

全国高职高专经济管理类专业规划教材

现代物流概论

胡延松 赵玉国 主编

- ◆ 应用性
注重对就业岗位所需知识和能力结构进行恰当的设计安排
- ◆ 新颖性
注重引入新方法、新规范、新标准
- ◆ 创造性
注重创新精神和开拓能力的培养
- ◆ 整体性
注重课程前后的衔接、理论教学和实训、实习教材的衔接、中高职教材的衔接
- ◆ 先进性
注重电子教材、网上学习平台的建设

XIAN DAI WU LIU GAI LUN



武汉理工大学出版社
WUTP Wuhan University of Technology Press

全国高职高专经济管理类专业规划教材

现代物流概论

主 编 胡延松 赵玉国
副主编 李 磊 朱 江
毛玉峰 马 鹏

武汉理工大学出版社

内 容 提 要

本书以物流企业管理思想和原理为主要理论框架,阐述了物流企业管理的一般知识,内容主要包括:物流基础知识,物流组织,物流标准化,运输,物流结点,装卸搬运,包装,流通加工,物流服务,物流成本管理,物流信息,电子商务物流,第三方物流,绿色物流。

本书可作为高职高专经济管理类专业的物流学课程教学用书,也可作为从事物流管理工作者的自学的参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

现代物流概论/胡延松,赵玉国主编. —武汉:武汉理工大学出版社,2007.8

(全国高职高专经济管理类专业规划教材)

ISBN 978-7-5629-2544-6

I. 现… II. ①胡… ②赵… III. 物流—概论 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 117925 号

出版发行:武汉理工大学出版社

地 址:武汉市武昌珞狮路 122 号 邮编:430070

<http://www.techbook.com.cn> 理工图书网

印 刷 厂:武汉理工大印刷厂

开 本:787 × 1092 1/16

印 张:15.5

字 数:406 千

版 次:2007 年 8 月第 1 版

印 次:2007 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1—3000 册

定 价:23.50 元

凡使用本教材的教师,可通过 E-mail 索取电子教案或邮件包。

E-mail: wutpcqx@163.com wutpcqx@tom.com

本社购书热线电话:027-87394412 87383695 87384729 87397097(传真)

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请向出版社发行部调换。

出版说明

如何搞好高职高专的学科建设和教材建设工作,从而有效地为国家和社会培养适合企业和社会需求的经济管理类专业技术及应用型人才,是摆在高职高专院校及广大教师面前的一个重大课题。当前,高职教育的发展速度非常快,很多专业还来不及编写出适合高职特色的教材,而不得不沿用或借鉴本科的教材。这些教材大多注重理论,而实践环节薄弱;比较强调课程知识的系统性、完整性,但各门课程的教材之间关联性较差;有些内容重复交叉,缺乏在实际工作中运用科学知识的实例。显然,原有本科教材是不适合高职教育的。要真正实现高职教育人才培养目标,高职教育自身的教材建设迫在眉睫。“全国高职高专经济管理类专业规划教材”便是武汉理工大学出版社为解决这一难题倾力打造的一套适合高职高专经济管理类专业的教材。

一、编写原则

本套教材力求使教师在教学过程中使用方便,并有利于学生的学习,使学生在阅读时容易理解,容易吸收,因此贯彻了以下编写原则:

◆应用性

从内容选材、教学方法、学习方法、实验和实训配套等方面突出高职教育的特点,摆脱了理论分析长而深的模式,对职业岗位所需知识和能力结构进行了恰当的设计安排。

◆新颖性

强调知识内容新颖,将新方法、新规范、新标准编入教材,使学生毕业后能具备直接从事第一线经济管理工作的能力。

◆创造性

应用型人才同样需要创新精神和开拓能力,工艺流程的革新、加工方法的创造、管理方式的变革等,都需创新精神。因此,本套教材特别注重创新精神的培养。

◆整体性

本套教材在编写时不是孤立地对某一门课程进行思考,而是从高职教育的特点去考虑,从实现高职人才培养目标着眼,强调整体优化原则,在编写过程中注重课程前后内容的衔接,理论教学和实训、实习教材的衔接,中职和高职教材的衔接,既防止脱节,又避免重复。

