

全国经济专业技术资格考试 专用教材

2012

全国经济专业技术资格考试专家指导组 编著
全国经济专业技术资格考试指导中心 监制

商业经济 专业知识与实务

中级 教材

十年高效通过 百万考生选择

依据最新考试大纲编制
配套培训课程与最新考试大纲同步

零基础：从考生实际出发，零基础也可迅速提升能力
省时间：为考生量身打造，易于理解，节省备考时间
高通过：提示考点含金量，高分通关的必备复习资料

购正版教材，获得超值回报！

本专用教材在全国考试报名点、考试中心均有销售，由考试指导中心监制。考试专家指导组针对最新考试大纲编写而成，旨在帮助考生快速通过考试。

添知赢学习卡 ¥300元

购买本书提供价值300元学习礼包：

- ★ 全套视频教学课程+完备辅导讲义
- ★ 随堂练习+考前评测+应试题库
- ★ 获得最新版考试大纲分析
- ★ 2011年全国经济专业技术资格考试真题、答案和答题卡

【开通流程详见封底】 使用期限：至2013年教材全国首发

学习卡5密码覆盖区

■ 使用流程详见封底



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

商业经济专业知识与实务 (中级) 教材 / 全国经济专业技术资格考试专家指导组编著. — 北京: 电子工业出版社, 2012.6

全国经济专业技术资格考试专用教材

ISBN 978-7-121-16791-1

I. ①商… II. ①全… III. ①商业经济-资格考试-教材 IV. ①F7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 069919 号

责任编辑: 胡辛征

特约编辑: 赵树刚

印刷: 东莞市翔盈印务有限公司

装订:

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编: 100036

开本: 787×1092 1/16 印张: 27.5 字数: 704 千字

印次: 2012 年 6 月第 1 次印刷

定价: 48.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前 言

全国经济专业技术资格考试，一般又称为经济师考试，是我国为更好地评价经济专业技术人员的能力和水平，促进经济专业技术人员不断提高业务知识和能力而设立的职称考试。根据原人事部颁布的《经济专业技术资格考试暂行规定》及其《实施办法》（人职发〔1993〕1号），决定在经济专业技术人员中实行初、中级专业技术资格考试制度。经济师考试由我国人力资源和社会保障部人事考试中心统一组织、统一制订大纲、统一命题、统一制订评分标准，参加考试后成绩合格者，获得相应级别的专业技术资格，由人力资源和社会保障部统一发放合格证书。考试每年举行一次，时间一般安排在11月初，每位应试人员必须通过经济基础知识和专业知识与实务两门科目的考核。

为使广大应试人员准确把握《经济专业技术资格考试大纲》，全面了解及掌握大纲所涵盖的知识内容，我们组织编写了本套教材。无论从教材篇章的结构划分，还是所属内容的选取、编排，都精准地切合了考试大纲的要求，做到与大纲一致，使广大应试人员在学习过程中有序可循，从而更高效地完成考前复习。

我们精心编制本书，但书中难免存在疏漏和不足之处，恳请广大读者批评指正。

祝广大应试人员顺利通过考试！

全国经济专业技术资格考试专家指导组
全国经济专业技术资格考试指导中心

2012年4月

目 录

第一章 商品流通理论	1
第一节 商品流通概述	1
第二节 商品流通渠道	20
第三节 流通产业	29
第二章 商品流通业态	41
第一节 流通业态的内涵与类型	41
第二节 批发业态	46
第三节 零售业态	55
第四节 连锁经营	64
第三章 商品流通企业战略管理	77
第一节 商品流通企业战略	77
第二节 商品流通企业战略分析	86
第三节 商品流通企业的战略选择与实施	96
第四章 商品流通企业预测与决策	113
第一节 市场预测	113
第二节 商品流通企业经营决策	123
第三节 商品流通企业营销创新	134
第五章 供应商管理	149
第一节 供应商认证	149
第二节 供应商关系管理	163
第三节 供应商的绩效管理	170
第六章 物流管理	173
第一节 物流管理概述	173
第二节 物流标准化及物流信息技术	184
第三节 物流合理化	190
第四节 供应链管理	210
第七章 库存控制	221
第一节 库存控制概述	221
第二节 库存控制模型	234
第三节 供应链环境下的库存控制	240
第八章 国际货物运输与保险	254
第一节 国际物流与国际货物运输	254
第二节 国际货运代理	264

第三节	国际货物运输合同与保险	271
第九章	商品流通企业信息管理	285
第一节	商品流通企业信息管理概述	285
第二节	商品流通企业管理信息系统	301
第三节	商品流通企业管理信息系统的开发与应用	315
第十章	商品流通企业薪酬管理	322
第一节	薪酬与薪酬管理	322
第二节	商品流通企业基本薪酬管理	329
第三节	商品流通企业薪酬调查与职位评价	339
第四节	商品流通企业薪酬设计	349
第五节	商品流通企业薪酬激励	356
第十一章	商品流通合同管理	362
第一节	买卖合同	362
第二节	运输合同	373
第三节	仓储合同	383
第四节	电子商务合同	388
第五节	合同争议的防范与解决	392
第十二章	商品流通企业财务管理	397
第一节	商品流通企业财务管理概述	397
第二节	商品流通企业投资管理	401
第三节	商品流通企业筹资管理	412
第四节	商品流通企业利润分配管理	423
第五节	商品流通企业绩效分析	428

