



高职高专“十一五”规划教材

物流管理概论

● 杨永杰 主编 卢桂芬 苑海涛 副主编



化学工业出版社

高职高专“十一五”规划教材

物流管理概论

杨永杰 主编

卢桂芬 苑海涛 副主编



化学工业出版社

· 北京 ·

本书从高职高专教学和学习的角度出发,根据物流管理专业应知应会能力的基本要求编写。主要介绍了物流系统、供应链管理、采购与供应商管理、仓储管理与库存管理、运输管理、配送与配送中心、物流信息系统、企业物流、第三方物流及其发展等内容。本书在编写过程中力求做到深入浅出,通俗易懂,使教材的知识体系完整,并突出实践性。在形式上增加案例、实践训练及知识链接等内容,使全书内容精炼,形式活泼,具有可读性。

本书可作为高职高专院校的物流管理、电子商务专业的教学用书,也可以作为经济管理专业、国际贸易专业、市场营销等专业的专业拓展课教材,还可以作为相关企业物流管理人员的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

物流管理概论/杨永杰主编. —北京:化学工业出版社, 2008.6
高职高专“十一五”规划教材
ISBN 978-7-122-01563-1

I. 物… II. 杨… III. 物流-物资管理-高等学校: 技术学校-教材 IV. F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第078088号

责任编辑:蔡洪伟 于 卉
责任校对:顾淑云

文字编辑:李 曦
装帧设计:于 兵

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装:北京市白帆印务有限公司

787mm×1092mm 1/16 印张13¼ 字数312千字 2008年8月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:24.00元

版权所有 违者必究

前 言

现代物流作为一门新兴的综合性学科，源自于军事，产生于美国。几十年来物流作为一个产业得到了迅速的发展，世界各国越来越重视物流的发展。改革开放以来我国经济得到迅速发展，物流产业也得到了较大的发展，物流行业的发展带动了物流专业教育教学的发展，尤其是促进了物流职业教育的发展。

近年来，全国的高职院校大量开设物流管理专业，物流管理专业的教育、教学呈现出欣欣向荣的局面。在我国的高等职业教育中，教材一直是制约职业教育深化发展的一个重要因素，物流专业教学中也同样存在这样的问题。近年来，我国广大学者在引进和开发物流专业教材的工作中做了大量工作，也取得了很大的成绩，尤其是物流管理概论教材更是有了较大发展。但是纵观现有的物流管理概论教材，大多是为本科以上专业学生学习物流专业准备的教材，适合高职高专层次教学和学习的教材还比较少。

本书力求在保持物流管理理论体系完整的前提下，考虑高职高专教学和学生学习的特点来编写。在编写过程中力求做到深入浅出，通俗易懂，使教材的知识体系完整，并突出实践性。在形式上增加案例分析、实践训练及知识链接等内容，使全书内容精炼，形式活泼，具有可读性。

本书可以作为高等职业院校的物流管理专业、电子商务专业的专业课教学用书，也可以作为经济管理专业、国际贸易专业、市场营销等专业的专业拓展课教材，还可以作为相关企业的物流管理培训教材。

本书由北京农业职业学院杨永杰担任主编，北京农业职业学院卢桂芬、山东第二技术学院苑海涛担任副主编，北京农业职业学院的李萍、温春娟等参加编写。具体编写分工为：杨永杰撰写前言和第一章，李萍编写第二章、第三章和第十章，温春娟编写第四章，卢桂芬编写第五章、第九章，苑海涛编写第六章、第七章、第八章。

