



教育部职业教育与成人教育司推荐教材
三年制中职现代物流管理与电子商务专业教学用书

物流基础

主编 柳和玲 副主编 林敏晖
主审 游金梅 陈志红



人民交通出版社
China Communications Press

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
三年制中职现代物流管理与电子商务专业教学用书

Wuliu Jichu

物流基础

主 编	柳和玲
副主编	林敏晖
主 审	游金梅
	陈志红

人民交通出版社

内 容 提 要

本书是教育部职业教育与成人教育司推荐教材,由交通职业教育教学指导委员会交通运输管理学科委员会组织编写。全书共 11 章,内容包括现代物流的基本概念、物流的功能、物流系统、企业物流、第三方物流、物流中心、国际物流、物流管理、供应链管理、物流信息系统和物流技术。

本书是三年制中职现代物流管理与电子商务专业教学用书,也可作为各类成人教育、企业人员的培训教材,及广大从事物流工程与管理人员的参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

物流基础 / 柳和玲主编. —北京: 人民交通出版社,
2005.8
ISBN 7-114-05657-5

I. 物... II. 柳... III. 物流—基本知识
IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 079749 号

书 名: 物流基础

著 作 者: 柳和玲

责任编辑: 郝瑞苹

出版发行: 人民交通出版社

地 址: (100011)北京市朝阳区安定门外外馆斜街 3 号

网 址: <http://www.ccpress.com.cn>

销售电话: (010)85285838, 85285995

总 经 销: 北京中交盛世书刊有限公司

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京凯通印刷厂

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 17.5

字 数: 436 千

版 次: 2005 年 8 月 第 1 版

印 次: 2006 年 8 月 第 2 次印刷

书 号: ISBN 7-114-05657-5

印 数: 3001 - 6000 册

定 价: 23.00 元

(如有印刷、装订质量问题的图书由本社负责调换)

交通职业教育教学指导委员会交通运输管理学科委员会

教材编审委员会

- ★ 编审指导 谭文莹
- ★ 主任委员 陈志红
- ★ 副主任委员 鲍贤俊
- ★ 委 员 梁世翔 施建年 贾春雷
游金梅 李吟龙 华志坚
顾丽亚 阙祖平 江锦祥
楼伯良 武德春



前言

在现代社会经济中,一个高效而快捷的物流系统决定着生产力要素的配置和合理流动,直接制约社会资源的利用程度和经济效益。对于加快企业发展、优化资源配置、提高经济运行质量等,具有十分重要的意义。随着我国现代物流产业的逐步兴起,在经济日益全球化的今天,现代物流正在受到日益广泛的重视,并面临着前所未有的发展机遇。

为了加快对我国物流产业最为紧缺的中等职业技术应用型人才的培养,贯彻《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》及全面实施《2003~2007年教育振兴行动计划》中提出的“职业教育与培训创新工程”,积极推进课程改革和教材建设,为职业教育教学和培训提供更加丰富、多样和实用的教材,更好地满足职业教育改革与发展的需要,交通职业教育教学指导委员会交通运输管理学科委员会组织全国交通职业院校的专业教师,按照现代物流管理与电子商务专业教学基本要求,编写了教育部职业教育与成人教育司推荐教材,供中等职业院校三年制现代物流管理与电子商务专业教学使用。

本系列教材根据中职学生的实际水平,在内容上注重与培养目标紧密结合,与岗位实际要求紧密结合,与职业资格标准紧密结合,符合国家对技能型人才培养培训工作的要求,突出体现了以就业为导向、以职业能力为本位的职业教育的特色,满足了高素质的现代物流管理与电子商务专业实用人才培养的需要。

《物流基础》是现代物流管理与电子商务专业教育部职业教育与成人教育司推荐教材之一,内容包括:现代物流的基本概念、物流的功能、物流系统、企业物流、第三方物流、物流中心、国际物流、物流管理、供应链管理、物流信息系统和物流技术。

参加本书编写工作的有:柳和玲(编写第一、三、四、五、六章)、李吟龙(编写第二、九、十、十一章)、林敏晖(编写第七、八章)。全书由柳和玲担任主编,林敏晖担任副主编,游金梅、陈志红担任主审。

本套教材在编写过程中参阅和引用了国内外有关物流科学的论著和资料,不管文后是否列出,在此,对这些文献的作者均表示诚挚的谢



意!

