识才能解决。在物流自动化的进程中,物流智能化是不可回避的技术难题。好在专家系统、机器人等相关技术在国际上已经有比较成熟的研究成果。为了提高物流现代化的水平,物流的智能化已成为电子商务下物流发展的一个新趋势。



(五) 柔性化

柔性化本来是为实现“以顾客为中心”理念而在生产领域提出的,但需要真正做到柔性化,即真正地能根据消费者需求的变化来灵活调节生产工艺,没有配套的柔性化的物流系统是不可能达到目的的。

柔性化的物流正是适应生产、流通与消费的需求而发展起来的一种新型物流模式。这就要求物流配送中心根据消费需求“多品种、小批量、多批次、短周期”的特色,灵活组织和实施物流作业。

另外,物流设施、商品包装的标准化,物流的社会化、共同化也都是电子商务下物流模式的新特点。

三、物流产生与发展演变过程

纵观全球物流的产生和发展的规模与速度,以及现状来看,大致可以划分为三大阶段。

(一) 第一阶段——产成品配送阶段(20 世纪 50—60 年代)

配送一词来自英文 Physical Distribution(实物分配),最早见于 1920 年左右,第二次世界大战以后,在 20 世纪 50—60 年代得到了广泛应用。此阶段的重要任务是,公司要将成品的运输配送与顾客的需求结合起来考虑,以便使用尽量低的成本将产品运至顾客手中,同时又不降低顾客的期望水平。这实际是在成本与服务水平之间的综合平衡。

(二) 第二阶段——物流管理阶段(20 世纪 70—80 年代中期)

物流管理阶段的管理范围已经从产成品的配送扩展到采购和生产阶段,使企业其余的 60% 库存也得到了较科学的管理。物流管理的重点之一是库存。在一个典型的公司中,全部库存的 30% 处于采购阶段,30% 处于生产阶段,40% 处于配送阶段。

库存的作用是为了保证生产的连续化、平稳化,充当抵抗采购和销售等风险的缓冲,所以实际中库存的周转率往往都远低于理论的计算值。据统计发现,公司中库存平均要占总资产的 30%—50%,这样大的比重已足以引起企业高层决策者和经营层的重视。

这种管理上的变化并不一定带来公司组织结构的变化,但却反映了企业对内部价值链的重视,使企业消除了材料在内部流动过程中,不同阶段之间存在的储备和滞留,在这个阶段,企业更多地使用和思考的是“库存速度”这一概念,而在此之前,“库存水平”更受人们重视。从此,库存流动速度的原则在许多企业中取代了最优订货批量(EQQ)的概念,以后阶段的综合物流也正是在此逐渐开始发展起来。1985 年,美国国客配送管理协会(National Council of Physical Distribution Management)正式更名为物流管理协会(Council of Logistics Management),也反映了这一变化。

(三) 第三阶段——综合物流管理阶段(20 世纪 80 年代中期至今)

综合物流管理阶段的管理内容已经从企业内部延伸到企业外部,企业开始注重外部关系的研究,这包括与分销商、顾客、供应商以及第三方的关系。企业的外部关系并



非像“供应商—生产—顾客”这样简单的一维性关系；而是多维相互交叉在一起的复杂体系关系，并且这种关系对企业在市场中的表现影响越来越大。

近年来出现的电子数据交换(EDI)、准时制生产(JIT)、配送需求计划(DRP)以及其他物流技术不断涌现并得到极大的应用和发展，这也为物流迈入综合管理阶段提供了强有力的技术支持和保障。

四、现代物流业

20 世纪 90 年代以后，物流在国民经济中越来越多地表现为一个独立的、综合的业种——现代物流业。

(一)现代物流业的构成要素

1. 运输。运输是指用设备和工具，将物品从一个地点向另一地点运送的物流活动。其中包括集货、分配、搬运、中转、装入、卸下、分散等一系列操作。

运输可以创造场所效用，实现物品的使用价值。同一种物品，由于空间、场所不同，其使用价值的实现程度也不同，因此可由场所的改变来发挥物品最大的使用价值，实现资源的优化配置。

运输是“第三利润源”的主要源泉。运输不改变物品的实物形态，不增加产品产量，但运输过程消耗大量的人力、物力、财力等，运费在全部物流费用中占最高的比例，一般综合分析计算社会物流费用，运输费在其中占将近 50% 的比例，有些产品的运费高于产品的生产费。因此，合理组织运输能有效地节约物流费用。

2. 储存。储存是指保护、管理、储藏物品。储存是包含库存和储备在内的一种广泛的经济现象，是任何社会形态都存在的经济现象。和运输概念相对应，储存是以改变“物”的时间状态为目的的活动，以克服供需之间的时间差异而获得更好的效用。

随着社会经济的发展，需求方式出现了个性化、多样化的改变，生产方式也变为多品种、小批量的柔性生产方式，仓库的功能也从单纯重视保管效率转变为重视流通功能的实现，储存是物流中的重要环节，既有缓冲与调节作用，也有创值与增效的功能。

3. 装卸搬运。装卸是物品在指定地点以人力或机械装入运输设备或卸下；搬运是指在同一场所，对物品进行水平移动为主的物流作业。在实际操作中，装卸与搬运是密不可分的，两者伴随在一起发生。搬运与运输的区别在于：搬运是在同一地域的小范围发生的，而运输则是在较大范围内发生的。

