



普通高等教育物流管理专业规划教材

现代物流

□ 黄培 主编

导论



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

普通高等教育物流管理专业规划教材

现代物流导论

主 编	黄 培				
副主编	陈俊芳	骆建文			
参 编	邵晓峰	揭 晖	汪 蓉	徐丽群	
	张爱文	李雷鸣	艾耕云	张以斌	
	朱 曦	孙 倩			
主 审	季建华				



机械工业出版社

本书紧密结合当前物流领域的实践,从强化培养操作技能的角度出发,较好地体现了现代物流管理的最新实用知识与操作技术,并结合了大量实际案例,以方便读者学习参考。本书涉及现代物流管理的基本理论及主要功能,分为绪论、物流系统规划、物流运作系统、物流作业技术、物流信息系统、企业物流运作、物流成本与经济分析、物流组织管理以及物流战略等九章。具体包括物流的基本概念、物流系统模型、交通运输管理、物流中心、物流园区、包装、搬运装卸、仓储保管、流通加工、物流信息技术、供应链管理、企业供应/生产/销售/逆向物流、物流成本分析核算、物流组织结构、物流战略等方面内容。

本书是高等院校物流管理专业及相关专业的教学用书,也可作为物流从业人员的培训和自学用书。

图书在版编目(CIP)数据

现代物流导论/黄培主编. —北京:机械工业出版社,
2005.7

普通高等教育物流管理专业规划教材
ISBN 7-111-16855-0

I. 现... II. 黄... III. 物流 - 高等学校 - 教材
IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 074404 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑:曹俊玲 版式设计:霍永明 责任校对:申春香

封面设计:王伟光 责任印制:陶湛

北京铭成印刷有限公司印刷

2005 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

787mm × 1092mm $1/16$ · 21.75 印张 · 510 千字

定价:30.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话(010)68326294

封面无防伪标均为盗版

序

随着全球经济一体化发展的趋势，国与国之间的贸易壁垒逐步被打破，我国企业面临着来自国外强大竞争对手的挑战。此外，竞争促使了买方市场的形成，顾客对服务水平提出了更高的要求。如何抓住市场机遇，快速、有效地满足顾客的个性化需求，提高顾客的满意度水平，是我国企业面临的又一大挑战。我国企业要参与国内外市场的竞争，必须改变传统的以企业为中心的管理观念，树立现代供应链管理理念，加快采用先进的物流管理理念、技术和组织方式，不断提高现代物流管理的水平。

现代物流作为现代经济的重要组成部分，在国民经济和社会发展中发挥着重要作用。发展现代物流对于提高国民经济运行的质量和效益，优化资源配置，促进企业结构调整，具有十分重要的意义。20世纪90年代以来，随着经济建设的快速发展，物流在我国国民经济中的地位和作用日益突出，物流业发展首次被列入国家中长期(2006~2020年)科学和发展规划之中。各地方政府以战略高度去规划物流业的发展；国内第三方物流公司如雨后春笋般地遍布祖国各地，国外第三方物流公司也看好中国市场，纷纷进驻中国；企业日益重视物流的作用，纷纷整合与优化物流流程和网络；各高校为适应市场对物流人才的需要，设置了物流管理专业，在本科、硕士、博士等各个层面为物流事业培养高层次专门人才。与此同时，国内各种物流研讨会、物流论坛以及物流人才的培训也方兴未艾。

但是，我国物流业在快速发展的同时，还存在许多需要思考的问题。例如，如何用供应链思想优化整合物流的发展，如何考虑物流的全面协调及可持续发展等。与此同时，物流专业人才缺乏的问题也日益突出，成为我国物流管理发展的瓶颈。因此，现代物流的发展迫切需要物流专业教育的支撑。目前，我国物流学科体系正处于发展和完善的过程中。近年来，我国的大专院校从不同领域介入物流管理专业教育，开始培养物流管理专业学生。物流管理专业的发展迫切需要一套全面的物流管理专业教材。

