

最新现代高等物流教育系列

Third Party
Logistics

第三方物流

(第3版)

刘胜春 李严锋 主编

最新现代高等物流教育系列

Third Party *Logistics*

第三方物流 (第3版)

刘胜春 李严锋 主编

FE 东北财经大学出版社·大连
Dongbei University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

第三方物流 / 刘胜春, 李严锋主编. —3版. —大连: 东北财经大学出版社,
2016.1

(最新现代高等物流教育系列)

ISBN 978-7-5654-2181-5

I. 第… II. ①刘… ②李… III. 物流-物资管理-高等学校-教材
IV. F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第307408号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街217号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连永盛印业有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm×260mm 字数: 404千字 印张: 19 1/4 插页: 1

2016年1月第3版

2016年1月第5次印刷

责任编辑: 郭 洁 魏 巍 刘贤恩

责任校对: 贺 荔

封面设计: 沈 冰

版式设计: 钟福建

定价: 38.00元

版权所有 侵权必究 举报电话: (0411) 84710523

第3版前言

2014年9月19日，阿里巴巴集团在纽交所上市，确定发行价为68美元，上市融资金额超过251亿美元，成为美国乃至世界有史以来最大规模的IPO。

在阿里巴巴登陆纽交所的背后，是近年来中国电子商务市场，特别是B2C市场的超常规增长。与我国经济改革遭遇深水区，产能严重过剩、出口增速放缓的经济发展“新常态”相反，中国电子商务在过去的几年里得到了飞速发展，2014年整个中国电子商务市场的交易规模高达10.2万亿元人民币，GDP占比已达17.9%。以阿里巴巴为例，2014年交易金额（含淘宝与天猫）更是高达2.3万亿元人民币（约合3650亿美元），这一数据已经超过全球除阿里外五大电商平台的交易金额之和，仅2015年“双11”当天全天的交易额就突破了912.17亿元。淘宝、京东等网购平台的迅速发展壮大除了催生出凡客诚品、小米等纯电商品牌之外，也带动了苏宁、国美这样的传统流通量贩企业纷纷推出自己的电商战略，从而引发了我国产业形态的不断演化，为第三方物流带来了巨大的需求市场。

从当下中国经济的发展特征来看，GDP增速从2012年起开始回落，将告别过去30多年10%左右的高速增长势头，增长方式也将从过去重视GDP“量”的增长转变为满足人民日益增长的文化物质需求“质”的飞跃。在这一“新常态”下，产业结构进一步调整使发展前景更加稳定，经济增长方式的转变将使增长动力更加多元，改革的继续深化也势必进一步释放市场活力。作为新常态下的经济增长点，“工业2.0”、“互联网+”，以及“一带一路”，无不与物流发展息息相关，第三方物流的发展将同时面临变革的机遇与严峻的挑战。在这样一个变革的大趋势下，伴随着竞争的激化和产业的融合，以及“大众创业万众创新”氛围的形成，一大批提供新型服务的物流企业在这一时代的大潮中不断涌现，如由电商企业、物流企业和金融企业联合成立的“中国智能物流骨干网”（CSN）项目正式启动；与电商紧密联动的大型“网仓”雨后春笋般大量出现；几年前还停留在理论层面的第四方物流服务也逐渐为人们所接受，从而涌现出一批具有典型特征的第四方物流企业……

作为物流管理的理论研究者，我们深刻地感到在中国改革这样一个伟大的时代，面对层出不穷、日新月异的实践创新，理论研究，特别是具有中国特色的管理理论研究已被实践发展甩到了身后。现在，距《第三方物流》教材第二版的出版才刚刚过去三年，但对于这样一本以专门介绍和学习最新第三方物流理论及管理应用为宗旨的教材，我们已迫切地感到了重新修订和编写的必要性。

在这一版中，我们坚持了前两版编写时全面、系统地介绍第三方物流管理思想、理论、方法和技术，通过现象分析本质，理论结合实践的编写思想，仍然立足于学以致用

编写目的。为了更好地引导读者去主动发现问题，激发学习兴趣，我们重点重新编写了每章篇头的导入案例和篇尾的案例分折，力求做到以最新、最真实的案例来诠释书中的基本理论。同时，我们仍然坚持第三方物流是一个新实践、新理论和新方法层出不穷领域的看法。因此，在本版中，我们也对上一版本的结构进行了完善和调整，使之更加合理，更具系统性，并尽可能地将一些新的应用实践进行整理、提炼，吸收补充到书上来。与第二版相比，本次修订的内容主要涉及以下方面：

