

工商管理、市场营销本科系列教材



现代物流管理

Xiandai Wuli Guanli

主 编 夏文汇



重庆大学出版社

工商管理、市场营销本科系列教材

1 管理学	31 项目管理	37 消费者行为学
2 微观经济学	32 会计电算化	38 国际市场营销学
3 宏观经济学	33 生产与运作管理	39 销售管理
4 管理信息系统	34 企业战略管理	40 电子商务
5 统计学教程	35 质量管理学	41 广告策划与管理
6 会计学基础	36 生产过程管理	42 国际商法
7 社会经济统计学原理		43 服务营销学
8 财务管理学		44 商品学概论
9 市场营销学		45 营销心理学
10 经济法		
11 人力资源管理		
12 现代物流管理		
13 市场调查与预测		
14 货币银行学		
15 组织行为学		
16 运筹学		
17 商务谈判		
18 技术经济学		
19 公共关系学		
20 国际贸易		
21 国际金融		
22 财政与税收		
23 市场营销案例		
24 西方经济学		
25 微积分		
26 线性代数		
27 概率论与数理统计		
28 现代商务英语		
29 经济应用文写作		
30 企业管理概论		

责任编辑 马宁 王冰松

封面设计 杨古月 廖钰

ISBN 7-5624-2698-8



9 787562 426981 >

ISBN 7-5624-2698-8/F·269

定价: 26.00元

工商管理、市场营销本科系列教材

现代物流管理

主 编 夏文汇
副主编 张悟移 汪琳姝

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代物流管理/夏文汇主编. —重庆:重庆大学出版社,2002.9

工商管理、市场营销本科系列教材

ISBN 7-5624-2698-8

I. 现... II. 夏... III. 物流—物资管理—教材

IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 050895 号

现代物流管理

主 编 夏文汇

副主编 张梧移 汪琳殊

责任编辑:马 宁 王冰松 版式设计:马 宁

责任校对:廖应碧 责任印制:张永洋

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A 区)内

邮编:400044

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

自贡新华印刷厂印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:23 字数:412 千

2002 年 9 月第 1 版 2002 年 9 月第 1 次印刷

印数:1—5 000

ISBN 7-5624-2698-8/F·269 定价:26.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有 翻印必究

内 容 提 要

本书编写的指导思想是在立足于产、销、物一体化发展的基础上,全面、系统地分析、研究现代物流管理的理论、思想和方法,试图从新的视野重新审视物流管理的本质,并通过及时追踪国际、国内物流与供应链管理的发展动向,结合我国当前生产和流通领域的发展趋势,揭示当代物流管理的发展规律、特点和管理模式,立足于基本理论、基本知识和基本技能的教育,着眼于应用。本书的主要内容是:物流与物流管理概述;物流管理的演进与发展;第三方物流战略管理模式;现代物流市场经营战略管理;运输优化与物流链管理;保管、包装与装卸搬运系统;高位自动化仓库管理与配送;物流供应链管理;物流计划管理模式;物流中心的设置与运营管理;区域物流系统规划及运作;物流信息技术管理;物流费用与物流成本控制;物流质量管理及认证和全球物流组织与管理。全书共15章,每章后附有复习思考题和相应内容的案例分析。

本书作为普通高等院校工商管理、市场营销和管理类专业本科生的教科书,也可供成人高等教育学生、工商企业电子商务人员、物流管理人员、物资供销管理人员和相关专业人员自学、提高之用。

前言

当前,随着我国经济的高速增长,一方面在生产领域内的自动化、高效化以及大生产化的机制日臻完善;另一方面,随着生产的发展,人们经济收入上升,生活水平提高,消费能力增强,消费欲望旺盛的消费者也日益增加,可是将大量生产与大量消费连接起来的流通渠道却十分狭窄。因此,无法使流通在生产和消费之间发挥协调作用,甚至还会妨碍生产与消费的发展。正是由于大量生产与大量消费之间不协调,必然会在流通领域中引起革命。这场革命的目标,从量的方面来说,要在商品数量迅速增加的情况下,顺利地完流通过使命;而从质的方面来说,必须在满足顾客需求日益个性化的同时,向社会提供安全、可靠、迅速、低成本和高效率的流通方式。这就是物流产生的背景。