上海交通大学安泰管理学院组织编写的这套物流管理专业系列教材，体

系结构合理,编者对系列教材的风格、内容都作了全面的精心策划,涉及供应链管理、物流学导论、采购与供应管理、运输管理等现代物流管理学科的关键内容。这套系列教材汲取了物流管理学科发展的最新成果,结合我国物流管理的实际情况,极具特色,可以作为高等院校物流管理专业教材和企业培训教材,也非常适合物流管理实践者参考与借鉴。

我们期待着这套物流管理系列教材能够促进我国物流管理学科的发展和完善,期待着我国物流管理学科为我国现代物流的发展提供更多的支持和起到更大的推动作用,期望着我国的现代物流有更快的发展,期待着现代物流的发展给我国经济的发展带来新的契机!

季建华

于上海交通大学安泰管理学院

2005年5月

前 言

从人类社会出现商品交换开始,物流活动就已经出现并在社会经济中起到重要作用,丝绸之路甚至创造了长达千年的东西方文明交流的璀璨历史。然而,正如许多科学技术一样,物流学科在第二次世界大战期间由于盟军军事后勤的需要才受到重视并得以发展。第二次世界大战以后,随着半个多世纪的经济的发展以及社会需求水平的不断攀升,物流已经从早期单纯的人或物的位移逐渐延伸至服务领域而逐步发展形成现代物流。现代物流是指从原材料采购到生产安排、订单处理、存货管理、运输仓储,最后到销售和售后服务的全过程管理,旨在协调与全过程相关的一切活动及其信息系统,使之成为一个即时生产、即时配送和即时销售的高效率运转的工商业循环系统。在全球经济一体化的今天,物流效率和物流成本已经成为衡量一个国家和地区经济运行效率和质量的重要指标。而对于参与国际化竞争的企业来说,物流管理水平的高低是企业核心竞争力的重要组成部分,对企业的长远发展起到至关重要的作用。

近年来,我国在经济建设方面取得了巨大成就,我国的经济增长为全世界所瞩目。国内外市场的进一步开放和我国经济的快速增长形成了对物流的巨大需求,现代物流在我国具有广阔的发展前景。据世界银行公布的数据表明,截至2003年,我国物流市场的规模已经达到了2400亿元,预计在今后几年仍会以每年30%的速度迅速增长。但是与此同时,我国的物流成本占到GDP的16.7%,远高于发达国家和地区的平均水平。因此,我国亟待发展现代物流产业,提高物流运作效率以降低物流成本,从而提高我国企业的国际竞争力,为我国经济的持续增长提供强有力的保障。然而,由于多年来计划经济体制下对现代物流人才培养的忽视,物流人才特别是高级管理人才的匮乏成为我国发展现代物流面临的难题。据统计,物流专业人才已被列为国内十大紧缺人才之一,缺口估计高达60余万人。因此,加快物流人才的教育培养已经成为我国发展现代物流的当务之急。

基于以上原因,上海交通大学安泰管理学院在总结多年教学、科研成果

和企业咨询实践经验的基础上,组织力量编写物流管理专业系列教材。本书是系列教材之一。本书内容紧密结合当前物流领域的实践,从强化培养操作技能的角度出发,较好地体现了现代物流管理的最新实用知识与操作技术,并结合了大量实际案例,以方便读者学习参考。本书是高等院校物流管理专业及相关专业的教学用书,也可作为物流从业人员的培训和自学用书。同时也希望此书能为物流产业培育更专业的人才提供支持。需要特别指出的是,我们希望本书能鼓励读者挑战现有的思想,突破旧的思维模式,从而创造一个更富有创新精神的未来。

本书涉及现代物流管理的基本理论及主要功能,分为绪论、物流系统规划、物流运作系统、物流作业技术、物流信息系统、企业物流运作、物流成本与经济分析、物流组织管理以及物流战略等九章。具体包括物流的基本概念、物流系统模型、交通运输管理、物流中心、物流园区、包装、搬运装卸、仓储保管、流通加工、物流信息技术、供应链管理、企业供应/生产/销售/逆向物流、物流成本分析核算、物流组织结构、物流战略等各方面内容。

