

第1章

物流管理概述

学习目的与要求

- 掌握物流与物流管理的基本概念；
- 了解物流的分类、特征及行业组成；
- 了解物流的要素、功能、效用与价值；
- 了解物流管理的形成及其发展；
- 了解电子商务与物流之间的相互关系。

1.1

物流的概念、分类、特征及行业组成

1.1.1 认识现代物流业

人类社会自开始生产与商品交换以来，就存在着与生产和流通相适应的物流活动。生产资料和生活资料的生产与耗用往往存在时间和空间上的差异，在产地消费的同时，人们需要将物品运至特定地点或储存一段时间后供再生产、交换和消费。由于生产力水平、技术技能的局限性，原始物流活动处于分散无组织状态，物流的概念没有完全形成。

随着生产力水平的提高、工业文明的兴起、社会化生产的出现，生产与消费的分离趋势不断扩大，流通的地位初见端倪，物流活动的发展越来越壮大、活跃。轮船、火车、汽车、飞机等运输工具的产生，仓储库房的使用，基础设施的建设，使得物流活动的功能要素逐渐增多。政府与企业的重视，形成大量条件良好的交通网络与交通枢纽，为物流业的发展提供了很好的物资基础。人们逐渐认识到物流活动基本包括物品的运输、储存、搬运、分拣、包装、加工等过程。但这仍然是传统意义的物流活动。

现代物流作为一门新兴的综合性学科，源自军事。第二次世界大战期间，美英盟军为了保证作战的需要，围绕战争期间军需物资的供应建立了军事后勤部门，对军用物资的运输、补给、调配等进行全面管理，为战争的胜利提供了物资保障。第二次世界大战的胜利，不仅是盟军在军事上的胜利，也是其军用物资物流系统的巨大成功。

随着商品经济的快速发展，人们为实现最大限度的经济利益，为追求越来越高的生产效率，促进社会化生产精细分工，使专门化生产程度越来越高，军事管理中的“后勤管理”方法被引入工业部门和商业部门，其范围涉及原材料的流通、分配、采购、运输、库存控制、储存、分销、顾客服务等方面。由于全球化竞争的加剧和信息技术的飞速发展，在西

方掀起的放松管制和传统企业回归主业、集中力量于核心业务的呼声中，大量专门从事第三方物流服务的企业产生并发展起来。20 世纪 90 年代兴起的电子商务，更为现代物流提供了新的挑战和巨大的发展空间。

物流企业是独立于生产领域之外，专门从事与商品流通有关的各种经济活动的企业。在市场经济条件下，物流企业的基本职能和任务是根据市场的供给和需求，以服务生产为目的，通过有计划地采购、销售、仓储、运输等经济活动，完成商品在生产单位之间以及生产单位与消费者之间的价值和使用价值的实现，保证社会生产和再生产正常进行。具体来讲，物流企业是以物资流为主体功能，同时必须伴随着商流、资金流和信息流，包括仓储业、运输业、批发业、连锁商业和外贸等行业。

世界上的一些发达国家，如美国、日本等，其生产资料市场经过发育，现已形成了适合本国国情的现代化物流体系。他们认为，“物流”是“除生产、销售外获得利润的源泉”，是“降低成本的最后处女地”，更有人认为“物流”是继劳动和自然资源之后推动国民经济增长的不可忽视的第三利润源泉。由于现代物流产业本身蕴藏着极大的发展潜力，因而今后国际上最有竞争优势的企业一定是具有物流优势的企业，一个具有物流优势的企业一定是具备竞争优势的企业。

随着经济全球化、一体化的发展，现代物流的理论研究和实践活动正在世界范围内蓬勃兴起。现代经济的发展水平很大程度上取决于物流发展的水平，物流理论的研究和实践的进一步深化，需要人们更深入、更规范、更细致地探讨，需要更多的有志之士不断完善和创新。物流学作为一门学科至今还是一门初见端倪并且没有被充分研究的新学科，它的各种属性、研究对象、研究内容、研究方法、研究目的、研究特点、其深层次含义以及现实意义都需要有一个漫长的探讨过程。著名管理学大师德鲁克说过：“流通是经济领域里的黑大陆”。虽然“黑大陆”主要含有尚未认清之意，甚至探明后会发现远非人们预料的那么富饶，但更有可能是一块取之不尽、用之不竭的宝藏之地。日本早稻田大学的物流专家提出的物流“冰山之说”认为：在企业中，绝大多数物流发生的费用是被混杂在其他费用之中，而能单独列入企业会计项目的，如直接支付的运费、仓库保管费、装卸作业费、包装费等，只是其中很小的一部分，这一部分是可见的，常常被人们误解为是物流费用的全部，其实它只不过是浮在“水面”上的，能被人所见的“冰山”一角而已。因为在企业内部占压倒多数的物流成本，未作为物流费用单独计算，而是混杂在制造成本、销售成本及一般经费之中，难以明确掌握。

确实，从大“冰山”的角度看现在很多的学科还不能满足研究物流的需要，现在看到的只是物流的一点表象，只是大海中巨大冰山露出水面的一角，而真正在水面以下的是看不到的黑色区域，是需要进一步去认真挖掘发现的。由此，更可以感觉到物流学科是一门综合的、交叉的、融合性极强的新学科。

1.1.2 物流的概念

物流，从字面理解就是“物资”的“流动”或“流通”，实际上物流概念中的“物”一般不仅指具有实体形态的物资材料、商品货物等，在商品经济形态下，商品物资的转移是商品交易的表现，也就是说，表面是商品物资的转移，实质是商务的操作过程与资金的转移。这里的“物流”对象应该是包括了有实体形态的商品物资，还有相关的商务信息与对应的资金。

“流”一般指流动，那么在哪个领域的流动呢？如果仅仅认为是流通领域，即伴随商品交换而发生的移动，那是不够全面的。因为在生产领域中有物料按工艺流程发生移动，而在消费领域中有物料按消费者生活需要发生移动，如商品的分拣、配送、用后回收等。当然这种流动或移动是有规律的，大致是经历供应商、生产商、经销商（又分为批发商、零售商），然后到消费者及回流的过程，这个一环扣一环的过程被称为“供应链”。因此，总的来说“物流”就是发生在供应链的物资流与相应的商务信息流和资金流。

物流（Logistics）的英语字面意义从属于军事范畴，即所谓的“后勤”。物流管理在第二次世界大战后被应用于企业管理，其初期的研究和传播附属于市场营销名下。“Physical Distribution”一词于20世纪50年代中期从美国传入日本后，被直译成“物的流通”。1979年6月，我国物资工作者代表团赴日本参加第三届国际物流会议，在考察报告中首次正规引用“物流”这一术语。1989年4月在北京召开的第八届国际物流会议结束后，“物流”一词在我国才日益推广开来，而对物流管理的概念及理论的研究始终不够深入、系统。

美国物流管理协会（Council of Logistics Management, CLM）1962年对物流做了一个精要的概括：“所谓物流，即以最高效率和最大成本收益，满足顾客需要为目的，从商品的生产地点到消费地点，对包括原材料、在制品、最终成品及其相关信息的流动与储存，进行设计、实施和控制的过程。”

我国在2001年将物流定义为：“物流是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有机结合。”（见中华人民共和国国家标准物流术语 GB/T 18354—2001）。

根据我国国家标准的物流定义，物流一方面具有自然属性，另一方面也具有社会属性。也就是说，物流具有价值和使用价值的二重性。这里包括商流所有权转移和物流的实体转移。根据定义，物流是物品从供应地向接收地的实体流动，这表明，物流是一种满足社会需求的活动，是一种经济活动。同时也表明，不属于经济活动的物资实体流动，不属于物流范畴。物流包括空间、时间和形态性质3个方面，通过物流的运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实现。

1.1.3 物流的分类

1. 主要的物流分类方法

由于物流对象、物流目的、物流方向及物流范围的不同，人们可以从不同的角度、采用不同的标准对物流进行分类，目前有以下几种主要的分类方法。

（1）宏观物流和微观物流。宏观物流是指从社会再生产总体角度认识和研究的物流活动。这种物流活动的参与者是构成社会总体的大生产、大集团，宏观物流也就是研究社会再生产的总体物流，研究产业或集团的物流活动行为，即从宏观的角度，以长远性和战略性为出发点，全面系统地研究物流和管理物流。微观物流是指消费者、生产者所从事的实际的、具体的物流活动。在整个物流活动中的一个局部、一个环节的具体的物流活动，在一个小地域空间发生的具体的物流活动，针对某一种具体产品所进行的物流活动都属于微观物流。在物流活动中，企业物流、生产物流、供应物流、销售物流、回收物流、废弃物物流、生活物流等皆属于微观物流。微观物流研究的特点是具体性和局部性，微观物流的运行状况将直接影响企业的经济效益。

(2) 社会物流和企业物流。社会物流是企业外部物流活动的总称，即国民经济部门与部门之间、地区与地区之间、企业与企业之间为实现商品流动的各种经济活动，包括企业向社会的分销物流、购进物流、回收物流、废弃物流等。企业物流是指企业内部各部门之间为实现物质实体流动的各种活动，是以企业经营为核心的物流活动，是具体的、微观物流活动的典型领域。企业系统活动的基本结构是投入—转换—产出，对于生产类型的企业来讲，是原材料、燃料、人力、资本等的投入，经过制造或加工使之转换为产品或服务；对于服务型企业来讲则是设备、人力、管理和运营转换为对客户的服务。物流活动伴随着企业的投入—转换—产出而发生，在企业经营活动中，物流是渗透到各项经营活动之中的活动。

(3) 国际物流和区域物流。国际物流是指不同国家、地区之间的物流。它是国内物流的延伸和进一步发展，是跨国界的、流通范围扩大的物的流通。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。由于近十几年国际间贸易的急剧扩大，国际分工日益深化以及区域一体化速度的加快，国际物流也成了现代物流研究的热点问题。随着世界经济一体化的发展，“多国制造”的产品越来越多，在某些国家生产某些零部件、配件，再由另一些国家组装或装配整机，这种生产环节之间的衔接也需要依靠国际物流。区域物流是指某一行政区域或经济区域的内部物流。由于区域物流都处于同一法律、规章和制度之下，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，因而都有其独特的区域的特点。研究区域物流应根据区域的特点，从本区域的利益出发组织好物流活动，既要考虑到区域物流效率的提高，物流成本的降低，又要保障该区域的生产和生活环境，促进区域经济的发展。

(4) 一般物流和特殊物流。一般物流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。一般物流研究的着眼点在于物流的一般规律，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，研究物流与其他系统的结合、衔接，研究物流信息系统及管理体制等。特殊物流是指在专门范围、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。特殊物流活动的产生是社会分工深化、物流活动合理化和精细化的产物，在保持通用的、一般的物流活动前提下，能够有特点并能形成规模，能产生规模经济效益的物流便会形成本身独特的物流活动和物流方式。特殊物流的研究对推动现代化物流发展的作用是巨大的。特殊物流可进一步细分为：按劳动对象的特殊性，分为水泥物流、石油及油品物流、煤炭物流、腐蚀化学物品物流、危险品物流等；按数量及形体不同分为多品种、少批量、多批次产品物流、重大件物流等；按服务方式及服务水平不同有“门到门”的一贯物流和配送等；按装备及技术不同有集装箱物流、托盘物流等；对于特殊的领域有军事物流、废弃物流等；按组织方式有加工物流等。

