

高等院校“十三五”规划教材·经济管理类

物流管理

WULIU GUANLI

王柏谊 王新宇 主编



哈尔滨工业大学出版社
HARBIN INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

高等院校“十三五”规划教材·经济管理类

物流管理

王柏谊 王新宇 主编

哈尔滨工业大学出版社

内 容 简 介

本书以物流管理作为研究对象,全面介绍了物流各个职能环节的基本运作过程。全书分为十章,主要内容可分为两部分:第一部分主要讨论物流管理学的发展过程、基本概念和基础理论以及物流活动的基本功能要素;第二部分主要讨论现代物流学,包括物流企业、物流信息管理和供应链管理。每章后面都附有本章小结、案例分析和思考与练习。

本书可作为普通高等院校物流类专业的教材和参考书,也适合管理科学与工程、工商管理、市场营销等专业的学生使用,还可供企业管理人员尤其是物流从业人员阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

物流管理/王柏谊,王新宇主编. —哈尔滨:哈尔滨工业大学出版社,2016.6

ISBN 978-7-5603-6066-9

I. ①物… II. ①王… ②王… III. ①物流-物资管理 IV. ①F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 131170 号

策划编辑 杨秀华

责任编辑 苗金英

封面设计 刘长友

出版发行 哈尔滨工业大学出版社

社 址 哈尔滨市南岗区复华四道街 10 号 邮编 150006

传 真 0451-86414749

网 址 <http://hitpress.hit.edu.cn>

印 刷 哈尔滨工业大学印刷厂

开 本 787mm×1092mm 1/16 印张 15.25 字数 349 千字

版 次 2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5603-6066-9

定 价 36.00 元

(如因印装质量问题影响阅读,我社负责调换)

前 言

自20世纪90年代,物流热已经开始在中国大地上蔓延,物流与供应链管理的相关知识理论与理论给中国带来了巨大变化。无论是在生产制造领域还是在流通领域,物流管理效率直接影响着企业绩效。纵观中国的发展现状,物流业在快速发展的同时也面临着不少突出问题,其中最重要的是物流各层次的人才分布不均,尤其是物流中高级管理人才匮乏。高等教育旨在为社会储备与输送更多优秀的中高级物流人才,以迎接未来在物流业的新挑战,所以全面提升高等院校物流教育的教学质量具有重要的现实意义。

多年的教学实践,使编者有机会与同行们在此领域进行多角度的切磋,在教学过程中,也与多届学生进行相关调研,在结合我国物流业发展现状以及国家对物流人才的培养模式的层面,以物流管理的最新理念,系统地阐述了物流的基本概念、物流活动涉及的基本要素、物流管理的基本理论和方法、供应链管理的相关知识等,注重理论联系实际,并通过引入案例进行相关理论的剖析,为培养物流各层级人才服务。本书适合物流管理专业以及经管类相关专业的学生使用,也可以作为热爱物流管理的有识之士的参考书。

本书秉承着优秀教材是知识性和可读性的结合体,尽可能将深奥的知识融于浅显易懂的文字中,在强调物流学科的知识性、实用性以及探索性的同时,积极响应党中央国务院对“提高自主创新能力,建设创新型国家”的号召,满足国家对培养创新人才的要求。

本书由王柏谊、王新宇主编,具体编写分工为:王柏谊编写第一、二、六、七、八章;王新宇编写第三、四、五、九、十章。本书在编写过程中,参考了相关的文献资料,在此向有关专家、学者表示感谢。

由于物流相关知识理论在不断更新,加之编者学识有限,书中难免出现不足之处,希望广大读者批评指正。

编 者

2016年3月

目 录

第一章 导 论	1
第一节 物流的概念、分类与构成要素	1
第二节 物流的地位与作用	8
第三节 物流系统	12
第四节 物流管理	19
第二章 物流战略管理	27
第一节 物流战略概述	27
第二节 物流战略环境分析	32
第三节 物流战略规划	36
第四节 物流战略的实施与控制	40
第三章 运 输	46
第一节 运输概述	46
第二节 运输方式	48
第三节 运输技术与管理	55
第四节 合理运输	64
第四章 储存管理	72
第一节 储存概述	72
第二节 储存作业管理	76
第三节 库存管理	82
第四节 储存合理化	90
第五章 配送及配送中心	96
第一节 配送概述	96
第二节 现代配送模式及其选择	103
第三节 配送管理	109
第四节 配送中心	117

