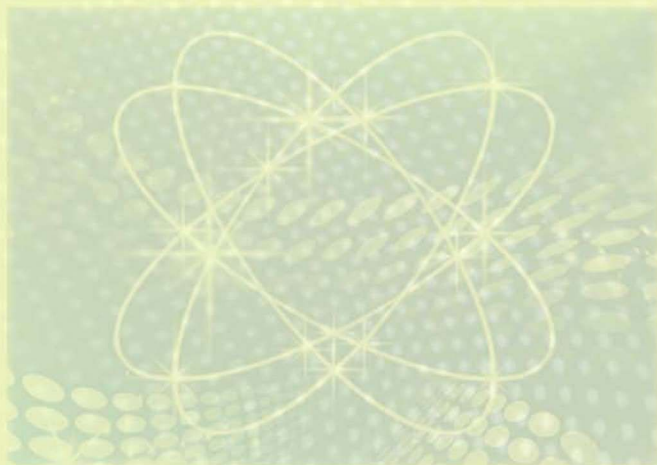


# 基础物流学

张瑞夫 主编



中国物资出版社

教育部职业技术教育中心研究所  
职业能力认证指定系列教材

# 基础物流学

主 编 张瑞夫

副主编 潘祥武 张胜英

编 委 (按汉语拼音字母顺序排列)

马文君 潘祥武 邱心显

张胜英 张瑞夫

中国物资出版社

图书在版编目(CIP)数据

基础物流学/张瑞夫主编. - 北京:中国物资出版社,  
2005.4

ISBN 7-5047-2342-8

I. 基... II. 张... III. 物流 - 基本知识 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 028805 号

责任编辑:王 莉

责任印制:何崇杭

责任校对:水木时代(北京)图书中心

中国物资出版社出版发行

网址:<http://www.clph.cn>

社址:北京市西城区月坛北街 25 号

电话:(010)68589540 邮编:100834

全国新华书店经销

北京京丰印刷厂印刷

开本:787×960mm 1/16 印张:23.25 字数:405千字

2005年10月第2版 2005年10月第2次印刷

书号:ISBN 7-5047-2342-8

印数:0001 - 5000册

定价:38.00元

(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

# 总 序

根据国家关于大力发展职业技术教育,深化职业教育教学改革,为国家培养职业技能型人才的重要精神,并参照国际规范的职业能力认证体系标准,中华人民共和国教育部职业技术教育中心研究所(Central Institute of Vocational and Technical Education,简称 CIVTE)联合中华人民共和国科学技术部中国高新技术产业开发区协会(China Association of Science and Technology Industry Parks,简称 CASTIP),构建了 CIVTE 职业能力认证体系,旨在为企业培养应用技能型专业人才。为充分发挥企业在职业教育与培训的作用,教育部职教所委托中大兴业(北京)教育科技有限公司(简称中大教育)开展职业能力课程开发、培训和认证工作。

为做好 CIVTE 职业能力认证工作,中大教育职业能力认证发展中心经过充分酝酿,并在相关专家与学者的共同努力下,策划并出版了这套《教育部职业技术教育中心研究所职业能力认证系列教材》。在编写过程中,本系列教材注重知识的系统性、专业化;同时密切联系实际,突出实用性,充分满足培养应用技能型人才的要求。

只有高质量的教材,才能奠定培养素质和能力方面都符合市场经济发展要求的专业人才的坚实基础。我们相信,在所有参与教材编辑出版的专家与学者的共同努力下,本系列教材必定能满足当前不断发展的职业技术教育教学需要。

CIVTE 职业能力认证系列教材编委会  
2005 年 10 月

# 前 言

现代物流业是供应链管理的基础,它把生产、流通、消费有机地连接起来,加速社会再生产过程,而且以最快速度、最佳时间、最优组合完成商品从生产领域向消费领域的转移过程,最大限度地节省流通费用。中国现代物流业正在起步,而且方兴未艾,很多省市,如上海、深圳、天津等,已经将物流业列为国民经济的支柱产业。然而,人才问题已成为制约我国物流业发展的瓶颈,尤其是缺乏既具有理论基础又具有实践经验的中高级物流人才。有鉴于此,我们几位志同道合的老师走到了一起,共同努力,编写了这本以高等职业技术学院人才培养方针为指导的教材。