通过整体的有效控制和管理,以实现产品供应链全过程的价值和经营行为的规范化,真正建立起低成本、迅速、正确地对应消费者需求的经营机制。况且,流通构造的变化也引起了物流管理活动范围的飞跃性发展,即由于流通产业和生产系统的高度化发展,使得多频度、少量化配送成为物流活动变革的标志。另外,物流活动跨产业化、企业经营的全球化以及由于产品进出口扩大或全球化生产的普及引发了国际物流活动的飞跃性发展,所有这些都使得现代物流不仅仅是一种商品运输、保管的事务性活动,而是为了适应全球制造业的发展和社会生产的极大复杂化的需要,从生产经营实践中抽象出来,并提炼提高而成的一种新型生产、经营组织管理模式,是为了满足顾客的需求,对供应商、制造商、分销商、

最终用户之间的物质流、信息流、资金流进行有效控制与管理,以确保经营活动能有效、低成本进行的管理科学。本书所强调的物流管理是指对作为一个组织中整体市场经营战略重要组成部分的物流活动进行计划、组织、协调和控制的过程。

本书编写的指导思想是在立足于产、销、物一体化发展的基础上,全面、系统地分析、研究现代物流管理的理论、思想和方法,试图从新的视野重新审视物流管理的本质,并通过及时追踪国际、国内物流与供应链管理的发展动向,结合我国当前生产和流通领域的发展趋势,揭示当代物流管理的发展规律、特点和管理模式。具体来说,本书呈现的特点是:反映当前物流管理的最新发展趋势;力求突出理论与研究方法的统一;力求突出理论与研究与案例分析的结合;力求突出描述性研究与规范性研究相结合;立足于基本理论、基本知识和基本技能的教育,着眼于应用。

为便于广大读者学习,本书在体系的设置和内容的选取上,注意围绕主线,突出重点,兼顾整体,强调深入浅出,通俗易懂。本书作为普通高等院校工商管理、市场营销和管理学类专业本科生的教科书,也可供成人高等教育学生、工商企业电子商务人员、物流管理人员、物资供销管理人员和相关专业人员自学、提高之用。

2

全书编写大纲的设计、修改和统稿由主编夏文汇负责。副主编张悟移和汪琳妹协助主编高质量、高效率地完成了本书的编写任务和目标。本书编写的具体分工是:夏文汇编写第1,2,3,12,15章;张悟移编写第4,11,14章;汪琳妹编写第5,6,7章;蔡翔编写第8章;谢文德编写第9,13章;李云编写第10章;何开伦、蒋智毅两位老师参加第3章的编写。

本书编写大纲的审定得到了有关兄弟院校的专家、教授们的热情指导,提出了许多建设性意见,同时也得到了我国著名流通经济学家张声书教授的热情指教。在编写本书过程中,参考、吸收、运用了国内外众多学者的研究成果,并以参考文献的形式列于书后。总之,本书的编写和出版得到了重庆大学出版社、兄弟院校及工商实业界的大力支持和帮助,在此一并表示衷心感谢。