1. 将原书中70%的案例进行了更新、重排，重点引入了近年来管理实践中的热点和焦点，特别是与电子商务发展相关的案例。

2. 对原书中第2章“第三方物流的理论基础”的内容结构进行了优化，将原有的5节合并为4节。主要将原书中的“交易费用理论”与“委托代理理论”合并为“产权及公司治理理论”，使之与大多数管理学教材中对这些理论的分折相一致。

3. 将原书中第3章“第三方物流的作用”的内容与结构进行了优化，形成“第三方物流的类型与作用”，删除原书第4节相对空洞及重复的内容，增加“电商服务型第三方物流”一节，使本章的内容更加合理和完善。

4. 根据第三方物流的发展现状，增加“第三方物流的电商服务策略”的内容，并将之作为第8章。

5. 将原书第9、10、11三章的内容进行了重组、优化和完善，删除相对空洞的内容，精简为第10章“第四方物流概述”和第11章“第四方物流服务与运作”，专门介绍第四方物流知识。

总之，在这一版的修订中，我们始终围绕着两个主题：一是我国经济发展“新常态”下着重对“质”的提升；二是电子商务与“互联网+”这一深刻影响我国业态变迁的重要驱动因素。同时始终坚持最终提升企业、产业、地区、国家的竞争力才是学习和实践物流管理终极目标的编写理念。

本版仍保持了12章的篇幅，由云南财经大学商学院刘胜春副教授、物流学院院长李严锋教授修订完成。

本书在编写修订过程中也参考和引用了大量最新出版的书籍和论文，在此对这些文献的作者表示衷心的感谢！同时还要特别感谢东北财经大学出版社的大力支持和帮助。

由于编者水平和经验有限，时间仓促，书中难免有不足和疏漏之处，敬请读者批评指正。

编者

2015.11·昆明

第2版前言

21世纪的头一个10年刚刚过去,在这10年中,中国迎来了改革开放的30周年、成功加入WTO、成功地举办了举世瞩目的第29届北京奥运会和上海世博会及亚运会。最重要的是,中国经济继续保持飞速发展势头,2008年,GDP总量超过德国,位列世界第三(现已超过日本,位列世界第二)。可以说,这是实现中华民族复兴最重要的10年。伴随着这些重大的成就,我国产业结构也出现了大幅度的调整,产业聚集、融合、分化和组合的速度加快,出现了一系列新兴产业和行业,社会实践中也出现了大量新的课题。

随着“中国制造”在世界经济舞台上表现出强大的生命力,物流业受到了政府、企业和学界的高度重视。2009年国家出台了十大产业振兴规划,物流业位于其中;传统的国有物流企业大多已完成转型,以开展新型物流配送服务为主的民营物流企业大量涌现,世界物流巨头几乎都已登陆中国市场;学术界更是将物流及供应链管理作为一个热点,各种新的理论、模型层出不穷,物流学已经成为管理学及管理科学研究领域中的一个重要分支。实际上,物流业可以认为是国民经济发展的动脉和基础产业,其发展水平已经成为衡量国家现代化程度和综合国力的重要标志之一,这种观点已被我国各界普遍接受,并被纳入到政府和企业的发展战略之中。

在实践发展的同时,也不断地有各种新的概念被提出来。就在我们刚刚接受第三方物流不久,第四方物流、第五方物流等提法又应接不暇地出现在我们面前。我国的第三方物流才刚刚起步,大多数企业还只能提供运输、仓储等一般性物流服务,协同物流、系统整合等概念还只停留在理论层面,真正能提供国际流行的物流网络设计、联合预测、订货管理、存货管理等物流服务的企业更是凤毛麟角,别说提供供应链整体解决方案、组织虚拟联盟或是单纯提供信息整合等服务了。随着国际市场不确定性的增加,中国单纯依靠外需拉动的经济发展模式势必受到巨大的挑战,制造业的粗放经营模式也将面临本质的转变。正是在这样的背景下,作为生产性服务业重要的组成部分,我国物流业的发展也必将实现从量变到质变的转变。