本书的特点可以概括为:

第一,内容涉及面广。本书以企业物流为重点,既叙述了物流系统的各功能要素,也叙述了企业物流流程。另外,本书还讲述了物流理论与实务的新进展,如国际物流、绿色物流、供应链管理与第三方物流、电子商务与物流等。

第二,系统性强。首先对物流作了一般性介绍;其次讲述了物流系统,并展开了物流系统的主要功能要素;接着讲述了企业物流流程——采购物流、生产物流与销售物流;然后,我们的视线转向可持续发展——绿色物流,转向国外——国际物流;最后,我们把物流放到一个更大的系统——供应链中考虑,并且将现代信息技术的应用与物流结合起来研究电子商务与物流。

第三,可读性强。作为一本教材,理论性并不是它唯一的目的,与此同时,刻板也不是必须的。在这方面,本书作了一些有益的尝试,向国外的教科书学习了它们的趣味性与可读性,体现在书中的是大量的鲜活案例等。

本书的构架和编撰大纲由张瑞夫确定,内容共分为十章。大致分工如下:第七、十章由张瑞夫老师编写,第一、八、九章由张胜英老师编写,第二、三、四章由潘祥武老师编写,第五章由邱心显、马文君老师共同编写,第六章由张瑞夫、张胜英和潘祥武共同编写。本书初稿由德铁婴、王永春进行了审阅。

本书在编写过程中参考了国内外大量相关书籍、杂志等文献资料,还有来自互联网的大量信息。在此,谨向本书引用、参考过的所有文献的作者致以衷心的感谢,还有为传播知识而不辞辛苦的工作人员和爱好者。非常感谢本书编者的家属们,为了支持编者在教书之余能有时间写点东西,他们付出了大量

辛劳,无怨无悔。

由于时间十分仓促,以及编者才疏学浅,书中难免有不当或错误之处,恳请各位专家学者和同仁批评指正。

编 者

2005年10月于青岛

# 目 录

第一章 物流与物流系统 .....	(1)
第一节 物流的定义 .....	(1)
第二节 企业物流管理概述 .....	(9)
第三节 物流系统的内涵 .....	(16)
第四节 物流系统的组成及物流的系统化 .....	(21)
第五节 物流系统分析 .....	(28)
典型案例 .....	(31)
练习与实训 .....	(35)
第二章 仓储管理 .....	(38)
第一节 仓储管理 .....	(38)
第二节 仓库作业与新立体型仓库 .....	(43)
第三节 装卸与搬运 .....	(52)
第四节 包 装 .....	(58)
第五节 流通加工 .....	(74)
典型案例 .....	(78)
练习与实训 .....	(84)
第三章 运输管理 .....	(86)
第一节 现代运输与物流 .....	(86)
第二节 海洋运输实务 .....	(97)
第三节 铁路运输实务 .....	(105)
第四节 航空运输实务 .....	(113)
典型案例 .....	(120)
练习与实训 .....	(121)
第四章 库存管理 .....	(123)
第一节 库存概述 .....	(123)
第二节 库存管理 .....	(126)
第三节 库存控制方法 .....	(135)
典型案例 .....	(156)
练习与实训 .....	(159)

---

---

第五章 配送与配送中心 .....	(161)
第一节 配送作业基础 .....	(161)
第二节 配送运营管理 .....	(168)
第三节 配送中心的规划 .....	(175)
典型案例 .....	(181)
练习与实训 .....	(182)
第六章 供应链管理 with 第三方物流 .....	(184)
第一节 供应链与供应链管理 .....	(184)
第二节 供应链物流管理 .....	(199)
第三节 第三方物流 .....	(208)
练习与实训 .....	(214)
第七章 生产物流与供销物流 .....	(216)
第一节 生产物流与管理 .....	(216)
第二节 现代生产物流技术 .....	(227)
第三节 采购流程与采购策略 .....	(252)
第四节 采购的质量管理与控制 .....	(261)
第五节 销售物流管理和销售渠道建设 .....	(267)
典型案例 .....	(275)
练习与实训 .....	(278)
第八章 绿色物流 .....	(280)
第一节 绿色物流概述 .....	(280)
第二节 绿色物流的管理与实施 .....	(283)
第三节 回收物流与废弃物流 .....	(288)
典型案例 .....	(290)
练习与实训 .....	(295)
第九章 国际物流 .....	(298)
第一节 国际物流概述 .....	(298)
第二节 国际物流的报关过程 .....	(301)
第三节 国际货物的运输 .....	(303)
第四节 国际货物运输保险 .....	(311)
典型案例 .....	(322)
练习与实训 .....	(323)
第十章 电子商务与物流 .....	(325)
第一节 电子商务与物流的关系 .....	(325)



