

国家重点中职示范校物流专业精品系列规划教材
广东省物流行业协会“工学结合”实践项目成果



——中职课堂任务引领教学改革教材

物流服务 营销

主 编 李利勤

WULIU FUWU
YINGXIAO



清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

国家重点中职示范校物流专业精品系列规划教材
广东省物流行业协会“工学结合”实践项目成果

物流服务营销

主 编	李利勤		
副主编	苏广鹰	孙巧玲	李金瓯
编 委	张锦秀	窦永虎	黄朝霞
	丁 瑜	林璇华	王 芳

华中科技大学出版社
中国·武汉

内 容 简 介

本书介绍物流服务营销创新理论及实践。根据物流市场需求和特点,物流营销规律和营销对象的需求,结合物流企业经营活动,以通俗易懂的语言,真实生动的案例,系统地阐述了物流服务营销的内容,主要包含物流营销概论篇(物流概述、市场营销概述、物流营销概述)、物流营销管理概论篇(物流营销管理概述、物流营销管理的核心概念、物流营销管理过程)、物流营销策略篇(物流企业产品策略、物流产品定价策略、物流分销渠道策略、物流企业促销策略)、物流服务营销篇(物流运输服务营销、物流仓储服务营销、物流配送服务管理、物流服务质量管理)、物流客户服务篇(物流客户服务概述、物流营销客户关系管理、物流客户的满意度、物流客户服务人员手册)、物流营销策略礼仪篇(物流营销礼仪策略、产品礼仪、价格礼仪)。每章都提供小结、思考题及案例分析,让学生将学过的知识与实践紧密结合。

本书既适用于物流管理、工商管理、电子商务等专业的中等职业教育教学,也可作为物流企业从业人员在岗培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

物流服务营销/李利勤 主编. —武汉:华中科技大学出版社,2011.8
ISBN 978-7-5609-7272-5

I. 物… II. 李… III. 物资企业-市场营销学-中等专业学校-教材 IV. F253

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 149782 号

物流服务营销

李利勤 主编

策划编辑:何 赟

责任编辑:康 序

封面设计:潘 群

责任校对:周 娟

责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)87557437

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:仙桃市新华印务有限责任公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:15

字 数:370 千字

版 次:2011 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

定 价:28.00 元



华中出版

本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

国家重点中职示范校物流专业精品系列规划教材
广东省物流行业协会“工学结合”实践项目成果编审委员会

顾问	鲁修禄	副主任	广东省发展和改革委员会
	杨细平	副厅长	广东省交通运输厅
	刘文彬	处长	广东省发展和改革委员会
	黄建明	处长	广东省经济和信息化委员会
	余楚风	区长	广州市白云区政府
	丁 岩	副区长	广州市花都区府
	谢 红	处长	广东省知识产权局
	张 燕	调研员	广东省经济和信息化委员会
	林殿盛	副处长	广州市交通委员会
	陈有文	主任	广东省物流标准化技术委员会
	陈功玉	主任	中山大学现代物流技术与管理研究中心
主任	马仁洪	常务副会长、秘书长	广东省物流行业协会
副主任	梁玉霞	常务副秘书长	广东省物流行业协会
	许琳伟	主任	广东省职业技术教育学会物流专业指导委员会
	胡 梅	主任	广东省物流行业协会教育培训工作委员会
	胡学兰	副主任	广州市教育局教学研究室
特约编审	谢珍祥	副局长	广东省职业训练局
	邓庆宁	校长	广东省惠州商业学校
	杨柏弟	校长	佛山市南海区信息技术学校
	杨 敏	院长	广州市交通技师学院
	丘 文	校长	惠州工业科技学校
	胡 龙	校长	深圳市宝安职业技术学校
	杨志勇	校长	广州市商贸职业学校
	秦胜利	校长	广东省石油化工职业技术学校
	张立波	校长	广州市财经职业技术学校

