



新世纪高职高专教改项目成果教材
Xinshiji Gaozhi Gaozhuān Jiāogǎi Xiàngmù Chéngguǒ Jiàocǎi

物流案例与实训

梁世翔 主编

现代物流概论
仓储管理实务
物流信息技术
国际物流
配送中心管理与运作
物流设施与设备
运输管理实务
物流环境与地理
物流案例与实训
集装箱运输实务

财经写作
微观经济学与宏观经济学
管理学基础
经济法
经济法实务
基础统计
中国税收
金融概论
保险概论
国际贸易概论、
公共关系实用教程
实用组织行为学
基础会计
财务管理
管理信息系统
会计核算与财务管理
货币银行学



高等教育出版社

新世纪高职高专教改项目成果教材

物流案例与实训

梁世翔 主编

高等教育出版社

内容提要

本书是教育部新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目成果,是由教育部有关高职高专教育专业教学改革试点院校编写的。

全书归纳了不同物流企业的物流运作模式。重点阐述了第三方物流企业、仓储型物流企业、代理型物流企业和运输型、连锁型物流企业的物流运作过程。全书的实训采取了真题真做的方式,力求使学生学完后即可在相关的企业上岗操作。

本书的主要内容包括现代物流运作基本理论与模式、物流企业客户的开发、第三方物流运作案例与实训、仓储型物流运作案例与实训、代理型物流运作案例与实训,以及运输型、连锁型等其他类型物流企业的物流运作案例。书中的所有图表都来自于优秀的物流企业。

本书可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高等院校、本科院校高职教育的相关专业学生学习用书,也可供五年制高职院校、中等职业学校及其他有关人员使用。

图书在版编目(CIP)数据

物流案例与实训/梁世翔主编. —北京:高等教育出版社,2003.7

ISBN 7-04-012452-1

I. 物… II. 梁… III. 物流-企业管理-高等学校:技术学校-教材 IV. F253

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 025901 号

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-64054588
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100011	网 址	http://www.hep.edu.cn
总 机	010-82028899		http://www.hep.com.cn
经 销	新华书店北京发行所		
印 刷	国防工业出版社印刷厂		
开 本	787×1092 1/16	版 次	2003 年 7 月第 1 版
印 张	11.25	印 次	2003 年 7 月第 1 次印刷
字 数	270 000	定 价	14.60 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

出版说明

为认真贯彻《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》和《面向21世纪教育振兴行动计划》，研究高职高专教育跨世纪发展战略和改革措施，整体推进高职高专教学改革，教育部决定组织实施《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》（教高[2000]3号，以下简称《计划》）。《计划》的目标是：“经过五年的努力，初步形成适应社会主义现代化建设需要的具有中国特色的高职高专教育人才培养模式和教学内容体系。”《计划》的研究项目涉及高职高专教育的地位、作用、性质、培养目标、培养模式、教学内容与课程体系、教学方法与手段、教学管理等诸多方面，重点是人才培养模式的改革和教学内容体系的改革，先导是教育思想的改革和教育观念的转变。与此同时，为了贯彻落实《教育部关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》（教高[2000]2号）的精神，教育部高等教育司决定从2000年起，在全国各省市的高等职业学校、高等专科学校、成人高等学校以及本科院校的职业技术学院（以下简称高职高专院校）中广泛开展专业教学改革试点工作，目标是：在全国高职高专院校中，遴选若干专业点，进行以提高人才培养质量为目的、人才培养模式改革与创新为主题的专业教学改革试点，经过几年的努力，力争在全国建成一批特色鲜明、在国内同类教育中具有带头作用的示范专业，推动高职高专教育的改革与发展。

教育部《计划》和专业试点等新世纪高职高专教改项目工作开展以来，各有关高职高专院校投入了大量的人力、物力和财力，在高职高专教育人才培养目标、人才培养模式以及专业设置、课程改革等方面做了大量的研究、探索和实践，取得了不少成果。为使这些教改项目成果能够得以固化并更好地推广，从而总体上提高高职高专教育人才培养的质量，我们组织了有关高职高专院校进行了多次研讨，并从中遴选出了一批较为成熟的成果，组织编写了一批“新世纪高职高专教改项目成果”教材。这些教材结合教改项目成果，反映了最新的教学改革方向，很值得广大高职高专院校借鉴。