第六章 包 装	126
第一节 包装概述	126
第二节 包装材料与包装技术	131
第三节 包装管理	141
第七章 装卸搬运与流通加工	147
第一节 装卸搬运概述	147
第二节 装卸搬运管理	151
第三节 流通加工	156
第八章 物流企业	166
第一节 第三方物流	166
第二节 第三方物流的选择与实施管理	173
第三节 国内外第三方物流的发展状况	176
第四节 第四方物流	180
第九章 物流信息管理	189
第一节 物流信息概述	189
第二节 物流信息系统	194
第三节 物流信息系统的主要技术	199
第四节 物流信息技术开发与设计	207
第十章 供应链管理	213
第一节 供应链的产生与价值	213
第二节 供应链管理的内容与设计	217
第三节 供应链管理的方法	224
第四节 供应链绩效评价	229
参考文献	237
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	

第一章 导 论

【学习目标】

- 理解物流的概念与构成要素；
- 了解物流在国民经济与企业经营中的地位与作用；
- 掌握物流管理的定义与体系框架；
- 了解物流管理的历史沿革与发展趋势。

第一节 物流的概念、分类与构成要素

一、物流概念的产生

物流概念的发展经历了一个漫长而曲折的过程。回顾物流的发展历程并理解历史上经典的物流概念,不仅有利于人们了解物流的发展规律,更有利于全面深入地理解物流的内涵。

物流的概念最早来源于 Distribution 一词。1912年,美国营销学者阿奇·萧(Arch Shaw)在《经济学季刊》(*Quarterly Journal of Economics*)发表了《市场流通中的若干问题》(*Some Problems in Market Distribution*)一文。文中指出,分销(Distribution)是与创造需要所不同的一个问题,并认为:物资经过时间或空间的转移,会产生附加价值。1935年,美国市场营销协会(American Marketing Association)把 Physical Distribution 定义为从生产地点到消费地点或使用地点对货物的移动和处理。1968年,Dean Ammer 对物料从供应商到生产地点的过程进行了详细的描述,称之为物料管理(Materials Management)。

现在广泛使用的物流(Logistics)一词最初来自于第二次世界大战期间美军从事采购、保障和运输军事物资活动的后勤保障。第二次世界大战以后的一段时间里,军事上的后勤概念逐渐被引入社会经济生活,但是物流仍然是以 Physical Distribution 的形式出现的。20世纪60年代,Physical Distribution 的概念从美国引入日本,日本人最初把它翻译成“物的流通”,后来日本学者平原直将它的翻译改为“物流”。1979年,“物流”这个词从日本传入我国。20世纪90年代初,Logistics 的概念直接从欧美传到中国,但仍沿用了“物流”的译法。1991年,美国物流管理协会(the Council of Logistics Management, CLM)对 Physical Distribution 一词进行了重新修订,并正式替换成为 Logistics 一词。

长期以来,由于学者们不同的学科背景和学术偏好,形成了不同的物流学派,如军事学派、企业学派、工程学派、管理学派等。这些学派对物流的定义都有各不相同的提法,

即便是在同一学派内,也经常会出现不同的物流定义。事实上,随着实践的发展和认识的深入,某些学术机构也会对其所下的物流定义进行修订和改进。

二、物流的定义

1. 美国的物流概念

自从阿奇·萧提出物流的概念以后,美国学者与研究机构对物流进行了各种定义。其中最具代表性的是康伯斯、阿罗特、斯马耶克与拉罗蒂等学者的定义,以及美国市场营销协会、美国物流管理协会的定义。

康伯斯认为,物流是指商品或服务由生产领域向消费领域的物理性移动过程。

阿罗特认为,物流是指根据营销策略将生产资料或消费品由生产或储存地向顾客需要地转移的订、发货过程。

斯马耶克与拉罗蒂认为,物流是指为使生产目标与销售目标相一致而进行的各种必要的支援活动,也就是以适当的价格将适当数量的商品供应到适当场所的过程。为此,需要实现仓库选址、运输方法、储存方法及信息流通等的最佳组合。

美国市场营销协会的定义是:物流是指对商品从生产时点到消费或使用点转移、分类、保管过程的管理与控制。

美国物流管理协会于1963年将物流定义为:制造业和商业有效地将商品由生产末端转移到消费终端的过程,或者指原材料由供应地转移到生产线前端的各种活动。这些活动包括运输、保管、装卸、包装、库存管理、工厂或仓库选址、订发货管理、需求预测、顾客服务等。1976年,美国物流管理协会又将物流的定义修改为:对原材料、半成品、成品由发生地到消费地的有效移动进行的计划、执行、控制等各种活动的集合。这些活动包括顾客服务、需求预测、信息流通、库存管理、装卸、订发货管理、售后服务、工厂或仓库的选址、采购、包装、退货处理、废弃物处理、运输仓库管理与保管等。