本书在编写过程中，参考了大量的已经公开出版的著作和文章，得到了参编院校领导和同事的大力支持，在此向这些作者和有关领导同事表示衷心的感谢。

由于编者水平有限，书中难免有疏漏之处，请读者予以指正。

编者

2008年5月于北京

目 录

第一章 物流管理概述	1
【学习目标】	1
【引导案例】	1
第一节 物流的概念与作用	1
一、物流概念的形成	1
二、物流的概念	3
三、物流的分类	5
四、物流的作用	5
第二节 物流管理	7
一、物流管理的概念	7
二、现代物流管理的特征	7
三、物流管理的目标	9
四、物流管理的范围	9
第三节 现代物流管理的发展与趋势	9
一、世界发达国家现代物流发展的共同趋势	10
二、我国物流发展的现状	11
三、我国物流发展中存在的问题与启示	12
本章小结	13
复习思考题	13
【案例分析】	14
【实践训练】	14
第二章 物流系统	15
【学习目标】	15
【引导案例】	15
第一节 物流系统概述	16
一、物流系统的概念及其特点	16
二、物流系统的组成要素	18
三、物流子系统	19
第二节 物流系统的分析与评价	19
一、物流系统的分析	19
二、物流系统评价	21

本章小结	22
复习思考题	22
【案例分析】	22

第三章 供应链管理

【学习目标】	24
--------------	----

【引导案例】	24
--------------	----

第一节 供应链管理基础	25
-------------------	----

一、供应链的概念及特征	25
-------------------	----

二、供应链管理的概念与内容	26
---------------------	----

三、供应链管理的切入点	28
-------------------	----

第二节 供应链设计与构建	29
--------------------	----

一、供应链的类型	29
----------------	----

二、供应链设计与构建策略	30
--------------------	----

三、供应链设计的步骤	32
------------------	----

第三节 供应链管理的实施	35
--------------------	----

一、供应链管理方法	35
-----------------	----

二、供应链企业业务流程重构	38
---------------------	----

三、供应链战略联盟	42
-----------------	----

四、供应链管理实施步骤	44
-------------------	----

本章小结	45
------------	----

复习思考题	46
-------------	----

【案例分析】	46
--------------	----

【实践训练】	46
--------------	----

第四章 采购与供应商管理

【学习目标】	48
--------------	----

【引导案例】	48
--------------	----

第一节 采购管理概述	48
------------------	----

一、采购管理的意义和目标	49
--------------------	----

二、采购管理的内容	50
-----------------	----

三、采购管理的组织设置	51
-------------------	----

第二节 采购管理	52
----------------	----

一、采购流程管理	53
----------------	----

二、采购成本和价格管理	56
-------------------	----

三、采购策略	60
--------------	----

四、采购绩效评价	63
----------------	----

第三节 供应商管理	67
-----------------	----

一、供应商管理概述	67
-----------------	----

二、供应商管理的方法	70
------------------	----

三、基于供应链管理的供应商策略	71
本章小结	73
复习思考题	73
【案例分析】	74
【实践训练】	74
第五章 仓储管理与库存管理	75
【学习目标】	75
【引导案例】	75
第一节 仓储管理概述	75
一、仓储的概念和作用	75
二、储存合理化的概念及标志	77
三、仓储作业及其管理	78
第二节 库存管理	80
一、库存管理概述	80
二、库存管理方法	82
第三节 供应链下的库存管理	86
一、供应链管理环境下的库存问题	86
二、供应链中的不确定性与库存管理	88
三、供应链下的库存管理策略	89
第四节 现代库存管理技术	92
一、准时制	92
二、物料需求计划	92
三、制造资源计划	93
四、企业资源计划	93
五、配送需求计划	95
本章小结	96
复习思考题	96
【案例分析】	97
【实践训练】	97
第六章 运输管理	98
【学习目标】	98
【引导案例】	98
第一节 运输管理概述	98
一、运输的功能	98
二、运输在物流中的作用	99
三、影响运输决策的因素	101
第二节 运输方式及其特点	102
一、基本运输方式	102

