

YINGXIAO GUANLICAODIAN XILIE

实操套路 实例释疑 实战应用

广东经济出版社

5



兰新企管智力库

LANXIN QIGUAN ZHILIKU

营销管理操典系列

■ 陈利秋 李培亮 著

物流管理 操典

每一个经营中的难题
都有一个对应的锦囊
原来就这么简单



5



兰新企智智库

营销管理操典系列

陈利秋 李培亮 著

物流管理 操典

陈丕积

(李倩茹)

彭玉皓

(陈利秋)

王秀芝

(F)

【菰 张男

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

物流管理操典/陈利秋, 李培亮著. —广州: 广东经济出版社, 2002.4

(营销管理操典系列)

ISBN 7-80677-132-8

I. 物… II. ①陈…②李… III. 企业管理—物流—物资管理 IV. F273.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 016092 号

出版	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
发行	广东经济出版社
经销	广东新华发行集团股份有限公司
印刷	广东惠阳印刷厂 (惠州市南坛西路 17 号)
开本	889 毫米×1194 毫米 1/32
印张	15.25 2 插页
字数	278 000 字
版次	2002 年 4 月第 1 版
印次	2002 年 4 月第 1 次
印数	1~6 000 册
书号	ISBN 7-80677-132-8 / F·639
定价	32.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

销售热线: 发行部 [020] 83794694 83790316 邮政编码: 510100

(发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号)

网址: www.sun-book.com

• 版权所有 翻印必究 •

一个向导，一个工具，一个超越

(总序)

随着市场经济条件的日益成熟，以及中国加入WTO面临国际间的挑战，企业越来越渴求管理与市场营销的实际指导方法，以求在激烈的市场竞争中生存并发展。

在改革开放之初，暨南大学商学系就在全中国率先开设市场营销课程，并创办了市场营销专业。这些年来，我们为中国及世界数十个国家和地区输送了大量的市场营销和企业管理人才，还为港澳及内地企业开展了多种形式的培训和营销策划服务。但是市场发展对营销人才的需求一直保持旺盛的势头，营销人才供不应求。许多正在企业一线从事市场营销的人员没有学过市场营销，他们虽然在实践中摸索了一些方法，但更希望掌握比较全面的营销理论知识和实操技能。我们接待过很多热心营销知识的企业人员，他们总是提出一个相同的问题：

“我们需要市场营销知识，但又没有多少时间来慢慢学习，书店里关于营销理论的书籍不少，这些内容精深的

大部头使我们无从下手，能不能给指出一条捷径，让我们很快学上几招。”

现在市面上的营销书籍确实很多，我们不可否认“书山有路勤为径，学海无涯苦作舟”。知识需要逐步的积累，系统的理论教科书是不可缺少的。但企业读者的情况特殊，让他们在繁忙之中抽出大量时间在书堆里寻觅，那确实不是容易的事。另外，国内外营销理论在不断发展，要企业读者像学者一样跟踪理论前沿，则更是难事。面对企业读者的需求，市场营销专业的理论研究者 and 教学工作者应负起责任。基于这一点，我们组织专业人员编撰了这一套书。

这一辑我们选择了目前企业经理和营销人员最关注的一些问题，内容包括供应链运作、物流管理、服务营销、关系营销、品牌营销、小企业经营、新产品开发定位包装和销售、客户服务与管理艺术、促销战术、营销业绩评估、业务员操作等主题。

根据企业读者时间宝贵的特点，在编写这套书时，我们力图吸收国内外最新实践经验与研究成果，遵循简捷性、实用性、操作性的原则，实现本套书的特色：

第一，以简捷的方案提纲挈领地介绍市场营销专业理论，奉献给读者浓缩的理论精华；

第二，不求面面俱到，“你有我有全都有”，不是满汉全席，而是知识快餐，侧重热点和要点问题；

第三，重点介绍具体的、实用的营销策略和操作技巧；

第四，采用图表、要点介绍、操作程序、案例分析等编排技巧，直接供读者查用；

第五，强调可读性，以活泼的编写模式和简洁的文字表述，让读者能轻松愉快地阅读。

编辑这套丛书，需要有创意，有特色，具有实用性和可操作性。这是一个挑战，我们希望在挑战中获得成功。读者可根据自己的兴趣，选择有关书籍。今后，我们将继续依靠暨南大学、广东外语外贸大学、中山大学、华南理工大学、广东商学院、广州经济管理干部学院、武汉大学等大学的一批专业人士和负责企业经营的经理与总经理的支持，根据学科和实践发展的特点，选取企业界关注的热点问题，尽快由广东经济出版社向读者推出管理类、经济类的读物。敬请读者给我们反馈信息，提出宝贵意见。我们希望这些书能被接受，成为你经营的一个向导，管理的一个工具，并帮助你的事业成功地跨越。

