

Modern Publishing Logistic Management 现代出版物流管理

尹章池 张麦青

编著



 武汉理工大学出版社
WUTP Wuhan University of Technology Press

现代出版物流管理

尹章池 张麦青 编著

武汉理工大学出版社

· 武汉 ·

内 容 提 要

基于目前我国出版业选题策划、库存、销售和退货之间信息阻隔或重复,各节点企业处于信息缺失的状态,出版物流成本长期居高不下等问题,本书从供应链管理的角度研究了现代出版物流的理论和实务问题,探索了出版物流成本与盈利模式,主张从整个出版产业链出发对出版上下游企业进行整合,加快信息共享交换、出版物流标准化与信息化、出版业市场监测等建设工作,以提高出版物流效率,降低出版业库存风险,减少高退货率等逆向物流问题。

本书可作为学习“现代出版物流管理”课程的本科生或研究生用书,同时也为现代出版物流管理的教学研究提供了重要的参考,为出版物流企业提供了可操作和借鉴的实践经验。

图书在版编目(CIP)数据

现代出版物流管理/尹章池,张麦青编著. —武汉:武汉理工大学出版社,2012.2
ISBN 978-7-5629-3598-8

I. ①现… II. ①尹… ②张… III. ①出版业-物流-物资管理 IV. ①F252.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 206421 号

项目负责人:鹿丽萍

责任编辑:鹿丽萍 王嘉行

责任校对:段争鸣

装帧设计:吴 极

出版发行:武汉理工大学出版社

社 址:武汉市洪山区珞狮路 122 号

邮 编:430070

网 址:<http://www.techbook.com.cn>

经 销:各地新华书店

印 刷:武汉兴和彩色印务有限公司

开 本:787×1092 1/16

印 张:17

字 数:450 千字

版 次:2012 年 2 月第 1 版

印 次:2012 年 2 月第 1 次印刷

印 数:1—1000 册

定 价:36.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请向出版社发行部调换。

本社购书热线电话:027-87394412 87383695 87384729 87397097(传真)

• 版权所有 盗版必究 •

序

现代物流是一项真正意义上跨行业、跨地区乃至跨国界的系统工程,它是整合运输、包装、装卸、仓储、配送、退货及物流信息处理等各种功能而形成的综合性物流活动模式,其最终目的是提高效率,降低成本,提供良好服务。现代出版物流对于出版产业的重要性是不言而喻的。

最近几年,契合国家建立开放、竞争、有序、统一的大市场和企业降低物流成本、扩大利润空间的有利时机,并力图尽快与国际出版业物流接轨,我国出版业加快了出版物流建设步伐,进行了一系列物流建设活动,全面发展连锁经营,建立大型物流配送中心和配送基地。不论是大中型出版集团或是民营出版企业都很重视物流基础建设,力争成为有影响的区域性辐射中心,相比历史上任何一个时期,投入更多,规模更大,为出版物流发展创造了物质基础和前提条件,为企业创造了新的盈利空间,同时提升了出版业的服务水平,人们坐在家里就可以享受到送书上门的网上购书服务。

然而,现代出版物流不是孤立的、单一的物流配送,它其实是从供应链管理的角度对整个出版产业链上下游企业的整合策略、制度、技术和方法的统筹管理,涉及信息、成本、服务等相关问题。譬如,目前我国出版业的选题策划、库存、销售和退货之间的信息阻隔或重复,使得信息共享范围和监测有效性大打折扣。由于企业之间缺乏沟通和合作,各个出版社或者总经销单位往往只能管理自身或局部环节的信息,对上下游环节真实信息的掌握能力非常有限。一方面,难以对单品种出版物进行全程跟踪,对该出版物的市场状态和业绩无从知晓,另一方面,处于供应链上游的出版社缺乏对真实库存和销售速率信息的掌握,不得不承担大量的库存风险。出版社无法控制出版产品的流动,不能准确了解出版物的销售情况,只能根据下游企业的订单来预测销售信息,各节点企业处于信息缺失的状态,出版物流成本长期居高不下。这就需要综合思考和解决社会成本和企业成本问题、出版物流信息共享交换问题、出版物流标准化问题以及出版业在物联网新语境下的技术问题等。

有关现代出版物流种种问题的理论和实务研究,已经受到学界和业界的高度重视。现代出版物流组织与管理的理论研究,相关标准和技术的应用研究,出版物流供应链管理的研究,西方发达国家出版物流模式的介绍与评价,我国出版物流发展的战略与路径选择,现代出版物流中心及配送中心的建设等专题,已经成为研究的重点和热点。武汉大学等高校从2003年起就开设了“书业物流组织与管理”等本科课程,并将其作为研究生招生方向进行这方面的高层次人才培养。武汉大学信息管理学院博士生导师张美娟教授就长期从事现代出版物流的理论和实务研究,并取得了丰硕成果。国内有关研究成果,单以中国学术期刊网为例,累计发表学术论文300余篇。据不完全统计,有关研究课题(咨询报告)不少于100个。

