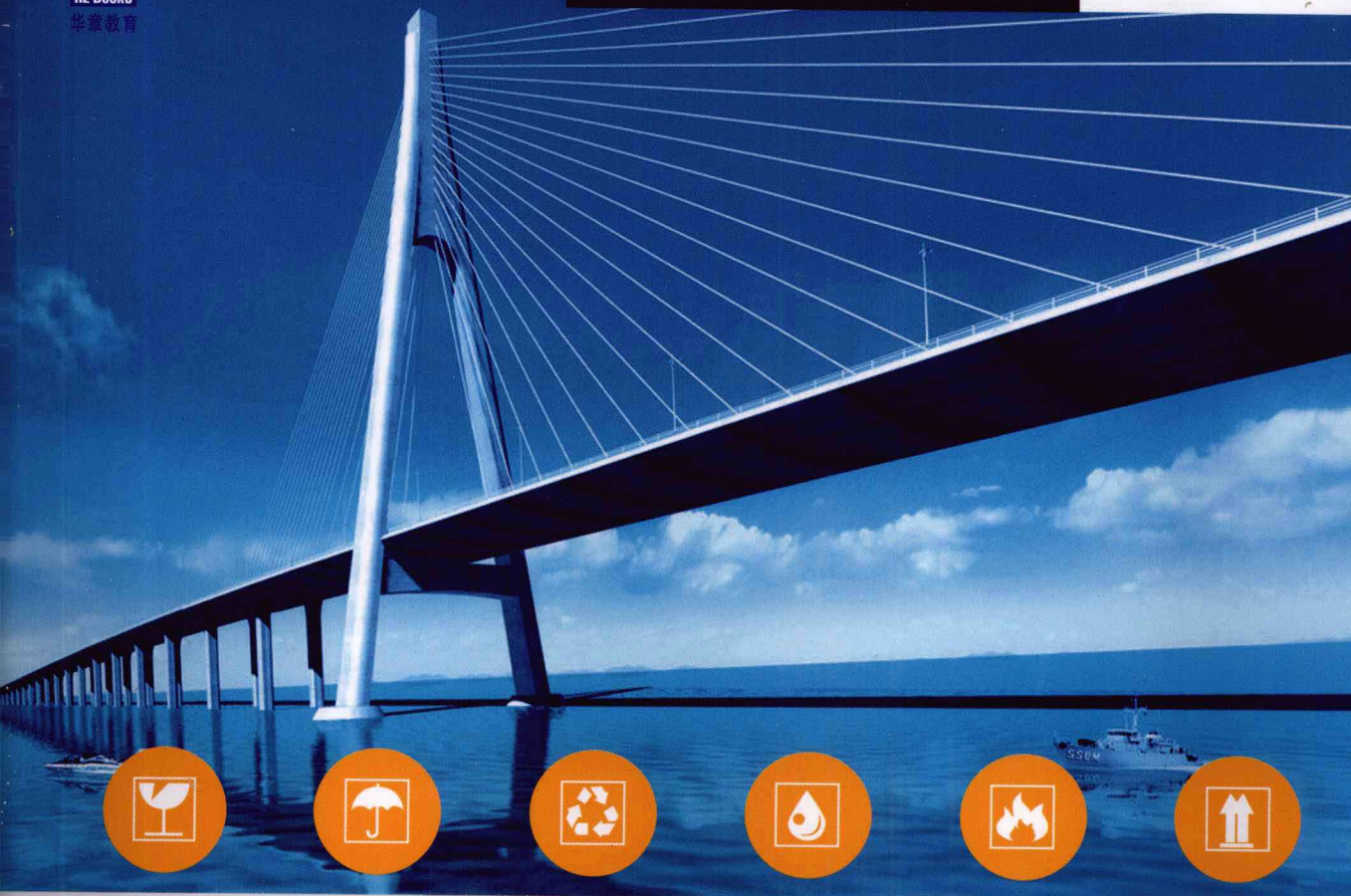




Scheme and Design of the
Modern Time

现代物流

方案策划与设计

李学工 等编著



机械工业出版社
China Machine Press

经济管理类专业规划教材
物流系列

Scheme and Design of the
Modern Times Logistics

现代物流

方案策划与设计

李学工 等编著



机械工业出版社
China Machine Press

本书是在总结了现代物流发展理念和物流方案策划原理的基础上,根据实践中常见的物流策划活动,设计了13个专题策划作为主体而展开。全书共分15章,包括物流管理哲学的演进及创新导向,物流方案策划与设计原理,工业物流、商业物流、农业物流、农产品物流、冷链物流、物流市场营销、物流园区运营、供应链物流系统、区域物流、外贸物流、港口物流、国际物流、物流招标与投标等领域的方案策划(规划)与设计。

本书可作为物流管理、营销管理、工商管理等专业本科生、研究生的教学用书或参考书,亦可作为物流管理、经济管理、物流工程等领域物流管理人员的参考书或工具书。

封底无防伪标均为盗版

版权所有,侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目(CIP)数据

现代物流方案策划与设计 / 李学工等编著. —北京:机械工业出版社, 2011.6
(经济管理类专业规划教材·物流系列)

ISBN 978-7-111-34995-2

I. 现… II. 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(2011)第108324号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:左萌 版式设计:刘永青