第一章 商品流通理论

商品流通是商品或服务从生产领域向消费领域的转移过程，商品流通成为第三产业的基础产业和主导构成部分。一个个的商业经营组织，构成商品流通的主体，促进商品流通的顺利完成。如果从纵向商品流通的角度来看，这些商业经营组织形成一个个的商品流通环节，环节与环节之间，形成商品流通渠道。正确认识商业环节、商品流通渠道的本质特征，对于合理地设置商业经营组织具有决定性的意义，并且一个国家的商品流通业对国家的经济发展也有着重要的影响。在本章，应试人员应掌握商品流通运行过程和功能、商品流通运行要素、商品流通运行载体、商品流通渠道及流通产业的相关理论知识。

第一节 商品流通概述

一、商品流通及其作用

(一) 商品流通的概念

以货币为媒介的商品交换，叫做商品流通，商品流通的本质是商品交换。马克思指出，“每个商品的形态变化所形成的循环，同其他商品的循环不可分割地交错在一起，这全部过程就表现为商品流通”。社会再生产是由生产、分配、交换（流通）、消费四个环节共同构成的一个有机整体，商品交换（流通）与生产过程一起共同构成社会再生产过程的有机整体。

商品交换是商品所有者按照等价交换的原则相互自愿让渡商品所有权的经济行为。商品所有者彼此让渡使用价值和实现价值的过程。从价值上看，商品交换是一个商品的价值用另一个商品表现出来，并在同后者进行等量价值的交换中得到实现；从使用价值上看，是商品所有者让渡自己不需要的使用价值换回自己需要的使用价值的过程。通过交换，劳动产品进入消费过程，以满足人们的某种需要。

从历史发展看，商品交换经历了四个发展阶段：①偶然的物物交换；②扩大的物物交换；③以一般等价物为媒介的交换；④货币的产生，出现了以货币为媒介的交换。最初的交换，是从一个原始共同体与另一个共同体交界的地方开始的。那时是直接的产品交换，如1只羊换20尺布。在这里，劳动产品还没有分裂为有用物和价值物，交换的量的比例也是偶然的。当交换广泛发展时，有一部分产品专门为交换而生产出来，投入交换的商品数量和种类也增多了。于是，从商品界分离出一个第三种商品，它起着一般等价物的作用。最后，一切商品交换都以货币作为媒介来进行，商品交换采取了商品流通的形式，分成“商品W—货币G”的出卖阶段和“货币G—商品W”的购买阶段。卖和买的统一就是商品流通。商品流通就构成了社会再生产的中间环节，一端联系着生产，另一端联系着消费，是生产和消费的媒介。商品流通就是以货币为中介进行的商品交换过程，它产生于

商品交换的第四个阶段。以货币为媒介来进行商品交换,虽然存在买卖脱节的可能,但它进一步促进商品生产和商品交换的发展,是社会经济的一种进步。

(二) 商品流通过程

商品流通过程是指商品从生产领域向消费领域运动的经济过程,是商品从生产者手中经过各个流通环节转卖到消费者手中的运动过程。商品流通过程与直接的物物交换不同,在直接的物物交换中,买与卖是统一的,每次买同时也就是卖。商品流通过程则是以货币为媒介的商品交换过程,在这里,买和卖在时间上、空间上分开了。于是,商品流通过程相对于交换的当事人来说可以分为两个阶段:买和卖。

1. 第一阶段是购买阶段。产业资本家以购买者的身份,首先从市场上(商品市场和劳动力市场)购买生产资料和劳动力,为生产准备条件。在这一阶段上,货币执行着购买手段和支付手段的职能。此时货币转化成了商品,即 $G-W$ 。

2. 第二阶段是销售阶段。生产者以商品出卖者的身份,将生产出来的商品拿到市场上销售,换回了比支付出的货币额要多的货币,此时,商品转化成了货币,即 $W-G$ 。

从直接生产过程看, $G-W$ 是购买过程,而 $W-G$ 是销售过程,买和卖这两个过程构成了生产过程的流通中介。流通过程的买和卖的两个阶段,是紧密衔接不断循环的动态过程,这两个阶段不断交替不断循环,构成了不断运行的商品流通过程,以保证再生产的顺利进行。同时这两个过程也是价值运动和使用价值运动的统一,在流通过程中,商品实现了价值和使用价值,价值的补偿和使用价值的更替都是统一于流通过程之中的。

(三) 商品流通的作用

商品流通在社会再生产过程中,处于生产和消费的中间环节地位,它对社会再生产和市场经济的运行与发展,起着重要的作用。商品流通能够促进社会生产的发展,促进社会生产的顺利进行和生产规模的扩大,商品流通可以为经济发展积累资金,商品流通促进分配的实现,商品流通有利于满足消费的需要。具体而言,商品流通有如下作用:

1. 商品流通对生产有影响和制约作用

社会生产总过程中有生产、分配、交换(流通)、消费四个环节,它们之间存在相互联系、相互制约的辩证关系。生产对分配、交换(流通)和消费起着决定作用,分配、交换(流通)和消费对生产有反作用。于是流通与生产的关系表现为:

(1) 生产决定流通。生产是指人们利用生产工具以一定的生产关系联系起来,改变劳动对象以适合自己或社会需要的过程,即指直接的生产过程。在人类社会发展的历史长河中,没有生产便不可能有人类的物质生活,从而人类社会也就不可能存在。所以,生产活动是人类最基本的实践活动。在社会再生产过程中,生产决定交换,流通过程总的来说是受生产过程支配的。