傅云新 范兰德

2002年2月2日于暨南大学管理学院

Jnu marketing @ 263.net

前 言

- 为何企业的“物流”总是成为企业成本消耗的主要组成部分？
- 为何企业的“物流”管理运作不能使企业获得所应该获取的“第三方利润”？
- 企业的物流操作为什么成为企业资金消耗最大的“黑箱”？
- 如何实现通过企业的整体性物流操作来获得成本的降低与流程的优化？
- 企业的物流业务是自己操作还是外包对企业比较有利，如何抉择？
- 企业的物流业务是怎样成为企业经营上的“瓶颈”限制，应如何突破这种限制？

以上的一切的一切，都是现今作为企业物流管理者感到困惑的问题。解决上述问题的方法，可能有些已经在实践中略有所得；但是如何建立对企业物流操作的整体性、一体化的管理，达到内外物流操作一体化、同步

化、及时化，实现对企业物流的关键环节采购、生产、库存、销售物流功能的改善，通过对企业内外物流资源统一规划的手段，以信息流来实现对企业物流全过程的监控，达到准时化的物流操作，可能就是上述问题得到解决的秘诀窍门。本书就是基于这种思考而产生的。书中分章对企业物流中的调达采购、仓储、生产、销售物流以及对物流辅助环节如包装、流通加工、运输等的物流操作从整体流程最优化的角度进行了分别的讲述，着重于对具体操作要点的分析和案例讨论，希望能对上述物流问题的解决起到一种指示器作用。

物流由于其企业经营流程中所占的比重之大、环节之多、涉及的部门之广，当其管理不到位或不成功之时，往往成为企业经营中盲点，给企业的经营拓展和市场开拓造成诸多的不便，甚至成为其主要阻碍因素之一。而我国企业由于长期以来的“重生产、轻流通”的传统观念作祟，往往对物流运作并不重视，从而使得我国的物流操作能力水平低下、成本上升，功能单一，而不像物流业发达的美国或日本那样，物流一早已经被提上企业的改善议程，企业对于物流应该如何操作才能更为有效、更为快捷已经早已了然于胸。而随着我国入世，大量的外资企业必然因受到我国市场广大、消费阶层众多、经济发展迅速的诸如此类因素的吸引，而大批进入中国市场。若我国企业仍然不因势而变，早一步进行对物流操作的科学化、及时化改善，必然会因其落后

的物流能力而受到有着先进物流能力的外资企业的排挤，不仅原有的市场可能保不住，而且可能会因实力有限而被排除出世界经济圈外。

所以，对于我国企业来讲，现在已经到了必须改进物流操作的关键时期，谁快人一步，谁就会获得商机，还会因其改善了的物流能力，逐渐地增强其自身的经营实力，获得与外资企业一较高下的资格。

目 录

前言	(1)
1 企业的“第三利润源泉”——物流	(1)
1.1 反思企业的物流观念	(4)
□ 物流是什么	(4)
□ 现代物流的介绍	(7)
□ 物流一体化是什么	(11)
1.2 物流活动的构成要素	(15)
1.3 检查一下你的物流管理观念	(16)
□ 物流管理概述	(16)
□ 物流管理的内容	(17)
□ 传统物流管理观与现代物流管理观的 比较	(18)
□ 物流管理的核心：降低成本、提高服务水 平、创造顾客价值	(20)
□ 物流管理的发展新趋势	(21)

1.4 正确的物流观念是物流管理成功的前提	
条件·····	(22)
1.5 本章精要·····	(23)
2 成功物流管理的关键·····	(25)
2.1 科学合理的物流系统设计·····	(26)
□ 物流系统定位·····	(26)
□ 物流系统设计的理论·····	(30)
□ 物流系统设计的分析·····	(38)
2.2 先进的物流工具的支撑·····	(43)
□ 物流工具概述·····	(43)
□ 仓储物流工具·····	(44)
□ 物流配送自动化工具·····	(47)
□ 物流标准化工具·····	(50)
□ 先进的物流管理工具·····	(63)
2.3 物流信息的系统管理·····	(67)
□ 内部事务处理信息管理·····	(68)
□ 外部物流业务的信息管理·····	(76)
□ 相应环节的信息功能连接管理·····	(82)
2.4 高度专业化的物流管理人才·····	(84)
□ 对物流基层管理人员的要求·····	(84)
□ 对物流高层管理人员的专业化要求·····	(87)
2.5 本章精要·····	(90)
3 物流管理的基本内容·····	(93)

3.1 物流管理系统概略	(94)
□ 数据实时采集	(96)
□ 实时数据交换	(99)
□ EDI 电子数据交换技术	(100)
□ 分布式数据库管理	(103)
□ 系统集成	(105)
3.2 物流管理基本原理	(107)
□ 物流管理的成本降低原理	(108)
□ 物流管理的规模效益原理	(111)
□ 物流管理的协助运作效应原理	(113)
3.3 物流管理的内外部分工	(117)
□ 企业内调达物流管理	(117)
□ 企业内仓储物流管理	(118)
□ 企业内生产物流管理	(119)
□ 企业外销售物流管理	(120)
□ 企业外回收物流与废弃物物流	(127)
3.4 本章精要	(129)
4 物流管理的准备工作	(131)
4.1 物资、半成品、产品的编码标准化	(132)
□ 编码原则	(134)
□ 标准化与流转性要求	(137)
□ 系统管理原则	(138)
4.2 物流信息流程再造	(141)

