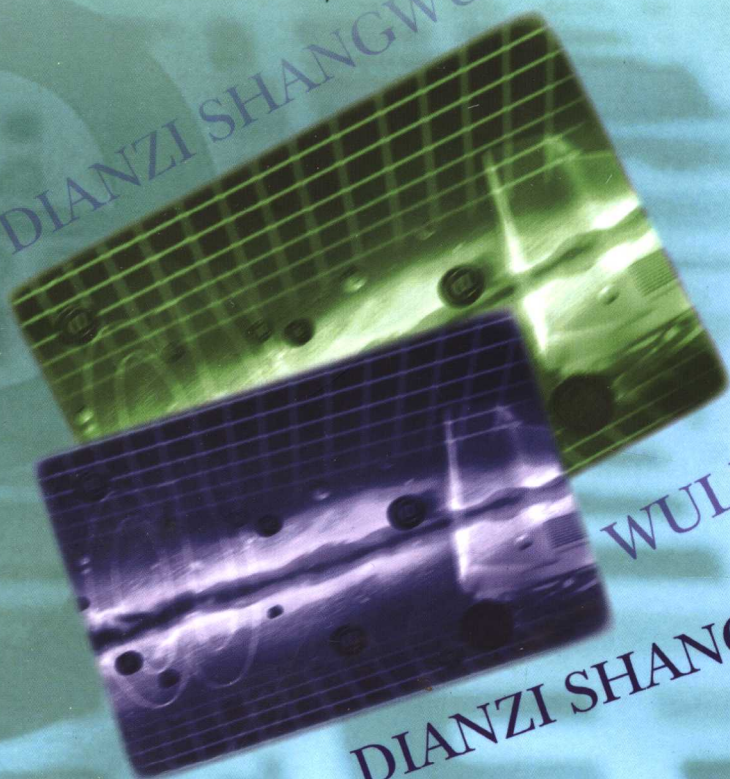


全国高等职业教育电子商务专业规划教材

电子商务物流管理

◆ 陈修齐 主编
◆ 代海涛 苏丽琴 副主编

DIANZI SHANGWU



WULIU GUAN

DIANZI SHANGWU



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

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

全国高等职业教育电子商务专业规划教材

电子商务物流管理

陈修齐 主 编

代海涛 副主编

苏丽琴

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

全书共分 8 章。主要阐述了电子商务与现代物流的关系、电子商务物流信息技术、电子商务物流的功能及物流模式、物流服务与成本管理、供应链管理理论与方法研究等。

本书可作为高等职业技术学院、高等专科学校三年制(二年制)电子商务、物流管理等专业或相关专业学生使用,也可作为电子商务与物流理论研究者 and 实际工作者的阅读参考书。

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

电子商务物流管理 / 陈修齐主编. — 北京: 电子工业出版社, 2006.1
(全国高等职业教育电子商务专业规划教材)

ISBN 7-121-02013-0

I. 电… II. 陈… III. 电子商务—物流—物资管理—高等学校: 技术学校—教材 IV. ①F713.36
②F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 143969 号

责任编辑: 张云怡 特约编辑: 尹杰康

印 刷: 北京季蜂印刷有限公司

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

经 销: 各地新华书店

开 本: 787×1092 1/16 印张: 16.25 字数: 402 千字

印 次: 2006 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 5 000 册 定价: 22.00 元

凡购买电子工业出版社的图书,如有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系。联系电话:(010)68279077。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。

出版说明

随着中国加入世界贸易组织和改革开放的不断深入，中国正逐步融入经济全球化的大潮中，经济体制的顺利转轨与行业技术的突飞猛进，为中国电子商务企业带来了前所未有的机遇与挑战。

高等职业教育是我国高等教育和职业教育的重要组成部分，在我国现代化建设中具有重要的战略地位。近年来，我国高等职业教育迅速发展，为社会培养了大批高等技术应用型专门人才，满足了社会和经济发展的需要。

为了适应我国职业教育改革和社会发展的需要，电子工业出版社对有关院校相关专业的课程设置进行了广泛的调查研究，并于2005年5月组织全国数十所高等职业院校，在上海召开了“全国高等职业教育电子商务专业规划教材研讨会”，确定了相关的主干教材10余种。与会代表多是所在学校的领导和业务骨干，具有丰富的教学经验、实践经验和编写教材的经验。