◆先进性

信息技术的不断发展,推动着教育技术的不断更新,各种新的教学手段不断涌现,因此,本套教材特别注重加强多媒体有机组合的电子教材、网上学习平台的建设,每本书均配有电子课件。

二、编写特色

本套教材的编写建立在高职高专培养高级技能型应用人才理念的基础上,从内容选择、体系设计、编写模式,都以服务于培养组织或企业一线经济管理岗位的职业化人才为出发点和归

宿,具有概念准确、层次分明、文字流畅、图表清晰的编写特色。

◆内容实用新颖

本套教材紧扣组织或企业基层经济管理工作岗位的实际,精选出经济管理工作中常用、必备的基础性、惯例性知识,注重国外先进的新知识、新方法、新流程以及具有中国特色的经济管理方法和模型的介绍。

◆编写结构直观

本套教材吸收国外教材的优点,避免大段的单一文字叙述模式,较多地采用了图表式、模块化的结构设置。

◆体例设计活泼

本套教材针对高职学生学习特点,设计了以下学习板块:

【学习目标】介绍每章的学习目标和能力训练目标,使学生对本章学习后要达到的要求能够自我评价。

【引例】通过引入案例,为学习每章内容创造一个学习情境,强化学生在学习、在生活中学习、在问题中学习的能力;案例后一般设置2~3个讨论思考题。

【互动地带】这个板块主要是提供一个课堂动手动脑、团队合作的讨论或辩论平台。

【要点回放】每章后的小结以网络结构图或其他图表的形式对知识结构给予列示。

【关键词】每章列出5~10个专业名词、术语或行业规范并进行解释。

【过关斩将】这个板块主要用以巩固所学知识 with 技能,采用了计算题、阅读材料题、操作题(设计模型、图表)、图表分析题等形式多样、内容活泼的练习模式。特别是依据每章的学习目标设置了“实训项目”供学生进行职业模拟训练,以培养经济管理类高职学生的职业适应能力。

【阅读平台】每章提供一些阅读书目及网站信息,引导学生搜集信息,获取资料,扩展知识。

此外,在正文中穿插【问题诊断】、【经典案例】等板块,对经济管理活动中的现实问题、成功经验加以分析,强化学生的感性认识。

三、分知识集群出版

按照职业岗位集群化的设置特点,一套教材应是一个大的知识集群,下面所分成的不同系列是次一级的知识集群,而每本教材又是一个个小的知识集群。根据这一思路,本套教材分成“专业基础课系列”、“财务会计系列”、“市场营销系列”、“物流管理系列”、“国际贸易与国际金融系列”、“饭店与旅游管理系列”等,分期分批出版,力图构建起基础扎实、视野广阔的学习平台。全套教材计划在2009年全部出齐。

本套教材的编写邀请了全国20多所高职院校的老师参加,他们在这项工作中无私地奉献出自己的思想与智慧,我们在此表示深深的谢意!同时,我们也欢迎更多学校的老师参加到我们的行列中来,为打造更多的精品教材做出贡献!

武汉理工大学出版社

2007年7月

前 言

进入 21 世纪以来,随着世界经济和科学技术的迅速发展,现代物流作为一种先进的组织方式和管理方式,受到了世界各国政府的高度重视,我国很多省市已将发展现代物流列为本地区经济发展的新的支柱产业,越来越多的企业正在改变传统的物流体制。现代物流得到了广泛的应用,并在提高经济运行质量、提高社会效益等方面发挥了重要作用。

物流企业是物流业的重要组成部分,也是物流业参与国内、国际市场竞争的中坚力量。但是,由于各行各业抢滩物流业,导致物流业发展速度过快,而忽视了物流业自身的建设,使物流业管理问题成为阻碍物流经济良性发展的瓶颈。为此,我们总结了我国物流企业在从事物流活动的管理实践中积累的经验和教训,参考国际成功的物流企业案例,将物流企业管理作为一项系统工程进行研究,以提高物流企业的管理水平。

本书以物流企业管理思想和原理为主要理论框架,阐述了物流企业管理的一般知识,使学生对物流企业管理的基本知识、基本内容、基本方法有一个较全面的了解。

本书由胡延松、赵玉国主编,胡延松负责全书策划和统稿。具体编写分工如下:毛玉峰,第一、二章;朱江,第三、六章;赵玉国,第四、五、十三章;胡延松,第七、八、十二、十四章;李磊,第九、十章;马鹏,第十一章。

本书在编写过程中,参考了大量的著作和文献资料,作者已尽可能在参考文献中详细列出,在此对这些前辈、专家、学者表示深深的谢意。引证材料如有疏漏没有列出,在这里深表歉意。本书的编写得到了各参编单位和武汉理工大学出版社的鼎力支持,在此表示衷心的感谢!

