

流通现代化与国际化丛书

何明珂等
编著



现代物流与配送中心： 推动流通创新的趋势

中国商业出版社

F56

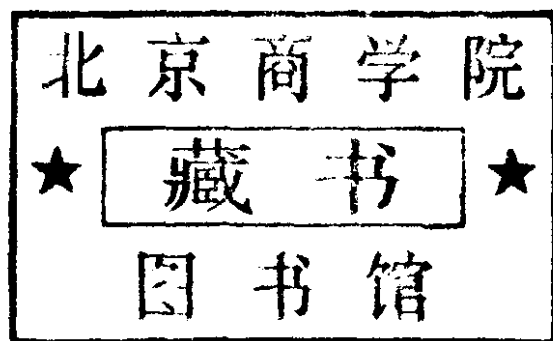
F52

16

《流通现代化与国际化》丛书

现代物流与配送中心： 推动流通创新的趋势

SX06/01 何明珂 等编著



北京商学院 09802199

5201

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代物流与配送中心：推动流通创新的趋势/何明珂等编著.
-北京：中国商业出版社，1997.4

ISBN 7-5044-3328-4

I. 现… II. 何… III. 商业流通-商业中心 N. F713

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 02439 号

责任编辑：乔 杰

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺1号)
新华书店北京发行所经销
北京东华印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开 7.625 印张 150 千字

1997 年 3 月第 1 版 1997 年 3 月第 1 次印刷

定价：11.00 元

(如有印装质量问题可更换)

《流通现代化与国际化》丛书

序

王 忠 禹

流通的现代化和国际化对我国实现两个根本性转变和 2010 年经济和社会发展的远景目标具有重要意义。当前我国国有企业改革已经进入关键时期，企业要真正转变观念，面向市场，适应发展社会主义市场经济新形势的要求，增强竞争能力，就必须潜心研究市场，选择先进的流通方式，实施正确的营销策略。流通的现代化和国际化则是企业成功进入国内市场和国际市场的必经途径。它对于推动企业加大开拓市场力度，实现集约化经营具有积极的作用。流通的国际化和现代化还是实现生产与流通、国内市场与国际市场有机结合的必要手段，将对改变我国传统的产销关系起到重要作用。特别是针对目前卖方市场转向买方市场的新形势，生产、流通企业必须及时转变观点，高度重视流通的地位和作用，努力推进增长方式转变，促进产品质量和经济效益的提高。现阶段我国流通产业发展滞后，流通的现代化和国际化程度较低，市场竞争能力弱，不能适应社会化大生产、大市场与大流通的需要，制约了经济运行的良性循环，迫切需要我们把流通体制的改革与流通产业的发展放到经济工作的重要位置，抓紧抓好，使流通产业在国民经济发展中真正起到先导作用，提高经济运行和经济增长的质量和效益。

流通现代化和国际化的内容十分丰富。其中，代理制、连锁

经营及配送制等现代流通组织形式和经营方式是适应市场经济发展需要的产物，是流通现代化的重点。而流通国际化则是市场经济发展的必然趋势。在面向本国市场的同时，还要积极开拓国际市场，这就要求我们在深入了解国际市场的基础上，发挥我国经济的比较优势，实施大经贸、大流通战略。改革开放以来，许多国际大财团、大公司、大商社看好中国市场，纷纷在我国设立机构开展经营活动。积极借鉴并大胆引进现代流通组织形式和经营方式，对加速我国流通现代化进程，实现两个根本性转变具有十分重要的意义。

随着世界经济一体化趋势的增强，流通在国际经济交往中的作用日益明显，流通的现代化和国际化程度在一定意义上决定了一国经济的整体竞争实力。姚成海同志牵头组织一批中青年学者、专家，搜集流通理论研究和实践方面的第一手资料，立足实践，潜心研究，编写了《流通现代化与国际化丛书》。这套书比较系统地介绍了流通现代化与国际化的理论知识，概括了目前世界流通产业发展的现状及其方向，从不同层次和多个角度深入探讨了我国实现流通现代化与国际化的途径，是理论与实践、国外经验与国内实际结合较好的一套丛书。这套丛书能对推动我国流通产业发展起到积极的作用。同时也希望在流通现代化和国际化方面有更多的新经验和研究成果问世。谨此为序。