---

---

第二节 电子商务下的物流作业流程 .....	(329)
第三节 电子商务下的物流模式 .....	(332)
第四节 企业物流管理的电子商务实现 .....	(337)
典型案例 .....	(339)
练习与实训 .....	(341)
附录 中华人民共和国国家标准物流术语 .....	(343)
参考文献 .....	(361)

# 第一章 物流与物流系统

## 【学习要点】

1. 物流的定义中物、流分别是什么？
2. 物流管理的主要流程是什么？
3. 物流和物流管理有区别吗？区别是什么？
4. 什么是物流系统？它有何作用或功能？
5. 物流系统各部分功能为什么要整合？物流系统应如何组成？
6. 如何进行物流系统分析？主要分析哪些方面？采用什么方法？

## 第一节 物流的定义

物流是一个十分现代化的概念,由于它对商务活动的影响日益明显而越来越引起人们的注意。“物流”(Physical Distribution)一词源于国外,最早出现于美国,1915年阿奇·萧(Arch W. Shaw)在《市场流通中的若干问题》一书中就提到“物流”一词,并指出“物流是与创造需求不同的一个问题”。因为在20世纪初,西方一些国家已出现生产大量过剩、需求严重不足的经济危机,企业因此提出了销售和物流的问题,此时的物流指的是销售过程中的物流。

二次世界大战中,围绕战争供应,美国军队建立了“后勤”(Logistics)理论,并将其用于战争活动中。其中所提出的“后勤”是指将战时物资生产、采购、运输、配给等活动作为一个整体进行统一布置,以求战略物资补给的费用更低、速度更快、服务更好。后来“后勤”一词在企业中广泛应用,又有商业后勤、流通过程的提法,这时的后勤包含了生产过程和流通过程的物流,因而是一个包含范围更广泛的物流概念。

因此,物流概念从1915年提出起(Physical Distribution),经过70多年的时间才有定论(Logistics),现在欧美国家把物流称做Logistics的多于称做Physical Distribution的。Logistics包含生产领域的原材料采购、生产过程中的物料搬运与厂内物流和流通过程中的物流或销售物流即Physical Distribution,可见其外延更为广泛。

日本的物流概念是1956年直接从英文的Physical Distribution翻译过来的,1956年日本派团考察美国的流通技术,引进了物流的概念。到了70年

代,日本已成为世界上物流最发达的国家之一。

目前国内外物流的概念很多,有如以下几个:“物流是一个控制原材料、制成品、产成品和信息的系统。”“从供应开始经各种中间环节的转让及拥有而达到最终消费者手中的实物运动,以此实现组织的明确目标。”“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。”“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,是这些活动的统一。”等等。但国内最权威的定义是:“物品从供应地向接受地的实体流动过程。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。”(《中华人民共和国国家物流术语》GB/18354-2001)

## 一、什么是物,什么是流

### (一)物的概念

物:物流中的“物”,是指一切可以进行物理性位置移动的物质资料。物流中所指“物”的一个重要特点,是其必须可以发生物理性位移,而这一位移的参照系是地球。因此,固定了的设施等不是物流要研究的对象。

### 【概念平台】

物资:在我国专指生产资料,有时也泛指全部物质资料,较多是指工业品生产资料。其与物流中“物”区别在于:“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,这一部分不属于物流学研究的范畴,例如建筑设施、土地等。另外,属于物流对象的各种生活资料,又不能包含在作为生产资料理解的“物资”概念之中。