生产对流通起着决定作用表现为:一是生产的产品决定着流通的对象;二是生产的规模和结构决定流通的水平与结构;三是生产方式的性质决定着流通的性质。

(2) 流通对生产有反作用,流通影响和制约生产。交换对生产并不是一个消极被动的因素,它对生产具有重大的反作用,而且在特定的条件下起着决定性作用。我们从社会再生产周而复始的运动中进行考察就会发现,生产和流通是互为媒介的。具体表现在:一是适合生产力发展的流通方式,能够调动生产者的积极性,促进生产的发展,反之则起阻碍作用;二是流通的发展能促进生产的发展,反之则阻碍生产的发展;三是消费使生产出来的产品最终得到实现,消费为生产的发展创造出动力,反之则阻碍生产力的发展。



具体来说流通对生产的制约职能有以下三点：

①流通能力影响生产能力的发挥。流通能力是指一定时期内社会所拥有的流通劳动的数量与质量，具体表现为流通机构、流通人员、流通设施等的数量与质量。它表明一定时期内能够使多少商品、以多快的速度、以怎样的成本实现商品流通。固然，流通能力是由生产能力所决定的，但是在商品经济条件下，既定生产能力的充分发挥，是以商品流通的迅速、高效为前提的。因此，流通能力对生产的发展有重大影响。从这个意义上讲，流通能力的扩大是商品生产发展的必要条件。

②流通速度影响社会再生产的速度。商品流通速度是指商品在单位时间里从生产领域进入消费领域的数量，通常用商品周转天数来表示，包括商品从离开生产领域到进入消费领域所用的全部时间。社会再生产速度的快慢，是以社会再生产周期（生产时间和流通时间的总和）的长短来衡量的。所以，商品流通时间的长短自然会影响到再生产周期的长短，从而影响再生产的速度。

③商品流通效益制约生产效益。商品流通的经济效益是商品流通过程所反映出来的社会生产与商品流通统一的经济效益，也就是说，流通过程既有其自身的经济效益，又有实现生产效益的职能。生产领域的经济效益必须通过商品流通过程才能最终实现。商业职能独立化之后，为生产企业带来更多的经济效益。由于流通与生产的相对分离，流通部门专门从事商品买卖，比生产部门更熟悉市场情况，了解消费者的需求，精通销售技术，从而有利于缩短商品流通时间，有利于生产企业节约流通资金，加快资金周转，使等量资金带来更多的利润。另外，由于流通部门把众多的购销活动集中起来，替代了千万个生产企业的流通职能，生产者缩短了销售商品的时间，从而相对增加了生产时间，增加了生产利润。

2. 商品流通能实现分配

商品流通对分配的作用体现在：

(1) 分配的实现在于流通。分配是生产出来的价值分给社会、国家、集团或个人。当所有者从分配中获得特定的产品，并不能直接满足自己的消费的有用物品，而是需要把自己的物品通过流通过程转化成自己需要的商品。这样，商品流通就在其中扮演了中介的角色，其中商品与商品的转换和商品与货币的转换过程，就是商品流通过程。只有经过流通过程，产品的价值和使用价值才能实现，并最终为消费者使用。

(2) 流通的方式、规模和结构对分配的方式、数量和结构具有影响作用。人类社会的蒙昧时代人们共同劳动，共同消费，平均分配，没有也不可能进行产品交换。随着社会分工的发展，交换产生了，并逐步成为社会再生产的一个重要环节。最初的交换是物物交换，与之相适应，分配也采取了直接的实物分配的方式。随着商品经济的发展，交换的方式从直接的物物交换过渡到以货币为媒介的商品交换，分配的方式也就从直接的实物分配方式转变为通过货币方式进行的价值分配方式。因而分配的方式、数量和结构受流通的方式、规模和结构的影响。

(3) 流通能对分配结构产生调节作用。流通是实现国民收入分配和再分配的重要经济过程。从国民收入的分配来看，无论是积累基金，还是消费基金，在商品经济条件下都只能采取价值形态的分配形式，是货币量的分配。而且只有货币转化为商品，变成实际的使用价值，分配的结果才能最终得以实现。另外，国民收入的再分配也不能不通过流通过程。物质生产部门经过初次分配之后向国家上缴的税金和利润，是国家财政收入的主要来

源。通过财政支出向非生产部门分配,是国民收入再分配的主要途径。除了这条途径以外,更多、更复杂的再分配关系是通过流通过程得以实现的。比如,流通企业上缴的税金和利润形成国家的财政收入,并且流通过程又实现国民收入初次分配和再分配形成的购买力。另外,通过价格实现的再分配,也是在流通过程中实现的。

3. 商品流通能满足和引导消费

消费是社会再生产过程的最后一个阶段,是生产、分配、交换的最终目标,消费可以使得社会再生产顺利进行。但是在商品货币条件下,想要实现消费这个最终目标,必须通过交换来实现,通过交换实现商品流通,依靠流通的媒介作用实现再生产的最终目的。如果流通能顺利进行,通过促进生产者产品向商品转化,给生产者带来更多的货币收入,提高其购买力,从而会对消费产生促进作用。

二、商品流通的运行要素

所谓商品流通是指以货币为媒介的商品交换,也就是商品从生产领域向消费领域的社会经济移动。将商品流通中的不同形式划分为物流与商流,即商物分离。随着社会经济的发展,商品交易的深度和广度进一步扩展,关于商品流通信息的重要性日益凸显,因而将商品流通划分为:物流、商流和信息流。在现代流通经济中,通过买卖关系的发生而获得商品所有权,这个过程就是商流;而在商流之后,商品实物流转的过程,如包装、装卸、运输、存储等过程,将商品运送到消费者手中,这个过程就是物流;而伴随着商流过程和物流过程,还会发生信息的流动,即信息的产生、加工、传递、存储等,就是信息流的过程。信息流包括商流信息流和物流信息流。于是,商品流通过程就是商流、物流和信息流的三流统一与分立。