二、国际货物运输	104
第三节 运输方式的选择	110
一、影响运输方式选择的因素	110
二、运输方式的选择	114
本章小结	115
复习思考题	115
【案例分析】	116
【实践训练】	116
第七章 配送与配送中心	117
【学习目标】	117
【引导案例】	117
第一节 配送概述	117
一、配送的基本概念与特点	117
二、配送种类	119
三、配送的作用及功能要素	121
四、配送的一般流程	122
五、配送模式	124
六、配送路线的选择	125
第二节 配送合理化	126
一、配送不合理的表现形式	126
二、配送合理化的标志	127
三、配送合理化的主要方法	129
第三节 配送中心	129
一、配送中心的基本功能	129
二、配送中心的规划	133
三、配送中心的选址	137
第四节 配送中心的基本运作和管理	139
一、配送中心的基本运作	139
二、配送中心的管理	140
本章小结	141
复习思考题	142
【案例分析】	142
【实践训练】	142
第八章 物流信息系统	144
【学习目标】	144
【引导案例】	144
第一节 物流信息系统概述	144
一、物流信息与物流信息系统	144

二、物流信息系统的基本要素	147
三、物流信息系统的基本功能	148
第二节 物流信息技术	148
一、物流信息基础技术	148
二、物流管理信息系统	150
第三节 物流信息系统的构建	151
一、物流信息系统的构建原则	151
二、物流信息系统构建步骤	152
本章小结	153
复习思考题	154
【案例分析】	154
【实践训练】	154
第九章 企业物流	155
【学习目标】	155
【引导案例】	155
第一节 企业物流概述	155
一、企业物流概述	155
二、生产企业物流	157
三、流通企业物流	159
第二节 生产企业物流运作与管理	160
一、生产物流类型与特征分析	160
二、生产企业物流计划与控制	163
三、生产企业物流运营与管理方法	167
第三节 企业物流组织管理	169
一、物流组织结构的发展	169
二、物流管理组织的类型	171
本章小结	174
复习思考题	175
【案例分析】	175
第十章 第三方物流及其发展	177
【学习目标】	177
【引导案例】	177
第一节 第三方物流概述	177
一、第三方物流的概念	177
二、第三方物流产生和发展的原因	178
三、第三方物流的优越性	179
四、第三方物流的基本特征	180
五、第三方物流的利益来源	180

六、第三方物流创造价值的途径和方法	182
第二节 第三方物流的运作模式	183
一、第三方物流的运作模式	183
二、第三方物流的运作特点	184
三、企业第三方物流决策	184
第三节 如何发展第三方物流	186
一、第三方物流的定位	186
二、第三方物流的主要成功因素	188
三、第三方物流企业的物流管理	190
第四节 第四方物流	192
一、第四方物流的概念及其与第三方物流的区别	192
二、第四方物流的特点	194
三、第四方物流的运作	195
本章小结	196
复习思考题	197
【案例分析】	197

参考文献	199
------	-----

第一章 物流管理概述

学习目标

阅读和学完本章后，你应该能够：

- ① 定义物流和物流管理概念；
- ② 描述物流活动的构成；
- ③ 说明研究物流的意义；
- ④ 描述现代物流的基本特征；
- ⑤ 描述物流的演变与发展趋势。

引导案例

家乐福在世界各地开店的标准手法

家乐福是一家知名的集团公司，它在很多地方都开设有大型超市。每次家乐福超市进入一个新的地方，都只派一个人去开拓市场，由这个人担任这个地区的总经理，这名地区总经理所做的第一件事情就是招聘一位本地人做他的助理，然后两人一起做市场调查。他们会仔细地调查当地其他商店里有哪些本地的商品出售，哪些商品的流通量很大，然后再去与各类供应商谈判，决定哪些商品会在家乐福店里出现。在当地组织采购本地人熟悉的产品，供应商分期分批、定时或不定时地向家乐福店提供商品，确定配送路线，确定具体价格等环节。这种进入市场的方式是家乐福在世界各地开店的标准手法。