由于时间仓促和水平所限,书中难免有不妥之处,敬请读者批评指正。

编 者

2007 年 5 月

目 录

基 础 篇

第一章 物流基础知识	(1)
【学习目标】	(1)
【引 例】	(1)
第一节 物流概述	(2)
第二节 物流学	(15)
【要点回放】	(18)
【关键名词】	(18)
【过关斩将】	(19)
【阅读平台】	(19)
第二章 物流组织	(21)
【学习目标】	(21)
【引 例】	(21)
第一节 物流组织概述	(23)
第二节 物流企业的组织结构	(27)
【互动地带】	(28)
【要点回放】	(29)
【关键名词】	(29)
【过关斩将】	(29)
【阅读平台】	(30)
第三章 物流标准化	(31)
【学习目标】	(31)
【引 例】	(31)
第一节 物流标准化概述	(32)
第二节 物流标准化的内容和方法	(37)
【互动地带】	(42)
【要点回放】	(43)
【关键名词】	(43)

【过关斩将】	(43)
【阅读平台】	(44)

内 容 篇

第四章 运输	(45)
【学习目标】	(45)
【引 例】	(45)
第一节 运输概述	(46)
第二节 现代运输方式	(49)
第三节 运输合理化	(54)
【互动地带】	(59)
【要点回放】	(59)
【关键名词】	(59)
【过关斩将】	(60)
【阅读平台】	(60)
第五章 物流结点	(61)
【学习目标】	(61)
【引 例】	(61)
第一节 物流结点概述	(63)
第二节 仓库	(65)
第三节 配送中心	(74)
第四节 物流园区	(80)
【互动地带】	(83)
【要点回放】	(84)
【关键名词】	(84)
【过关斩将】	(85)
【阅读平台】	(85)
第六章 装卸搬运	(86)
【学习目标】	(86)
【引 例】	(86)
第一节 装卸搬运概述	(88)
第二节 装卸搬运组织	(94)
【互动地带】	(96)

【要点回放】	(96)
【关键名词】	(96)
【过关斩将】	(97)
【阅读平台】	(97)
第七章 包装	(98)
【学习目标】	(98)
【引 例】	(98)
第一节 包装概述	(98)
第二节 包装的合理化与标准化	(104)
【要点回放】	(108)
【关键名词】	(108)
【过关斩将】	(109)
【阅读平台】	(109)
第八章 流通加工	(110)
【学习目标】	(110)
【引 例】	(110)
第一节 流通加工概述	(111)
第二节 流通加工合理化	(114)
【互动地带】	(115)
【要点回放】	(116)
【关键名词】	(116)
【过关斩将】	(116)
【阅读平台】	(117)
综 合 篇	
第九章 物流服务	(118)
【学习目标】	(118)
【引 例】	(118)
第一节 物流服务概述	(120)
第二节 物流服务战略的确定	(128)
【互动地带】	(133)
【要点回放】	(133)
【关键名词】	(134)

【过关斩将】	(134)
【阅读平台】	(134)

第十章 物流成本管理 (135)

【学习目标】	(135)
【引 例】	(135)
第一节 影响物流成本的因素	(136)
第二节 物流成本的核算与控制	(141)
【互动地带】	(153)
【要点回放】	(154)
【关键名词】	(154)
【过关斩将】	(154)
【阅读平台】	(154)

第十一章 物流信息 (155)

【学习目标】	(155)
【引 例】	(155)
第一节 物流信息基础	(156)
第二节 物流信息技术	(162)
【互动地带】	(178)
【要点回放】	(178)
【关键名词】	(178)
【过关斩将】	(179)
【阅读平台】	(179)