限于编者经历和水平,教材内容难以覆盖全国各地的实际情况,希望各教学单位在积极选用和推广本系列教材的同时,注重总结经验,及时提出修改意见和建议,以便再版修订时改正。

交通职业教育教学指导委员会

交通运输管理学科委员会

二〇〇五年四月



目 录

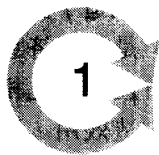
第一章 导论	1
第一节 物流和供应链管理概述	1
第二节 物流的作用	8
第三节 现代物流的发展	12
第四节 现代物流的科学范畴及其分类	19
第五节 国外物流管理的演进与发展	21
案例 从朝日啤酒公司感受物流带来的效率	26
复习思考题	28
第二章 物流的功能	29
第一节 包装	29
第二节 装卸搬运	32
第三节 储存保管	35
第四节 运输	40
第五节 配送	45
第六节 流通加工	48
第七节 物流信息管理	51
案例 韩国三星公司的物流运输合理化革新	53
复习思考题	54
第三章 物流系统	56
第一节 物流系统概述	56
第二节 物流系统分析	62
第三节 物流系统设计与评价	64
第四节 物流系统工程	67
复习思考题	71
第四章 企业物流	72
第一节 企业物流概述	72
第二节 企业采购及供应物流	74
第三节 企业生产物流基本原理	81
第四节 企业生产物流计划与控制原理	85
第五节 企业生产物流的组织方式	89

第六节 企业销售物流	98
第七节 回收与废弃物流	104
案例 海尔集团的物流	105
复习思考题	106
第五章 第三方物流	107
第一节 第三方物流概述	107
第二节 第三方物流服务提供商的类型与服务形式	109
第三节 第三方物流服务的选择和实施	110
第四节 第三方物流的定位	112
第五节 第三方物流的运作方式	114
第六节 国内外第三方物流的发展	117
案例 5-1 通用公司使用第三方物流	122
案例 5-2 美国凯利伯物流公司基本功能和增值性功能设计	122
复习思考题	123
第六章 物流中心	124
第一节 物流中心的种类及作用	124
第二节 物流中心网络布局	127
第三节 物流中心设计	133
第四节 物流中心建设的可行性研究	135
第五节 物流园区	137
案例 美国沃尔玛的商品配送中心	138
复习思考题	138
第七章 国际物流	139
第一节 国际物流概述	139
第二节 国际物流系统	143
第三节 国际物流结点	149
第四节 国际物流的运输方式	153
第五节 国际物流的业务活动	163
案例 马士基物流想顾客之所想	168
复习思考题	170
第八章 物流管理	171
第一节 物流管理组织	171
第二节 物流服务管理	177
第三节 库存管理	180
第四节 物流质量管理	185
第五节 物流成本管理	188
第六节 物流标准化	197
第七节 物流绩效管理	201



第八节 物流管理现代化	204
案例 8-1 施乐公司与物流绩效标杆法	209
案例 8-2 长虹公司降低成本的秘诀——物流合理化	210
复习思考题	211
第九章 供应链管理	212
第一节 供应链管理概述	212
第二节 供应链管理的结构	214
第三节 供应链管理的运行机制	218
第四节 供应链管理中的物流管理	219
第五节 典型供应链管理方法简介	221
第六节 供应链战略带来的变化	226
案例 IBM 的供应链管理	227
复习思考题	228
第十章 物流信息系统	229
第一节 物流信息系统概述	229
第二节 典型物流管理信息系统及技术介绍	231
第三节 电子商务与物流	240
案例 10-1 沃尔玛的物流管理信息系统	247
案例 10-2 中国石化股份公司的电子商务	248
复习思考题	248
第十一章 物流技术	249
第一节 物流技术概述	249
第二节 包装技术	250
第三节 运输技术	252
第四节 装卸搬运技术	256
第五节 仓储技术	258
第六节 集装箱单元化技术	260
第七节 物流数学方法	263
案例 北美集装箱多式联运	265
复习思考题	266
参考文献	267





