

物流师资格考试：第九章商业物流系统物流师考试 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/589/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E5_B8_88_E8_c31_589399.htm

在商流与物流合一的情况下，两者的流通过程和经过的流转环节是一致的。因此，商流的渠道与环节，决定了物流的渠道与环节。批发物流与零售物流是商业物流系统的两大环节。商业物流系统由采购子系统、储存子系统、流通加工子系统、配送子系统、信息子系统五大部分组成。第一节 我国的商品流通渠道与环节

一、商品流通渠道 商品流通渠道是指商品从生产领域向消费领域转移过程中所经过的流转路线和所经过的经济组织。商品流通渠道在商业运行和整个国民经济生活中，相似人体的血液循环系统。流通渠道的畅通无阻，显示市场和整个经济生活的活力，保证商品源源不断地从生产领域向消费领域转移。现阶段我国商品流通渠道可以分为三大类。（一）产销合一的渠道。又称产销直接联系的渠道。是由生产者把商品直接卖给消费者，不需要商人或企业部门在买卖中间作媒介。（二）产销分离渠道。又称商业渠道。它是由商业部门来组织商品流通的全过程。商品生产出来以后，首先由批发部门和零售部门进行收购。经过运输、储存、加工、编配等活动，通过批发商业和零售商业的形式或环节，先后转卖到消费者手中。这种渠道是商业运行的主要渠道。（三）产销结合的渠道。它是由生产企业和销售企业先后有序地共同组织完成商品流通的全过程。商品生产出来以后，先由生产部门的推销机构完成一般商品流通过程，再由商业部门继续完成商品流转的其它过程，直到最后卖给消费者。上述商品流通

渠道，按照具体的商品流转路线不同，又有多种具体的组织形式。在我国，产销直接联系的渠道包括农村集市贸易、城乡农贸市场、生产单位的自销门市部或其销售机构和某些大型专用设备的定点供应等。商业渠道则包括：（1）经过零售商业为媒介的，如厂店挂钩；（2）经过单个批发和零售环节为媒介的，主要是产地直销商品；（3）经过多个批发环节和单个零售环节为媒介的，如某些集中生产分散消费的工业品或分散生产集中消费的农产品，往往要经过产地批发环节到中转地、集散地和销售地批发环节，最后再经过零售企业出售给消费者。产销结合的渠道则包括有：生产部门的销售机构只经营产地批发，或经营中转批发，或进一步经营销地批发。经过上述批发，再由商业企业经营。

二、商品流通环节

商品流通环节是商品流通过程中的传运点，商品从生产到消费的运动，是通过流通渠道中各职能环节依次传递而形成的。主要有三个环节：（一）批发环节是商品大批量在流通中转移的流通环节，这一环节主要由生产推销部门、商业批发企业、代理商、经纪人、贸易货栈、农副产品批发场所构成。批发环节位于流通渠道的始端和中间部位，其社会功能在于把分散在各地的生产企业的产品输入流通过程中，并完成商品在流通过程中间阶段移动的任务。因此，商业批发企业是生产过程和流通过程的衔接纽带，是社会产品进入流通的第一阀门。同时，由批发关口进入的商品，决定商品流通输出的程度与速度，进而决定整个商品流通的效率。商品在流通过程的运动，有可能经过多次批发环节，把商品送到更远的地点，如我国的一级站、二级站和三级批发企业。（二）零售环节是直接向消费者提供商品及服务的环节，包括

生产企业所设的门市部、商业零售企业、个体商贩、各部门所设的小卖部、服务社等。零售环节位于商品流通终端，是流通过程与消费领域的结合点，也是商品流通的最后关口。当商品经过零售送达消费者手中，商品运动也就最后终止。

（三）仓储环节 商品在流通过程中的停留，形成商品储存。合理地组织商品储存，保证商品储存量和商品储存结构合理化，对于保证商品流通顺利地进行，缩短流通时间，加速资金周转，降低流通费用，具有重要作用。根据商品流通过程中所经过的环节，可以将商品的流通过程划分为以下几种情况。1、生产者→消费者；2、生产者→零售商→消费者；3、生产者→销地批发商→零售商→消费者；4、生产者→中转批发供应站→销地批发商→零售商→消费者；5、生产者→采购供应站→中转批发供应站→销地批发商→零售商→消费者；以上的商品流通过程，也是商品物流的流转方向。