(5) 第三方物流。第三方物流的定义为：“物流渠道中的专业化物流中间人，以签订契约的方式，在一定时期内，为其他公司提供所有的或某些方面的物流业务服务。”物流经营方不参与商品的买卖，只是提供从生产到销售的整个流通过程中专门的物流服务，如商品运输、存储配送以及增值性物流服务。第三方物流服务分为3个层次：基本业务（运输、仓储、配送、装卸搬运）、附加值业务（订单处理、货物验收、仓库再包装、仓库再加工、

代理货物保险、送货代收款、货物回收与替代)和高级物流服务(库存分析报告、库存控制、建立分销中心、设计供应链)。

(6) 第四方物流。第四方物流是一个供应链集成商,它调集和管理组织整个供应链的资源、能力和技术,以提供一个综合的供应链解决方案。第四方物流不仅控制和管理特定的物流服务,而且对整个物流过程提出策划方案,并通过电子商务将这个过程集成起来。因此,第四方物流成功的关键在于为顾客提供最佳的增值服务,即迅速、高效、低成本和人性化服务等。发展第四方物流需要平衡第三方物流的能力、技术以及贸易畅通,为客户提供功能性一体化服务并扩大营运自主性。第四方物流的特点之一就是提供了一个综合性供应链解决方法,以有效地适应需方多样化和复杂的需求,集中所有资源为客户完美地解决问题,如供应链再造、功能转化、业务流程再造等。特点之二就是通过整个供应链来获得价值,即利润增长、营运成本降低、工作成本降低和提高资产利用率等。第四方物流的提出引起物流业界的争议,但作为设想还是值得关注的。

2. 企业物流的分类

(1) 企业供应物流。企业供应物流指为生产企业、流通企业或消费者购入原材料、零部件或商品的过程,即商品生产者、持有者至使用者之间的物流。对生产企业而言,供应物流需将原材料配送给工厂,它的主要客户是工厂,它处理的对象主要是生产商品所需的原材料和零部件。由于原材料与零部件的数量之间有固定的比例关系,因此,供应物流的功能就是强调原材料的配套储存、分拣、及时配送、加工和预处理等。对于流通领域而言,供应物流是指为商品配置而进行的交易活动中,从买方角度出发的交易行为中所发生的物流。由于供应物流占用大量企业流动资金,因此,对其严格管理使其合理化对于企业的成本至关重要。

供应物流不仅要保证供应的目标,而且还要以最低成本和最少消耗来组织供应物流活动,满足限定的条件,因此,难度很大。现代物流学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。

供应物流的重心是采购,企业生产或经营活动所需的货物都通过采购获得,它是企业物流管理的起点。有效的货物或服务的采购中,“按需采购”是前提又是原则,即尽量做到以最小的费用、最低的价格购进企业所需的最合适的各类货物。采购工作是组织商品生产和流通的主要保证,能及时反馈市场信息是企业经济效益的关键。建立现代企业采购物流管理系统应该遵循“强化管理,理顺职能;明确职责,规范业务;杜绝腐败,降低成本;高效运作,增加收益”的原则,特别是注意采购管理系统的采购与预算关系、供应商开发与管理、采购物流管理、采购绩效评估、采购信息、采购制度(采购工作标准、运作程序、作业流程),采购战略规划等。

(2) 企业生产物流。企业生产物流指从工厂的原材料购进入库起,直到工厂产品库的产品发送为止的全过程。生产物流是制造产品的企业所特有的,它需要与生产流程同步。原材料以及半成品等按照工艺流程在各个加工点之间不停地移动、流转,形成了生产物流。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,大制造商自己直接建立分销网络的情况越来越普遍,其市场覆盖面广、分销能力强,市场信息的收集与传递需要及时,因此,要求在区域市场上运输和配送商品的能力很强,需求预测及订单处理功能应完善。

过去人们注重的是生产加工过程,现在人们在研究生产加工过程的同时更加关注生产流程如何安排,从物流角度看如何做得更合理,生产活动环节如何有效衔接,如何缩短生产的物流时间,如何选配合适的机械装备等,特别是注意工厂布置、工艺流程、装卸搬运、生产物流的物流节点等。

(3) 企业销售物流。企业销售物流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、包装水平以及运输路线,并采用各种诸如少批量、多批次、定时以及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) 企业分销物流。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、大量储存以及大量运输的能力,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) 企业回收物流。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,这些东西的回收是需要伴随物流活动的。在一个企业中,若回收物品处理不当,会影响整个生产环境,甚至影响产品质量,同时还会占用很大的空间,造成浪费。

要提高对废旧物资的认识,如废旧物资残存着物资的使用价值,有些物资在某一应用方面的价值丧失后,其另一方面的使用价值仍然尚存;有些废旧物资经简单加工可恢复其全部或部分使用价值;有些废旧物资经深加工后有可能发挥其他更有作用的使用价值。

(6) 企业废弃物物流。企业废弃物物流指对企业排放的无用物进行运输、装卸和处理的物流活动。

1.1.4 现代物流的主要特征

现代物流的特征可以理解为物流的现代化特征。

随着现代物流的发展,它也表现出了许多特征,而这些特征又具有不同属性,物流的现代化特征或者说现代物流的特征具有科学属性、技术属性、经济属性、管理属性和社会属性。

需要说明的是,由于科学技术的发展出现了交叉学科和边缘学科,因此,在划分过程中,人们往往很难区别出现代物流的特征属性,例如,有时难于区别科学属性和技术属性,有时难于区别经济属性和管理属性。现代物流的各种属性相互影响、相互促进、相互交叉、相互包含,既有区别又有联系,形成了复杂多变的现代物流。

另外,如同人类社会文明发展是一个进程一样,现代物流的特征是发展的、动态的,因此,现代物流的特征也是不断变化的。为了比较准确地分析现代物流的特征,我们在现

代物流的科学属性、技术属性、经济属性、管理属性以及社会属性范围内分析现代物流的主要特征,目的是探讨现代物流的本质,在探讨现代物流与传统物流区别的同时进一步探讨现代物流的发展趋势。

现代物流的主要特征有以下几点。

(1) 科学系统化。现代物流的发展经历了从 Physical Distribution 到 Logistics 再到 3PL 和 4PL 的历程,物流已经成为一门学科。物流的科学化表现为在发达国家拥有专门的物流科学机构和从事物流科学的专业人员,并已经建立了完整的、系统的、全面的物流科学研究、教育、培训体系。

在物流科学的发展过程中,物流作为一门年轻的学科不断从其他学科中汲取营养,不断地采用和应用其他学科的成果(如分销管理、运输管理、物资管理和其他技术学科),从而形成了一个相对独立的学科。与此同时,物流又与其他学科如市场营销、运作管理、供应链管理、电子商务等融会贯通,从而促进了整个管理科学的发展。

物流系统化是系统科学在物流管理中应用的结果。系统科学在物流管理领域中得到了广泛的应用,人们利用系统科学的思想和方法建立物流系统,包括社会物流系统和企业物流系统。

(2) 自动智能化。自动智能化是指物流作业过程的设备和设施自动化,包括运输、装卸、包装、分拣、识别等过程,例如,自动识别系统、自动检测系统、自动分拣系统、自动存取系统、自动跟踪系统等。物流自动化可以方便物流信息的实时采集与跟踪,提高整个物流系统的管理和监控水平。物流自动化的设施包括条码自动识别系统、自动导向车系统(如 AGVS)、货物自动跟踪系统(如 GPS)等。

伴随着科学技术的发展和应用,物流管理从人工化的手工业,到半自动化、自动化,直至智能化,从某种意义上看,智能化是自动化的继续和提升。智能化中包含更多的电子化成分,如集成电路、计算机硬件和计算机软件等,智能化在更大范围内和更高层次上实现物流管理的自动化,例如,库存管理系统、成本核算系统等。

(3) 标准化。在物流管理的发展过程中,从企业物流管理到社会物流管理都在不断地制定和采用新的标准。从物流的社会角度看,物流标准可以分为企业标准和社会标准;从物流的技术角度看,物流标准可以分为产品、技术和管理等标准。

(4) 精益化。精益化生产方式是由日本企业创立的,精益生产涉及准时化生产、全面质量管理、并行工程、团队作业等工作方式,其特点就是多品种、小批量、低消耗和高质量。

精益的核心思想是用尽可能少的生产要素创造尽可能多地满足用户需求的价值。精益思想在物流管理的运用主要体现在降低成本、提高价值上。

(5) 网络化。现代电子技术和产品在物流管理中的广泛应用使得物流自动化、智能化、实时化和可视化,电子化从计算机静态管理到点对点信息交换的动态管理,形成网络信息交换。在讨论物流网络时,“网络”有两种含义或理解,一是指物理网络或实体网络;二是指信息网络,它是利用电子网络技术进行物流信息交换,根据物理网络的发展需要,企业应用网络技术建立起来的。

为什么会形成物流网络呢?其主要原因是由于社会交通运输网络的建立使工商企业的公司网络和业务网络的形成成为可能,企业规模的扩大、用户增加、市场扩大、包括空间的扩展和占有率的提高,形成了企业的业务网络和公司网络,使得物流需求不断增加。随

着各种限制和贸易壁垒的取消和解除，形成统一的区域市场、国内市场以及全球市场，形成区域性的、全国性的乃至全球性的分销和物流配送网络。

(6) 个性化。物流个性化指个性化需求和个性化服务。

(7) 专业化。社会分工导致了专业化，导致了物流专业的形成。物流专业化主要包括两个方面，一是在企业中，物流管理作为企业的一个专业部门独立存在并承担专门的职能；另一方面，在社会经济领域中，出现了专业化的物流企业，物流企业提供着各种不同的物流服务，并进一步演变成为服务专业化的物流企业。

(8) 协同化。在传统的供需关系中更多的是买卖关系，而在现代物流中，供需关系包括了更多的协同因素，甚至成为战略合作关系。现在的企业竞争实质是企业供应链之间的竞争，物流的协同化是指供应链中的各个企业以及企业内部围绕着核心企业的物流协调同步运作，传统的合作和协作是不同的，合作是横向的，协作是纵向的，协同是协作各方利益均沾的共同目标。

(9) 规范法制化。物流规范化是指在全社会范围内建立的各种物流规范，包括非物流企业内部的物流规范、物流企业内部的规范、物流行业的企业行为规范以及物流从业人员的行为规范。在法律体系中，建立针对物流企业和物流产业的各种法律法规，以及在相关的法律中对物流做出相应的规定。

(10) 社会化。社会化是指社会中的任何组织机构对物流的需求不再单纯地由自己内部完成，而是由社会的其他专门物流组织机构完成。物流从自给自足的生产方式转变为在一定社会分工条件下的专业化和社会化的生产方式。随着社会化的进一步发展和完善，不仅社会物流需求社会化，而且物流组织机构也需要实现社会化，从而实现真正广泛意义的物流社会化。