趋 势 篇

第十二章 电子商务物流 (180)

【学习目标】	(180)
【引 例】	(180)
第一节 电子商务物流概述	(181)
第二节 发展电子商务物流的措施	(193)
【互动地带】	(199)
【要点回放】	(199)
【关键名词】	(199)
【过关斩将】	(200)

【阅读平台】	(200)
第十三章 第三方物流	(201)
【学习目标】	(201)
【引 例】	(201)
第一节 第三方物流概述	(202)
第二节 物流企业	(208)
第三节 企业物流模式和第三方物流的选择	(213)
【互动地带】	(216)
【要点回放】	(216)
【关键词】	(217)
【过关斩将】	(217)
【阅读平台】	(217)
第十四章 绿色物流	(218)
【学习目标】	(218)
【引 例】	(218)
第一节 绿色物流概述	(220)
第二节 物流绿色化的途径	(226)
【互动地带】	(232)
【要点回放】	(233)
【关键词】	(233)
【过关斩将】	(233)
【阅读平台】	(233)
参考文献	(235)

第一章 物流基础知识

学习目标

1. 掌握物流的定义、分类和现代物流的特征;
2. 了解物流的地位、作用和发展过程;
3. 了解物流学的形成过程、研究意义和主要学说。

引例

海尔集团的物流改革

海尔集团是中国著名的家电企业。在海尔国际化过程中,通过参与国际竞争,海尔认真分析和研究了国际著名跨国公司,认识到,这些企业都拥有世界一流的物流能力,这些企业能够利用自己的物流系统向顾客提供优质服务并获得竞争优势。与此同时,海尔对照国际先进企业的物流管理、结合海尔集团的国际化总体战略分析自身的物流现状,找出海尔物流存在的差距。

通过分析和研究,海尔得出这样的结论:物流是作为一种能力在企业内部定位的,它对创造顾客价值的一般过程作出贡献,当企业发展到一定阶段,物流作业被高度集成化,并定位成一种核心能力时,就能够对战略优势起到奠基石的作用。

海尔集团从1999年初开始物流改革,将物流重组定位在增强企业的竞争优势的战略高度上来,希望通过物流重组有力地推动海尔的发展。

因为零部件库的管理不太先进,库存资金占用比较大,甚至有些呆滞,所以海尔集团首先选择零部件库作为突破点,建立了现代化的立体库,开发了库存管理软件,使其达到最先进水平。先进的立体化仓库带动了机械化搬运和标准化包装,采用标准化的托盘和塑料周转箱,均符合国际标准。因海尔生产的零部件种类繁多,所以就用标准的容器将其规范化,便于机械化搬运,便于管理。此后,他们又发现检验是一个薄弱环节。检验时间长,造成大量库存积压。于是又把检验集中起来,尽量分散到分供方和第三方仓库去检验,这样企业中的物流就省略了检验这一环节,大大减少了库存量。

海尔从1999年初开始实施物流发展计划,不到一年的时间,效果已非常明显。同时,海尔也利用第三方物流进行内部配送,企业物流把社会力量整合起来了。

当然,在实施物流发展计划的过程中,海尔也遇到了一些困难,其中最主要的是人们头脑中的习惯思维问题,观念还不适应整合起来后总的效果,只从自身是否方便来考虑问题。为解决这个问题,海尔成立了物流推进本部,专业从事物流改革的推进工作,由集团见习总裁亲自负责。该事业本部下属采购、配送、运输三个事业部,专业从事海尔全集团的物流活动,使得采购、生产支持、物资配送从战略上一体化。此外,国内研究物流的专业公司还不多,大部分从事的还只是物流中某个部分的工作,可以借鉴的经验很少。因此,海尔计划在尽可能短的时间内,摸索出一套海尔独有的物流管理模式,创立海尔独特的物流体系。目前,海尔正努力建设企业内部物流事业部门,并在为海尔集团服务的基础上,最终社会化,使海尔的企业物流最终成为海尔的物流。

企业。

► 思考题:

1. 海尔进行物流改革的原因和目的是什么?
2. 海尔物流改革的过程是怎样的? 取得了怎样的效果?