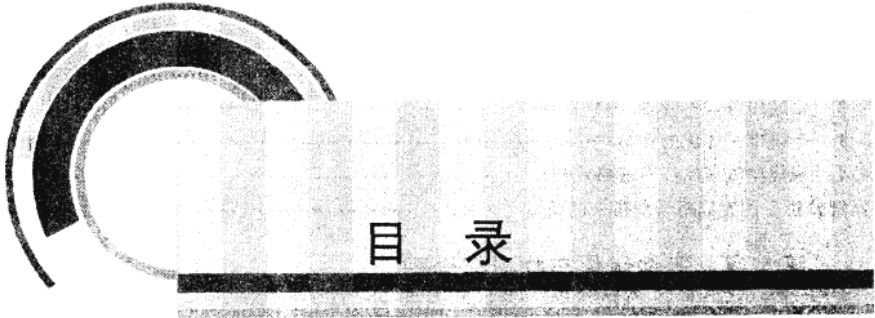
虽然完成了这本《现代物流管理》书稿,但我们清醒地意识到,如果没有具有强烈时代气息和全球电子商务时代及信息技术经济系统思想的指引,兄弟院校在学科、专业的建设和发展方面是不可能领悟到现代物流理论文献的科学真谛的。大家深深感到,物流理论研究的滞后已制约了流通经济改革与发展的进程,所以,这本《现代物流管理》也只不过起抛砖引玉的作用而已。在今后的研究工作中,我们真诚期望得到先辈们的严格指导和与学术界朋友们热情而愉快的合

作。

由于编者水平所限,书中不当之处在所难免,敬请广大读者批评指正,以便再版时更正。

夏文汇

2002年8月于重庆



目 录

第1章 物流与物流管理概述

1.1 物流的基本概念	1
1.2 物流与物流机能	9
1.3 物流系统与物流管理	15
1.4 现代物流管理组织创新	20
案例分析 物流的价值发现和物流科学的形成	25

第2章 物流管理的演进与发展

2.1 美国物流管理的发展历史	29
2.2 日本物流管理的发展历史	34
2.3 中国物流管理的发展历史	40
案例分析 物流管理与技术在我国研发、培训及应用	51

第3章 第三方物流战略管理模式

3.1 第三方物流的基本概念	53
3.2 物流战略研究与设计基础	57
3.3 物流战略构成与设计思路	63
3.4 货运与集散一体化战略	66
3.5 第三方物流战略管理	73
案例分析 第三方物流战略中物料自动化搬运技术的展望	81

第4章 现代物流市场经营战略管理

4.1 物流经营环境与经营战略	84
4.2 物流服务战略管理	90
4.3 产销物一体化的建造	101
4.4 现代物流市场经营战略管理	105
案例分析 物流战略管理带来的效益	111

第5章 运输优化与物流链管理

5.1 运输系统的特征	113
5.2 复合一贯制与集装箱运输	119
5.3 商品运输的优化模型	124
5.4 国际集装箱多式联运与物流链管理	131
案例分析 国际货代 全程服务	134

第6章 保管、包装与装卸搬运系统

6.1 保管方式	136
6.2 包装方式	139
6.3 装卸搬运系统	146
案例分析 为货主企业提供服务	152

第7章 高位自动化仓库管理

7.1 高位自动化仓库概述	154
7.2 高位自动化仓库的应用条件	158
7.3 高位自动化仓库管理技术	160
7.4 配送组织与管理	173
案例分析 立足仓储 发展配送	183

第8章 物流供应链管理

8.1 供应链概述	186
8.2 供应链管理的概念和内容	189
8.3 供应链系统的构建	193
8.4 供应链合作伙伴选择	195
案例分析 实施 mySAP 供应链管理 高露洁步步登高	199

第9章 物流计划管理模式

9.1 物料需求计划	202
9.2 准时生产方式	205
9.3 企业资源计划	213
案例分析 海尔“1流3网”物流计划管理模式	216

第10章 物流中心的设置与运营管理

10.1 物流中心的作用与类型	218
10.2 企业物流中心的设置与再建	223
10.3 物流中心内的合理化	233
案例分析 密歇根酒类分销物流中心的运营管理	238

第11章 区域物流系统规划及运作模式

11.1 区域物流系统规划概述	244
11.2 区域物流设施	251
11.3 货运枢纽站场规划及选址	257
11.4 区域物流链运营管理	261
案例分析 西部大开发中的物流园区建设	263

第12章 物流信息技术管理

12.1 物流信息的功能和特征	267
12.2 物流信息技术	269
12.3 电子自动订货系统(EOS)	274
12.4 销售时点信息系统(POS)	276
12.5 物流运输企业的信息管理系统	279
12.6 社会物流基础设施关联信息系统	284
案例分析 韩国SK公司发展的物流信息技术	286

