

汽车物流管理

◎ 王 萍 胡祥卫 著



 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

汽车物流管理

王 萍 胡祥卫 著

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车物流管理 / 王萍, 胡祥卫著. —北京: 北京理工大学出版社, 2015. 9

ISBN 978 - 7 - 5682 - 1180 - 2

I. ①汽… II. ①王…②胡… III. ①汽车工业 - 物流 - 物资管理 IV. ①F407.471.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 206966 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市天利华印刷装订有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 20

字 数 / 461 千字

版 次 / 2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷

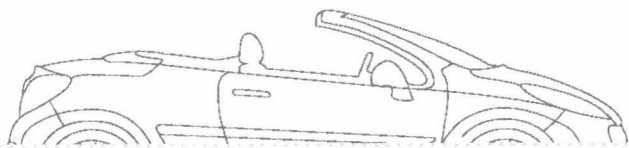
定 价 / 54.00 元

责任编辑 / 王俊洁

文案编辑 / 王俊洁

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 马振武



前言

P R E F A C E

汽车物流是物流领域的重要组成部分，具有与其他物流种类所不同的特点，是一种复杂程度极高的物流活动。随着我国汽车市场逐步对外全面开放，汽车业在我国市场的竞争也日益激烈，最直接的表现就是价格竞争，整车的价格竞相下调，而成本过高是目前中国汽车物流行业最突出的问题。随着我国汽车工业的飞速发展，成本控制变得尤为重要。有数据显示，欧美汽车制造业的物流成本占销售额的比例约为 8%，日本汽车厂商可以达到 5%，而中国汽车生产企业的物流成本普遍在 15% 以上。另据调查，中国商品车运输空返率约为 39%，车辆运输成本是欧美国家的 3 倍，可是，汽车企业从物流环节上降低成本还有很大的空间。

众多的汽车制造企业一方面期望能进一步下降物流费用，从而降低销售成本；另一方面又想获得更好的物流服务，以满足销售的需要。因此，做好汽车物流管理，提高效率，加强客户服务，提升企业竞争力，通过有效地控制和降低企业物流成本来获得利润，是每个汽车物流管理人员必须深思的问题。

鉴于以上情况，我们编著了本书。本书比较系统全面地介绍了汽车物流管理的内容，如汽车物流概述、汽车物流管理概述、汽车制造企业和汽车物流企业介绍、包装、装卸搬运、运输、仓储、配送、流通加工、物流信息、汽车行业第三方物流、汽车行业供应链管理、汽车行业电子商务与物流等知识和相关案例，特别增加了汽车物流企业的岗位操作物流管理知识，图文并茂，简单明了，易于掌握。本书对汽车物流产业的发展及汽车物流管理人才的培养能起到一定的推动作用。

在编著本书过程中，我们得到了上海安吉通汇汽车物流有限公司烟台分公司的大力支持，在此深表感谢！

编 者

第一章

汽车物流概述

第一节 物流和汽车物流的概念

一、物流的概念

“物流”一词，最初是日本经济学界在 20 世纪 50 年代中期从美国的“Physical Distribution”一词演变而来的。其原意是指“物流的分发”，日本译成“物的流通”，到了 20 世纪 60 年代中期，改称为“物流”。

20 世纪 80 年代，美国物流管理协会对物流的定义几经修改，最终定义为：“所谓物流，是指有计划地对原材料、半成品及成品由其生产地点到消费地点的高效流通活动。这种流通活动的内容包括为用户服务、需求预测、情报信息联络、物料搬运、订单处理、厂址及仓库地址的选择、采购、包装、运输、装卸、废旧物资回收利用及仓库管理。”

在我国，对物流概念的引入是在 20 世纪 70 年代末改革开放以后的事情。而把物流作为一门学科进行研究，则是在 20 世纪 80 年代中期以后。随着我国经济社会的迅速发展，对物流合理化的需求，促使我国实业界以及一些从事流通和生产制造研究的学者和专家开始对物流问题进行研究。

1. 正确理解物流中的“物”

物流中的“物”，既包括具体的、可见的物质产品，又包括与之相关的信息。其中，物质产品也可称为物质资料，可泛指经过人类劳动加工的全部社会产品。笼统地说，“物”包括原材料、半成品、成品、废弃物、劳动设备等物质资料以及相关信息等。