家乐福在世界各地开店的标准手法实际上形成了一个庞大的供货链条，即供应链，也就是我们所要学习的物流。

第一节 物流的概念与作用

一、物流概念的形成

人类社会由政治、经济、文化等领域构成，其中经济流通领域主要由供给与需求构成，人类社会经济的进步是供给与需求不断产生“新”的均衡。实现均衡的主要条件是商品交换，交换的要素主要由生产与消费构成。人类社会自开始生产并进行商品交换以来，就存在着与生产、消费相适应的流通活动。生产资料和生活资料的生产与耗用往往存在时间和空间上的差异，在产地消费的同时，人们需要将物品运至特定地点存储起来以供再生产、交换和消费。原始物流由于生产力水平较低，技术、技能的局限性，物流活动处于分散无组织状态。

随着生产力水平的提高、工业文明的兴起、社会化生产的出现,生产与消费的分离趋势不断扩大,流通的地位初见端倪,物流活动的发展越来越壮大、活跃。轮船、火车、汽车、飞机等运输工具的产生、仓储库房的使用、基础设施的建设等,使得物流活动的功能要素逐渐增多,政府与企业的重视形成了大量条件良好的交通网络与交通枢纽,为物流业的发展提供了很好的物质基础。由此,人们逐渐认识到传统物流活动基本包括物品的运输、储存、搬运、分拣、包装、加工等过程。

“物流 (physical distribution)”一词最早出现于美国,1915 年阿奇·萧在《市场流通中的若干问题》一书中提出了“物流”一词,指出“物流是与创造需求不同的一个问题”,并提到“物资经过时间或空间的转移,会产生附加价值。”因为在 20 世纪初,西方一些国家已出现生产大量过剩、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。

1935 年,美国销售协会进一步阐述了物流的概念:“物流是包含于销售之中的物质资料和服务从生产场所到消费场所的流动过程中所伴随的种种经济活动。”

现代物流作为一门新兴的综合性学科,源自于军事。第二次世界大战期间,美、英等盟军为保证作战的需要,围绕战争期间军需物资的供应建立了军事后勤部门,对军用物资的运输、补给、调配等进行全面管理,为战争的胜利提供了物资保障。第二次世界大战的胜利,不仅是盟军在军事上的胜利,也是其军用物资物流系统的巨大成功。

后勤管理的方法后来被引入到商业部门,被人称之为商业后勤 (business logistics),它被定义为“包括原材料的流通、产品分配、运输、购买与库存控制、储存、用户服务等业务活动”,其领域包括原材料物流、生产物流和销售物流。

在 20 世纪 50~70 年代期间,人们研究的对象主要是狭义的物流,是与商品销售有关的物流活动,是流通过程中的商品实体移动。因此通常采用的仍是“physical distribution”一词。

1986 年,美国物流管理协会认为,以“physical distribution”表示的物流领域较狭窄,而 logistics 的概念则更为宽广、连贯、整体。因此,美国物流管理协会的名称改为 The Council of Logistics Management,简称为 CLM。改名后的美国物流管理协会 (CLM) 对“logistics”表示的物流定义为:“物流是为满足消费者需求而进行的对货物、服务及相关信息从起始地到消费地有效率的、有效益的流动与存储的计划、实施与控制的过程。该过程包括输入、输出、内部和外部的移动以及以环境保护为目的的物料回收。”

与“physical distribution”表示的物流概念相比,“logistics”突破了商品流通的范围,把物流活动扩大到生产领域。物流已不仅仅从产品出厂开始,而是包括从原材料采购、加工生产到产品销售、售后服务,直到废旧物品回收等整个物理性的流通过程。这是由于随着生产的发展,社会分工越来越细,大型的制造商往往把成品零部件的生产任务外包给其他专业性制造商,自己只是把这些零部件进行组装,而这些专业性制造商可能位于世界上劳动力比较便宜的地方。在这种情况下,物流不但与流通系统维持密切的关系,同时与生产系统也产生了密切的关系。

物流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”理论引入而从欧美国家传入,因为在欧美国家的所有市场营销教科书中,都毫不例外地要介绍“physical distribution”,这两个单词直译成中文即为“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，日本人将其译成日文“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。国外的物流业基本上就是我国的储运业，但两者并不完全相同，主要差别如下。