物料:是我国生产领域中的一个专门概念。生产企业习惯将除最终产品之外,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)、燃料、零部件、半成品、外协件以及生产过程中必然产生的边、角、余料、废料及各种废物统称为“物料”。

货物:是我国交通运输领域中的一个专门概念。交通运输领域将其经营的对象分为两大类:一类是人;另一类是物。除人之外,“物”的这一类统称为货物。

商品:商品和物流学的“物”的概念是互相包含的。

物品:是生产、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,而仅在管理、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;在办公生产领域则泛指与办公、生活消费有关的所有物件。在这些领域中,物流学中所谓的“物”,就是通常所称之的物品。

商品中的一切可发生物理性位移的物质实体,也即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。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“物”的一部分。

## (二)流的概念

**流:**物流学中的“流”,指的是物理性运动。

**流通:**物流的“流”,经常被人误解为“流通”。“流”的要领和流通概念是既有联系又有区别的。其联系在于流通过程中,物的物理性位移常伴随交换而发生,这种物的物理性位移是最终实现流通不可缺少的物的转移过程。物流中“流”的一个重点领域是流通领域,不少人甚至只研究流通领域,因而干脆将“流”与“流通”混淆起来。其实这是不对的。

### 【概念平台】

“流”与“流通”的区别主要有两点:一是涵盖的领域不同,“流”不但涵盖流通领域,而且涵盖生产、生活等领域,凡是有物发生物理的领域,都是“流”的领域。流通中的“流”从范畴来看只是全部“流”的一个局部。二是“流通”并不以其整体作为“流”的一部分,而是以其实物物理性运动的局部构成“流”的一部分。流通领域中商业活动中的交易、谈判、契约、分配、结算等所谓“商流”活动和贯穿于之间的信息流等都不能纳入到物理性运动之中。

**流程:**物流中的“流”可以理解为生产的“流程”。生产领域中的物料是按工艺流程要求进行运动的,这个流程水平高低、合理与否对生产的成本和效益以及生产规模影响颇大,因而生产领域“流”的问题是非常重要的。

## 二、物流概念的发展

人们虽然长期对物流现象习以为常,但是一直到 20 世纪初以前,还没有“物流”这个概念。物流的概念最早起源于 20 世纪初的美国。从 20 世纪初到现在近一个世纪的时间内,物流的概念的产生和发展经历了以下三个阶段:

### (一)物流概念的孕育阶段

从 20 世纪初到 20 世纪 50 年代,这一个阶段是物流概念的孕育和提出阶段。这一阶段的特点,一个是局部范围,主要是在美国;第二个是少数人,是几个人提出来的;第三个是意见不统一。主要有两种意见、两个提法:一是美国市场营销学者阿奇·萧于 1915 年提出的叫做 Physical Distribution 的物流概念。他是从市场分销的角度提出的。二是美国少校琼西·贝克(Chauncey B. Baker)于 1905 年提出的叫做 Logistics 的物流概念。他是从军事后勤的角度提出的。应该说,这两个概念的实质内容是不一样的。阿奇·萧是从市场营销的角度来定义物流,Physical Distribution 直译应该是“实体分配”,按中国人的语言习惯应该译成“分销物流”。它实际上就是指把企业的产品怎样

分送到客户手中的活动。而 Logistics 是后勤的意思,主要是指物资的供应保障、运输储存等。

这两种不同的概念之所以能够分别存续下来,是因为它们都分别在各自专业领域中得到了一定程度的响应、应用和发展,还因为这两个概念各自都在各自专业领域中独立运用,二者之间没有发生冲突,也没有一个统一的物流学派来进行统一规范,也不需要得到社会广泛一致的公认。因此,这个阶段可以说是物流概念的孕育阶段,是市场营销学和军事后勤学孕育了物流学。

## (二) 分销物流学阶段

第二个阶段从 20 世纪 50 年代中期开始到 80 年代中期,可以叫做分销物流学(Physical Distribution)阶段。这一个阶段的基本特征是:Physical Distribution 的概念发展而占据了统治地位,并且从美国走向了全世界,成为世界各国一致公认,形成了一个比较统一的物流概念,并形成和发展了物流管理学,因而也形成了物流学派、物流产业和物流领域。