三河市杨庄长鸣印刷装订厂印刷

2011年7月第1版第1次印刷

185mm×260mm · 20.25印张

标准书号:ISBN 978-7-111-34995-2

定价:36.00元



凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

客服热线:(010) 88379210; 88361066

购书热线:(010) 68326294; 88379649; 68995259

投稿热线:(010) 88379007

读者信箱:hzjg@hzbook.com

物流是在相关流通活动中,促使商品(或产品)合理高效化物理性运动的经济活动,对全社会而言它是一个不可或缺的重要环节。如果说理论上物流解决的是物的空间性移动的宏观理论问题,那么现实中物流应用的领域极其广泛,既涉及生产领域的工农业,也涉及组织实施全社会商品的流通业及服务业。换言之,宏观视角下的物流管理学科更多地涉及一般经济活动的物流问题,所以从宏观角度研究的物流管理,其所涵盖的相关知识及方法,最终形成的理论也只能是对一般经济活动的揭示,缺乏对国民经济各环节的实际问题的直接指导意义。这是因为物流与供应链的理论不仅可运用于生产领域、流通领域,也可用于消费领域,而且物流管理的职能在逐步地泛化与扩大。物流不仅在企业经营中的地位越来越重要,创造着越来越多的利润,它还为企业提供非同寻常的价值,包括时间价值、空间价值、客户价值和增值服务价值,而且日益成为政府进行宏观调控的重要环节,政府行为对物流及其行业的可持续发展起到了关键性作用。

为摆脱全球经济危机所带来的影响,我国于2009年先后颁发了十大产业调整与振兴规划,并将物流业作为第十大产业调整与振兴的对象,这是新中国成立以来国家首次对流通领域进行的调整与规划,充分说明政府对物流业的高度关注。2009年出台了《物流业调整与振兴规划》;2010年颁布了《农产品冷链物流专项规划》;2011年下发了《商贸物流发展专项规划》,这一系列物流规划,实际上给社会各界传递着一个信息,一方面,物流业发展关乎国民经济发展的整体水平,另一方面,我国物流实践探索已进入纵深化和专业化的发展阶段。所以,物流产业的优化与升级,不仅是物流行业及其组织自身的问题,更重要的是需要国家及各级政府通过政策杠杆及政府行为实现物流业的跨越式发展,保证国民经济整体运行的质量、速度和效率。基于上述背景,这是现代物流管理理论必须回答和解决的问题,即构建物流管理实践中的方法、工具及手段等应用体系,也是物流界亟待探讨和研究的全新课题,更是促使我们撰写本书的强烈愿望和冲动。

众所周知,现代物流的本质就是成本与服务,如何根据不同类型、范围、领域的物流实践进行策划(规划)与设计日益摆在物流界的面前,培养什么样的人才?当前物流业的瓶颈是什么?这是我们必须做出的回答和抉择。据中国物流与采购联合会公布的数据,全国物流管理专业方面的人才缺口是600万,物流高级管理人才缺口是60万,这只是包括各类物流企业、大型工商企业、物流园区(物流中心)、港口码头、各类物流节点组织所需要的中高级管理人才。然而目前国内最为缺乏的是物流管理的规划、策划和设计方面的专业人才。

我从事物流管理教学、科研及社会实践已10多年了,不论是在理论方面的研究,还是在实践上的具体运用,对物流管理的认识也是一个由浅入深的、循序渐进的过程。在做好自己的教学与科研工作的基础上,我还承担了很多社会的兼职和实践策划活动,主要有地方政府的物流

业发展规划及指导意见,企业有关物流项目的策划与设计,工业企业物流项目、港口物流项目、商贸流通企业物流项目、农业物流项目、农产品物流项目、批发市场事业领域拓展及物流职能深化、冷链物流项目等多项物流规划设计活动。我在这些实践活动中目睹了近年来我国物流业的巨大变化,深感我国物流业发展的瓶颈和人才储备的重要性和必要性。鉴于上述情况,一方面,我将自己多年来从事的物流策划设计心得与大家一同分享;另一方面,我将自己对物流项目的策划设计的体会进行小结和深化,希望对从事物流管理专业学习与实践操作的人提供一点帮助和参考。

本书主要在物流与供应链管理视角下,探讨与研究物流方案策划与设计的诸多问题,全书分为15章:第1章、第2章分别对物流管理哲学的演进及创新和物流方案策划与设计原理做了概要性的介绍,后13章分别介绍了工业企业物流、商业物流、农业物流、农产品物流、冷链物流、物流市场营销、物流园区运营、供应链物流系统、区域物流、外贸物流、港口物流、国际物流和物流招标与投标等领域的方案策划(规划)与设计,主要是针对现实中常见的物流项目专题的策划与设计。

上述体系结构,决定了本书的基本应用定位:服务于物流实践与操作。读者定位,主要是将其作为高等院校MBA、工商管理类的相关专业硕士研究生及相关专业本科生使用的教材,以及作为从事物流管理实践人员的工具书和参考书。因而在编写体例上,尽量从实际出发,以人为本,体现原创性、应用性、操作性和实用性的原则,这是本书撰写前后始终贯彻的基本理念,也算是一种尝试,希望能起到抛砖引玉的作用,我们会感到莫大的欣慰。

本书撰写的具体分工:第1章、第2章、第4章、第9章由李学工负责撰写;第3章、第7章由乔芳撰写;第5章、第6章由郑伟伟负责撰写;第8章、第13章由庞淑梅负责撰写;第10章、第11章由王振负责撰写;第14章由韩冰负责撰写;第12章、第15章由邸宏建负责撰写。全书总策划、构思、修改及统稿由李学工负责。

本书在撰写和修订的过程中借鉴了大量国内外在该领域的最新研究成果,除注明出处的部分以外,限于本书体例未能一一列出。在此,对相关资料的原作者表示诚挚的谢意。

此外,在本书的最初创意、构思及结构的不断调整与优化中,不仅得到机械工业出版社领导对该书选题的认可和支持,而且也得到机械工业出版社华章分社缪永合老师的大力帮助,在此一并表示衷心的感谢!