(11) 国际全球化。自然资源的分布和国际分工导致了国际贸易、国际投资、国际经济技术合作。由此产生了货物和商品的转移，从而带动了国际运输和国际物流的产生和发展，物流的国际化一般表现在两个方面：一是其他领域的国际化产生了国际物流的需求即国际化的物流，二是物流领域自身的国际化。全球化是国际化的产物，全球化加快、加强了物流国际化，是国际化的更高层次。国际化主要是立足本国的国际物流，而全球化是跨国经营，包括与目的国企业的国际合作和国际投资，在目的国设立分支机构，开展物流业务。在国际化阶段，国际化物流业务是间接的或者说是通过与其他的企业合作完成的。由于物流跨国企业的出现，国际化物流业务是可以直接实现的，跨国物流企业可以利用公司的全球网络独立完成国内和国际业务，最终实现综合化物流业务。

1.1.5 现代物流业的行业组成

1. 交通运输业

交通运输业是现代物流业的主体行业，主要包括：

(1) 铁道运输业，主要是货运部分，从事整车运输业务、集装箱运输业务、混载运输业务和行李托运业务。铁道运输的优势在于能承担低成本的中长距离大宗货运。

(2) 汽车货运业，分为一般汽车货运和特殊汽车货运，后者指专运长、大、重或危险品、特殊物品的货运业。汽车运输的优越性在于可以提供短距离下的迅速、便利服务，即“门到门”的服务，相比其他运输方式更能承担小批量、多频次的配送业务。因此，在发展

物流业的形式下, 汽车运输业也会面临强势的发展。

(3) 水道运输业, 分别有远洋、沿河、内河 3 大类别的船舶运输。

2. 仓库业

通过提供仓库实现存储货物的业务。现代物流业的存储环节还有更大的发展前景, 除了保管货物, 还要承接大量流通加工业务, 如分割、分拣、组装、标签贴付、商品检验、备料发送等。另外它和运输业还不同程度地承担了物流中分量很重的装卸业务。

3. 通运业

通运业在物流中起了很重要的沟通中介作用。如: 集装箱联运业、运输代办业、行李托运业、集装箱租赁经营业、托盘联营业等。

4. 配送业

配送业的业务指短距离、小批量的送货上门, 这是物流活动中链接到消费者的不可忽视的环节, 它还包括了速递业(这在我国是一个新兴的、容纳大量劳动力的行业)。

1.2 物流的要素、功能、效用与价值

1.2.1 物流的要素

流体、载体、流向、流量、流程、流速等是构成物流的基本要素。

1. 流体

流通中的物质实体构成了物流的流体。流体具有自然属性和社会属性。自然性流体指其物理、化学、生物属性方面的运动, 在物流过程中要根据物质实体的自然属性合理安排运输、保管、装卸等作业。社会性流体是指流体所体现的价值属性, 以及生产者、采购者、销售者、客户之间的各种关系, 有的流体还肩负着国家宏观调控的重要使命, 表现出政策性。

2. 载体

物流中的载体是指流体借以流动的设施和设备, 分为两类: 一是指基础设施, 如公路、桥梁、水路、铁道、港口、机场、码头等; 二是指载体设备, 如车辆、船只、飞机、集装箱、托盘等。

3. 流向

流体从起点到终点的流动方向叫流向。一般来说, 物流的流向有 4 种: 一是自然流向, 即根据产销关系所确定的商品的流向, 也就是商品要从产地流向销地; 二是计划流向, 指根据流体经营者的商品经营计划而形成的流向, 即商品从供应地流向需要地; 三是市场流向, 指根据市场供求规律由市场确定的流向; 四是实际流向, 指物流过程中实际发生的流向。

对某些商品而言，可以同时存在以上 4 种流向。物流科学就是通过研究流向，找出规律性，达到合理配置物流资源的目的。

4. 流量

通过载体的流体在一定流向上的数量表现，称为流量。与流向对应，流量也分为自然流量、计划流量、市场流量和实际流量 4 种。从物流管理角度看，理想状况的物流应该是在所有流向上的流量都均匀分布，这样的物流效率最高，组织也最容易。

5. 流程

流程是通过载体的流体在一定流向上行驶路径的数量表现。理论流程往往是可行路径中的最短路径，路径越长，物流成本越高，故应设法缩短流程。实际流程可按 4 种口径来统计，即：按流体统计、载体统计、流向统计、发运人统计。

6. 流速

流速是通过载体的流体在一定流程上的速度表现，它是衡量物流效率和效益的重要指标。一般来说，流速快，时间短，成本就低，物流创造的价值效用也就越大。

1.2.2 物流的功能

1. 物流的总体功能

物流的总体功能是：

(1) 组织“实物”进行物理性流动。物理性流动的动力来自 5 个方面：① 生产活动和工作活动的要求；② 生活活动和消费活动的要求；③ 流通活动的要求；④ 军事活动的要求；⑤ 社会活动、公益活动的要求。

(2) 实现对用户的服务。实现对用户的服务是物流的总体功能，某些物流领域，可以有“利润中心”、“成本中心”等作用，但是所有的物流活动，无一例外地都具有服务这个共同的功能特征。

2. 物流的具体功能

物流的具体功能主要有包装功能、搬运功能、装卸功能、运输功能、储存功能、保管功能、流通加工功能、配送功能、信息功能等。

上述功能要素中，运输及保管分别解决了供给者及需求者之间场所和时间的分离，分别是物流创造“场所价值”及“时间价值”的主要功能要素，因而在物流系统中处于主要功能要素的地位。

信息功能支持物流运作，尤其支持大范围物流网络的运作，起到支撑平台的作用，是促进物流合理化和优化的功能要素。

在网络经济时代，特别看重配送功能，这是因为配送最能体现物流系统的最终总体服务功能，可以说是完善服务功能的要素。

流通加工功能是物流过程中形成物流增值效应的主要功能要素，包装、搬运、装卸、保管在物流过程中是增加成本的功能因素，这些功能的存在对于完善物流系统、完善物流活动是必不可少的，但是这些活动也必然增加成本支出，是影响成本的功能要素。

1.2.3 物流的效用

物流过程中的物化劳动和活劳动投入增加了产品的效用，具体表现为增加了产品的空间效用、时间效用、品种效用、批量效用、信息效用和风险效用 6 大效用。

1. 空间效用

空间效用表现在通过商品流通过程中的劳动克服商品生产和消费在地理空间上的分离。不同的地区具有不同的生产优势和生产结构，而产品的消费却可能遍布在另外的地区，甚至是全国、全世界。正是商品流通所耗劳动创造的空间效用使我们可以享受瑞士生产的咖啡，购买法国的时装，使用微软公司的 Windows 2000。

2. 时间效用

时间效用表现为通过商品流通过程中的劳动克服了商品生产和消费时间上的不一致。这种不一致表现为多种情况，如农产品之类商品生产的间断性和消费的连续性之间的矛盾，再如其他一些时令性或集中性消费商品，其生产是长期连续的，更多的情况是虽然生产和消费都是连续的，但是商品从生产到消费总有一定的时间差，这种时间差表现为商品生产与消费的时间矛盾。商品流通过程如储存、保管等投入的劳动恰好可以解决这种矛盾，表现为商品时间效用的增加。

3. 品种效用

品种效用表现为通过物流过程中的劳动克服商品生产和消费品种方面的一致。因为无论生产资料还是生活资料，消费者需要的是多种多样的商品，而专业化生产使某一生产厂家所提供的商品具有单一性，物流则可以集中多家生产商的产品提供给消费者，这方面的劳动投入表现为商品品种效用的增加。

4. 批量效用

批量效用表现为通过物流过程中的劳动克服生产和消费批量的不一致。社会化大生产的一种重要方式是生产的专业化和规模化，而很多时候消费的需求量都是很有限的。商品流通中消耗劳动的一个重要用途就是将大批量生产分割成最终的小批量需求，在此表现为由整到散的分流过程；反过来的情况也同样存在。即生产尤其是工业化社会中无论生产资料的生产还是生活资料的生产都呈现出一种趋势，即小批量、多品种的生产，这种生产方式与大批量流水生产共同存在。所以可能出现这种情况：虽然生产批量较小，而需求则是大量集中的。这时物流中的劳动就要是把分散的货源加以集中，从而表现为从散到整的集流过程。所有这方面投入的劳动成果都表现为批量效用。

5. 信息效用

信息效用表现为物流企业要收集大量的信息，如买卖双方的信息、产品说明和使用情况、发展情况、用户的意见、供求信息、技术发展趋势等，并对这些信息进行过滤、筛选、整理、分析，总结规律，发现问题。指导自己工作的同时，也将这些信息传递给供求双方，形成一种知识学习的作用。

6. 风险效用

风险效用表现为商品流通过程中存在和隐藏着许多风险，如质量风险、信贷风险、政

策风险、财务风险等,让商品流通双方谁来承担这些风险责任可能都会是一种讨价还价的“扯皮”过程,会极大地增加交易费用甚至阻碍商品流通的真正完成。由专业物流企业来承担这些风险无疑会极大地提高供求双方的信心,同时加快流通和再生产的过程。

1.2.4 物流的价值

1. 物流的宏观价值

(1) 物流是国民经济的基础之一。这是针对物流对国民经济的动脉作用而言的,物流通过不断输送各种物质产品,使生产者不断获得原材料、燃料以保证生产过程的正常进行,又不断将产品运送给不同需要者,以使这些需要者的生产、生活得以正常进行,这些互相依赖的存在,是靠物流来维系的,国民经济因此才得以成为一个有内在联系的整体。经济体制的核心问题是资源配置,资源配置不仅要解决生产关系问题,而且必须解决资源的实际运达问题,物流正是保证资源配置最终实现的重要环节。物流还以其本身的宏观效益支持国民经济的运行,改善国民经济的运行方式和结构,促使其优化。

(2) 物流是企业生产的前提保证。从企业这一微观角度来看,物流对企业的作用有 3 个方面。

① 物流为企业创造经营的外部环境。一个企业的正常运转,必须有这样一个外部条件:一方面要保证按企业生产计划和生产节奏提供和运达原材料、燃料、零部件;另一方面,要将产品和制成品不断运离企业,这个最基本的外部环境正是要依靠物流及其他有关活动来创造和提供保证的。

② 物流是企业生产运行的保证。企业生产过程的连续性和衔接性,依靠生产工艺中不断的物流活动来完成,有时候生产过程本身便和物流活动结合在一起,物流的支持保证作用是不可或缺的。

③ 物流是发展企业的重要支撑力量。企业的发展,靠质量、产品和效益,物流作为全面质量的一环,是接近用户阶段的质量保证手段;更重要的是,根据“第三利润源”的理论,物流通过降低成本,间接增加企业利润,通过改进物流直接取得效益,这些都会有效地促进企业的发展。

总之,物流不论对国民经济的全体还是国民经济的基础——企业,都起着非常重要的作用。

(3) 特定条件下,物流是国民经济的支柱。在特定的国家或特定的产业结构条件下,物流在国民经济和地区经济中能够发挥带动和支持整个国民经济的作用,能够成为国家或地区财政收入的主要来源,是主要的就业领域,能成为科技进步的主要发源地和现代科技的应用领域。如欧洲的荷兰、亚洲的新加坡和中国香港地区、美洲的巴拿马等,特别是日本以流通立国,物流的支柱作用显而易见。

(4) 物流现代化可以改善国民经济运行的水平,实现质量的提升。物流关系到国民经济运行的质量,由于“粗放式”生产还很普遍,尤其作为支撑国民经济运行的“物流平台”问题更为突出,如各种物流方式分立,物流基础设施不足,物流技术落后等问题,如果能够得到全面、系统的改善,就可以使国民经济运行的水平得到很大的提高。