林 雄	校长	广东省海洋工程职业技术学校
周发茂	校长	广东省贸易职业技术学校
梁泽洪	校长	佛山市顺德区陈登职业技术学校
李国兴	校长	深圳市博伦职业技术学校
陈克虎	校长	东莞市常平镇黄水职业中学
邓 兵	校长	佛山市南海区盐步职业技术学校
邓 宁	校长	广东省财经职业技术学校
邓 联	校长	湛江财贸中等专业学校
石伟坤	校长	广东省东莞市威远职业高级中学
李驰稳	校长	江门市新会冈州职业技术学校
黄广旭	副校长	深圳市华强职业技术学校
袁古玉	副校长	佛山市顺德区陈村职业技术学校
刘为民	副校长	广州市番禺区岭东职业技术学校
李文娟	校长	佛山市东立鳌云职业技术学校
林 荫	副校长	广东省汕头市澄海职业技术学校
刘龙山	院长	清远市技师学院
黄 志	院长	广东省技师学院
陈俊鸿	校长	广东省机械高级技工学校
阎子刚	校长	广东省交通运输高级技工学校
于锦杰	校长	湛江市高级技工学校
李志明	校长	广东省工业高级技工学校
胡利平	校长	江门市新会高级技工学校
崔险峰	校长	广东省电子信息技工学校
刘伟清	董事长	广东省航运集团有限公司
李志安	董事长	广东省惠州金泽集团
吴剑平	董事长	深圳市粤钢松山物流有限公司
陈拱龙	董事长	佛山市粤泰冷库物流投资有限公司
叶 斌	董事长	广州市易通四方网络科技有限公司
徐 龙	董事长	中国移动通信集团广东有限公司
夏 阳	董事长	广东三江实业发展有限公司
吴棋伟	董事长	广东天润物流市场发展有限公司
黄慧星	总经理	广东省华大物流总公司
林广宏	董事长	广州市宏峰物流有限公司
陈金平	董事长	深圳市金鹏物流园
刘发书	副总经理	广东省广新外贸集团有限公司
高艺林	总经理	广州市商业储运公司
李金平	董事长	广东林安物流发展有限公司
梁志成	总经理	中国外运广东有限公司
李凯乐	总经理	广东邮政物流配送服务有限公司

贾坎森	董事长	广州海心沙实业总公司
戴敏华	副总经理	广州市益达信息科技有限公司
梁耀权	副总经理	肇庆市致美物流有限公司
刘兴富	总经理	深圳市安必行物流顾问有限公司
王 宏	总经理	广州拜尔冷链聚胺酯科技有限公司
陈恒杰	总经理	广州市泰邦物流有限公司
张亚东	董事长	深圳宝鼎威物流有限公司
欧阳杰	总经理	广东东部物流有限公司
封建中	总经理	中山市秦粤物流有限公司
殷王龙	董事长	广州德镜数码技术有限公司
王熙祺	董事长	中外运瑞驰物流有限公司
张鸿飞	总经理	广州市盈致自动识别技术有限公司
郑泽民	董事长	广州天智市场开发有限公司
黄小燕	总经理	广州市亦立天然食品有限公司
蔡 军	物流总监	广州华新商贸有限公司
黄爱娟	总 裁	广州城市之星运输有限公司
朱汉辉	执行董事	江门大昌慎昌食品加工仓储有限公司
张 艳	董事长	江门市安捷物流有限公司
李印铸	总 裁	惠州港务集团有限公司
曾永青	所 长	广州市食品工业研究所
田方人	董事长特助	顺德区北滘港货运联营有限公司
李素萍	总经理	广东东立商贸物流有限公司
何 望	总经理	广州保畅国际物流有限公司
徐明福	总经理	广州市高天文化机构
张晶林	总经理	广州市宏峰物流有限公司
冯展培	总经理	广州和笙富物流有限公司
时洪奎	总经理助理	广州市商业储运公司
卢慧华	总经理	广州青年书业有限公司
艾奇飞	总经理	烽火通信科技股份有限公司
陈 琳	总经理	广州巴斯特展览有限公司
谭衍诚	总经理	广州长盛永达贸易有限公司
梁慧莹	总编助理	《广东物流》杂志
姚 飞	总经理	广州壹加投资发展有限公司
谭锡棠	总经理	广州宏昌实业有限公司
曾会林	总经理	香港大光集团