由于经济体制和管理体制上的原因，长期以来，我国不同部门对物质资料存在着不同习惯的叫法。例如，商业部门经营的生活资料被称为“商品”；物资部门经营的生产资料被称为“物资”；生产部门把生产出来的产品称为“产品”，而把生产过程所需的各种原材料、半成品、外构件、协作件以及生产过程的废旧物统称为“物料”；在交通运输部门，又把经营的对象称为“货物”。这些物质产品，从经济用途上可分为生产资料和生活资料，其中生产资料包括劳动对象和劳动工具，生活资料包括生存资料、享受资料和发展资料；从形态上可分为有形的和无形的，固体的、液体的和气态的，还包括“电”这类无形的产品等。另外，物质产品还包括生产消费和生活消费过程中所产生的一切废旧物。这种废旧物会随着经济社会的发展和人民生活水平的提高愈来愈多，如何合理组织和处理这些废旧物，必将成为物流研究的重要课题。

2. 正确理解物流中“流”的含义

物流中的“流”，对于具体的“物”来说，“流”既包括传统意义上的物理性运动形式（空间位置发生改变），还包括时间的变化；对于相关的信息，“流”则代表了信息的制定、发布、传输、处理等。如：一箱饮料从工厂到超市，空间位置发生了变化，是物流活动（其中包括包装、装卸搬运、运输、配送、流通加工、订单信息、库存信息、生产信息、发货信息，等等）。卖出前停留在超市的货架，发生了时间变化，这也是物流活动（其中包括仓储、流通加工、库存信息，等等）。

物流中的“流”，存在于社会再生产的全过程，包括生产领域、流通领域和消费领域。在生产领域，物流的“流”是与生产过程的工艺流程相适应的。在零件的生产过程中，除了利用机器设备进行直接加工外，有很大一部分工作属于物流活动，如装卸搬运、车间半成品和成品的储存等。在流通领域，为了实现商品（物质资料）从供给者（包括供应商、生产商）所在地向消费者的空间位移，除了商品交易活动外，还有许多物流活动，如包装、装卸搬运、运输和储存保管等。在消费领域里，无论是生产消费还是生活消费（特别体现在社会集团的消费）过程中，物流活动也是普遍存在的。

在我国国家标准《物流术语》的定义中指出：“物流是物品从供应地到接收地的实体流动过程，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。”

简单地讲，物流就是指“物”的“流动”，是物资实体物理流动过程及其有关活动和相关信息的总称。它不仅包括物的搬运和运输，还包括与此相联系的包装、装卸、储存保管、配送、流通加工和相关信息等方面。

从物流的全过程看，有包装、发货、仓库管理、运输和配送等各种活动。如果没有这些过程，就不能使物移动。企业的物流包括从原材料供应（供给物流）到成品销售（成品物流）的全部物流活动。按照企业的活动状况，也有限定把成品送到消费者手里的成品物流，其物流路径如图 1-1 所示。

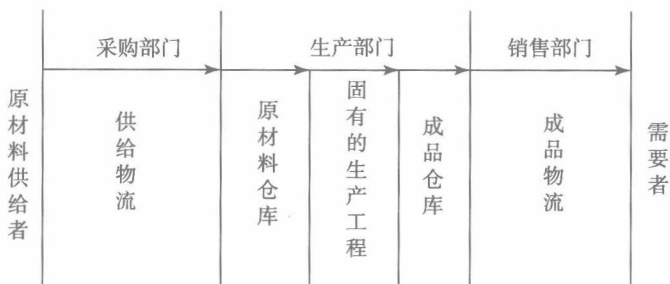


图 1-1 物流路径

3. 理解物流定义的几点注意事项

(1) 物品不只是指生产的商品，还包含伴随着生产和销售出现的包装容器、包装材料等废弃物。

(2) 消费者也不是指一般意义上的消费者，还包括制造业者、批发商和零售业者等需求者。

(3) 流通加工，由于它可以产生物品的形质（形体和性质）功效，也可以把它归入生

产领域。但由于它既可归于生产,又可归于物流,介于两个活动领域之间,属于中间领域。尽管流通加工创造了一部分形质功效,但其目的是提高物流系统的效率,因而应把流通加工看作是物流功能的扩大,把它归为物流是适宜的。