三、当前我国商业企业存在的问题及出路（一）批发企业存在的问题 近几年来，国营批发企业一直处于十分被动的局面，问题的关键在于国营批发企业内部机制僵化，经营方式几十年一贯制，与变化了的市场环境极不适应。目前批发领域由于行政和行业的分割与封锁，存在秩序混乱、效率低、服务差等问题。这些问题严重影响我国经济的调整和健康发展。因为要维持工业生产的高速发展，首先要求批发商业以最短的时间将产品由生产环节转到零售环节。同时，要实现商品流转的高效率，就必须冲破其中各种行政、行业的分割与封锁，形成全国畅通无阻的大市场、大流通，各种批发渠道各司其职，有序进行，这样才能保证流通的高效与畅通。批发企业要达到高效、畅通、有序地组织商品流通，其中要有适应现代化经济

运行方式及速度的商流、物流组织体系这一必备的条件。在发达的商品经济中，商品流量巨大，流域广阔，单靠工厂自销，个体自营小批发，难以做到高效、畅通和有序，只有以大规模、现代化水平的专业批发为骨干，以众多小批发为补充，各展其长，形成合力，才能维持社会再生产的良性循环。实践表明，专业批发的存在，是商品经济和社会分工发展的必然。这是由生产者与零售商在商品交换过程中所出现的各种位差与时差决定的。如各种日用商品，一个品种齐全的大零售店或专卖店要经营全国乃至世界上几十种、上百种品种、规格，自然需要由批发商为其组合编配；对一地生产，全国销售的商品，除大零售商以外，不可能所有零售店都去生产厂进货，需要通过批发商中转集散；还有许多商品是常年生产，季节消费，也需要通过批发进行组合调剂。所以专业批发商的存在与发展，是生产消费的差异决定的，是不以人的意志为转移的。况且，我国地域辽阔、区域间的经济发展与消费的结构差异大，日用消费品生产相对集中，消费地域相对分散，这都决定了专业批发仍然是社会商品流通的骨干力量，其职能和作用不能完全由工业自销或产供销一体化所代替。发展社会主义市场经济需要以专业批发为骨干，组织高效、畅通、有序的商品流通，但现有的国营批发商业仍未完全改变旧的组织结构和经营方式，存在环节多、手续繁、服务差、库存大，周转慢等弊端。随着我国经济的发展，日用工业品生产不但门类增多，且向系列化发展。如家用电器、化妆品、洗涤用品、服装等。这些迅速发展的商品"大家族"，要在全中国及国际市场上流通，需要快速的物流与资金流和配套的售前、售中、售后服务；需要有运储设施先进、技

术高超，服务手段健全的专业批发商作为生产厂可靠的经销、代销批发商。而目前我们的大批发仍然是“企业大而全，专业小而弱”，使生产厂及零售商都感到“靠不住”。这种经营组织结构，必须全面拆除，重新构造。创新经营方式，重建流通网络，加强批发、零售之间的关系，目前的可行办法就是发展物流中心和配送中心，开展配送业务。商业配送的作用表现在以下几个方面：商业企业具有点多、面广、小型、分散的特点，国营批发商业发展配送业务，对提高整个社会商品流通的组织化程度和加速商品流转，具有重要作用。

- 1、有利于理顺批零关系，加速商品流转。在传统体制下，批发和零售企业间有明确的分工。经济体制改革以后，随着市场经济的逐步确立，批零企业间在经营范围上相互渗透，购销关系也作了较大调整。零售企业扩大自主权后，往往越过批发直接从工厂进货。应该说大城市中的大中型零售企业和中小城市的名店、特店，有条件的直接从工厂进一部分货，有利于减少流通环节，但现在不少中小零售商店也不顾自身条件，纷纷甩开传统进货渠道，盲目自采。结果是国营批发企业供货单位减少，市场占有率下降；零售企业进货成本增加，货不对路，商品积压，总体流通效益下降。因此发展商业配送有利于理顺批零关系。配送企业通过努力扩大供应范围、供应对象、供货额，通过提供一系列服务方便客户，形成较大吸引力，从而扩大购销，提高企业效益；客户从配送中心进货，随要随送，特别是对零售企业来说，其库存可以压缩到最低限度，甚至不需要库存，也能保证商品供应不断。这有利于减少资金占用，加速资金周转，降低流通费用，从而提高零售企业的经济效益。
- 2、有利于批发业与仓储业的联合