2005年武汉理工大学在2004级编辑出版专业学生中开设这门课程,至今已有7届。其间,尹章池教授主持有关出版物流的省部级课题2项,企业开放课题4项,发表论文十余篇,有的被人大报刊复印资料全文转载,有的被深圳书城等企业采纳。本书是在尹章池教授近7年

教学和学术研究成果基础上,经过十余次反复修改,并参考相关领域最新成果编写而成的。综合而言,它具有以下特色:

其一,国内目前尚没有现代出版物流课程的正式教材,作为该门课程教材建设的一个阶段性成果,它可以作为普通高校本科教学或研究生教学用书,为现代出版物流的教学研究提供一个有效交流的形式。

其二,作者担任“出版物流管理”这门课程的主讲,取得的成果在该学科领域的研究水平居国内前沿,同时吸纳了该领域的最新成果,教材的学科水平在国内是先进的。同时,教材体系的实践性强,作者跟踪现代出版物流中心建设、管理、运行和技术更新的步伐,吸取了最新成果,因此它也可以为出版物流企业提供重要的可供操作和借鉴的实践经验。

其三,本书区别于一般物流研究,是将物流学的普遍性原理和方法运用于出版业的物流实践,努力揭示现代出版物流的特殊性。出版物流运作和管理的特殊对象——出版物(图书、报刊、音像制品、电子出版物、数据库产品)具有物质载体形态和知识信息形态的双重性,出版物流区别于一般物流,不能用普通物流的教材代替现代出版物流的教材。日新月异的数字技术是出版物流的催化剂和共生者,而不是终结者,出版物流必将长期存在,并将在数字技术下更加完善、快捷和有效。

蔡学俭

2011年4月于武昌

目 录

第一章 出版物流概述	(1)
第一节 出版物流的内涵和特征	(1)
一、出版的定义	(1)
二、物流的概述	(2)
三、出版物流	(6)
四、出版物流较之一般物流的特征	(7)
五、现代出版物流的特征	(8)
第二节 出版物流系统	(9)
一、系统及出版物流系统的概念	(9)
二、出版物流系统——以东贩为例	(10)
第三节 国内出版物流发展历程	(13)
一、纯仓储时期(20世纪90年代以前)	(14)
二、批销中心时期(20世纪90年代中后期)	(14)
三、兴建现代化物流基地时期(20世纪90年代末至2005年)	(15)
四、电子商务出版物流(2005年至今)	(15)
第四节 国内出版物流的现状和发展方向	(16)
一、我国出版物流建设的现状	(16)
二、我国出版物流发展中的主要问题	(17)
三、发展我国出版物流的对策及其方向	(21)
第二章 出版物流成本与盈利模式	(26)
第一节 物流成本管理	(26)
一、物流成本的含义	(26)
二、物流成本管理的意义	(26)
三、物流成本相关理论学说	(28)
四、物流成本的构成与分类	(36)
第二节 出版物流成本与物流模式演化分析	(45)
一、影响出版物流成本以及物流模式选择的根本因素	(45)
二、不同出版物流模式的成本比较	(46)
三、我国出版物流模式的决定因素	(48)
第三节 出版物流盈利模式分析	(49)
一、我国出版业已呈现出“三极、两弱”的竞争格局	(49)
二、出版物流行业的盈利空间分析	(50)
三、出版物流盈利模式的建立及应用	(50)

第四节 出版物流管理系统	(54)
一、北京西南物流中心出版物流管理系统	(54)
二、浙江省新华书店集团物流管理系统	(56)
第三章 出版业仓储管理	(61)
第一节 出版业仓储管理概述	(61)
一、仓库的分类	(61)
二、仓储的功能	(65)
第二节 出版业仓库规划与设计	(67)
一、仓库规划原则	(67)
二、仓库宏观布局	(68)
三、仓库选址和内部规划	(69)
第三节 出版业仓储作业流程	(72)
一、图书入库管理	(72)
二、图书在库保管保养	(73)
三、图书出库管理	(73)
第四章 出版业库存管理	(75)
第一节 出版业库存管理概述	(75)
一、库存管理的概念	(75)
二、库存管理的宗旨	(76)
三、传统库存管理的缺陷	(76)
四、供应链系统中的库存管理	(77)
第二节 图书库存的分类管理	(80)
一、按学科分类	(80)
二、ABC 重点管理法	(82)
三、长尾管理	(87)
四、条形码管理	(92)
第三节 库存成本管理	(94)
一、库存成本的构成	(94)
二、库存成本管理思想	(94)
三、库存成本控制的措施	(97)
四、库存控制方法	(99)
五、评价库存控制的主要指标	(100)
六、库存成本控制过程中需要注意的方面	(100)
第四节 关于出版社图书库存控制的思考	(101)
一、出版社图书库存控制现状	(101)
二、出版社主要部门或环节对库存控制水平的影响	(101)
三、出版社加强库存控制的努力方向	(102)