序言



世界职业教育发展的经验和我国职业教育发展的历程都表明,职业教育是提高国家核心竞争力的要素。职业教育的这一重要作用,主要体现在两个方面。其一,职业教育承载着满足社会需求的重任,是培养为社会直接创造价值的高素质劳动者和专门人才的教育。职业教育既是经济发展的需要,又是促进就业的需要。其二,职业教育还承载着满足个性发展需求的重任,是促进青少年成才的教育。因此,职业教育既是保证教育公平的需要,又是教育协调发展的需要。

这意味着,职业教育不仅有自己的特定目标——满足社会经济发展的人才需求,以及与之相关的就业需求,而且有自己的特殊规律——促进不同智力群体的个性发展,以及与之相关的智力开发。

长期以来,由于我们对职业教育作为一种类型教育的规律缺乏深刻的认识,加之学校职业教育又占据绝对主体地位,因此职业教育与经济、与企业联系不紧,导致职业教育的办学未能冲破“供给驱动”的束缚;由于与职业实践结合不紧密,职业教育的教学也未能跳出学科体系的框架,所培养的职业人才,其职业技能的“专”、“深”不够,工作能力不强,与行业、企业的实际需求及我国经济发展的需要相距甚远。实际上,这也不利于个人通过职业这个载体实现自身所应有的职业生涯的发展。

因此,要遵循职业教育的规律,强调校企合作、工学结合,“在做中学”,“在学中做”,就必须进行教学改革。职业教育教学应遵循“行动导向”的教学原则,强调“为了行动而学习”、“通过行动来学习”和“行动就是学习”的教育理念,让学生在由实践情境构成的、以过程逻辑为中心的行动体系中获取过程性知识,去解决“怎么做”(经验)和“怎么做更好”(策略)的问题,而不是在由专业学科构成的、以架构逻辑为中心的学科体系中去追求陈述性知识,只解决“是什么”(事实、概念等)和“为什么”(原理、规律等)的问题。由此,作为教学改革核心的课程,就成为职业教育教学改革成功与否的关键。

当前,在学习和借鉴国内外职业教育课程改革成功经验的基础上,工作过程导向的课程开发思想已逐渐为职业教育战线所认同。所谓工作过程,是“在企业里为完成一件工作任务并获得工作成果而进行的一个完整的工作程序”,是一个综合的、时刻处于运动状态但结构相对固定的系统。与之相关的工作过程知识,是情境化的职业经验知识与普适化的系统科学知识的交集,它“不是关于单个事务和重复性质工作的知识,而是在企业内部关系中将不同的子工作予以连接的知识”。以工作过程逻辑展开的课程开发,其内容编排以典型职业工作任务及实际的职业工作过程为参照系,按照完整行动所特有的“资讯、决策、计划、实施、检查、评价”结构,实现学



科体系的解构与行动体系的重构,实现于变化的、具体的工作过程之中获取不变的思维过程和完整的工作训练,实现实体性技术、规范性技术通过过程性技术的物化。

近年来,教育部在高等职业教育领域组织了我国职业教育史上最大的职业教育师资培训项目——中德职教师资培训项目和国家级骨干教师培训项目。这些骨干教师通过学习、了解,接受先进的教学理念和教学模式,结合中国的国情,开发了更适合中国国情、更具有中国特色的职业教育课程模式。

华中科技大学出版社结合我国正在探索的职业教育课程改革,邀请我国职业教育领域的专家、企业技术专家和企业人力资源专家,特别是国家示范校、接受过中德职教师资培训或国家级骨干教师培训的高职院校的骨干教师,为支持、推动这一课程开发应用于教学实践,进行了有意义的探索——相关教材的编写。

