

(物流管理专业课)

QUANGUOGAOZHIGAOZHUANTONGYONGXILIEJIAOCAI

【全国高职高专通用系列教材】

全国物流从业资格考试指定培训教材

物流管理概论

WULIUGUANLIGAILUN

主编 钱芝网 王攀桂

**全国高职高专
通用系列教材**



中国时代经济出版社
China Modern Economic Publishing House

(物流管理专业课)

QUANGUOGAOZHIGAOZHUANTONGYONGXILIEJIAOCAI

【全国高职高专通用系列教材】

全国物流职业资格考试指定培训教材

物流管理概论

WULIUGUANLIGAILUN

主编：钱芝网 王攀桂

副主编：胡成 宋丽霞

**全国高职高专
通用系列教材**



中国时代经济出版社
China Modern Economic Publishing House

图书在版编目 (CIP) 数据

物流管理概论 / 钱芝网, 王攀桂主编. — 北京: 中国时代经济出版社, 2007.1

(高职高专通用系列教材)

ISBN 978-7-80221-184-1

I. 物... II. ①钱... ②王... 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 (2006) 第 159827 号

物流管理概论

钱芝网
王攀桂
主编

出版者	中国时代经济出版社
地址	北京东城区东四十条 24 号 青蓝大厦东办公区 11 层
邮政编码	100007
电话	(010) 68320825 (发行部) (010) 68320498 (编辑室) (010) 88361317 (邮购)
传真	(010) 68320634
发行	各地新华书店
印刷	北京市昌平百善印刷厂
开本	787×1092 1/16
版次	2007 年 1 月第 1 版
印次	2007 年 1 月第 1 次印刷
印张	18.75
字数	284 千字
印数	1~8000 册
定价	26.00 元
书号	ISBN 978-7-80221-184-1

版权所有 侵权必究

全国高职高专通用系列教材编委会

主 任：陈 跃

副主任：安文彬 张海燕

委 员（以姓氏笔画为序）：

王邦兆	王攀桂	安广法	刘先锋	朱光福
任 宏	李锦飞	任稚苑	陈小军	吴进红
孟咸美	林祖华	俞立平	胡 成	施国洪
钱芝网	钱存华	徐金海	徐美银	戴宗群

序

伴随着我国经济的持续高速发展，我国的高等教育规模也在迅速扩大。当前，我国高等教育已从精英化教育发展到大众化教育阶段。国外发达国家的教育实践表明：高等教育的大众化必然要求高等职业教育的大发展。高等职业教育是现代国民教育体系中的重要组成部分，在实施科教兴国战略和人才强国战略中具有特殊的重要地位。然而，近几年来，我国高等职业教育的规模虽然持续不断扩大，几乎占据了我国高等教育近 50% 的份额，但培养出来的毕业生却不能很好地适应社会的需求。究其原因，除了专业设置和教学过程不能很好地贴近经济建设和社会发展的需要外，缺乏与之相配套的教材，也是一个十分重要的原因。调查结果表明，尽管部分学校和出版社已组织编写了一些高职高专教材，但是这些教材基本上都是本科压缩型的，理论教育讲得过多，实践技能安排过少，导致学生动手能力普遍不强，这与高等职业教育的培养目标严重不相称。显然，高等职业教育的教学改革已箭在弦上，其教材的重新规划建设已经被提上议事日程。温家宝总理在全国职业教育工作会议上曾经指出：“一方面，要搞好以敬业和诚信为重点的职业道德教育，学习必要的基础理论知识；另一方面，要坚持手脑并用、做学合一的教学原则，突出学生的动手能力和职业技能训练。”《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》中也强调要“积极推进课程和教材改革，开发和编写反映新知识、新技术、新工艺和新方法，具有职业教育特色的课程和教材”。为了响应中央的号召，促进我国高等职业教育的发展，我们组织了全国部分高职院校的优秀教师和企业界的优秀工程技术人员和管理人员，共同编写出版了一套全国高职高专通用系列教材。本套教材具有如下一些特点：