由此可见,美国学者与专业协会对物流的定义是不同的。前者的定义是“中性”的,即多侧重于对物流活动的客观性描述,并不涉及物流互动的目标或有效性问题;相反,美国两个专业协会对物流的定义则更强调物流活动的有效性,也就是说,未将物流与物流管理加以区分,物流即物流管理,物流管理也就是物流。这一点是特别需要读者注意的。

2. 日本的物流概念

日本从美国引进物流的概念以后,学者、研究机构及政府部门对物流进行了各种定义。下面主要介绍几种较具代表性的定义。

日本流通问题专家原东京大学教授林周二、原早稻田大学教授阿保荣司认为,物流是指有形或无形商品及废弃物克服时空矛盾、连接供给者与需求者的物理性经济活动,包括运输、保管、包装、装卸等流通活动及与此有关的信息活动。

日通综合研究所对物流的定义是:物流是指商品由供给者向需求者的物理性转移,从而创造时间与空间价值的经济活动,包括包装、装卸、保管、库存管理、流通加工、运输、配送等各种活动。

日本统计审议会流通统计分会将物流定义为:物流是指有关“物”的物理性流动的所有经济活动,这些活动主要包括运输、通信活动。同时,这里所说的“物”,既包括有形物,

也包括无形物,其中的无形物主要是指信息。

日本产业结构审议会流通分会对物流的定义是:物流是指有形及无形商品由供给者向需求者的实体流动过程,具体包括包装、装卸、运输、保管及信息等。

可见,日本各界对物流的定义多属“中性”,即主要侧重于描述物流是一系列有关有形与无形商品从供给者到需求者的实体转移过程,并不涉及这一过程是否是有效的。因此,日本是将物流与物流管理相区别的,对物流与物流管理具有不同的定义。

3. 我国的物流概念

由于我国是从日本引进物流概念的,因此,长期以来,我国各界一直沿用日本的物流定义,虽然版本不同,但差别不大。同时,我国也很少有组织或机构对物流进行定义或规范,因此,关于物流概念的定义主要以研究者个人的定义为主。2001年8月1日,我国首次颁布并实施了国家标准《物流术语》。从此,我国开始出现了相关机构对物流的定义,进而提高了物流定义的权威性。2006年12月4日,我国实施的国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2006)将物流定义为:物品从供应地向接收地的实体流动中,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起来实现用户要求的过程。为了准确理解物流的定义,应把握以下几点:

(1)物流是一个系统,是各种物流构成要素的集成,运输、装卸、储存、包装、流通加工、配送,物流信息是物流的基本构成要素,而不是完整的物流。

(2)定义中的“物品”不只是最终产品,还包括生产所用原材料、零部件、半成品和伴随商品销售的包装容器、包装材料,以及生产和消费过程中所产生的废弃物。

(3)这里所说的“用户”,除一般意义上的消费者外,还包括制造商、供应商、批发商、零售商等“中间需求者”。

(4)物流不是传统的“物资流通”的简称。在我国,长期使用“物资流通”这一用语,它是指传统的生产资料流通,主要是指生产资料从生产领域到消费领域的转移过程,虽然也包括物流活动,但更强调生产资料的所有权转移,即物资(生产资料的约定俗成用语)的“商流”。

三、现代物流

随着经济的发展,特别是经济全球化及企业竞争战略的变化,物流在企业经营乃至整个国民经济中的地位与作用越来越重要,物流概念的内涵与外延也随之发生了变化,物流用语也由传统物流(Physical Distribution)转变为现代物流(Logistics)。由于我国物流概念引进得较晚,而且长期以来没有引起足够的重视,直到最近几年全社会才逐渐产生并增强了物流意识,物流才被社会各界所重视。

1. 现代物流的含义

现代物流与传统物流有着本质上的差别,现代物流以满足消费者和市场的目标,以第三方物流为基础联合供应商和销售商,把战略、市场、研发、采购、生产、销售、运输、配送和服务各个环节的活动整合在一起,作为现代经济领域的新兴产业,支撑国家和世界的发展;而传统物流则把它简单地视为一种“后勤保障系统”。

物流是社会经济发展的产物,随着社会经济的发展,现代物流在运作上表现出以下

特点:

(1) 将向顾客提供的物流服务目标体现在现代物流的定义中,强调了物流顾客服务的重要性。

(2) 现代物流的活动范围极其广泛,既包括原材料采购与供应阶段的物流,也包括生产阶段的物流、销售阶段的物流、退货阶段的物流及废弃物处理阶段的物流等整个生产、流通、消费过程的全部物流活动。