华中科技大学出版社的这一探索,有两个特点。

第一,课程设置针对专业所对应的职业领域,邀请相关企业的技术骨干、人力资源管理者及行业著名专家和院校骨干教师,通过访谈、问卷和研讨,提出职业工作岗位对技能型人才在技能、知识和素质方面的要求,结合目前中国高职教育的现状,共同分析、讨论课程设置存在的问题,通过科学合理的调整、增删,确定课程门类及其教学内容。

第二,教学模式针对高职教育对象的特点,积极探讨提高教学质量的有效途径,根据工作过程导向课程开发的实践,引入能够激发学习兴趣、贴近职业实践的工作任务,将项目教学作为提高教学质量、培养学生能力的主要教学方法,把适度够用的理论知识按照工作过程来梳理、编排,以促进符合职业教育规律的、新的教学模式的建立。

在此基础上,华中科技大学出版社组织出版了这套规划教材。我始终欣喜地关注着这套教材的规划、组织和编写。华中科技大学出版社敢于探索、积极创新的精神,应该大力提倡。我很乐意将这套教材介绍给读者,衷心希望这套教材能在相关课程的教学发挥积极作用,并得到读者的青睐。我也相信,这套教材在使用的过程中,通过教学实践的检验和实际问题的解决,不断得到改进、完善和提高。我希望,华中科技大学出版社能继续发扬探索、研究的作风,在建立具有中国特色的高等职业教育的课程体系的改革之中,作出更大的贡献。

是为序。

教育部职业技术教育中心研究所

学术委员会秘书长

《中国职业技术教育》杂志主编

中国职业技术教育学会理事、

教学工作委员会副主任、

职教课程理论与开发研究会主任

姜大源 教授

2010年6月6日

目录 >>>

Contents

第 1 章 物流营销概论 /1

- 1.1 物流概述 /1
- 1.2 市场营销概述 /12
- 1.3 物流营销概述 /23

第 2 章 物流营销管理概论 /32

- 2.1 物流营销管理概述 /32
- 2.2 物流营销管理的核心概念 /38
- 2.3 物流营销管理过程 /43

第 3 章 物流营销策略 /52

- 3.1 物流企业产品策略 /52
- 3.2 物流产品定价策略 /71
- 3.3 物流分销渠道策略 /83
- 3.4 物流企业促销策略 /93

第 4 章 物流服务营销 /108

- 4.1 物流运输服务管理 /108
- 4.2 物流仓储服务管理 /115
- 4.3 物流配送服务管理 /125
- 4.4 物流服务质量管理 /133

第 5 章 物流客户服务 /140

- 5.1 物流客户服务概述 /140
- 5.2 物流营销客户关系管理 /155
- 5.3 物流客户的满意度 /165
- 5.4 物流客户服务人员手册 /178



第6章 物流营销礼仪策略 /201

6.1 物流营销礼仪 /201

6.2 产品礼仪 /206

6.3 价格礼仪 /211

6.4 分销渠道礼仪 /215

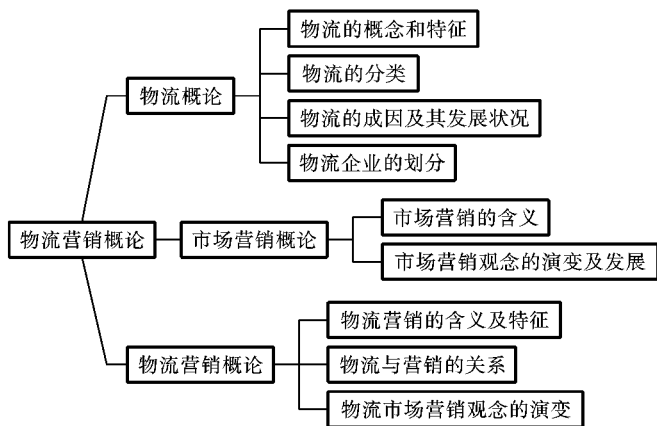
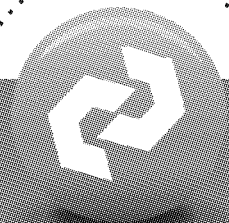
6.5 促销礼仪 /220