(5) 一个新的物流产业可以有效改善国民经济的产业结构。物流产业是物流资源在各个领域重新整合后形成的一种复合型或聚合型产业。如运输资源的产业化就形成了物流运

输业, 仓储资源的产业化就形成了仓储业等。与此同时, 这些物流资源, 也分散在多个领域, 包括制造业、流通业等, 把产业化的物流资源加以整合, 就形成了新的物流服务业, 它也是一种复合型产业。因此说, 物流产业可以有效改善国民经济的产业结构。

2. 物流的微观价值

(1) 物流的时间价值。“物”从供给者到需要者之间本来就存在一段时间差, 由于改变这一时间差而创造的价值, 称作“时间价值”。通过物流获得时间价值的形式有以下几种:

① 缩短时间创造价值。缩短物流时间, 可获得多方面的好处, 如减少物流损失, 降低物流消耗, 增加物的周转, 节约资金等。从全社会物流的总体来看, 加快物流速度, 缩短物流时间, 是物流必须遵循的一条经济规律。

② 弥补时间差创造价值。经济社会中, 需要和供给普遍地存在着时间差, 例如, 粮食的生产较集中, 但消费是一年 365 天, 天天有所需求, 因而供给和需求之间出现时间差。物流便是以科学的、系统的方法去弥补、改变这种时间差, 以实现其“时间价值”。

③ 延长时间差创造价值。加速物流速度, 缩短物流时间, 以尽量缩小时间间隔来创造价值, 但是, 在某些具体物流中也存在人为地、能动地延长物流时间来创造价值。例如, 秋季集中产出的粮食、棉花等农作物, 通过物流的储存、储备活动, 有意识地延长物流的时间, 以均衡人们的需求; 配合待机销售的囤积性营销活动的物流便是通过有意识地延长物流时间、有意识地增加时间差来创造价值的。

(2) 物流的场所价值。场所价值指的是“物”从供给者到需求者之间有一段空间差, 供给者和需求者之间往往处于不同的场所, 由于改变“物”的不同场所, 创造的价值称作“场所价值”。

物流创造场所价值是由现代社会产业结构、社会分工所决定的, 主要原因是供给和需求之间的空间差, 商品在不同地理位置有不同的价值, 通过物流将商品由低价值区转到高价值区, 便可获得价值差, 即“场所价值”。以下是几种具体形式:

① 从集中生产场所流入分散需求场所创造价值。现代化大生产的特点之一, 往往是通过集中的、大规模的生产以提高生产效率, 降低成本。在一个小范围集中生产的产品可以覆盖大面积的需求地区, 有时甚至可覆盖一个国家乃至若干国家。通过物流将产品从集中生产的低价位区转移到分散于各处的高价位区有时可以获得很高的利益。物流的“场所价值”也依此决定。

② 从分散生产场所流入集中需求场所创造价值。和上面相反的情况在现代社会中也不少见, 如粮食是在一亩地一亩地上分散生产出来的, 而一个大城市的需求却相对大规模集中, 一个大汽车厂的零配件生产也分布非常广, 但却集中在一个大厂中装配, 这也形成了分散生产和集中需求, 物流便依此取得了场所价值。

③ 从低价值生产流入高价值需求创造场所价值。现代社会中供应与需求的空间差比比皆是, 十分普遍, 除了大生产所决定之外, 有不少是自然地理和社会发展因素决定的, 如农村生产粮食、蔬菜而异地于城市消费, 南方生产荔枝而异地于各地消费, 北方生产高粱而异地于各地消费等。这么复杂交错的供给与需求的空间差都是靠物流来弥合的, 物流也从中取得了利益。

在经济全球化的浪潮中, 国际分工和全球供应链的构筑使企业选择在成本最低的地区进行生产, 通过有效的物流系统和全球供应链, 在价值最高的地区销售。信息技术和现代

物流技术为此提供了条件,使物流得以创造价值,得以增值。

(3) 物流的加工价值。“物”通过加工而提高附加价值,取得新的使用价值,这是生产过程的职能。在加工过程中,由于物化劳动和活劳动的不断注入,增加了“物”的成本,同时也增加了其价值。在流通过程中,可以通过流通加工的特殊生产形式,使处于流通过程中的“物”通过特定方式的加工而增加附加值,这就是物流创造加工价值的活动。

物流创造加工价值是有局限性的,它不能取代正常的生产活动,而只能是生产过程在流通领域的一种完善和补充。但是,物流过程的增值功能往往通过流通加工得以体现。所以,根据物流对象的特性,按照用户的要求进行加工活动,可以对整个物流系统的完善起到重要作用。尤其在网络经济时代,物流作为基于用户的服务方式,依托信息传递的及时和准确,得以有效组织加工活动,因此它的增值作用也是不可忽视的。

(4) 物流的利润价值。物流活动的合理化,可以通过降低生产企业的经营成本,间接提高利润,这只是物流利润价值的一个表现。对于专门从事物流经营活动的企业而言,通过有效的经营活动,可以为企业创造“第三个利润源”,也就是说通过物流企业的有效服务,可以为生产企业创造利润。

许多物流企业,在为用户服务的同时,还可以成为自己的“利润中心”,可以成为企业和国民经济新的利润增长点。企业中的许多物流活动,如连锁配送、流通加工等,都可以直接成为企业利润的来源。

(5) 物流的服务价值。物流可以提供良好的服务,这种服务有利于参与市场竞争,有利于树立企业和品牌的形象,有利于和服务对象结成长期的、稳定的、战略合作伙伴,这对企业长远的、战略性的发展有非常重要的意义。物流的服务价值,实际上就是促进企业战略发展的价值。

3. 物流的价值发现

(1) 物流系统功能价值的发现。在第二次世界大战期间,美军采用了托盘、叉车等后勤系统,这个系统贯穿了军事物资从单元组合(集装)的装卸活动开始,高效连贯地搬运、运输、储存、再运输、搬运,直到按指定军事目标到达目的地为止的整个过程,有效地支撑了庞大的战争机器。这就促使人们认识到物流作为一种系统的活动能够实现以往由许多活动才能完成的各项功能,使人们认识到物流系统功能的价值。

(2) 物流经济活动价值的发现。第二次世界大战以后,大量军事技术和军事组织方式转移到了民间,物流系统的思想方法和相关技术、相关管理方式实现了“军转民”,取得了巨大成功。这就使人们认识到,“物流”不仅有重要的军事价值,而且也具备重要的经济活动价值,可以在经济界广泛地采用,可以为企业增加新的管理思想和管理模式。第二次世界大战以后,像价值工程、物流等在战争期间形成的形态,都成功地实现了向经济领域的转移,从军事活动的价值转变为经济活动的价值。

(3) 物流利润价值的发现。第二次世界大战以后,主要国家的经济发展面对的是一个“无限的市场”,只要能够快速、顺利地实现产品向用户转移就能够获取利润。企业界采用物流技术和物流管理方式之后,能够有效地增强企业的活力,提高企业的效率和效益,从而增加企业的利润。在产业革命以后,经济领域对于人力、原材料这两个利润源泉的挖掘已经有了相当长的历史,虽然现代社会仍然可以用新的方式来开发这两个利润源泉,但是,寻找新的利润源泉却变得日益迫切。“物流”作为“第三个利润源泉”就是在这种情况下被发现的,是对物流效益价值的发现。

(4) 物流成本价值的发现。20 世纪 70 年代初,世界爆发了“第一次石油危机”,实际上是以石油为首的能源、原料、材料、劳动力价格的各方面上涨。传统的第一、第二利润源泉已经变成了企业的成本负担,在这种情况下人们发现,物流领域有非常大的降低成本的空间。当企业和经济界有效地利用物流系统技术和现代物流管理方式之后,有效地减轻了原材料、能源、人力成本上扬的压力,从而使人们认识到“物流”还具备巨大的降低成本的价值。物流的这一价值发现,大大提高了物流在国际上的声誉。石油危机期间,许多经济学家预言全世界的长期经济衰退并没有出现,这和经济领域中成功地发掘物流所具有的降低成本的价值具有相当重要的关系。

(5) 物流环境价值的发现。物流系统的开发、物流合理化的广泛推行和系统物流管理的普遍实施,在有效地降低成本的同时,能够在合理的、更节约使用物流设备的情况下完成资源配置任务;物流系统化以后,物流装备可以得到全面、系统的开发,装备的效率大大提高而同时装备的能耗大大降低。这些努力汇集起来之后,人们惊喜地发现“物流”对改善环境、降低污染,实施可持续发展有重大作用,这就使许多受现代城市病困扰的工业化城市对用“物流”这种系统经济形态来改善分立的、混乱的交通,减少交通阻塞、运输损失,降低污染,改善企业外部供应环境格外重视和关心。

(6) 物流战略价值的发现。20 世纪 80 年代后,企业普遍从过去那种狭窄的、短期的、微观的视野,从当前利益和当前成本的考虑转向了长期的、战略性的考虑。这个长期的、战略性的发展有两个非常重要的支持因素:一个是在现代信息技术支撑下建立的稳定的、高效的“供应链”,以增强企业的本体能力;另一个就是贴近用户的服务,而这个服务是远远超出所谓“售后服务”水平之上的全面贴近用户的服务。在物流领域出现了广泛配送方式、流通加工方式以及更进一步的“准时供应系统”、“即时供应系统”、“零库存系统”等,这些都成功地使企业获得了更长远的战略发展能力。

(7) 物流对国民经济价值的发现。1997 年东南亚爆发了金融危机,危机过后,人们在分析和总结东南亚各国和各地情况时发现,以“物流”为重要支柱产业的新加坡、香港有较强的抗御经济危机的能力。物流作为一个产业,在国民经济中的地位也是十分重要的,它能够起到完善结构、提高国民经济总体质量和抗御危机的作用。

(8) 物流对新经济价值的发现。网络经济在经过近几年的探索和发展之后,人们逐渐认识到,网上的虚拟运作和实际的物流相结合,才能形成一个完整的新经济形态。这一点在电子商务中反映得更为明显。

1.2.5 物流经济活动的双重性

物流既是增值性经济活动,又是增加成本、增加环境负担的经济活动。对物流双重性的认识,应当是研究物流管理的一个基本点。应在尽量降低物流成本占用,尽量减轻物流造成的环境负担基础上,使物流活动能够增值。

1. 物流占用成本

无论是国民经济领域还是企业领域,物流都是构成成本的主要领域,即使在发达国家,物流成本也相当可观。

2. 物流增加环境负担

物流对环境有较大的负面影响,这个负面影响随着物流量的增大而增大,随着物流合

理化而降低。物流管理的责任，就是要在保证物流满足国民经济和企业发展的前提下，尽量减轻环境负担。

1.3 物流管理的形成及其发展

1.3.1 物流管理的意义

物流是物料或商品在空间上与时间上的位移。社会物流即社会再生产各过程之间、国民经济各部门之间以及国与国之间的实物流通，直接影响到国民经济的效益。现代物流管理是指将信息、运输、库存、仓库、搬运以及包装等物流活动综合起来的一种新型的集成式管理，它的任务是以尽可能低的成本为顾客提供最好的服务。