在编写过程中,我们参阅了大量同行专家的有关著作、教材及案例,在此表示衷心的感谢。现代物流管理的理论与方法,当前还在发展与不断探索中,虽然我们在编写本书的过程中付出了艰辛和努力,但由于水平有限,不足之处在所难免,敬请读者批评指正。

编 者

目 录

序 前言

第一章 绪论	1
第一节 物流的作用和意义	2
第二节 物流理论发展过程	6
第三节 中国的物流现状	10
第四节 现代物流发展趋势	18
思考题	23
第二章 物流系统规划	24
第一节 物流系统的构成	24
第二节 物流系统的分析与设计	32
第三节 物流系统的优化	55
思考题	69
第三章 物流运作系统	70
第一节 物流运作系统概述	70
第二节 交通运输系统	73
第三节 物流中心运作	87
第四节 物流园区规划	104
思考题	115
第四章 物流作业技术	116
第一节 包装作业技术	116
第二节 搬运装卸作业技术	125
第三节 仓储作业技术	134
第四节 流通加工作业技术	148
思考题	156
第五章 物流信息系统	157
第一节 信息在物流中的作用	157
第二节 物流信息系统概述	165

第三节 物流信息技术.....	173
第四节 电子商务与物流运作.....	184
思考题.....	195
第六章 企业物流运作.....	196
第一节 企业物流运作概述.....	196
第二节 供应链理论简介.....	198
第三节 物流客户服务管理.....	210
第四节 供应物流运作.....	222
第五节 生产物流运作.....	236
第六节 销售物流运作.....	258
第七节 逆向物流运作.....	268
思考题.....	275
第七章 物流成本与经济分析.....	276
第一节 物流成本的重要性.....	276
第二节 全面成本分析.....	279
第三节 如何解决成本数据不充分的问题.....	283
第四节 物流系统经济核算与分析.....	293
思考题.....	298
第八章 物流组织管理.....	299
第一节 高效物流组织的重要性.....	299
第二节 物流组织结构.....	303
第三节 物流组织决策.....	309
第四节 物流组织的评价.....	314
思考题.....	316
第九章 物流战略.....	317
第一节 物流与企业核心竞争力.....	317
第二节 物流战略规划.....	320
第三节 业务外包决策与第三方物流.....	326
第四节 物流战略联盟.....	332
思考题.....	337
参考文献.....	338

第一章

绪 论

“物流”一词起源于第二次世界大战期间美国的军事应用(Physical Distribution, PD), 直译为“物资分配”。其含义是销售之中的物质资料和服务, 从生产地到消费地点流动过程中伴随的种种活动, 后来日本人将其改称为“物流”。

20 世纪 80 年代以后, Logistics 一词逐渐替代了 Physical Distribution, 理由是因为 Physical Distribution 的领域较狭窄, Logistics 的概念较宽广、连贯、整体。我国使用“物流”一词始于 1979 年(有人认为, 孙中山主张“贸畅其流”, 可以说是我国“物流思想的起源”)。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, 回国后在考察报告中第一次引用“物流”这一术语。1988 年我国台湾也开始使用“物流”这一概念。1989 年 4 月, 第八届国际物流会议在北京召开, “物流”一词的使用日益普遍。

现今世界各国对物流的定义有多种表述, 虽然表述文字不一, 但内涵丰富, 有很好的参考价值。

美国物流管理协会对物流的定义是: “物流是对货物、服务及相关信息从起源地到消费地进行有效率、有效益的流通和储存, 以满足顾客要求的过程, 并对这个过程进行计划、执行和控制。这个过程包括输入、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。”

欧洲物流协会的定义是: “物流是在一个系统内对人员和商品的运输、安排及与此相关的支持活动进行计划、执行和控制, 以达到特定的目的。”

日本工业标准的定义是：“将实物从供给者物理性地移动到用户这一过程的活动，一般包括输送、保管、装卸、包装以及与其有关的情报等各种活动。”

加拿大供应链与物流管理协会的定义是：“物流是对原材料、在制品、产成品及相关信息从起运地到消费地有效率、有效益的流动和存储进行计划、执行和控制，以满足客户需求的过程。”