第一，在指导思想上，切实遵循“以全员素质为基础，以就业为导向，以能力为本位，以学生为主体”的职业教育教学指导思想。

第二，在编写思路，专业基础课以综合课为主，专业课以行动导向课程为主。

第三，在内容安排上，以理论“够用、管用、实用”为基础，以职业能力和技能培养为核心，以岗位主要工作流程为线索，安排教学内容。

全书图文并茂，语言浅显通俗，每章之前都有“内容提要”，让学生在未学之前就能对本章的主要内容有个大致的了解。同时，每章都安排了一个“主题案例”，让学生带着问题去学习，以提高学生的学习兴趣。此外，每章后面还列有复习思考题，让学生学完本章内容后，能得到及时的复习与训练，以巩固、提高学习的效果。

本套系列教材不但可以作为高职高专相关专业的教材和参考书，也可供企业管理人员及其相关业务人员学习与参考，还可作为提升专业技能的培训教材。

本套系列教材在编写过程中得到了许多高职院校的专家、学者和企业管理者的大力支持，参考、引用了许多学术界同行的研究成果，在此表示衷心的感谢！由于编者水平有限，书中的错误与不当之处在所难免，欢迎广大读者批评指正。

全国高职高专通用系列教材编写委员会

2006 年 12 月

前 言

随着世界经济一体化进程的不断加快,使得现代物流越来越成为经济发展不可或缺的重要支柱产业。物流服务业在经济发展中所产生的经济效益和社会效益不可低估,国际上普遍将物流称为“降低成本的最后边界”,是在继降低原材料消耗、提高劳动生产率之后的“第三利润源泉”,其发展水平决定了一个国家和地区的综合竞争力和生产力发展水平。我国的现代物流产业处于起步阶段,按现行统计口径,国内生产总值的30%以上包含在物流系统内(包括交通运输业、仓储业、邮电通信业及其他相关产业)。而目前在商品的整个生产过程中,90%以上的时间被物流过程所占用,因此企业物流费用平均占商品价格的40%左右,高则可达70%。降低生产企业与流通企业的物流成本,对改善经济运行质量,提高企业的市场竞争力,整体提升国家与地区的产业能力都具有重大的现实意义。为此,2004年8月5日国务院正式批准并印发了《关于促进我国现代物流业发展的意见》,这一文件的发布有力地推动了我国物流业的大发展。发展物流产业,建立稳定高效的物流系统已成为我国经济的一大热点。但物流人才的奇缺不能满足我国物流业发展的需要。为了尽快培养出高质量的物流专业人才,不少高等院校都纷纷开设了物流管理专业,其中仅高职院校就达四百家之多。与之相应的是,出版社也陆陆续续出版了一些高职高专物流管理专业教材。作为物流管理专业的专业基础课——《物流管理概论》,是出版社竞相出版的首选教材,但这些已出的教材,绝大部分或者过于理论化,缺乏可操作性;或者不成体系,内容不完整,缺乏系统性,不能很好地满足教学的需要。有鉴于此,我们组织编写了本教材。

本书与其他教材相比,除了体系完整、内容丰富之外,最大的特点是,遵循一般专业基础课的教学目的和教学要求,立足于用简洁的语言,向学生概括性地讲授基本理论、基本知识和基本技能,力求通过理论与实践的有机结合,让学生对本学科的基本观点、工作内容和操作流程等有一个直观的了解。



本书由钱芝网副教授和王攀桂高级经济师负责总体架构的设计、修改和定稿,并担任主编,胡成、宋丽霞担任副主编。全书共分11章,每章之前都有“内容提要”,让学生在未学之前就能对本章的主要内容有个大致的了解。同时,每章都安排了一个主题案例,让学生带着问题去学习,以提高学生的学习兴趣。参与编写的人员具体分工如下:第一章、第三章由王攀桂编写;第二章、第四章由宋丽霞编写;第五章由孙小明编写;第六章由钱芝网编写;第七章、第九章由胡成编写;第八章由施华玉编写;第十章由韩董编写;第十一章由黄秋波编写。

本书既可以作为高职院校物流管理专业的教学用书,也可供企业物流管理人员自学、提高之用。全国职业培训认证管理办公室已将本书列为物流从业资格考试培训用书,因此,本书还可以作为有志于从事物流管理工作的在校学生、社会人士参加物流职业资格证书考试的培训教材。

本书的写作得到了作者所在单位的大力支持和中国时代经济出版社刘苻主任的悉心指导,参考、引用了学术界同仁的有关著作、教材、案例和论文,在此一并表示衷心的感谢!