物流管理不仅仅是对实物流通的管理，也包含了对服务这种重要的无形商品的管理。物流管理涉及所有类型的组织和机构，包括政府、工厂、医院、学校、金融机构、批发商、零售商等。物流管理的一大特点是强调对各项物流活动进行集成化的管理，贯穿产品价值和实现的全过程。

1.3.2 物流管理的重要性

物流管理的任务可以概括为“6 Rights”：以正确的成本（Right Cost），在正确的时间（Right Time）、正确的地点（Right Location）、正确的条件（Right Condition），将正确的商品（Right Goods）送到正确的顾客（Right Customer）手中。

物流管理的核心在于创造价值。良好的物流管理要求供应链上的每一项活动均能实现增值，在为顾客创造价值的同时，也为企业自身及其供应商创造价值。物流管理所创造的价值体现在商品的时间和地点效用上，以及保证顾客在需要的时候能方便地获取商品。

1. 物流在国民经济中的作用

物流在国民经济中的主要作用体现在两个方面。

（1）物流活动的成本在 GDP 中占有相当的份额。据 IMF（国际货币基金组织）统计的一些国家和地区物流成本的估算，物流成本（包括运输、仓储、库存维持等费用）占 GDP 的 10% 以上，在各国经济中均占有显著的地位。如果某国能以较小比例的资源完成各项物流活动，则显示该国的物流效能较高。我国大陆地区的物流总成本占全国 GDP 的 16% 以上，同全球的平均值 12% 相比，高 4 个百分点以上，约 5000 亿元。显然，增加的这笔费用将转嫁为商品价格的提高、企业利润的降低以及国家税收的减少。有效的物流活动对人民生活水平、企业经济效益、国民收入起着不可忽视的作用。

（2）物流支撑着经济生活中的大多数交易行为，是所有的商品交易得以实现的重要保障。正是有了物流活动的保障，交易行为才能在正确的时间和空间内最终得以实现。同时，物流创造了货物和服务的时间和地点的效用。

2. 物流在企业中的作用

顾客导向是企业参与市场竞争的指导思想,物流的本质在于创造价值,而物流系统的输出正是顾客服务,越来越多的企业将物流管理视为提高赢利能力和竞争力的关键所在。以最低的物流成本提供最好的服务,为顾客创造最大的价值是企业赢得竞争的主要途径。

产品(Product)、价格(Price)、促销(Promotion)和地点(Place)是企业市场营销组合的四要素(4P)。成功的市场营销要求企业拥有良好的产品、合理的价格、有力的促销手段,以及保证产品顺利输送到正确的地点。物流活动直接服务于地点要素,保证顾客在需要时能方便地购买到产品。

物流总成本是指实现物流需求所必需的全部开支。考虑物流总成本是一种系统方法,它是有效管理物流过程的关键。物流成本主要有:客户服务、库存管理、运输、批量、仓储、订货处理和信息6个方面。权衡是物流管理的一个核心概念。物流的任务是以尽可能低的成本为顾客提供最好的服务。由于物流活动成本之间经常存在此消彼长的关系,因此需要就物流的各个活动进行成本的权衡。例如,客户服务水平显然受库存状态影响,为提高服务水平,最好是有庞大的库存,而庞大库存的代价却是库存成本的提高。企业为实现长期赢利最大化的目标,必须不断调整顾客服务水平,迎合顾客的需要,这就要求企业将其有限的资源在市场营销四要素以及各项物流活动中合理配置,在不断提高顾客服务水平的同时降低总成本。

企业物流受到了发达国家理论界和企业界的普遍认同和高度重视,被认为是“企业脚下的金矿”以及当前企业“最主要的竞争领域”。从中国仓储协会对中国家电、电子、日化、食品等行业具有代表性的450家大中型企业的调查中可以看出,物流费用占产品销售费用的比例较高,物流费用比例在15%以上的企业占总数的48.5%。根据现代物流理论中的杠杆原理,物流费用每降低2个百分点,利润提高近一倍,因此能否降低企业的物流费用对企业经营业绩影响较大。现在,越来越多的企业正逐渐认识到物流对企业发展的作用。根据调查的结果,仅9%的企业认为物流对企业的影响程度较低或很低,而42%的企业认为物流对企业发展的影响程度较高或很高。认为物流对企业发展影响一般的占总数的49%,由此说明物流在中国发展尚处于起步阶段,任重而道远,潜力巨大。

1.3.3 现代物流管理的发展进程

第二次世界大战以后,物流得到进一步的发展和提炼。由于物流方面的工作对盟军取得第二次世界大战的胜利做出了明显的贡献,类似的,在1990—1991年的波斯湾战争中,有效地发送、储存供给品和人员的能力是美英联军成功的一个关键因素。随着企业对物流管理在降低成本、改善经营绩效和提升企业竞争能力等方面所起作用的认识的逐步提高,以及社会经济和技术的发展,企业中物流管理职能和职责都不断地发生着变化。本节将对物流管理在以美国为代表的西方发达国家中的演进阶段做一概述。现代物流管理在美欧发达国家中大体经历了3个发展阶段:职能管理(1960—1970)、内部一体化(1980—1990)、外部一体化(1990年至今)。

1. 职能管理阶段

20世纪60年代以后,绝大多数企业逐步认识到,物流管理并不仅仅是对运输、采购、仓储等活动的分割式的管理。在此阶段,物流活动被集成到两大物流管理职能当中,即物

料管理和分销管理。物料管理 (Material Management) 是对与物料流入企业有关的所有活动进行计划、组织和控制, 其具体管理范围包括采购原材料、在制品库存控制、厂内运输、生产计划等。分销管理负责控制产成品从工厂到顾客的有效率的输送, 管理范围包括运费控制、仓储、包装、顾客需求预测、成品库存控制、顾客服务等。

以集成式的物料管理和分销管理职能取代 1960 年以前对各项物流活动分割式的管理, 无疑是一大进步。这种职能式的管理使物流成本在两大职能中变得清晰而易于独立核算, 为企业有效控制物流成本奠定了基础。

(1) 本阶段企业管理中的相关变革。

① 计算机在企业管理中的广泛应用。计算机管理系统为企业管理人员快速准确处理在物料管理和分销管理中产生的复杂问题提供了强有力的支持。物料需求计划 (MRP) 是一个典型的例子。MRP 成功地解决了根据最终产品需求生成零部件需求计划的问题, 将原材料和零部件物流与产成品物流联结起来, 使人们的思路从追求实际意义并不很大的优化方法转到比较现实的轨道上来, 利用计算机技术把生产库存管理得更好。同时, 计算机系统帮助企业更加准确地识别和控制包括物流成本在内的各项成本, 为物料管理和分销管理的集成提供了有力的支持。

② 顾客服务理念流行。企业降低运输和分销成本的努力往往会对顾客服务产生负面影响。企业通过减少仓储设施、压缩库存、减少分销系统中存货的铺设等措施来降低成本时, 很可能也降低了顾客服务水平。分销成本占到了大多数消费品总成本的 50% 左右, 然而如何正确地控制分销成本却是企业面临的一大难题; 物流经理们同时也面临着越来越大的改善顾客服务的压力。为实现提高顾客服务水平并降低运作成本的目标, 强化分销管理逐渐成为重要的企业战略。

由于很多企业对顾客服务的目标和标准缺乏正确的认识和实施的一贯性, 导致库存、运输和仓储成本的上升。到 20 世纪 70 年代中期才逐步形成较为正确而全面的顾客服务理念与服务标准体系。企业开始关注顾客服务目标与分销成本之间的权衡关系, 成本—效益权衡模型广泛用于确定合适的顾客服务水平, ABC 分析工具也广泛地应用于对顾客的分类管理, 顾客服务的研究证明了集成式的分销管理确实能为企业带来更大的收益。

(2) 物料与分销经理的职能。物流活动的集成使经理人员的管理权限放大, 对物料和分销经理人员素质的要求也更高了。分割式的管理在组织内部形成了成本管理的组织障碍, 物料和分销经理管理权限的扩展可以在一定程度上消除这种障碍。物料经理统管采购、生产控制、物料进厂运输、原材料和在制品仓储、库存计划与控制、废弃物料的处理等。分销经理统管送货、分销设施、库存计划与控制、销售订单服务等。其管理只能要求这些经理人员掌握财务、数据处理、计划编制等方面的知识和技能, 针对物料经理和分销经理的在职培训也十分流行。由于分销管理在企业管理中的重要性充分显现出来, 分销经理在企业组织结构中的地位变得尤为重要和突出, 一些企业中直接由副总经理来主管分销。

(3) 演进的动因。来自企业外部的压力导致分销经理的角色不断发生变化。两个明显的演进动因是分销过程高昂成本和政府对运输业管制的放松。

① 分销管理中的高昂成本。20 世纪 70 年代, 分销成本变得十分高昂。其原因包括史无前例的通货膨胀, 两位数的高利率, 以及 20 世纪 70 年代中期发生的石油危机。这促使企业管理者集成物流管理, 通过改善物流运作降低成本。

② 放松对运输业的管制。政府对运输业管制放松的结果是大量专业运输公司的出现,

以及优秀运输公司经营规模和范围的扩展。企业与承运人之间的关系变得更加紧密，由松散的交易关系转向长期协作的合同关系。企业对运输服务的选择范围更大了，价格谈判更为灵活和复杂。到 20 世纪 70 年代末，越来越多的经理人员将物料管理与分销管理视为一个有机的整体，物流的阶段含义也变得更加广泛。

2. 内部一体化

20 世纪 80 年代初，分销管理与物料管理逐步集成起来，并产生了全过程物流管理的概念。这种涵盖从原材料采购与运输到产成品分销的所有物流活动及相关的信息与控制系统的物流管理模式称为“集成式物流管理”或“一体化的物流管理”。它不仅包含了以往的物料和分销管理的全部内容，还涉足传统的市场营销和生产管理的一些职能（如生产计划、销售预测、原材料与在制品管理、顾客服务等）。这一阶段物流管理的集成仍限于企业内部，故称为“内部一体化”。

（1）影响内部一体化物流管理的主要因素。20 世纪 80 年代，物流管理人员所面临的变革加速。放松管制使企业在市场中可获取的物流服务更加丰富；第三方物流企业成为各种物流服务的主要提供者；通信与信息处理能力大大增强，众多企业采用了 EDI、条形码和个人电脑；顾客服务变得更加重要，企业将物流视为赢得市场竞争的有效途径。

① 放松管制后物流服务的扩展。货主将运输业务逐步集中到为数不多的几家运输公司，在加强协作的同时，增强了货主讨价还价的能力，也提高了运输活动的质量。另一方面，运输公司为争得足够的业务，努力改善其运营绩效，提供优良的顾客服务、增值服务、合理的运输费率。在传统企业逐步削减用于“非核心”能力投资的同时，一些专业运输公司逐步扩展其运营范围，涉足各种运输方式、仓储、包装与流通加工等业务。这些能力使社会物流总成本大大降低。

② 第三方物流企业。第三方物流企业在 20 世纪 80 年代迅速发展起来。传统企业将一些原本由企业自己来实施的物流活动交给外部的专业公司来承担，通过与第三方物流企业的合作，可以将有限的资源进一步集中到其核心业务与核心能力上，降低大量投资于物流设施与设备而带来的财务风险，同时也可以实现更高效率的物流运作。