二、汽车物流的概念和特点

1. 汽车物流的概念

汽车物流(Automotive Logistics)是集现代运输、仓储、保管、搬运、包装、产品流通及物流信息于一体的综合性管理,是沟通原料供应商、生产商、批发商、零售商、物流公司及最终用户的桥梁;更是实现商品从生产到消费各个流通环节的有机结合。汽车物流是指汽车供应链上原材料、零部件、整车以及售后配件在各个环节之间的实体流动及其信息传递的过程。广义的汽车物流还包括废旧汽车的回收环节。

汽车物流包括汽车整车及其零部件。汽车整车及其零部件的物流是各个环节衔接得十分紧密的高技术行业,是国际物流业公认的最复杂、最具专业性的领域。汽车物流在汽车产业链中起到桥梁和纽带的作用,是实现汽车产业价值流顺畅流动的根本保障。

汽车物流是物流领域的重要组成部分,具有与其他物流种类所不同的特点,是一种复杂程度极高的物流活动。随着我国汽车工业的飞速发展,在成本控制变得越来越重要的今天,汽车物流的成本控制也日益成为人们关注的焦点,通过资源整合来降低物流成本已经成为汽车企业所必须面对和亟待解决的问题。

2. 汽车物流的特点

(1) 技术复杂性。

保证汽车生产所需零部件按时按量到达指定工位是一项十分复杂的系统工程。汽车的高度集中生产带来成品的远距离运输以及大量的售后配件物流,这些都使汽车物流的技术复杂性高居各行业物流之首。

(2) 服务专业性。

汽车生产的技术复杂性决定了为其提供保障的物流服务必须具有高度专业性:供应物流需要专用的运输工具和工位器具,生产物流需要专业的零部件分类方法,销售物流和售后物流也需要服务人员具备相应的汽车保管、维修的专业知识。

(3) 高度的资本密集性、技术密集性和知识密集性。

汽车物流需要大量专用的运输和装卸设备,需要实现“准时生产”和“零库存”,需要实现整车的“零公里销售”,这些特殊性需求决定了汽车物流是一种高度的资本密集性、技术密集性和知识密集性行业。

第二节 汽车物流的基本功能

物流系统的基本功能包括运输、仓储、包装、装卸搬运、流通加工、配送以及物流信息管理等,分别对应物流活动实际工作环节中的7项具体工作。

汽车物流的基本功能是指物流活动应该具有的基本能力以及通过对物流活动最佳的有效组合,形成物流的总体功能,以达到物流的最终经济目的。汽车物流的基本功能体现在以下几个方面,如图1-2所示。

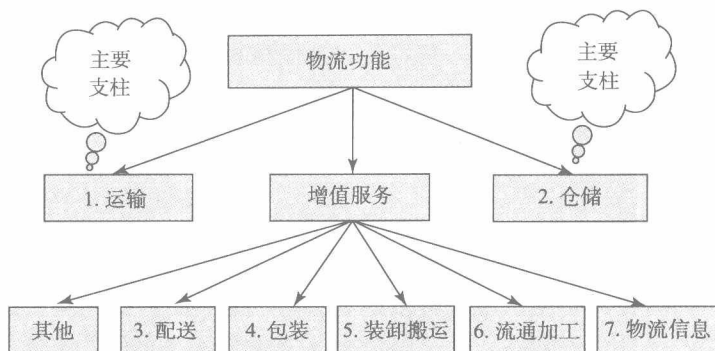


图 1-2 物流的基本功能

1. 运输

运输是物流业务的中心活动。运输过程不改变产品的实物形态，也不增加其数量，物流部门通过运输解决物资在生产地点和消费地点之间的空间距离问题，创造商品的空间效用，实现其使用价值，满足社会需要，所以是一个极为重要的环节。

运输系统设计时，应根据其担负的业务范围、货运量的大小及与其他各子系统的协调关系，考虑以下各方面的问题：

- (1) 运输方式的选择。
- (2) 运输路径的确定。
- (3) 运输工具的配备。
- (4) 运输计划的制订。
- (5) 减少运输环节。
- (6) 加速运输时间。
- (7) 提高运输质量。
- (8) 节约运输费用。
- (9) 作业流程的连续性。
- (10) 服务水平好。