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、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，虽然其中也涉及到包装、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，在第二次世界大战后才在各国兴起，而在我国“储运”是一个十分古老、传统的概念。

由于全球化竞争的加剧和信息技术的飞速发展，在西方掀起的放松管制和传统企业回归主业、集中力量于核心业务的呼声中，大量的专门从事第三方物流服务的企业产生并发展起来。20世纪90年代兴起的电子商务，更为现代物流提供了新的挑战和巨大的发展空间。

物流企业是独立于生产领域之外，专门从事与商品流通有关的各种经济活动的企业。在市场经济条件下，物流企业的基本职能和任务是根据市场的供给和需求，以服务生产为目的，通过有计划的采购、销售、仓储、运输等经济活动，完成商品在生产单位之间及生产单位与消费者之间的价值和使用价值的实现，保证社会生产和再生产的正常进行。具体来讲，物流企业是以物资流为主体功能，同时必须伴随着商流、资金流和信息流，这包括仓储业、运输业、批发业、连锁商业和外贸等行业。

对物流的理解是多样的，但通俗的理解认为物流就是：适宜的供给者在适宜的时间、适宜的地点，以适宜的条件，将适宜的产品，以适宜的成本，采取适宜的方式提供给适宜的需求者。

由于现代物流产业本身蕴藏着极大的发展潜力，因而今后国际上最有竞争优势的企业定是具有物流优势的企业，一个具有物流优势的企业才有可能成为具备竞争优势的企业。

【知识链接】

物流最初的形式——木牛流马

传说诸葛亮第六次出祁山，与司马懿两军相对。在难分高下的时候，诸葛亮军中的粮食全部集中在剑阁。由于那个时候运送粮食都是靠人力和畜力，搬运起来十分不方便，而且速度慢，于是诸葛亮便发明了木牛流马——一种已经失传的古代运输工具，可以搬运粮草，非常便利。木牛流马不仅可以“不吃不喝”和昼夜不间断地运输，而且可以像活的牛马一样翻山越岭，为蜀国军事物资的运输做出了很大的贡献，司马懿对诸葛亮的这个发明既佩服又羡慕。

这种原始的物资储运就是最初的物流形式。

(引自 郑重主编：怎样成为一名物流人员，重庆：重庆大学出版社，2007.)

二、物流的概念

物流从字面理解就是“物资”的“流动”或“流通”，实际上物流概念中的“物”一般不仅指具有实体形态的物资材料、商品货物等。在商品经济形态下，商品物资的转移是

商品交易的表现,也就是说,表面是商品物资的转移,实质是商务的操作过程与资金的转移。这里的“物流”对象应该是包括了有实体形态的商品物资,还有相关的商务信息与对应的资金,以及包括货物代理和物流网络服务的物流服务。

“流”,一般指流动,那么是在哪一个领域流动呢?如果仅仅认为是流通领域,即伴随商品交换而发生的移动,那是不够全面的,因为在生产领域中有的物料按工艺流程发生移动,而在消费领域中也有的物料按消费者生活需要发生移动,如商品的分拣、配送、用后回收等。当然这种流动或者说移动是有规律的,大致是经历供应商、生产商、经销商(分别有批发商、零售商),然后到消费者及回流的过程。人们把这个一环扣一环的过程称为“供应链”。因此,“物流”总的来说就是发生在供应链的物资流与相应的商务信息流和资金流。

物流(logistics)的英语字面意义从属于军事范畴,即所谓的“后勤”。物流管理在第二次世界大战后应用于企业管理,其初期的研究和传播附属于市场营销名下。“physical distribution”一词在20世纪50年代中期从美国传入日本后,被直译成“物的流通”。1979年6月,我国物资工作者代表团赴日本参加第三届国际物流会议,在考察报告中首次正式引用“物流”这一术语。1989年4月在北京召开的第八届国际物流会议结束后,“物流”一词在我国才日益推广开来。