现在,距《第三方物流》教材第一版的出版已经过去了8年时间。正如前面所叙述的那样,这8年正处于我国经济快速发展的时期。今天,无论是对于理论研究者还是企业实践者来说,物流管理的重要性早已毋庸置疑,现代物流的管理理念已经深入人心。对第三方物流也有了更加深刻的认识和更加深入的实践。从第三方物流服务的发展来看,也呈现服务领域持续扩大、服务内容持续深入的特征,并继续分化出了更为专业的第四方物流,甚至第五方物流。因此,对于一本专门介绍和学习第三方物流理论和管理应用的教材,有

必要对它的内容进行进一步的修订和补充。

在这一版中，我们坚持了第1版编写时，全面、系统地分析第三方物流管理理论、思想、方法和技术，并审视探究第三方物流的本质，力求理论与实践相结合，立足于基本理论、基本知识和基本技能的教育，着眼于运用的编写思想。并且，在各章开篇，采用了导入案例的形式，力求在进入每一章内容的学习之前，引导读者去主动发现问题，引发思考。我们认为，这才是学习管理理论的真谛。并不存在一成不变的管理模式，只有不断发现问题，分析问题和解决问题。另外，由于第三方物流是一个新实践、新理论和新方法层出不穷的领域，因此在这一版中，我们尽可能地将第三方物流理论和实践中的一些最新进展及管理中存在较多问题的方面吸收到书中来，并对原书结构进行了完善和调整，使之更加合理，更具系统性。与第1版相比，本次修订的内容主要有：

1. 将原书中的第1章和第2章内容精简合并，增加了“第三方物流的理论基础”一章，综合经济学、管理学中对于第三方物流现象的解释，使读者在学习第三方物流管理之前能对第三方物流的本质有更为深刻和清晰的理解。

2. 增加了第3章“第三方物流的作用”内容，包括第三方物流价值创造原理及它对传统流通价值链成员产生的影响，并在此基础上界定了第三方物流在实践中基于应用领域的分类。主要让读者能够掌握第三方物流价值创造的机理，并学会从实践中分析利用企业服务创造价值的途径和方法。

3. 将原书中“第三方物流发展战略”一章内容拓展为“第三方物流战略规划”，在发展战略的基础上增加了战略分析方法和经营战略的相关内容，使读者能更为全面地认识第三方物流战略的作用、构成和规划方法。

4. 将原书中“第三方物流管理”一章内容进一步聚焦为“第三方物流的运作管理”，在相关内容上进行了适当删减，剔除了一些较为空洞的内容。

5. 将原书的第7章“物流成本的核算与绩效评测”进行了重写，作为第8章“第三方物流绩效管理”，主要是针对第三方物流企业的特殊性，将绩效评价的内容从上一版本中的财务绩效更换为对运作绩效评价系统的介绍。

6. 根据实践中第三方物流面临问题的特点，删除了原书中“第三方物流信息系统”一章，相应增加了“第三方物流合同管理”一章。

7. 删除了原书第8、9、10章相对空洞的章节，并相应增加了“第四方物流概述”、“第四方物流的服务与运作”、“第四方物流在我国的发展前景”和“第五方物流”四个章节，主要就第三方物流发展、分化中出现的新概念和新动向进行比较全面的介绍。

总之，在这一版本中，我们的写作始终贯穿了无论第三方物流如何发展、如何分化、提法如何演变，降低物流成本，提高物流效率，最终提升企业、产业、地区、国家的竞争力才是物流管理永恒不变目标的理念，广泛参考了国内外相关第三方、第四方与第五方物流著作和论文，在吸收它们的理论、思路、方法与实践经验的基础上，进行梳理和总结，并结合作者多年的教学实践，对内容进行了反复斟酌，精挑细选，特别注意围绕现代物流

的理论与实践主线，突出重点，强调深入浅出，通俗易懂，选择具有代表性的标杆案例供读者借鉴。

本书共分为十二章，由云南财经大学刘胜春副教授、商学院院长李严锋教授担任主编，河南工业大学管理学院的宋庆波副教授、内蒙古农业大学的刘桂艳老师、云南财经大学商学院的张丽娟副教授共同担任副主编。其中：第1章、第6章由张丽娟编写；第2章、第5章、第10章、第12章由刘胜春编写；第3章、第11章由刘桂艳编写；第7章、第9章由宋庆波编写；第4章、第8章由上海财经大学王永伟博士编写。全书由李严锋教授总撰定稿。