第13章 物流费用与物流成本控制

13.1 物流费用及分类	288
13.2 传统物流成本与现代物流成本	291
13.3 现代物流成本控制的运作思路	293
13.4 物流成本控制的基本形态	297

13.5 物流成本控制的操作方法	301
案例分析 日本“学研社”开创利益型的物流事业	305

第14章 物流质量管理及认证

14.1 物流质量管理的理论与方法	308
14.2 物流质量认证	317
案例分析 TQM 和非 TQM 物流企业比较的启示	328

第15章 全球物流组织与管理

15.1 全球经济中的物流	332
15.2 全球物流的功能和基本活动	336
15.3 全球物流的特征	339
15.4 全球物流组织与管理	343
15.5 电子商务物流——21 世纪物流管理的发展方向	347
案例分析 全球物流中兴起的宅配服务业	352

参考文献



第 1 章 物流与物流管理概述

有人把物流理解为“物的流动”或“使物流动的方式”,从字面上看,确实可以这么理解。但是,“物流”是“物的流通”的缩略语,“物的流通”是从英语“physical distribution”翻译过来的,直截了当地说,物流是流通这一经济、经营功能的物理性侧面。

从宏、微观角度来看,物流在经济生活中,确实具有将商品从生产地流向消费地的作用。所以,物流就是经济三大领域(生产、流通和消费)中流通领域的物理性方面的总体概念,且具有重大经济功能。因此,不能单纯地认为物流只是“物的流动”,而应是“物理性的流通”。

1

1.1 物流的基本概念

物流是由“物”和“流”两个基本要素组成的,这两个基本要素以其独立形态存在时,有其一般性的解释,两者结合在一起之后,其解释便有了限定的含义,不再完全遵循原来的解释。

1.1.1 “物”的概念

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。这类物质资料可以有形的,也可以是无形的,有形的诸如钢材、水泥,无形的诸如天然气、煤气等,它包含了以固、液、气 3 种状态存在的全部可以进行物理性位移的物

质资料。物流中所指“物”的一个重要特点,是其必须可以发生物理性位移,而这一位移的参照系是地球。因此,固定的设施等,不是物流要研究的对象。有许多对“物”的狭义理解,或者仅是上述“物”之中的一部分,或者与上述“物”互相包含,都不能对物流中的“物”做出正确的、全面的概括。在此需明确有关“物”的几个概念:

1. 物资

物资在我国专指生产资料,有时也泛指全部物质资料,较多指工业品生产资料。其与物流中“物”的区别在于:“物资”中包含相当一部分不能发生物理性位移的生产资料,这一部分不属于物流学研究的范畴,例如建筑设施、土地等。另外,属于物流对象的各种生活资料,又不能包含在作为生产资料理解的“物资”概念之中。

2. 物料

物料是我国生产领域中的一个专门概念。生产企业习惯将最终产品之外的,在生产领域流转的一切材料(不论其来自生产资料还是生活资料)、燃料、零部件、半成品、外协件以及生产过程中必然产生的边、角、余料、废料及各种废物统称为“物料”。物料也具有可运动的性质,是物流学中“物”的一部分。所以说,2 在生产领域中物流学的“物”主要指的就是物料。

3. 货物

货物是我国交通运输领域中的一个专门概念。交通运输领域将其经营的对象分为两大类:一类是人;一类是物,除人之外,“物”的这一类统称为“货物”。很明显,既然是交通运输的经营对象,“货物”必须具有可运动的性质,是物流学中“物”的一部分。实际上,在交通运输领域中,物流学中的“物”就指的是货物。需要说明的一点是,在这一领域中,人作为一种物质实体,有时也属于物流学的研究对象,也包含在物流中的“物”的概念之中。

4. 商品

商品和物流学中的“物”的概念是互相包含的。商品中的一切可发生物理性位移的物质实体,也就是商品中凡具有可运动要素及物质实体要素的,都是物流研究的“物”。有一部分商品则不属于此。因此物流学中的“物”有可能是商品,也有可能是非商品。商品实体仅是物流中“物”的一部分。