本套教材体现了高等职业教育改革的方向，以培养岗位技术人员的综合能力为中心，淡化理论、强化应用，突出职业教育的教育特色，并且根据教育部制定的“高职高专教育课程教学基本要求”，将传统课程重新组合，缩短教学课时，力求突出应用性、针对性、岗位性和专业性等特点。

本套教材在内容编排上以能力为单位模块，强调实用原则；书中实例完整，注重原理和方法的应用，以提高对高职学生技能的培养。同时将学历课程与资格应试结合，满足目前大多数高等职业院校学生毕业时对毕业证与资格证或上岗证的要求。本套教材力求内容新颖性，紧跟国内外电子商务的最新进展，同时兼顾电子商务法的最新内容。本套教材均配套教学参考资料，为高职师生的教与学提供方便和帮助。

本套教材的出版对于高等职业教育的改革和高等职业专门人才的培养将起到积极的推动作用。对于教材中所存在的一些不尽如人意之处，将通过今后的教学实践不断修订、完善和充实，以便我们更好地服务于高等职业教育。

电子工业出版社
高等职业教育教材事业部
2005年10月

前 言

进入 21 世纪以来, 由于电子商务的飞速发展, 全球物流业方兴未艾, 与此同时, 电子商务向物流业提出了新的挑战。首先, 由于通过互联网的客户可以直接面对销售商并获得个性化的服务, 所以传统的物流渠道必须进行企业组织重组, 消除不必要的流通环节, 增加适合网络经济要求的物流运行机构; 其次, 网上交易的“零距离”很难被带入流通领域, 物流始终是电子商务的瓶颈问题之一。在网上交易日趋火爆的今天, 知识密集型、可信息化的产品网上交易日益扩张, 这些已经数字化的产品, 如书报、软件、音乐等, 其物流系统在信息业迅速发展中将逐渐与网络系统重合并最终被后者取代。但对于多数产品和服务来说, 仍然要经过由商品实体化的流通渠道, 如何实现网上购物后迅速组织物流, 满足电子商务环境下用户的购物需求, 是新兴物流业正在逐步探索的问题。

近年来, 人们十分强调电子商务中信息流和资金流的电子化、网络化, 而忽视了物流的电子化过程, 到目前为止, 对于大多数商品和服务来说, 物流仍然可以经由传统的营销渠道来进行。随着电子商务的进一步推广与应用, 物流对电子商务活动的重要性日益明显, 因为电子商务的任何一笔网上交易, 都必须涉及信息流、商流、资金流和物流等几种基本的“流”, 而物流作为整个交易的最后一个过程, 其执行结果的好坏将对电子交易的成败起到十分重要的作用。电子商务作为网络时代一种全新的交易模式, 相对于传统交易方式是一场革命。但是, 电子商务必须有现代化物流技术的支持, 才能体现出其无可比拟的先进性和优越性, 在最大程度上使交易双方得到便利, 获得效益。因此, 只有大力发展作为电子商务重要组成部分的现代化物流, 加强现代物流专门人才的培养和培训, 电子商务才能得到更好地发展。

《电子商务物流管理》一书正是在此背景下组织编写的。本教材作为 21 世纪高职高专电子商务专业统编规划教材, 主要供各高等职业技术学院、高等专科学校三年制电子商务、物流管理等专业或相关专业学生使用(编写时也考虑两年制的教学设计)。教材以电子商务条件下现代物流活动过程及其管理为主线, 按照先总后分再总的逻辑展开编写, 全书共有 8 章, 主要内容包括: 电子商务与现代物流; 电子商务物流信息技术; 电子商务物流的功能(上); 电子商务物流的功能(下); 电子商务下的物流模式; 物流服务与成本管理; 供应链管理基础理论; 供应链管理方法研究。在教材的编写过程中, 力求做到兼顾思想性、时效性、应用性、特色性、启发性和规范性。为便于学习, 教材每章正文前给出学习目标, 便于学生弄清重点、难点; 在每章正文后都附有本章小结、精选的若干案例和复习思考题供学生学习思考。