(3) 现代物流不仅重视效率,更重视效果,即强调物流过程中的投入(成本)与产出(增加销售额或利润)之间的对比关系。

(4) 现代物流不仅强调物流各构成要素的整体最佳,而且强调物流活动与其他生产经营活动之间的整体最佳。

(5) 现代物流更强调库存的一体化管理、信息管理及按需生产。

(6) 现代物流强调生产、销售、物流是企业经营的三大支柱,并将物流视为与生产、营销并列的企业经营战略之一。

但是,不论美国还是日本,对现代物流的定义都强调了物流活动的“有效性”,以及对物流活动的“计划、执行与控制”。这种定义实际上是对物流管理的定义,而不是对物流本身的定义。根据各国对现代物流的定义,结合我国的语言习惯,本书将现代物流定义为:现代物流是指基于满足顾客需求,以及成本与效益的考虑而进行的涉及生产、销售、消费全过程的物品及其信息的系统流动过程。

2. 传统物流与现代物流的区别

传统物流与现代物流的区别见表 1.1。

表 1.1 传统物流与现代物流的区别

区别项目	传统物流	现代物流
范围与边界	强调销售物流与生产物流	强调供应、生产、销售等全过程的“大物流”
系统概念	强调运输、储存、包装、装卸、流通加工、配送、信息等构成要素的系统最佳	强调物流系统与其他经营系统的“大系统”最佳
性质与地位	企业或组织体的“后勤”, “内部事务”;成本支出项目	企业或组织体的“先锋”, “外部事务”;价值创造事业
目标与理念	效率与成本的均衡	效率、成本、服务与收益的均衡
服务对象	企业或组织体内部的生产或销售部门	企业或组织体外部的顾客
功能定位	节约成本的“手段”与“策略”	扩大销售、增加利润的“战略”

(1) 传统物流虽然也认为物流活动领域包括原材料供应物流、生产物流、销售物流、退货与废弃物物流,但是更强调销售物流与生产物流;现代物流则进一步强化了“大物流”的理念。

(2) 传统物流强调物流是由运输、储存、包装、装卸、流通加工、配送、信息等要素构成的

系统,因此,谋求物流构成要素的系统最佳是传统物流管理追求的重要目标;现代物流不仅强调物流系统本身的最佳,更强调物流系统与生产、销售等整个经营系统的协调与最佳。

(3)传统物流认为物流是“内部事务”,只对组织体内部产生影响,其服务对象是企业或组织体内部的生产或销售部门;现代物流则认为物流是“外部事务”,其服务对象是企业或组织体外部的顾客,从而把满足顾客对物流的服务需求作为组织物流的首要目标。

(4)传统物流强调的是效率与成本观念,认为物流只是提高效率、节约成本的手段,因此,物流成本最小化是组织传统物流的重要目标甚至是唯一目标;现代物流强调的则是效率、成本、服务与收益的均衡,物流成本最小化不是组织物流的重要目标。

(5)传统物流认为物流是企业或组织体的“后勤”,即从属于生产与销售,是后发的,从而是成本支出项目,因此,如何组织物流是节约成本的“手段”与“策略”;现代物流则认为物流是企业或组织体的“先锋”,是决定生产与销售的价值创造事业,因此,如何组织物流不仅是节约成本的“手段”与“策略”,更是扩大销售、增加利润的“战略”。

四、物流的分类

物流概念虽然产生于20世纪初,至今也不过百年的历史,但是,作为企业与国民经济重要组成部分的物流活动却是与人类共生的。以“物的流动”为本质特征的物流活动存在于各个领域,具有不同的表现形式,也有不同的种类与层次。因此,为了全面地认识物流,有必要对存在于各个领域的不同层次、不同表现形式的物流进行分类,这也是进行物流研究的基本前提。通常可以按以下5种分类方法进行分类,见表1.2。

表 1.2 物流的种类

分类标准	物流的种类
空间范围	国际物流、国内物流、区域物流、城市物流、企业物流
物流主体	制造商物流、中间商物流、专业化物流、消费者物流
物流业种	铁路物流、公路物流、航运物流、航空物流、邮政物流
物流阶段	供应物流、生产物流、销售物流、退货物流、回收物物流、废弃物物流
物流客体	生产资料物流、消费品物流、散装货物流、包装货物流
其他	宏观物流、中观物流、微观物流