本书编写过程中也参考和引用了大量最新出版的书籍和论文，在此对这些文献的作者表示衷心的感谢！本书的编写和出版还要特别感谢东北财经大学出版社的大力支持和帮助。

由于编者水平和经验有限，时间仓促，书中难免有不足和疏漏之处，敬请读者批评指正。

李严锋

教育部物流类专业教学指导委员会委员

2012年6月于昆明

目 录

第1章 物流与第三方物流概述 / 1

学习目标 / 1

导入案例 如何在短期内完成212万台的手机物流? / 1

1.1 物流的概念及其发展 / 1

1.2 物流一体化 / 3

1.3 企业业务外包与物流外包 / 10

1.4 第三方物流的概念与类型 / 15

案例分析 中间路线——小米的物流策略 / 18

本章小结 / 19

关键概念 / 20

思考题 / 20

第2章 第三方物流的理论基础 / 21

学习目标 / 21

导入案例 我国第三方物流企业的构成 / 21

2.1 社会分工理论 / 22

2.2 产权及公司治理理论 / 28

2.3 核心竞争力理论 / 32

2.4 供应链管理理论 / 35

案例分析 从“日立物流”看物流一体化及第三方物流的发展 / 36

本章小结 / 38

关键概念 / 39

思考题 / 39

第3章 第三方物流的类型与作用 / 40

学习目标 / 40

导入案例 神奇的“传化公路港模式” / 40

3.1 第三方物流的价值创造 / 41

3.2 消费服务型第三方物流 / 46

3.3 生产服务型第三方物流 / 51

3.4 电商服务型第三方物流 / 56

案例分析 “互联网+”带来的物流新价值 / 62

本章小结 / 63

关键概念 / 64

思考题 / 64

第4章 第三方物流战略规划 / 65

学习目标 / 65

导入案例 “日日顺”收购海尔物流 / 65

4.1 第三方物流战略概述 / 66

4.2 第三方物流战略分析 / 71

4.3 第三方物流的发展战略 / 75

4.4 第三方物流的经营战略 / 79

案例分析 海尔物流的艰难转型 / 84

本章小结 / 86

关键概念 / 86

思考题 / 86

第5章 第三方物流服务方案 / 87

学习目标 / 87

导入案例 安达尔公司的“一站式”服务 / 87

5.1 第三方物流的组织架构 / 88

5.2 客户物流需求分析 / 94

5.3 委托企业物流活动分析 / 96

5.4 物流服务方案的设计 / 104

案例 伊罗杰托的第三方物流服务方案 / 113

本章小结 / 114

关键概念 / 115

思考题 / 115

第6章 第三方物流职能管理 / 116

学习目标 / 116

案例 中联网仓：第三方电商仓储物流 / 116

6.1 第三方物流运输管理 / 117

6.2 第三方物流仓储与配送管理 / 122

6.3 第三方物流装卸搬运与流通加工管理 / 131

6.4 物流服务项目监控 / 135

案例 日本近畿可口可乐京都物流中心 / 140

本章小结 / 142

关键概念 / 142

思考题 / 142

第7章 第三方物流服务合同 / 144

学习目标 / 144

案例 实际行为变更的物流合同 / 144

7.1 第三方物流服务合同概述 / 145

7.2 第三方物流服务合同设计 / 146

7.3 我国《合同法》中有关第三方物流合同的条款 / 154

7.4 第三方物流合同范本 / 159

案例 由支付对象变更引起的海运合同纠纷 / 164

本章小结 / 166

关键概念 / 167

思考题 / 167

第8章 第三方物流的电商服务 / 168

学习目标 / 168

案例 菜鸟网络：“大物流”背后的企图 / 168

8.1 电子商务企业的物流需求 / 169

8.2 电子商务物流系统 / 175

8.3 第三方物流的电子商务策略 / 185

8.4 第三方物流的电子商务运营 / 189

案例 “菜鸟”战略：打造“互联网+物流”的应用典范 / 195

本章小结 / 196

关键概念 / 197

思考题 / 197

第9章 第三方物流绩效管理 / 198

学习目标 / 198

案例 中国邮政EMS如何反击洋快递 / 198

9.1 第三方物流绩效管理概述 / 199