《流通现代化与国际化》丛书

序

陈邦柱

当前我国流通产业的发展正处在重大转折时期,今后15年的战略目标以及两个根本性转变的目标,都对流通业的发展提出了新的要求。改革开放以来,我国流通产业的发展取得了巨大进步,商品流通业在整个经济发展中的地位和作用发生了根本性的改变,对整个国民经济的影响力明显增强。商品流通的规模迅速扩大。1979年至1995年社会消费品零售总额增长了16.3倍;市场形成价格的机制占据主导地位。目前,除少数关系国计民生的重要商品外,绝大部分商品价格已经放开;流通产业对国民经济发展和产业结构调整的相关作用日趋明显。“八五”期间我国消费品市场的增长已同步或略高于同期国民生产总值的增幅,经济增长已由原来的投资趋动逐渐转向消费趋动。现代市场经济体制的建立、发展和完善,本质上要求充分发挥商品流通对生产的导向作用。因此,研究如何发挥商品市场作为整个市场体系的基础性作用,实行流通产业的两个转变,从而推动整个经济体制和经济增长方式的转变,具有重要意义。

当今世界,经济贸易的发展上已超越了国界的限制,大市场、大流通已成为世界经济贸易发展的趋势。70年代以来,随着电子计算机的广泛应用,商品流通信息化作为带动流通领域技术进步的主流,引发了一场流通革命。这场革命对整个世界经济的发展

都起到了很大的促进作用。同时，随着世界经济区域化和一体化步伐的加快，流通国际化的程度日益加深。流通现代化和国际化紧密联系、相互促进。一个国家要想进入国际市场，必须运用国际上先进的科学技术成果，采用现代化的流通技术和流通手段，才能时刻把握世界市场的发展“脉搏”。一个国家也只有加入到国际大市场、大流通中去，才有可能了解到国际流通业的发展状况，及时掌握国际上最新、最先进的流通方法和手段，实现流通现代化。

科学技术是第一生产力，这一原理同样适用于流通领域。流通业通过把当代国际上先进的科学技术成果和现代经济学等社会科学的新成果，综合地、全面地运用于流通活动中及其经济管理与企业管理，并且广泛采用现代的电子计算机技术等现代化科学手段和方法，提高其国际竞争的水平。同样，市场开放和流通产业国际化是市场经济发展的必然要求和趋势。和平与发展是当今世界的主旋律，因此，抓住这一有利时机，发展大贸易、大流通，是增强国际竞争实力的有效途径。

我国流通产业的发展水平距离流通现代化和国际化的目标还有一定差距。从流通现代化的“硬件”看，虽然说在 3000 万个零售网点中，已有 60~70% 的大型商场拥有计算机，20% 的中小型商场拥有了计算机，但大多数企业的计算机运用仍停留在局部运用阶段；从“软件”看，我国流通行业的人员观念有待于进一步转变，总体素质不高，高水平的脑力劳动者为数极少，大约不到 10%。另一方面，我国国内市场自我封闭或半封闭的状态，也阻碍了大贸易、大流通的发展进程。随着世界经济贸易一体化步伐的加快，我国介入国际社会的程度会越来越深，流通产业面临着严峻挑战。党的十四届三中全会通过的《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》提出了要推动流通现代化，我国流通产业应抓住国际国内有利形势，勇于迎接挑战，加快现代化步伐，参予国际竞争。

《流通现代化与国际化丛书》是有关专家和学者以推动我国流

通产业的发展，加速流通业现代化和国际化进程为目的，组织编写的一套丛书。这套丛书结合理论研究，注重当前流通改革实践中遇到的热点和难点问题，具有较强的实用价值。希望它能为广大流通管理领导干部、工商企业和研究单位了解国际上流通产业的发展趋势和最新动态有所帮助。