本教材由福建信息职业技术学院陈修齐副教授担任主编, 吉林农业科技大学的代海涛副教授和华北科技学院的苏丽琴副教授担任副主编。本教材的写作大纲由陈修齐和参编各位老师共同拟定, 各章的初稿分别由下列人员提供: 陈修齐(第 3、4 章); 代海涛(第 1、2、5 章); 苏丽琴(第 7、8 章); 唐山职业技术学院的孙彦东老师(第 6 章)。全书由陈修齐总纂定稿。

本书得到了兄弟院校领导、专家的大力支持和帮助，在编写过程中，编者参考并引用了国内外相关专家、学者在现代物流与电子商务领域内的最新理论研究成果。在此，我们表示衷心的感谢！

由于时间仓促，编者水平有限，书中难免存在错误或不足之处，恳请广大读者批评指正。

编 者

2005年10月

目 录

第 1 章 电子商务与现代物流	(1)
1.1 物流概述	(1)
1.1.1 物流的概念	(1)
1.1.2 物流的分类	(2)
1.1.3 物流的作用与功能	(5)
1.1.4 物流科学	(8)
1.2 物流管理	(9)
1.2.1 物流管理的含义及其原则	(9)
1.2.2 物流管理的特点	(10)
1.2.3 物流管理的内容	(11)
1.2.4 物流管理的目标	(12)
1.3 电子商务与物流	(12)
1.3.1 电子商务与物流的关系	(12)
1.3.2 物流在电子商务中的地位与作用	(15)
1.3.3 电子商务物流	(16)
1.3.4 电子商务物流的特点与发展趋势	(16)
1.3.5 我国电子商务物流的现状与发展对策探讨	(20)
本章小结	(22)
复习思考题	(23)
案例分析	(24)
第 2 章 电子商务物流信息技术	(29)
2.1 物流信息	(29)
2.1.1 物流信息在电子商务物流中的地位	(29)
2.1.2 电子商务物流信息的特征	(29)
2.1.3 电子商务物流信息的作用	(30)
2.1.4 电子商务物流信息的种类	(31)
2.1.5 电子商务物流信息的收集与传递	(32)
2.2 EDI 技术	(33)
2.2.1 EDI 的简介	(33)
2.2.2 EDI 标准	(37)
2.2.3 EDI 环境	(38)
2.2.4 EDI 中心	(39)
2.2.5 EDI 的效益	(40)
2.2.6 EDI 在现代物流中的应用	(41)
2.3 条形码技术和 POS 系统	(43)

2.3.1	条形码技术概述	(43)
2.3.2	商品条码	(46)
2.3.3	POS 系统	(48)
2.3.4	物流条码	(50)
2.3.5	二维条码	(53)
2.4	GIS 技术	(55)
2.4.1	GIS 的含义	(55)
2.4.2	GIS 在物流中的应用	(56)
2.5	GPS 技术	(56)
2.5.1	GPS 简介	(56)
2.5.2	GPS 的内容	(57)
2.5.3	GPS 系统在物流领域的应用	(58)
	本章小结	(60)
	复习思考题	(60)
	案例分析	(61)
第 3 章	电子商务物流的功能 (上)	(64)
3.1	电子商务条件下的采购管理	(64)
3.1.1	采购管理概述	(64)
3.1.2	基于互联网的采购管理	(65)
3.1.3	网上采购管理与传统采购管理的差异	(66)
3.1.4	电子商务条件下的订单管理	(67)
3.2	电子商务条件下的生产物流管理	(68)
3.2.1	生产物流概述	(68)
3.2.2	生产物流的类型	(69)
3.2.3	生产物流的特征	(70)
3.2.4	生产物流的计划与控制	(72)
3.2.5	物料需求计划 (MRP)	(74)
3.2.6	准时制生产物流 (JIT)	(77)
3.3	电子商务条件下的库存管理	(79)
3.3.1	库存概述	(79)
3.3.2	库存管理的目标和效率	(80)
3.3.3	库存控制方法	(82)
3.3.4	零库存管理	(84)
3.3.5	基于互联网的库存管理	(85)
3.4	电子商务条件下的装卸搬运	(86)
3.4.1	装卸搬运的概念	(86)
3.4.2	装卸搬运的作用	(87)
3.4.3	活性指数	(88)
3.4.4	装卸搬运技术与设备	(89)