物流科学是一门新兴的学科,它以物的动态流通过程为主要研究对象,揭示了物流活动(运输、配送、储存、包装、装卸搬运、流通加工、物流信息等)的内在联系,现已成为独立的研究领域和学科。物流科学是管理工程与技术工程相结合的综合学科,应用了系统工程的科学成果,提高了物流系统的效率,从而更好地实现了物流的增值效用。本章将从物流、现代物流以及物流学等方面介绍物流的基础知识。

第一节 物流概述

一、物流概念的发展过程

自 20 世纪初“物流”概念产生至今近一个世纪的时间里,物流及其管理活动经历了各种各样的变化和发展。这一方面表现为物流一词从 Physical Distribution 演变到如今的 Logistics,从而使物流活动上升到战略管理的高度;另一方面,表现为物流管理的高度化发展,推动了物流研究和物流实践的发展。后者反映在研究和教学上,物流研究成果如雨后春笋般涌现,并在国际范围内形成了相关的协会和组织,最为突出的是现代物流管理业已成为管理学或市场营销专业中非常重要的一门学科;反映在实践上,随着科学技术的不断发展、全球营销的不断展开,物流事业也前所未有地得到了扩大,管理水平不断提高,从而呈现出物流业飞跃性、多样化的发展。

物流(Physical Distribution)一词,最早出现于美国,1915 年,阿奇·萧在《市场流通中的若干问题》一书中就曾提到物流一词,并指出“物流是与创造需求不同的一个问题”。在 20 世纪初,西方一些国家已出现生产大量过剩、需求严重不足的经济危机,企业因此提出了销售和物流的问题,此时的物流指的是销售过程中的物流。当时所研究的主要内容是企业为了把产品顺利销售出去而进行的一系列运输、仓储、包装等活动,使用的是 Physical Distribution(PD)一词,意为实体配送。第二次世界大战期间,美军后勤组织运用了一套科学的方法,并进一步丰富和完善了该方法,成功地将各种战略物资及时准确地运送至全球各地,为美军实施全球化战略提供了保障,这套方法在军事上被称为 Logistics(后勤)。二战结束后,这套后勤补给的方法经发展,运用在企业的采购、生产与销售的业务流程中,并取得了巨大的经济效益。

1962 年,美国著名管理学家彼得·德鲁克在《财富》杂志发表了《经济的黑暗大陆》一文,强调应当高度重视流通以及流通过程中的物流管理,从而对实业界和理论界又产生了一次重大的推动作用。在这一背景下,1963 年成立了美国物流管理协会,该协会将各方面的物流专家集中起来,提供教育、培训活动,这一组织成为世界上第一个物流专业人员组织。此后,1969 年罗纳德·J. 鲍尔索克斯在《市场营销》杂志上刊登了《物流的发展——现状与可能》一文,对物流概念的过去、现状以及未来发展做出了全面分析。1976 年道格拉斯·M. 兰伯特(Douglas M.

Lambert)对库存评价的会计方法进行了卓有成效的研究,并撰写了《库存会计方法论的开发:库存维持费用研究》一文,指出在整个物流活动所发生的费用中,库存费用是最大的一个部分。道格拉斯对费用测定的研究,为物流管理学的发展作出了重大贡献。

20世纪70年代末,物流活动的经营环境有了巨大的变化,这表现在一系列规制的缓和为物流业的迅速发展提供了前提条件。首先是1977~1978年《航空规制缓和法》的制定拉开了规制缓和的序幕,加速了航空产业的竞争,从而对货主和运输业产生了巨大影响。紧接着1982年通过了《汽车运输法案》和《铁路法案》,根据这两项法案,运输公司可以灵活决定运费和服务。到1984年随着《海运法案》的通过,运输市场已全面实现了自由化。这一系列规制缓和不仅带来了运输业的激烈竞争,而且由于运费的自由决定,运输路线、运送计划等自由度的增加,使物流业能够真正满足顾客需求,并实现与其他公司在物流服务上的差别化。对于货主来讲,随着选择自由度的增加,一方面,接受服务的水准得到提高,物流的高效率得以实现;另一方面,可以从发货地到目的地之间自由选择、组合交通工具,实现了联合运输。