我国国家标准的定义是：“按用户要求，将货物从供应地向需要地转移的过程。它是运输、储存、包装、装卸、流通加工、信息处理等相关活动的结合。”

第一节 物流的作用和意义

一、物流在社会经济中的作用和意义

物流在经济中的作用表现在以下两个方面：

(1) 物流费用是企业运作过程中的一项重要支出，与其他经济活动相互影响。比如，2000年，物流在美国对于GDP的贡献率约为10%，美国工业花费了大约5 850亿美元用于货物的运输，大约3 770亿美元用于仓储和存货搬运，这些及其他物流费用加在一起大约有10 060亿美元，如图1-1所示。

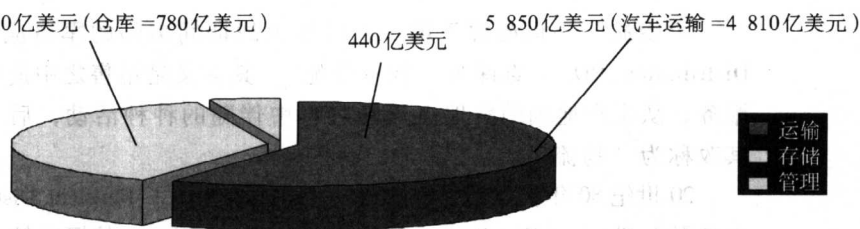


图 1-1 美国物流成本占 GDP 的比重

资料来源：Cass/ProLogis, 2001 State of Logistics Report.

不仅美国，其他各个国家和地区物流成本在GDP中所占的比重都达到了10%以上，如表1-1所示。

表 1-1 某些国家和地区物流成本占 GDP 的比重(1997 年)

国家和地区	GDP/亿美元	物流总费用/亿美元	物流占 GDP 比重(%)
中国	42 500	7 180	16.9
中国台湾	3 080	400	13.1
中国香港	1 750	240	13.7
新加坡	850	120	13.9
日本	30 800	3 510	11.4
美国	80 830	8 490	10.5
英国	12 420	1 250	10.1

资料来源：《国际商业技术》2002年第5期。

物流成本占 GDP 的比重过高会导致商品的高价格或企业的低利润, 或两者兼有。其结果将是生活水平下降或税收减少。因此通过改善物流运作效率, 物流会对整个经济作出重要贡献。

(2) 物流服务与许多经济交易活动有关, 它实质上是所有商品和服务交易中的一个重要活动。从系统的角度理解这个作用, 如果商品没有及时到达, 客户就买不到它们; 如果商品没有在恰当的时候到达恰当的地点, 交易也不会做成。这样, 供应链中的所有经济活动都会受到影响。

物流创造价值的基本途径之一是创造效用: 形式效用、拥有效用、时间效用和地点效用。其中时间效用和地点效用是通过物流提供的。

形式效用(Form Utility)是创造商品或服务的过程, 或者把商品或服务组成适当的形式供客户使用。当汽车制造商将原料和零部件组成整车, 形式效用就形成了。这是生产或动作过程的一部分。

拥有效用(Possession Utility)是人们实际拥有特定商品或服务的价值。这可通过信用管理、贷款等实现。例如, 当通用汽车承兑公司(General Motors Acceptance Corporation)为某一个买家提供贷款时, 就可能产生拥有效用。

虽然形式效用和拥有效用与物流没有直接联系, 但是如果没有在恰当的时候、恰当的地点、恰当的条件、恰当的费用下得到可供消费或生产的恰当物品, 这两个效用都不可能实现。

时间效用(Time Utility)是在需要物品时拥有物品所产生的价值。这可能发生在组织中, 比如拥有生产所需的所有原料及零部件, 以保证生产线不会停下来。这也会发生在市场上, 比如客户需要某一物品时, 该物品被及时提供。

地点效用(Place Utility)是在物品需要的地点拥有它所产生的价值。如果消费者所需要的产品在运输途中、在仓库里或在其他商店里, 那么它就不会对消费者产生任何地点效用。没有物流所提供的地点效用和时间效用, 客户的需求就得不到满足。

