

物流的实质及其作用 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/459/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E7_9A_84_E5_c31_459444.htm 现在，许多人都知道物流重要，应该重视物流。那么物流为什么重要，物流的实质是什么？物流究竟起什么作用呢？本讲就来谈谈这个问题。前面讲到过，物流是物质资料，包括原材料的物理性移动，是从供应者到使用者的运输、包装、保管、装卸搬运、流通加工、配送以及信息传递的过程，这就是说物流活动本身一般并不创造产品价值，只创造附加价值。这样一讲，物流是不是多余的呢？答案无疑是否定的。为什么？因为任何产品都不可能生产出来，不经过搬运装卸、包装、运输、保管就立即消费，充其量可以节省物流七大环节中的一个或两个。所以说，既然物流是一个不可省略或者说不可跨越的过程，而且，随着这个过程的发生，就会产生费用、时间、距离以及人力、资源、能源、环境等一系列问题。人们只有客观地认识这些问题，正确地对待、科学地解决好这些问题，才是惟一的正确态度和选择。笼统地说，物流的实质和作用主要表现在以下七个方面。

一、保值 物流有保值作用。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、多次数的物流活动。在这个过程中，产品可能会淋雨受潮、水浸、生锈、破损、丢失等。物流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。二、节约 搞好物流，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；实现机械化装卸作业，仓库保管自动化，能节省大量作业人员，大幅度降低人员开支。重视物流可节约费用的事例比比皆是。被称为“中国物流管理觉醒第一人”的海尔企业集团，加强物流管理，建设起现代化的国际自动化物流中心，一年时间将库存占压资金和采购资金，从15亿元降低到7亿元，节省了8亿元开支。

三、缩短距离 物流可以克服时间间隔、距离间隔和人的间隔，这自然也是物流的实质。现代化的物流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；邮政部门改善了物流，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。这种物流速度，把人们之间的地理距离和时间距离一下子拉得很近。随着物流现代化的不断推进，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，各大洲的距离更近了。城市里的居民不知不觉地享受到物流进步的成果。南方产的香蕉全国各大城市一年四季都能买到；新疆的哈密瓜、宁夏的白兰瓜、东北大米、天津小站米等都不分季节地供应市场；中国的纺织品、玩具、日用品等近年大量进入美国市场，除了中国的劳动力价格低廉等原因外，则是国际运输业发达，国际运费降低的缘故。

四、增强企业竞争力、提高服务水平 在新经济时代，企业之间的竞争越来越激烈。在同样的经济环境下，制造企业，比如家电生产企业，相互之间的竞争主要

表现在价格、质量、功能、款式、售后服务的竞争上，可以讲，像彩电、空调、冰箱等这类家电产品在工业科技如此进步的今天，质量、功能、款式及售后服务，目前各企业的水平已经没有太大的差别，唯一可比的地方往往是价格。近几年全国各大城市此起彼伏的家电价格大战，足以说明这一点。那么支撑降价的因素是什么？如果说为了占领市场份额，一次、两次地亏本降价，待市场夺回来后再把这块亏损补回来也未尝不可。然而，如果降价亏本后仍不奏效又该如何呢？不言而喻，企业可能就会一败涂地。在物资短缺年代，企业可以靠扩大产量、降低制造成本去攫取第一利润。在物资丰富的年代，企业又可以通过扩大销售攫取第二利润。可是在新世纪和新经济社会，第一利润源和第二利润源已基本到了一定极限，目前剩下的一块“未开垦的处女地”就是物流。降价是近几年家电行业企业之间主要的竞争手段，降价竞争的后盾是企业总成本的降低，即功能、质量、款式和售后服务以外的成本降价，也就是我们所说的降低物流成本。国外的制造企业很早就认识到了物流是企业竞争力的法宝，搞好物流可以实现零库存、零距离和零流动资金占用，是提高为用户服务，构筑企业供应链，增加企业核心竞争力的重要途径。在经济全球化、信息全球化和资本全球化的21世纪，企业只有建立现代物流结构，才能在激烈的竞争中，求得生存和发展。

五、加快商品流通、促进经济发展

在谈这个问题时，我们用配送中心的例子来讲最有说服力。可以说，配送中心的设立为连锁商业提供了广阔的发展空间。利用计算机网络，将超市、配送中心和供货商、生产企业连接，能够以配送中心为枢纽形成一个商业、物流业和生产企业的有效组合。

有了计算机迅速及时的信息传递和分析，通过配送中心的高效率作业、及时配送，并将信息反馈给供货商和生产企业，可以形成一个高效率、高能量的商品流通网络，为企业决策提供重要依据，同时，还能够大大加快商品流通的速度，降低商品的零售价格，提高消费者的购买欲望，从而促进国民经济的发展。

六、保护环境

环境问题是当今时代的主题，保护环境，治理污染和公害是世界各国的共同目标。有人会问，环保与物流有什么关系？这里不妨介绍一下。你走在马路上，有时会看到马路一层黄土，这是施工运土的卡车夜里从车上漏撒的，碰上拉水泥的卡车经过，你会更麻烦；马路上堵车越来越厉害，你连骑自行车都通不过去，噪音和废气使你不敢张嘴呼吸；深夜的运货大卡车不断地轰鸣，疲劳的你翻来复去睡不着……所有这一切问题都与物流落后有关。卡车撒黄土是装卸不当，车箱有缝；卡车水泥灰飞扬是水泥包装苫盖问题；马路堵车属流通设施建设不足。这些如果从物流的角度去考虑，都会迎刃而解。比如，我们在城市外围多设几个物流中心、流通中心，大型货车不管白天还是晚上就都不用进城了，只利用二吨小货车配送，夜晚的噪音就会减轻；政府重视物流，大力建设城市道路、车站、码头，城市的交通阻塞状况就会缓解，空气质量自然也会改善。

七、创造社会效益和附加价值

实现装卸搬运作业机械化、自动化，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。比如，日本多年前开始的“宅急便”、“宅配便”，国内近年来开展的“宅急送”，都是为消费者服务的新行业，它们的出现使居民生活更舒适、更方便。当你去滑

雪时，那些沉重的滑雪用具，不必你自己扛、自己搬、自己运，只要给“宅急便”打个电话就有人来取，人还没到滑雪场，你的滑雪板等用具已经先到了。再如，超市购物时，那里不单单是商品便宜、安全，环境好，而且为你提供手推车，你可以省很多力气，轻松购物。手推车是搬运工具，这一个小小的服务，就能给消费者带来诸多方便，这也是创造了社会效益。从以上的例子我们能够看到，物流创造社会效益。随着物流的发展，城市居民生活环境，人民的生活质量可以得到改善和提高，人的尊严也会得到更多体现。关于物流创造附加值，主要表现在流通加工方面，比如，把钢卷剪切成钢板、把原木加工成板材、把粮食加工成食品、把水果加工成罐头，名烟、名酒、名著、名画都会通过流通中的加工，使装帧更加精美，从而大大提高了商品的欣赏性和附加价值。

思考题 1 你对物流的实质是怎样理解的? 2 物流的作用表现在哪几方面?

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com