第五章 出版运输与配送管理	(104)
第一节 运输的概念、功能、原理	(104)
一、运输的概念	(104)
二、运输的功能	(104)
三、运输的原理	(105)
第二节 运输方式	(105)
一、基本运输方式	(106)
二、多式联运	(108)
三、运输方式的定量分析	(109)
第三节 图书配送概述	(110)
一、图书配送的概念	(111)
二、图书配送的作用	(112)
第四节 图书配送流程	(113)
一、图书配送的一般流程	(113)
二、配送方式	(118)
第五节 图书配送模式	(120)
一、按配送对象分类	(120)
二、按配送路径分类	(121)
三、国内外图书配送实例	(123)
第六节 B2C 网上书店不同配送模式的配送服务策略与实证研究	(130)
一、B2C 网上书店不同配送模式的配送服务策略	(130)
二、B2C 网上书店图书物流配送模式的实证研究	(134)
第六章 出版业供应链管理	(140)
第一节 供应链管理的概念	(140)
一、产生背景	(140)
二、供应链的定义和特点	(140)
三、物流供应链管理	(142)
第二节 物流供应链管理方法	(142)
一、联合库存管理	(142)
二、供应商管理库存	(143)
三、连续补充货物	(143)
四、快速有效的响应系统——沃尔玛	(143)
第三节 出版业供应链管理	(147)
一、出版业供应链管理的基本概念	(147)
二、我国出版物流供应链在不同时期的特征	(149)
三、我国出版业物流供应链管理的主要特点	(152)
四、国外出版物流供应链管理动态	(156)

五、国内出版物流进入供应链管理的路径选择	(159)
第七章 出版业逆向物流	(163)
第一节 出版业逆向物流分析	(163)
一、出版业逆向物流的含义	(163)
二、我国出版业逆向物流的现状	(163)
第二节 我国出版业逆向物流问题严重的成因	(166)
一、我国出版业的传统体制及结构	(166)
二、我国图书供应链中的“牛鞭效应”	(168)
三、高定价抑制图书销售	(170)
第三节 解决出版业逆向物流问题的对策	(174)
一、制度层面的探讨	(174)
二、经营策略和产品战略	(176)
三、供应链管理的应用	(179)
第四节 发达国家图书退货流程和技术	(183)
一、英国图书行业退货现状及解决办法	(183)
二、日本图书行业退货现状及解决办法	(185)
第八章 基于供应链管理的出版业市场监测	(187)
第一节 出版市场监测研究的现状、内容及新思路	(187)
一、出版市场监测研究的现状及趋势	(187)
二、出版市场监测研究的实际意义和理论意义	(188)
三、出版市场监测研究的主要内容和研究目标	(188)
四、出版市场监测研究的思路与方法	(189)
第二节 出版市场监测的功能	(190)
一、改变出版体制改革的路径选择	(190)
二、降低“牛鞭效应”，疏导出版业逆向物流	(191)
三、推进国有资本与民营资本的合作	(195)
第三节 国内出版市场监测的困难和障碍	(196)
一、市场、技术和制度环境	(197)
二、存在的主要问题	(198)
三、出版物流网络发展对策	(200)
第四节 出版市场监测的基石：现代出版物流中心的兴起	(201)
一、国内三大零售出版市场监测系统的比较	(201)
二、基于供应链核心企业信息系统的国外监测	(202)
三、供应链信息共享基础上的出版监测机制再造	(203)
四、监测的应用领域	(205)
第五节 出版市场监测平台的构建	(206)
一、监测平台的特点与主要信息内容	(206)

二、监测平台构建的合理性和可行性	(207)
三、监测平台的构建与实施	(208)
第九章 出版物流标准化与信息化	(210)
第一节 出版业标准化	(210)
一、中国新闻出版标准化现状	(210)
二、中国新闻出版标准化面临的问题	(212)
第二节 出版物流标准化	(214)
一、出版物流标准化的意义	(215)
二、我国出版物流标准化的现状	(216)
三、实施出版物流标准化的建议	(220)
第三节 出版物流信息化	(223)
一、信息处理技术及其应用	(223)
二、自动拣选技术及其应用	(229)
第四节 出版企业物流信息系统的构建	(231)
一、物流信息系统概述	(231)
二、出版企业物流信息系统的功能模块	(232)
三、出版企业物流信息系统建设应注意的问题	(234)
附录 1 《中国图书馆图书分类法》简表	(236)
附录 2 出版物发行标准体系	(242)
参考文献	(258)
后记	(261)