二、物流在企业中的作用和意义

1. 物流是成本中心, 利润来源

对于大多数企业, 尤其是制造业企业来说, 物流成本占了企业总支出的很大一部分。表 1-2 列举了 2002 年北美地区制造业企业物流成本占销售额的比重。

表 1-2 2002 年北美地区制造业企业物流成本占销售额的比重

序号	成本	占比重/%	序号	成本	占比重/%
1	运输成本	3.15	4	行政管理成本	0.37
2	仓储成本	1.19	5	存货持有成本	1.74
3	订单处理/客户服务成本	0.39	6	物流总成本	7.36

资料来源: 航运交易公报。

由于物流成本所占比重大, 会直接影响到一个企业的经营绩效, 对企业的利润产生很大影响。物流成本的增减比销售额的增减对企业利润的影响更大, 人们通常称之为“利

润杠杆效应”。

物流的利润杠杆效应表明, 1 元物流费用的节省比 1 元销售收入的增加对组织利润的影响更大。对大多数组织来说, 销售收入的增加比物流费用的节省更加困难。这在成熟市场中表现得尤为突出, 因为价格的下降经常会引起其他竞争者的反应, 从而使整个行业的收入下降。表 1-3 揭示了利润杠杆效应的影响。

表 1-3 物流费用减少的利润杠杆效应

如果净利润是销售收入的 2%, 那么……		如果净利润是销售收入的 2%, 那么……	
节约的物流费用/元	相应增加的销售收入/元	节约的物流费用/元	相应增加的销售收入/元
0.02	1.00	2 000.00	100 000.00
2.00	100.00	20 000.00	1 000 000.00
200.00	10 000.00		

商品销售会伴随产生很多费用, 比如商品的成本和与物流有关的费用。因此, 1 元销售收入的增加并不会引起 1 元利润的增加。例如, 如果某企业的净利润率是 2%, 则该组织仅仅能从 1 元的收入中得到 2 分的税前利润。然而, 1 元的物流费用的减少不需要花费销售费用和其他费用, 因此, 它意味着 1 元利润的增加。所以物流费用的节省比销售收入的增加有更大的杠杆作用。

实例 物流对于企业经营绩效的作用

据估计, 美国食品杂货行业可以通过使用有效物流战略节约 300 亿美元(占运营成本的 10%)。

在 10 年中, 沃尔玛通过改变物流系统进行了转型, 其每平方英尺的销量、存货周转和运营利润在所有折扣零售商中都是最高的, 成为世界第一大企业。

据康柏计算机公司估计, 1995 年, 由于其笔记本电脑和桌上电脑无法在顾客希望购买的时间和地点买到, 公司损失了 5 亿~10 亿美元。

宝洁公司估计其在过去的 18 个月中通过物流获益为顾客节约了 6 500 万美元。

资料来源:《商务战略日报》1997 年 10 月 11 日。

2. 物流支持营销

营销理念是一种营销管理的哲学, 它通过确定目标市场的需求和比竞争者更有效提供物品或服务来实现组织的目标。因此, 市场营销是市场导向型的, 它认为商业存在的目的就是满足顾客需求。

市场营销组合中的 4P 是指, 公司要获得成功, 就要在营销中整合恰当的产品(Product)、恰当的价格(Price)、恰当的促销(Promotion)及恰当的地点(Place)。物流在从恰当的地点获得产品这一点上起着尤为重要的作用。就像先前讨论的与效用的联系一样, 产品或服务只有通过物流, 在客户需要的时间和地点提供给客户才能使客户满意。与此同时, 物流与营销之间, 还存在着成本权衡的问题。图 1-2 总结了物流与营销组合的主要因素之