虽然我们在本书的撰写以及特色构建方面做出了很多努力和尝试,但由于水平所限,书中疏漏和不当之处在所难免,敬请各位读者批评指正,以期在今后的修订中进一步完善。

李学工

2011年4月于曲阜师范大学(日照校区)

教学目的

通过本课程的学习,使学生掌握物流方案策划与设计的基本理论与应用方法和技能,并认识到物流方案策划与设计技术的现实应用价值所在。要求学生能够运用策划与设计的基本原理,以及通过已有的环境与条件分析物流项目策划的基本问题,并能够提高相应的能力,如在各专题物流策划中做好方案设计的基本定位、战略与策略,以及方案策划的基本流程或程序、方案结构等方面,具备物流策划(规划)和设计相关方面的基本素养。

前期需要掌握的知识

管理学、经济学、物流管理、市场营销学等课程相关知识。

课时分布建议

教学内容	学习要点	本科	硕士或MBA
		48课时	36课时
第1章 物流管理哲学的演进及创新导向	(1) 了解物流管理哲学的含义、特点及趋势 (2) 理解物流管理创新与变革的动因 (3) 理解物流管理理念对其实践创新和发展导向	3	3
第2章 物流方案策划与设计原理	(1) 了解物流方案策划与设计的含义、类型及原则 (2) 掌握物流方案策划与设计的方法及流程 (3) 掌握物流策划方案框架结构 (4) 掌握物流方案写作技巧等策划原理	3	3
第3章 工业企业物流方案策划与设计	(1) 理解工业物流方案的含义、运营要素、类型及特点 (2) 理解工业物流方案的设计要求、内容及基本要素 (3) 掌握工业物流策划设计流程及方案设计书的结构	3	2
第4章 商业物流方案策划与设计	(1) 理解商业物流方案的含义、分类、特点 (2) 理解商业物流方案策划合理化、标准化 (3) 了解商业物流方案类型模式 (4) 掌握框架结构、步骤及流程等内容	3	2
第5章 农业物流方案规划与设计	(1) 理解农业物流的概念、分类 (2) 理解农业物流方案规划设计的类型及要素 (3) 理解农业物流方案设计的定位及原则 (4) 掌握农业物流方案设计的流程、结构和内容	3	2
第6章 农产品物流方案策划与设计	(1) 了解农产品物流的概念、特点及其作用 (2) 了解农产品物流运营的基本模式 (3) 掌握物流组织功能和物流节点的规划 (4) 掌握农产品物流信息系统和冷链物流系统的规划 (5) 掌握农产品物流规划的设计步骤	3	2

(续)

教学内容	学习要点	本科	硕士或MBA
		48课时	36课时
第7章 冷链物流方案策划与设计	(1) 理解冷链物流的含义及特点 (2) 理解冷链物流方案策划与设计的要素 (3) 理解冷链物流各环节的运作条件和设计内容 (4) 掌握策划与设计的流程 (5) 了解冷链物流方案策划书的结构	3	2
第8章 物流市场营销方案策划与设计	(1) 了解物流市场营销方案策划的含义及基本要素 (2) 了解物流市场营销方案策划设计的方法、内容及流程 (3) 了解物流市场营销方案策划的框架结构 (4) 理解物流市场营销方案的评价与控制体系	3	2
第9章 物流园区运营方案策划与设计	(1) 了解物流园区运营方案的含义、类型及基本要素 (2) 掌握物流园区运营方案策划设计的方法、内容及流程 (3) 掌握物流园区运营方案策划的步骤及综合要素 (4) 理解物流园区运营方案的结构及评价体系	3	4
第10章 供应链物流系统规划与设计	(1) 了解供应链物流系统的含义、类型及基本要素 (2) 理解供应链物流系统方案规划与设计的方法、内容及流程 (3) 掌握供应链物流系统方案规划与设计的框架 (4) 了解构建综合评价指标体系 (5) 了解供应链物流系统的整合策略	3	2
第11章 区域物流方案规划与设计	(1) 了解区域物流方案的含义及理论基础 (2) 了解区域物流方案规划与设计的基本原则及规划模式类型 (3) 理解区域物流规划与设计的关键及基本思路 (4) 了解区域物流规划的方法 (5) 掌握区域物流规划与设计的框架体系及基本流程	3	2
第12章 外贸物流方案策划与设计	(1) 了解外贸物流的含义及流程 (2) 了解外贸物流策划的含义 (3) 了解外贸物流策划的基本构架 (4) 掌握外贸物流方案策划的要素和流程 (5) 理解基于政府的外贸物流策划要素和流程	3	2
第13章 港口物流方案策划与设计	(1) 了解港口物流的含义与特点 (2) 掌握港口物流方案策划设计的类型、要素及流程 (3) 掌握港口物流方案策划的基本框架 (4) 掌握港口物流方案设计的要点	3	2
第14章 国际物流运营方案规划与设计	(1) 了解国际物流运营方案的含义、类型及基本要素 (2) 了解国际物流运营方案规划设计的方法、内容及流程 (3) 掌握国际物流运营方案规划的步骤及综合要素 (4) 理解国际物流运营方案的结构及评价体系	3	2
第15章 物流招标与投标规划设计	(1) 了解物流项目招标与投标的概念、原则和程序 (2) 了解物流项目招标与投标的关键步骤 (3) 掌握物流项目招标与投标书的编写 (4) 掌握物流招标与投标的规划设计	3	2
	机动	3	2