美国物流管理协会(CLM)1962年对物流做了一个精要的概括:“所谓物流,即以最高效率和最大成本收益,满足顾客需要为目的,从商品的生产地点到消费地点,对包括原材料、在制品、最终成品及其相关信息的流动与储存,进行设计、实施和控制的过程。”

我国在2001年制定的国家标准中将物流定义为:物流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有机结合。

根据以上我国的物流定义,物流一方面具有自然属性,另一方面也具有社会属性。也就是说,物流具有价值和使用价值二重性,这里包括商流所有权转移和物流的实体转移。根据定义,物流是物品从供应地向接收地的实体流动,这表明,物流是一种满足社会需求的活动,是一种经济活动。它同时也表明,物流不属于经济活动的物资实体流动。物流包括空间和时间、形态性质三个方面的效用,这些是通过物流的运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实现的。

正确理解物流的定义,应把握以下几点。

① 物流中的“物”的概念是指一切可以进行物理性位移的物质资料,包括物资、物料、货物、商品和物品。物流中的“流”,指的是物理性运动,既涵盖有交换产生的商业活动中的“流通”,又包括生产领域中的“流程”等。

② 物流是物质实体的流动。任何一种物质都具有二重性:一是自然属性,即它有一个物质实体;二是社会属性,即它具有一定的社会价值,包括它的稀缺性、所有权性质等。物质资料的物质实体的流动是物流,物质资料的社会实体的流动是商流。商流是通过交易实现物质所有权的转移,而物流是通过运输、存储等实现物质实体的转移。

③ 物流是物质资料由供应地流向接受地的流动,即它是一种满足社会需求的活动,是一种经济活动。它不属于经济活动的物质实体流动。

④ 物流包括空间位置的移动、时间位置的移动以及形状性质的变动,因而提高物流活动,可以创造物质的空间效用、时间效用和形质效用,通过运输、搬运、装卸等克服供

需之间的空间距离,创造物质的空间效用;提高存储、保管等克服供需之间的时间距离,创造物质的时间效用;通过加工以及包装等改变物质的形状性质,创造物质的形质效用。

⑤ 物流包括运输、搬运、存储、保管、包装、装卸、流通加工和物流信息处理等基本功能活动。

⑥ 物流最基本的特性之一,就是它的普遍性。社会经济中所有物品的物质实体,无论它处在运动状态(运输、搬运),还是处在静止状态(存储、保管),还是处在静动态(包装、装卸、加工、检验),都毫无例外地是处在物流状态。因为它们或者是使物品发生空间位置的变动,或者是使物品发生时间位置的变动,或者是使物品发生形状性质的变动。可见,有物品,就必须有物流。而物质是不灭的,因此物流也是普遍的,无处不在,无时不在。

三、物流的分类

社会经济领域中物流活动无处不在,对于各个领域的物流,虽然物流基本要素都存在且相同,但由于物流对象不同,物流目的不同,物流范围、范畴不同,形成了不同的物流类型,但目前尚无统一的物流分类标准。

1. 按物流活动的范围划分

物流可分为宏观物流与微观物流两大类

① 宏观物流是指社会再生产总体的物流活动,从社会再生产总体角度认识和研究的物流活动。这种物流活动的参与者构成了社会总体的大产业、大领域,宏观物流也就是研究社会生产总体物流,研究产业或领域的物流活动和物流行为。宏观物流的状况如何,直接影响国民经济的效益。

② 微观物流是指消费者、生产者所从事的实际的、具体的物流活动。在整个物流活动之中的一个局部、一个环节的或一个地区的具体物流活动属于微观物流。微观物流的运行状况,将直接影响企业的经济效益。

2. 按物流系统性质划分

物流可分为社会物流和企业物流两大类。

① 社会物流是指超越一家一户的以整个社会为范畴,以面向社会为目的的物流。这种物流的社会性很强,经常是由专业的物流承担者来完成。它是企业外部物流活动的总称,包括企业向社会的分销物流、采购物流、回收物流、废弃物物流等。社会物流属于宏观物流。