由于编者水平有限,书中的不足之处在所难免,欢迎广大读者批评指正。

编 者

2006年12月

目 录

序	(1)
前言	(1)
第一章 物流管理概述	(1)
第一节 物流概念	(3)
第二节 物流管理	(11)
第三节 第三方物流	(17)
第四节 第四方物流	(27)
第二章 物流系统规划与设计	(34)
第一节 物流系统概述	(36)
第二节 物流系统设计目标与方法	(40)
第三节 物流系统评价	(46)
第三章 物流基本活动	(52)
第一节 采购	(54)
第二节 运输	(62)
第三节 仓储	(72)
第四节 流通加工	(79)
第五节 包装	(85)
第六节 装卸搬运	(92)
第七节 配送	(100)
第四章 物流中心	(110)
第一节 物流中心的含义与类型	(112)
第二节 物流中心的功能与地位	(116)
第三节 物流中心的规划	(120)
第五章 生产物流管理	(129)
第一节 生产物流概述	(131)
第二节 准时生产方式 (JIT)	(136)



第三节	物料需求计划	(141)
第四节	企业资源计划	(148)
第五节	配送需求计划	(152)
第六章	销售物流管理	(156)
第一节	销售物流概述	(158)
第二节	产品包装	(163)
第三节	订单处理	(167)
第四节	存货管理	(172)
第五节	电子订货系统	(177)
第七章	物流服务管理	(183)
第一节	物流服务的内容	(185)
第二节	物流服务质量	(191)
第三节	物流服务方式	(194)
第四节	物流企业客户关系管理	(199)
第八章	物流信息管理	(206)
第一节	物流信息	(208)
第二节	物流管理信息系统	(215)
第三节	物流信息技术及其应用	(218)
第九章	物流成本管理	(225)
第一节	物流成本管理概述	(227)
第二节	物流成本的分类与计算	(229)
第三节	物流成本系统分析与控制	(234)
第十章	国际物流管理	(244)
第一节	国际物流的内涵与特征	(248)
第二节	国际物流的形成及主要方式	(250)
第三节	国际物流的基本流程与业务	(260)
第十一章	供应链管理	(267)
第一节	供应链概述	(269)
第二节	供应链管理	(271)
第三节	供应链绩效评价	(279)
主要参考文献		(287)

物流管理概述

【内容提要】

物流已成为众所公认的“第三利润源”，物流业已成为 21 世纪“黄金”产业。物流是企业进行竞争的战略“武器”，加强物流管理不仅可以降低物流成本、增加盈利，而且能提高服务水平，增强企业核心竞争能力。本章从物流的基本概念入手，详细阐述了物流的内涵、基本功能和物流管理的内容、观念和目标，在此基础上，进而论述了第三方物流这一物流专业化的主要形式产生的原因、优势和作用，最后对第四方物流这一点到点式供应链物流运作方式作了概括性的介绍。

【关键词】

物流管理 第三方物流 第四方物流

【主题案例】

海尔物流：一流三网创造新价值

海尔集团为适应新经济时代的需要，自 1998 年开始进行流程再造，改原来对上级负责任的职能管理为对市场负责任的流程管理，成立了物流推进本部、商流推进本部与资金流推进本部，在各流程的内部实施了市场链咬合的管理模式，注重整个流程最优与同步工程，消除企业内部与外部环节的重复、无效的劳动，让资源在每一个流动过程中都实现增值。这种改革使海尔实现了快速获取订单与满足订单的目标。

海尔物流以订单信息流为中心，以全球供应链网、全球配送网络、计算机网络



为基础，三网同步流动，为订单信息流的增值提供支持。

海尔物流推进本部下设三个中心，分别为采购中心、订单执行中心、配送中心。其中采购中心负责供应商资源的管理，采购成本的降低与战略物资的采购；订单执行中心负责按订单将物资入库，并经 JIT 配送至工位；配送中心负责将成品配送至最终用户。