新世纪高职高专教改项目成果教材适用于高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院、继续教育学院和民办高校使用。

高等教育出版社

2002年11月30日

前 言

现代物流业是国家“十五”期间要大力发展的一个新兴产业,全国许多城市已把发展现代物流作为新的经济增长点和提升城市整体功能的重要战略。为适应经济发展的需要,全国许多高职高专院校都相继开设了物流管理专业,但由于受种种条件的制约,许多学校缺少物流运作的案例无法对学生进行实训,学校难以完成培养目标。

作为高职高专教材,选择哪些内容对学生进行实训,并没有现存的经验。但作为一种尝试,本书把物流企业划分为新兴第三方物流企业、仓储型物流企业、代理型物流企业、运输型和连锁型等物流企业,并以相关企业的实际运作为案例进行讲解,并辅之以相应的实训,使学生既感受了现代物流的理念,又进行了实际的操作。本书具有内容新、操作性强和实用性强等特点。

本书共分九章,可分为三个部分,第一部分是现代物流运作的基本理论和运作模式,主要介绍了物流运作的模式和物流客户的开发,第二部分为物流企业的运作案例和相关实训,主要介绍了新兴第三方物流企业、仓储型物流企业、代理型物流企业的物流运作案例及实训,第三部分介绍了运输型、连锁型等其他类型物流企业的运作案例。本课程应在学生学完物流管理专业全部专业主干课后教授,如作为案例穿插在相关课程教学中则要对相关知识进行补充讲解。

本书由梁世翔任主编,吴青任副主编,由武汉理工大学严新平教授、深圳港盛货运代理公司总经理施琳任主审。本书在编写过程中得到了武汉理工大学工业职业技术学院、港盛货运代理公司、中外运、中远物流、中海物流、中国物流公司、新安达、宝供物流、中储物流、盐田港、深圳赤湾仓储、蛇口集装箱码头等许多单位的大力支持,在此谨表衷心的感谢!

由于时间仓促,加之作者水平有限,书中不足之处在所难免,敬请各位专家、读者批评指正。

编 者

2003年1月

责任编辑	巨克坚
封面设计	于文燕
责任绘图	黄建英
版式设计	陆瑞红
责任校对	戈捷
责任印制	杨明

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 82028899 转 6897 (010)82086060

传真：(010) 82086060

E-mail：dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社法律事务部

邮编：100011

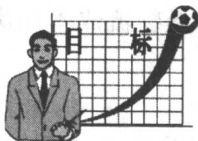
购书请拨打读者服务部电话：(010)64054588

目 录

第一章 现代物流运作的基本理论与模式	1
第一节 物流运作的基本理论	1
第二节 物流企业的发展模式	5
第三节 第三方物流的运作模式	7
第四节 第三方物流运作的盈利模式	11
第五节 物流的作业环节与物流企业的岗位设置和能力要求	12
第二章 物流客户的开发	17
第一节 物流需求预测与分析	17
第二节 客户资料收集	21
第三节 客户关系的建立	22
第四节 客户服务标准	26
第五节 客户服务与客户满意度	27
第三章 第三方物流运作案例——RDC 运作模式	30
第一节 RDC 运作的概念及特点	30
第二节 RDC 物流运作模式的业务运作	32
第四章 第三方物流运作实训	53
第一节 业务背景与实训任务	53
第二节 实训所需单证	54
第五章 仓储型物流运作案例	71
第一节 仓储型物流类别与盈利模式	71
第二节 深圳赤湾仓储有限公司运作案例	72
第三节 案例分析	73
第六章 仓储型物流运作实训	90
第一节 业务背景	90
第二节 实训任务	91