第一章 导 论

学习目标

通过本章的学习,应能够解释物流的定义;描述供应链的结构;认识物流的作用;说明现代物流的发展过程。

在经济全球化日益发展的今天,现代物流作为“第三利润源泉”和提高企业竞争力的主要手段,受到了经济界和企业界的广泛关注。物流作为一个现代概念,其本质体现的是一种新的思维模式和管理方式。准确地理解物流概念,对于正确地把握物流的本质,深入了解物流的内容具有重要意义。

第一节 物流和供应链管理概述

一、物流与流通

1. 流通

市场经济的发展是由社会分工所支持,亚当·斯密在“国富论”中指出,社会分工的广度依存于市场的扩大,进而市场的扩大又是由以运输为中心的物流活动所支持。由此看来,以运输为中心的物流活动不仅推动了市场范围的扩大,而且促进了社会分工的深入发展。反之,社会分工的发展又进一步扩大了市场广度,促进物流活动的高度发展。

现实的经济活动可以划分为生产活动、流通活动和消费活动三个方面(图 1-1),流通是联结生产与消费的媒介。流通活动包括商流和物流,商流是商品所有权的转移,物流是物质实体的转移。在原始社会



图 1-1 经济活动

中,由于经济是自给自足,因此生产与消费在时间和场所上都是一致的。到市场经济发展的成熟阶段,因为市场较历史任何时候都要发达、广阔,因而生产与消费之间时间、场所的分离越来越大,物流活动就是作为联结这种分离而出现的。

流通从机能上来看,可以分为商流和物流两类。流通首先是从商流开始,商流的产生是由于市场的扩大造成了生产与消费之间的社会阻隔(生产者与消费者的一致),流通通过生产者与消费者之间商品所有权的转移来实现价值效用,从而将生产与消费有机地联系起来,这种流通活动就是通常的市场买卖活动。但是,仅有商流是不够的,因为伴随着商流的发展必然会



产生商品的让渡,而这种让渡在市场极大发展的市场经济阶段往往会遇到时间阻隔(生产时间与消费时间的不一致)和场所阻隔(生产场所与消费场所的不一致)。为了解决这种商品让渡过程中的问题,物流作为将商品有效地从生产者转移到消费者手中的一种职能,创造了流通的场所和时间价值。由此看来,虽然商流与物流是相辅相承、互为补充的关系,但是在经济意义上有差异。商流是一种以货币为媒介的买卖交易,其最终目的是实现商品的价值。与此相对照,物流是一种追加的生产过程,它通过时间和空间等非物质形态的服务来创造效用。当然,现代物流活动已不仅仅从事非物质的服务生产,如有些零售企业和流通中心也在从事一部分生产加工作业,因而超越了纯粹意义上的服务生产领域。

2. 物流概念的产生

物流在英语中最初为“Physical Distribution”(传统意义上的物流),在美国早在第一次世界大战后的20世纪20年代,学者克拉克就已运用“Physical Distribution”这一概念作为企业经营的一个要素加以研究,到第二次世界大战期间,美国陆军中就开始用后勤(Logistics)来指代物流,为了使军队和士兵能有效作战,物流是保证他们具有充足的吃、穿、装备所需的各种活动。战后的后勤理论、方法也为企业和理论界认同,并广泛运用起来,他们将之称为商业物流或销售物流(Business Logistics),以力求合理有效地组织商品的供应、保管、运输、配送,而且实践证明取得了相当大的成效。

在日本,物流这个名称是于20世纪50~60年代被引用的,当时日本的企业界和政府为了提高产业劳动率,组织了各种专业考察团到国外考察学习,公开发表了详细的考察报告,全面推动了日本生产经营管理的发展。在这些考察团中,有一个由12名专家学者组成的“流通技术专业考察团”从1956年10月下旬到11月末,在美国各地进行了实地考察,首次接触到了物流这个新事物。日本考察团在详细了解了物流这一新鲜事物后,于1958年撰写了“劳动生产率报告33号”刊登在《流通技术》杂志上,第一次提及Physical Distribution(缩写为PD)。该报告中所提到的PD概念马上被产业界接受,尽管PD这个外来语后来经历了若干年才正式译为“物的流通”(1964年),但当时的日本正处于经济发展的黎明期,物流革新思想不仅渗透到了产业界,同时还渗透到了整个日本社会。