间的成本权衡 (Cost trade-off)。

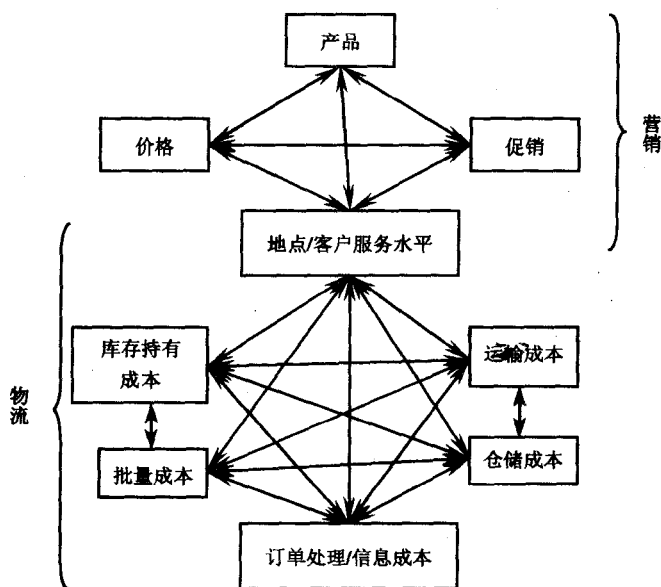


图 1-2 营销与物流中的成本权衡

在图 1-2 中，营销目标：将资源配置到营销组合中，最大化公司的长期利润。物流目标：在客户服务目标给定的情况下最小化总成本，其中总成本包括运输成本、仓储成本、订单处理和信息成本、批量成本及库存持有成本。

由于物流成本与营销服务之间存在着矛盾，因此组织在联系营销所预测的需求与生产和物流时要采用系统的方法。实现客户满意需要内部努力，以及供应商、最终消费者的合作。同时，对组织的中心目标（如实现长期利润最大化）的理解也很重要。就像图 1-2 所表示，做到这一点的主要途径是在可供选择的方案中进行权衡，以使得系统的总成本最小。

3. 其他物流观点和学说

关于物流对企业的作用与意义，不同的学者从不同的角度提出了自己的看法，主要包括以下几点：

(1) 黑暗大陆学说。著名的管理学权威 P·E·德鲁克曾经讲过：“流通是经济领域里的黑暗大陆。”正是因为物流是“经营的黑暗大陆”，因此德鲁克认为物流是“降低成本的最后的处女地”。由于企业之间的竞争十分激烈，生产领域成本的下降空间已经十分有限，因此物流领域的成本控制与竞争成为企业降低总成本的新契机。

(2) 第三利润源泉。“第三个利润源”说法主要出自日本。从历史发展来看，人类历史上曾经有过两个大量提供利润的领域，第一个是资源领域；第二个是人力领域。在前面两个利润源潜力越来越小，利润开拓越来越困难的情况下，物流领域的潜力被人们所重视，按时间序列排为“第三个利润源”。

(3) 成本中心说。物流在整个企业战略中，只对企业营销活动的成本发生影响。物

流是企业成本的重要产生点,因而,解决物流的问题,并不主要是搞合理化、现代化,不主要在于支持保障其他活动,而主要是通过物流管理和物流的一系列活动降低成本。所以,成本中心既是指主要成本的产生点,又是指降低成本的关注点。物流是“降低成本的宝库”等说法,正是这种认识的形象表述。

(4) 利润中心说。物流可以提供大量直接和间接的利润,是形成企业经营利润的主要活动。非但如此,对国民经济而言,物流也是国民经济中创利的主要活动。物流的这一作用,与“第三个利润源”的表述有相似之处。

(5) 服务中心说。这种观点代表了美国和欧洲等一些国家学者对物流的认识。这种认识认为,物流活动最大的作用,并不在于为企业节约了消耗,降低了成本,或增加了利润,而是在于提高企业对用户的服务水平,进而提高了企业的竞争能力。因此,他们在描述物流的词汇上选择了后勤(Logistics)一词,特别强调其服务保障的职能。通过物流的服务保障,企业以其整体能力来压缩成本、增加利润。

(6) 战略说。这是当前非常盛行的说法。学术界和产业界越来越多的人已逐渐认识到,物流更具有战略性,是企业发展的战略而不只是一项具体操作性任务。应该说这种看法把物流放在了很高的位置。企业战略是什么呢?是生存和发展。物流会影响企业总体的生存和发展,而不仅仅是在哪个环节搞得合理一些,多赚一些钱。