5. 物品

物品是生产、办公、生活领域常用的一个概念,在生产领域中,一般指不参加生产过程,不进入产品实体,而仅在管理、行政、后勤、教育等领域使用的与生产相关的或有时完全无关的物质实体;在办公、生产领域则泛指与办公、生活消费

有关的所有物件。在这些领域中,物流学中所指的“物”,就是通常所称的“物品”。

总之,物流中所称的物,是物质资料世界中同时具备物质实体特点和可以进行物理性位移的那一部分物质资料。

1.1.2 “流”的概念

物流学中的“流”,指的是物理性运动。在运动的5种基本形式中,其中化学的、机械的、生物的、社会的运动现象都不包含在内。物流主要研究物理性运动,这种物理性运动也有其限定的含义,那就是以地球为参照系,相对于地球而发生的物理性运动,这种运动也称之为“位移”。很明显,诸如建筑物、未砍伐的森林、矿体等由于不会发生物理性运动,尽管其所有权会发生转移,也不在物流的研究范畴之中。只有当建筑物整体被移位或拆移,森林被砍伐成木材,矿体被开采出矿石,木材、矿石发生了物理性运动,才可归纳到物流的“流”之中。

“流”的范围可以是地理性的大范围。如在洲际、国际、全国、省际、市际甚至是星际之间,属中观、宏观甚至宇宙观的“流”,也可以是在同一地域、同一环境中的微观运动,小范围位移。不同领域的表现形式为:

3

1. 流通领域

物流的“流”,经常被人误解为“流通”。我国不少人是“以物资产流”来理解物流,从而发生概念性错误。日本在引进美国 physical distribution 初期,把“流”定名为“物的流通”,也是一种造词不当,以后才用“物流”两个字表示。

“流”的概念和“流通”概念既有联系又有区别。其联系在于,流通过程中,物的物理性位移常伴随交换而发生,这种物的物理性位移是最终实现流通不可缺少的物的转移过程。物流中“流”的一个重点领域是流通领域,不少人甚至只研究流通领域,因而干脆将“流”与“流通”混淆起来。

“流”和“流通”的区别,主要在两点:一是涵盖的领域,“流”不但涵盖流通领域也涵盖生产、生活等领域,凡是有物发生物理运动的领域,都是“流”的领域。而流通中的“流”从范畴来看只是全部“流”的一个局部;另一个区别是“流通”并不以其整体作为“流”的一部分,而是以其物理性运动的局部构成“流”的一部分。流通领域中商业活动中的交易、谈判、分配、结算等所谓“商流”活动和贯穿于之间的信息流等都不能纳入到物理性运动之中。

2. 生产领域

物流中的“流”可以理解为生产的“流程”。生产领域中的物料是按工艺流程的要求进行运动的,这个流程水平高低、合理与否对生产的成本和效益以及生产规模影响颇大,因而生产领域“流”的问题是非常重要的。这里需要指出的是,生产领域中“流程”概念也是很宽广的,例如,它不仅反映物流运动,也反映技术、装备的设备及衔接;还反映管理和调度等问题。因此,生产领域中物的“流”,仍只是“流程”的一个局部。

