

21世纪高职高专规划教材

EDITOR
GUO LAN

XIANDAIWULIUGUANLI GAILUN

现代物流管理概论

主编 郭兰

中国商业出版社

21 世纪高职高专规划教材

现代物流管理概论

主 编 郭 兰

副主编 刘建清 王力军 田晓凤

巴洛夫

参 编 刘俊霞 徐伟丽 史 岩

孙 颖 牛 超

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代物流管理概论/郭兰主编.—北京:中国商业出版社,2007.4

ISBN 978-7-5044-5840-7

I. 现... II. 郭... III. 物流—物资管理—高等学校:技术学校—教材
IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 038925 号

责任编辑:刘树林

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

保定星光印刷厂印刷

* *

787×960 毫米 16 开 15.75 印张 299 千字

2007 年 4 月第 1 版 2007 年 4 月第 1 次印刷

定价:28.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

前 言

近年来,国内的现代物流正在向国民经济各个行业渗透,国外物流企业在国内市场的份额也迅速扩展。物流人才,特别是物流专业技术人员十分短缺,高等职业院校作为实用性、技能型人才培养的摇篮,应该围绕着国家的人才培养战略,把握时机,根据市场需求构建适应我国经济发展的物流人才培养体系,围绕物流专业建设、课程建设、实训建设、师资建设,编写出与之相适应的高水平教材。

经过参编老师的共同努力,高职高专《现代物流管理概论》教材终于完稿了。本书作为专业基础课程教材,在编写过程中通过对整个物流产业各个层次人才资源的需求调查了解,将其定位在高职高专教育及培训实用性、技能型物流人才培养上,这是符合国家的产业政策和国家实施人才开发战略总体目标要求的。

本书是在保持现有的物流基本理论的基础上,广泛吸收和借鉴国内外最新的物流技术以及新知识、新经验和新技能等内容,结合高等职业教育的特点编写的。本书所涉及的内容和相关名词术语既符合国家标准,又尽量与国际接轨,使全书保持一定的理论科学前沿性,以便于读者自学和进一步学习。由于现代物流专业与理论的交叉性、兼容性和同步性,本教材按主题板块结构将主要内容分为物流管理基本知识、供应链管理、物流战略规划、物流基本业务、现代物流管理内容、第三方物流、现代物流与电子商务、物流系统工程、物流运营实务九章,讲求实用和够用。

全书由郭兰副教授担任主编,刘建清工程师、王力军讲师、田晓凤副教授担任副主编,刘俊霞、徐伟丽、史岩、孙颖、牛超等高校教师参加了编写。其中,第一、二章由郭兰、徐伟丽编写;第三、四、七章由刘建清、孙颖、牛超编写;第五、六章由田晓凤、刘俊霞编写;第八、九章由王力军、史岩编写。保定职业技术学院李开广、崔喜元教授担任本书的主审。在此,对所有参加编写的老师和关心本书编写的编者所

在单位的领导,以及中国教育技术协会专业技术委员会、物流教育协会、国际商务技术认证协会的专家和老师的的大力支持,表示衷心的感谢!

本书在编写过程中,参考或引用了许多专家学者的资料,作者已尽可能地在参考文献中列出,在此谨对他们表示衷心的感谢。有些资料由于疏忽没有指出出处,若有此类情况发生,表示万分歉意。

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2月

目 录

第一章 物流管理基础知识	1
第一节 现代物流的产生和发展	2
一、物流与现代物流	2
二、现代物流的分类	4
三、物流发展过程及趋势	4
第二节 企业物流	8
一、供应物流	8
二、生产物流	8
三、销售物流	9
四、回收与废弃物流	9
第三节 物流管理概念	10
一、物流管理的概念	10
二、物流管理的目标和原则	10
三、物流管理的程序	12
思考题	13
第二章 供应链管理	15
第一节 供应链概述	16
一、供应链的演变	16
二、供应链的概念	17
三、供应链的类型	18
四、供应链的特征	20
第二节 供应链管理的内容	20
一、供应链管理的含义	20
二、供应链管理主要内容	21
三、供应链管理实施步骤	23
第三节 价值链及其分析方法	26
一、价值链的概念	26
二、企业价值链分析	28
三、识别价值活动	29
四、价值链确定	31
第四节 供应链管理方法	32