第一章 出版物流概述

我国出版业(尤其是图书发行业)经过数十年的发展,已经拥有庞大的国有书店物流网络,在人员、场所、设备等方面为出版物流的发展奠定了坚实的基础。原先以新华书店为储运渠道的局面已被完全打破:在上游,各出版社自办发行;在下游,各地方新华书店直接向出版社订货,省级以上新华书店被架空。与此同时,由新华书店总店领导的规模庞大、组织严密、覆盖全国而且颇具效率的全国出版物流体系已经被打破,取而代之的是各省店自立门户,各出版发行机构各显神通。随着出版业电子商务与连锁经营的推行,出版物流的重要性日益显现。

但是,出版业发展现代物流的时间还不长,对出版业现代物流理论和实践还缺乏系统性的探索,因此,加强对出版业物流理论与实践的研究,对于做大做强中国信息服务产业是十分必要的。

第一节 出版物流的内涵和特征

1970年,日本早稻田大学的西泽修教授出版了一本名为《流通费》的书,阐释了商品流通过程中“所不为人知的第三利润源”,从此,“物流是企业的第三利润源泉”的提法便逐渐传播开来。物流观念及其经营行为的变革,在制造业、运输业、批发零售业产生了深远的影响。20世纪80年代中期,我国引入了“物流”的概念,并使之得到了一定程度的发展。20世纪90年代初,“出版物流”的概念在我国图书发行界开始流行。近年来,随着出版业的体制改革以及出版市场不断得到培育,我国的出版物流也得到了一定程度的发展,初步形成了以国有批发和零售企业为主体,多种经济成分、多条流通渠道、多种购销形式并存的流通体系。从原来的小规模、人工操作、附属于主业的“二等公民”到成为社、店控制成本,增加核心竞争力的筹码,我国的出版物流实现了实质性的转变。2003年后,出版物流中心的建设如火如荼,呈现出规模化发展的趋势。

一、出版的定义

“出版”一词,在英语中为 publication,来源于古拉丁语 publicatus。据考证,“出版”一词在中国最早出现于近代。出版与印刷术的发明密切相关,一般来说,先有印刷术后有出版。所谓“版”,在中国古代是指上面刻有文字或图形以供印刷的木片。用雕版印刷的书籍,称雕版书。中国早在五代时就有刻印板、镂板,宋代有开板、刻板(在古代“板”通“版”)、雕版等词,但未曾出现“出版”一词。有的学者认为,“出版”一词是19世纪末20世纪初从日本传入我国。日本在18世纪50年代已出现了“出版”一词。如果用概括的说法,出版就是选择作品复制发行,我国古代表示出版行为的词语有“上梓”、“梓行”、“刊行”、“开版”、“板印”等。日本最初使用“出板”一词,西方近代活版印刷术传入日本后,开始把“出板”写作“出版”,并正式在官方文件中使用。中国人最先运用“出版”一词,见于梁启超1899年8月8日在日本写作的《自由书》。另据王益先生考证,黄遵宪在《日本国志·学术志》中最先使用了“出版”一词。该书出版

的时间大致是在 1890 年或 1895 年,比梁启超的应用早 4 年或 9 年。这一考证证明“出版”一词在中国更早就被使用。今天我们所说的“出版”一词,通常是指图书、报纸、期刊、音像、软件等的编辑(制作)、印刷(复录)和传播的统称。

在一些工具书以及有关的出版法规条例中,出版被定义为:

把书刊、图画等编印出来;把唱片、音像磁带等制作出来;把著作物编译成为图书报刊的工作,现在出版工作泛指出版、印刷、发行三个环节;选择某种精神劳动成果(文字、图形作品等),利用一定的物质载体进行复制以利传播的行为;用印刷或其他机械方法将文字、图画、摄影等作品复制成各种形式的出版物并提供给众多读者的一系列活动。

出版的字面意思是“出于印版”或“印出”。这个概念的产生同印刷术的发明有直接联系。在日本,明治 20 年(1887 年)颁布的《版权条例》(敕令 76 号),第一次以法令的形式给“出版”的概念下定义,“凡以机械、人工或其他方法印刷纸文书图画予以发售或散布者,均为出版”。

关于出版活动,一般可以表述为:社会上各种文稿、图片、信息、音像、录像制品等原件,汇集到出版机构以后,经过审定、选择、编辑和加工,使用一定的物质载体,复制成各种形式的出版物,通过流通渠道传播到全社会。狭义的出版活动,指图书刊物的编辑、印制和发行。