第三节	实训所需单证	91
第七章	代理型物流运作案例	111
第一节	物流运作及盈利模式	111
第二节	货运代理的运作程序	112
第三节	拖车业务	114
第四节	报关业务	122
第五节	提单作业	128
第八章	代理型物流运作实训	141
第一节	业务背景	141
第二节	实训任务	142
第三节	实训所需单证	142
第九章	其他物流企业运作案例	150
第一节	中国物流公司物流运作案例	150
第二节	大众交通物流运作案例	155
第三节	中外运物流运作案例	158
第四节	中远物流运作案例	161
第五节	华联连锁物流运作案例	165
第六节	宝供物流运作案例	168

第一章 现代物流运作的基本理论与模式



学习目标

- 通过本章的学习,使学生了解现代物流和传统物流的本质区别;物流企业的分类方法;物流企业的发展模式;物流的作业环节和物流企业的岗位设置及相应的职业能力要求。
- 理解供应链管理理论;企业核心能力理论;流程再造理论;物流创新理论;理解物流运作的盈利模式。
- 掌握第三方物流常见的两种运作模式,即综合物流代理和配送中心模式。

第一节 物流运作的基本理论

一、物流与物流企业的分类

(一) 现代物流的概念

现代物流泛指原材料、产成品从起点至终点及相关信息有效流动的全过程。它将运输、仓储、装卸、加工、整理、配送、信息等方面有机结合形成完整的供应链,为用户提供多功能、一体化的综合性服务。

现代物流是一项跨行业、跨部门、跨地区、甚至跨国界的系统工程,作为一个新兴的产业,在我国方兴未艾,正朝着物流反应快速化、物流功能集成化、物流服务系列化、物流作业规范化、物流手段现代化、物流组织网络化、物流经营市场化和绿色化、物流信息电子化的方向发展。

(二) 现代物流与传统物流的区别

现代物流与传统物流有如下区别。

1. 观念不同

现代物流以客户为中心,向上游和下游客户延伸,如出口报关、货代等。传统物流以物流企业为中心,不是以客户为中心。

2. 运作手段不同

传统物流的运作手段落后、陈旧,现代物流则借助先进的搬运机械和基础设施(如高速铁路、公路)等手段。

3. 业态不同

现代物流是动态的,传统物流是静态的,现代物流以市场为导向,提供全方位的物流服务。

4. 目的不同

现代物流的目的明确。现代物流以利用现代物流技术降低物流成本和满足用户需要为目的。传统物流则是有什么资源、手段就提供什么服务。

(三) 物流企业的分类

物流企业是从事物流活动的经济组织,根据其不同的管理需要,有多种分类方法,现将本书所用到的分类方法分述如下。

1. 按物流要素分类

按物流要素可将物流企业分为信息主导型、服务主导型、仓储型、运输型和综合型。

2. 按服务类型分

按服务类型可将物流企业分为:运输型,如铁路、交通、外贸运输等企业;仓储型,如物资、商业、粮食等企业;专业型,如邮政系统;第三方物流企业,如新科安达;生产企业自营物流,如联想物流、海尔物流;国外物流企业,如 UPS 等。

3. 按承担物流的主体分

按承担物流的主体分,物流企业可分为自营物流和第三方物流。

(四) 我国现阶段物流企业综述

(1) 由传统运输、储运、邮政、批发、贸易企业转型而成,如中远、中外运、中储,这类企业基础好,资金雄厚,融资途径多,起点高,转变经营战略后应成为物流活动的主体。

(2) 由著名制造业的物流部门向第三方物流转变而成,如海尔、一汽物流部门,向专业物流发展。这类企业传统体制不变,产供销一条龙,具有资金实力和物流运作经验,国际上许多物流企业是从制造业分离出来的。

(3) 新兴第三方物流公司如宝供物流,吸收了先进的经营理念,成为物流业的一支重要力量。

(4) 由传统的物流设备、仓储设备制造企业转变而成,如昆明船舶设备有限公司,这类企业技术装备、管理软件先进。

二、物流运作的基本理论

(一) 交易费用理论

交易费用可以看成是一系列制度成本,包括信息成本、监督管理成本和制度结构变化的成本。现代物流被广泛地认为是企业降低内部成本和外部交易费用,提高劳动生产率的一个可增加利润的方式。