1. 按空间范围分类

按物流活动的空间范围,可将物流划分为国际物流、国内物流、区域物流、城市物流、企业物流等。国际物流是指跨越国境的物流,即国与国之间的物流;国内物流是指发生在一国之内的物流,是存在于一国国民经济各个领域的物流;区域物流是指在一国之内的某一地理区域内所发生的物流,如东北区域物流、长江三角洲区域物流、珠江三角洲区域物流、沿海区域物流、内陆区域物流、东部或西部物流等;城市物流是指在一个城市之内所发生的物流,如上海市物流、北京市物流、大连市物流等;企业物流是指发生在一个企业内部或者由企业组织的物流。

2. 按物流主体分类

按物流活动的实施主体,可将物流划分为制造商物流、中间商物流、专业化物流、消费者物流等。制造商物流是指制造企业实施的物流,也称生产企业物流;中间商物流是指由批发商或零售商组织实施的物流,也称流通企业物流;专业化物流是指由专业化物流组织或企业实施的物流,也称第三方物流或第四方物流;消费者物流是指发生在消费者与消费者之间、消费者与生产或流通企业之间的物流,如消费者因搬家或邮寄包裹而发生的物流,以及消费者因退货或废旧物资的回收利用而发生的物流等。

3. 按物流业种分类

按专业化物流事业者的行业不同,如铁路运输行业、公路运输行业、水上运输行业等,可将物流划分为铁路物流、公路物流、航运物流、航空物流、邮政物流等。

4. 按物流阶段分类

按物流在生产经营过程中所处的阶段不同,可将物流划分为供应物流、生产物流、销售物流、退货物流、回收物物流、废弃物物流等。供应物流(Supply Logistics),是指企业采购的原材料、零部件由供应商到厂内的物流;生产物流(Production Logistics),是指企业采购的原材料、零部件,以及企业生产的半成品、成品在企业内部的物流;销售物流(Distribution Logistics)是指企业将生产的产品由厂内(仓库或物流中心等)到需求者(用户)的物流;退货物流(Rejection Logistics)是指因退货而产生的物流;回收物物流(Returned Logistics)是指企业在生产经营过程中产生的包装容器或包装材料的物流;废弃物物流(Waste Material Logistics),是指企业在生产经营过程中产生的废弃物的物流。

5. 按物流客体分类

按物流的对象物,即物品不同,可将物流划分为生产资料物流、消费品物流、散装货物流、包装货物流等。根据需要也可做进一步的分类,如将生产资料物流进一步划分为金属材料物流、机电产品物流、化工产品物流、危险品物流等;将消费品物流进一步划分为加工食品物流、生鲜食品物流、纺织品物流、家电产品物流等。

此外,出于研究与实践的需要,有时也从宏观、中观与微观的角度对物流进行分类,从而将物流划分为宏观物流、中观物流与微观物流。宏观物流主要是指国际物流与国民经济物流;中观物流主要指区域物流与城市物流;微观物流一般指企业物流或法人组织物流。

五、物流的构成要素

由前述定义可知,物流是由各种要素构成的系统,这些要素可分为两大类:一类是基础要素;另一类是活动(功能)要素。

1. 基础要素

基础要素是维系物流活动得以运行的基本条件,没有这些基本条件,物流就无法发生,也无法运行。这些基础要素就是与物流活动有关的“人、财、物”三要素。

(1) “人”的要素。

“人”的要素是指与物流活动相关的人力资源,包括物流作业人员与物流管理人员。

物流活动的开展首先要有一定的物流人力资源作为保障,物流人力资源的状况决定着物流活动效率的高低。

(2)“财”的要素。

“财”的要素是指与物流活动相关的资金。物流活动的开展需要相应的资金投入,因此,一定的资金投入是物流活动得以正常运行的必要条件。

(3)“物”的要素。

“物”的要素是指与物流活动相关的设施、设备与工具。例如,运输、储存、包装、装卸设施、设备与工具等都是开展物流作业活动的必要条件。

2. 活动(功能)要素

活动(功能)要素是指与物流有关的各种作业活动(功能),包括运输、储存、包装、装卸、流通加工、配送、信息等。

(1)运输。

运输是利用设备或工具,在不同地域范围内(如两个城市、两个工厂之间),完成以改变人和物的空间位移为目的的物流活动。运输是物流的主要功能之一,也是物流的基本活动要素。物流是物品实体的物理性运动,这种运动不但改变了物品的时间状态,也改变了物品的空间状态。运输承担了改变物品空间状态的主要任务,是改变物品空间状态的主要手段;运输再配以搬运、配送等活动,就能圆满完成改变空间状态的全部任务。