□ 物流信息流程分析	(142)
□ 物流信息的管理要求	(145)
□ 物流信息流程的再设计	(147)
4.3 物流客户的关系管理	(152)
□ 什么是客户关系管理	(152)
□ 物流客户的关系管理操作要点分析	(155)
□ 如何有效地进行物流客户关系管理	(158)
4.4 本章精要	(161)
5 企业内调达物流的管理	(163)
5.1 企业内调达物流介绍	(164)
□ 调达物流的构成	(164)
□ 企业采购内控	(166)
□ 企业采购物流的操作分析	(170)
5.2 企业内调达物流管理的要求	(172)
□ 快转要求——消除滞流现象	(172)
□ 单品管理与 ABC 分类管理要求	(175)
□ 成本要求——活用招标与比价法	(179)
5.3 企业内调达物流管理的操作要点	(184)
□ 运用价值工程分析需求, 制订细分化的 物料采购计划	(184)
□ 建立相应于 JIT (及时工作制) 的订货 运作——准时制采购	(191)

□ 汇总企业采购任务, 进行集中式的采购管理	(198)
5.4 本章精要	(208)
6 对物流辅助环节的管理	(210)
6.1 包装	(211)
□ 包装综述	(211)
□ 包装管理决策要点	(214)
□ 改进包装应注意的问题	(216)
□ 包装费用管理	(221)
6.2 搬运	(224)
□ 搬运的管理	(224)
□ 搬运机械的使用	(228)
□ 搬运合理化	(229)
□ 搬运基本用语一览表	(231)
6.3 流通加工	(233)
□ 流通加工概述	(234)
□ 流通加工的管理要点	(234)
□ 流通加工合理化	(236)
6.4 运输管理	(239)
□ 运输管理概述	(239)
□ 运输管理合理化	(248)
□ 运输的管理要点	(249)

6.5 本章精要	(251)
7 企业仓储物流的管理	(253)
7.1 企业仓储物流的介绍	(254)
□ 仓储物流概述	(254)
□ 仓储工具简介	(263)
□ 仓储物流管理的操作	(264)
7.2 企业仓储物流战略的选择	(274)
□ 选择自营还是外包	(279)
□ 选择物流配送型仓库还是存储保管型 仓库物流	(282)
□ 选择公共仓库还是合同仓库	(284)
7.3 企业仓储作业的具体要求	(287)
□ 方便出入库操作的要求	(287)
□ 起动仓库作业的要求	(291)
□ 进行严格的库存控制的要求	(295)
7.4 企业仓储物流管理的操作要点	(298)
□ 分区储存、分类管理	(298)
□ 以需求信息来拉动物流：适度库存、 管好订货点	(299)
□ 规范实物流转、价值流转，建立健全 存货控制制度	(304)
□ 实施多级、多点、多方管理的库存 控制	(309)

7.5 本章精要	(311)
8 企业生产物流的管理	(313)
8.1 企业生产物流的介绍	(314)
□ 生产物流的构成	(315)
□ 规划生产物流	(316)
8.2 企业生产物流管理的要求	(316)
□ 规范物料管理, 优化生产过程, 严格库存 管理	(317)
□ 合理设置对生产物流作业的全过程控制	(319)
□ 在制品的管理要求	(323)
□ 以信息流来监控生产物流运行的管理 要求	(327)
8.3 企业生产物流的操作要点	(329)
□ 根据订单制订生产计划, 带动生产 物流配置	(329)
□ 建立 JIT 及时制生产体系, 控制产品的 产出速度	(332)
□ 实现定置管理, 提高生产物流有效性 ...	(339)
□ 制定完善的生产计划, 实现精益生产 ...	(344)
□ 构建全面的生产信息系统——ERP 资源 计划	(348)
8.4 本章精要	(359)

9 企业外部销售物流的管理	(361)
9.1 企业销售物流配送概述	(362)
□ 销售物流配送的一般流程及要素	(362)
□ 销售物流配送的一般流程概介	(365)
9.2 实现销售配送合理化的操作要求	(369)
□ 不合理配送的表现形式	(369)
□ 销售配送合理化	(372)
□ 实现配送合理化的方法	(378)
9.3 销售物流策略与物流配送中心模式的 选择	(381)
□ 销售配送物流策略的选择	(381)
□ 配送中心的特色功能选择	(383)
9.4 销售配送物流管理的操作要点	(386)
□ 改进配送中心的工作	(386)
□ 实现对销售物流的“单品管理”	(388)
□ 对销售物流进行全过程的信息管理	(394)
9.5 本章精要	(396)
10 物流财务管理	(399)
10.1 企业物流财务管理的基本原理	(400)
□ 企业物流财务管理的性质和作用	(400)
□ 企业物流财务管理的基本环节	(403)
□ 企业物流财务管理的方法	(404)
□ 企业物流财务管理绩效的评价	(412)