3.4.5 装卸搬运管理	(91)
本章小结	(92)
复习思考题	(92)
案例分析	(93)
第4章 电子商务物流的功能(下)	(99)
4.1 运输	(99)
4.1.1 运输概述	(99)
4.1.2 运输的功能	(100)
4.1.3 运输方式	(101)
4.1.4 运输方式的合理化选择	(103)
4.1.5 运输合理化的途径	(107)
4.1.6 基于互联网的运输管理	(109)
4.2 包装	(110)
4.2.1 包装概念	(110)
4.2.2 包装类型	(110)
4.2.3 包装技术	(111)
4.2.4 包装标志	(112)
4.2.5 电子商务条件下的包装管理	(115)
4.2.6 包装的合理化与发展趋势	(117)
4.3 电子商务配送与配送中心	(119)
4.3.1 电子商务配送概述	(119)
4.3.2 电子商务物流配送管理的目标	(121)
4.3.3 配送中心概念	(122)
4.3.4 配送中心的类型	(122)
4.3.5 配送中心的地位和作用	(124)
4.3.6 配送中心的功能	(125)
4.4 电子商务物流配送的过程管理	(127)
4.4.1 电子商务物流配送实施过程	(127)
4.4.2 电子商务物流配送的运作程序	(128)
4.4.3 电子商务物流配送的过程管理	(129)
4.4.4 电子商务配送合理化	(130)
本章小结	(134)
复习思考题	(134)
案例分析	(135)
第5章 电子商务下的物流模式	(140)
5.1 第三方物流	(140)
5.1.1 物流一体化	(140)
5.1.2 第三方物流概况	(140)
5.1.3 第三方物流与物流一体化	(142)

5.1.4	适合我国国情的第三方物流	(142)
5.2	电子商务时代国际物流	(145)
5.2.1	电子商务时代国际物流的概念和特点	(145)
5.2.2	国际物流系统	(146)
5.2.3	国际物流组织和管理	(148)
5.3	新型物流	(152)
5.3.1	第四方物流	(152)
5.3.2	电子物流	(155)
5.3.3	绿色物流	(157)
	本章小结	(159)
	复习思考题	(160)
	案例分析	(161)
第6章	物流服务与成本管理	(163)
6.1	物流服务管理	(163)
6.1.1	物流服务概念	(163)
6.1.2	影响物流服务的因素	(164)
6.1.3	物流服务内容	(166)
6.1.4	物流服务的实施	(167)
6.1.5	将 CRM 运用于物流服务管理	(170)
6.2	物流成本管理	(171)
6.2.1	物流成本的概念	(171)
6.2.2	物流成本的特点	(172)
6.2.3	物流成本的构成、分类	(173)
6.2.4	影响物流成本的因素	(175)
6.2.5	降低物流成本的途径	(176)
6.3	物流质量管理	(178)
6.3.1	现代企业物流质量管理概述	(179)
6.3.2	现代企业物流质量管理的主要内容	(180)
6.3.3	物流质量指标体系	(181)
6.3.4	物流质量体系认证	(183)
6.4	物流标准化	(185)
6.4.1	物流标准化的概念	(185)
6.4.2	物流标准化的意义	(186)
6.4.3	物流标准的种类	(187)
6.4.4	物流标准化的方法	(189)
	本章小结	(191)
	复习思考题	(191)
	案例分析	(192)