参考文献 /227

第 1 章

物流营销概论

> > >



1.1 物流概述

学习目标

1. 了解物流的概念及特征,以及物流的成因及发展状况。
2. 掌握物流及物流企业的分类。

案 例

鲁花集团的物流变革

“生产 60 万吨花生油,需要从全国各地运来 145 万吨花生米,变成花生油和花生粕后,又要再运到全国各地去销售。”尽管如此,鲁花集团自己没有一辆车,货物运输全由莱阳交通物流中心组织。

莱阳鲁花集团从 2002 年起,逐步卖掉了企业的全部运输车辆,与莱阳交通物流中心结为紧密合作伙伴。

“过去我们自己送货,回来的时候往往空驶,现在让物流车辆来运输,运费至少节省了一半。”2007 年,莱阳交通物流中心为鲁花集团发送货物 30 万吨,为企业节省物流费用 1100 多万



元。而且企业也不用再为运输车辆加油、保险等事情花费精力。

鲁花公司的分厂建到哪里,莱阳交通物流中心的网络就延伸到哪里。鲁花在菏泽定陶、河南周口、湖北襄樊、内蒙古巴彦淖尔等地建设了12个分厂,莱阳交通物流中心也都跟着在各地成立运输部,根据需求制订个性化的物流方案。

对于莱阳交通物流中心来说,鲁花集团只是它的一个大客户。2007年,该中心发送货物80万吨,实现运输收入1.6亿元,为企业节省运费总额超过了5000万元。除了大客户,这个中心还将全市几乎所有的配货企业、个体户,都聚拢在了统一的交易平台上,做到了“货源入网,车辆进场”。

问题:1. 鲁花集团为何没有一辆运输车辆?

2. 如何理解莱阳交通物流中心成为全市配货企业、个体户的物流企业?

资料来源:华细玲,杨国荣,刘运芹. 物流管理基础[M]. 北京:北京理工大学出版社,2010:1.

1.1.1 物流的概念和特征

1. 物流的概念

物流中的“物”是“物品”,是一切可以进行物理性位置转移的物质资料。物流中的“流”是物理性运动,这种运动也称为“位移”。因此,物流最直接的解释是物质实体的流动。

由于人们对物流的认识有一个不断深化的过程,所以对物流的定义也多种多样。物流可以划分为传统物流、现代物流等物流概念。传统物流是指商品从供给者向需求者进行的物理性传递。传统物流强调商品的实体分配。现代物流是以满足消费者的需求为目标,把制造、运输、销售等市场情况统一起来思考的一种战略措施。传统物流与现代物流的主要差别在于传统物流只提供简单的位移,现代物流则更强调根据用户需求提供增值服务;传统物流强调单一环节的管理,现代物流是整体系统的优化;传统物流实行人工控制,现代物流实施信息管理等。

1981年,日本综合研究所编著的《物流手册》对物流的表述为:“物质资料从供给者向需求者的物理性移动,是创造时间性、场所性价值的经济活动。从物流的范畴来看,包括包装、装卸、保管、库存管理、流通加工、运输、配送等诸种活动。”

1994年,欧洲物流协会对物流的定义为:“物流是在一个系统内对人员、商品的运输、安排,以及与此相关的支持活动的计划、执行和控制,以达到特定目的的过程。”

2001年4月我国颁布的《中华人民共和国国家标准物流术语》(以下简称《国家标准物流术语》)对物流的定义是:“物品从供应地向接收地的实体流动过程中,根据实际需要,将运输、储存、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来实现用户要求的过程。”

综上所述,物流是根据客户需求,将货物(服务及相关信息)从供应地向接收地进行低成本、高效移动的增值过程。

2. 物流的特征

1) 物流的技术性

在现代通信技术、信息技术和网络技术迅速发展的时代,物流行业正积极运用现代科学技术,全面改造和提升物流的技术能力,呈现出明显的技术性特征。

物流的技术性表现为物流的信息化,具体包括:物流信息商品化、物流信息收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、物理信息存