9.2 关键绩效指标 (KPI) / 203

9.3 平衡计分卡 (BSC) / 208

9.4 标杆 (Benchmark) 法 / 215

案例 中外运敦豪的平衡计分卡绩效管理 / 218

本章小结 / 219

关键概念 / 220

思考题 / 220

第10章 第四方物流概述 / 221

学习目标 / 221

案例 “怡亚通”的物流服务模式 / 221

10.1 第四方物流的概念及成因 / 222

10.2 第四方物流服务的内容 / 228

10.3 第四方物流的特点与运作模式 / 236

10.4 第四方物流企业的组织形式 / 242

案例 怡亚通的“一站式供应链管理”及其盈利模式 / 244

本章小结 / 246

- 💧 关键概念 / 247
- 💧 思考题 / 247
- 第 11 章 第四方物流的服务与运作 / 248
 - 💧 学习目标 / 248
 - 💧 导入案例 供应链内幕——联合利华 / 248
 - 11.1 第四方物流服务——流程改善工具 / 250
 - 11.2 第四方物流服务——供应链驱动策略 / 256
 - 11.3 第四方物流服务——供应链库存策略 / 258
 - 11.4 第四方物流服务——供应链管理工具 / 263
 - 💧 案例分析 Green SNOW——转型第四方物流的中远变革 / 270
 - 💧 本章小结 / 271
- 第 12 章 第五方物流 / 273
 - 💧 关键概念 / 272
 - 💧 思考题 / 272
 - 💧 学习目标 / 273
 - 💧 导入案例 物流的第 N 方迷局 / 273
 - 12.1 第五方物流概述 / 274
 - 12.2 第五方物流服务中的信息流 / 280
 - 12.3 第五方物流信息平台 / 283
 - 💧 案例分析 尼桑采用 mySAP SRM 开发新型全球采购系统 / 290
 - 💧 本章小结 / 292
 - 💧 关键概念 / 292
 - 💧 思考题 / 292
- 主要参考文献 / 294

第1章



物流与第三方 物流概述

学习目标

现代企业管理理论中把实物流动的部分称为物流，并将其与所有权的转移（商流）、资金的流动（资金流）和信息的流动（信息流）称为商品流通的四大要素。自人类社会出现商品就开始有了物流活动，然而，现代激烈的商业贸易竞争又赋予了古老的物流活动新的含义，系统化、一体化的物流成为现代物流的典型特征。通过本章的学习，我们将了解到与第三方物流密切相关的现代物流、物流外包的基本概念，学习作为第三方物流发展前提的物流一体化的提出及其概念；同时也能够熟练掌握第三方物流的不同定义，具有的类型和形式，以及第三方物流服务的作用，了解欧美日等发达国家第三方物流的发展状况和特点。

导入案例

如何在短期内完成212万台的手机物流？

2015年4月8日，小米五周年庆之“米粉节”大促于上午10点正式开始，来自小米官方披露的数据显示，小米官网第一分钟涌入PV1 700万，8分30秒后支付过亿，截至活动结束，手机销量212万台，支付金额20.8亿元。在小米网服务器承受巨大压力的同时，小米物流也面临严峻的考验。按照惯例，小米在每次线上大型促销以后，都会高调晒出其物流发货数据，雷军、林斌还会亲临仓库现场客串工作人员操作配货。根据小米网官方说明，“米粉节”全部订单承诺将在7日内发货完成。

案例思考：

- (1) 随着网络营销的发展，类似“米粉节”这样的大促所带来的巨额订单该如何处理？
- (2) 类似情况淘宝、京东是如何实现发货的？它们的模式区别在哪里？各有何利弊？
- (3) 快递公司、运输公司、仓库管理公司的本质属性有何异同？它们和第三方物流是什么关系？

1.1 物流的概念及其发展

1.1.1 物流概念的来源和发展

中文的“物流”，源自日语中对英文“Physical Distribution”一词的翻译，其实，当中国引入“物流”这个词的时候，物流的内涵已经发生了改变。

作为“物流”的原意，Physical Distribution出现在美国。1915年阿奇·萧在《市场流

通中的若干问题》一书中就提到“物流”一词，并指出“物流是与创造需求不同的一个问题”。因为在20世纪初西方一些国家出现生产大量过剩、需求严重不足的经济危机，企业因此提出了销售和物流的问题，此时的物流指的是销售过程中的物流。