说明：(1) 在课时安排上，根据不同的培养对象，总体培养方案可以安排51课时或34课时。

(2) 讨论和案例分析等时间已经包括在前面各个章节的教学时间中。

前 言**教学建议**

1	第1章 物流管理哲学的演进及创新导向
2	1.1 物流管理哲学与理念的含义
5	1.2 物流管理哲学的演进及趋势
13	1.3 物流管理实践的创新与导向
17	第2章 物流方案策划与设计原理
18	2.1 物流方案策划与设计的含义、类型及原则
25	2.2 物流方案策划与设计的方法及流程
30	2.3 物流方案策划与设计的框架结构及范本
35	第3章 工业企业物流方案策划与设计
36	3.1 工业物流方案设计的概念、特点及类型
39	3.2 工业物流方案设计的内容及基本要素
48	3.3 工业物流方案策划流程及设计书
53	第4章 商业物流方案策划与设计
53	4.1 商业物流方案设计概述
63	4.2 商业物流方案的框架结构
68	4.3 商业物流方案设计的步骤及流程
70	4.4 商业物流方案设计的应用
82	第5章 农业物流方案规划与设计
84	5.1 农业物流规划概述
87	5.2 农业物流规划的原则及定位

89	5.3 农业物流规划的类型及设计要素
91	5.4 农业物流规划方案的流程设计及规划结构
100	第6章 农产品物流方案策划与设计
101	6.1 农产品物流概述
102	6.2 农产品物流环境的SWOT分析
104	6.3 农产品物流方案的策划内容
114	6.4 农产品物流方案设计的步骤及其结构
121	第7章 冷链物流方案策划与设计
122	7.1 冷链物流方案的含义与特点
127	7.2 冷链物流方案策划与设计的要素
135	7.3 冷链物流方案策划与设计的流程结构
138	7.4 冷链物流策划与设计应用举例
144	第8章 物流市场营销方案策划与设计
145	8.1 物流市场营销的概念及特点
147	8.2 物流市场营销方案的设计构思
154	8.3 物流市场营销方案策划与设计的方法
161	8.4 物流市场营销方案策划的框架结构及评价
165	第9章 物流园区运营方案策划与设计
166	9.1 物流园区运营方案的含义及类型
171	9.2 物流园区运营方案策划设计的内容
176	9.3 物流园区运营方案策划设计的程序
178	9.4 物流园区运营策划的方案结构及其评价
187	第10章 供应链物流系统规划与设计
188	10.1 供应链物流系统概述
190	10.2 供应链物流系统方案规划与设计概述
194	10.3 供应链物流系统方案规划与设计的框架
201	10.4 供应链物流系统方案规划与设计的策略及评价体系
209	第11章 区域物流方案规划与设计
210	11.1 区域物流方案概述
213	11.2 区域物流规划方案的特征与类型

216	11.3 区域物流方案规划与设计的基本思路
219	11.4 区域物流方案规划与设计的框架及基本流程
230	第12章 外贸物流方案策划与设计
231	12.1 外贸物流概述
234	12.2 外贸物流方案策划的含义及框架
236	12.3 企业外贸物流方案策划的要素及流程
243	12.4 政府外贸物流规划的要素和流程
247	第13章 港口物流方案策划与设计
249	13.1 港口物流及方案的含义与特点
252	13.2 港口物流方案策划与设计的类型与要素
257	13.3 港口物流方案策划与设计的程序与框架
260	13.4 港口物流方案策划与设计的要点
266	第14章 国际物流运营方案规划与设计
267	14.1 国际物流运营方案的含义及类型
271	14.2 国际物流运营方案规划与设计的内容
280	14.3 国际物流运营方案规划设计的程序
282	14.4 国际物流运营方案规划的结构及其评价
290	第15章 物流招标与投标规划设计
291	15.1 物流招标和投标概述
293	15.2 物流招标关键步骤和规划设计
299	15.3 物流投标关键步骤和规划设计
311	参考文献

物流管理哲学的演进及创新导向

本章导航 >>>>>

通过本章学习，了解物流管理哲学的含义及特点；知晓物流管理哲学演进的趋势；辨析物流管理哲学、物流管理理念及物流管理观等概念的内涵与外延；理解物流管理创新与变革的动因；以及物流管理理念对其实践创新和发展导向。

导入案例 >>>>>

安吉天地的物流管理理念

安吉天地汽车物流有限公司（以下简称“安吉天地”）是由上海汽车工业销售有限公司（SAISC）和荷兰天地物流控股有限公司（TNT Logistics Holdings B.V）各出资50%于2002年组建而成的国内首家汽车物流合资企业，主要从事汽车、零部件、售后物流以及相关物流策划、咨询、管理、培训等服务，是一家专业化运作，能为客户提供一体化、技术化、网络化、可靠的、独特解决方案的第三方物流供应商。

安吉天地是全国首批九家5A级物流企业之一，曾荣获CSCMP最佳供应链管理方案奖、上海市优秀西格玛项目奖，并连续几年获评上海通用最佳供应商、上汽通用五菱汽车最佳供应商。安吉天地的主要客户有上海大众、上海通用、上汽通用五菱、上汽自主品牌、上汽依维柯红岩、韩国双龙、宝马和宇通客车等。我们在全中国拥有6家合资公司；7个入厂物流运作基地；9个售后物流运作基地；22个整车仓储基地，为中国境内300个城市约1 900家经销商提供配送服务。