② 企业物流是指在企业经营范围内由生产或服务所形成的物流系统。它由企业生产物流、企业供应物流、企业销售物流、企业回收物流、企业废弃物物流等几部分组成。企业物流属于微观物流。

四、物流的作用

1. 物流在经济中的作用

随着消费者收入的增长,导致了产品和服务市场的增长。为了应对扩大的市场和快速增长的产品、服务所带来的挑战,企业在规模和复杂程度上都有所增大。产品从生产企业到消费者之间的价值链也逐渐细化,作为国内生产总值(GDP)的一个重要组成部分,物流影响着生产率、能源成本、利率、通货膨胀率等其他方面。物流成本占GDP的比重也越来越被人们所关注。

物流在经济中的显著作用主要表现在两个方面。第一,物流是商业的一个主要支出并

与其他经济活动相互影响，例如物流对 GDP 的贡献率及物流支出占 GDP 的比例。因此，通过改变物流运作效率可以对整个经济做出重要贡献。第二，物流服务于许多经济交易活动，它实质上是所有商品和服务交易中的一个重要活动。从系统角度理解这个作用，如果商品没有及时到达，客户就无法购买。如果商品没有在适宜的条件下到达适宜的地点，交易也会受到严重影响。

2. 物流的效用

(1) 物流导致竞争优势 一个组织的中心目标是长期赢利能力的最大化，或者在公共部门和非赢利部门有效地分配预算。企业通过建立市场营销理念，实施营销组合来满足顾客需求。对许多组织而言，客户服务是取得竞争优势的关键，通过调整客户服务水平以满足顾客的期望和购买愿望，同时改进客户服务水平和降低成本。组织必须考虑物流因素的作用及它们对客户服务的影 响，即运用总成本概念。一旦结合了采用和实施诸如供应链管理、全面质量管理、准时制和快速反应、企业资源计划等技术及各种管理策略所带来的运行效率和效果，组织就能产生和发展竞争优势。

(2) 时间效用 时间效用是在需要物品时拥有物品所产生的价值，或者是使某事物在适宜的时间被得到并创造价值。例如企业在生产过程中拥有生产所需的所有原材料以保证生产的连续性，以避免生产停顿造成的损失。对消费者而言，利用物流的仓储保管可以保证食品、生活用品等物品满足消费者不间断的需求。

(3) 地点效用（也称空间效用） 地点效用是在物品需要的地点拥有它所产生的价值，即使产品可在适宜的地点被适宜的消费者购买或消费而为产品创造或增加的价值。如果消费者所需的产品在运输途中、在仓库里或在其他不易被消费者购买或消费的地点，就不会对此消费者产生任何地点效用。没有物流所提供的地点效用，客户就得不到满足。

(4) 形式效用 形式效用是创造商品或服务的过程，或者是把它组成适当的形式供顾客使用。例如某制造商将不属于自己生产的原材料和零部件组成新的商品，形式效用就形成了。这是生产或运作过程的一部分。

(5) 拥有效用 - 拥有效用是人们实际拥有特定商品或服务的价值，即通过允许顾客拥有产品而附加给产品的价值。拥有效用不是物流的结果，而是提供信贷、数量折扣和延期付款而使顾客得以取得产品拥有权的结果。物流与营销过程以拥有效果而告终。

(6) 无形资产效用 一个具有效益和效率的物流系统相当于无形资产，因为物流的能力很难被组织的竞争对手轻易复制。如果企业能够迅速地以低价向客户提供产品，它就能取得超过竞争对手的市场份额的优势。作为物流效率的结果，企业能够以较低的价格销售产品，或者提供更高的客户服务水平，从而创造商誉，这从理论上可以看作是无形资产。