(1)Physical Distribution 概念继续在美国得到发展和完善,基本上形成了比较完整的物流管理学。

1961 年斯马凯伊(Edward W. Smykay)、鲍尔素克斯(Ronald J. Bowersox)和莫斯曼(Frank H. Mossman)撰写了《物流管理》,这是世界上第一部物流管理教科书,建立起了比较完整的物流管理学科。60 年代初期,密西根州立大学以及俄亥俄州立大学分别在大学部和研究生院开设了物流课程。

1963 年成立了美国物流管理协会,该协会将各方面的物流专家集中起来,提供教育、培训活动,这一组织成为世界上第一个物流专业人员组织。

(2)Physical Distribution 概念从美国走向世界,成为世界公认的物流概念,在世界范围内形成了物流管理学的理论体系。

50 年代中期,美国的 Physical Distribution 概念传到了日本,在日本得到承认、发扬和光大,以后又逐渐传到欧洲、北美,70 年代末也传到了中国。这样,基本上全世界各个国家都接受了这样的物流概念和物流管理学。

分销物流学,主要把物流看成是运输、储存、包装、装卸、加工(包括生产加工和流通加工)、物流信息等各环节的总和。在分销物流学中,主要研究这些物流活动在分销领域的优化问题。在各个物流专业理论和应用发展上取得了很大的进展,例如系统理论、运输理论、配送理论、仓储理论、库存理论、包装理论、网点布局理论、信息化理论以及它们的应用技术等。

(3)在分销领域各专业物流理论竞相发展的同时,企业内部物流理论异军突起。

1965 年美国 J. A. 奥列基博士(Dr. Joseph A. Orlicky)提出独立需求和

相关需求的概念,并指出订货点法的物资资源配置技术只适用于独立需求物资。而企业内部的生产过程相互之间的需求则是一种相关需求,应当用 MRP 技术。在 MRP 发展的基础上,受 MRP 思想原理的启发,80 年代又产生了应用于分销领域的 DRP(Distribution Requirement Planning)技术,在 MRP 和 DRP 发展的基础上,为了把二者结合起来运用,90 年代又出现了 LRP(Logistics Resources Planning)技术和 ERP(Enterprise Resources Planning)。这一时期的日本丰田公司创造的准时化生产技术(Just In Time, JIT)以及相应的看板技术是生产领域物流技术的另外一朵奇葩。它不光在生产领域创造了一种革命性的哲学和技术,而且为整个物流管理学提供了一种理想的物流思想理论和技术,现在已经应用到物流的各个领域。

企业内部另一重要物流领域是设施规划与工厂设计,包括工厂选址、厂区布局、生产线布置、物流搬运系统设计等等,也都成为物流学强劲应用和发展的领域,形成了物流管理学一个非常重要的分支学科。

所有这些企业内部物流理论和技术的强劲发展,逐渐引起了人们的关注。分销物流的概念显然不能包含它们,使原来只关注分销物流的人们自然想到,光使用分销物流(Physical Distribution)的概念已经不太合适了,特别是到了 80 年代中期,随着物流活动进一步集成化、一体化、信息化的发展,改换物流概念的想法就更加强烈了,于是就进入了物流概念发展的第三个阶段。

### (三)现代物流学阶段

第三个阶段从 80 年代中期开始一直到现在,叫做现代物流学(Logistics)阶段。第二阶段物流业的发展,使全世界都自然意识到,物流已经不仅仅局限于分销领域,而是已经涉及到包括企业物资供应、企业生产、企业分销以及企业废弃物再生等全范围和全领域。原来的 Physical Distribution 概念,已经不适应这种形势,应该扩大概念的内涵,因此决定放弃使用 Physical Distribution,而采用 Logistics 作为物流的概念。值得指出的是,这个时候的物流概念 Logistics 虽然和第一阶段的军事后勤学上的物流概念 Logistics 字面相同,但是意义已经不完全相同了:第一个阶段军事后勤学上的 Logistics 概念主要是指军队物资供应调度上的物流问题,而新时期的 Logistics 概念则是在各个专业物流全面高度发展的基础上基于企业供、产、销等全范围、全方位物流问题,无论是广度、深度以及涵盖的领域、档次都有不可比拟的差别,因此这个阶段的 Logistics 不要译为后勤学,更不要译为军事后勤学,而应当译为现代物流学。它是一种适应新时期所有企业(包括军队、学校、事业单位)的集成化、信息化、一体化的物流学概念。