第二次世界大战（以下简称“二战”）中，围绕战争供应，美国军队建立了“后勤”（Logistics）理论，并将其用于战争活动中。此时提出的“后勤”是指将战时物资生产、采购、运输、配给等活动作为一个整体进行统一布置，以求战略物资补给的费用更低、速度更快、服务更好。后来“后勤”一词在企业中广泛应用，又有商业后勤、流通过程的提法，这时的后勤包含了生产过程和流通过程的物流，因而是一个范围更加广泛的物流概念。因此，物流概念从1915年提出（Physical Distribution），经过70多年的时间才有定论（Logistics），现在欧美国家把物流称做 Logistics 的多于称做 Physical Distribution 的。Logistics 即包含生产领域的原材料采购、生产过程中的物料搬运也包含厂内物流和流通物流或销售物流（Physical Distribution），可见外延更为广泛。

物流的概念主要通过两条途径从国外传入我国：一条是在20世纪80年代初随“市场营销”理论的引入而传入的，因为在欧美的所有市场营销教科书中，都毫无例外地要介绍“Physical Distribution”，这两个单词直译为中文即为“实体分配”或“实物流通”。所谓“实体分配”指的就是商品实体从供给者向需求者进行的物理性移动。另一条途径是“Physical Distribution”从欧美传入日本，日本人将其译为日文“物流”，20世纪80年代初，我国从日本直接引入“物流”这一概念至今。

在物流概念传入我国之前，我国实际上一直存在着物流活动，即运输、保管、包装、装卸、流通加工等物流活动，其中主要是存储运输即储运活动。我国的物流业基本上就是国外的储运业，但两者并不完全相同，主要差别在于：①物流比储运所包含的内容更广泛，一般认为物流包括运输、保管、配送、包装、装卸、流通加工及相关信息活动，而储运仅指储存和运输两个环节，虽然其中也涉及包装、装卸、流通加工及信息活动，但这些活动并不包含在储运概念之中；②物流强调诸活动的系统化，从而达到整个物流活动的整体最优化，储运概念则不涉及存储与运输及其他活动整体的系统化和最优化问题；③物流是一个现代的概念，在二战后才在各国兴起，而我国的储运则是一个十分古老、传统的概念。

1.1.2 物流的基本概念

物流定义出处很多，比较有影响的有：

现代物流作为一种先进的组织方式和管理技术，被广泛认为是企业在降低物资消耗、提高劳动生产率以外重要的第三利润源泉。

物流是为满足消费者需求而进行的对原材料、中间库存、最终产品及相关信息从起始点到消费地的有效流动，以及为实现这一流动而进行的计划、管理和控制过程（美国物流管理协会（Council of Logistics Management）的定义）。

物流作为客户生产过程中供应环节的一部分,它的实施及控制提供了有效的、经济的货物流动及存储服务,提供从货物原始地到消费地的相关信息,以期满足客户的需求(美国物流管理委员会的定义)。

物流是有计划地将原材料、半成品及产成品由生产地送到消费地的所有流通活动。其内容包括为用户服务、需求预测、情报信息联系、材料搬运、订单处理、选址、采购、包装、运输、装卸、废料处理及仓库管理等(美国物流协会的定义)。

物流是产品从卖方到买方的全部转移过程。为了全面实现某一战略、目标或任务,把运输、供应仓储、维护、采购、承包和自动化综合成一个单一的功能,以确保每个环节的最优化(日本通商产业省运输综合研究所的定义)。

物流是一种物的实体流通活动的行为,在流通过程中,透过管理程序有效结合运输、仓储、装卸、包装、流通加工、资讯等相关物流职能性活动,以创造价值,满足顾客及社会需求。简单地说,物流是物品从生产地至消费者或使用地点的整个流通过程(中国台湾物流协会的定义)。

在2001年颁布的中华人民共和国国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2001)中,物流(Logistics)的定义是: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实施有机结合。

1.2 物流一体化

1.2.1 物流一体化及其发展

物流一体化(Logistics Integration)指不同职能部门之间或不同企业之间通过物流活动的合作,达到提高物流效率、降低物流成本的效果。

美国的物流学专家Jammes M.Master和Terrance L.Pohlen认为,物流一体化经历了职能管理阶段、内部物流一体化阶段、外部一体化阶段。Bernald J.Lalonde认为,物流一体化经历了产品分销阶段、内部物流一体化阶段和外部一体化三个阶段。也有学者认为物流一体化分为物流自身一体化、微观物流一体化和宏观物流一体化三个层次。在这里,我们将物流一体化的发展分为产品分销一体化、物流职能一体化、内部一体化和外部一体化四个阶段。