安吉天地提出“以供应链优化为目标打造智能型物流企业”的管理理念，供应链管理从战略层次和整体角度提高用户服务水平，降低总成本，并且寻求两个目标之间的平衡。

（1）物流成本必须从供应链系统角度考虑，供应链物流管理强调链中成员不再是孤立的简单的优化自身活动，而是更多地通过协作，从系统全局优化的角度来控制 and 降低成本。

（2）物流服务的最终目的在于提高供应链的核心竞争力，以快速反应和低成本为竞争标志，从而提供个性化产品和服务，将服务发展为供应链核心战略能力。

（3）通过物流系统优化，寻找成本与服务水平的平衡。成本与服务之间存在着一定的效益背反。即提供更好的服务质量就会产生相应高的成本，需要依靠对物流系统的优化，找到成本与服务的最好平衡点。这种平衡应该是供应链的全局思考和全局优化。

资料来源：郭嘉. 以客户为中心 以服务为基石. 汽车制造业网, <http://www.ai.vogel.com.cn/ShowArticle.asp?ArticleID=30799&Page=2>（经整理而得）。



1.1 物流管理哲学与理念的含义

1.1.1 物流及其管理的内涵

探究物流管理哲学的含义，必须首先回顾物流及其管理的含义。

1. 物流的含义

中华人民共和国国家标准（GB/T 18354—2006）《物流术语》对物流的定义是这样的：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、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”。

美国物流管理协会在1985年为“logistics management”下了一个迄今为止仍被认为是经典的定义：物流管理是“以满足客户要求为目的的，以高效和经济的手段来组织原料、在制品、制成品以及相关信息在供应到消费过程中的运动和储存之计划、执行和控制的过程”。

1998年美国供应链管理协会给物流所下的定义是：物流是供应链的一部分，它是为满足消费者需求，而进行的从起始地到消费地之间有关货物、服务及相关信息的移动及信息反馈有效率的计划、实施及控制的过程。

可见，上述概念的界定，一方面反映了对物流含义的认识，另一方面，物流概念的内涵也是随着环境的变化而动态地发生渐变。

2. 物流管理的含义

中华人民共和国国家标准（GB/T 18354—2006）《物流术语》为物流管理给出的定义：为达到既定的目标，对物流的全过程进行计划、组织、协调与控制。

物流管理有狭义和广义两方面的含义。狭义的物流管理是指对物质的采购、运输、配送、储备等活动的管理，是对企业之间一种物质流通的管理。广义的物流管理包括了生产过程中的物料转化过程，即现在人们通常所说的供应链管理，国外也有人认为供应链管理实际就是物流管理的延伸和扩展。

物流管理的主要目标：快速反应、最小变异、最低库存、整合运输、产品质量以及生命周期支持等。

现代物流管理的本质是以满足消费者的需求为目标，把制造、运输、销售等市场情况统一起来考虑的一种战略措施，通过信息、运输、存货、仓储、搬运和包装按尽可能低的成本，将商品在各级流通节点之间传送，时效、质量、成本、可控是现代物流管理的根本追求。

3. 物流在不同发展阶段的若干认识

（1）“黑大陆”学说。“黑大陆”学说是由美国著名管理学家德鲁克提出：“流通是经济领域中的黑暗大陆。”

（2）“物流冰山”学说。日本早稻田大学西泽修教授：在研究物流成本时发现“物流冰山”，由此而形成“物流冰山说”。

（3）商物分离。它是物流学科赖以生存的先决条件。商物分离是指流通中的两个组成部分商业流通和实物流通各自按照自己的规律和渠道独立运动。

1) 商业流通：以产品的所有权转移为前提，通过买卖活动而发生商品价值形式的变化，简称商流。商流与物流产生分离的根本原因是商流运动的基础——资金，与物流运动的实体——物资，两者具有相对独立性。

2) 商流和物流的关系：商流的运动方向和规模决定物流的方向和规模，商流不畅影响物

流的效率与效益；物流的条件制约商流的范围和广度，物流不畅，影响商流发展。

3) 商流决定物流的社会与经济属性。流通的实质是实现商品的价值和使用价值，商流实现商品价值形式的更替，物流实现商品使用价值位置的更换。

(4) 第三利润源。因物流贯穿了生产和流通的全过程，所以合理、高效的物流能够通过对整个生产与流通结构的协调与完善而带来巨大的利润。^①第一利润源泉：物质资源的节约；第二利润源泉：劳动消耗的降低；第三利润源泉：随着生产领域“利润源泉”的枯竭，人们开始转向流通领域中的物流。

(5) “效益背反”(trade-off)说。它是指物流的若干功能间存在损益矛盾，当某一个功能要素的利益发生时，必然会存在另一个或另几个功能要素的利益损失；反之亦然。比如，运输与仓储之间就存在这种效益背反，二者具有此消彼长的效益损益关系。

(6) 后勤学。“后勤”一词，就特别强调物流活动的服务保障职能。通过物流服务保障，企业以其整体能力，来达到压缩成本和增加利润的目的。

(7) “成本中心”说。它是指在整个企业经营中，物流只对企业经营活动的成本发生影响。成本中心，一方面指物流是企业经营管理成本的主要来源，另一方面指物流是降低企业成本的关注点。也称物流是“降低企业成本的宝库”。

(8) “服务中心”说。它是指物流活动最大的作用，并不在为企业节约消耗，降低成本或增加利润，而是在提高企业对客户的服务水平，进而提高企业的市场竞争能力。

(9) 战略说。物流管理可以对企业发展战略产生影响，这种认识或观点是将物流放在企业的长远和战略的高度层面上，它会影响企业总体的生存和发展。所以，基于此，企业不再追求物流一时一事的效益，而着眼于企业经营总体，着眼于企业长远发展。