(7) 品种效用 品种效用表现为通过物流过程中的劳动克服商品生产和消费品品种方面的不一致。因为无论生产资料还是生活资料，消费者需要的是多种多样的商品，而专业化生产使某一生产厂家所提供的商品具有单一性，物流则可以集中多家生产商的产品提供给消费者，这方面的劳动投入表现为商品品种效用的增加。

(8) 批量效用 批量效用表现为通过商品流通过程中的劳动克服生产和消费批量的不一致。社会化大生产的一种重要方式是生产的专业化和规模化，而很多时候消费者的需求量都是很有 限的。商品流通中所消耗劳动的一个重要用途就是将生产的大批量需求分割成最终的小批量需求，在此表现为由整到散的分流过程；反过来的情况也同样存在，生产尤其是工业化社会中无论生产资料的生产，还是生活资料的生产都呈现出一种趋势，即小批

量、多品种的生产,这种生产方式与大批量流水生产共同存在。所以,可能出现这种情况:虽然生产批量较小,但需求是大量集中的。这时物流中的劳动就要用于将分散的货源加以集中,从而表现为从散到整的集流过程。所有这方面投入的劳动成果都表现为批量效用。

(9) 信息效用 信息效用表现为物流企业要收集大量的信息,如买卖双方的信息、产品说明和使用情况、发展情况、用户的意见、供求信息、技术发展趋势等,并对这些信息进行过滤、筛选、整理、分析,总结规律,发现问题,同时指导自己的工作,也将这些信息传递给供求双方,形成一种知识学习的作用。

(10) 规避风险效用 风险效用表现为商品流通过程中存在和隐藏着许多风险,如质量风险、信贷风险、政策风险、规模风险、财务风险等,让商品流通双方谁来承担这些风险责任可能都会是一种讨价还价的“扯皮”过程,会极大地增加交易费用,甚至阻碍商品流通的真正完成。由专业物流企业来承担这些风险无疑会极大地提高供求双方的信心,同时加快流通和再生产的过程。

第二节 物流管理

一、物流管理的概念

物流管理的概念,根据我国国家标准(GB/T 8354—2001)《物流术语》的表述,是指为了以最低的成本达到客户所满意的服务水平,对物流活动进行的计划、组织、协调与控制。物流管理包括对物流活动中的运输、储存、装卸、配送等功能的管理,对物流系统中人、财、物、设备、方法等要素的管理,也包括对物流活动中的计划、质量、技术等职能的管理,管理的范围比较宽泛。物流管理是根据物质实体资料流动的规律,应用管理的基本原理和科学方法,对物流活动进行计划、组织、指挥、协调、控制和监督,使各项物流活动实现最佳协调与配合,通过降低物流成本和满足市场需求来提高社会效益和经济效益的过程。即物流管理是对原材料、半成品和成品等物品在企业内外流动的全过程所进行的计划、实施、控制等活动。这个过程,就是指物品经过的包装、装卸搬运、运输、存储、流通加工、物流信息等物流活动的全过程。

随着全球经济的发展和社会的不断进步,物流管理的发展已走过了“保证运输与保管的时代”、“物流成本管理的时代”、“建立物流管理系统的时代”,现在已进入“从战略的高度来考虑物流的时代”,即物流管理已在运输、包装、加工、配送等原有的单一基础上向两头延伸,提出物流的系统化或总体物流、综合物流管理的观念,包含产品从生到死的整个物理性的流通全过程,即通过统筹协调、合理规划、控制整个物品的流动,以达到利益最大或成本最小,同时满足用户需求不断变化的客观要求,成为一个跨部门、跨行业、跨区域的系统活动。

二、现代物流管理的特征

与传统物流管理相比较,现代物流管理具有以下五方面的特点。

(1) 以实现顾客满意为第一目标 现代物流是基于企业经营战略基础上从顾客服务目标的设定开始,进而追求顾客服务的差别化战略,在现代物流管理中,顾客服务的设定优先于其他各项活动,并且为了使物流顾客服务能有效地开展,在物流系统的基本建设上,