(一) 商流

1. 商流的概念

无论是国内贸易还是国际贸易,由于所有权的间隔,生产者要想把自己的产品让渡出去,必须通过交易完成,顾客要想得到所需的产品也必须通过交易完成。这种解决所有权间隔的交易称为商流,商流是流通活动的内容之一。商流中的产品称为商品,是交易的对象。商品由供给方向需求方转让,是按市场规律进行的,要受价格机制、供求机制、竞争机制等市场机制的调节。商品交易的全过程构成了商流的研究内容。

商流是指物品在流通中发生形态变化的过程,即由货币形态转化为商品形态,以及由商品形态转化为货币形态的过程。是随着买卖关系的发生,商品所有权发生的转移。具体而言,商流是商品在由供应者向需求者转移时商品社会实体的流动,主要表现为商品与其等价物的交换运动和商品所有权的转移运动,商流活动可以创造商品的所有权效用。商流考虑的是如何从终端向上拉动,引导经销商如何操作产品、协助经销商建立分销渠道、作为厂商的桥梁便于两者间的沟通顺畅、控制经销商操作行为等。商流的特点是,它突出了流通,即把商流看成是流通的一部分;突出了与物流活动的伴随关系,突出了商流的所有权效用。

2. 商流的过程

商流的过程即商品从生产者到消费者之间不断转卖的价值形态转化过程,即由若干次买卖所组成的序列而言,这是商品所有权在不同的所有者之间转移的过程,即商品价值形态的转化过程,或者说是商品价值的实现过程。



从微观经济过程来看,商流在G—W(货币—商品)和W—G(商品—货币)的转化过程中实现商品的价值;从宏观经济过程来看,商流过程主要是完成流通过程最核心的内容—买卖活动,即供求关系的实现,进而与社会总需求和社会总供给之间从动态上和流量上发生相应的联系。具体而言,在G—W这个发端环节中,企业通过预付资金购买生产资料,并支付劳动者的报酬。相对于这个环节来说,企业是消费者,而生产资料的供给者是生产者,劳动力的供给者即劳动者也作为生产者。因此在G—W化的过程中,商流的过程表现为生产资料和劳动力的所有权由生产者转移给消费者(企业),使商品(指生产资料和劳动力)的价值得以实现。在W—G这个环节中,企业通过售卖商品,使商品转化为货币,进而可转化为再生产过程的各种现实要素。在这个环节中,企业是生产者,而购买商品者是消费者。此时商流过程表现为商品的所有权由生产者转移给消费者,实现商品的价值。总而言之,商品流通是商品内在矛盾运动的统一,商流的过程即是商品价值形态的转化过程,即商品流通理论品价值的实现过程。

3. 商流的功能

(1) 商流是生产的先导

在G—W这个环节中,企业通过预付资金购买生产资料,并支付劳动者的报酬。商流过程一方面表现为生产资料和劳动力的所有权由生产者转移给消费者,使商品(指生产资料和劳动力)的价值得以实现;另一方面G—W的转化是企业生产经营活动开始和持续运转的重要前提,是企业资金形态变化的初始环节。没有这个环节中的商流过程,生产的人的因素和物的因素就不可能实现其有机结合而变为现实的生产力。因此,G—W转化中的商流过程,是企业生产活动赖以进行的重要先导。

(2) 商流能实现商品价值

关于商品价值的实现问题,马克思有过许多精辟的论述和实证分析。在市场经济条件下,商品价值实现即W—G的转化至关重要。马克思认为W—G转化是商品的惊险的跳跃,这个跳跃如果不成功,摔坏的不是商品,而是商品所有者。商流过程把商品的所有权由生产者转移给消费者,实现商品的价值。商品一旦转化为货币,就可以转化为再生产过程的各种现实要素,使再生产过程得以顺利继续下去。

(3) 商流能合理配置资源

随着社会主义市场经济的逐步确立,企业逐步成为自主经营、自负盈亏的经济实体,使企业有了促进货币资金向生产资金正常及时转化的内在动力,并且有了价值实现的紧迫感。在社会主义市场经济条件下,商流是否顺畅取决于商品的价格能否得到社会的承认,以及市场供求平衡状况。商流为生产者和消费者提供了一个互相选择的机会,它引导生产者根据社会需要来安排生产,使产品在花色品种、规格样式等方面都能适应消费需要,促使生产者生产出符合社会需要的产品。同时,由于交易主体受到强烈的利益动机的驱使,必然使资金或资源流向经济效益高的部门或单位,促使生产在总体规模、结构等方面与市场上的货币量相适应,使整个社会资源在短缺条件下,实现合理配置。

4. 商流的费用

买卖活动是商流运行的核心和本质,我们研究商流费用就是研究买卖的交易费用。交易费用,又称为交易成本,是一个经济学概念,指完成一笔交易时,交易双方在买卖前后所产生的各种与此交易相关的成本。交易费用的思想由科斯在1937年《企业的性质》一文中首次提出,而后成为新制度经济学的最基本的概念。科斯认为,交易费用应包括度