目 录

第一章 物流的概念、功能与作业流程	(1)
第一节 物流的概念与物流的三要素	(1)
第二节 “第三利润源泉”意味着什么	(5)
第三节 影响我国物流发展的主要因素	(8)
第四节 物流的作用	(11)
第五节 物流功能设计	(14)
第六节 不同领域的物流功能分析	(18)
第七节 几类典型商品的物流过程分析	(23)
第八节 几类典型企业的物流过程分析	(26)
第九节 案例	(30)
第二章 服务与成本：物流管理的目标	(34)
第一节 服务与成本：物流管理的永恒主题	(34)
第二节 物流冰山	(42)
第三节 物流成本的计算与运用	(45)
第三章 国际物流新概念、新技术与发展趋势	(59)
第一节 国际物流发展趋势	(59)
第二节 及时制生产方式与物流	(63)
第三节 供应链管理	(66)
第四节 自动分拣系统	(68)
第五节 自动存取系统	(72)
第六节 全球卫星定位系统	(76)
第七节 新型军事物流系统	(82)
第四章 配送中心的发展趋势	(86)
第一节 配送与物流在功能定位上的异同	(86)

第二节	配送缘何受重视	(90)
第三节	配送模式选择	(94)
第四节	是否应该建立配送中心	(97)
第五节	为建立配送中心做准备	(103)
第六节	配送中心及其功能	(110)
第七节	配送中心的发展趋势	(115)
第八节	案例	(122)
第五章	配送中心规划	(126)
第一节	流通渠道的重组	(126)
第二节	配送中心建设中对原有设施的利用	(128)
第三节	配送中心对地点及场地的要求	(130)
第四节	配送作业流程如何规划	(135)
第五节	配送中心的岗位设置	(139)
第六节	如何处理客户订单	(141)
第七节	库存管理是关键	(143)
第八节	送货与退货处理	(149)
第九节	配送中心的效益如何得来	(153)
第十节	案例	(156)
第六章	物流配送共同化	(158)
第一节	物流配送共同化及其模式	(158)
第二节	物流配送共同化的优势	(166)
第三节	物流配送共同化的条件	(170)
第四节	物流配送共同化的策划	(173)
第五节	物流配送共同化的实施技术与方法	(177)
第六节	物流配送共同化效果的衡量	(181)
第七节	案例	(186)
第七章	物流配送发展战略	(191)
第一节	厂商的物流配送发展战略	(191)
第二节	批发商的物流配送发展战略	(194)

第三节	储运商的物流配送发展战略·····	(198)
第四节	零售商的物流配送发展战略·····	(203)
第五节	政府主管部门的物流配送发展战略·····	(207)
第六节	物流配送科研教育部门的物流 配送发展战略·····	(214)
第七节	开放物流配送市场对我国物流配送发展 的影响与对策·····	(219)
本书主要参考资料·····		(225)
后记·····		(227)

第一章 物流的概念、功能与作业流程

第一节 物流的概念与物流的三要素

一、物流的概念

物流是个十分现代而又十分令人陌生的概念，由于它对商品生产、商品流通和商品消费的影响日益明显而越来越引起了人们的注意。

1. 物流的定义

物流一词源于国外，目前国内外的定义很多，但其中最基本的定义是：

物流是指物质实体从供应者向需要者的物理性移动，它由一系列创造时间和空间效用的经济活动组成，包括运输（配送）、保管、包装、装卸、流通加工及物流信息处理等多项基本活动，是这些活动的统一。物流是商品流通的一个方面。

物流概念中的“物”，广义地讲，指的是一切有经济意义的物质实体，即指商品生产、流通、消费的物质对象，它既包括有形的物又包括无形的物；既包括生产过程中的物资，如原材料、零部件、半成品及成品，又包括流通过程中的商品，还包括消费过程中的废弃物品。但在实际工作中，总是根据具体的物流范围来确定和理解物的含义，这是狭义的“物”的概念。