海尔物流“一流三网”的同步模式：

1. 为订单而采购，消灭库存。海尔物流每年的采购额达到数百亿元，所有的物资都是按订单采购。在海尔，仓库不再是储存物资的水库，而是一条流动的河，河中流动的是按订单采购来的生产必需的物资，从根本上消除了呆滞物资，消灭了库存。

2. 全球供应链资源网的整合使海尔获得了快速满足用户需求的能力。海尔物流通过整合内部资源优化外部资源，先后引进了 CE、爱默生、BASF、DOW 等世界 500 强企业成为海尔的供应商，实施并行工程，使一批国际化大公司以其高科技和新技术参与到海尔产品的前端设计中，保证了海尔产品技术的领先性，加快了开发速度。另外，建成开发区和胶州国际化工业园，爱默生等国际化供应商在此投资建厂，不但将最先进的技术带给海尔，也加快了订单的响应速度。

3. JIT 速度实现同步流程。由于先进的物流技术和计算机信息管理的应用，海尔物流通过 3 个 JIT（即 JIT 采购、JIT 配送和 JIT 分拨物流）来实现同步流程。

4. 计算机连接新经济。2000 年 10 月，海尔 ERP 上线，BtoB 电子采购平台投入使用，在该平台上，供应商能够接收订单、查询库存与配额、招标竞价、网上支付、信息交流，与供应商真正实现了公平、互动与双赢。

海尔物流的发展与未来：

海尔物流的目标是成为世界一流的物流增值服务提供商。目前除集团内业务外，海尔物流已经开始为华普、长城电脑、郎酒、雀巢、APP、乐百氏等提供不同要求的高质量物流增值服务。

试问：海尔究竟是用什么方法创造物流价值的呢？海尔物流的主要特色是什么？

第一节 物流概念

一、物流内涵

(一) 物流概念的产生与演变

1. 物流概念的来源和发展

20 世纪初期, 物流 (Physical Distribution) 一词最早出现于美国。简称“PD”, 意指“物的流通”、“分销物流”。1915 年, 美国的阿奇·肖在《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”。物流的最初概念来源于商品营销, 当时美国等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, 企业因此提出销售问题和物流问题。但此时的物流仅指销售领域的“实体分配”, 即商品从生产者到达消费者的过程中的“销售物流”, 称之为狭义的物流, 也有人把“PD”称之为传统物流。随着企业管理理念和方法的不断创新和进步, 人们对物流的理解也从传统走向新的阶段。

20 世纪中期 (第二次世界大战中), 围绕战争供应问题, 美国建立了“后勤” (Logistics) 理论, 原本用于战争活动之中。“后勤”理论的核心思想是指将战时物资生产、采购、运输、配给等系列活动作为一个整体进行统一布置、安排, 以求降低战略物资补给的费用, 提高其服务速度和效益。由于后勤学中包含了现代管理中的系统化观念, 因而在企业中得到广泛应用, 乃至出现“商业后勤”、“流通后勤”等提法, 甚至到后来, 后勤学的观念被沿用于海湾战争等现代化战争之中, 提出军队的后勤供应要像商家对顾客的服务一样。此时的“后勤”实际上包含了生产过程和流通过程的物流。因此, 物流概念的外延扩大了、内容丰富了。现在不少欧美国家把物流称做 Logistics, 而不是 Physical Distribution (销售物流), 因为 Logistics 不仅包含了销售领域物流, 也包括生产领域物流, 还包括废旧物品回收领域及商品退货领域物流, 称之为广义的物流, 也有人把“Logistics”称之为现代物流。

20 世纪后期 (80 年代末 90 年代初), 随着供应链管理理论 (本书



将在第十章中详细论述)的建立,这一管理观念上的突破和进步,推动人们从战略高度来理解物流。通俗地讲,企业从原材料和零部件的采购、运输、加工制造、分销直至最终送到顾客手中的这一过程被看成是一个环环相扣的链条,这就是供应链,它是一条需求链、合作链、增值链。现代物流已成为供应链的重要组成部分,是供应链实现价值的基础,同时在供应链管理中起着举足轻重的作用,物流系统的合理化,有效地提高了供应链的敏捷性和快速反应能力,增强了企业对环境变化的适应性,提高了供应链的竞争力。当今,供应链管理条件下物流系统的充分延伸,能不断地创造和提供从原材料到最终消费者之间的增值服务。