量、界定和保障产权的费用；发现交易对象和交易价格的费用；讨价还价、订立合同的费用；督促契约条款严格履行的费用。

狭义交易费用是指市场交易费用，即外生交易费用。包括：搜索费用，谈判费用及履约费用。按照大多数学者认同的观点，交易费用是使用市场机制时发生的“制度费用”。例如，诺思认为，正的交易成本的存在使经济过程产生摩擦，它是影响经济绩效的关键因素。香港大学的张五常也持类似观点，他认为，好的经济制度可以有效降低协调成本，即节省交易费用；不好的经济制度则会提高社会的协调成本，即增加交易费用。

商流费用是指在一定条件下，实现商品和劳务所有权让渡过程中所产生的费用，是商品价值运动中所产生的费用。而之后的物流费用是商品使用价值运动所产生的费用，商流费用和物流费用共同构成总的流通费用。具体而言，商流费用包括以下内容：

(1) 市场分析费用。交易前收集商品信息，进行市场调查，搜寻潜在的买者和卖者。

(2) 商品调整费用。按照市场调查的结果，对商品生产计划、数量、质量、销售渠道等因素进行调整。商品调整是对市场分析的继续，是根据市场分析所进行的调整，也是交易的前期准备。

(3) 谈判签订契约费用。买卖双方通过谈判达成交易，在谈判过程和签约过程中所产生的费用。

(4) 交易的履行费用。合约签订以后，需要制定制度和投入资金去监督和维护契约的执行，在这个过程中所产生的费用。

关于商流费用，还需掌握如下几个方面：

(1) 商流费用与经济发展水平的关系。从以上分析可得，商流费用包括四个方面。当经济发展水平相对较低时，企业以生产和产品为重心，谈判签订契约和履行契约的费用占交易费用的主要方面；而随着经济发展水平的提高，企业经营观念转变为推销和营销，市场分析和调整的费用会在交易费用中的比重上升。

(2) 商流交易费用与市场规模的关系。一般而言，市场规模越大，市场规则越完善，市场的信息化程度越发达，单位商品的交易费用就会越低；反之，若市场规模越小，市场规则越不完善，单位交易费用则越高。

(3) 商流费用与交易频率的关系。一般而言，交易频率越高，反复的交易甚至到了战略协作的交易，其连续性、稳定性、协作性都在加强，单位的交易费用会下降；而若进行一次性交易，交易费用较高。

(二) 物流

1. 物流的概念

物流在现代商品流通中发挥着极其重要的作用，作为国民经济的一个重要领域，与社会生产和人们生活密切相关。一个国家、一个地区，可能没有汽车工业、没有石油工业或没有化学工业等，但是不可能没有物流业。可以说，物流是现代社会覆盖最广泛的产业之一，在当今的国民经济中发挥着极为重要的作用。在我国国家标准《物流术语》的定义中指出：物流(logistics)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的结合。对物流的概念进行如下理解：

(1) 物流是由商流所带动的商品实体从生产者手中向消费者手中的转移过程，即流通领域的物质运动，也就是流通领域的物流。是商品有形或无形地从供应者向需求者进行的



商品物质实体的流动。

(2) 物流构成要素包括包装、装卸、运输、储存、流通加工和信息等诸项活动，是物品从供应地向接收地的实体流动。具体物流内容包括以下几个方面：用户服务、需求预测、订单处理、配送、存货控制、运输、仓库管理、工厂和仓库的布局与选址、搬运装卸、采购、包装、情报信息等。

(3) 通过物流活动，可以创造商品的空间效用、时间效用，流通加工活动还可能创造商品的形质效用。

(4) 物流原则为最适合的运输工具、最便利的联合运输、最短的运输距离、最合理的包装、最少的仓储、最短的时间、最快的信息和最佳的服务。

(5) 物流的目标是提高效率、减少浪费、系统优化、降低成本。

2. 物流的分类

由于物流对象不同，物流目的的不同，物流范围、范畴不同，形成了不同类型的物流，将物流进行不同的分类。

(1) 根据物流系统性质的不同，分为宏观物流、微观物流

①宏观物流是指社会再生产总体的物流活动，从社会再生产总体物流角度认识和研究的物流活动。宏观物流还可以从空间范畴来理解，在很大空间范畴的物流活动，往往带有宏观性。宏观物流研究的主要特点是纵观性和全局性。宏观物流主要研究的内容是，物流总体构成、物流与社会的关系在社会中的地位、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微观物流是消费者、生产者企业所从事的实际的、具体的物流活动。在整个物流活动中，其中的一个局部、一个环节的具体物流活动也属于微观物流。在一个小地域空间发生的具体的物流活动也属于微观物流。而企业物流是从企业角度上研究与之有关的物流活动，是具体的、微观的物流活动的典型领域。

(2) 根据物流活动的空间范围的不同，分为国际物流和区域物流

①国际物流是现代物流系统发展很快、规模很大的一个物流领域，国际物流是伴随和支撑国际间经济交往、贸易活动和其他国际交流所发生的物流活动。它往往发生于两个或者多个国家之间，伴随着国际贸易和国际投资活动而产生。

②区域物流是相对于国际物流而言，一个国家范围内的物流，一个城市的物流，一个经济区域的物流都处于同一法律、规章、制度之下，都受相同文化及社会因素影响，都处于基本相同的科技水平和装备水平之中。