本公约所用“出版”一词,系指以有形形式复制,并向公众发行的能够阅读或可以看的作品复制品。

与工具书的词条和有关法规相比,专业书籍中的“出版”概念有明显的操作性和对出版实践经验、技能进行总结的特点。

出版是指选择文字、图片或音像等方面的作品或资料进行加工,用印刷、电子或其他复制技术制作成为书籍、报纸、杂志、图片、缩微制品、音像制品或机读件等以供出售、传播。现代出版工作包含编辑、制作、发行、管理等环节。

出版包括编辑、印刷、发行三个方面。这三个方面是不可分割的整体。出版以编辑为中心,以印刷为手段,以发行为桥梁。编、印、发三者之间互相依存、互相制约、互相促进。

出版是人类社会经济、政治、文化发展到一定阶段的产物。出版物凝结着人类的思想和智慧,集聚了科学技术的发明创造和社会实践活动的经验与成果,反映了社会生活的各个方面。出版的历史是人类文明的历史,出版业的发展对社会的发展进步有着极其重要的作用。

二、物流的概述

物流作为与物质实体在时间和空间上的流动相关联的经济活动,在物质资料生产和流通过程中发挥着重要的作用。物流活动普遍存在于人类的贸易活动中,因此可以说物流活动的历史如同人类文明一样悠久。随着物流服务的实践及物流产业的发展,物流成为人们关注的重要领域。合理、有效地组织和配置物流生产要素可以大幅降低成本,因此物流被称为物质资源和人力资源之外的“第三利润源泉”、“经济领域中的黑大陆”。

(一)物流的产生及定义

物流作为一种生产实践早已存在,但对于物流活动的科学管理及指导则是近代以来的事情。物流概念的正式形成也经历了漫长的过程,从 20 世纪初物流概念的最初提出至今,人们对物流活动和物流管理的认识几乎经历了一个世纪。物流的概念起源于军事学,在市场营销学中得到发展。

1. 物流产生的背景和条件

20 世纪初,在北美和西欧一些国家,随着工业化进程的加快以及大批量生产和销售为大批量配送提供了条件,物资配送越来越成为经济活动中的一个重要环节,人们开始意识到物资采购成本对降低产品销售成本的重要性。尤其是 20 世纪 50 年代以后,经济发展使市场竞争日益激烈,生产中各个环节逐渐趋于专业化和集约化,物流与商流分离。在流通领域出现了超级市场、商业街等大规模的物资集散场所,人们开始使用现代的流通技术和设备,提高物资流通的速度和效益,使得商品的流通成本相对于生产成本有了降低的可能和趋势。

经济的迅速发展促进了市场的成熟,为了适应市场的需要,人们的经营理念也开始由“以生产为导向”向“以市场为导向”转变,高效的物流服务成为企业确保竞争力的重要手段。物流正是在降低成本和迎合市场营销观念的背景下孕育而生的。物流活动使其各个环节相互连接,实现物资在时间和空间上的衔接,使原来孤立的各项物流活动有机地结合在一起,形成一个物流大系统。

2. 物流概念的产生及发展

1901 年约翰·格鲁威尔(John F. Crowell)在美国政府报告《关于农产品的配送》中,论述了对农产品配送成本产生影响的各种因素,揭开了人们对物流认识的序幕。此后,1905 年美国陆军少校琼西·贝克(Chauncey B. Baker)在其著作《军队和军需品运输》中,从军事后勤的角度提出了物流的概念——Logistics,称其是“与军配的移动与供应有关的战争科学之一”。1915 年,美国市场学学者阿奇·萧(Arch W. Shaw)出版了《市场流通中的若干问题》(*Some Problems in Marketing Distribution*)一书,从市场分销的角度提出了物流的概念——Physical Distribution。他指出,物资实体分配(Physical Distribution of Goods)就是怎样更省钱、更及时地将客户订购的产品送到客户手中,并且还指出“物资经过时间或空间的转移,会产生附加价值”;物资实体分配与创造需求同等重要,它们在市场分销中是相互平衡、相互依赖的。这两个概念提出之后,分别在其各自的专业领域都产生了一定程度的影响,促进了其应用和发展。

1927 年拉尔夫·布素迪(Ralph Borsodi)在《流通时代》一书中,用 Logistics 来称呼物流,为物流概念的形成奠定了基础。第二次世界大战期间,美国军事兵站后勤活动的开展以及英国在战争中对军需物资的调运的实践都大大充实和发展了军事后勤学的理论、方法和技术,因此支持了物流的发展。美国在战时采用的名词——后勤管理后来被引入到商业部门,产生了商业后勤之说,其定义为“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”,其领域涵盖原材料物流、生产物流和销售物流。