物流在概念上随着时间的推移有一定的变化,亦即广义(Logistics)与狭义(Physical Distribution)的区分。最初的物流概念主要侧重于商品物质移动的各项机能,即发生在商品流通领域中的在一定劳动组织条件下凭借载体从供应方向需求方的商品实体定向移动,是在流通的两个阶段(G-W, W-G)上发生的所有商品实体的实际流动。显然这种物流是一种商业物流或销售物流,它作为一种狭义的物流具有明显的“中介性”,是联结生产与消费的手段,直接受商品交换活动的影响和制约,具有一定的时间性,只有存在商品交换时才会出现,不会永恒存在。

但是进入20世纪80年代以后,随着经济社会的高速发展,物流所面临的经济环境有了很大变化,这表现为:

第一,经济规制的缓和使经济自由的空间越来越大,真正意义上的物流竞争开始广泛展开,从而为物流的进一步发展提供了新的更大的机会。

第二,信息技术的急速发展和革新,不仅使业务的效率化和作为决策支持的信息系统的构筑成为可能,同时也使部门间、企业间的结合或一体化成为可能。

第三,企业合并和市场集中化的发展使原来的经济构造发生了改变,这种变化要求物流必





须具备以最低的成本提供较高的顾客服务的能力。

第四,经济全球化的发展,随着商品向世界市场的提供,物流逐步跨越了国境,正因为如此,在要求物流能对生产和销售给予有效支持的同时,应该具备在不同环境国家间充分发挥其业务优势的能力。

在这种背景下,原来狭义的物流概念受到了前所未有的挑战和批判,一是传统的狭义物流观念只重视商品的供应过程,而忽视了与生产有关的原材料和部件的调达物流,而后者在增强企业竞争力方面处于很重要的地位,因为原材料以及部件的调达直接关系到生产的效率、成本和创新,诸如日本丰田公司的生产管理就首先从原材料和部件生产、调达上入手;二是传统的物流是一种单向的物质流通过程,即商品从生产者手中转移到消费者手中,而没有考虑商品消费之后包装物或包装材料等废弃物品的回收以及退货所产生的物流活动;三是传统物流只是生产销售活动的附属行为,并注重物质商品的传递活动,而忽视了物流对生产和销售在战略上的能动作用,特别是在以日本为主的 Just-In-Time 生产管理体系在世界范围内的推广,使得以时间为中心的竞争愈益重要,并且物流行为直接决定了生产决策。

与上述环境的变化和对传统物流的批判相对应,1984 年美国物流管理协会正式将物流这个概念从 Physical Distribution 改为 Logistics,并将现代物流定义为“为了符合顾客的需求,将原材料、半成品、完成品以及相关的信息从发生地向消费地流动的过程,以及为使保管能有效、低成本地进行而从事的计划、实施和控制行为”。这个定义的特征是强调顾客满意度、物流活动的效率性,以及将物流从原来的销售物流扩展到了调达、企业内和销售物流。

此后物流的概念又不断得到进一步的发展。1991 年 11 月,荷兰乌德勒支市举办了第九届物流国际会议,在这次会议上,人们对物流的内涵进行了更多的拓展,不仅接受了欧美的现代物流概念(Logistics),认为物流应包括生产前和生产过程中的物质、信息流通过程,而且还向生产之后的市场营销活动、售后服务、市场组织等领域发展,如有些报告中指出“什么是物流?这个概念的现代含义如此之新,以至在辞典中尚没有明确的定义,现代物流应该是指企业生产和经营的整个过程,所有实物、信息的流通和相关的服务活动,它涉及企业经营的每一个领域”。显然,物流概念的扩展使物流不仅包括了与销售预测、生产计划的决策、在庫管理、顾客订货的处理等相关的生产物流,还延伸到了与顾客满意相关的各种营销物流活动。

美国物流管理协会扩展了原有的物流领域,将之修正为“物流是指为了符合顾客的必要条件所发生的从生产地到销售地的物质、服务以及信息的流动过程,以及为使保管能有效、低成本地进行而从事的计划、实施和控制行为”。对物质和服务的修正业已表明物流活动是从商品使用、废弃到回收的整个循环过程。