一、供应链管理的策略方向	32
二、业务外包策略	36
三、供应链管理环境下的扩展企业	37
四、供应链的设计	38
第五节 供应链管理绩效评价	41
一、供应链绩效评价的原则	41
二、供应链绩效评价指标体系	41
思考题	46
第三章 物流战略规划	47
第一节 物流战略规划概述	48
一、物流战略定位	48
二、物流规划的基本内容	49
第二节 物流规划的环境因素	54
一、物流环境分析	54
二、企业运作系统要求	56
第三节 物流计划的类型与步骤	70
一、物流计划的类型	70
二、物流计划设计的步骤	72
思考题	74
第四章 物流基本业务	75
第一节 物流存储运输业务	75
一、存储业务	75
二、运输业务	80
三、配送与流通加工业务	87
第二节 物流市场营销业务	89
一、物流市场营销的含义	89
二、物流人员了解市场营销的必要性	89
三、物流市场营销的管理思想	90
四、物流市场营销研究方法	90
五、物流企业的市场营销目标	91
六、物流市场营销的过程分析	91
七、物流市场营销的决策程序	91
第三节 物流货物代理业务	92
一、货运代理基本概念	92

二、货代的服务对象	92
三、货运代理的责任	94
四、货运代理的赔偿责任	95
五、集装箱流转过程	96
六、海运集装箱出口业务	97
七、进口货运业务	97
第四节 物流技术与信息管理	98
一、物流技术概述	98
二、物流信息技术	101
三、信息系统在物流中的作用	104
四、物流软件	105
思考题	111
第五章 现代物流管理内容	113
第一节 物流成本管理	114
一、物流成本的概念	114
二、物流成本的计算方法	115
三、ABC 计算法	119
四、物流成本的控制制度	122
第二节 物流质量管理	125
一、物流质量管理概念	125
二、物流质量管理的方法	126
三、物流质量管理的指标体系	129
四、物流质量管理的主要基础工作	132
第三节 客户管理	133
一、客户管理的含义	133
二、物流客户管理的流程	134
三、确定客户管理水平时要注意的问题	135
第四节 物流标准化	135
一、物流标准化概念	135
二、物流标准化的主要内容	137
思考题	139
第六章 第三方物流	141
第一节 第三方物流概述	141
一、第三方物流的含义和特点	141

二、第三方物流的服务内容	143
第二节 第三方物流的原理	143
一、双赢原则的确立	143
二、战略联盟原理的应用	144
第三节 我国第三方物流	144
一、我国第三方物流发展的现状	144
二、第三方物流的发展前景	145
思考题	146
第七章 现代物流与电子商务	147
第一节 电子商务概述	147
一、电子商务的含义	147
二、电子商务的核心内容	148
三、电子商务的电子工具	151
第二节 电子商务的形成与发展	154
一、电子商务的演进	154
二、电子商务背景下供应链的实现	156
三、全球化市场的形成	160
第三节 现代物流与电子商务的关系	160
一、电子商务对物流活动的影响	161
二、电子商务对现代物流活动的作用	161
三、电子商务形式下物流业的发展策略	162
思考题	164
第八章 物流系统工程	165
第一节 物流系统	165
一、系统和物流系统的概念	165
二、物流系统的要素	166
三、物流系统的特征	169
四、物流系统的目标	170
五、现代物流系统模式——系统化	172
第二节 物流系统工程	173
一、物流系统工程	173
二、物流系统工程技术	179
三、物流系统工程的应用	181
思考题	193

第九章 物流运营实务	195
第一节 运输方式	196
一、水上运输	196
二、铁路运输	198
三、公路运输	199
四、航空运输	199
五、联合运输	200
六、集装箱运输	201
七、其他运输方式	206
第二节 货物运输保险	207
一、海上货物运输保险	207
二、陆运、空运货物与邮包运输保险	208
三、保险单	209
四、保险的索赔	210
第三节 运输合同纠纷及其解决	212
一、运输合同及纠纷	212
二、承运人责任期间和免责条款	214
三、托运人的责任	217
四、运输索赔和争议的解决	220
第四节 国际口岸与报关业务	221
一、口岸与海关	221
二、海关通关实务	223
第五节 订单处理	229
一、订单准备	230
二、订单的传递	230
三、订单录入	231
四、订单履行	231
思考题	232
附表一	234
附表二	235
附表三	236
附表四	237
附表五	238
参考文献	239

第一章 物流管理基础知识

本章重点和难点:

1. 传统物流与现代物流的联系与区别;
2. 现代物流系统化模式;
3. 企业物流;
4. 物流管理的目标和原则。

案例导入:

当国内的大部分企业对什么是物流还很陌生时,海尔集团早已因为大力发展物流而受益。1999年,海尔集团的总销售额为260亿元人民币,而到2001年,就已经超过了600亿元。海尔取得的这些显著业绩是以其强大的科研开发和生产能力为后盾的,更是以其强大的供应链和物流管理为基础的。