在物流管理理论上,这一时期随着MRP、MRPⅡ、MRPⅢ、看板制以及Just in Time等先进管理方法的开发和在物流管理中的运用,使人们逐渐认识到需要从流通生产的全过程来把握物流管理,而计算机等现代科技的发展,为物流全面管理提供了物质基础和手段。

20世纪80年代中期以后,随着人们对物流管理认识的提高,经济环境、产业结构和科学技术迅猛发展,物流理论和实践开始向纵深发展。在理论上,人们越来越清楚地认识到物流与经营、生产紧密相连,它已成为企业竞争力的三大支柱之一。

从物流实践来看,20世纪80年代后期电子计算机技术和物流软件的发展日益加快,进而更加推动了现代物流实践的发展,这其中的代表是EDI与专家系统的运用。EDI是计算机之间不需要任何书面信息媒介或人力的介入,是一种构造化、标准化的信息传递方法。这种信息传递不仅提高了传递效率和信息的正确性,而且带来了交易方式的变革,为物流纵深化发展带来了契机。

日本的物流概念是1956年直接从英文的Physical Distribution翻译过来的,1956年日本派团考察美国的流通技术,引进了物流的概念,翻译成“实物的流通”或“物的流通”,简称为物流,并被日本工商企业界普遍接受。日本从20世纪50年代引入物流的概念之后,其物流发展的速度之快、规模之大、整体现代化程度之高及令人惊讶的物流效率,为世界瞩目。到20世纪70年代,日本已成为世界上物流最发达的国家之一。

20世纪70年代末,中国物资流通领域的有关人士在考察了日本的物资流通业情况后的一份报告中把“物流”概念和理论引进了中国。但是,中国在很长一段时间里没有对物流引起足够的重视,物流管理只是作为实现计划、生产和消费的辅助手段。随着中国经济开始进入新的发展阶段,市场逐步形成了买方市场,竞争日趋激烈,企业在降低物质消耗、提高劳动生产率以外的“第三利润源泉”的现代物流活动开始为各界所广泛关注。国外跨国公司的在华投资为我们带来了新的现代物流管理的理念。一些大型工商企业开始着手研究物流,实施物流管理和提供物流服务。中央及一些省市政府对物流发展也给予了高度重视,许多地方政府开始将物流业作为推动本地经济发展的新兴产业,如上海、广州、香港、宁波、青岛等,中国开始形成了一个物流发展热潮。推进现代物流发展,推动物流管理、物流技术的进步已成为目前中国经济社会发展中的一项重要内容。

当然,与先进国家相比,中国物流的发展还处于一个起步的阶段,人们对物流的认识也还

处于启蒙、初级阶段。中国已加入世界贸易组织(WTO),物流市场即将全面开放,现代物流将成为中国经济在新世纪发展的重要产业和新的经济增长点。物流是一个非常独特的业务领域,它的复杂性与地理跨度是任何其他业务所不能比拟的。物流已形成了一个现代化的概念,它对商务活动的影响日益明显,因而越来越引起人们的广泛重视。

二、物流的基本概念

目前国内外关于物流的概念和定义很多,国家贸易局为规范中国当前物流业发展中的基本概念,以适应物流业迅速发展和与国际接轨的需要,在广泛调查研究并借鉴国内外有关资料的基础上,提出了中国的“物流标准”。其中的基本概念术语中提出:“物流(logistics)——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、装卸、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。”

三、物流的地位和作用

(一)物流的地位

实践证明,物流具有对经济的支撑和保证作用。据统计,现在一件普通商品的物流费用大都为最后成本价的30%~50%,更有一些对时间、空间要求苛刻的商品,物流费用已经占到其成本价的70%~90%。正是在这种情况下,物流才被企业界所逐步重视。

第二次世界大战之后,美国、日本、英国等国家就开始注意到物流的作用。近40年来,不论学术界或产业界,无不承认物流管理对于企业竞争力的贡献。物流成本通常被认为是业务工作中的最高成本之一,仅次于制造过程中的材料费用或批发、零售产品的成本。在美国,产品的直接劳动成本已不足全部成本的10%,全部生产过程中只有5%的时间直接用于加工制造,95%的时间用于储存、运输等物流过程。发挥物流的作用能为企业带来更多的盈利空间。