(3) 根据物流的一般性和特殊性的不同，分为一般物流和特殊物流

①一般物流是指物流活动的共同点和一般性，物流活动的一个重要特点是涉及全社会、各企业，因此，物流系统的建立，物流活动的开展必须有普遍的适用性。

②特殊物流是指专门范围、专门领域、特殊行业，在遵循一般物流规律的基础上，带有特殊制约因素、特殊应用领域、特殊管理方式、特殊劳动对象、特殊机械装备特点的物流皆属于特殊物流范围。

(4) 根据物流作用的不同，分为供应物流、销售物流、生产物流、回收物流和废弃物物流。

①供应物流是指企业或消费者购入原材料、零部件或商品的物流过程，是发生在商品的生产者，或持有者与需求者，或使用者之间的物流活动。

②销售物流是指生产企业或流通企业出售商品的物流过程,是发生在商品生产者,或持有者与用户,或消费者之间的物流活动。

③生产物流是指从工厂的原材料购进入库起直到成品库的成品发送为止的整个过程中的物流活动,它是制造产品的生产企业所特有的,是与生产流程同步的。

④回收物流是指对在生产和流通过程中产生的废旧物资进行回收再利用的物流活动。企业在生产、供应、销售的活动中总会产生各种边角余料和废料,这些东西的回收是需要伴随物流活动的。如果回收物品处理不当,往往会影响整个生产环境,甚至影响产品的质量,占用很大空间,造成浪费。于是,回收物流是不合格物品的返修、退货及周转使用的包装容器从需方返回到供方所形成的物品实体流动。

⑤废弃物物流是指将经济活动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、储存等,并分送到专门处理场所时所形成的物品实体流动。

(5) 按照物流系统的性质不同,分为社会物流、行业物流和企业物流

①社会物流属于宏观物流的范畴,是指以全社会为范畴、面向广大用户的超越一家一户的物流。社会物流涉及在商品的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,所以也称之为大物流或宏观物流。伴随商业活动的发生、物流过程通过商品的转移,实现商品的所有权转移这是社会物流的标志。社会物流主要关注服务于社会、在社会环境中运行的物流体系结构。社会物流这种社会性很强的物流往往是由专门的物流服务提供商承担的。

②行业物流是指在一个行业内部发生的物流活动。在一般情况下,同一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,共同促进物流系统的合理化。如医药物流、图书物流、建材物流等。

③企业物流属于微观物流的范畴,是指企业这一特定社会主体的物流活动,包括生产物流、供应物流、销售物流、回收物流和废弃物物流等。

3. 物流的作用

企业要销售产品、获取收入,没有流通是不行的。消费是为了生活下去,需要购买必要的物品,物品到消费者手中的过程,即流通是必不可少的。所以,物流也是经济要素之一,流通是经济中的一个重要功能。物流的作用,包括服务商流、保障生产和方便生活三个方面。

(1) 服务商流。在商流活动中,商品所有权在购销合同签订的那一刻,便由供方转移到需方,而商品实体并没有因此而移动。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过程,即按照需方(购方)的需要将商品实体由供方(卖方)以适当方式向需方转移。在流通过程中,物流实际上是以商流的后继者和服务者的姿态出现的。如果没有物流,一般情况下,商流活动都会退化为一纸空文。

(2) 保障生产。从原材料的采购开始,便要求有相应的物流活动,将所采购的原材料到位,否则,整个生产过程便成了无米之炊。在生产各个工艺流程之间,也需要原材料、半成品的物流过程,实现生产的流动性。就整个生产过程而言,实际上就是系列化的物流活动。合理化的物流,通过降低运输费用而降低成本,通过优化库存结构而减少资金占压,通过强化管理进而提高效率,使得有效达到促进整个社会经济水平的提高的目的。

(3) 方便生活。实际上,生活的每一个环节,都有物流的存在。通过国际间的运输,可以让世界名牌出现在不同肤色的人身上;通过先进的储藏技术,可以让新鲜的果蔬在任

何季节亮相；搬家公司周到的服务，可以让人们轻松地乔迁新居；多种形式的行李托运业务，可以让人们在旅途中感到很舒适。总之，物流给人们的生活带来了诸多方便。

4. 物流的基本职能

物流的基本职能是指物流活动应该具有的基本能力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。一般认为，物流的职能应该由运输、配送、仓储、包装、搬运装卸、流通加工，以及与上述职能相关的情报信息等所构成。也就是说，物流是通过实现上述职能来完成的。物流通过上述职能按照供求状况来完成物质的交换，解决社会生产与消费之间在数量、质量、时间和空间上的矛盾，实现生产和消费的供求结合，保证社会再生产的良性循环。

(1) 运输

运输是原材料的物理性移动，是借助运力实现空间转移的经济活动。它创造了商品的空间效用。运输是物流各个环节中最主要的部分，是物流的关键。对于运输的重要性有如下理解：

①好的货物运输有保护产品存在价值作用。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，在这段时间和距离的过程中，都要经过运输、保管、包装、装卸搬运等多环节、多次数的货物运输活动。在这个过程中，产品可能会淋雨受潮、水浸、生锈、破损、丢失等。货物运输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。

②货物运输能够节约自然资源、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。

③货物运输可以克服时间间隔、距离间隔和人的间隔，这也是货物运输的实质。现代化的货物运输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，全国各地的水果也常年不断；邮政部门改善了货物运输，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。这种运输速度，把人们之间的地理距离和时间距离一下子拉得很近。随着货物运输现代化的不断推进，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，距离更近了。