储的数字化等。以物流系统信息化为基础的现代先进技术,如条形码技术、数据库技术、电子订货系统、电子数据交换、快速反应,以及有效的客户反馈、企业资源计划等技术观念已广泛地应用于物流领域。

物流的技术性表现为物流的自动化。物流自动化的核心是机电一体化,以及外在表现无人化、内在效果省力化。物流自动化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,具体如条形码/语音/射频自动识别系统、自动分配系统、自动存取系统、自动导向车、货物自动跟踪系统等。

以信息化、自动化为基础,物流的技术性还表现为物流智能化。物流作业过程中大量的运筹和决策,如库存水平的确定、运输路线的选择、自动导向车的运行轨迹和作业控制、自动分拣系统的运行、物流配送中心的经营管理等,通过借助大量的现代管理和技术知识,建立和完善物流专家系统和物流机器人系统,以实现物流智能化。

2) 物流的服务性

在消费多样化、生产小量化、流通高效化的时代,服务性是现代物流的本质特征,物流的服务性主要表现为:物流柔性化和物流增值性。

物流柔性化是物流系统在为企业生产经营活动服务、为物流客户服务的过程中,本着“以需求为导向,以客户为中心”的经营理念而提出的。物流柔性化就是根据物流需求的变化来重组物流资源,科学设计物流系统,灵活安排物流作业。物流柔性化必须适应现代生产中所使用的弹性制造系统、计算机集成制造系统、制造资源系统、企业资源计划及供应链管理的概念和技术,并不断创新和发展物流系统的服务方式。物流增值性就是物流系统提供的物流服务,通过降低成本费用和创造时间、空间效应的方法,来促进生产经营过程中商品和服务价值的实现和增值。

3) 物流的系统性

物流的系统性特征充分地表现在物流运作的系统化和物流管理的系统化。物流运作必须以系统的思想来设计和安排物流的作业体系,把多种物流资源和物流功能要素合理地组合起来,形成一个高效运行的作业体系。物流运作需要广泛采用现代先进设施设备和技术手段,不断完善和优化物流运作系统,以适应电子商务的发展需要。物流管理必须以系统优化为目标,以现代供应链管理的思想和技术全面整合物流管理资源,系统思考和统筹解决物流管理的决策问题,实现物流的系统化管理。

4) 物流的协作性

经济全球化的发展通过更大的空间范围、更快的速度改变了市场的交易方式,改变了市场经济的竞争模式。物流发展必须与经济全球化的发展相适应,从而呈现出明显的协作性特征。

物流的协作性表现为物流系统的内部协作,即物流系统的各部门、各环节及各功能要素之间为了实现共同的目标而产生的协作,这是提高物流运行效率的基础。

物流的协作性也表现为物流系统的外部协作。从供应链的思想来看,物流系统只是整个供应链的一个环节,为了创造供应链的整体价值,顺利完成供应链的运动过程,就需要参与供应链的各个环节能够相互配合、共同努力,进行广泛的协作。

5) 物流的生态性

物流的生态性特征表现为物流资源的可持续发展和绿色物流的发展。物流活动需要耗费物流资源,由于改变了交易方式和交易过程,为实现物流资源的合理分配创造了条件,从而能充



分降低物流资源的耗费。通过应用供应链管理新概念和新技术,不断创新物流发展的模式,实现物流资源的可持续发展。现代高新技术的发展为绿色物流的发展提供了机遇。绿色物流就是以绿色环保的思想为指导,广泛应用绿色技术设备,对绿色商品实行绿色存储、绿色运输和绿色包装的物流运作和物流管理新模式。现代企业的绿色物流一方面要严格控制物流系统的污染,另一方面要建立科学的工业与生活废料的回收处理物流系统。

知识链接

宝供物流

1994年,宝供物流还只是一间“作坊式”的小公司;而到了2003年,宝供物流的年货运量达250万吨,年产值达3亿多元,并被摩根士丹利评估为中国最具价值的第三方物流企业。