物流概念中的“流”，指的是物质实体的定向移动，既包含其空间位移，又包括其时间延续。这里指的“流”是一种经济活动。

在 50 年代，物流被日本人翻译成“物的流动，”以后才被翻译成物流。

2. 物流概念的产生与发展

物流 (Physical distribution) 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》一书中就提到物流一词，并指出，“物流是与创造需求不同的一个问题”，因为在本世纪初，西方有些国家已经出现生产大量过剩、需求严重不足的经济危机，企业因此提出了销售和物流的问题，此时的物流指的是销售过程中的物流。二次世界大战期间，围绕战争物资供应，美国军队有两个创举，一是建立了“运筹学” (Operation Research) 的理论，二是建立了“后勤” (Logistics) 理论，并将其用于战争活动中。其中所提出的“后勤”是指将战时物资生产、采购、运输、配给等活动作为一个整体进行统一布置，以求战略物资补给的费用更低、速度更快、服务更好。后来后勤一词在企业中广泛采用，又有商业后勤、流通过程中的物流，因而是一个包含范围更广的物流概念，以至于成立于 1963 年的全美物流管理协会 (NCPDM) 1985 年也更名为美国后勤管理协会 (CLM)。按英国教授马丁·克里斯多夫的观点，物流的概念从 1915 年提出起 (称为 Physical distribution)，经过了 70 多年的时间才有定论 (称为 Logistics)，现在欧美国家把物流称作 Logistics 的多于称作 Physical distribution 的。Logistics 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及流通过程中的物流或销售物流即 Physical distribution。可见 Logistics 的外延更广泛，它与供应链的概念有相同的外延。

日本的物流概念是 1956 年直接从英文的 Physical distribution 翻译过去的，1956 年日本派团考察美国的流通技术，引进了物流的概念。到了 70 年代，日本已经成为世界上物流最发达的国家之一。

3. 物流概念传入我国的途径

物流概念主要通过两条途径从国外传入我国，一条是在 80 年代初随“市场营销”理论的引入而从欧美传入，因为在欧美的所有“市场营销”教科书中，几乎毫无例外地都要介绍“Physical Distribution”，这两个单词直译成中文即为“实体分配”或“实物流通”，在这两者中，我国以前普遍接受“实体分配”的译法。“实体分配”指的就是商品实体从供给者向需要者进行的物理性移动。

另一条途径是“Physical Distribution”从欧美传入日本，日本人将其译成日文“物流”，80 年代初，我国从日本直接引入“物流”这一概念至今。

这两条途径同源，产生的两个称呼虽叫法不同，但实为同一概念。由于“物流”比“实体分配”在叫法上更简捷，因而被更多的人接受。尽管如此，要使它变得象“流通”、“销售”这类词一样让大众理解和接受，还需要经过一段时间。

4. 物流概念与物流活动

物流概念传入我国之前，我国实际上一一直存在着物流活动，即运输、保管、包装、装卸、流通加工及与上述活动相关的物流信息活动，其中主要是储存运输即储运活动。国外的物流与中国的储运不完全相同，主要差别在于：①物流比储运所包含的活动内容更广泛，一般认为，物流包括运输、保管、包装、装卸、流通加工及相关信息活动，而储运仅指储存和运输两个环节，虽然也涉及到包装、装卸、流通加工及信息活动，但这些活动本身并不包括在储运概念之内；②物流强调诸活动的系统化，从而体现物流整体活动的最优化，储运这个概念不涉及储存与运输及其它活动整体的系统化和最优化问题，这正是人们要用物流概念代替储运概念的主要原因；③物流是个现代的概念，第二次世界大战以后才在各国流行起来，而在我国，储运是个十分传统、古老的概念。物流与储运也有许多共同点，比如它们所指的单个活动是相同的，各个活动之间的关系也是客观存在而且是一致的。国外的物流业基本上就是我国的储运业，只不过我国储运业还需从国外

的物流业中借鉴很多经验而已。目前，中国的储运企业和政府主管部门，都在考虑制定将我国的传统储运业发展成现代物流业的战略和规划。

二、物流的三要素

物流包括许多具体活动，人们进行物流活动的方式多种多样，不管用什么样的方式进行什么样的具体物流活动，都需要具备以下三个最基本的要素，即流体、载体和流向：

1. 流体

系指物流中的“物”。因为物流的目的是实现“物”从供应者向需要者的流动，尽管为实现此目的，有一部分“物”要不断地储存在仓库中，这也是流动的前提，是流动的一种形式，但所有的“物”终究都要经过运输等形式实现空间上的移动。因此，总的来说，“物”是处于不断流动状态的。

流体具有自然属性和社会属性。自然属性指其物理、化学、生物属性。物流管理的任务之一是要保护好流体，使其自然属性不受损坏，因而需要对流体进行检验、养护，在物流过程中需根据自然属性合理安排运输、保管、装卸等物流作业。社会属性指其所体现的价值，以及生产者、采购者、物流作业者与销售者之间的各种关系，有些关系国计民生的重要商品作为物流的流体还肩负国家宏观调控的重要使命，因此在物流过程中要保护流体的社会属性不受任何影响。