海尔通过资源整合、流程再造带来了极大的效益。首先是采购系统整合,将集团的采购活动全部集中,在全球范围内采购质优价廉的零部件。过去海尔一年的采购费用约150多亿元,有1.5万余品种,供应商2000多家。2001年,通过物流整合采购,加强采购管理,全球集合竞价,使供应商数目减少到900多家,采购人员减少1/3,成本每年降低4.5%以上。滞留物资量较以前降低了73.8%,仓库面积减少了50%,库存资金减少了67%。其次,海尔按用户的需求,按订单进行采购、制造等,采购的每一个零部件和生产线上的每一台产品都是有客户的。目前,海尔集团每个月平均接到6000多个销售订单,按这些订单订制的产品品种达7000多个,需要采购的物料品种达15万余种。在这种复杂的情况下,海尔整合全球配送网络,将产品即时按要求配送到用户手中。现在海尔物流配送网络已从城市扩展到农村,从沿海扩展到内地,从国内扩展到国际,目前与300多家运输公司建立了紧密的合作关系。

现在,海尔内部实现了以订单为中心、各部门信息同步的模式,最大限度地缩短了对订单的应对时间。外部使用B2B采购平台,100%供应商的订单从网上获得,网上付款达80%以上,通过网上支付,每年为供应商节约上千万元的费用。为高速、高质量完成订单,海尔国际物流中心在这个投资近亿元、相当于平面仓库30万平方米的国际物流中心里,只有18名员工,其中叉车工9位,采用高速运转、操作简便的巷道堆垛机,实现了对货物的自动存取,激光导行的无人运货车,自动完成装卸货物,充

电行走、自动码垛的机器人,高精度地进行着存货和取货,效率之高让人叹服。

海尔物流通过开展第三方配送,成为新经济时代下集团发展的核心竞争力。海尔物流运用已有的配送网络与资源,借助信息系统,积极拓展社会化分拨物流业务,目前已经成为日本美宝集团、AFP集团、乐百氏的物流代理;与ABB公司、雀巢公司的业务也在顺利开展;与中国邮政开展的强强联合,更加健全了配送网络,为满足用户的需求提供了零距离服务。

在这个案例中我们看到,并非源于核心技术的改进,而仅仅是在企业中增加了专属物流的职能部门,通过整合采购,采用电子化订单方式以及先进的物流设施等一系列重视并发展企业内部物流的手段,海尔就为自己获得了丰厚的利润并增强了竞争力,充分展现了物流作为企业“第三利润源泉”的巨大魅力。物流究竟是如何在企业的运作中发挥效益的,它创造的利润从何而来,企业应该如何合理地利用物流?要解决这些疑问,让我们通过以下的学习来了解。

第一节 现代物流的产生和发展

一、物流与现代物流

物流管理学科是一个十分现代化的学科。从1915年提出物流(Physical Distribution)概念,经过70多年的时间才有定论。第二次世界大战中,围绕战争供应,美国军队建立了“后勤”(Logistics)理论,并将其用于战争活动中。其中所提出的“后勤”是指将战时物资生产、采购、运输、配给等活动作为一个整体进行统一布置,以求战略物资补给的费用更低、速度更快、服务更好。后来“后勤”一词在企业中广泛应用,又有商业后勤、流通过后勤的提法,这时的后勤包含了生产过程和流通过程的物流,因而是一个包含范围更广泛的物流概念。

物流概念主要通过两条途径从国外传入我国,一条是在20世纪80年代初随“市场营销”理论的引入而从欧美传入,因为在欧美的所有市场营销教科书中,都毫无例外地要介绍“Physical Distribution”,这两个单词直译为中文即为“实体分配”或“实物流通”,我们普遍接受“实体分配”的译法。所谓“实体分配”指的就是商品实体从供给者向需求者进行的物理性移动。另一条途径是“Physical Distribution”从欧美传入日本,日本人将其译为日文“物流”,80年代初,我国从日本直接引入“物流”这一概念至今。

物流有广义物流与狭义物流(商业物流)两层含义。广义物流是指社会物质在一定的劳动组织条件下,凭借载体从供应方向需求方移动的过程。任何物流的形

成,离不开三个要素:物质、劳动组织(载体)、定向移动。

目前国内外物流的概念很多,如有以下几个:

“物流是一个控制原材料、制成品、产成品和信息的系统。”

“从供应开始经各种中间环节的转让及拥有而达到最终消费者手中的实物运动,以此实现组织的明确目标。”