运输方式有公路运输、铁路运输、水路运输、航空运输、管道运输等。没有运输，物品只能有存在价值，没有使用价值，即生产出来的产品，如果不通过运输送至消费者处进行消费，等于该产品没有被利用，因而也就没有产生使用价值。没有运输连接生产和消费，生产就失去了意义。

2. 仓储

仓储是物流活动的一项重要业务，通过存储保管货物，解决生产与消费在时间、数量上的差异，以创造物品的时间效用。仓库是物流的一个中心环节，是物流活动的一个基地。

仓储是物流的重要职能，它与运输构成了物流的两大支柱，在物流活动中处于中心地位，其他物流活动都是围绕仓储与运输而进行的。

对仓储系统进行设计时，应根据仓库所处的地理位置、周围环境及物流量的多少、进出库频度，考虑以下各方面的问题：

- (1) 仓库建设与布局合理。

- (2) 最大限度地利用仓库容积。
- (3) 货物堆码、存放的科学性。
- (4) 有利于在库物品的保养防护。
- (5) 加强储存控制系统的信息化。
- (6) 加快出入库时间。
- (7) 降低保管费用。
- (8) 加强库存管理,合理存储,防止缺货与积压。
- (9) 进出库方便。
- (10) 仓库安全。

3. 配送

配送是物流的一种特殊、综合的活动形式,它几乎包括了物流的所有职能,是物流的一个缩影,或是在某一范围内物流全部活动的体现。一般来讲,配送是集包装、装卸搬运、保管、运输于一体,并通过这些活动完成将物品送达的目的。配送是物流活动中接触千家万户的重要作业。它和运输的区别在于,运输一般是指远距离、大批量、品类比较复杂的,从批发企业或物流中心、配送中心到零售商店和用户的配送服务。它属于二次运输、终端运输。

配送系统在设计时,应根据其配送区域、服务对象和物流量的大小,考虑以下各方面的问题:

- (1) 配送中心地址的选择。
- (2) 配送中心作业区的合理布置,包括:收货验收区、货物保管区、加工包装区、分货拣选区、备货配送区。
- (3) 配送车辆的配置。
- (4) 装卸搬运机械的选用。
- (5) 配送路线的规划。
- (6) 配送作业的合理化。
- (7) 制定配送作业流程。
- (8) 配送及时性。
- (9) 收费便宜。
- (10) 高服务水平。

4. 包装

包装是保证整个物流系统流程顺畅的重要环节之一。包装是包装物及包装操作的总称,是物品在运输、保管、交易、使用时,为保持物品的价值、形状而使用适当材料的容器进行保管的技术和被保护的状态。包装是生产的终点,同时又是物流的起点。它具有保护性、单位集中性和便利性三大特性,同时具有保护商品、方便物流、促进销售、方便消费四大功能。

包装具有保护物品、便利储存运输的基本功能。包装存在于物流过程的各环节,包括产品的出厂包装,生产过程中在制品、半制品的换装,物流过程中的包装、分装、再包装等。对包装系统进行设计时,应根据不同的商品采用不同的包装机械、包装技术和方法,并考虑以下各方面的问题:

- (1) 包装机械的选择。
- (2) 包装技术的研究。
- (3) 包装方法的改进。
- (4) 包装标准化、系列化。
- (5) 节约包装资材。
- (6) 降低包装费用。
- (7) 提高包装质量。
- (8) 方便顾客使用。

5. 装卸搬运

装卸搬运是各项物流过程中不可缺少的一项业务活动。特别是在运输和保管工作中，几乎都离不开装卸搬运（有时是同步进行的）。装卸本身虽不产生价值，但在流通过程中，货物装卸得好坏对保护货物的使用价值和节省物流费用有很大影响。

装卸搬运系统的设计，应根据其作业场所、使用器具及物流量的多少，考虑以下各方面的问题：

- (1) 装卸搬运机械的选择。
- (2) 装卸搬运机械化程度的确定。
- (3) 装卸搬运辅助器具的准备。
- (4) 装卸搬运的省力化。
- (5) 制定装卸搬运作业程序。
- (6) 配合其他子系统协同作业。
- (7) 节约费用。
- (8) 操作安全。