纵观世界500强企业,都拥有世界一流的物流系统,通过向顾客提供优质服务获得竞争优势。这是因为,物流是作为一种能力在企业内部及企业间进行定位的,它为创造顾客价值的一般过程作出贡献。当企业发展到一定阶段,物流作业被高度集成化,并定位成一种核心能力时,就能够对战略优势起到基石的作用。物流成为企业竞相追逐的“第三利润源泉”。

(二)物流的作用

物流是企业取得竞争优势的关键,在国民经济和企业生产经营中有着重要的地位,发挥着重要的作用。

1. 物流是流通领域中不可缺少的部分

人类社会的生产与再生产过程分为生产、分配、交换(流通)和消费四个环节。其中流通是所有交换的总和,它处于生产和消费之间,是连接生产与消费的纽带。

流通是伴随着生产与交换的发展而发展的。随着社会经济的发展,社会化分工越来越细,生产规模越来越大,尤其是在经济全球化的趋势下,产品生产和消费的分布越来越广,因而导致了生产与消费之间的间隔越来越大。

物流对于流通过程,甚至国民经济的作用,是通过物流的增值效用来体现的,需要通过流通领域的过渡,才能将产品转移到消费者的面前。而需求的多样化,产品的多品种、少批量的特点,分工的专业化,使得流通环节的重要作用越来越凸现。只有通过流通环节,才能使生产与消费实现更加顺畅的连接,实现社会经济的正常运行。

流通环节需要解决两个问题:一是产品从生产者所有变成消费者所有,解决所有权更迭的问题;二是要解决对象物从生产地转移到使用地以实现其使用价值的问题。前者称为商流,后者称为物流。

物流过程实际上是一个增值的过程,在整个过程中通过物化劳动和活劳动的投入来增加产品的效用,具体表现为增加了产品的空间效用、时间效用、品种效用、批量效用、信息效用和风险效用等。

(1) 空间效用

空间效用表现为通过商品流通过程中的劳动克服商品生产和消费在地理空间上的分离。不同的地区具有不同的生产优势和生产结构,而产品的消费却可能遍布在另外的地区甚至是全国、全世界。所以正是商品流通所耗劳动创造的空间效用使我们可以品尝中国台湾出产的水果,享受瑞士生产的咖啡,购买法国的时装,使用美国 IBM 公司的电脑。

(2) 时间效用

时间效用表现为通过商品流通过程中的劳动克服商品生产和消费在时间上的不一致。这种不一致的表现有多种情况,如农产品之类的商品只能间断性生产而必须连续消费;又如一些时令性或集中性消费商品,其生产却是长期连续的;更多的情况是,虽然生产和消费都是连续的,但是商品从生产到消费有一定的时间差,这种时间差表现为商品生产与消费的时间矛盾。商品流通过程如储存、保管等投入的劳动恰好可以解决这种矛盾,表现为商品时间效用的增加,如大米、小麦等农产品的生产与消费。

(3) 品种效用

品种效用表现为通过商品流通过程中的劳动克服商品生产和消费品种方面的一致。因为无论是生产资料还是生活资料,消费者需要的是多种多样的商品,而专业化生产使某一生产厂家所提供的商品具有单一性,商品流通则可以集中多家生产商的产品提供给消费者,这方面的劳动投入表现为商品品种效用的增加。如越来越多的流通企业承担起生产厂家的“采购代理”任务。

(4) 批量效用

批量效用表现为通过商品流通过程中的劳动克服生产和消费批量的不一致。社会化大生产的一种重要方式是生产的专业化和规模化,而很多时候消费的需求量都是很有限的。商品流通中所消耗劳动的一个重要用途就是将生产的大批量分割成最终的小批量需求,在此表现为由整到散的分流过程;反过来的情况也同样存在,即生产尤其是后工业化社会中无论生产资料的生产还是生活资料的生产都呈现出一种趋势,即小批量、多品种的生产,这种生产方式与大批量流水生产共同存在。所以可能出现这种情况:虽然生产批量较小,而需求则可能是大量集中的。这时商品流通中的劳动就是把分散的货源加以集中,从而表现为从散到整的集流过程。所有这些方面投入的劳动是为了解决生产与消费批量上的不一致,表现为批量效用。