1. 物流是资源配置的重要途径

生产要素通过市场重新优化组合,更好地发挥效益。企业之间通过市场采购生产资料,在价

格和品质上有较大的选择空间,能节省采购时间,节约采购成本,提高经济效益,从而降低新产品价格,强化竞争优势。

2. 物流是提高资源利用率的重要途径

(二) 供应链管理理论

1. 供应链与供应链管理

供应链是指在生产及流通过程中,为将货物或服务提供给最终消费者,联结上游与下游企业创造价值而形成的组织网络。

供应链管理指对在由供应商、制造商、分销商和顾客组成的网络中流动的商品、信息和资金的管理。

2. 供应链管理内容

以顾客的需求为前提,通过供应链内各企业紧密合作,有效益地为顾客创造更多附加价值;对从原材料供应商、中间生产过程到销售网络的各个环节进行协调;对企业实体、信息及资金的双向流动做出管理;强调速度及集成,并提高供应链中各个企业的即时信息共享,提高效率。

3. 供应链管理标志

一个企业应该关心商品在整个供应链各区段周转时间的长短,才能最有效地压缩从下订单采购到备货、运交最终客户的时间。

降低产品到达成本。供应链成本取决于产品本身的价值、供应链路线的长短、产品的寿命期及其生产过程的成本敏感度。供应链管理追求高质量服务和总体低成本的最佳平衡。

提高对客户的交货质量。高质量的供应链管理应该能够将数量准确的特定产品以合适的成本在规定的时间内送到指定的地点并交给特定的客户。

(三) 资源基础理论

1. 资源基础理论观点

20世纪80年代中期,基于“企业内在成长论”的资源基础公司战略理论被提出。这种理论认为:具有行政组织结构的企业之所以赢利,是因为他们拥有企业的稀缺资源,这种资源依附于企业内在组织中,具有无形性和知识性,难以模仿,为企业专有。企业的竞争优势依赖于企业的异质性的、非常难以模仿的、高效率的专有资源。企业的竞争优势就在于不断地形成、利用这些专有的资源优势。

2. 可持续发展的物流资源观

持续发展强调对不同属性的资源要采取不同的对策。对不可更新物流资源,要提高其利用率,加强循环利用。对可更新物流资源的利用,要限制在其再生产的承载力限度内,同时促进可更新资源的再生产。

3. 可持续发展的物流效益观

持续发展与资源保护统一的生态经济观,为企业物流持续发展提供了指导思想。发展企业物流和提高物流能力,需要以企业内部物流资源和良好的外部环境为依托。一个好的资源管理系统应该综合考虑生态效益、经济效益和社会效益并把系统的整体效应放在首位。

4. 可持续发展的物流系统观

一个持续发展的企业物流系统,有赖于资源持续供给的能力,有赖于其生产、生活和生态功能的协调,有赖于企业各部门之间的协调与合作,需要打破部门和专业的条块分割以及地区的界

限,从全局着眼,从系统的关系入手,进行综合分析和资源配置。

(四) 企业核心能力理论

1. 核心能力理论

现代管理理论认为,未来企业的竞争更突出地表现为企业核心能力的竞争,企业应该集中资金、人才、资源等优势于具有核心竞争力的业务环节,将其他从属业务采取外包等方式,交给其他对这些业务是核心竞争力的企业来完成。

企业核心竞争能力理论认为,企业是一个特殊的能力体,企业核心能力是企业拥有的最主要的资源,能力是企业进行分析的基本单元。企业核心能力的差异决定了企业的效率差异,进而决定了企业绩效的高低。

2. 企业核心能力内容

所谓核心能力是指企业获取、配置最基本的资源,能使整个企业保持长期稳定的竞争优势、获得稳定超额利润的能力。主要包括以下内容:

(1) 企业获取各种资源或技术并将其集成、转化为企业技能或产品的能力;

(2) 企业组织、调动各生产要素进行生产,使企业各个环节处于协调、统一、高效运转的能力;