宝供占据业内的七个第一:中国第一家物流企业集团;第一个在中国运用现代物流观念为客户提供全程物流服务的公司;第一个在中国建立起覆盖全国的物流运作网;在中国第一个将工业化的质量管理标准运用到物流运作上;第一个在中国建立了基于Internet/Intranet的物流信息系统;第一次在中国将产官学研相结合,举办物流技术与管理发展的国际性高级研讨会;第一个在中国创办物流奖励基金的公司。

资料来源:商业理财贸易网(<http://finance.sina.com.cn/roll/20030707/1338361203.shtml>)。

1.1.2 物流的分类

1. 按照物流的经济属性划分

1) 宏观物流

宏观物流是指从社会再生产的总体角度认识和研究的物流活动,是研究产业或集团的物流活动和物流行为。这种物流活动的参与者一般是构成社会总体的大产业、大集团。

宏观物流还可以从空间范畴来理解,在很大空间范畴内的物流活动往往带有宏观性,在很小空间范畴内的物流活动则往往带有微观性。因此,在我们常提到的物流活动中,下述若干物流活动应属于宏观物流,如社会物流、国民经济物流、国际物流等。宏观物流研究的主要特征是综观性和全局性。宏观物流主要研究的内容是物流的总体构成、物流与经济发展的关系、社会物流系统和国际物流系统的建立和运作等。

2) 微观物流

在整个物流活动中的一个局部或一个环节的具体物流活动属于微观物流;在一个小地域空间发生的具体的物流活动属于微观物流;消费者、生产企业所从事的实际的、具体的物流活动属于微观物流;针对某种具体产品所进行的物流活动也是微观物流。下述物流活动皆属于微观物流,如企业物流、生产物流、供应物流、销售物流、回收物流、废弃物物流、生活物流等。微观物流研究的特征是具有具体性和局部性。由此可见,微观物流更贴近于具体企业,其研究领域十分广阔。

2. 按照物流的性质划分

1) 社会物流

社会物流是企业外部物流活动的统称。社会物流指超越一家一户的以整个社会为服务对

象的物流。这种社会性很强的物流往往是由专门的物流承担者来完成的。

2) 行业物流

行业物流是指同一行业中的企业物流活动,其目的是促进行业物流管理的合理化,使同行业中的所有企业都得到相应的利益。它通过采取物流手段的有效利用、共同建设配送中心、共同培训物流人员、统一物流机械规格等方法来实现资源共享。

3) 企业物流

企业物流是指企业内部物品实体流动,即在一个企业经营范围内由生产或服务活动所形成的物流系统,包括企业供应(采购)物流、生产物流、销售物流、回收物流、废弃物物流等。

3. 按照物流的空间范围划分

1) 地区物流

地区有不同的划分原则,可以按省区划分,如北京、天津等30多个省、直辖市和自治区等;也可以按照地理位置划分为长江三角洲地区、环渤海地区、辽宁沿海经济区、东北经济区等。地区物流的规划与设计要与地区的特征,包括地区的城市建设规划、地区产业资源、交通资源、自然资源等相适应。

2) 国内物流

国内物流是指一个主权国家范围内的物流。国内物流需要在政府宏观调控作用的指导下,做好公路、港口、机场、铁路等物流基础设施的建设,大型物流基地的规划,物流产业政策的制定,与物流活动相关的设施、装置、机械的标准建设等。

3) 国际物流

国际物流是国家之间、洲际之间的原材料与产品的物流活动。

4. 按照物流的主体划分

1) 第一方物流

它是指卖方(包括生产者或供应方)组织的物流活动。这些组织的主体业务是生产和供应产品,但为了其自身生产和销售的需要而进行物流网络及设施的投资、经营与管理。供应方或生产者一般都需要投资建设一些仓库、站台,甚至铁路专用线等物流基础设施。为了生产的正常进行而建设的物流设施是生产物流设施,而为了产品的销售而在销售网络中配置的物流设施是销售物流设施。