### 三、物流的实质及其作用

物流是物质资料,包括原材料的物理性移动,是从供应者到使用者的运输、包装、保管、装卸搬运、流通加工、配送以及信息传递的过程,这就是说物流活动本身一般并不创造产品价值,只创造附加价值。这样一说,物流是不是多余的呢?答案无疑是否定的。为什么?因为任何产品都不可能生产出来,不经过装卸搬运、包装、运输、保管就立即消费,充其量可以节省物流七大环节中的一个或两个。所以说,既然物流是一个不可省略或者说不可跨越的过程,而且,随着这个过程的发生,就会产生费用、时间、距离以及人力、资源、能源、环境等一系列问题。人们只有客观地认识这些问题,正确地对待、科学地解决好这些问题,才是唯一的正确态度和选择。笼统地说,物流的实质和作用主要表现在以下七个方面:

#### (一)保值

物流有保值作用。也就是说,任何产品从生产出来到最终消费,都必须经过一段时间、一段距离,在这段时间和距离过程中,都要经过运输、保管、包装、装卸搬运等多环节、多次数的物流活动。在这个过程中,产品可能会淋雨受潮、水浸、生锈、破损、丢失等。物流的使命就是防止上述现象的发生,保证产品从生产者到消费者移动过程中的质量和数量,起到产品的保值作用,即保护产品的存在价值,使该产品在到达消费者时使用价值不变。

#### (二)节约

搞好物流,能够节约自然资源、人力资源和能源,同时也能够节约费用。比如,集装箱化运输,可以简化商品包装,节省大量包装用纸和木材;实现机械化装卸作业,仓库保管自动化,能节省大量作业人员,大幅度降低人员开支。重视物流可节约费用的事例比比皆是。被称为“中国物流管理觉醒第一人”的海尔企业集团,加强物流管理,建设起现代化的国际自动化物流中心,一年时间将库存占压资金和采购资金,从15亿元降低到7亿元,节省了8亿元开支。

#### (三)缩短距离

物流可以克服时间间隔、距离间隔和人的间隔,这自然也是物流的实质。现代化的物流在缩短距离方面的事例不胜枚举。在北京可以买到世界各国的新鲜水果,全国各地的水果也常年不断;邮政部门改善了物流,使信件大大缩短了时间距离,全国快递两天内就到;美国联邦快递能做到隔天送达亚洲15个城市;日本的配送中心可以做到上午10点前订货,当天送到。这种物流速度,把人们之间的地理距离和时间距离一下子拉得很近。随着物流现代化的

不断推进,国际运输能力大大加强,极大地促进了国际贸易,使人们逐渐感到这个地球变小了,各大洲的距离更近了。

城市居民不知不觉中享受到物流进步的成果。南方产的香蕉全国各大城市一年四季都能买到;新疆的哈密瓜、宁夏的白兰瓜、东北大米、天津小站米等都不分季节地供应市场;中国的纺织品、玩具、日用品等近年来大量进入美国市场,除了中国的劳动力价格低廉等原因外,则是国际运输业发达、国际运费降低的缘故。

#### (四)增强企业竞争力,提高服务水平

在新经济时代,企业之间的竞争越来越激烈。在同样的经济环境下,制造企业,比如家电生产企业,相互之间的竞争主要表现在价格、质量、功能、款式、售后服务的竞争上,可以讲,像彩电、空调、冰箱等这类家电产品在工业科技如此进步的今天,质量、功能、款式及售后服务,目前各企业的水平已经没有太大的差别,唯一可比的地方往往是价格。近几年全国各大城市此起彼伏的家电价格大战,足以说明这一点。那么支撑降价的因素是什么?如果说为了占领市场份额,一次、两次地亏本降价,待市场夺回来后再把这块亏损补回来也未尝不可。然而,如果降价亏本后仍不奏效又该如何呢?不言而喻,企业可能就会一败涂地。在物资短缺年代,企业可以靠扩大产量、降低制造成本去攫取第一利润。在物资丰富的年代,企业又可以通过扩大销售攫取第二利润。可是在新世纪和新经济社会,第一利润源和第二利润源已基本达到了一定极限,目前剩下的“未开垦的处女地”就是物流。降价是近几年家电行业企业之间主要的竞争手段,降价竞争的后盾是企业总成本的降低,即功能、质量、款式和售后服务之外的成本降价,也就是我们所说的降低物流成本。