在营销领域,继阿奇·萧之后,物流的概念也逐渐受到了营销专家的注意。1933 年,行业团体美国市场营销协会(AMA)最早给物流(Physical Distribution,简称 PD)下了定义:“物流是销售活动中所伴随的物质资料从产地到消费地的种种企业活动,包括服务过程。”后来,这一概念进一步在美国得到发展和完善,到 20 世纪 80 年代中期形成了比较统一的概念,并逐渐得到了世界的公认。随着物流的发展和应用,物流的概念随着交易对象以及环境的变化也在不断地发展。美国物流管理协会(The Council of Logistics Management,简称 CLM,世界上第一个物流专业人员组织,也是目前全球最有影响力的物流专业组织)基于全球经济一体化和市场的国际化这一现实,在 1998 年对物流作出了最新定义:“物流是为满足消费者需要而进行的从起点到终点的原材料、中间过程库存、最终产品及相关信息高效低成本流通和储存的计划、实施和控制过程。”

美国密西根大学斯麦基教授提出了物流的 7R 理论,指出物流就是将恰当质量(Right

Quality)、恰当数量(Right Quantity)、恰当价格(Right Price)的恰当商品(Right Commodity),在恰当的时间(Right Time)送到恰当场所(Right Place)的恰当顾客(Right Customers)手中。

1956年10月,日本生产性本部派出由早稻田大学12名教授组成的流通技术专门考察团赴美考察,将Physical Distribution这个术语引入日本。1964年,日本开始使用“物流”这一概念,把与商品实体有关的各项业务统称为“流通技术”。1965年,日本在政府文件中正式采用“物的流通”这个术语,简称为“物流”。到了20世纪70年代,日本已成为世界上物流最发达的国家之一。1981年,日本综合研究所编著的《物流手册》中对“物流”的表述是:“将物资从供给者向需求者的物理性移动,是创造时间性价值和场所价值的经济活动。包括包装、装卸、保管、库存管理、流通加工、运输、配送等诸种活动。”

物流的概念也逐步流传到了西欧、北美等许多国家。20世纪80年代初,Physical Distribution的概念随市场营销理论从欧美引入我国。借鉴日本人的翻译,我国也直接将其译为“物流”一词。2001年国家质量技术监督局发布的《中华人民共和国国家标准物流术语》(简称《物流术语》)中规定:“物流是物品从供应地向接受地的实体流动过程,根据实际的需要,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现有机结合。”

(二) 物流的分类

按照不同的分类标准,从不同的角度出发,可以将物流分成不同的类别,如表1-1所示。

表 1-1 物流的分类

分类标准	类别
按研究对象分类	宏观物流、微观物流
按物流涵盖的领域分类	社会物流、企业物流
按物流的作用分类	销售物流、生产物流、回收物流、废弃物流
按物流活动覆盖范围分类	国际物流、国内物流、区域物流
按物流系统的性质分类	社会物流、行业物流、企业物流
按物流服务对象分类	一般物流、特殊物流
其他物流研究方法	军事物流、商业物流、绿色物流、网络物流

因为分类标准的不同,以上概念在内容上会有相互重合的地方。为了理解和学习的需要,下面对常用的概念作简单的解释。

1. 宏观物流

宏观物流是指从社会再生产总体角度进行认识和研究的物流活动。这种物流活动的参与者是构成社会总体的政府机构、产业、集团。宏观物流主要研究社会再生产的总体物流,重点是政策法规、产业规划对政府、产业或集团的物流活动和物流行为的影响。

2. 微观物流

微观物流是指企业、消费者所从事的实际的、具体的物流活动。在整个物流活动中的一个局部、一个环节的具体物流活动以及在一个小的地域空间发生的具体的物流活动也属于微观物流。

3. 社会物流

社会物流指以一个社会为范畴,超越以家庭为单位、面向社会的物流活动。这种社会性很强的物流往往是由专门的物流服务者提供的。

4. 企业物流

企业物流主要是研究在企业运营过程中与物品的实体流动有关的所有物流活动,是具体的、微观的物流活动的典型领域,主要包括企业供应物流、企业生产物流、企业销售物流、企业回收物流以及企业废弃物物流。

(三) 物流和供应链

供应链是围绕核心企业,通过信息流、物流、资金流将供应商、制造商、分销商、零售商以及最终用户连成一个整体的功能网络结构模式,链中的成员称为供应链的节点。更加确切地说,供应链是描述商品在需—产—供过程中各实体和活动及其相互关系动态变化的网络。