(2)储存。

储存即对物品(商品、货物、零部件等)的保存与管理,具体来说,是在保证物品的品质和数量的前提下,依据一定的管理规则,在一定期间内把物品存放在一定的场所的活动。在物流系统中,储存起着缓冲、调节和平衡的作用,是物流的一个中心环节。

(3)包装。

包装是物流系统的构成要素之一,是指在物流过程中保护产品、方便储运、促进销售,按一定技术方法采用容器、材料及辅助物等的总体名称;也指为了达到上述目的而采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动。简言之,包装是包装物及包装操作的总称。在现代物流中,包装与物流的关系,比其与生产的关系要密切得多,其作为物流始点的意义比作为生产终点的意义要大得多。

(4)装卸。

装卸是指随物品运输和保管而附带发生的作业。具体来说,它是指在物流过程中对物品进行装运卸货、搬运移送、堆垛拆垛、旋转取出、分拣配货等作业活动。装卸是物流系统的一个重要构成要素。运输能产生空间上的效用,储存能产生时间上的效用,而装卸本身并不产生新的效用和价值。但是,装卸作业质量的好坏和效率的高低不仅影响物流成本,还与物品在装卸过程中的损坏、污染等造成的损失成本及保护物品的包装成本相关,并与是否能及时满足顾客的服务要求相关联。

(5)流通加工。

流通加工是指在流通阶段进行的以改变商品的物理化学性能为目的的简单加工、

组装、再包装、按订单做的调整等作业活动。比如,遵照顾客的订单要求,将食肉、鲜鱼分割或把量分得小一些,家具的喷涂、调整,家用电器的组装,衣料布品陈列前的挂牌、上架,礼品的拼装等。简言之,在流通过程中辅助性的加工活动都称为流通加工。

(6) 配送。

在国家标准《物流术语》中,配送的定义为:在经济合理区域范围内,根据用户要求,对物品进行拣选、加工、包装、分割、组配等作业,并按时送达指定地点的物流活动。配送处于现代物流的末端,是现代物流的一个重要构成要素,并且在企业的物流系统中占有重要地位。配送的实质是送货,但不是简单的送货。从配送的实施过程上看,配送包括两个方面的活动:“配”是对货物进行集中、拣选、包装、加工、组配、配备和配置;“送”是以各种不同的方式将货物送达指定地点或用户手中。可见,现代意义上的配送不同于一般性的运送或运输,是建立在备货和配货基础上的满足客户灵活需要的送货活动,是一种以社会分工为基础的、综合的、现代化的送货活动。

(7) 信息。

信息是能反映事物内在本质的外在表现,如图像、声音、文件、语言等,是事物内容、形式和发展变化的反映。物流信息就是物流活动的内容、形式、过程及发展变化的反映。物流信息是物流活动的前提,也是物流管理的基础,只有掌握信息,才能进行有效的物流活动。因此,物流信息是重要的物流活动要素。

第二节 物流的地位与作用

一、物流与企业经营

1. 企业经营

企业经营既是一个价值创造过程,也是一个开发并满足顾客需求的过程。这个过程地完成体现为企业将自己的产品或服务最终提供给消费者,消费者通过对企业提供的产品或服务的消费,而获得满足。如果企业从 A 企业获得的满足优于或大于从 B 企业获得的满足,那么企业 A 可以在竞争中战胜企业 B。但是,企业的价值创造过程是由生产、营销、物流 3 个过程共同构成的,如图 1.1 所示。

物流过程的输出(成果)是向顾客提供物流服务,即通过从原材料的采购供应到产品到达消费者手中的整个物流过程的统一管理,使顾客最经济地获得所需要的商品。

无论是生产过程还是营销与物流过程都要投入一定的资源,从而形成企业的生产成本、营销成本与物流成本,除此之外,企业还要投入其他基础费用,这些成本与费用共同构成企业的经营总成本。企业的目的就是顾客对上述 3 个过程成果的认知、评价和回报,以补偿企业的投入并获得剩余。企业能否获得补偿与剩余,主要取决于顾客对上述 3 项服务是否满意。

