**物流与供应链管理读书笔记**

华心怡212061014

第一篇 电子商务环境下的物流与供应链的管理

传统的企业供应链管理和物流配送方式已经不能适应新时代的快速发展，在快速发展的时代中，电子商务横空出世，而电子商务为人们带来便利的同时，也给企业供应链管理和物流配送工作带来了巨大的压力和挑战，在电子商务背景下，供应链管理和物流配送方式发生了本质的变化。

电子商务在近些年是各行各业竞争激烈的一种新型发展方式，在电子商务背景下，好像每个行业的配送和物流都变得越来越便利，人们的生活与工作也在电子商务的影响下发生了改变。人们可以利用电商平台购物，也可以不出家门买到许多东西，而这些都得益于电子商务平台的快速发展。在整个贸易过程当中，涉及的交易双方均需要利用网络平台进行电子交易，而微信付款和支付宝支付等都涉及电子交易和电子支付，这样便捷且高效的运行平台与运行环境给人们提供了舒适的生活环境。

常见的物流模式主要有自营物流、第三方物流、物流联盟。企业根据自身规模、物流能力及成本选择恰当的物流模式，可以大幅降低企业总成本，集中资源发展核心业务。在电子商务背景下，物流模式的典型特点是外包化。

在电子商务蓬勃发展的时代背景下，供应链与物流配送管理成为企业竞争力的关键因素。然而，传统管理体制与理念在新环境下显得落后，影响供应链和物流效率。因此，深入探讨如何在电子商务视角下优化管理，提升供应链与物流配送效能具有重要研究价值。在电子商务视角下，首先，完善信息共享机制是优化供应链和物流配送管理的重要一步。完善信息共享机制可以通过引入先进的信息技术和系统来实现。其次，物流配送过程中的信息化也至关重要。企业可以引入物联网技术，实现对货物的实时监控和追踪，提高物流的可视性和透明度。通过数据分析，企业可以优化物流路径和配送计划，提高物流效率和准确性。企业可以建立统一的信息平台，实现不同环节和合作伙伴之间的数据互通。第三，战略合作联盟是企业与企业之间的合作关系，企业在市场当中的长期发展需要和其他企业之间构成联盟合作关系，而电子商务从一开始的时候就会基于市场真实的发展情况，为更多中小型企业开辟线下和线上市场，更方便地完成物流配送服务。

随着经济全球一体化进程的推进，电子商务的竞争演变为供应链的竞争，物流是电子商务得以实现的根本保障。因此，供应链管理尤其是物流链的优化和改进对促进电子商务的发展有重要意义。

第二篇 跨境电商下的国际物流

随着全球电子商务的快速发展，跨境电子商务已经成为全球贸易的新趋势。在这种背景下，国际物流供应链管理模式需要进行相应的调整和优化，以适应这种新型的贸易方式。

通过国际物流，跨境电商让各国人民能够足不出户购买到外国的商品，但是国际物流运输成本和时间成本的问题不容忽视。物流企业在进行跨境运输时需要支付相应的关税，而且各国关税还存在国别的差距，并且会大幅受到各国关税临时政策的影响。同时，交通是物流运输成本最主要的来源，水路、陆路、铁路各有优劣，效率与运输能力各有不同。与境内物流交通情况相对可控不同，跨国运输在交通环节遇到的情况要更为复杂与多变，这些都会增加物流的运输成本和时间成本。

面对跨境电子商务环境下国际物流遇到的问题，我们需要不断优化自我。第一点，就是要加强以及完善物流公司的组织能力以及业务办理流程，这样才可以进一步的完善国际物流供应链的高效工作以及物流运输能力的问题。第二点，加强对物流供应链管理人才的吸收和完善，有效促进企业国际物流供应链人才队伍的配置。第三点，就是要科学的运用计算机网络，在这种电商大时代下，国际物流供应链每个环节都要合理的运用计算机网络技术，只有这样才可以提升业务水平，并且满足电商的发展需要。第四，加强企业间的国际合作，每个企业不仅仅是竞争对手这么简单，在企业与企业的合作上，可以更好的奠定基础，有着良好的合作关系可以使企业得到双赢的利益，让企业的发展有更高的发展。积极的与其他企业进行合作，这样可以更快的推动企业的建设，辅助企业可以更好的解决在物流运输中的难题，可以将资源进行更加有效的利用，能更好的帮助企业涉足与国际行业当中，在国际范围内不断的吸取经验和教训，深化自身的技术体验。

在对跨境电子商务视角下国际物流供应链管理模式进行研究时，首先要对跨境电子商务进行全面地了解，在此基础上，结合国际物流供应链的现状以及提出的新要求，以问题为导向，通过基础环节准备、国内物流供应链建设、转变思想、积极开拓国际市场等方式，在给国际物流供应链管理模式完善提供基础和前提的同时，有效提升国际物流供应链管理的水平。