2) 第二方物流

它是买方(包括销售者或流通企业)组织的物流活动。这些组织的主要业务是采购并销售产品,为了销售业务的需要而投资建设物流网络、设施等,并进行具体的物流业务的运作组织和管理。严格地说,从事第二方物流的公司属于分销商。

3) 第三方物流

它是以专门提供物流服务为特征的独立于产品的供应方和需求方之外的物流企业的物流活动。

4) 第四方物流

它是以提供一个综合的供应链解决方案为目标,从而调集、管理和组织自己的和互补性的服务提供商的资源、能力和技术的物流提供者。

5) 第五方物流

它是指由物流信息服务商提供的物流信息服务,包括在更大的地理区域内、更多的行业及



更多的企业之间,从事供应链物流信息的收集、整理、分析、开发、集成和交流等业务的企业。

知识链接

海尔物流

1999年开始,海尔开始进行以“市场链”为纽带的业务流程再造,创造了富有海尔特色的“一流三网”的同步物流模式。“一流”是指以订单信息流为中心;“三网”分别为全球供应资源网络、全球配送资源网络和计算机网络。“同步”即“三网”同步运行,为订单信息流的增值提供支持。

海尔物流推进本部项目处处长周行说,海尔进行的以“一流三网”为主要标志的物流革命,其核心就是以订单信息流为中心对仓库进行革命,通过同步模式以高效的物流运作来实现“与用户零距离”的战略目标,使海尔通过现代物流,一只手抓住用户的需求,另一只手抓住可以满足用户需求的全球供应链,获得企业的核心竞争力。

实施了采购JIT(准时制生产方式)。海尔物流整合的第一步就是整合采购,将集团的采购活动全部集中,在全球范围内采购质优价廉的零部件。海尔一年的采购费用约为150亿元,有2000多家供应商为其提供约1.5万个零部件品种。通过整合采购,海尔将供应商的数目减少到900家,其中世界500强企业中有44家为海尔的供应商,集团采购人员优化掉1/3,采购成本每年环比降低4.5%以上。

实施了原材料配送JIT。建立了现代化的立体仓库及自动化物流中心。在立体仓库建立之前,海尔的平均库存时间为30天,仅海尔工业园企业的外租仓库就达20余万平方米。两个立体仓库建成后,平均库存周转时间已经减至12天,整个集团仓库占地仅为2.6万平方米,仅为原仓储面积的1/10。对订单的响应速度从原来的36天,降低到目前的不到10天。

实施了成品分拨物流JIT。海尔在整合采购后,又整合了全球配送网络,将产品及时按要求送到用户手中。目前,海尔与300多家运输公司建立了紧密的合作关系,全国可调配的车辆达1.6万辆。目前可做到中心城市6~8小时配送到位,区域配送24小时到位,全国主干线分配送平均4天,形成全国最大的分拨物流体系。海尔还在德国的汉堡港等地建立了物流中心,向欧洲客户供货的时间也因此缩短了一半以上。值得一提的是,海尔物流运用已有的配送网络和资源,借助较完备的信息系统,积极拓展社会化物流业务。目前已成为日本美宝集团、乐百氏集团的物流代理商,同时与ABB公司、雀巢公司、万家香酱园、伊利奶粉的物流代理及配送业务也在顺利开展。

资料来源:中国物流与采购网(http://www.cflp.org.cn/cflp/news/content1/200908/765_30134.html)。

1.1.3 物流的成因及其发展状况

物流产生的背景在很大程度上与比较经济有关。由于各地区的地理环境不同,以及各地区发展的差异性,在物资的生产方面各具特点。例如,有的地区以农作物为主要生产对象,有的地区在高科技产品的研发上具有显著优势,还有的地区虽然工业技术发达但自然资源却很匮乏。这样,本地区所生产的商品除本地区使用外,还会有很大一部分被提供到其他地区消费,本地区不生产的商品则从其他地区输入,由此就产生了物流。