2001 年我国颁布实施的《物流术语》中对供应链的定义是:“生产和流通过程中,涉及产品或服务提供给最终用户活动的上游和下游企业所形成的网链结构”,即指产品生产和流通过程中所涉及的原材料供应商、生产商、批发商、零售商以及最终消费者组成的供需网络,可分为公司内部供应链、企业间供应链、区域性或全国性供应链及全球供应链等。它将供应链管理(Supply Chain Management, SCM)定义为:“利用计算机网络技术全面规划供应链中的商流、物流、信息流、资金流等,并进行计划、组织、协调与控制”,即用系统工程的方法,在现代计算机网络和通信技术的支持下,将供应链上的所有企业作为一个不可分割的整体,对供应链中的物流、商流、信息流和资金流进行设计、规划、控制与优化,从而最大限度地提高供应链上企业群体的经济效益和竞争能力,寻求共同利益的最大化,并满足客户需求。供应链管理是一种集成的管理理念与模式,主要涉及四个领域:供应(Supply)、生产计划(Production Schedule)、物流(Logistics)和需求(Demand)。

传统观点认为,物流对一个企业而言仅仅是一个辅助部门,对制造企业的生产起一种支持作用。而在供应链管理环境下,企业的物流系统应与制造系统具有同等重要的地位,甚至更为重要。物流贯穿整个供应链,并连接供应链的各个企业,是企业间相互合作的纽带,物流管理在供应链管理中具有重要的作用,有统计数据表明,物流价值在各种类型的产品和行业中占到了整个供应链价值的一半以上。所以,有效地管理供应链的物流过程,将物流、信息流、资金流有效集成并保持高效运作,是供应链管理中的一个重要内容,这对于提高供应链的价值水平有着举足轻重的作用。

事实上,物流本身不产生利润,利润来自于供应链经营成本的下降和需求链附加价值的增加。在现代的市场环境中,企业只有建立敏捷而高效的供应链物流系统才能提高自身竞争力。目前,世界 500 强企业大部分建立了完善而高效的物流系统,依靠现代物流配送已成为提高企业竞争力的普遍做法。

(四) 现代物流的内涵与功能

现代物流是综合、集约、先进的物流方式,是建立在先进的信息网络技术基础上,从需求预测、订单处理到采购、运输、仓储、加工、配送,从供应商到生产商、销售商再到用户,对物流全过程进行科学控制和高效服务,是一体化的供应链和需求链。与传统物流相比,它最主要的特征是网络化和信息化。

随着经济全球化和世界贸易一体化,现代物流在世界范围内迅速发展,很多行业都引入了物流的概念,通过物流建设实现物资快捷配送,并减少企业运作成本。据有关专家统计分析,

普通商品的物流成本占商品成本的 64% 以上。现代物流在企业的经营管理中有着十分突出的作用,主要表现在:

(1) 占用最少的资金,准时、可靠地组织各种原料的供应,追求低成本的订货批量;

(2) 在生产过程中科学管理各种物料,详细计算出每个工种、工序的原材料及零部件使用的准确时间和数量,并以此为基础制定出整个生产过程的供应方案,使原材料、零部件供应与生产计划和设备的利用更加有序和协调;

(3) 通过制定合理的配送路线和最精确的时间,把产品送到消费者手中,进而创造出新的市场需求;

(4) 物流还是企业的一项专有资产,物流的能力不会被竞争对手轻易复制,在某种程度上属于无形资产。

众所周知,我国汽车制造行业的物流管理在国内制造业中走在前列,而上海通用汽车是其代表。每个参观过上海通用汽车公司的人都不得不承认其物流管理的先进性。在那里看不到自动化仓库,看不到无人搬运小车,甚至也看不到一般工厂用的高位货架,看到的是大量的单元化容器和看板系统(在日语中,看板的含义是信号或指示器,是生产过程中传递作业信号的工具,自 20 世纪 60 年代起在日本丰田汽车公司开始应用),替代 AGV(自动导引运输车)的是牵引车和叉车,所能感觉的是精益生产的精髓——效率和准时,而这也正是制造业物流追求的目标。

从国民经济发展的角度来看,物流是 GDP(国民生产总值)的重要组成部分,影响着通货膨胀率、利率、生产率、能源成本等经济的诸多方面。若一国的物流成本过高,将会提高消费价格,降低企业利润,从而阻滞国民经济发展。我国是世界上物流成本最高的国家之一。据国际货币基金组织研究统计,物流成本平均约占全球国内生产总值的 12% 左右,美国、日本物流成本占 GDP 的比例分别为 10.5%、11.4%,而我国为 16.9%。按照世界银行的估算,“十五”期间,我国如采用现代物流管理,每年可为全社会直接节省约 2400 亿元物流成本。因此,现代物流业已经成为中国经济发展的重要产业和新的经济增长点。