第二节 物流理论发展过程

物流的发展不仅与社会经济和生产力的发展水平有关,同时也与科学技术发展的水平有关。按照时间顺序,物流发展大体经历了四个阶段。

一、第一阶段:20 世纪初至 50 年代

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实现,人们开始意识到降低物资采购及产品销售成本的重要性。单元化技术的发展,为大批量配送提供了条件,同时也为人们认识物流提供了可能。

1901 年,J·F·Growell 在美国政府报告“关于农产品的配送”中,第一次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。1927 年,R. Borsodi 在“流通时代”中首次用 Logistics 来称呼物流,为后来的物流概念奠定了基础。从实践发展的角度来看,1941~1945 年第二次世界大战期间,美国军事后勤活动的组织为人们认识物流提供了重要的实证依据,推动了战后对物流活动的研究以及实业界对物流的重视。1946 年美国正式成立了全美输送物流协会(American Society of Traffic Logistics),这是美国第一个关于对专业输送者进行考查和认证的组织。这一时期可以说是美国物流的萌芽和初始阶段。

日本物流观念的形成虽然比美国晚很多,但发展迅速。日本自 1956 年从美国引入物流概念以来,在对国内物流进行调研的基础上,将物流称之为“物的流通”。至 1965 年,物流一词正式为理论界和实业界全面接受。日本在引入物流概念的过程中,把物流看作是一种综合行为,即“各种活动的综合体”。“物的流通”一词包含了运输、配送、装卸、

仓储、包装、流通加工和信息传递等各种活动。这一时期,日本政府加强了对物流基础设施的建设,同时还比较重视有关车站、码头的装卸运作的研究和实践。

此时,欧洲各国为了降低产品成本,开始重视工厂范围内的物流过程中的信息传递,对传统的物料搬运进行变革,对厂内的物流进行必要的规划,以寻求物流合理化的途径。当时制造业(工厂)还处于加工车间模式,工厂内的物资由工厂内设立的仓库提供。工厂为了实现客户同月供货的服务要求,在工厂内实行了紧密的流程管理,只是管理技术相对落后。信息交换通过邮件,产品跟踪采用贴标签的方式,信息处理的软硬件平台是纸带穿孔式的计算机及相应的软件。这一阶段储存与运输分离,各自独立经营,可以说是欧洲物流的初级阶段。

二、第二阶段:20世纪60至70年代

20世纪60年代以后,世界经济环境发生了深刻的变化。科学技术的发展,尤其是管理科学的进步,生产方式、组织规模化生产的改变,大大促进了物流的发展。物流逐渐为管理学界所重视,企业界也开始注意到物流在经济发展中的作用,将改进物流管理作为激发企业活力的重要手段。这一阶段是物流快速发展的重要时期。

在美国,由于现代市场营销观念的形成,使企业意识到顾客满意是实现企业利润的惟一手段,顾客服务成为经营管理的核心要素,物流在为顾客提供服务上起到了重要的作用。物流,特别是配送得到了快速发展。1960年,美国的Raytheon公司建立了最早的配送中心,结合航空运输系统为美国市场提供物流服务。1963年,美国成立了国家实物配送管理委员会(National Council of Physical Distribution Management)。这一时期,美国赋予物流概念的定义也比战前有了更多的内涵。美国物流学者D. Bowersox在其1974年出版的《物流管理》一书中,将物流管理定义为:“以卖主为起点,将原材料、零部件与制成品在各个企业之间有策略地加以流转,最后到达用户,期间所需要的一切活动的管理过程。”

1976年,美国国家物流管理委员会对物流的定义是:“物流活动包括但不局限于为用户服务、需求预测、销售情报、库存控制、物料搬运、订货销售、零配件供应、工厂及仓库的选址、物资采购、包装、退还货物、废物利用,以及处置、运输与仓储等。”

20世纪60年代中期至70年代初是日本经济高速增长、商品大量生产和大量销售的年代。随着这一时期生产技术向机械化、自动化方向发展以及销售体制的不断改善,物流已成为企业发展的制约因素。日本政府在1965年的《中期5年经济计划》中,强调了要实现物流的近代化。作为一项具体措施,日本政府开始在全国范围内进行高速道路网、港口设施、流通聚集地等基础设施的建设。这一时期是日本物流的大发展时期,原因在于社会各方面对物流的落后状况和物流对经济发展的制约性都有了共同的认识。