(10) 供应链管理(supply chain management, SCM)。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。

综上所述，现代物流的内涵与外延随着环境的变化而演变，从不同时期物流概念发展和形成中的若干认识来看，先后有“黑大陆”、“物流冰山”、商物分离、后勤学、“效益背反”说、“成本中心”说、“利润中心”说、“服务中心”说及战略说等认识和看法，^②直至物流发展的高级阶段供应链管理。不难看出，物流概念形成过程中的若干认识，它揭示了现代物流观的日趋完善，物流理念的与时俱进。

1.1.2 物流管理哲学的概念及其产生背景

物流管理哲学的形成与物流及其管理内涵的不断深入与完善有着密切的关系，同时又对物流管理实践具有显著的导向作用。

1. 物流管理哲学产生的背景

物流(logistics)理念是在第二次世界大战后被应用于企业界的。最初实际上仅移植了军队后勤理念的一部分即“实物分配”(physical distribution)的概念。先是作为企业“市场营销的另一半”(1954)，后来被直接定义为“有计划地对原材料、在制品和制成品由生产地到消费地的高效运动过程所实施的一系列功能性活动”(1963)。但实际上在后来的20多年里，同时有多个术语在描述企业物流活动，包括“物资管理”、“营销后勤”、“后勤工程”、“商业后勤”、“分销管理”及“供应管理”等。

美国作为物流理念的发源地，其物流研究、设计和技术开发一直处于世界前沿，有十分成

① 何明珂. 现代物流与配送中心：推动流通创新的趋势[M]. 北京：中国商业出版社，1997:7-8.

② 张文杰. 电子商务下的物流管理[M]. 北京：清华大学出版社，2003:46-51.

熟的物流管理经验和发达的现代物流。特别是商贸流通和生产制造企业十分重视现代物流能力的开发。从20世纪50年代物流发展初期的“实物分配”阶段，到80年代的“物流”阶段，再到当今的供应链管理阶段，一直将物流战略作为企业商务战略的核心组成部分予以高度重视，因此物流理念在企业广为普及。物流管理作为支持企业的商务战略而对材料、制品和库存成品的流通加以控制的系统设计和行政管理，成为企业物流行政主管（chief logistic officer, CLO）的核心责任。因此美国十分重视企业物流管理，可以说美国的物流发展史是一部以企业物流管理发展为核心的历史，一直是在企业不断追求产品和服务竞争力以完善物流战略的基础上不断推动美国物流的发展。整个物流的发展始终围绕企业物流管理理念的升级和物流技术的不断进步而向前发展。^①这从美国物流领域权威民间组织机构称呼的演变足以说明这一点。美国从20世纪60年代物流发展初期的权威组织机构名称“国家实物配送管理委员会”，到1988年改为“物流管理委员会”，其灵魂一直是“物流管理”，目前该委员会仍然是全世界物流领域最为权威的组织机构。总之，美国强调企业“物流管理”。

作为现代物流发展后起之秀的日本，自从1963年从美国引进“物流”概念后，即开始受到企业和政府的高度重视。1970年分别成立了日本物流管理协会（Japan logistics management association, JLA）和日本物流管理委员会（Japanese council of logistics management, JCLM），1992年6月10日两个组织合并设立日本物流系统协会（Japan institute of logistics systems, JILS）。日本主要突出了“物流系统”的观念，强调从社会角度构筑人性化物流环境，体现可持续发展的理念，延伸内容至与物流相关的交通系统等领域，突出物流作为社会功能系统对循环型社会发展的贡献。这在很大程度上超越了企业的行为空间，因此政府在整个物流发展方面的推动作用十分显著，规划引导力度较大。1997年4月日本政府出台了第一份物流策略方面的政策文件，即《综合物流施政大纲》，提出在2001年前各相关政府部门协调一致，共同完成三大目标：一是向亚洲、太平洋地区提供最便利和高效率的物流服务；二是实现对产业竞争不构成妨碍的物流成本；三是解决好与物流相关的能源问题、环境问题以及交通安全问题。在通过几年努力完成三大目标取得一定进展的基础上，2001年7月6日日本国会又通过了《新综合物流施政大纲》，指出如何加强国际竞争力，适应世界经济一体化新形势；如何加强环保，构筑循环型社会；如何开发现代信息技术，促进物流事业发展；如何发展物流业，满足国民的需求，与国民生活相和谐等4个问题，确定了今后5年为奋斗目标，即创建符合日本经济社会要求的新物流体系，从提供不亚于国际水平的物流服务为目标出发，全方位推进各项施政措施，通过降低物流成本等措施，构筑具有国际竞争力的物流市场。^②同时，为了解决日益严重的环境污染等社会问题，满足国民日益增长的物流需求，政府要在提高物流效率，提供方便、快捷的物流服务方面狠下工夫，努力创建一个能减轻环境负担的新的物流体系和可循环型的新社会。显然，日本强调社会“物流系统”的构建。

事实上，作为现代意义上的物流，只是在信息技术提供了技术可能性的背景下才发展起来的，至今其实没有多少年的历史。美国是在1988年真正开始走向现代物流的，而日本也是在1992年开始的。例如，日本在1995年以前对全国主要制造行业进行的物流成本调查是每10年一次，即1965年、1975年、1985年、1995年，而1996年后开始每年调查一次，所以日本对物流的重视是近年的事情。

至于欧洲的现代物流发展则更是纵深化、社会化及全球化（欧盟本身就是全球化的典范），其发展的主要特点表现在：物流市场竞争激烈、内陆集装箱运输实现“门对门”、物流配送中

① 宋华，胡左浩. 现代物流与供应链管理[M]. 北京：经济管理出版社，2000:25-29.