根据流体的自然属性和社会属性，可以计算流体的价值系数，即每立方米体积商品的价值。该系数可以反映商品的贵贱，对物流部门确定物流作业方案有重要参考价值，价值系数越大的商品，物流过程越要精心，一方面可采取商品保险措施，同时运输、保管、包装、装卸等各个环节的组织与作业均要精心安排。

2. 载体

指流体借以流动的设施和设备。载体分成两类，一类是指基础设施，如铁路、公路、水路、港口、车站、机场等基础设施，另

一类是直接盛载并运送流体的设备，如车辆、船舶、飞机、装卸搬运设备等。物流载体的状况，尤其是物流基础设施的状况直接决定物流的质量、效率和效益。

3. 流向

指流体从起点到止点的流动方向。物流的流向有四种：一是自然流向，指根据产销关系所决定的商品的流向，这表明一种客观需要，即商品要从产地流向销地；二是计划流向，指根据政府部门的商品调拨计划而形成的商品流向，即商品从调出地流向调入地；三是市场流向，指根据市场供求规律由市场确定的商品流向；四是实际流向，指在物流过程中实际发生的流向。对某种商品而言，可能会同时存在以上几种流向，如根据市场供求关系确定的商品流向是市场流向，这种流向反映了产销之间的必然联系，是自然流向，实际发生物流时还需根据具体情况来确定运输路线和调运方案，这才是最终确定的流向，这种流向是实际流向。在确定物流流向时，理想的状况是商品的自然流向与商品的实际流向相一致，但由于计划流向与市场流向都有其存在的前提，还由于载体的原因，导致商品的实际流向经常偏离自然流向。

物流的流体、载体和流向三要素之间有极强的内在联系，如流体的自然属性决定了载体的类型和规模，流体的社会属性决定了流向，载体对流向有制约作用，载体的状况对流体的自然属性和社会属性均会产生影响。因此，进行物流活动要注意处理好三要素之间的关系，否则就会使物流成本提高、服务降低、效益低下、效率下降。

第二节 “第三利润源泉”意味着什么

一、商品价值的实现

人类社会发展到一定阶段，社会产品有了剩余，产生了简单的物物交换。随着这种物物交换的日益频繁，一般等价物逐渐产

生，并最终定格为货币形式，从而为频繁、复杂的商品贸易活动的进行提供了基本的物质上的保证。

商品日益活跃在社会经济领域。然而，在经济理论领域，商品这一特殊的经济物质形式，却经历了一段漫长的被漠视的过程。直到19世纪，经济理论巨匠马克思才将其升格为资本主义经济中最本质的元素。

商品是用来交换的劳动产品。就是说，首先，成为商品的必须是人类劳动产品。任何与人类劳动无关的自然物，都不能被称为商品。其次，凝结着人类劳动的产品必须通过交换，才能成为商品。任何为自身消费而创造的产品，都不是商品。社会的认同，是产品得以向商品过渡并最终完成其价值实现历程的基本前提。对于生产者来说，只有将其产出的产品，通过必要的途径与方式推向社会，为消费者所接受，才能实现该产品作为商品的价值，并在此过程中收回成本，获取收益。其中，更大的收益才是诱使生产者不遗余力地进行产品生产的最本质的因素。因此，产品在作为商品实现其价值过渡中，能够获取的作为等价物的货币或其他物质形式的量的大小，就成为生产者最为关注的问题。

经济理论告诉我们，商品价值量的大小，是以其所耗费的社会必要劳动时间来衡量的，并且是以一种一般的、社会平均的形式来确定的。也就是说，同一种产品，只有在其生产的劳动耗费低于社会平均水平并以社会平均价格售出的时候，才能获取高于同业水平的收益。对于商品的物流成本，这一论断同样适用。因此，对于从作为商品的产品中获取更高收益的探寻，必然地集中在更有效地降低产品生产的物质与劳动消耗上。

二、在生产领域寻宝

回顾人类社会经济发展的历史，专事于贸易活动的商人（据说源于我国河南省商丘地区的商部落是他们的祖先），在促进物质丰富、经济繁荣方面作出了巨大的贡献。然而，千百年来，商人却总遭受歧视，直到现在商人还时常被与投机联系在一起。究其