1. 产品分销一体化阶段

20世纪60年代以前,由于物流成本主要集中在成品库存上(成品库存一般占库存资产的40%),所以产品分销一体化成为物流发展的第一个阶段。在这一阶段,企业将与成品有关的运输、仓储、库存管理、搬运和订单处理、顾客服务等活动实现了协同

管理。

产品分销的一体化使企业能够充分利用各项合作，通过建立分销组合，以最低成本满足顾客需求。在设计一体化分销系统时，企业着力于在不同活动成本之间实现最优化权衡。也就是说以最低的产品分销成本，既提高顾客服务水平，又最大化地赚取利润。当然销售领域成本会计的总成本法的发展，也为执行产品分销一体化管理奠定了基础。

产品分销一体化管理，最初是出于削减成本并怀疑传统分销仅仅是对公司资源的消耗。20世纪60年代，人们认识到分销服务质量对销售额、市场占有率和长期顾客忠诚有着巨大影响，分销也因此能在平衡表中的成本和收入两方面影响公司的获利能力。新的分销部门开始通过订单处理、仓储和交货作业的密切协作开发明晰的客户服务战略。

产品分销的一体化提高了分销在管理层级中的地位。分销职能已被置于重要位置，与生产、营销、销售同等看待，自行预算，且专门设置董事代表。新一代管理者被委以全面监督分销活动的重任，并为企业设计分销战略。

2. 物流职能一体化阶段

随着产品分销活动一体化管理成效的显现，运入材料、部件和装配件的有关物流活动也被整合，通常被称为物料管理。到20世纪70年代末，许多企业开始建立整合的物流部门，全面负责运输、储存、产成品及生产物料的搬运。这有助于企业利用高水平协同，在运入与运出物流中分享物流资产，在整个经营中一致地运用物流原理。

3. 内部一体化阶段

到了20世纪80年代的美国，企业又设法将物流职能与其他职能（如生产、营销等）紧密协作，实现了企业内部系统的一体化。以往许多企业在生产、采购、营销、物流、销售等具体职能部门建立了“垂直”结构，各有自己的目标和预算。各职能管理者通常以自身部门利益为重，而忽视了整个企业的获利能力。在这种情况下，由于物流与其他多数职能相互作用，物流就成了交叉职能协调的工具、沟通与协调的纽带、获得更好系统业绩的有效途径。

随着20世纪90年代早期企业流程再造的出现，物流与相关职能的关系被重新界定。企业流程再造破除了传统职能界限，确立了许多面向顾客的核心业务。鉴于此，企业就开发了职能部门间新的工作关系并建立了跨职能团队。跨职能的一体化系统能够比缺乏协同的系统取得更优绩效。

4. 外部一体化阶段

上述三个阶段的物流一体化均是基于单个企业自身的物流管理。进入20世纪90年代，竞争日益激烈。这时，如果供应链上的所有企业各自优化它们的物流活动，跨越供应链的产品流就很难达到优化。为了实现供应链的优化，链上不同层次的企业需要合作经营，这就促使企业整合外部资源，以实现外部的供应链一体化物流。供应链企业之间更为

开放的信息交流和物流活动的密切合作,使得跨企业的整个供应链库存大大降低,而且实现了交通装载量的最大化、空载运行的最低化、各种运输方式之间搭配的最优化以及搬运系统的标准化。

外部一体化的具体表现形式为物流外包和与外部企业缔结战略联盟。

(1) 物流外包

物流外包是指从外部购买物流服务,而不是自己从事物流业务或建立子公司。像其他结构变更一样,物流外包也是战略再造的结果。据估计,在美国,外包物流产值1992年100亿美元,1998年达到400亿美元,到2000年达到了约800亿美元。

(2) 与外部企业缔结战略联盟

这是指核心企业打破了供应链伙伴之间传统的交易关系,积极寻求与供应商、分销商、顾客等供应链外部参与者的合作或联盟,以广泛的团队,通过共担风险、共享收益、共享信息、共同完成长期目标,实现对顾客需求的快速反应及整条供应链总利润的最大化。三菱汽车制造商通过与GATX缔结战略联盟,不仅大大提高了物流效率(即使在冬天恶劣的天气下GATX仍能保证三菱装配线连续不断运转),还大大降低了物流成本。