随着 20 世纪 80 年代以来供应链管理的理论的兴起,物流的内涵进一步扩展。1998 年美国物流管理协会再一次修订了物流的定义:“物流是供应链的一部分,它对从原产地到消费地的有效率且高效的货物流动和货物储存、服务及其相关信息进行计划、实施和控制,以满足顾客的需要。”

综上所述,现代物流的目的是提高企业的收益(销售额的提高和利益的扩大),亦即通过经营重要资源的时间(快速送达)、物流质量(优良的运送、无差错运送)、备货(所需要的商品和数量)、信息(在库、断货信息、运送中信息、送达信息)等物流服务品质的提高,从原材料的调达开始到商品的生产以及最终顾客的让渡整个过程的物流成本的降低,来实现企业的高收





益。

3. 物流定义

物流就是对从资源供应点开始到消费点结束的货物流动和储存及其信息流动的管理过程。可以定义为:物流是供应链的一部分,是为了满足顾客的需求,规划、执行并且控制从源头到消费地点的产品、服务以及相关信息的正向、逆向流动以及存储,以达到高效、低成本的目的。

这个定义强调了物流的如下特点:

- ①物流是有关物料的移动和储存的科学;
- ②物流是以高效、低成本地满足客户的需求为研究目的;
- ③物流的范围包括整个供应链,从原材料供应开始直到产品的最终消费。

4. 物流的目标

改善客户服务和降低供应链成本是物流的两大目标。物流管理正是通过这两个目标的实现来为整个公司的盈利做贡献。从20世纪90年代初开始,客户服务已成为许多行业的竞争要点,越来越多的公司认识到贯穿整个供应链的高效物流管理是达到高水平服务的决定性因素。同时,物流管理的改进不但可以改善客户服务水平,还可以降低物流成本,因而可以给公司带来明显的竞争优势。

二、供应链管理

1. 供应链的定义

供应链包括从原材料到把产成品送到客户手中所需的所有具体活动。供应链可以定义为:供应链是指在商品从加工原料开始直到最终到达消费者手里的整个过程中,参与了该商品价值形成活动的上、下游企业相互联结所形成的网络。

图1-2清楚地阐明了供应链的一系列概念。在图的中央,你将看到运营者,运营者可以是一家制造公司,一个零售商或一个公共组织,如一家医院。运营者是指当我们处在某给定点时所要考虑的特定的组织,也就是所谓的“立足点”。就像处在一条河中,上游和下游只是相对的概念,它取决于你所在的河中的位置。

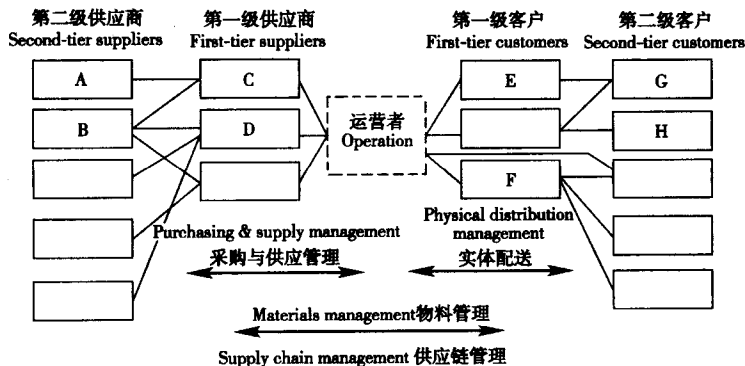


图1-2 供应链概念

为简单起见,我们假设运营者是一位汽车制造商。从汽车制造商所处的位置看,图1-2中





的 C 和 D 就是与汽车制造商有直接业务的供应商,称为第一级供应商。在这个案例中,这些供应商将是汽车的主要部件、底盘、座椅和传动系统的制造商或经销商。为了制造他们的产品,这些供应商需要购买很多物料,这些物料供应商就称为第二级供应商,如图中的 A 和 B 位置。当然,这些二级供应商依然需要采购物料进行生产,这个过程不断地向上游重复直至到达原材料(铁矿石、钢材)供应商。