第 7 章 供应链管理基础理论	(197)
7.1 供应链概述	(197)
7.1.1 供应链管理思想的产生和发展过程	(197)
7.1.2 供应链的概念	(199)
7.1.3 供应链的结构模型	(199)
7.1.4 供应链术语解释	(200)
7.1.5 供应链的特征	(201)
7.1.6 供应链的类型	(202)
7.1.7 供应链上的五种流及支持要素	(204)
7.2 供应链管理概述	(205)
7.2.1 供应链管理的实践发展历程	(205)
7.2.2 供应链管理的定义	(207)
7.2.3 供应链管理的特点	(207)
7.2.4 供应链管理的本质目标	(208)
7.2.5 供应链管理流程	(209)
7.2.6 供应链管理实施的基本步骤	(210)
7.2.7 供应链管理与传统企业管理的区别	(211)
7.2.8 供应链管理与企业经营战略的关系	(212)
7.3 供应链管理中的物流管理	(213)
7.3.1 供应链管理与物流管理的关系	(213)
7.3.2 供应链管理中物流管理的基本功能	(214)
7.3.3 供应链管理中物流管理的目标与要求	(216)
本章小结	(216)
复习思考题	(217)
案例分析	(218)
第 8 章 供应链管理方法研究	(224)
8.1 快速反应 (Quick Response, QR)	(224)
8.1.1 QR 模式产生的背景	(224)
8.1.2 QR 的定义	(224)
8.1.3 成功实施 QR 的条件	(225)
8.1.4 实施 QR 的三个阶段	(226)
8.2 高效客户反应 (Efficient Customer Response, ECR)	(228)
8.2.1 ECR 出现的背景	(228)
8.2.2 ECR 定义	(228)
8.2.3 ECR 的要素	(229)
8.2.4 实施 ECR 的办法	(229)
8.2.5 实施 ECR 的好处	(230)
8.3 QR 与 ECR 的比较	(231)
8.3.1 QR 与 ECR 的共同之处	(231)

8.3.2 QR 与 ECR 的区别.....	(232)
8.4 我国供应链管理面临的问题.....	(232)
8.4.1 供应链管理存在的普遍问题及趋势.....	(232)
8.4.2 我国供应链管理的基本情况.....	(234)
8.4.3 我国供应链管理存在的主要问题.....	(235)
8.4.4 我国供应链管理的对策.....	(238)
本章小结.....	(241)
复习思考题.....	(242)
案例分析.....	(243)
参考文献	(246)



第1章 电子商务与现代物流

【学习目标】

通过本章的学习，了解物流概念的产生与发展过程；理解物流的含义与类型，物流的基本功能与作用，物流管理的含义、特点及其内容；掌握电子商务物流的概念及电子商务物流的发展趋势。

1.1 物流概述

1.1.1 物流的概念

1. 物流概念的产生与发展

1965年，美国决策论学派的创始人西蒙（Herbert A.Simon）指出，对于正在迅速发展的领域，应该重点介绍它的概念和发展历史。物流学术界对物流概念的产生和发展主要有以下几种观点。

物流（Physical Distribution——PD，直译为实物分配）一词最早出现于美国，1915年，阿奇·萧在《市场流通中的若干问题》一书中明确地将企业的流通活动分为创造需求的活动和物流活动，指出“创造需求与实物供给的各种活动之间的关系……说明（这些活动之间）存在平衡性和相互依赖性两个原则”，“物流（The Physical Distribution of Goods）是与创造需求不同的一个问题……流通活动中的重大失误都是因为创造需求与物流之间缺乏协调造成的”。文中提到的“平衡性”、“相互依赖性”、“协调”等正是物流理论与实践的基础。此时的物流指的是销售过程中的物流。

二战中，围绕战争供应，美国军事部门运用它所研发的“后勤管理”（Logistics Management）方法对军需物资的采购、运输、仓储、分发进行统筹安排和全面管理，取得显著效果。战后“后勤管理”被引入经济部门，应用于流通领域和生产经营管理全过程中所有与物品获取、运送、存储、分配有关的活动。此时的后勤包含了生产过程和流通过程的物流，是一个范围更广泛的物流概念。现在欧美国家多数把物流称做 Logistics，它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。

在日本，开始接触物流概念是20世纪50年代末的事情。1956年10月，日本生产效率本部（现社会经济生产效率本部）派流通技术专业考察团访问美国，回国后在《流通技术》杂志上发表的报告书中，首次提到了“Physical Distribution”的概念。当时是直接使用英语原词，以后的相当长一段时间内，“Physical Distribution”一直没有能被译成合适的日语，只是用缩写PD表示。直到1965年前后，才被正式翻译成“物的流通”。日本著名学者、被称为物流之父的平原直就用“物流”这一更为简捷的表达方式代替“物的流通”，之



后迅速地被广泛使用。在国外“物流”也称为“供应链管理”。

我国是在 20 世纪 80 年代才开始接触物流这个概念的，物流是作为一个经济学的概念通过日本引入我国的。企业对物流的需求并不是与生俱来的，只有当企业足够壮大、业务日趋复杂时，才会对现代的物流提出要求。可以说，物流问题的出现是企业经营管理“成长中的烦恼”。物流既是当代运输服务新理念的产物，也是一个科学化和系统化的业务领域。从概念范畴上讲，物流包含配送，物流业则是专门从事物流活动的行业。从企业销售成本和商品价格组成角度考察，物流业潜藏着巨大的商机。

