

九成企业对销售物流外包感兴趣  
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\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_\\_E4\\_B9\\_9D\\_E6\\_88\\_90\\_E4\\_BC\\_81\\_E4\\_c31\\_645147.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E4_B9_9D_E6_88_90_E4_BC_81_E4_c31_645147.htm) id="nnny"

class="miami"> 把物流师站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年物流师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题物流师论坛 欢迎免费体验：百考试题物流师在线考试中心 近日，由博科资讯物流供应链研究中心主持的《物流业调整和振兴规划》市场效应调研活动成果公布，调研显示，讨论到企业物流分解的采购物流、生产物流和销售物流3个子系统时，90%的企业表现出对销售物流外包的兴趣。换句话说，90%的企业倾向于将销售物流社会化，外包给专门的物流服务企业。企业销售物流的三种模式 销售物流是指生产制造企业、零售流通企业出售商品时，物品在供方与需方之间的实体流动，又称为企业销售物流，是企业为保证本身的经营利益，伴随销售活动，不断将产品所有权转给用户的物流活动。据物流业内专家介绍，企业销售物流有三种主要的模式：生产流通企业自己组织销售物流；第三方物流企业组织销售物流；用户自己提货。生产流通企业自己组织销售物流是我国当前绝大部分企业采用的物流形式，它将销售物流作为企业生产的延伸或继续，是企业直接面向用户提供服务、和用户直接联系的一个环节。企业自己组织销售物流，可以对销售物流的成本进行大幅度的调节，同时能够从整个生产流通企业的经营系统角度，合理安排和分配销售物流环节的力量。博科资讯物流供应链研究中心负责人王颐中认为，在企业规模可以达到销售物流的规模效益的前提下，自己组织销售物流的办法是可

行，但不一定是最好的选择。主要原因，一是企业核心竞争力的培育和发展问题，如果企业的核心竞争力在于产品的开发，销售物流业务可能占用过多的资源和管理力量，对核心竞争力造成影响；二是企业销售物流业务的专业化程度有限，自己组织销售物流缺乏优势；三是企业的经营规模终究有限，即便分销物流的规模达到经济规模，再延伸到配送物流之后，就很难再达到经济规模，可能反过来影响市场更广泛、更深入的开拓。由此，第三方物流企业组织销售物流的模式在商业分工细化的市场中，特别是在网络经济时代，成为发展趋势。企业为集中资源、节省管理费用，增强核心竞争力，将其物流业务以合同的方式委托给专业的物流公司运作。各行业销售物流外包意向明显 按照企业生产与经营活动的环节，在从保管、配送、搬运、包装、流通加工到信息活动的6个基本过程领域中，企业物流可以分解为3个子系统：采购物流、生产物流、销售物流。传统意义上，企业的物流活动被认作是“把生产的商品送交消费者”或“将所需要的东西在所需要的场所和所需要的时间以适当价格送交消费者”的各种活动。也就是说，以前人们指的物流，主要指的是销售物流。调研数据显示，90%的企业对销售物流的外包感兴趣，仅有20%的企业愿意尝试将其生产物流外包，更多的企业对外包采购物流持保守态度，不到10%的企业表示会将其采购物流业务外包给专业物流服务商。作为本次调研组顾问，博科资讯副总裁兼市场总监武兴兵谈及他对销售物流外包的理解，分析产生这组对比数据的原因是，销售物流伴随着物流本身的发展而发展，已经非常成熟和规范，而生产物流和采购物流更多涉及到企业的及时生产计划和零库存战略

，在专业物流服务商呈现出足够的实力分担企业的关键流程运营之前，出于保障起见，多数企业依然会坚持自己操作采购物流和生产物流。调研发现，以钢铁、电子通讯、家电、石油化、食品医药为代表的众多行业企业均在不同程度地将销售物流外包给专业物流服务商，并有不同程度的预期增长。数据显示，2000年-2008年，我国物流外包市场的年复合增长率达到27%，目前超过90%的外资企业有外包需求，预计2009-2010年我国物流外包市场的增速将为27%-30%。

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](http://www.100test.com)