(5) 信息效用

信息效用表现为专业商品流通企业要收集大量的信息,如买卖双方的信息、产品说明和使用情况、发展情况、用户的意见、供求信息、技术发展趋势等,并对这些信息进行过滤、筛选、整理、分析,总结规律,发现问题。同时也可指导自己的工作,并将这些信息传递给供求双方,通过互动,以更好地贴近消费需求。

(6) 风险效用

风险效用表现在商品流通过程中存在和隐藏着许多风险,如质量风险、信贷风险、政策风险、汇率风险、财务风险等,让商品流通双方谁来承担这些风险责任可能都会是一种讨价还价的“扯皮”过程,会极大地加大交易费用甚至阻碍商品流通的真正完成。由专业商品流通企业来承担这些风险无疑会极大地提高供求双方的信心,同时加快流通和再生产的过程。

2. 物流是生产经营活动必不可少的支柱之一

任何生产企业都是为了适应社会对某种产品的需求而形成的。也就是说,向社会提供一定的产品是企业存在的必要条件。产品的制造过程也就是加工过程,每经过一道工序,被加工对象物的形状、尺寸或性质就会发生一次变化。加工设备或加工单元(如车间)的位置一般是固定的,为了保证加工活动的连续进行,被加工的物料必须依赖于运输车辆、起重机械、搬运机械或人力,才能运送到各个加工设备或加工单元(如车间)处,加工以后的半成品也必须用同样方式送到下一个加工点。物料在加工点之间的运动就是物流活动,和流通领域中的物流活动一样,不改变“物”本身的形状、尺寸和性质,只改变“物”在时间或空间位置的状态。

由上述可知,物流活动与加工活动一样是生产企业经营活动必不可少的支柱。通过物流活动把原材料运进生产企业,并使其依次在加工点之间流动,逐步形成半成品、成品直至出厂。物流在生产企业中是一个不可缺少的活动,其原因如下:

(1) 生产企业可以向物流要效益来改善自身的发展条件

生产系统为了自身的存在,除了产品要适应社会的需要之外,还应考虑从社会得到必要的回报,以作为生产过程所消耗费用的补偿,其盈余部分即是企业的利润。从社会得到补偿和利润是企业再生产和发展的必要条件。由于产品价格受到市场竞争机制的限制,从企业内部挖掘潜力降低成本是企业面临的最重要的课题之一。物流费用在生产成本中往往占有很大比重,而物流合理化对许多企业来说还是未曾开发的研究领域,因此,通过物流系统的改善能给企业带来难以估量的效益。

(2) 物流状况对生产环境、生产秩序和生产的连续性起着决定性的影响

在生产空间中,加工点处于固定位置,只要加工设备能正常运转,就不会对企业生产产生干扰,而物流在生产空间中始终是处于运动的状态,物流路线纵横交叉、上下升降,形成了遍布生产空间的立体动态网络。企业生产过程中原材料的供应、半成品在加工点之间的流转、成品的运出,只有依赖物流系统才能不间断地进行,使生产活动得以继续下去。物流路线不合理、运行节奏不协调,都会造成生产秩序的混乱。物流活动不正常、物流系统中物料堆放不规则,也会对生产环境造成影响。因此,有的企业家认为,一个企业的物料状况是最能体现其管理水平高低的标志。

不同的生产力水平的发展对物流的要求也是不同的。在生产力水平很低的时代,物流只是作为生产加工的附属活动而存在的。但随着技术的发展,物流活动的水平也在逐步提高,各种物流技术开始得到应用,各种物流机械,如起重机、运输车辆等,也在不断地改进和发展。20世纪50年代进入了大批量生产时代,加工设备专用化加强,自动化程度较高的流水生产线出现,产品数量也急剧上升,生产规模越来越大,对物流系统也提出了更高的要求,物流系统化、现代化被提到日程上,物流技术也得到进一步的发展。当代社会需求的特点是多样化、个性化,生产类型向多品种、小批量方向发展,生产加工设备也从专用加工设备的流水生产线转向采用具有多功能的柔性加工系统(FMS),生产中的物流系统为了适应这种变化也趋向柔性化,计算机控制物流管理的软件研究与开发已成为物流技术发展的新标志。