(3) 企业在其发展过程中建立与发展起来的资产与知识的互补体系,该体系是支持企业赖以生存和稳定发展的根基,并通过企业的产品和服务体现出来。

(五) 企业流程再造理论

1. 企业流程再造理论观点

哈佛大学的哈默博士于1990年提出的企业流程再造理论时指出:企业的使命是为顾客创造价值,能够为顾客带来价值的是企业流程,企业的成功来自于优异的流程业绩,而优异的流程业绩需要有优异的流程管理。企业物流发展需要采用以顾客为中心、面向流程的管理方法,提高对顾客、市场的响应速度,注重整个流程最优的系统思想,消除企业内部环节重复的、无效的劳动,让资源在每一个过程流动中都实现增值,以达到成本最低、效率最高。

为了使企业的流程能够预见并响应内外环境的变化,企业的流程必须保证资源的敏捷畅通。要提高企业供应链管理的竞争力,必然要求企业流程的再造,也必然要求供应链上的所有关联企业部门的整个流程再造。

2. 企业流程再造的内容

(1) 职能机构内部的流程再造。企业传统物流运作流程存在很多重复或无效的处理环节,各职能管理机构重叠,中间层次多,将企业整个经营环节都放在供应链网络上,进行信息化管理,必然带来职能部门内部的流程改造。

(2) 职能机构部门之间的流程再造。企业物流运作是一个由采购、运输、库存、生产、销售等环节组成的经营过程,为了提高效率和降低成本,就要求企业职能机构部门之间进行流程再造,以实现全过程的信息化管理。

(3) 企业与企业之间的流程再造。由于供应链延伸到供应商和客户,使得管理人员控制企业的广度和深度都在增加。供应链上各企业之间的信息交流大大增加,这就要求企业之间必须保持业务过程的一致性,同时要求企业与企业之间必须进行流程再造,以实现对整个供应链的有效管理。

(六) 物流创新理论

1. 柔性化物流管理

进入 20 世纪 90 年代末,全世界的制造者和分销商面临着产品订量更小、订货次数更频繁,产品需求不断变化且更加个性化和服务价值升高的新经营环境。企业运行必须适应订单的混合、更短的订单周转时间和更高的生产能力。必须采取一定的策略来适应要求不断提高的库存管理、运行的柔性以及各种过程集成的程度。柔性化管理包括适时适量、生产同步化、看板方式、生产均衡化、弹性配置作业人数及质量保证。

2. 标准化物流管理

根据国际惯例制定企业物流运作技术标准体系与管理标准体系,对员工进行技术培训,使之掌握先进的技术和标准化的方法,以大大提高生产效率、产品质量和组织知识化程度。

3. 时间管理

时间是物流的重要资源,时间价值是企业物流的核心价值。企业物流管理的核心是不断提高效率,加强计划控制、分工协作、分类管理及准时管理,只有这样才能真正实现企业物流的快速发展。

4. 同步化管理

将循序渐进的多项工作安排在同步中完成。对企业物流经营活动过程的多个环节都可以依据企业物流运作流程的需要实施同步管理。

第二节 物流企业的发展模式

一、资产分类与物流服务

从物流企业的服务对象和自身拥有的能力出发,根据物流企业的资产专用性和交易实物量两个特征,可以将其划分为几种不同类型。其中,资产专用性是指企业的耐久性投资,包括场地、网络专用性,人力资产专用性,物资资产专用性和专项资产专用性。资产专用性越高,改做它用就越困难,或者说,阻止其他物流企业介入同一经营领域的壁垒就越高。交易实物量是指物流企业与交易对象每次的交易量,度量的单位不是常用的货币单位,而是实物单位,可简单划分为小件和大件。

资产专用性高的企业特征如表 1-1 所示。

表 1-1 资产专用性高的企业特征

资产分布	特 征
运输	综合运用水路、铁路、公路、航空运输,采用大型货车运输和集装箱运输
仓储	有大量的专门仓、流通仓,仓储设施机械化、自动化水平程度高
装卸搬运	装卸搬运机械专用程度高、投资大、门类齐全
流通加工	提供多种增值服务,如产品安装装配、产品回收、客户零配件加工等