② 宋华，胡左浩. 现代物流与供应链管理[M]. 北京：经济管理出版社，2000:31-35.

心的全面兴起及物流分工日益明晰等,物流外包与跨国型物流巨头崛起,均说明了现代物流管理哲学的激进和快速更新。^①所以,纵观国外对物流本质的理解和认识来看,可以说物流在某种意义上是一种管理思想、管理理念、管理技术,物流被称为“第三利润源”的源泉,揭示了现代物流管理理念的内核。

从上述西方发达国家及地区物流管理发展的轨迹来看,物流管理不仅在理论上不断升华,而且实践上日趋于系统化、社会化和集约化,这为现代物流管理哲学的逐步形成打下了深厚的基础。

2. 物流管理哲学的含义

物流管理哲学是指物流管理主体对其物流活动及其管理的基本指导思想。也可以理解为有关物流管理的一种理念、一种态度和看法或是一种观念。从现代物流的演变发展来看,在物流管理理论与实践的不同环境下,都需要在特定的指导思想或理念的引导下进行。确定正确的物流管理哲学,对物流管理行业或企业的发展具有决定性的作用和意义。

物流管理哲学的核心是把整个社会看做一个物流运行系统,它用信息系统来整合对顾客、经销商、运输商、生产商、物流公司和供应商之间的管理,让物的流动具有最佳的目的性和经济性,消除整个价值链上的浪费,让每个参与者都能受益,从而提高整个社会的资源利用水平,提高整个社会的竞争力,抵消市场经济条件下盲目竞争和调节滞后的制度性缺陷。因此,在这种系统管理思想的指导下,每个物流节点都相互联系,从而结成一个物流网,每个节点上的物资都按照区域、属性和服务对象在不同的方向得到集成,按照顾客的要求,准时运送到相应的物流节点,在集成和配送过程中实现其最大的经济性。

物流管理哲学(或称理念)是一种动态发展的过程,它有效协调与处理企业、产业、客户及社会四者之间的利益关系,通常情况下它们之间的关系是冲突的、此消彼长的,但也是相辅相成的。不论在国民经济发展的任何环境中,物流无处不在,无时不在。

3. 物流管理理念的基本内容

- 1) 物流管理是企业行为;
- 2) 物流管理是客户服务的手段;
- 3) 物流管理是为了谋求物流总成本最低或者在既定的物流总成本约束下使客户服务水平最高;
- 4) 物流管理最基本的要素活动是运送管理和仓储管理;
- 5) 物流管理的内涵是对运输和仓储及其他职能要素的综合管理;
- 6) 物流管理的外延就是围绕企业高效率低成本的运输和仓储综合管理所必须开展的所有组织管理活动;
- 7) 物流管理就是对货物在运输和仓储这两种状态之间不断转换的过程中进行管理;
- 8) 物流企业的产品就是管理服务。

1.2 物流管理哲学的演进及趋势

1.2.1 物流管理哲学的演进

1. 物流管理哲学的演进过程

随着生产和交换的纵深化发展,社会、经济与市场环境的变迁以及企业物流管理实践经验的积累,促使企业、行业乃至社会对物流管理哲学发生了深刻的变化,这种变化是从物流管理

^① 宋华. 物流与供应链管理机制与发展[M]. 北京: 经济管理出版社, 2002: 62-65.

的着眼点上发生的渐变。这种变化的基本轨迹是物流管理主体视野由近至远，由微观到中观，由中观到宏观的演进过程，更是一个递进的过程。物流管理观念的变化趋势主要是从其管理的立足点上发生变化（见图1-1）。

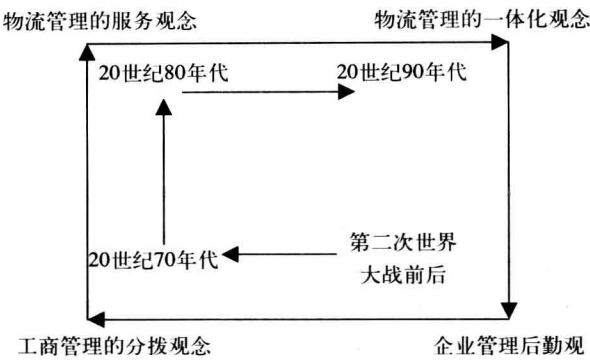


图1-1 现代物流管理哲学演变的轨迹

我们尝试性地将现代物流管理哲学（观念）的演变划分为企业管理后勤观、工商管理的分拨观念、物流管理的系统观念及物流管理的一体化观念等四个阶段。前两个观念是现代物流管理发展的初级阶段，是以企业自身管理的效率与效益为导向的观念；后两个观念是现代物流管理的高级阶段，它是在兼顾企业管理的基础上，谋求行业、产业价值链的利益最大化和成本最小化的观念。因而它是以社会、经济发展的整体效应为导向的观念，具体我们可以通过图1-2 对其加以分析。