第三篇 数字化环境下的物流与供应链

2020年伊始，在全行业结构性供远大于求的全球市场境况与新冠肺炎疫情全球蔓延的合力下，全球产业链及所处的生态环境都处于严重的不稳定、不确定中，但也为面向不确定性研究的智慧供应链和智慧物流提供了最佳的解难场景。

在数字化时代下，智能供应链具体可以分为以下几个层次：一是功能内的资源配置优化，如运输中的旅行商路线规划问题、仓储的箱装球理论等；二是功能键的资源配置优化；三是供应链上下游企业间的资源配置优化；四是并行或者是平行产业链、供应链之间的资源配置优化。

数字化时代的供应链趋向“以消费者为中心”。由于全球性全行业呈现结构性产能远大于求、产能过剩，如中国钢铁产量一直占全球钢铁产量的一半左右，而全球钢铁产量总量也一直超出市场需求30%左右。由此导致各国竞相降准、降息和降汇，全球市场发展和增长的瓶颈在消费，全产业链、全供应链都面临着“消费者为中心”，面向消费者、满足消费者需求，按需设计、按需制造、按需服务也必然成为我国供应链变革的方向。

数字化时代更强调供应链金融的赋能。数字化时代的供应链体系更强调供应链金融对实体供应链的活化、赋能与风险防范。公路货运“小、散、乱、差”的根源还在于中小微民营物流企业的现金流严重不足，难以做大做强。中小微民营企业融资难、融资贵是金融体系的顽症，历届政府持续推出面向中小微企业融资的政策红利，但收效甚微，这是因为中小微企业融资贵是市场博弈的必然结果。

物流企业向供应链管理服务转变的同时，面对庞大且复杂的业务、管理流程，通过利用数字化等手段对产业链进行升级来攫取更多技术红利也是目前行业内的共识。在行业内，一般用社会物流总费用占GDP比重衡量物流成本及现代化水平。相关数据显示，2020年中国物流成本约14.9万亿，占GDP比重为14.6%。对比美国8%的比重看，通过数字化措施推动物流行业提质增效，有望为我国物流行业带来万亿级的降本空间。总的来说，作为商业社会必要的支持，物流行业依旧是一个极具潜力的领域，在头部企业向供应链管理服务转型和行业大规模数字化升级的当下，物流行业的下半场似已到来。

第四篇 京东物流与供应链的模式

新经济时代背景下，京东顺应时代潮流，抢抓发展机遇，以“商品+物流”展开，在供应链环节上不断深耕细作，建成了中国为数不多的里程碑式仓储设施。2008年，京东提出以技术驱动供应链，在接下来的12年时间实现了多领域多层次的供应链创新。2020年，京东调整定位做一家“以供应链为基础的技术与服务企业”，京东旨在构建无界供应链，推动供应链继续向数智化迈进，供应链在京东的地位得到了进一步的提升。目前，京东把货网、仓网、云网进行全链条深度融合，探索实体经济与数字经济相结合的有效路径，持续打造“一体化供应链体系”的产业建设，“一体化供应链”是以数智化技术为底座，具有全链条服务功能。

在商品供应链上，京东有两大模式：一是京东自营采销模式，二是POP模式。京东自营采销模式，就是商家将自己的货物发送到京东仓库，京东负责经营，包括采购（品牌代理）、仓储、物流等所有环节。POP模式，就是入驻商家独立运营，京东提供的类似于淘宝的网络销售平台，第三方商家通过物流将自己的商品交付到客户。在物流供应链上，主要有京东自建物流体系与第三方物流。以京东商城为例，自建物流体系起初为自营商品提供物流支持服务；随着入驻商家比例的不断提高，京东物流开始为入驻商家提供物流服务；最后开始独立运营，为外部客户提供一体化供应链物流服务。第三方物流体系就是商家自己利用社会上“四通一达”、顺丰等其他快递形式为消费者配送商品。

京东供应链管理优势拥有以下两点显著优势。第一，京东始终坚持以满足消费者需求为目标，在产品采购管理和供应链服务方面，着力吸引客户源，提升用户购物体验。在自营商品端，京东直接从品牌供应商或做区域代理商采购正品商品，通过京东自身的仓配体系、客服体系、货到付款、京东白条等方式，保证了正品行货的购物渠道，提供多快好省的优质服务。第二，京东自2007年开始建立自己物流体系、成立京东物流子公司，由一家企业物流变成了物流企业。在传统商品仓配方面，不同于其他快递公司注重运力速度，京东物流坚持“以储代运”，通过大数据分析预测，提前将货品放到离消费者近的仓库基地，提高了物流时效与用户体验。