(2) 仓储

仓储活动又叫储存活动，是商品在生产过程中暂时处于停滞状态。仓储是集中反映工厂物资活动状况的综合场所，是连接生产、供应、销售的中转站，对促进生产提高效率起着重要的辅助作用。仓储是产品生产、流通过程中因订单前置或市场预测前置而使产品、物品暂时存放。它是集中反映工厂物资活动状况的综合场所，是连接生产、供应、销售的中转站，对促进生产提高效率起着重要的辅助作用。同时，围绕着仓储实体活动，清晰准确的报表、单据账目、会计部门核算的准确信息也同时进行着，因此仓储是物流、信息流、单证流的合一。对于仓储活动，有如下理解：

①仓储是现代物流不可或缺的重要环节。这是因为仓储总是出现在物流各环节的接合部，例如采购与生产之间，生产的初加工与精加工之间，生产与销售之间，批发与零售之间，不同运输方式转换之间等。仓储是物流各环节之间存在不均衡性的表现，仓储也正是解决这种不均衡性的手段。仓储环节集中了上下游流程整合的所有矛盾，仓储管理就是在

实现物流流程的整合。

②仓储能对货物进入下一个环节前的质量起保证作用。在货物仓储环节对产品质量进行检验能够有效地防止伪劣产品流入市场,保护了消费者权益,也在一定程度上保护了生产厂家的信誉。

③仓储是加快商品流通,节约流通费用的重要手段。虽然货物在仓库中进行储存时,是处于静止的状态,会带来时间成本和财务成本的增加,但事实上从整体上而言,它不仅不会带来时间的损耗和财务成本的增加,相反它能够帮助加快流通,并且节约运营成本。

④仓储的周期在逐渐变短。从物流的发展史可以看出,物流的研究最初是从解决“牛鞭效应”开始的,即在多环节的流通过程中,由于每个环节对于需求的预测存在误差,因此随着流通环节增加,误差被放大,库存也就越来越偏离实际的最终需求,从而带来保管成本和市场风险的提高。解决这个问题的思路,从研究合理的安全库存开始,到改变流程,建立集中的配送中心,以致到改变生产方式,实行订单生产,将静态的库存管理转变为动态的JIT(Just in Time)配送,实现降低库存数量和周期的目的。在这个过程中,尽管仓库越来越集中,每个仓库覆盖的服务范围越来越大,仓库吞吐的物品越来越多,操作越来越复杂,但是仓储的周期越来越短,成本不断递减的趋势一直没有改变。从发达国家的统计数据来看,现代物流的发展历史就是库存成本在总物流成本中所占比重逐步降低的历史。

(3) 包装

包装活动是为了维持产品状态、方便储运、促进销售,采用适当的材料、容器等,使用一定的技术方法,对物品包封并予以适当的装潢和标志的操作活动。包装层次包括个装、内装和外装三种状态。个装是到达作用者手中的最小单位包装,是对产品的直接保护状态;内装是把一个或数个个装集中于一个中间容器的保护状态;外装是为了方便储运,采取必要的缓冲、固定、防潮、防水等措施,对产品的保护状态。包装在物流系统中具有十分重要的作用。包装是生产的终点,同时又是物流的起点,它在很大程度上制约物流系统的运行状况。对产品按一定数量、形状、重量、尺寸大小配套进行包装。并且按产品的性质采用适当的材料和容器,不仅制约着装卸搬运、堆码存放、计量清点是否方便高效,而且关系着运动工具和仓库的利用效率。具体来讲,包装具有以下功能:

①保护功能。这是维持产品质量的功能,是包装的基本功能。在物流过程中各种自然因素(如温度、湿度、日照、有害物质、生物等)对产品的质量产生的影响,会使产品损坏、变质。在装卸搬运、运输过程中,撞击、振动也会使产品受损。为了维持产品在物流过程中的完整性,必须对产品进行科学的包装、避免各种外界不良因素对产品的影响。

②方便功能。经过包装的商品能为商品流转提供许多方便的条件。运输、装卸搬运通常是以包装的体积、重量为基本单位的,托盘、集装箱、货车等也是按一定包装单位来装运的。合适的包装形状、尺寸、重量和材料,能够方便运输、装卸搬运、保管的操作,提高其他物流环节的效率,降低流通费用。

③销售功能。包装是商品的组成部分,它是商品的形象。包装上的商标、图案、文字说明等,是商品的广告和“无声的推销员”,它是宣传推销商品的媒介,诱导和激发着消费者的购买欲望。

(4) 装卸搬运

装卸搬运是指在同一地域内,以改变物资的存放状态和空间位置为主要内容的作业活

动,包括商品在运输、保管、包装、流通加工等物流活动中进行衔接的各种机械或人工装卸活动。而运用装卸搬运设备来搬移、升降、装卸和短距离输送物料的设备,是物流机械设备装卸搬运的重要组成部分。装卸搬运设备主要包括起重设备、连续运输设备、装卸搬运车辆、专用装卸搬运设备等。具体而言包括起重机,叉车,吊车,集装箱装卸桥、自动梯及自动人行道、升降机,倒卸式起重机或自动梯的零件、门式起重机、载客电梯、液压千斤顶等。装卸搬运活动支撑和连接着其他物流活动。现代物流的趋势是实现装卸搬运作业机械化、自动化,这样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。

(5) 流通加工

流通加工是物流过程中“质”的升华,是流通向更深层次发展的过程。是在流通过程中,根据用户的要求,改变部分商品的形态或包装形式的一种生产性辅助加工活动。流通加工能够提高原材料利用率,方便客户生产或消费,提高加工效率及设备利用率,降低物流成本。把物流当中的流通加工作为一种营销手段,能加大其附加值。流通加工属于产品的再加工活动,使商品发生物理性变化的物流方式,是社会分工、专业化生产的一种形式。是流通领域的一种增值活动,是生产过程向流通领域的延伸。