当今,现代物流概念的发展,反映了对内、对外资源统一和集中调用的新思维,也引导了新的业态的产生,如外包业务、企业共同体、专业物流公司等第三方、第四方物流如同“雨后春笋”般地出现,使物流形成了庞大的网络,具有更广泛的拓展性。物流在当代经济社会中已成为人们青睐、关注的热点,乃至被纳入许多城市或地区建设的规划,例如扬州市这样一座中等城市,就规划建设了四座现代化的物流园区(“长江石化物流中心”、“公铁水联运物流区”、“港口物流园区”、“商贸物流中心”),其中有两个园区已经通过专家评审,另两个园区已形成方案,正在组织评审,不久该市的“四大物流园区”将拔地而起,“并蒂开放”。由此可见,随着物流概念的新拓展,有力地促进了我国物流业的形成和发展,物流业的前景广阔、前途无量,将迎来生机盎然的春天!

2. 物流已成为第三利润源

(1) “第一利润源”——自然资源领域

企业最初是靠对廉价原材料、燃料的掠夺性开采和利用获取利润,其后依靠科技进步,减少物质资源消耗、综合利用乃至大量人工合成资源来获取高额利润,因此这种做法称之为“第一利润源”。

(2) “第二利润源”——人力资源领域

人力资源领域的利润最初是靠廉价劳动力,其后是依靠技术进步提高劳动生产率,降低人力消耗,或采用机械化、自动化来降低劳动消耗,从而降低成本,增加利润,形成“第二利润源”。

(3) “第三利润源”——物流管理领域

在前两个利润源潜力越来越小的情况下,物流领域的潜力逐步被人

们重视。随着科学技术的进步,社会生产力的发展,劳动生产率的极大提高,有关统计资料表明,在美国,产品的制造成本已不足总成本的10%,产品的加工时间只占总时间的5%,而储存、搬运装卸、运输、销售、包装等物流环节已经占制造成本和作业时间的绝大部分。显然,物流继降低物质消耗、提高劳动生产率之后,已成为使企业获得利润的“第三利润源”。通过加强物流管理,实施物流合理化,降低物流成本,已成为企业提高竞争能力的重要手段,物流业的发展已成为21世纪的“黄金产业”。

(二) 物流的定义与内涵

1. 物流的定义

尽管物流概念已被广泛使用,迄今世界各国的理论界对物流的表述各不一样,尚无统一的定义。例如:日本对物流的定义是“有关供给主体和需求主体相结合,克服空间和时间的‘隔离’,以及创造部分有形物质的经济活动,具体为运输、保管、包装、装卸、流通加工等物流流通活动以及有关物流的信息活动”。美国物流管理协会对物流的定义几经修改后,1998年最新定义是“物流是供应链流程的一部分,是为了满足客户需求而对货物、服务及相关信息从原产地到消费地的高效率、高效益的正向和反向流动及储存进行的计划、实施与控制过程。”这一新定义强调了物流是供应链的一部分,并从“反向物流”(也称为“逆向物流”)角度进一步拓展了物流的内涵和外延。我国许多专家学者则认为,物流是根据客户的需求,以最经济的费用,将物资从供给地向需求地转移的过程。它主要包括运输、储存、加工、包装、装卸、配送和信息处理等活动。

本书采用我国2001年8月1日颁布实施的中华人民共和国国家标准《物流术语》(GB/T 18354-2001)中关于物流的定义:“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进行有机结合。”

(1) 物流中“物”的概念是指一切可以进行物理性位置移动的物质资料和物流服务。物质资料包括物资、物料和货物;物流服务包括货物代理和物流网络服务。

(2) 物流中“流”的概念是指物的实体位移。包括短距离的搬运、



长距离的运输和全球运输。

2. 物流的内涵

(1) 物流是关于“物”的流通的经济活动。物流是将货物由供应者向需求者进行物理性移动的经济活动。这一过程从供应开始要经过若干中间环节的转让及拥有,才能送到最终消费者手中,实现社会商品的流通。任何产品都不可能生产出来,不经过搬运装卸、包装、运输、保管等就能立即消费,充其量只能节省物流中的某几个环节。显然,现代社会生活中没有物流活动过程是不可思议的。