2. 物流的定义

尽管物流概念已被广泛使用，但是，对于物流的理解会因所处的立场不同而有所差异。本书以国家标准定义的物流术语为准，所谓物流（Logistics）是指物品从供应地向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。

1.1.2 物流的分类

1. 按照物流活动的地域范围分类

按照物流活动的地域分类如下：

（1）国际物流。国际物流是伴随国际间投资、贸易活动和其他国际交流所发生的物流活动。由于战后国际投资和贸易壁垒减少，国际分工日益深化，国际贸易规模迅速扩大，经济全球化和区域经济一体化速度加快，国际物流成为现代物流系统中发展最快、规模最大的一个物流领域，因特网这一新型无国界信息媒介的扩展和电子商务的推广应用，将进一步推动国际物流效率的提高、规模的扩大。

（2）国内物流。相对于国际物流而言，国内物流是发生在一个国家范围内的物流活动。由于国家主权的权威性和独立性，政府在一国领土内拥有毋庸置疑的政治、经济控制力，国内物流活动处于同一法律、规章、制度之下，加上受相同文化及社会因素的影响，各地经济发展水平比较相近，企业处于基本相同的科技水平和装备水平之中，因而，各国物流往往有其自身的特点。研究各个国家的物流，找出其区别及差异所在，找出其连接点和共同因素，这是研究国际物流的重要基础。物流行业有一般性的运行规律，有自己的共性，但不同国家物流有其特殊性，例如日本作为海岛国家，其物流体系中海运占有非常突出的地位，同时因为国土狭小，覆盖全国的配送系统也很有特点；美国物流中，高速公路集装箱运输的作用非常突出，远远超过铁路运输的作用；欧盟各国由于一体化经济和政治进程的推动，物流业中各国分工的特点比较突出。这种比较研究不但对认识各国的物流特点有帮助，而且能博采众长，学习借鉴各国成功经验，促进本国物流业发展。日本便是在认真研究美国物流经验的基础上，通过吸收、消化，发展本国独具特色的物流体系。

（3）城市物流。城市物流是以一个城市为地理区域进行的物流活动。由于城市具有经济中心、信息中心、交通枢纽等重要地位和人口密集的特点，使一个城市及其周边地区往往形成中等或小型规模的经济地域，成为参与国内分工、国际分工的中坚经济基础。城市



经济区域的运作和发展有赖于物流系统的高效运行。

城市物流要研究的问题很多,例如,城市发展规划中的物流体系,不但要直接规划物流设施及物流项目,如公路、桥梁、车站、机场、货场、仓库等,以减少交通拥挤、交通事故和环境污染,而且要以物流为约束条件,规划整个市区布局,如工厂区、生活住宅区、商业区、文化娱乐区等。整个城市的经济活动、生活活动都是以物流为依托的,所以城市物流还要研究城市生产、生活所需物资如何流入,如何以更有效形式供应给工厂、学校、商店和家庭,城市大规模的生产和生活消费所形成的废物又如何组织物流回收处理等。城市物流系统已成为世界各大城市规划和建设要研究的一项重点内容。

2. 按照物流活动的内容分类

按照物流活动的内容分类如下:

(1) 一般物流。一般物流是指具有普遍适应性的物流活动。由于物流活动是全社会各行各业和居民生活都离不开的活动,因此,物流系统的建立,物流活动的开展必须具有较强的普遍适用性。建立社会物流系统的基础和出发点应立足于此,否则,物流系统有很大的局限性、很低的适应性,物流活动对国民经济和社会的作用便大大减弱了。一般物流要着眼于物流的一般规律,建立普遍适用的物流标准化系统、研究物流的共同功能要素、物流系统与其他系统的轻松衔接、物流信息系统及管理体制的统一性等。