③ 沟通与信息技术。20 世纪 80 年代，企业非常热衷于提高快速沟通、货运跟踪与信息交换的能力。信息成为提供物流服务的关键要素，也是企业物流活动进一步集成的催化剂。快速的信息处理与信息交换使供应链实现“以信息换取库存”，几乎可以实时获取的库存和销售数据帮助生产商与零售商更加精确地预测未来的需求，从而降低为应付需求不确定性而设置的安全库存量。利用信息技术进一步集成物流管理职能，还可压缩物流活动的周期时间。

EDI 的广泛应用，为企业提供了实施分销资源计划 DRP（Distribution Resource Planning）和准时化生产 JIT（Just In Time）与库存控制所需的重要信息。

④ 分销资源计划（DRP）。DRP 注重对产成品的分销进行管理，帮助管理人员对产成品在复杂的分销系统中的输送与调配做出正确的计划。配置 DRP 系统需要获取第一手的销售数据并输入到生产系统的主生产计划中去。将市场需求预测与生产计划集成起来，可以降低库存投入，减少运输成本，加速库存周转，并提高存货可供率。DRP 的实施对企业的物流管理职能有深远的影响，它使销售预测和生产计划等职能进一步集成并融入分销管理当中。

⑤ 准时化生产 (JIT)。企业管理活动的集成和信息技术的发展使 JIT 生产计划得到广泛应用。JIT 作为一种企业哲学理念, 强调追求卓越、不断降低库存并提高产品质量。JIT 的采购管理要求供应商依据生产商的生产计划, 在需要的时候提供符合质量和数量要求的产品。供求双方的 JIT 关系是一种长期密切合作的战略伙伴关系。JIT 使物流活动的集成跨越了单个企业的界限, 实现业务流程的改善和更高的效率。

⑥ 顾客服务。顾客服务继续保持着在物流管理模式影响因素中的主导地位。对顾客服务的认识亦演变为以最节省成本的方式使供应链实现增值, 这种增值由包括顾客在内的所有供应链成员共同来分享。

(2) 物流经理的职能。随着物流成为企业赢得市场竞争的重要武器, 物流经理获得更多的升职机会, 他们的管理权限跨越了物料管理或分销管理而涵盖了所有的物流活动。物流经理在企业中级别的提升对经理人员的素质和技能也提出了更高的要求。

物料管理、生产计划、分销管理集成到物流经理的管理权限之内。在 20 世纪 80 年代, 美国有 56% 的企业设置了副总经理级别的物流管理职位。这使得物流管理人员可以更好地参与公司战略决策的制定。物流经理需具备更为全面的物流管理知识和经验, 以及其他主要职能部门 (如生产制造、市场营销、财务管理) 的工作背景。

(3) 演进的动因。

① 企业重组。为增强竞争优势、避免恶意收购, 许多企业进行了重组, 剥离不良资产, 剔除业绩不良的经营业务, 精简组织机构。一些企业的物流部门在企业购并的过程中被并入其他企业的物流部门中, 或者被废弃。

② 市场国际化。美国企业在 20 世纪 80 年代加强了在国际市场上进行原材料和零部件的采购, 获得成本优势。在国内市场日趋成熟和饱和的情况下, 国际市场为许多企业提供了新的发展机遇, 美国企业的产品越来越多地打入欧洲和亚洲市场。这种国际化的市场对企业的物流部门实施更长距离和更大范围的物流活动提出了更高的成本控制要求。

③ 时间和质量。企业获取竞争优势的努力从单纯追求成本最小化, 逐步转向在最短时间内以最小成本提供最大的价值。通过缩短产品从生产线到达市场的时间, 企业提高了生产率, 降低了成本和风险, 并扩大市场份额。在物流过程中引入质量概念, 意味着企业不断改进顾客服务。顾客服务质量上的改进, 如按时送货的改善、订单满足率的提高、准确的票据、订货提前期 (又称订货周期) 的缩短, 以及整个物流系统生产率的提高等, 是竞争对手所难以模仿的。

上述因素促使企业决策者寻求更新的技术和途径以进一步提升物流绩效。然而, 经营业务的全球化、新技术的高成本, 以及稀缺的人力资源等因素使得单个企业的努力往往半途而废, 许多企业将目光转向外部一体化。

3. 外部一体化阶段 (1990 年以来)

20 世纪 70 年代和 20 世纪 80 年代, 企业内部物流管理功能的集成强调实现本企业运营绩效最优化。到了 20 世纪 90 年代, 供应链管理将功能集成的概念从单个企业拓展到供应链上的所有企业。单个企业的活动只是价值创造过程的一个部分。通过降低成本和风险、将企业资源在供应链成员之间平衡和调配等手段, 提升整个供应链的效率, 从而增强供应链以及其成员企业的竞争力。许多企业认识到, 市场竞争不仅仅是单个企业之间的竞争, 同时也是供应链之间的竞争, 只有使整个供应链在市场上具有竞争力, 成员企业才

有生存与发展的空间。

在 20 世纪 90 年代,企业经营业务全球化的趋势日益明显,发展中国家经济的强劲增长创造了巨大的市场需求和大量高素质的人力资源。跨国企业更加注重通过海外建厂和全球采购来降低制造成本,同时努力拓展海外市场。竞争的压力促使企业提高顾客服务质量和物流系统效率。国际贸易的增长导致企业的物流管理发生进一步的变化,许多企业扩展其物流机构,在物流部门中专门设置负责国际物流业务的分部,另一些企业则在海外设立一些相对独立的物流分部负责当地市场的物流运作,大量的跨国性或区域性的第三方物流企业是这种全球供应链的重要成员。这一时期信息和通信技术飞速发展,而信息技术的应用将单个企业的物流管理更深刻地融入供应链管理当中。

1.4 电子商务与物流

1.4.1 电子商务概述

1. 电子商务的概念

20 世纪 90 年代以来,随着网络、通信和信息技术的突破性进展,互联网(Internet)在全球爆炸性地增长并迅速普及,使得现代商业具有不断增长的供货能力、客户需求和全球竞争 3 大特征。在这一新趋势下,一种基于互联网、以交易双方为主体、以银行电子支付和结算为手段、以客户数据为依托的全新商务模式电子商务出现并发展起来。

电子商务源于英文 Electronic Commerce,简称为 EC,现已成为一种新型的企业经营方式。电子商务是人类经济、科技、文化发展的必然产物,是信息化社会的商务模式和未来。

电子商务作为计算机技术与现代经济贸易相结合的产物,已经成为人类社会进入知识经济、网络经济以及信息化时代的重要标志。

电子商务是在 Internet 开放的网络环境下,基于浏览器/服务器的应用方式,实现客户和企业信息沟通、网上购物、电子支付的一种新型的运作方式。

2. 电子商务的功能

电子商务通过 Internet 可提供在网上的交易和管理的全过程的服务,具有以下 7 大功能。

(1) 广告宣传。电子商务使企业可通过自己的 Web 服务器、网络主页(Home Page)和电子邮件(E-mail)在全球范围做广告宣传,在 Internet 上宣传企业形象和发播各种商品信息,客户用网络浏览器可以迅速找到所需的商品信息。与其他各种广告形式相比,在网上的广告成本最为低廉,而给顾客的信息量却最为丰富。

(2) 咨询洽谈。电子商务使企业可借助非实时的电子邮件(E-mail)、新闻组(News Group)和实时的讨论组(Chat)来了解市场和商品信息、洽谈交易事务,如有进一步的需求,还可用网上的白板会议(Whiteboard Conference)、公告板(BBS)来交流即时的信息。

网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制,提供多种方便的异地交谈形式。

(3) 网上订购。电子商务通过 Web 中电子邮件的交互传送实现客户在网上的订购。企业的网上订购系统通常都是在商品介绍的页面上提供十分友好的订购提示信息和订购交互表格。当客户填完订购单后,系统回复确认信息单表示订购信息已收悉。电子商务的客户订购信息采用加密的方式使客户和商家的商业信息不会泄露。

(4) 网上支付。网上支付是电子商务交易过程中的重要环节,客户和商家之间可采用信用卡、电子钱包、电子支票和电子现金等多种电子支付方式进行网上支付。采用在网上电子支付的方式节省了交易的开销。对于网上支付的安全问题现在已有实用的 SET(安全电子交易)协议等来保证信息传输的安全性。电子账户交易的网上支付由银行、信用卡公司及保险公司等金融单位提供电子账户管理等网上操作的金融服务,客户的信用账号或银行账号是电子账户的标志。电子账户通过客户认证、数字签名、数据加密等技术措施的应用保证电子账户操作的安全性。

(5) 服务传递。电子商务通过服务传递系统将客户所订购的商品尽快地传递到已订货并付款的客户手中。对于有形的商品,服务传递系统可以对本地和异地的仓库在网络中进行物流的调配并通过快递业完成商品的传送;而无形的信息产品如软件、电子读物、信息服务等则立即从电子仓库中将商品通过网上直接传递到客户端。

(6) 意见征询。企业的电子商务系统可以采用网页上的“选择”、“填空”等及时收集客户对商品和销售服务的反馈意见,客户的反馈意见能提高网上交易售后服务的水平,使企业获得改进产品、发现市场的商业机会,使企业的市场运作形成一个良性的封闭回路。

(7) 交易管理。电子商务的交易管理系统可以完成对网上交易活动全过程中的人、财、物,客户及本企业内部的各方面进行协调和管理。电子商务的上述功能,对网上交易提供了一个良好的交易服务和进行管理的环境,使电子商务的交易过程得以顺利和安全地完成,并可以使电子商务获得更广泛的应用。

3. 电子商务的特点

电子商务与传统的商务活动方式比较,具有以下 3 个特点。

(1) 交易虚拟化。通过以 Internet 为代表的计算机互联网进行交易,贸易双方从贸易磋商、签订合同到支付等都无须当面进行,均通过计算机互联网络完成,整个交易完全虚拟化。

(2) 交易成本低。电子商务使得买卖双方的交易成本大大降低,具体表现如下。

① 距离越远,网络上进行信息传递的成本相对于信件、电话、传真的成本而言就越低。此外,缩短时间及减少重复的数据录入也降低了信息成本。

② 买卖双方可通过网络进行商务活动,无须中介者参与,减少了交易的中间环节。

③ 卖方可通过互联网络进行产品介绍、宣传,避免了在传统方式下做广告、发印刷产品等的大量费用。

④ 电子商务实行“无纸贸易”,可减少 90% 的文件处理费用。

⑤ 互联网使买卖双方即时沟通供需信息,使无库存生产和无库存销售成为可能,从而使库存成本降为零。

⑥ 企业利用内部网(Intranet)可实现“无纸办公”,提高内部信息传递的效率、节省

时间并降低管理成本。

(3) 交易效率高。互联网络利用贸易中的商业报文标准化,使商务报文能在世界各地瞬间完成传递与计算机自动处理,从而使原材料采购、产品生产、需求与销售、银行汇兑、保险、货物托运及申报等过程在无须人员干预的情况下以最短的时间完成。

4. 电子商务的分类

(1) 按照参与交易对象分类。

① 企业与消费者之间的电子商务(Business to Customer, B2C)。企业与消费者之间的电子商务类似于联机服务中进行的商品买卖,是利用计算机网络使消费者直接参与经济活动的高级形式。这种形式随着网络的普及迅速发展,现已形成大量的网络商业中心,提供各种商品和服务。