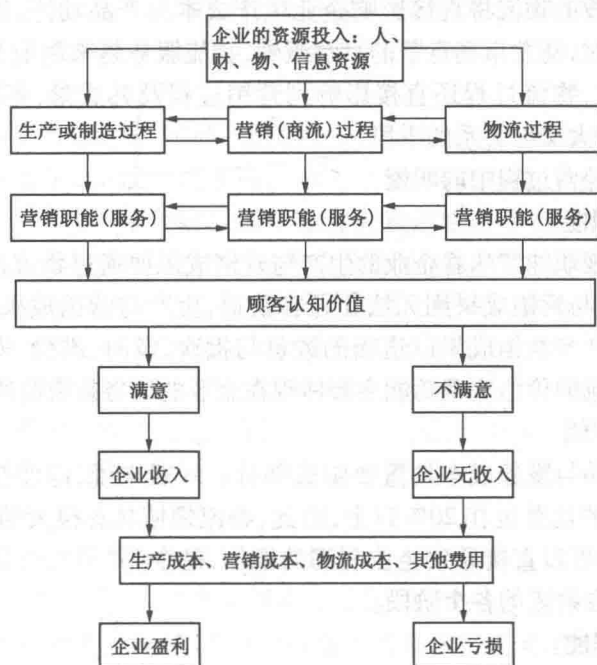


图 1.1 企业的价值创造过程(顾客满足的创造过程)

首先,顾客根据以往的经验或企业的宣传信息、销售人员的说明及其他方面的信息,对企业提供产品的功能形成预期,并对预期与实际进行比较,如果实际功能不低于预期功能顾客就满意,否则,顾客就不满意。如果顾客对生产过程的成果评价不满意,不论提供怎样的营销与物流服务,顾客都不会购买企业的产品,从而使企业投入的所有资源(成本)都无法得到补偿(无收入),更无法获得利润。

然而,顾客对生产成果的认知评价,往往是通过营销过程的认知评价来进行的,也就是说,如何向顾客表现、说明、宣传产品的功能与价格,将直接影响到顾客对生产成果的认知与评价,即使生产成果在客观上是可以使顾客满意的,但是,如果不能进行有效而令顾客满意的营销活动,顾客也不会对生产成果满意,从而也不会购买企业的产品,企业也不会获得收入与利润。不仅如此,营销过程是否有效并令顾客满意还直接影响到顾客与企业长期而稳定的交易关系的形成。显然,顾客对企业的营销过程满意,不仅可以持续进行交易,而且会扩大交易量,从而增加企业获利的可能性。

顾客对生产过程与营销过程的满意,并不是顾客对企业的最终评价或最终满意。顾客即使对生产成果与营销成果满意,也并不意味着顾客最终满意。因为如何使得生产成果(产品功能)与营销成果(价格、销售方式等)在顾客期望的时间、地点、批量且安全、准确、经济地变成顾客的实际可得,还要取决于有效的物流服务。如果企业不能将生产成果与营销成果以适当的数量与批次,及时、准确、安全、经济地送达顾客期望的场所,那么顾客就不会满意,从而顾客就不会购买企业的产品或服务,企业也不会获得利润。不仅如此,由于物流过程不限于销售物流阶段,而涉及供应、生产、销售、退货等各个阶段,特

别是供应与生产阶段的物流将直接影响企业生产成本与产品功能,因此,物流过程甚至决定生产过程。同时,随着市场竞争的日益激烈,物流服务越来越成为顾客评价、选择企业的重要标准,因此,物流过程还直接影响到营销过程及其成果,不仅是促进销售的手段,而且是稳定与扩大交易关系的手段。

2. 物流在企业经营过程中的职能

(1) 价值实现职能。

物流的价值实现职能意味着企业的生产与营销成果要通过物流过程来实现,没有有效的物流过程,生产与营销成果则无法让顾客获得,生产与营销成果为零,甚至为负值。有效物流是指将生产与营销成果以适当的数量与批次,及时、准确、安全、经济地送达顾客期望的地点。物流的价值实现功能主要体现在企业的销售物流阶段。

(2) 成本节约职能。

物流成本是产品与服务成本的重要组成部分。一般来说,即使在发达国家,物流成本占产品最终价格的比重也在 20% 以上,因此,物流领域具有很大的降低成本空间与潜力,物流成本的节约可以直接导致企业利润的增加,是企业“第三个利润来源”。物流成本节约的职能体现在物流的各个阶段。

(3) 销售促进职能。

随着市场竞争的日益激烈,企业的销售业绩不仅取决于产品、价格、营销渠道与营销方式,更取决于企业向顾客提供的物流服务,即取决于企业向顾客提供的可得性。顾客越来越重视企业的物流服务,物流成为顾客选择企业、维持交易关系的重要条件,也是企业扩大销售的重要手段。物流的销售促进职能主要体现在销售物流阶段。