(2) 特殊物流。特殊物流是指在专门领域、特殊行业发生的物流活动。特殊物流在遵循一般物流规律的基础上,还有自身的特殊制约因素、特殊应用领域、特殊管理方式、特殊劳动对象、特殊装备特点等。特殊物流活动的产生是社会分工深化、物流活动专业化和精细化的产物,特殊物流的研究对推动现代物流的发展有积极作用。特殊物流可进一步划分:按劳动对象的特殊性可划分为石油及成品油物流、煤炭物流、化肥物流、危险品物流等;按服务方式不同可划分为“门到门”的一贯物流、配送等;按装备及技术不同可划分为集装箱物流、托盘物流等;在特殊的物流领域有军物流、废弃物物流等。

3. 按照物流活动在供应链中的作用分类

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而创造价值、连接上游与下游而形成的组织网络。为了提高效率、降低成本,供应链中的物流活动应按照专业化原则进行组织,即在整个供应链上,可以有不同类型的物流。

(1) 供应物流。为生产企业、流通企业或消费者购入原材料、零部件或商品的物流过程称为供应物流,也就是商品生产者、持有者至使用者之间的物流。企业供应物流不仅要实现保证供应的目标,而且要在低成本、少消耗、高可靠性的限定条件下来组织供应物流活动。现代物流学就是基于非短缺商品市场这样一个宏观环境来研究物流活动的。在这种市场环境下,供应数量的保证是容易做到的,而企业竞争的关键则在于如何降低这一物流过程的成本。为此,企业供应物流就必须解决有效的供应网络、供应方式和零库存等问题,为生产企业提供原材料、零部件或其他物品,使物品在提供者与需求者之间实现流动。

(2) 生产物流。生产物流是指从企业的原材料购进入库起,直到企业产品库的产品发送为止这一全过程的物流活动。生产物流是制造企业所特有的,它与生产流程同步。人们在研究生产活动时,往往注重一个一个的生产加工过程,而忽视了将每一个生产加工过程



串联在一起、并又和每一个生产加工过程同时出现的物流活动。实际上，一个生产周期，物流活动所用的时间往往多于实际加工的时间。因此，生产物流合理化对工厂的生产秩序和生产成本有很大的影响。目前，制造型企业的物流系统有两种：一种是为制造活动提供支持的物流，它的功能要求与供应物流相同；另一种则是为制造商的产品分销提供支持的物流。国内外的应用实例都表明，制造商自己直接建立分销网络的情况越来越普遍，其市场覆盖面要广，分销能力要强，市场信息的收集与传递要及时，因此要求在区域市场上运输和配送商品的能力要很强，需求预测及订单处理功能要完善。

(3) 销售物流。销售物流是指企业为保证自身的经营利益，伴随销售活动将产品所有权转给用户的物流活动。在现代社会中，市场环境是一个完全的买方市场，因此销售物流活动便带有极强的服务性，以满足买方的要求，最终实现销售。在这种市场前提下，销售往往以送达用户并经过售后服务才算终止，因此销售物流的空间范围很大。企业销售物流的特点就是通过包装、送货和配送等一系列物流实现销售，这就需要研究送货方式、包装水平及运输路线，并采取各种诸如少批量、多批次、定时、定量配送等特殊的物流方式达到目的，因而其研究领域是很宽的。

(4) 分销物流。专业批发业务的物流作业具有大进大出和快进快出的特点，它强调的是批量采购、大量储存及大量运输的能力，大型分销商需要大型的仓储和运输设施。另外，分销商属于中间商，需要与上游和下游进行频繁的信息交换，需要具有良好的信息接口和高效的信息网络。

(5) 回收物流。回收物流是指不合格物品的返修、退货，以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。企业在生产、供应以及销售活动中总会产生各种边角余料和废料，这是要回收并加以利用的，例如旧报纸、书籍通过回收、分类可以再制成纸浆加以利用，特别是金属废弃物，由于具有良好的再生性，可以回收并重新熔炼成有用的原材料。而且，在一个企业中，若回收物品处理不当，不仅会占用很大的空间，同时还会影响整个生产环境，甚至影响产品质量。

(6) 废弃物流。废弃物流是指对企业排放的无用物进行运输、装卸和处理的物流活动。生产和流通系统中所产生的无用的废弃物，如开采矿山时产生的土石，炼钢生产中的钢渣、工业废水，以及其他一些无机垃圾等，如果不妥善处理，不但没有再利用价值，还会造成环境污染，就地堆放会占用生产用地以致妨碍生产。对这类物资的处理过程产生了废弃物流的需要。废弃物流一般没有经济效益，但却具有不可忽视的社会效益。