续表

资产分布	特 征
包装	广泛应用集装箱、托盘,有较多包装机械
物流信息	在订单处理、库存控制、货物在途运输跟踪上广泛应用 POS 系统、EDI 技术、射频技术等各种信息处理技术
网络	在全国甚至全球都有固定的物流网络,网络分布面广,数量多
人力资源	有一大批具有多年从业经验的员工,具备相当多的专业技能,管理规章制度齐全

交易实物量大表现为物流企业的服务载体是大件物品,如工商企业原材料、半成品、产成品或商品。交易实物量小表现为物流企业的服务载体为小件物品,如包裹、报刊、办公设施、个性化商品等。

按照资产专用性和交易实物量两个变量,可把物流企业划分为如下四种类型:

1. 资产专用性较高、交易实物量大的综合型企业

这类企业主要从事国际物流服务,服务载体集中于大宗原材料、制成品的仓储、运输、配送,综合运用多式联运手段,跨区域、跨国的网络设施,为客户提供多种增值服务,企业品牌知名度高,市场占有率也高,是站在行业金字塔尖上的大型、超大型物流企业。如中外运、中远集团等。

2. 资产专用性低、交易实物量大的功能型企业

这类企业是大量的为生产、零售企业提供物流服务的中小型企业,如我国传统的仓储、运输、货代企业。

3. 资产专用性低、交易实物量小的区域型企业

这类企业是电子商务发展过程中快速兴起的大量中小型企业。与前面两类企业明显不同的是,它们的主要顾客是家庭或个人,以顾客的个性化商品为主要服务载体,也有的以企业办公用品、零配件、飞机票、火车票为服务载体。

4. 资产专用性高、交易实物量小的网络型企业

这类企业拥有自己独立的遍布全国甚至全球的物流网络,有较长的发展历史,对货物能实行一站式托运。这类企业与第一、第二类企业的最大区别在于物流服务载体主要以企业办公用品、文件、包裹为主,有的也面对家庭和个人,货物实体都较少;相对而言,物流系统中运载工具、仓储设施、装卸搬运机器没有第一类企业的那么庞大,但信息处理能力较强,速度较快。

二、不同类型企业的发展模式

1. 综合型企业的发展战略

综合型企业的特点是资产专用性高,规模庞大,有良好的仓储运输设备和遍布全国的网络体系,也有一支经验丰富的业务队伍,信息技术也较为发达,对货物能实现一站式托运。因此,综合型企业的发展策略多重视资产专用性的巩固与提高,提升规模经济效应,强化自己的垄断力量,确保自己的行业寡头地位,在向现代物流企业转变的过程中发挥自己的行业寡头规模优势。

2. 功能型企业的发展战略

如前所述,我国传统的物流企业多为功能型企业,特点主要表现在为客户提供的服务功能较为单一、分散,大量的提供运输、仓储服务,服务功能集成度不高,难以满足工商企业一票到底的服务要求。因此,功能型企业应集中有限资源,与工商企业结盟,为其提供集成物流服务。

3. 区域型物流企业的战略

区域型物流企业是伴随电子商务出现而发展起来的物流企业,起步晚,规模小,经营资源数量和质量都受到限制。因此,企业发展多采取在特定功能或者特定物流活动集中于特定顾客层提供附加服务,以实现差异化战略。目前,这方面比较突出的物流服务主要有搬家物流服务、鲜花递送服务、网上订书服务等个性化消费品的配送服务。由于这类商品配送的时效性强,而物流企业网络化程度低,因此,物流企业的配送范围往往局限于特定的区域,如“e国”的一小时送货上门服务就只在北京开展。

4. 网络型物流企业的战略

网络型物流企业的特点是:有庞大、健全的物流网络,信息处理能力强,以小宗商品的配送为服务内容,特别适合网上消费品多频次、小批量的配送服务要求。因网上消费品的需求有进一步增长的趋势,故此,网络型企业主要采用的发展战略是:不断扩大原有服务范围,积极开拓新的经营领域,为区域经济服务。