由于不同行业部门、国家及不同规模的公司往往实践的是不同的一体化过程,因此很难确切地区分一体化过程的具体发展年代。有许多小型或中型企业至今尚未完全实现产品分销一体化管理,其产品的分销管理仍是支离破碎的。尽管对每个公司来说,物流一体化过程进度不一,但四个阶段顺序基本反映了整个发展过程,例如企业在寻求与外部供应商、分销商实行一体化之前首先应实现内部物流一体化已成为企业共识。

1.2.2 物流一体化的成因

1. 产品分销一体化的原因

由于成品占库存资产的比重大,产品分销会直接影响顾客的期望和行为。另外,对成品的管理既可以强化重要物流过程的管理,又不会影响到生产过程或其他成本中心,再加上产品分销管理本身就是企业管理的难点:一方面,如果武断地减少仓库的数量、降低库存,而没有运输系统的配合,就会带来顾客服务水平的降低;另一方面,分销中发生的成本费用是产品总成本的50%,运输费用、库存保管费占据绝大部分比例。因此,要降低分销成本,就必须将运输、库存等分销活动纳入一体管理,通盘考虑。

2. 职能一体化的原因

(1) 传统的分项物流管理,部门间存在着无法调和的目标冲突

在物流职能实现一体化以前,整个企业的物流活动被分散在不同部门,各部门有各自追求的目标,这些目标往往相互冲突,难以形成统一的目标,如表1-1所示。

表 1-1

分项物流管理的目标冲突

| 企业经营目标 | | | |
|--------|----------|---------|----------|
| | 营销 | 生产 | 财务 |
| 责任 | 销售服务 | 制造 | 信息系统/预算 |
| | 分销渠道管理 | 供应/仓储 | 预算 |
| | 退换货与保修 | 运输 | 库存 |
| 部门目标 | 大量库存 | | 少量库存 |
| | 小批量、多品种 | 大批量、少品种 | |
| | 分散仓储 | 厂房仓储 | 集中仓储 |
| | 快速订单处理 | | 廉价订单处理 |
| | 宽松的退换货政策 | | 严格的退换货政策 |
| | 快速运输 | | 低成本运输 |

为了克服部门间的目标（利益）冲突，企业就会倾向将上述物流活动集成在一个部门（诸如物流部）来完成，对物流进行统一运作与管理。

（2）没有系统的物流管理，就不可能提高运作效率

一方面，物流系统的构成要素既相互联系又相互制约，其中一项要素的变化会影响到其他要素相应地发生变化。如运输越集成，包装越简单；反之，杂货运输对包装要求就很严格。再者，商品储存数量和仓库地点的改变，会影响到运输次数、运输距离甚至运输方式的改变等等。因此，只有对系统各功能进行统一管理，才能更有效地提高整个系统的运作效率。另一方面，物流各项成本间存在交替损益关系，如图 1-1 所示。

一般说来，物流成本由六个要素构成：顾客服务水平成本、库存保管成本、仓储成本、运输成本、批量处理成本、订单处理与信息成本。在这里，顾客服务水平成本主要指丧失销售收入的成本，包括实际丧失的以及今后潜在会丧失销售收入所带来的成本。然而，实践中，由于顾客服务水平成本难以正确度量，因此，物流管理的目标是在既定的顾客服务水平下，降低其余五项成本之和，即：

$$\text{总成本 (TLC)} = \text{库存保管成本} + \text{仓储成本} + \text{运输成本} + \text{批量处理成本} + \text{订单处理与信息成本}$$

物流成本之间的交替损益关系可以举例加以说明，如减少商品储存的数量可以降低仓储成本，但由于储存数量减少，在市场规模不变的情况下，为了满足相同的需求，势必要频繁进货，增加运输次数，从而导致订单处理成本及运输成本的上升。也就是说，在追求库存合理性时又牺牲了运输的合理性。因此如果采用分项物流管理，各个部门追求自身的“最优化”，势必会影响到整个系统的优化性。只有通过采用一体化物流管理，把相关的物流成本放在一起考虑，才能在既定的顾客服务水平下实现整个系统的最优化，实现最低总成本物流。