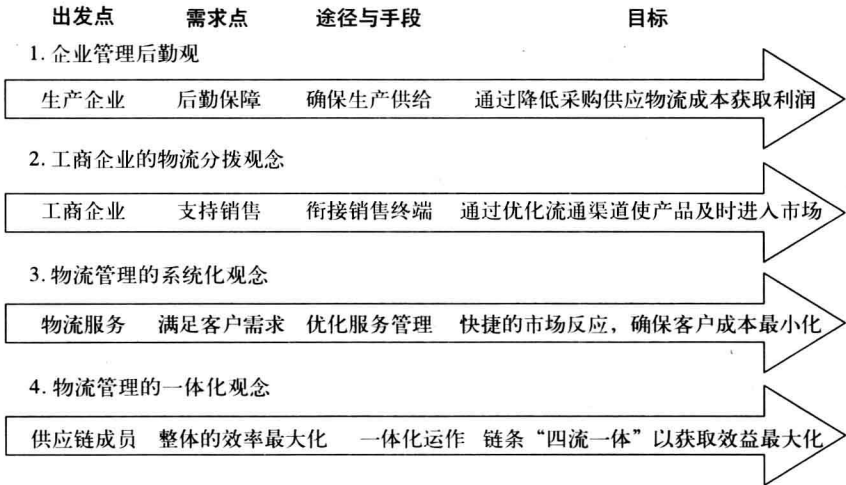


图1-2 不同阶段物流管理观念的比较

（1）企业管理的后勤观念。企业管理的后勤观念，是一种初级阶段的物流管理观念。最初是作为军事领域中管理科学，后勤学（军事物流学）作为计划与执行军事部队的运输与维护的艺术与科学。在第二次世界大战中，围绕战争物资供应，美国军队建立了“后勤”理论。当时的“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。在第二次世界大战以后，将军事后勤理论体系被移植到现代经济生活中，逐步演变出企业物流系统。

(2) 工商企业的物流分拨观念。这是一种涉及工商领域初级阶段相对进步的管理观念,最初实际上仅移植了军队后勤理念的一部分即“实物分配”的理念。先是作为企业“市场营销的另一半”,后来被直接定义为“有计划地对原材料,在制品和制成品由生产地到消费地的高效运动过程所实施的一系列功能性活动”。但实际上在后来的20多年里,同时有多个术语在描述企业物流活动,包括“物资治理”、“营销后勤”、“商业后勤”、“供给治理”、“后勤工程”、“商业后勤”和“分销治理”等。直到1985年美国物流治理协会才统一了有关企业后勤活动的术语,并把物流定义为“是以满足客户需求为目的,以高效和经济的手段来组织原材料、在制品、制成品以及相关信息从供给到消费的运动和储存的计划,执行和控制的过程”。

(3) 物流管理的系统化观念。近年来,随着服务经济的发展,使物流对国民经济和企业的发展起到了更重大的作用,也使大多数物流领域围绕着产品有序流动的组织 and 治理来发展,服务存在于国际、国内市场之中,存在于运输、仓储等物流服务之中,然而目前为经济发展的服务不只是货物的流动,可能服务的提供者是要流动的,或者是被服务者是流动的。另外服务工厂概念的产生,企业柔性制造、小批量、多品种的生产方式及顾客对物流业快速反应的要求也迫使物流业的服务水平有了进一步的提高。而物流信息系统和电子数据交换技术,以及Internet、条形码、卫星定位系统及无线电射频技术在物流领域中愈来愈广的应用也都是为了满足物流国际化、服务形式多样化和快速反应的要求。

美国物流管理协会在1991年将1985年定义中的“原料、在制品、制成品”修改为“产品、服务”,这实际上把物流从以支持生产制造为核心的治理过程,提升到企业市场营销治理的更高一个层面上,将物流运作的价值取向从面向企业内部,调整到面向外部市场,因而更加强调了物流运作的客户服务这一导向性。

(4) 物流管理的一体化观念。根据美国物流管理协会的定义,一体化物流是运用综合、系统的观点,将从原材料供应到产成品分发的整个供应链作为单一的流程,对构成供应链的所有功能进行统一管理,而不是分别对各个功能进行管理;第三方物流提供商是为客户提供多个物流服务,最好是将这些服务一体化的企业。可以看出,现代物流企业以一体化物流服务为发展方向。一体化物流服务不是单纯提供运输、仓储、配送等多个功能性物流服务的组合,扮演物流参与者的角色;而是需要将多个物流功能进行整合,对客户物流运作进行总体设计和管理,扮演的是物流责任人的角色。

物流系统化管理,是指为了实现企业确定的物流系统的目标,提高向消费者和用户供应商品的效率,而对物流系统进行计划、组织、指挥、监督和调节的活动。物流系统化管理的基本目标,是实现物流的合理化,以最低的费用支出完成商品实体从供应地向消费地的运动。因此,在进行物流系统总体设计时,应对以下这些问题很好地研究,做出决策。

2. 物流管理哲学演进的特征

物流从“physical distribution”发展到“logistics”的一个重要变革,是将物流活动从被动、从属的职能活动上升到企业经营战略的一个重要组成部分,因而要求把物流活动作为一个系统整体加以管理和运行。也就是说,物流本身的概念已经从对活动的概述和总结上升到管理学层次,具体来说,现代物流一体化管理的内涵有以下特征。

(1) 以顾客满意为第一目标。现代物流是基于企业经营战略基础、以顾客服务为目标设定的,它追求顾客服务的差别化战略。在现代物流中,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,在物流体系的基本建设上,要求物流中心、信息系统、作业系统和组织构成等条件的具备与完善。

(2) 着重整个物流渠道的商品运动。以往我们认为的物流是从生产阶段到消费者阶段商品的物质运动;也就是说,物流管理的主要对象是“销售物流”和“企业物流”。而现代物流管