6. 流通加工

流通加工是流通中的一种特殊形式。它是指在物品从生产领域向消费领域流动的过程中，为促进销售、维护产品质量和提高物流效率，对物品进行加工，使物品发生物理、化学变化的活动。通过流通加工，可以节约材料、提高成品率、保证供货质量和更好地为用户服务。所以，流通加工的作用同样不可低估。流通加工的主要作用是优化物流系统，表现为：增强物流系统的服务功能；提高物流对象的附加价值，使物流系统可以成为“利润中心”；降低物流系统的成本等。

流通加工系统的设计，应根据加工物品、销售对象和运输作业的要求，考虑以下各方面问题：

- (1) 加工场所的选定。
- (2) 加工机械的配置。
- (3) 加工技术、方法的研究。
- (4) 制定加工作业流程。
- (5) 加工物料的节约。
- (6) 降低加工费用。
- (7) 提高加工质量。
- (8) 加工产品适销情况的反馈。

对流通加工的研究,包括的内容非常丰富,诸如流通过程中的装袋、单元小包装、配货、挑选、滚装等,生产外延流通加工中的剪断、打孔、拉拔、组装、改装、配套等,以及因经济管理的需要所进行的规模、品种、方式的选择和提高加工效率的研究等,所有这些都是物流的职能。

7. 物流信息处理

物流信息系统既是一个独立的子系统,又是为物流总系统服务的一个辅助系统。它的功能贯穿于物流各子系统业务活动之中,物流信息系统支持着物流各项业务活动。通过信息传递把运输、储存、包装、装卸搬运、配送、流通加工等业务活动联系起来,协调一致,以提高物流的整体作业效率,取得最佳的经济效益。当然,物流信息系统又有一些分支系统,如运输信息系统、储存信息系统、销售信息系统等,都分别配合该系统的业务进行活动,发挥其应有的作用。

在设计物流信息系统时,应考虑以下三方面的问题:

- (1) 系统的内容。
- (2) 系统的作用。
- (3) 系统的特点。

为了组织好物流,必须采用一系列基础设施、技术装备、操作工艺和管理技术,并不断加以改造更新,物流大系统的环境影响物流信息系统的内容、作业与特点。

物流整体职能的发挥,是通过物流各种职能之间的相互联系、相互依赖和相互作用来实现的。也就是说,各种职能的作用不是孤立存在的,这就需要及时交换信息。研究物流信息的基本职能在于如何对信息的收集、加工、传递、存储、检索、使用等方法的研究,以及管理信息系统的开发与应用研究等,目的在于保证信息的可靠性和及时性,以促进物流整体功能的发挥。

面向消费者的一体化物流如图 1-3 所示。

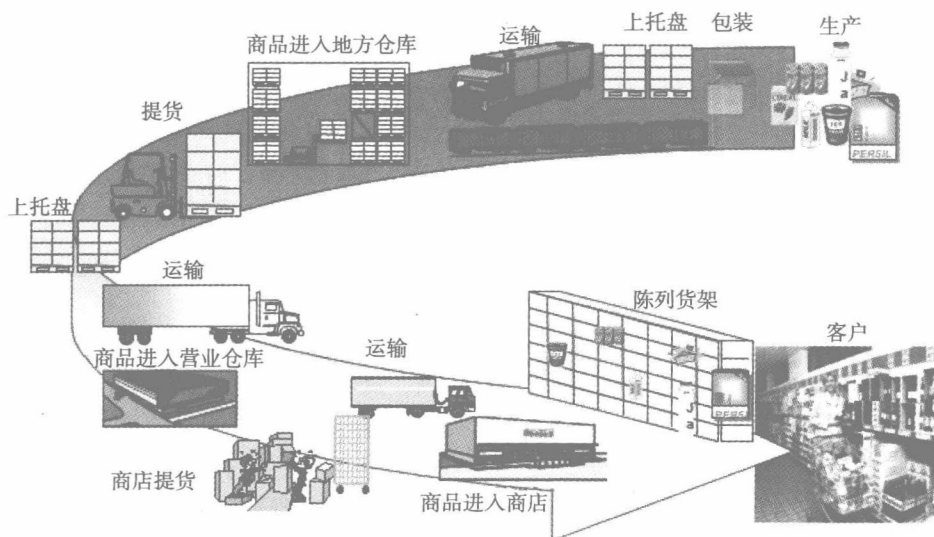


图 1-3 面向消费者的一体化物流

第三节 汽车物流的实质及分类

一、物流的实质及其意义

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。物流是一个不可省略或者说不可跨越的过程，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。正确地对待这些问题、科学地解决好这些问题，才能降低物流费用。物流的实质和意义主要表现在以下7个方面。