我国传统商业多采用商流、物流分离的形式。即商业企业负责商流，储运企业负责物流。不管是商流管理还是物流管理，从横向来说分属于商业、粮食、供销、物资、外贸等部门，从纵向来说又分属于中央、省（市）、地、县等层次。在一个地区和部门，又分为若干分支单位，各单位都有自身特定利益。结果是储运设施重复建设，利用率低，浪费严重，这在客观上要求批发企业与储运企业走联合之路。其中发展物流中心和配送中心则是进行联合的一种重要形式。批发企业通过改革转变为物流中心或配送中心，面向小型批发和零售企业，为其提供所需要的商品和优质服务，必将有利于批发企业扩大销售，夺回失去的市场，从而提高自身效益。储运企业通过与批发企业联合，共同发展配送业务，可以充分利用现有设施，加速商品流转。

3、有利于提高经济效益

目前，由于流通无序，各零售企业为了组织货源，采购人员四处出击，加上各种商品松紧程度不一，为加大保险系数，各企业普遍加大商品库存，这既增加了费用，又使企业难以把主要精力放在市场调研和商品销售上，国营批发企业通过发展配送业务，可以把众多零售企业的商品采购、商品储存和商品运输活动集中起来，由批发企业来承担。这有利于降低进货成本，减少商品库存，加速资金周转，从而减少资金占用和利息支出。

（二）当前我国零售商业存在的问题及出路

目前，我国的零售商业存在的主要问题是：零售商业网点布局缺乏总体规划；管理体制不完善；政企不分；组织结构不合理；零售企业的规模基本上处于散、小、偏、弱的状态，经营能力偏小，规范化联合组织偏少等。为解决上述存在的问题，我国零售商业将有以下发展趋势：

1、大型零售企业

向集团化、股份化发展商业体制的改革，提高了商业企业的竞争能力和灵活性，而同时依靠集中计划和行政手段联合企业的纽带已经弱化甚至割断，国营商业的组织化程度降低，整体优势削弱。因此，在社会经济发展过程中，一定要处理好生产与消费水平不断提高与商业企业组织化程度降低之间的矛盾，而正确解决这一矛盾的重要途径就是实现商业集团化。以零售企业为主的企业集团的发展，有利于生产与经营要素的合理流动和优化组合。而商业企业集团要使其规模效益得以充分发挥，就必须建立自己的物流中心或配送中心，开展配送业务。企业集团与储运部门联合或利用自己的仓库、储运设施建立起来的配送中心，对企业集团中的各零售企业进行统一的进货、分拣、配送，可以大大降低企业集团总的流通成本，取得良好的整体效益。

2、大量的中小型零售企业向专业化方向发展 在我国零售商业中，中、小型企业占绝大多数，它们的专业化程度本来就很低，而且日趋严重。近年来，由于价格和利益机制调整中的问题。一些原来的专业商店，也都改为"综合经营"，于是呈现在我们面前的许多城市商业中心基本上是大中型百货商店的大规模综合经营和一系列中小商店的小规模"综合经营"，致使许多中小型零售企业陷入困境。因此，推行部分中小型零售企业实行专业化、连锁化，是中小型零售企业从目前面临的困境中走出来的一条有效之路，它可以提高这些企业的组织化程度，增强它们在市场中的竞争能力，同时对改善流通整体结构的长远战略也有很大意义。这些专业商店经营的商品品种不多，但经营的商品大类中的商品、花色、款式一应俱全，这就决定了其订货的多批次、少批量，勤进快销。因此，专业店不可能自

己一一从商品的产地进货。专业店、连锁店建立自己配送中心也是一条必由之路。3、非店铺零售将得到发展 随着社会经济的发展，家庭收入的增加，可支配时间的减少，人们愿意以更多的时间进行学习、旅游等活动，不愿去交通拥挤、空气混浊的闹市游逛；商品广告、品牌咨询、质量保证等已相当可靠，消费者对媒体介绍的商品能做出正确的判断时，非店铺零售将出现一个良好的发展机遇。美国目前非店铺零售已占全部销售的12%，预计到本世纪末将有三分之一的商品零售通过非店铺渠道出售。目前，非店铺零售的形式主要有：邮寄目录销售、直接邮购、电话购货、电视购物、人员上门销售等形式。而非店铺零售的发展要通过商品的配送来保证。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