(2) 物流是创造价值的经济活动。物流的经济价值包括时间价值、场所价值以及流通加工附加值。

①时间价值。物从供应者到需要者之间有一段时间差,改变这一时间差创造的价值就是时间价值。时间价值通过物流活动获得的形式主要有三种:一是缩短时间创造价值。通过采用新技术、加强管理、物流系统合理化等方法,加快物流速度、缩短物流时间、减少流通环节,从而取得较高的时间价值。二是弥补时间差创造价值。经济社会中,供给和需求之间普遍存在着时间差。例如,粮食是集中产出,而人们天天要吃粮,地里不可能天天长出粮食来弥合这个时间差,而物流的储存功能便能有效地弥补了这个时间差,实现其时间价值。三是延长时间差创造价值。在某些具体物流活动中,存在人为地延长物流时间来创造价值的现象。例如,空调厂家有意把销售淡季生产的空调(或主机),通过物流的储存、储备活动,待到夏天旺季拿出去销售,以均衡人们的需求。这种配合适机销售的物流便是有意延长物流时间,增加时间差来创造价值。

②场所价值。物从供应者到需要者之间有一段空间差,改变这一场所的差别创造的价值叫做“场所价值”。物流创造场所价值是由现代社会产业结构、社会分工所决定的,主要原因是供应和需求之间存在空间差。商品在不同地理位置有不同的价值,通过物流将商品由低价值区转到高价值区,便可获得价值差,即场所价值。场所价值有如下三种形式:一是从集中生产场所流入分散需求场所创造价值。二是从分散生产场所流入集中需求场所创造价值。三是从低价值地生产流入高价值地销售创造场所价值。

③流通加工附加值。现代物流的一个重要特点,是商品在流通的过

程中企业根据自己的优势从事一定的补充性的简单加工活动，称为流通加工活动。这种加工活动不是创造商品的主要实体、主要功能和使用价值，而是带有完善、补充、增加性质的加工活动，这种加工活动必然形成商品的附加值。

(3) 物流是关于物的信息活动。物流要将适当数量的商品在适当的地点用适当的价格供给消费者，就需要把仓库场所、运输方法、保管方法以及通信方式等适当地组合起来，也要靠这些方面的信息控制，进行各种过程的统一和协调，才能整体性地完成物流，所以说物流是一个控制原材料、制成品、产成品和信息的系统。

(4) 物流是集成性活动，是多种活动的统一。物流过程也是实现组织目标的过程，要对这一过程实施计划、组织和控制等管理活动，既要满足顾客需要又要实现自身赢利。在实现物的流动中包括供应、生产、运输、保管、包装、流通加工、装卸、配送等实物的处理，这些处理形成环环相扣的连接整体，因而称做“流”，如果不能形成流，则不能实现物的价值。另外，在物的运动中，要靠信息活动来统一和协调，借助于现代化的信息技术手段来实现物的流动的科学化和数字化，从而降低物流活动的成本。因此说，物流是商流、产品流、信息流的相互交融和统一。

二、物流分类

(一) 按物流专业性分为一般物流和特殊物流

1. 一般物流

即在物流系统的建立和物流活动的开展过程中，具有物流活动的共同点和一般性，普遍适用于全社会、各企业的物流。

2. 特殊物流

即在专门范围、专门领域、特殊行业内遵循一般物流规律基础上，带有特殊制约因素、应用领域、管理方式、劳动对象和机械装备特点的物流。它又分为：(1) 按物流对象分为水泥物流、煤炭物流、原油物流、化学品物流、危险品物流等；(2) 按数量、形态分为多品种少批量物流、少品种多批量物流、长件物流、重件物流等；(3) 按服务方式和水平有“门到门”的一贯物流、配送等；(4) 按物流装备及技术分为集