第五篇 从海底捞看物流与供应链

中国餐饮行业中，连锁企业的发展之路在于，要能够做到百家如一家，在遍布各地的门店中，保证口味相同，菜品一致，同时，服务水平也要统一，这其中考验的便是中央厨房的统一调配和物流中心的支撑作用，也就是供应链体系的管理和运转。

在众多门店中，海底捞的连锁之路发展，对于中央厨房和物流中心的作用是不容低估的。根据海底捞官网上公布的发展历程的整理，海底捞在1994年第一家店在四川简阳开业后直至2007年这13年中，其门店店址主要分布在西安、郑州、上海、北京这四座城市，为了减少各分店的运营成本，方便以后增加店址数量，首先，海底捞在这四个城市分别建立了四个大型的物流配送体系。

目前海底捞在全国多个一线城市建立了专门的配送中心，做到“区域要货、区域配送、区域库存”的供应链管理。配送中心有一整套的现代化清洗、加工、检验、冷藏及冷冻设备。每天根据各门店的报送需求，由计划部门通过供应链管理系统对实时库存进行数据分析，决定进货量和生产量，在采购需求信息之间做到高效协同，再通过专业化的物流中心，把菜品及时配送到各个门店，降低后厨的工作量。各门店无需再专门负责原材料的采买、加工和烹饪，只需专注于提供更优质的特色化服务，形成一个完整的物流与供应链体系，这样就能够做到通过中央系统，对所有门店进行集中把控。

同时，由于海底捞服务品质的特殊性，在供应链体系中，除了菜品的集中供应，还包含服务的集中指导和培训，制定全体门店统一化的服务标准，这样既保证整体的食品安全和各门店菜品统一，降低人工成本，又可以保证各门店的服务水平一致化。海底捞成立供应链子公司，与母公司供应链部门分离，逐步开放自身供应链能力，为餐饮企业提供全程托管运营服务。这确实是一个非常危险的步骤。自此，蜀海供应链建立了从前端食品原料采购到食品加工、仓储、质量控制、配送的一体化供应链服务体系。

海底捞通过合理地建立大型配送中心，并配套先进的信息系统来保证海底捞原料的采购、仓储、配送的达到最大的效率，从先阶段来说，这种先进的供应链管理是成功的，它降低了海底捞供应链的成本，并且维持其品牌优势，并且还使它能够继续扩张，甚至有剩余利润进行产业多元化开辟其他市场。

第六篇 绿色供应链管理

绿色供应链概念是密歇根州立大学的MRC制造研究学会1996年研究环境问题时提出的概念，这个概念强调将环境保护意识、资源高效利用的绿色理念全面融入供应链，包括绿色化的设计、采购、制造、配送、销售及回收等各环节，全面降低供应链能耗及污染。绿色供应链管理以绿色制造理论为核心，并且重视环境保护，要求企业在经营过程中兼顾经济效益和生态效益。可以说，绿色供应链管理充分考虑了企业运行的各个环节，并且能够充分利用资源，减少对环境的破坏和污染，同时降低企业成本。

绿色供应链在传统供应链中植入绿色环保和资源节约的基因，从绿色供应链物流管理看，我国物流产业存在的问题，突出表现在物流服务企业与生产制造企业对绿色物流理念缺乏一致的认知、物流发展水平的全域差距较大以及绿色物流的信息化管理短板等。

面对这些存在的短板问题，我们应该积极做出行动。首先，企业想保证绿色供应链物流管理模式充分发挥作用，必须做好内部管理工作，对各部门进行划分，明确职能，优化组织结构。第二，评估工作是对供应商进行评估，只有选择合适的供应商，才能保证企业正常运行，从而避免发生缺料和断料的情况。第三，由于绿色供应链管理理念比较先进，此时需要政府部门加以引导，政府可以建立健全相应法律法规，完善一系列制度，为企业应用绿色供应链管理做好铺垫。政府还需要做好监督工作，因为绿色供应链管理的宗旨是为了保护环境，实现可持续发展。第四，绿色供应链管理的技术含量很高，涉及大量信息资源，所以有必要建立专门的数据库，丰富信息资源，这样既能解决企业技术指导方面的问题，还能减轻企业负担。最后，强化绿色供应链理念普及性宣传，近年来，我国在绿色供应链相关制度以及试点建设方面不断加大投入力度，出台了一系列绿色供应链管理的规划、建设方案及评价体系等政策文件。紧密结合这些政策文件的出台，开展全行业全链域的集中广泛宣讲，可以在业界迅速建立绿色供应链理念，为以绿色供应链发展驱动物流业高质量发展提供认识论基础和广泛的群众基础。

以绿色供应链驱动物流业高质量发展，有利于减小物流发展的地区差异，有利于从全域和全链上整体提升我国物流管理水平，有利于建设资源节约环境友好的可持续社会。