(6) 配送

配送是按照客户的要求,运用现代技术手段,安全、准确、及时进行货物配置并送交客户的活动的总称。配送是物流中一种特殊的、综合的活动形式,是商流与物流紧密结合,包含了商流活动和物流活动,也包含了物流中若干功能要素的一种形式。从物流来讲,配送几乎包括了所有的物流功能要素,是物流的一个缩影或在某小范围内物流全部活动的体现。一般的配送集装卸、包装、保管、运输于一身,通过这一系列活动完成将货物送达的目的。特殊的配送则还要以加工活动为支撑,所以包括的方面更广。对配送活动有如下理解:

①配送是“配”和“送”有机结合的形式。配送与一般送货的重要区别在于,配送利用有效的分拣、配货等理货工作,使送货达到一定的规模,以利用规模优势取得较低的送货成本。如果不进行分拣、配货,有一件运一件,需要一点送一点,这就会大大增加动力的消耗,使送货并不优于取货。所以追求整个配送的优势,分拣、配货等项工作是必不可少的。

②配送以用户要求为出发点。强调“按用户的订货要求”明确了用户的主导地位。配送是从用户利益出发、按用户要求进行的一种活动,因此,在观念上必须明确“用户第一”、“质量第一”,配送企业的地位是服务地位而不是主导地位,因此不能从本企业利益出发而应从用户利益出发,在满足用户利益基础上取得本企业的利益。更重要的是,不能利用配送损伤或控制用户,不能利用配送作为部门分割、行业分割、割据市场的手段。

③配送以配送中心为主要基地。配送中心是物流领域中社会分工、专业分工进一步细化之后产生的。配送中心能够使物流成本得到控制、实现库存集约化、通过提高顾客服务水平、促进产品销售、有利于把握销售信息、有利于实现商物分离。

④配送功能要素,包括以下几个方面:

A. 备货。是配送的准备工作或基础工作。备货工作包括筹集货源、订货或购货、集货、进货及有关的质量检查、结算、交接等,备货是决定配送成败的初期工作,如果备货成本太高,会大大降低配送的效益。

B. 储存。配送中的储存有储备及暂存两种形态。配送储备是按一定时期的配送经营要求,形成的对配送的资源保证。这种类型的储备数量较大,储备结构也较完善,视货源及到货情况,可以有计划地确定周转储备及保险储备结构及数量。配送的储备保证有时在配送中心附近单独设库解决。另一种储存形态是暂存,是具体执行日配送时,按分拣配货要求,在理货场地所做的少量储存准备。由于总体储存效益取决于储存总量,所以,这部分暂存数量只会对工作方便与否造成影响,而不会影响储存的总效益,因而在数量上控制并不严格。

C. 分拣及配货。是配送不同于其他物流形式的有特点的功能要素,也是配送成败的一项重要支持性工作。分拣及配货是完善送货、支持送货准备性工作,是不同配送企业在送货时进行竞争和提高自身经济效益的必然延伸,所以,也可以说是送货向高级形式发展的必然要求。有了分拣及配货就会大大提高送货服务水平,所以,分拣及配货是决定整个配送系统水平的关键要素。

D. 配装。在单个用户配送数量不能达到车辆的有效载运负荷时,就存在如何集中不同用户的配送货物,进行搭配装载以充分利用运能、运力的问题,这就需要配装。

E. 配送运输。配送运输属于运输中的末端运输、支线运输,和一般运输形态主要区别在于:配送运输是较短距离、较小规模、额度较高的运输形式,一般使用汽车做运输工具。

F. 送达服务。配好的货物运输到用户还不算配送工作的完结,这是因为送达货和用户接货往往还会出现不协调,使配送前功尽弃。因此,要圆满地实现运到之货的移交,并有效地、方便地处理相关手续并完成结算,还应讲究卸货地点、卸货方式等。送达服务也是配送独具的特殊性。

G. 配送加工。在配送中,配送加工这一功能要素不具有普遍性,但是往往是有重要作用的功能要素。主要原因是通过配送加工,可以大大提高用户的满意程度。

(三) 信息流

1. 信息流的概念

信息流的广义定义是指人们采用各种方式来实现信息交流,从面对面的直接交谈直到采用各种现代化的传递媒介,包括信息的收集、传递、处理、储存、检索、分析等渠道和过程。信息流的狭义定义是从现代信息技术研究、发展、应用的角度看,指的是信息处理过程中信息在计算机系统和通信网络中的流动。本教材中的信息流指的是广义的概念,是信息的产生、加工、储存和传递的过程。

2. 信息流的过程

(1) 信息收集和产生。信息收集是信息流运行的起点,它是分散的信息向收集者集中的过程。信息的收集者成为信息的信宿,他是按照自己的目的和需要来集中有关信息。收集信息的质量,即信息的真实性、可靠性、准确性、及时性,决定着能否达到预定的目的和能否满足需要。因此,收集信息必须遵循一定的原则进行:要有明确的目的性、要确定深度和精度、要选择信息源,建立信息渠道。

(2) 信息加工和储存。收集来的信息往往是零乱的,有时甚至是片面的、虚假的,必须经过处理才能去伪存真,归纳出结果,提高信息的使用价值。信息处理主要包括以下内容:

①分类及汇总。对零乱的信息按照一定的标准进行分类整理,重新组合后,才能显示