三、出版物流

从广义上来讲,出版物流是出版业所有物流的统称,是指在出版发行系统中,将出版物及其各种原材料从供应方向需求方的物理性流动及其存储的计划、实施与控制的过程;它同时也是一种出版经营管理战略思想。

在这个概念界定中,出版物不仅包括图书,还包括音像制品、电子出版物等其他出版物,其外延涵盖了图书物流和书业物流。同时,这个定义还将前端的材料采购和出版印刷中的物流也包括在出版物流中,这符合当前媒介融合经营环境下我国出版物流中心发展的现状与趋向。此外,这一定义中的出版物流系统不仅包括正向物流,还包括由于退货而产生的反向物流,又称逆向物流。

现代出版物流是以满足综合性图书的客户需求为目的,运用现代物流理论和技术,采用市场机制整合社会运输、仓储、装卸、搬运、加工、信息等功能,为提高图书产品以及相关图书信息,从供应到消费的流动和储存的效率及效益而进行的计划、执行和控制的过程。

发展现代出版物流有利于促进图书管理水平的提高,从而提高企业整体竞争力,为出版业发展提供良好的支持环境。通过对图书销售物流进行整合,把物流业务从主业剥离,构建第三

方物流,实行独立化运作,可以达到精干主业的目的,可以使图书出版企业把更多的精力用于提供更多的精品图书和市场营销等主营业务,提高企业的核心竞争力。实行物流的独立化运作,可以取得专业化分工的效率和规模化效益;通过对库存商品资源整合和提高物流效率,可以降低整个图书供应链商品库存水平,加速资金周转;图书商品的集中储存,可以减少仓库面积,降低仓储保管费用;通过使用专用运输集装工具,可以降低运输成本,从而实现企业的低成本运营,提高企业和产品的市场竞争力。另外,专业化的物流服务可以保证物流在空间上的畅通、时间上的准确和质量上的稳定,有助于提升包括空间价值和时间价值在内的效用价值。遍布各地的高质量的物流配送网络还可以开展多元化商品配送业务,这既为出版企业的发展拓展了新的经营空间,又提高了客户满意度和对图书行业的忠诚度、贡献度与依存度,促进出版业的发展进入健康有序的良好循环轨道。

四、出版物流较之一般物流的特征

出版物流的主体主要还是出版物。由于出版物对上市时间要求很高、贬值很快,因此出版物流与一般生产性行业物流相比,对物流体系的强壮性、物流信息系统的信息处理能力提出了较高的要求,具体体现在以下三个方面。

1. 物流过程中的损耗是双重的

出版物是出版物流运作、管理的主要对象,具有物质载体性和知识信息性的双重性质。一般商品由于物质的损耗导致使用价值和交换价值下降,而出版物在物流中的损耗,不仅仅是物质形态的丢失或磨损造成使用价值和交换价值下降,更重要的是,由于知识信息的出版、流通和交易滞后,会使出版物的主要使用价值丧失殆尽。

2. 出版业退货率高于其他行业

从世界范围看,出版业的退货率高于其他任何行业。日本出版业退货率高居世界榜首,以图书为例,20世纪70年代为30%,1998年达41%,2000年跃升到44.7%;以期刊为例,2000年的退货率,周刊为24.5%,月刊为32.6%;单个图书公司的退货率高达54.5%。

近年来,我国图书库存庞大,退货率也持续攀升。据国家统计局公布的数据,图书库存占纯销售的比例越来越大。据2002年的调查估算,当年我国仅用于出版物流的总成本约80亿元(物流费率按15%计算,退货率按10%计算),其中用于图书退货的物流成本约7.3亿元。同时,据主管部门统计,当年全国图书库存累计总价值超过300亿元。在高库存的背后是高退货率,现在我国有许多出版社的退货率达到30%~40%,一些时效性较强的图书,如计算机类和某些畅销书等,退货率更是高达50%~60%。而这仅仅是统计在册的数据,业内人士估计真实的库存和退货率远不止如此。

退货物流是正常物流的逆过程,其作业环节和所花费的成本往往比正向物流还要多,而且大部分是不能增值的不合理物流(在我国,出版物二次上架的比例较低)。高退货率导致高库存量,而库存图书占用的仓储空间、人力成本以及资金成本等也都是物流成本的重要组成部分,进而导致整个产业链上企业的经营成本大幅上升。因此,降低退货率,减少物流成本也成为业界人士讨论的一个热点话题。

3. 通过信息现代化实现出版物流成本的降低

图书不同于其他产品,具有批量小、品种多、单价低、市场分布广、市场需求不确定和存在逆向物流等特点,因此在出版物流过程中,需要有完善的标准化系统、良好的存储条件、准确的