4. 按照物流活动的主体分类

按照物流活动的承担主体，可以划分为企业自营物流、专业子公司物流和第三方物流。这三种物流形态目前在市场上共同存在，它们的成长、变化过程反映了现代物流社会化发展的一种变化趋势。

(1) 企业自营物流。在计划经济体制下，大多数企业都是采用“以产定销”的经营方式，因此其物流运作的规模、批量、时间都是在计划指导下进行的，企业自备车队、仓库、场地、人员，自给自足地自营物流的方式成为传统企业物流的主体。随着计划经济向市场经济的转轨，市场调节能力不断增强，“以销定产”成为企业新的运作模式。小批量、多品种、高速度和准时供货等市场需求对新型物流提出了更高的要求。现在一些企业明显地感



到灵活多变的物流运送需求和居高不下的物流成本正在逐渐成为企业竞争中的压力，为了从物流成本和速度需求的双重枷锁下解放出来，许多企业开始寻求更好的解决途径。

(2) 专业子公司物流。物流专业子公司一般是指从企业传统物流运作功能中剥离出来，成为一个独立运作的专业化实体，它与母公司（或集团）之间的关系是服务与被服务的关系。它以专业化的工具、人员、管理流程和服务手段为母公司提供专业化的物流服务。与传统的企业自营物流相比，专业化子公司更加注重对物流过程一体化的管理和物流资源的合理化配置，能使物流效率最大化，并能有效地控制总成本达到最低水平。一些规模较大的专业化子公司还可利用自身的专业化优势为同行业的其他企业提供第三方物流服务。

(3) 第三方物流。第三方物流是指企业为了更好地提高物流运作效率及降低物流成本，而将物流业务外包给第三方物流公司的做法。这是跨国公司管理物流的通行做法。按照供应链理论，将非核心业务外包给在该领域具有专长或核心竞争力的专业公司互相协调和配合来完成，这样所形成的供应链具有最大的竞争力。第三方物流企业应站在货主的立场，以货主企业的物流合理化为设计物流系统运营的目标。它同货主企业的关系应是密切、长期的合作关系，而不是零星的业务往来。通过第三方物流企业提供的物流服务，有助于促进货主企业的物流效率和物流合理化。在我国发展现代物流的过程中，第三方物流将成为未来较大的市场潜在需求。

1.1.3 物流的作用与功能

1. 物流的作用

(1) 保证生产的顺利进行。在市场经济中，商品生产者只有通过流通领域把产品售出，才能补偿成本，获得利润，维持简单再生产或进行扩大再生产，而物流是交换顺利完成的必备条件。生产厂商一方面要出售自己的产品，即通过流通实现产品的价值补偿和增值，另一方面还要从市场获取自己所需的生产工具、零部件和原材料，这种生产消费需求也必须通过物流活动来满足。没有物流，现代生产就无法进行，物流的规模和技术水平在一定程度上制约着生产的发展。

(2) 满足居民的生活消费要求。居民的生活消费用品，绝大多数都要通过物流渠道从市场获得。要满足居民不断提高的消费品需求，生产部门必须生产出质量更好、数量更充足、品种更丰富的商品，同时物流部门必须提供充足、高效的储运服务，才能把满足消费者需求的产品及时、快捷、准确无误地运送到消费者手中。生产产品要转变为居民的实际消费品必须通过物流环节来实现，因此物流的能力和技术装备决定了消费者可选择的商品品种范围，物流的质量决定了消费者购买商品的方便性、安全性和满意程度，物流的效率也在一定程度上影响了消费者采购商品的资金成本与时间成本。总之，物流业的发展水平直接影响到市场所能提供的消费品数量、品种、档次及价格，从而影响着居民消费的层次、质量及丰富程度。

(3) 调节产需，平衡供求。国民经济运行是一个动态的过程，资源、技术及消费需求的变化会不断造成经济运行中的不平衡，从而要求阶段性的供求调整。由于生产和消费本身的特点造成的季节性与常年性的矛盾也需要物流活动来解决，物流业的仓储功能使其可