在下游,我们可以看到汽车制造商把汽车卖给第一级客户(经销商),经销商再把汽车卖给更小的经销商或最终客户(第二级客户)。

运营者和第一级供应商之间的联结是传统采购与供应链管理活动(仅对上游而言)关注的焦点。并仅涉及第一级供应商。

运营者和第一级客户之间的联结称作实体配送管理(仅对下游而言),也包括一些销售和营销活动。

物料管理这个术语被广泛用于与产品生产所需物料的获取、储存、发放、使用、内部配送等活动有关的所有内部活动的统一管理。

供应链管理这个术语被用于描述产品生产从原材料到最终用户的上游和下游所有活动的管理或协调。

例 1:烤豆罐头供应链(图 1-3)

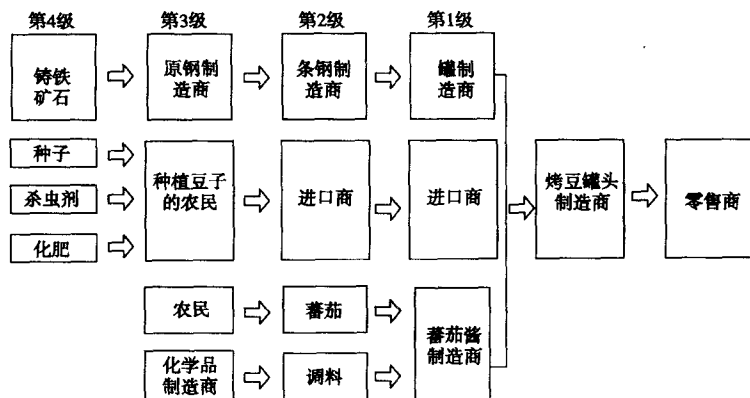


图 1-3 烤豆罐头供应链

例 2:铝罐供应链(图 1-4)

2. 供应链的结构

最简单的供应链是单一产品在一系列企业中的转移,其中每个企业都产生一次增值。对这条链中的每个企业来说,它前边都有供应原材料的活动,我们称之为上游,而其后的产品递出则称之为下游。

上游活动可由一系列供应商组成。把原料直接送到本企业的供应商是第一层供应商;而给第一层供应商供货的是第二层供应商;给第二层供应商供货的是第三层供应商。依此递推,一直到最初的供应商。客户也可同理分为若干层,本企业直接送货的客户称为第一层客户,从第一层客户得到产品的称为第二层客户,然后是第三层客户,并一直延伸下去(图 1-5)。