1. 保值增值

(1) 物流有保值意义。

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、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，对产品起到保值的作用，即保护产品的存在价值，使该产品在到达消费者处时使用价值不变。

(2) 物流有增值意义。

在以商品全球化为主要标志之一的经济全球化时代，一个企业乃至一个国家的竞争力不取决于能生产多少产品，而取决于能生产多少满足消费者和市场需求的产品，更取决于现代物流能力。由此引发企业间的竞争由工业经济时代的生产能力竞争转向经济全球化时代的生产能力乘以流通能力的竞争。其核心是如何打破工业经济时代的“重生产、轻物流”的思想框框，迅速建立现代物流体系，提高物流能力，降低物流成本，创造更多的价值。

2. 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”的海尔企业集团张瑞敏就是如此，他加强物流管理，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。

3. 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例证不胜枚举。在北京可以买到世界各国的新鲜水果，全国各地的水果也长年不断；邮政部门改善了物流，使信件大大缩短了时间距离，全国快递两天内就能到美国联邦快递，并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。

4. 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,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。

国外的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,是提高用户服务质量,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,企业只有建立现代化的物流结构,才能在激烈的竞争中求得生存和发展。

5. 加快商品流通、促进经济发展

建立市场经济后,流通的功能也随之发生根本性的改变。流通由简单的管道作用转为“引导”、“调节”和“枢纽”作用,变为指导生产和“反作用于生产”。美国的连锁经营和超市这种先进的流通组织形式就是一个很好的例证。众所周知的美国沃尔玛公司,每年销售额2万亿美元以上,这类超大型的商业流通企业能够主导生产,让生产企业服务于流通企业。沃尔玛的批量订单能推动大批生产企业按照它的要求去组织和安排生产,沃尔玛的销售和物流状况直接影响着生产企业的产量和利润。生产企业基本是根据流通企业的订单编制生产计划,按照流通企业的需要进行产品设计、技术改造等创新活动。随着电子商务逐步发展,流通中的商流变得简单化了,部分批发和零售环节甚至可能被网上购物取代,但是物流无法用互联网和电子通信代替。因此,物流变成了商流的障碍,其重要性一下子被提到了日程上。

又如,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。所以,提高物流速度、节约物流费用等问题上升为商品流通的主体,物流产业的现代化成为国民经济可持续发展的关键。

6. 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。

走在马路上,你有时会看到马路上有一层黄土,这是夜里施工运土的卡车漏撒的;碰上拉水泥的卡车经过,水泥灰飞扬,你会更麻烦;马路上堵车越来越厉害,你连骑自行车都通不过去,噪声和废气使你不敢张嘴呼吸;深夜的运货大卡车不断地轰鸣,噪声干扰居民难以入睡……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;卡车上的水泥灰飞扬,这是水泥包装苫盖有问题;马路堵车,属流通设施建设不足……这些问题如果

从现代物流的角度去考虑，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，大型货车不管是白天还是晚上就都不用进城了，只利用两吨小货车配送，夜晚的噪声就会减轻；政府重视物流，大力建设城市道路、车站、码头，城市的交通阻塞状况就会缓解，空气质量自然也会改善。

7. 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，创造了社会效益。

比如，日本多年前开始的“宅急便”，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，到超市购物时，那里不单单商品便宜、安全，环境好，而且为你提供手推车，你可以省很多力气，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，这也是创造了社会效益。

从以上的例子可以看到，物流创造了社会效益。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；再如，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。

二、物流五要素和汽车物流的内涵

1. 物流五要素

物流五要素（Five Elements of Logistics）是指评价物流体系的五个主要要素，它们是品质、数量、时间、地点和价格。

- (1) 品质是指在物流过程中，物料的品质保持不变。
- (2) 数量是指符合经济性的数量要求和运输活动中往返运输载重尽可能满载等。
- (3) 时间是指以合理费用及时送达为原则做到快速。
- (4) 地点是指选择合理的集运地及仓库，避免两次无效运输及多次转运。
- (5) 价格是指在保证质量及满足时间要求的前提下尽可能降低物流费用。