第三节 第三方物流的运作模式

一、综合物流代理

第三方物流被看做是企业与其顾客和供应商相联系的能力。来自顾客和有关顾客的信息,通过销售活动、预测及其他各种形式传遍整个企业,然后将这种信息提炼成具体的制造计划和采购计划。通过制造支持,被启动的增值存货流最终将制成品的所有权转移给顾客。于是,该过程被看成是具有相互关系的两种努力,即存货流和信息流。

(一) 存货流

物流的作业管理涉及材料和制成品的运输和储存。它始于供应商那里运送材料和零部件,终止于将商品配送给顾客。

1. 配送支持

在实物配送中,顾客是营销渠道的最终目的地。在这一渠道中产品的可得性是最关键的组成部分,因为物流代理商一般不保有存货,它必须依赖商品的可得性来承担市场的营销责任。

2. 制造支持

制造物流的主要任务就是参与制定主生产计划,并确保原材料、零部件和在制品存货的及时可得性。

3. 采购支持

购买支持涉及购买和安排原材料、零部件或制成品存货从供应商到制造或装配工厂、仓库或零售商店的内部运输。购买支持所涉及的是确保在需要的时候和需要的地方所期望的各种材料的可得性。配送支持所涉及的则是外向的产品装运,采购支持所涉及的则是内向的材料获取、分

拣和包装。

(二) 信息流

信息流用于鉴别各种需求在一个物流系统内所处的具体位置,物流信息涉及两种主要类型的流动,即协调流和作业流。

1. 协调流

协调具体表现在以下几个方面:战略目标、能力限制、存货配置、采购需求、存货需求、制造需求和预测等。协调的目标是要把制造商各种具体活动综合起来,以便于实现供应链的综合表现。只有实现高度的协同,才能避免无效作业和过度存货。

2. 作业流

如何接收、处理和按需求装运存货,对物流作业做出具体指导,是信息需求的又一重大方面。物流作业上的信息需求用于管理订货、订货处理、配送作业、存货管理、运输和装运及购买等六个基本作业。作业信息的目标是要提供履行配送支持、制造支持和采购支持所需的数据。

二、配送中心模式

1. 配送中心的类型及功能

不同配送中心的具体形态不同,所需的作业流程也不尽相同,但所有的配送中心都有一个一般模式,如图 1-1 所示。

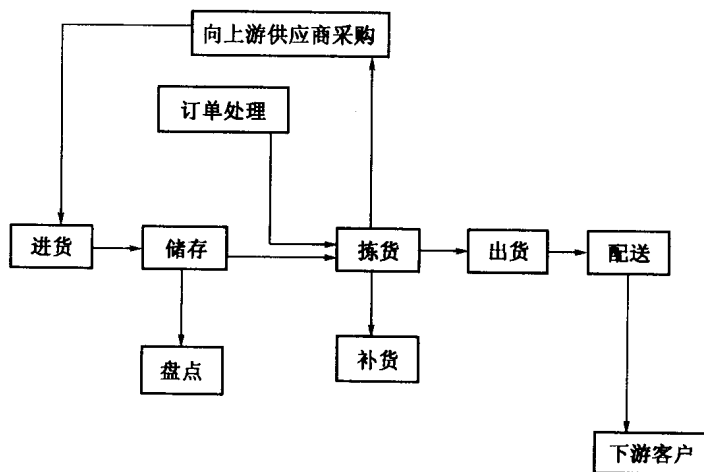


图 1-1 配送中心的作业流程

2. 配送中心的作业

配送中心的作业流程简介如下:

(1) 进货作业。对货品做实体上的接收,从货车上将其卸下,并核对该货品的数量及状态(数量检查、品质检查、开箱等),然后记录必要信息或录入计算机。

(2) 搬运。将不同散装、包装或整体之原材料、半成品或产成品,在平面垂直方向加以提起、放下或移动,可能是要运送,也可能是要重新摆置物料,而使货品能适时、适量移至适当位置或场