国外制造企业很早就认识到了物流是企业竞争力的法宝,搞好物流可以实现零库存、零距离和零流动资金占用,是提高为用户服务,构筑企业供应链,增加企业核心竞争力的重要途径。在经济全球化、信息全球化和资本全球化的21世纪,企业只有建立现代物流结构,才能在激烈的市场竞争中求得生存和发展。

#### (五)加快商品流通,促进经济发展

在谈这个问题时,我们用配送中心的例子来讲最有说服力。可以说,配送中心的设立为连锁商业提供了广阔的发展空间。利用计算机网络,将超市、配送中心和供货商、生产企业连接,能够以配送中心为枢纽形成一个商业、物流业和生产企业的有效组合。有了计算机迅速及时的信息传递和分析,通过配送中心的高效率作业、及时配送,并将信息反馈给供货商和生产企业,可以形



成一个高效率、高能量的商品流通网络,为企业管理决策提供重要依据,同时,还能够大大加快商品流通的速度,降低商品的零售价格,提高消费者的购买欲望,从而促进国民经济的发展。

#### (六)保护环境

环境问题是当今时代的主题,保护环境,治理污染和公害是世界各国的共同目标。有人会问,环保与物流有什么关系?这里不妨介绍一下。

你走在马路上,有时会遇到马路一层黄土,这是施工运土的卡车夜里从车上漏撒的,碰上拉水泥的卡车经过,你会更加麻烦;马路上堵车越来越厉害,你连骑自行车都通不过去,噪音和废气使你不敢张嘴呼吸;深夜的运货大卡车不断地轰鸣,疲劳的你翻来覆去睡不着……所有这一切问题都与物流落后有关。卡车撒黄土是装卸不当,车厢有缝;卡车水泥灰飞扬是水泥包装盖问题;马路堵车属流通设施建设不足。这些如果从物流的角度去考虑,都会迎刃而解。

比如,我们在城市外围多设几个物流中心、流通中心,大型货车不管白天还是晚上就都不用进城了,只利用二吨小货车配送,夜晚的噪音就会减轻;政府重视物流,大力建设城市道路、车站、码头,城市的交通堵塞状况就会缓解,空气质量自然也会改善。

#### (七)创造社会效益和附加价值

实现装卸搬运作业机械化、自动化,不仅能提高劳动生产率,而且也能解放生产力。把工人从繁重的体力劳动中解脱出来,这本身就是对人的尊重,是创造社会效益。

比如,日本多年前开始的“宅急便”、“宅配便”,国内近年来开展的“宅急送”,都是为消费者服务的新行业,它们的出现使居民生活更舒适、更方便。当你去滑雪时,那些沉重的滑雪用具,不必你自己扛、自己搬、自己运,只要给“宅急便”打个电话就有人来取,人还没到滑雪场,你的滑雪板等用具已经先到了。再如,超市购物时,那里不单单是商品便宜、安全,环境好,而且为你提供手推车,你可以节省很多力气,轻松购物。手推车是搬运工具,这一个小小的服务,就能给消费者带来诸多方便,同时也创造了社会效益。

从以上例子我们能够看到,物流创造社会效益。随着物流的发展,城市居民生活环境、人民的生活质量可以得到改善和提高,人的尊严也会得到更多体现。关于物流创造附加值,主要表现在流通加工方面,比如,把钢卷剪切成钢板、把原木加工成板材、把粮食加工成食品、把水果加工成罐头,名烟、名酒、名著、名画都会通过流通中的加工,使装帧更加精美,从而大大提高了商品的欣赏性和附加价值。