1.1.3 物流的概念

完全遵循了上述限定条件的“物”和“流”,加在一起是不是就是物流科学所指的物流呢?也不完全是。物流的定义很多,迄今为止也没有哪个学者的定义天衣无缝,挑不出毛病,大多是各有各的侧重,因而各有各的片面性。我们比较赞同的提法是:物流是物质资料从供给者到需求者的物理性运动。它主要是创造时间价值和场所价值,有时也创造一定加工价值的活动。物流并不是“物”和“流”的一个简单组合,我们讲的物流,并不是讲实物基本运动规律,也不是从哲学意义研究运动的永恒性。牛顿运动三大定律,是从自然观点出发,简单将物看成自然的物而将运动看成力学体系的运动,这种运动是物流科学体系中,机械装备运动操作的基本原理,但都不是我们讲的“物流”。我们讲的“物”和“流”的组合,是一种建立在自然运动基础上的、高级的运动形式。其互相联系,也不是单纯物体与物体之间寻找运动的规律,而是在经济目的和实物之间,在军事目的和实物之间,甚至在某种社会目的和实物之间,寻找运动的规律。因此,物流不仅是上述限定条件下的“物”与“流”的组合,而且更重要的在于,是限定于军事、经济、社会条件下的组合,是从军事、经济、社会角度来观察物的运动,达到某种军事、经济、社会的要求。而这一要求主要是通过创造的时间价值和场所价值来体现的。从定义的描述看,也不排除物流在创造一定加工附加价值方面的贡献。

那么,怎么理解高于牛顿运动之上的物流运动所创造的这几种价值呢?

1. 时间价值

“物”从供给者到需要者之间有一段时间差,由于改变这一时间差创造的价值,叫做“时间价值”。时间价值通过物流获得的形式有以下几种:

(1) 缩短时间创造价值。缩短物流时间,可获得多方面的好处,如减少物流损失,降低物流消耗,增加物的周转以节约资金等。马克思从资本角度早就指出过:“流通时间越等于零或近于零,资本的职能就越大,资本的生产效率就越高,它的

自行增值就越大”(《马克思、恩格斯全集》第24卷、第142页)。这里,马克思所讲的流通时间完全可以理解为物流时间,因为物流周期的结束是资本周转的前提条件。这个时间越短,资本周转越快,表现出资本的较高增值速度。现代物流学着重研究的一个课题,就是如何采取技术的、管理的、系统的方法来尽量缩短物流的宏观时间和有针对性地缩短微观物流时间,从而取得较高的时间价值。从全社会物流的总体来看,加快物流速度,缩短物流时间是物流必须遵循的一条经济规律。物流和一般力学运动一个重大的区别,就是它不是简单地按自然科学规律所发生的运动,而是能动地取得时间价值的运动形式。

(2) 弥补时间差创造价值。经济社会中,需要和供给普遍地存在着时间差。例如:粮食生产有严格的季节性和周期性,即使人类已有了改造自然的能力,创造人工条件使粮食种植不受季节影响,但周期性仍是改变不了的。这就决定了粮食的集中产出。但是人们的消费是1年365天,天天有所需求,因而供给和需求之间出现时间差。又比如:水泥工厂一旦点火,生产就必须连续进行,每时、每天都在生产产品,但是其消费却带有一定时间间隔的集中性。尤其在地球南、北两个近极区,建筑施工有很强的季节性,存在适合施工季节的集中需求,这也出现了时间差。

凌晨磨制的鲜豆浆在上午出售;当天采摘的苹果在次日出售等,都说明供给与需求之间存在时间差,可以说这是一种普遍的客观存在,正是有了这个时间差,商品才能实现最高价值,才能获得十分理想的效益。但是商品本身是不会自动弥合这个时间差的,如果没有有效的方法,集中生产出的粮食除了当时的少量消耗外,就会损坏、腐烂,而在非产出时间,人们就会找不到粮食吃;如果没有有效的方法,集中施工季节就会出现水泥供给不足,造成停工待料,而其他不消费季节生产出的水泥便会无处可放,最终造成损失。

物流便是以科学的、系统的方法弥补,有时是改变这种时间差,以实现其“时间价值”。

(3) 延长时间差创造价值。第一个问题讲的是物流总体和不少具体物流遵循“加速物流速度,缩短物流时间”这一规律,以尽量缩小时间差来创造价值,尤其是物流的总体,讲规律主要从这一总体地位出发。但是,在某些具体物流中也存在人为地、能动地延长物流时间来创造价值的情况。例如,配合待机销售的物流便是有意识地延长物流时间,增加时间差来创造价值的。当然,一般来讲,这是一种特例,不是普遍的规律现象。

2. 场所价值

“物”从供给者到需求者之间有一段空间差。供给者和需求者之间往往处于