(4) 竞争战略职能。

在经济全球化、快速化以及消费需求多样化的今天,企业面临范围更大、速度更快、种类更多的生产要素组合与产品组合。特别是一些大型企业或跨国公司,不仅产品与服务的销售范围是全球化的,生产或原材料供应也是全球化的,这就要求企业必须在更大的范围内组织供应、生产、销售等阶段的物流,以获得产品、价格、服务等竞争优势,因此,物流已不仅仅是实现价值、降低成本、促进销售的手段,而且直接决定产品、价格与销售,从而直接参与价值创造过程,是决定企业经营成败的战略问题。物流的战略职能体现在物流的各个阶段。

二、物流与国民经济发展

1. 物流与国民经济

一般认为,物流需求是国民经济的派生需求,既随着国民经济的增长而增长,也随着国民经济的负增长而萧条,与国民经济发展具有很高的相关度。此外,物流规模与发展速度也直接制约着国民经济的发展速度。这一结论得到了国内外经济发展实践的充分证明。我国在 20 世纪 80 年代,物流业,特别是运输业制约国民经济发展的事实更为明显。

物流对国民经济的影响与作用包括两个方面:一是外部经济的,即对国民经济发展的正面影响或积极影响,具体体现在物流规模、速度、效率与质量,直接影响甚至决定国

民经济发展的规模、速度、效率与质量;二是外部不经济的,即对国民经济发展的负面影响或消极影响,具体体现在物流所产生的交通拥挤、噪声等环境污染。

2. 商品价格构成与物流成本

所谓物流成本是指为组织、实施、管理物流活动所发生的各种费用及其物资消耗的货币表现。由于物流活动不仅存在于商品销售领域,而且存在于原材料的采购、生产制造领域,因此,在生产经营的各个阶段都存在着大量的物流活动,消耗大量的物流资源,形成规模可观的物流成本,从而使物流成本成为影响商品价格高低的重要因素。当然,商品不同,其物流活动的规模与难易程度也不同,进而所消耗的物流资源、生产的物流成本也不同,但是,从总体上看,物流成本无疑是商品价格构成的重要组成部分。根据有关研究成果,假设商品的零售价格为100元,那么,制造成本(包括厂商的平均毛利)大约为50元,流通过费用(包括中间商的平均毛利)大约为50元,其中,物流费用为20~30元。也就是说,在商品的零售价格中,有20%~30%为物流成本。显然,不论对经营者,还是对消费者来说,物流成本都具有重要意义。

从整个社会来看,物流成本也是国民经济总成本的重要组成部分,进而对国民经济运行绩效产生重大影响。当然,经济发展水平不同,物流成本占国内总产值的比重也不同。一般来说,经济发展水平越高,全社会的物流管理水平也就越高且越有效率,全社会的物流成本占GDP(国内生产总值)的比重也就越低,从而意味着物流活动所消费的资源也就越节约,国民经济运行绩效也就越高;反之亦然。从世界范围来看,不同国家的物流成本占GDP的比重不尽相同,即发达国家的物流成本占GDP的比重低于发展中国家的物流成本占GDP的比重;同一国家或地区在不同时期,其物流成本占GDP的比重也不同,即随着经济发展水平的提高,物流成本占GDP的比重不断降低。

3. 物流与居民生活

物流不仅对企业经营与国民经济发展具有重要作用,对居民生活质量的提高也具有重要贡献。物流技术水平的提高和物流方式的创新,大大降低了消费者的成本负担,增加了消费者的福利;还极大地满足了消费者准时、便利的物流需求,从而提高了消费者的生活质量。例如,低温冷藏物流系统,以及快速、安全、方便的配送体系,不仅保证了商品的新鲜度与质量,而且大大节约了消费者的时间,方便了消费者的生活,成为现代消费不可或缺的生活内容。

4. 物流与外部不经济

随着物流规模的扩大,物流服务水平的提高,特别是准时、快捷式物流方式的普及,物流对交通、环境等的负面影响日益增大,不仅是经济上的黑暗大陆,而且是环境上的黑暗大陆。人们不仅十分关注物流的经济功能,更关心物流的环境效应。因此,重视物流,改善物流,不仅是出于经营与经济方面的考虑,更是出于环境保护与可持续发展的需要。许多国家分别从环境保护与可持续发展的高度来关注物流、发展物流,认为物流领域在缓解交通拥挤、减少污染、改善与保护环境方面具有巨大的潜力。物流对环境的外部不经济影响主要体现在以下几个方面:

(1)交通拥挤。物流的发展,特别是公路物流的发展,对城市交通的压力越来越大,道路堵塞、拥挤、事故频发等,成为困扰世界各国的主要难题。