2. 汽车物流的内涵

汽车物流的内涵是以最有效的总费用，按用户的需求，将企业零部件、备件、整车从供应地向需求地转移的过程。

三、物流的分类

通常，物流可以按以下几种方式分类：

1. 按物流的范畴不同分

按物流的范畴不同分，可将物流分为社会物流和企业物流。

社会物流属于宏观范畴，包括设备制造、运输、仓储、装饰包装、配送、信息服务等，公共物流和第三方物流贯穿其中；企业物流属于微观物流的范畴，包括生产物流、供应物

流、销售物流、回收物流和废弃物流等。

2. 按业务流程不同分

按业务流程不同分,可将物流分为4大部分:供应过程中的零部件配送运输,生产过程中的储存搬运,整车与备件销售、储存及运输,工业废弃物的回收处理,具体来讲,有以下5种。

(1) 供应物流。

供应物流是指企业(包括生产企业和流通企业)的物质资料从生产者或中间商的供应开始,到消费者购进来投入生产前的物流活动。

(2) 生产物流。

生产物流是指物质资料从投入生产的第一道工序开始,到半成品、成品或可出售成品入库整个生产过程中的物流活动,也包括流通过程中带有生产性的劳务所产生的物流活动,如包装、流通加工等物流活动。

(3) 销售物流。

销售物流是指从企业成品库、流通仓库或工厂分发销售过程中所产生的物流活动,包括生产厂商的直接销售和流通企业的销售。销售物流包括汽车售后备件物流。

汽车售后备件物流是指将汽车售后零部件从零部件供应商处或汽车主机厂处组织并供应到汽车售后零部件消费者手中的全过程。由于汽车售后备件服务具有面向全国市场、网点数量多、终端需求量小、备件品种多等特点,使得其物流运作的要求和难度远远高于成品物流,而且成本核算相对困难。目前,随着国内汽车销售市场的快速成长,售后备件物流开始越来越受到重视。汽车零部件物流和汽车整车物流已日趋成熟,而汽车售后(服务)备件物流正处于起步阶段,是汽车物流大市场中的最后一块“蛋糕”。

(4) 回收物流。

回收物流是指生产消费过程和生活消费过程的可再利用物品在回收过程中所产生的物流活动。例如,货物运输和搬运中所使用的包装容器、废旧装载工具,工业生产中产生的边角余料、废旧钢材等在回收中所发生的物流活动。

(5) 废弃物流。

在生产消费和生活消费过程中所产生的废旧物,一部分是可再利用,通过回收形成一种新的资源;另一部分是不可再利用的废旧物,称为废弃物。对这些废弃物处理过程所发生的物流活动,当属废弃物流之范围。

3. 按发展的历史进程分

按发展的历史进程分,可将物流分为传统物流和现代物流。

传统物流的主要精力集中在仓储和库存的管理和派送上,而有时又把主要精力放在仓储和运输方面,以弥补在时间和空间上的差异。

现代物流是为了满足消费者的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及储存计划、实现和控制管理的过程。它强调了从起点到终点的过程,提高了物流的标准和要求,是各国物流的发展方向。国际上的大型物流公司认为现代物流有两个重要功能:能够管理不同货物的流通质量;开发信息和通信系统,通过网络建立商务联系,直接从客户处获得订单。

4. 按物流组织主体分

按物流组织主体,可将物流分为第一方物流、第二方物流和第三方物流。

(1) 第一方物流。

第一方物流指卖方、生产者或者供应方组织的物流。其核心业务围绕组织生产与供应商品展开,目前由企业自行组织,其中供应物流、生产物流、销售物流占主导地位。

(2) 第二方物流。

第二方物流指买方、销售者或流通企业组织的物流。其核心业务围绕采购与销售商品展开。

(3) 第三方物流。

第三方物流是由供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式。它是由专业物流组织进行的物流,物流业务是其核心业务。对于第三方物流企业,按性质划分可以分为物流实体公司、物流管理公司与物流技术公司。它们的主要功能如下:

①提供基本的仓储和运输服务。如公共仓库和普通货运公司,以资产密集和标准化服务为基本特征。

②提供仓储和货运管理等增值服务。为客户提供集货配送、分拣包装、配套装配、条码生产、挂标刷标等,可为客户提供选择承运、协议价格、安排货运计划、优选货运路线和货运监测等服务。