在装卸过程中，也可能造成货物破损、散失、损耗等，因此，装卸是物流中的重要环节。

4. 包装。包装是指为了在流通过程中保护商品、方便储运、促进销售，按一定技术要求而采用的容器、材料及辅助物等形式的总体名称，也指为了达到上述目的而在采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法的操作活动。

在现代物流条件下，包装对物流服务的成本和效率影响也较大，如：对存货盘存的控制主要依赖人工或自动化的识别系统，而这又与商品的包装密切相关，因为商品分



选的速度、准确性和效率都要受包装识别、包装形状和作业简便性的影响。

5. 流通加工。流通加工是指物品在生产地到使用地的过程中,根据需要施加包装、分割、计量、分件、刷标志、拴标签、组装等简单作业的总称。

流通加工有效地完善了流通。尽管流通加工不如运输和储存两个要素重要,但它起着补充、完善、提高、增强的作用,是提高物流水平,促进流通向现代化发展的不可缺少的形态。

流通加工是物流中的重要利润源。

6. 配送。配送是指在经济合理区域内,根据用户要求,对物品进行拣选、加工、包装、分割、组配等作业,并按时送达指定地点的物流活动。

配送是直接与客户相连的活动,服务对象满意与否,与配送质量直接相关,只有在用户希望的时间内,以希望的方式,配送到达所需要的物品,用户才会满意。

7. 物流信息。物流信息是指反映物流各种活动内容的知识、资料、图像、数据、文件的总称。

现代物流与传统物流最主要的区别就是物流信息。在物流各环节的活动中,会产生大量的信息,如车辆选择、线路选择、库存决策、订单管理等,同时还有来自物流系统以外的信息,如:市场信息、商品交易信息等。要提高物流服务水平,必须有准确的信息保证。

(二)现代物流业的行业组成

1. 交通运输业。这是现代物流业的主体行业,包括以下5点。

(1)铁道货运业。铁道货运业包括与铁道运输有关的装卸、储运、搬运等,从事的有整车运输业务、集装箱运输业务、混载运输业务和行李托运业务。铁路运输的优势在于能承担低价值物品的中长距离大宗货运。

(2)汽车货运业。汽车货运业分为一般汽车货运和特殊汽车货运。一般汽车货运业从事普通性质的货物干线运输或区域运输,特殊货运是专门运送长大、笨重、危险品、鲜活易腐品等特殊物品的运输。汽车运输的优势在于可以提供短距离下迅速、便利、直达的运输服务,比其他运输方式更适合承担小批量、多批次的配送业务。

(3)水道货运业。水道货运业包括远洋、沿海、内河三大类别的船舶运输。远洋运输是海上长途运输,这种运输是国际物流中的主要运输方式,主要业务内容有:船舶运输、船舶租赁和租让、运输代办等,其最大优势是运量大、成本低;沿海运输主要从事近海、沿海的海运;内河运输主要在内河水道从事船舶货运。

(4)航空货运业。航空货运业主要业务有国际航空货运、国内航空货运、快运等,航空运输优势是速度快。

(5)管道运输业。管道运输业主要用于液体、气体、粉末及颗粒状货物的运送,优点是货损、货差少。

2. 仓库业。仓库业通过提供仓库承担存储货物业务,有代存、代储、自存自储等。现代物流业的存储环节除了原有的保管储存,还要承接大量流通加工业务,如分割、分拣、组装等,同时还承担了物流中分量很重的装卸业务。

3. 通运业。通运业是物流业中的主要行业之一,它起着很重要的沟通中介作用。



如:集装箱联运业、运输代办业、行李托运业、集装箱租赁经营业、托盘联营业等。

4. 配送业。配送业是以配送为主的各类行业,这是物流中连接到消费者的不可忽视的环节,这一行业主要从事大量的商流活动,是商流和物流一体化的行业。

表 1-1 物流活动构成要求的分类与内容

物流活动的要素	分类	内 容
运输	运输	长距离、线性活动
	配送	短距离、面性活动
储存	储藏	长时间保管
	保管	短时间保管
装卸	装货	从物流设施到运输设施
	卸货	从运输设施到物流设施
搬运	搬进	从运输设施到物流设施
	搬出	从物流设施到运输设施
包装	工业包装	以品质保证为目的的输送,保管包装,内、外包装
	商业包装	以市场营销为主体的销售包装
流通加工	生产加工	组装、改装、配套、折弯、打孔、剪断
	促销加工	价格贴附、单位化、商品组合
信息加工	物流信息	数量管理:运行、货物追踪、入库、在库、出库管理 品质管理:温度、湿度管理 作业管理:自动分拣、数码备货
	商流信息	定、发货:POS(Point of Sale)、EOS、VAN、EDI 资金结算:银行联网

五、物流企业

目前,我国市场经济日益发达,但物流发展的总体水平尚相对滞后。我国从 1992 年开始进行物流配送中心的试点工作,但物流业发展的进程一直较慢。直到党的十五届五中全会提出:“要大力发展现代物流业,促进第三产业持续发展,这是从我国经济发展战略高度提出的一个重大问题。”接着我国“十五”规划把发展现代物流业列入国家战略目标。从此,物流业走入快速发展轨道,物流企业也应运而生。

(一) 物流企业的概念

1. 物流企业的定义。企业是依法成立并具备一定组织形式,以赢利为目的的独立从事商品生产活动和商业服务的组织。企业主要有以下三个特征:

(1)从企业存在的社会性质和功能角度来看,企业是独立从事商品生产经营活动和商业服务的经济组织。

(2)从企业生存和发展的目的来看,企业以赢利为目标。