20世纪70年代是欧洲经济快速发展的时期。随着商品生产和销售的进一步扩大,多个工厂联合的企业集团和大公司的出现,成组技术的广泛采用,物流需求的增多,客户的期望已变成同一周供货或服务,工厂内部的物流已不能满足企业集团对物流的要求,因而形成了基于工厂集成的物流。仓库已不再是静止封闭的储存式设施,而是动态的物流配送

中心。需求信息不只是凭订单,而主要是从配送中心的装运情况获取。这个时期信息交换采用电话方式,通过产品本身的标记(Product Tags)实现产品的跟踪。进行信息处理的硬件平台是小型计算机,企业(工厂)一般都使用自己开发的软件。

三、第三阶段:20世纪70至80年代

这一时期物流管理的内容从企业内部延伸到企业外部,物流管理的重点已经转移到对物流的战略研究上。企业开始超越现有的组织机构界限,注重外部关系,将供货商(提供成品或运输服务等)、分销商以及用户等纳入管理的范围,利用物流管理建立和发展与供货厂商及用户的稳定的、良好的、双赢的、互助合作伙伴式的关系,形成了一种联合影响力量,以赢得竞争的优势。物流管理已经意味着企业应用先进的技术,站在更高的层次上管理这些关系。电子数据交换、准时制生产、配送计划以及其他物流技术的不断涌现以及应用与发展,为物流管理提供了强有力的技术支持和保障。

1988年,美国物流管理协会将物流定义为:“物流是以满足客户需求为目的,为提高原料、在制品、制成品以及相关产品,从供应到消费的流动和存储的效率和效益,并对其进行的计划、执行(实现)和控制的过程。”这一定义反映了物流实践的发展,也进一步揭示了物流的本质。随着形式发展,相应地出现了综合物流管理的概念,并得到广泛的认可和应用。这一观念的引入,使企业内部逐步改变了传统的财务、采购、销售、市场、研发等企业分解式管理的思维方式,代之以系统整合的思想。它表明物流协作化与专业化已成为今后物流发展的主导方向。

在这一阶段,日本经济发展迅速,并进入了以消费为主导的时代。虽然物流量大大增加,但由于成本的增加使企业利润并没有得到期望的提高,因此,降低经营成本,特别是降低物流成本成为经营战略中的重要内容。这一时期也称为物流合理化时代。此时,在企业内开始出现了专业物流部门,用系统的观点开展降低物流成本的活动,同时物流子公司也开始兴起。物流合理化主要是改变以往将物流作为商品蓄水池或集散地的观念,而在经营管理层次上发挥物流的作用。这集中反映在“物流利润源学说”,也就是说,在企业第一利润源销售额无法实现的情况下,物流成为企业增加利润的惟一来源。很显然,“物流利润源学说”揭示了现代物流的本质,使物流能在战略和管理上统筹企业生产、经营的全过程,并推动物流现代化发展。此时,日本全国范围内的物流网也在蓬勃发展,其宗旨是推进订货、发货等业务的快速化,削减物流人员,降低劳动力成本。以大型零售店为中心的网上订、发货系统的应用在这一时期最为活跃,成为物流合理化在技术上的反映。

随着经济和流通的发展,欧洲各国许多不同类型的企业(厂商、批发业者、零售业者)也在进行物流革新,建立相应的物流系统。其目的是通过供应链实现物流服务的差别化,发挥各自的优势与特色。由于流通渠道中各经济主体都拥有不同的物流系统,必然会在经济主体的接点处产生矛盾。为了解决这个问题,20世纪80年代欧洲开始探索一种新的联盟型或合作式的物流新体系,即综合物流供应链管理。它的目的是实现最终消费者和最初供应商之间的物流与信息流的综合,即在商品流通过程中加强企业间的合作,改变原来各企业分散的物流管理方式,通过合作形式来实现原来不可能达