假定有一位顾客走进沃尔玛商店购买洗涤剂。供应链始发于顾客对洗涤剂的需求,供应



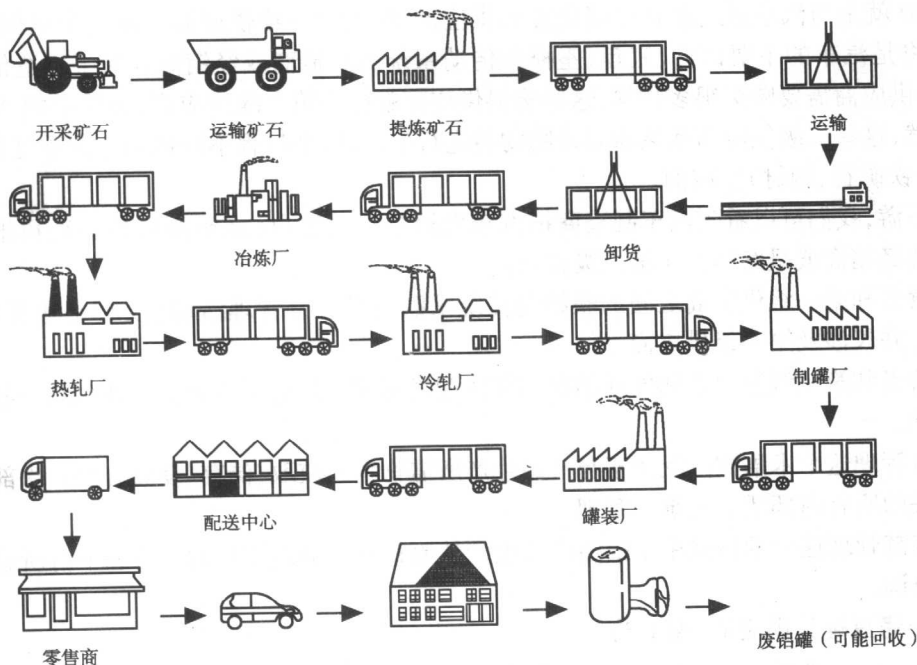


图 1-4 铝罐供应链

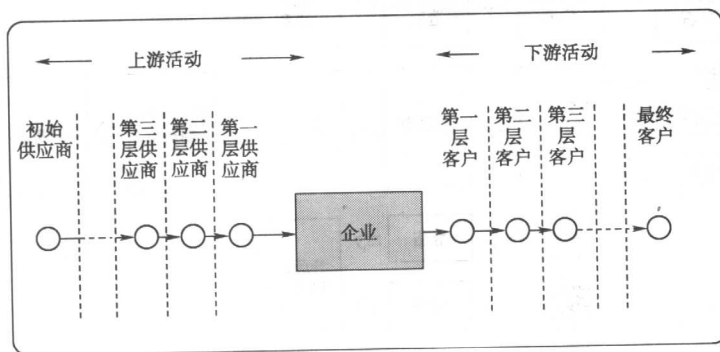


图 1-5 供应链活动

链的下一步是该顾客所光顾的沃尔玛零售店。沃尔玛货架上的商品来自它的库存,库存商品可能由沃尔玛 (Wal-Mart) 自营的成品仓库或分销商 (第三方) 提供,而分销商的商品则由制造商 (如宝洁) 提供。宝洁生产厂从各种供应商处获取原材料,而这些供应商的商品则由下游供应商提供。例如,包装材料可以来自泰乃克 (Tenneco) 公司,泰乃克又从其他供应商处获取生产包装物的原材料,从而形成一条供应链 (图 1-6)。

供应链是一个动态系统,它包括不同环节之间持续不断的信息流、产品流和资金流。供应链的每个环节都执行不同的程序,并与其他环节相互作用与影响。沃尔玛向顾客提供产品,同时标出商品价格和使用信息,顾客向沃尔玛支付货款。沃尔玛将售场信息及补充订单传给分销中心,分销中心又将补充订单随同送货车还送给沃尔玛商店。沃尔玛在补充订单完成后把货款转给分销商,分销商也向沃尔玛提供价格信息和送货日程。类似的信息流、货物流和资金



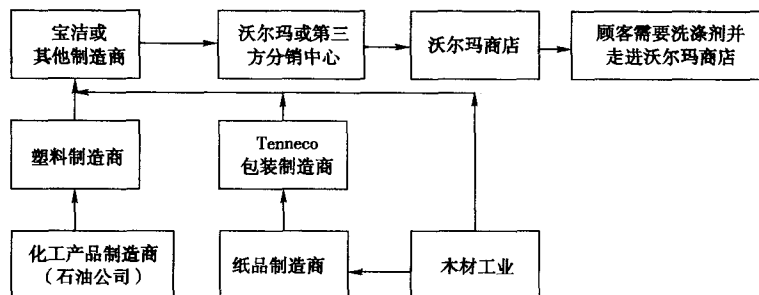


图 1-6 洗涤剂供应链环节

流发生在供应链的全过程。

典型的供应链包括许多不同环节：顾客；零售商；批发商或分销商；制造商；零部件或原材料供应商，如图 1-7 所示。

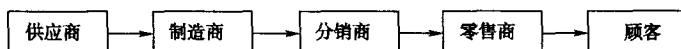


图 1-7 供应链环节

每个环节不一定都出现在同一条供应链中。恰当的供应链设计将取决于顾客的需求和满足这些需求所涉及环节的作用。在一些案例如戴尔案例中，制造商可以直接满足顾客需求。戴尔公司按订单生产，即顾客订单引发戴尔生产。戴尔公司的供应链里没有零售商、批发商或分销商。在另外一些案例，如比恩（L. L. Bean）邮购公司案例中，制造商并不直接回应顾客订单。比恩维持一定的产品库存，由库存来满足顾客订购需求。与戴尔的供应链相比较，比恩的供应链在顾客与制造商之间多了一个环节（零售商或比恩自身）。在小型零售店案例中，供应链也可包括介于商店和制造商之间的批发商或分销商。