③提供一体化物流和供应链管理服务。为客户提供市场需求预测、自动订单处理、客户管理、存货控制和返回物流支持等。

5. 按物流的流向不同分

按物流的流向不同分,可将物流分为内向物流和外向物流。

内向物流是企业从生产资料供应商进货所引发的产品流动,即企业从市场采购的过程;外向物流是从企业到消费者之间的产品流动,即企业将产品送达市场并完成与消费者交换的过程。

6. 按物流涉及的空间范围不同分

按物流涉及的空间范围不同分,可将物流分为国际物流、国内物流和区域物流。

国际物流(International logistics)是指在两个或两个以上的国家(或地区)之间进行的物流活动。

国内物流是指一个国家之内的物流。

区域物流是指全面支撑区域可持续发展总体目标而建立的适应区域环境特征,提供区域物流功能,满足区域经济、政治、自然、军事等发展需要,具有合理空间结构和服务规模,实现有效组织与管理的物流活动体系。区域物流主要由区域物流网络体系、区域物流信息支撑体系和区域物流组织运作体系组成。

7. 按物流涉及的经济领域不同分

按物流涉及的经济领域不同分,可将物流分为宏观物流和微观物流。

宏观物流也称社会物流(External logistics),是指社会再生产总体的物流活动,物流的业务活动以社会为范围,面向社会。

微观物流也称企业物流(Internal logistics),是指消费者、生产企业所从事的物流活动,物流活动以企业为范围,面向企业。

两者的区别在于,前者是从国民经济宏观角度划分的物流范围,后者是从企业的微观角度划分的物流业务范围。

另外,还可以按物流业务的性质不同划分,可将物流分为功能物流和综合物流。

第四节 我国汽车物流行业业务分类及发展

物流行业原本只是制造业的一个环节,但日益复杂的资源整合需求使得现代物流行业逐步走向专业化并独立发展。物流行业发展至今,由于经济活动对物流效率的要求越来越高,导致行业内部的分工也在不断加快。

按照服务对象的不同,物流企业可以分为通用型物流企业和专业服务型物流企业。前者可以提供跨行业的物流服务,涉及物流产品的种类较多;后者则是基于某行业产品的特性,提供专业的物流服务,如汽车物流、IT物流、钢铁物流、石化物流等。专业服务型物流企业的服务对象主要为汽车制造企业的,归属于汽车物流行业。根据国家质检总局和国家标准委员会联合发布的《物流企业分类与评估指标》(GB/T 18354),按照业务类型的不同,物流企业又分为三类:运输型、仓储型和综合服务型^①。现代物流行业分类如图1-4所示。

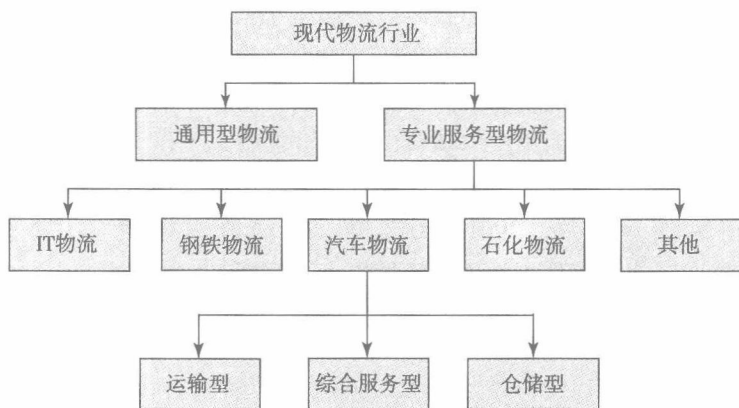


图1-4 现代物流行业分类

一、我国汽车物流行业业务分类

1. 汽车物流行业概况

汽车物流以汽车或相关产品为服务对象,实现汽车供应链上原材料、零部件、整车以及售后配件在各个环节之间的实体流动,是集现代运输、仓储、保管、搬运、包装、产品流通及物流信息于一体的综合性服务行业。汽车物流具有服务标准精密复杂、单件价格高、运输距离较长、对运送准时要求高、运输计划需要复杂的规划管理、全程需要实时监控的特性。这些特性对汽车物流企业在信息化管理、统筹规划、安全防护技术、人员素质等方面提出了较高的要求。

^① 来自“中商情报网”2013年中国物流业发展现状。