② 企业与企业之间的电子商务(Business to Business, B2B)。企业与企业之间的电子商务包括特定企业间的电子商务和非特定企业间的电子商务。特定企业间的电子商务是在过去一直有交易关系或者今后一定要继续进行交易的企业间,为了相同的经济利益,共同进行的设计、开发或全面进行市场及库存管理而进行的商务交易。企业可以使用网络向供应商订货、接收发票和付款。非特定企业间的电子商务是在开放的网络中对每笔交易寻找最佳伙伴,与伙伴进行从订购到结算的全部交易行为。

③ 企业与政府方面的电子商务(Business to Government, B2G)。企业与政府方面的电子商务活动覆盖企业与政府组织间的各项事务。政府采购清单可以通过互联网发布,公司可以以电子化方式回应。

(2) 按照商务活动内容分类。按照商务活动的内容分类,电子商务主要包括间接电子商务和直接电子商务两类商业活动。

① 间接电子商务,指有形货物的电子订货,仍然需要利用传统渠道(如邮政服务和商业快递)送货或实地交割(如房地产产品)。

② 直接电子商务,指无形货物和服务的网上交易,包括计算机软件、娱乐内容的联机订购、付款和交付,也包括金融产品、旅游产品的网上交易,或者是全球规模的信息服务。

(3) 按照使用网络类型分类。根据使用网络类型的不同,电子商务目前主要有3种形式。

① EDI(Electronic Data Interchange, 电子数据交换)商务。EDI商务,按照国际标准化组织的定义,是“将商务或行政事务按照一个公认的标准,形成结构化的事务处理或文档数据格式,从计算机到计算机的电子传输方法”。简单地说,EDI就是按照商定的协议,将商业文件标准化和格式化,通过计算机网络,在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行数据交换和自动处理。

EDI主要应用于企业与企业、企业与批发商、批发商与零售商之间的批发业务。相对于传统的订货和付款方式,EDI大大节约了时间和费用。相对于互联网,EDI较好地解决了安全保障问题,这是因为使用者均有较可靠的信用保证,并有严格的登记手续和准入制度,加之多级权限的安全防范措施,从而实现了包括付款在内的全部交易工作电脑化。

② Internet(互联网)商务。Internet是现代商务的新形式。它以计算机、通信、多媒体、数据库技术为基础,通过互联网络,在网上实现营销、购物服务。它突破了传统的生产、批发、零售及进、销、存、调的流转程序与营销模式,真正实现了少投入、低成本、

零库存、高效率,避免了商品的无效搬运,从而实现了社会资源的高效运转和最大节余。消费者可以不受时间、空间、厂商的限制,广泛浏览,充分比较,模拟使用,力求以最低的价格获得最为满意的商品和服务。

③ Intranet (内联网) 商务。Intranet 商务是利用企业内部网络开展的商务活动。Intranet 是 Intra-business Internet 的缩写,是指运用 Internet 技术,在企业内部所建立的网络系统。Intranet 只有企业内部的人员可以使用,信息存取只限于企业内部,并在安全控制下连上 Internet,一般 Intranet 多设有防火墙程序,以避免未经授权的人进入。由于建立成本较低,所以 Intranet 目前发展迅速。企业开展 Intranet 商务,一方面可以节省许多文件往来的时间,方便沟通管理并降低管理成本;另一方面可通过网络与客户提供双向沟通。适时提供产品与服务,提升服务品质。

1.4.2 电子商务与物流

1. 电子商务对物流的影响

电子商务活动对物流的影响主要表现在以下 5 个方面。

(1) 电子商务将改变人们传统的物流观念。电子商务作为一个新兴的商务活动,它为物流创造一个虚拟化的运动空间。在电子商务的状态下,人们在进行物流活动时,物流的各种职能及功能可以通过虚拟化的方式表现出来。在这种虚拟化的过程中,人们可以通过各种的组合方式,寻求物流的合理化,使商品实体在实际的运动过程中,达到效率最高、费用最省、距离最短、时间最少的功能。

(2) 电子商务将改变物流的运作方式。首先,电子商务可使物流实现网络的实时控制。传统的物流活动在其运作过程中,不管其是以生产为中心,还是以成本或利润为中心,其实质都是以商流为中心,从属于商流活动,因而物流的运动方式是紧紧伴随着商流来运动的(尽管其也能影响商流的运动)。而在电子商务下,物流的运作是以信息为中心的,信息不仅决定了物流的运动方向,而且也决定着物流的运作方式。在实际运作过程中,通过网络上的信息传递,以有效地实现对物流的实施控制,实现物流的合理化。

其次,网络对物流的实时控制是以整体物流来进行的。在传统的物流活动中,虽然也有依据计算机对物流实时控制,但这种控制都是以单个的运作方式来进行的。例如,在实施计算机管理的物流中心或仓储企业中,所实施的计算机管理信息系统,大都是以企业自身为中心来管理物流的。而在电子商务时代,网络全球化的特点,可使物流在全球范围内实施整体的实时控制。

(3) 电子商务将改变物流企业的经营形态。首先,电子商务将改变物流企业对物流的组织和管理。在传统经济条件下,物流往往是由某一企业进行组织和管理,而电子商务则要求物流从社会的角度实行系统的组织和管理,以打破传统物流分散的状态。这就要求企业在组织物流的过程中,不仅要考虑本企业的物流组织和管理,而且更重要的是要考虑社会的整体系统。

其次,电子商务将改变物流企业的竞争状态。在传统经济活动中,物流企业之间存在激烈的竞争,这种竞争往往是依靠本企业提供优质服务、降低物流费用等方面来进行的。在电子商务时代,这些竞争内容虽然依然存在,但有效性却大大降低了。原因在于电子商务需要一个全球性的物流系统来保证商品实体的合理流动,对于一个企业来说,即使它的

规模再大,也是难以达到这一要求的。这就要求物流企业应相互联合起来,在竞争中形成一种协同竞争的状态,在相互协同实现物流高效化、合理化、系统化的前提下,相互竞争。

(4) 电子商务将促进物流基础设施的改善和物流技术与物流管理水平的提高。首先,电子商务将促进物流基础设施的改善。电子商务高效率 and 全球性的特点,要求物流也必须达到这一目标。而物流要达到这一目标,良好的交通运输网络、通信网络等基础设施则是最基本的保证。

其次,电子商务将促进物流技术的进步。物流技术主要包括物流硬技术和软技术。物流硬技术是指在组织物流过程中所需的各种材料、机械和设施等;物流软技术是指组织高效率的物流所需的计划、管理、评价等方面的技术和管理方法。从物流环节来考察,物流技术包括运输技术、保管技术、装卸技术、包装技术等。物流技术水平的高低是实现物流效率高低的一个重要因素,要建立一个适应电子商务运作的高效率的物流系统,加快提高物流的技术水平则有着重要的作用。

最后,电子商务将促进物流管理水平的提高。物流管理水平的高低直接决定和影响着物流效率的高低,也影响着电子商务高效率优势的实现问题。只有提高物流的管理水平,建立科学合理的管理制度,将科学的管理手段和方法应用于物流管理当中,才能确保物流的畅通进行,实现物流的合理化和高效化,促进电子商务的发展。

(5) 电子商务对物流人才提出了更高的要求。电子商务不仅要求物流管理人员具有较高的物流管理水平,而且也要求物流管理人员要具有较高的电子商务知识,并在实际的运作过程中,能有效地将二者有机地结合在一起。

2. 电子商务物流的特点

电子商务物流主要有以下5个方面的特点。

(1) 实行供应链管理。电子商务物流最突出的特点是在企业内部、外部之间的物流运作实行供应链管理。

(2) 实现零库存生产。零库存生产是指将原材料、零部件以必要的数量在必要的时间送到特定的生产线。零库存生产是电子商务条件下对生产阶段物流的新要求。

(3) 物流信息化。物流信息化表现为物流信息的商品化、物流信息收集的数据化和代码化、物流信息管理的电子化和计算机化、物流信息传递的标准化和实时化、物流信息储存的数字化等。

(4) 物流配送的全球化。电子商务为众多企业拓展市场的同时,也为企业的物流配送提出了全球化服务的要求。

(5) 物流服务的多功能化与社会化。电子商务要求为企业提供更全方位的服务,使物流成为连接生产企业与最终用户的重要纽带。同时,在电子商务条件下,物流服务也必将更多地依靠专业的物流公司来提供。

3. 物流对电子商务的影响

在电子商务给物流带来巨大变化的同时,物流在电子商务活动中的地位与作用也显得日益重要。

(1) 物流是电子商务的重要组成部分。物流业是电子商务的支点,电子商务是实施整个贸易活动的电子化。首先,电子商务是一组电子工具在商务活动中的应用;其次,电子商务是电子化的购物市场;最后,电子商务是从售前到售后支持的各个环节实现电子化、

自动化。

可见电子化的对象是整个的交易过程, 不仅包括信息流、商流、资金流, 而且还包括物流; 电子化的工具也不仅仅指计算机和网络通信技术, 还包括叉车、自动导向车、机械手臂等自动化工具。

从以上的论述中可见, 物流是电子商务重要的组成部分。必须摒弃原有的“重信息流、商流和资金流的电子化, 而忽视物流电子化”的观念, 大力发展现代化物流, 以进一步推广电子商务。

(2) 物流现代化是电子商务的基础。电子商务通过快捷、高效的信息处理手段可以比较容易地解决信息流、商流和资金流的问题, 而将商品及时地配送到消费者手中, 即完成商品的空间转移(物流)才标志着电子商务过程的结束。因此物流系统的效率高低是电子商务成功与否的关键, 而物流效率的高低很大一部分取决于物流现代化的水平。物流现代化中最重要的部分是物流信息化, 物流的信息化是电子商务物流的基本要求, 是企业信息化的重要组成部分。

(3) 物流是实现电子商务的关键。电子商务是信息传送保证, 物流是执行保证。没有物流, 电子商务只能是一张空头支票, 物流是实现电子商务的关键。

① 物流保障了现代化生产的高效进行。无论在传统的贸易方式下, 还是在电子商务下, 生产都是商品流通之本, 而生产的顺利进行需要各类物流活动的支持。合理化、现代化的物流, 通过降低费用从而降低成本、优化库存结构、减少资金占压、缩短生产周期, 保障了现代化生产的高效进行。相反, 缺少现代化的物流, 生产将难以顺利进行, 无论电子商务是多么便捷的贸易形式, 仍是无米之炊。

② 物流服务于商流。在电子商务下, 消费者通过网上购物, 完成了商品所有权的交割过程, 即商流过程。但电子商务的活动并没有结束, 只有商品和服务真正转移到消费者手中, 商务活动才告以结束。在整个电子商务的交易过程中, 物流实际上是以商流的后续者和服务者的姿态出现的。没有现代化的物流, 如何轻松的商流活动都会退化为一纸空文。

③ 物流是实现“以顾客为中心”理念的根本保证。电子商务的出现, 在最大限度上方便了最终消费者。他们不必再跑到拥挤的商业街, 一家又一家地挑选自己所需的商品, 而只要待在家里, 在 Internet 上搜索、查看、挑选, 就可以完成他们的购物过程。但试想, 他们所购的商品迟迟不能送到, 或者商店所送来的并非自己所购的, 那消费者还会在网上购物吗? 物流是电子商务中实现“以顾客为中心”理念的最终保证, 缺少了现代化的物流技术, 电子商务给消费者带来的便利等于零, 消费者必然会转向他们认为更安全的传统购物方式。