3. 供应链的目标

每一条供应链的目标都是使整体价值最大化。一条供应链所创造的价值，就是最终产品对于顾客的价值与供应链为满足顾客的需求所付出的成本之间的差额。对于大多数商业性供应链来说，它们的价值与所谓“供应链赢利”有很大关系，供应链赢利就是从顾客那里赚取的收入与供应链的全部成本之间的差额。例如，一位顾客以 2 000 美元的价格从戴尔公司购买了一台计算机，2 000 美元就是供应链取得的销售收入。戴尔与供应链上的其他环节在信息传递、配件生产、仓储、资金转移等活动上要付出一定的成本。顾客所付的 2 000 美元减去供应链上为了生产、批发计算机所花费的所有成本之和就是“供应链赢利”。作为全部利润之和，它将被供应链的各个环节分享。供应链赢利越高，这条供应链就越成功。成功与否应该根据“供应链赢利”而不是每一环节的赢利来衡量。

我们根据整条供应链的赢利性确定供应链的成功性，下一步就是寻找收入和成本的来源。对于任何一条供应链来说，惟一的收入来源就是顾客。在一条供应链中，只有顾客能带来真正的现金流。在沃尔玛公司的例子中，顾客购买洗涤剂的行为才能给供应链带来正的现金流，其他的现金流只是在供应链中发生的资金转移（假设每一环节都有不同的所有者）。当沃尔玛公司付款给供应商的时候，它拿走了顾客所付款项的一部分，同时将另一部分资金转移给供应商。资金转移成本将计入供应链成本。所有信息流、产品流和资金流都将增加整条供应链的



成本。因此,如何合理地管理信息流、产品流和资金流,是供应链取得成功的关键。供应链管理包括了对供应链各环节内部和各环节之间信息流、产品流和资金流的管理,以实现整体利润最大化。

4. 供应链管理

供应链管理就是对整条供应链中的产品流、信息流和资金流进行管理。其目的是使整个供应链,从原料采购、加工生产、分销配送,到商品销售给顾客,各个环节高效地协调工作,建立一个最优的商品供应体系,降低整个供应链上的物流成本,大大提高经营效益,同时提高对顾客的服务水平。

供应链管理基本思想的一个重要方面是:将链上的其他企业(如供应商)看成可以共同击败真正竞争对手(其他供应链的联盟成员)的合作伙伴,而不是将其视为竞争者。这一思想的本质,是相互间的共同目标、互相信任、信息的自由交流和技术知识革新成果的共享。

供应链管理意味着跨企业的物流管理,它包括供应商、生产商、批发商和零售商等不同的企业在内的整个链的计划和运作活动的协调,意味着跨越各个企业的边界,在整个链上应用系统观念进行集成化管理。如果没有供应链上的这种集成化管理,链上的每个企业就会只管理它自己的库存,以这种方式来防备由于链中其他组织的独立行动而给本组织带来的不确定性。例如,一个零售商会需要安全库存来防止分销商货物脱销情况的出现,而分销商也会需要安全库存以防止生产商出现供货不足的情况。由于在一条链的各个界面中都存在不确定因素,而且没有相互间的沟通与合作,所以需要重复的库存。而在供应链的集成化管理中,链中的全部库存管理可通过供应链所有成员之间的信息沟通、责任分配和相互合作来协调,这样就可以减少链上每个成员的不确定性,减少每个成员的安全库存量。较少的库存又会带来减少资金占用量、削减库存管理费用的结果,从而降低成本。此外,供应链集成管理可以防止生产过剩情况的发生,并提高运输、包装、标识和文书处理等活动的效率。通过对链上每个成员信息处理行为和产品处理行为的检查,可以鉴别出整条链上的冗杂行为和非增值行为,从而提高整个供应链(也即链上每一成员)的效率和竞争力。

第二节 物流的作用

一、物流在经济中的角色

日益富裕的消费者导致国内、国际产品和服务市场的增长。成千上万种新的产品和服务正被销售和配送到世界每个角落的顾客手中。为了应对扩大的市场和快速增加的产品、服务所带来的挑战,企业在规模和复杂程度上都有所增大,多个工厂的运作替代了单个工厂。产品从原产地到消费地的配送,已成为工业化国家国内生产总值(GDP)的一个非常重要的组成部分。可以说现代物流是国民经济的重要产业和经济增长点。

二、物流在组织中的角色

在每个企业里,物流的角色都不相同,一般包括:扩大商品市场占有率、提高服务品质、降低成本。