(4) 物流是电子商务概念模型的基本要素。电子商务概念模型是由电子商务实体、电子市场、交易事务和信息流、商流、资金流、物流等基本要素构成的。

在电子商务概念模型中, 电子商务实体是指能够从事电子商务的客观对象, 它可以是企业、银行、商店、政府机构和个人等。电子市场是指电子商务实体从事商品和服务交换的场所, 它是各种各样的商务活动参与者利用各种通信装置, 通过网络连接成一个统一的整体。交易事务是指电子商务实体之间所从事的具体的商务活动的内容, 如询价、报价、转账支付、广告宣传、商品运输等。

电子商务中的任何一笔交易, 都包含着几种基本的“流”, 即信息流、商流、资金流、物流。其中信息流既包括商品信息的提供、促销、行销、技术支持、售后服务等内容, 也

包括如询价单、报价单、付款通知单和转账通知单等商业贸易单证,还包括交易方的支付能力、支付信誉等。商流是指商品在购、销之间进行交易和商品所有权转移的运动过程,具体是指商品交易的一系列活动。资金流主要是指资金的转移过程,包括付款、转账等过程。在电子商务下,以上的三种流的处理都可以通过计算机和网络通信设备实现。物流作为四流中最为特殊的一种,是指物质实体(商品或服务)的流动过程,具体指运输、储存、配送、装卸、保管和物流信息管理等活动。

(5) 物流是实现电子商务跨区域物流的重点。我国加入 WTO, 电子商务的应用将更加重视跨区域物流。要解决电子商务中跨国物流、跨区域物流可能出现的问题,有赖于完善的物流系统。借助于互联网,电子商务将整个世界联系在一起。电子商务的推广,加快了世界经济的一体化,因为电子商务的跨地域性和跨区域性的,使得物流活动必然呈现跨国性,国际物流在整个商务活动中愈来愈占有举足轻重的地位。

在商业运行中,不同的交易方式会产生不同的物流模式。在电子商务这种交易方式下,物流模式的特点将使国际物流、跨区域物流不断增加,与之相应地,第三方物流模式将成为一种必然选择。



本章小结

现代物流是随着商品经济的快速发展,人们为实现最大限度的经济利益,为追求越来越高的生产效率,促进社会化生产精细分工,使专门化生产程度越来越高的一门新兴的综合性学科。

由于物流对象不同、物流目的不同、物流方向不同以及物流范围不同,人们可以从不同的角度、采用不同的标准对物流进行分类。现代物流的主要特征是:科学系统化、自动智能化、标准化、精益化、网络化、个性化、专业化、协同化、规范法制化、社会化、国际全球化。物流管理组织随着企业的物流活动不断变化,不断调整物流组织架构,以提高物流服务水平,降低物流成本。



案例分析

海尔物流的“一流三网”和 3 个 JIT

从管理的角度来讲,海尔是一个说不完的故事。它创造了很多奇迹:在新产品开发、顾客服务、企业文化、企业的技术创新、市场创新、管理创新、体制创新等许多方面。它在制造业物流以及物流管理上也有许多值得称赞的方面。

海尔是第一个被美国评为五星级服务的中国内地企业,其物流是市场链概念中延伸出来的一个比较典型的模式和管理方法,提出了“一流三网”。

“一流”就是订单信息流。没有订单不生产;要生产订单,不要生产库存,这是订单信息流。

“三网”。即:

① 计算机信息网。物流操作基本上在计算机信息网络平台上运作,这就为物流效率的

提高提供了很好的基础。

② 全球供应资源网。海尔的供应是全球化的。海尔已经不仅是企业的国际化,而且是国际性的企业了,它在国外有很多工厂,那些工厂是用当地的资源、当地的人力、当地的资金,在当地市场进行销售。其供应资源网络符合经济全球化趋势,资源得到了更合理的配置。

③ 全球配送资源网。企业管理的精髓在于怎样有效地整合,或者是充分利用有限的资源,这是企业管理的出发点。既然供应是全球化的网络,它的配送也要全球配送,形成全球配送资源网络。

JIT (just in time) 就是及时制,海尔的 3 个 JIT 包括以下 3 个内容:

① JIT 采购。何时需要就何时采购,采购的是订单,不是库存,是需求拉动采购。这就会对采购提出较高的要求,要求原有的供应网络要比较完善,可以保证随时需要随时能采购得到。

● 全球统一采购。海尔产品所需的材料有 1.5 万个品种,这 1.5 万个品种的原材料基本上要进行统一采购,而且是全球范围的采购,这样做不仅能达到规模经济,而且要寻找全球范围的最低价格。所以它的 JIT 采购是全球范围里最低价格进行统一采购,采购价格的降低对物流成本的降低有非常直接的影响。

● 招标竞价。海尔每年的采购金额差不多有 100 多亿人民币,它通过竞标、竞价,要把采购价格下降 5%。每年下降 100 亿的 5%,就可以直接提高利润,或者说其价格在市场上就更有竞争力。

● 网络优化供应商。网络优化供应商就是通过网络,通过 IT 平台在全球选择和评估供应商。网络优化供应商比单纯压价要重要得多,因为它的选择余地很大,真正国际化的企业在国际大背景下运作,就可以有很多资源供它选择。

海尔的 JIT 采购实现了网络化、全球化和规模化,采取统一采购,而且是用招标投标的方式来不断地寻求物流采购成本的降低。

② JIT 生产。JIT 生产也是生产订单,不生产库存。顾客下了订单以后,开始生产。答应 5 天或者 6 天交货,在这个期限内可以安排生产计划。完成生产计划需要怎样的原料供应,只要原料供应的进度能够保证,生产计划就会如期完成。

ERP 模块平台。海尔的操作平台采用 ERP 模块,它由市场需求来拉动生产计划,由生产计划来拉动原料采购,再要求供应商直送工位,一环紧扣一环。其基础是 ERP 的操作平台,有 IT 技术作为舞台,在这个舞台上演 JIT 生产这台戏。其前提就决定了生产速度会快,成本会低,效率会高,相反,如果靠传统模式去实现 JIT 生产难度就会很大。海尔完全是物流的一体化,包括采购、生产、销售、配送等的一体化,物流部门的组织结构已经调整过来,由物流部门来控制整个集团下面的物流。

③ JIT 配送。目前海尔物流部门在中国内地有 4 个配送中心,在欧洲的德国也有配送中心,在美国也有配送中心,通过这些总的中转驿站——配送中心来控制生产。不做 JIT 采购就做不了 JIT 生产,而要做 JIT 生产和 JIT 采购,还必须有 JIT 配送。是 JIT 配送而不是 JIT 运输,因为运输是长距离的,配送是短距离的,是当地的。怎样做到按照生产的需要在当地做配送,随时需要随时送到,而且数量、规格要符合需要,这就对物流提出了比较高的要求。

货物配送时间要扣得准, JIT 生产、JIT 采购、JIT 配送就是要达到零库存。零库存不

是库存等于零，而是在于库存的周转速度，周转速度越快，相对来说库存量就越少。所以 JIT 配送是这一切的基础，采购、生产与配送必须同时具备 JIT 的条件，因此叫同步流程，流程再造的时候就要考虑到这 3 个方面。

思考分析

- (1) 怎样看待海尔的“一流三网”？
- (2) 怎样理解海尔的 3 个“JIT”？

问题提示

通过海尔的“一流三网”，即订单信息流、计算机信息网、全球供应资源网和全球配送资源网，形成了海尔在市场链概念中延伸出来的一个比较典型的物流模式和管理方法，充分体现了现代物流的特征。海尔物流紧紧围绕订单信息流这一中心，将海尔遍布全球的分支机构整合之后的物流平台使供应商和客户、企业内部信息网络这“三网”同时开始执行，同步运动，为订单信息流的增值提供支持。

通过海尔的 3 个“JIT”，即 JIT 采购、JIT 生产、JIT 配送的时间控制，就是要达到零库存。零库存不是库存等于零，而是在于库存的周转速度，周转速度越快，相对来说库存量就越少。所以采购、生产与配送必须同时具备 JIT 的条件，即时间要算得准。

重要概念

物流 物流要素 物流功能 企业物流 国际物流 区域物流 特殊物流 第三方物流



习题 1

一、填空题

1. 国家标准关于物流的定义是：物流是物品从_____向_____的实体流动过程。根据实际需要，将_____、_____、_____、_____、_____、_____、_____基本功能有机结合。（中华人民共和国国家标准物流术语 GB/T 18354—2006）
2. 商流是物流的_____，物流是商流的_____。
3. 物流的基本要素主要是由_____、_____、_____、_____、_____、_____等构成。
4. 物流主要创造物品的_____效用、_____效用和_____效用。
5. 我国物流发展大致分为初步发展期，_____、_____、_____。
6. 物流具有_____和_____两重性。
7. 电子商务作为一个新兴的商务活动，它为物流创造一个_____的运动空间。

二、选择题

1. 流通中包含的主要内容有（ ）。

A. 生产
B. 商流
C. 物流
D. 信息流

2. 商物分离的原则是（ ）。
 - A. 降低物流成本
 - B. 提高物流成本
 - C. 提高物流效率
 - D. 降低物流效率
3. 此长彼消、此盈彼亏的现象属于（ ）。
 - A. 黑大陆学说
 - B. 物流成本冰山说
 - C. 第三利润源学说
 - D. 效益背反说
4. 物流按照物流活动的空间范围可以划分为（ ）。
 - A. 地区物流
 - B. 行业物流
 - C. 国内物流
 - D. 国际物流
5. 下列对物流概念的理解哪些是正确的（ ）。
 - A. 物流是物品物质实体的流动
 - B. 物流是物品由提供地向接收地的流动
 - C. 物流是若干活动的有机结合
 - D. 物流不具有普遍性
6. 下列活动中不属于物流范畴的是（ ）。
 - A. 属于物品物质实体的流动
 - B. 运输、存储、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能的有机结合
 - C. 商流所有权转移和物流的实体位置转移
 - D. 不属于经济活动的物质实体流动
7. 下列说法正确的是（ ）。
 - A. 物流所要“流”的对象是一切物品，包括有形物品和无形物品
 - B. 只有物品物理位置发生变化的活动，如运输、搬运、装卸等活动才属于物流活动
 - C. 物流不仅仅研究物的流通与存储，还研究伴随着物的流通与存储而产生的信息处理
 - D. 物流是从某个企业原材料的供应、存储、搬运、加工、生产直至产成品的销售的整个过程
8. 物流已成为现代社会的一个标志，物流业则成为许多企业（ ）的一个重要途径。
 - A. 降低成本
 - B. 追求利润最大化
 - C. 实现经济效益增长
 - D. 改善生产环境

三、问答题

1. 现代物流的主要特征有哪些？
2. 试述物流的划分。
3. 试述物流的要素、功能与效用。
4. 什么是物流的价值？
5. 现代物流经历了哪些发展过程？
6. 如何理解物流产业与经济发展的关系？
7. 为什么说物流业属于服务行业？
8. 简述物流与电子商务之间的关系。