“物质资料从供给者到需求者的物理运动,是创造时间价值、场所价值和一定的加工价值的活动。”

“物流是指物质实体从供应者向需求者的物理移动,它由一系列创造时间价值和空间价值的经济活动组成,包括运输、保管、配送、包装、装卸、流通加工及物流信息处理等多项基本活动,是这些活动的统一。”

《物流术语》的实施,标志着我国对于“物流”的定义得到统一。现在它对商务活动的影响日益明显并越来越引起人们的注意。根据2001年颁布的《中华人民共和国国家标准物流术语》(GB/T18354—2001),我国对物流所下的定义为:物品从供应地向接收的实体流动过程。根据实际需要,对运输、储存、装卸、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。

现代物流(Modern logistics)是相对于传统物流而言的。它是在传统物流的基础上,引入高科技手段,即运用计算机进行信息联网,并对物流信息进行科学管理,从而使物流速度加快,准确率提高,库存减少,成本降低,以此延伸和放大传统物流的功能。在中国,许多专家学者认为:“现代物流是根据客户的需要,以最经济的费用,将物资从供给地向需求地转移的过程。它主要包括运输、储存、加工、包装、装卸、配送和信息等活动。”中国六部委(原国家经贸委、铁道部、交通部、原信息产业部、原外经贸部、民航总局)于2001年3月在“加快物流发展若干意见”的通知中,对现代物流的定义是这样表述的:“原材料、产成品从起点至终点及相关信息有效流动的全过程。它将运输、仓储、装卸、加工、整理、配送、信息等方面有机结合,形成完整的供应链,为用户提供多功能、一体化的综合性服务。”

现代物流与传统物流的不同表现在很多方面,其中最主要的有以下几方面。

服务功能上的差异。传统物流的服务功能是相对独立的,因此不具备控制整个供应链的功能;而现代物流强调的是对供应链的全面管理和有效控制。

与客户关系的差异。传统物流与客户的关系是建立短期合约,以价格竞争和标准服务赢得客户;而现代物流与客户通常是战略合作伙伴的关系,通常以降低成本、提供增值和定制服务满足客户的需求。

信息系统建设的差异。传统物流没有外部整合系统,有限的或没有EDI联系,更没有卫星跟踪系统;而现代物流实施信息系统,广泛运用EDI以及卫星跟踪系统。

物流企业管理的差异。传统物流企业通常采用分散的、传统的、人工的管理；而现代物流企业采用的是现代化、信息化、全面质量管理系统的管理。可见，现代物流是一个全新的系统概念：它包含了产品寿命周期的整个物理性位移的全过程；它使传统物流向生产、流通以及消费全过程延伸，并且添加了新的物流内涵；它使社会物流与企业物流有机地结合起来，即从采购物流到生产物流到销售物流直至消费终端。

二、现代物流的分类

现代物流按不同的标准可以分成不同的种类：

（一）按物流活动范围可以分为国际物流和区域物流

国际物流是现代物流系统发展很快、规模很大的一个物流领域，是伴随和支撑国际间经济交往、贸易活动和其他国际交流所发生的物流活动。

相对于国际物流而言，一个国家范围内的物流，一个城市的物流，一个经济区域的物流都处于同一法律、规章、制度之下，都受相同文化及社会因素影响，都处于基本相同的科技水平和装备水平之中，因而都有其独特的特点，都有其区域的特点。

（二）按物流系统性质可以分为社会物流和企业物流

社会物流是指超越一家一户的以一个社会为范畴面向社会为目的的物流。社会物流的范畴是社会经济的大领域，社会物流研究如何形成服务于社会、面向社会又在社会环境中运行的物流，研究社会中物流体系结构和运行，因此带有综观和广泛性。

企业物流是从企业角度研究与之有关的物流活动，是具体的、微观的物流活动的典型领域。企业物流按发生的先后顺序分又可以分为企业生产物流、企业供应物流、企业销售物流和回收与废弃物流。

三、物流发展过程及趋势

（一）国外物流的发展历史

尽管由于各个国家的经济发展水平等因素的限制，现代物流的发展时间及历程各不相同，但总的说来，国外现代物流的发展大致可以分为以下三个阶段：

1. 实体配送阶段

这是现代物流的初级阶段。对物流的研究主要集中于流通领域；由于市场环境由卖方市场变为买方市场，使企业不得不把注意力集中到产成品的销售上。这一阶段，物流系统的概念已初步形成，但解决的主要是流通领域的物流活动，注重的是从产成品到消费者的物流环节，使运输、仓库、库存政策和订单处理等作业环

节等互相配合,协调工作。这种协调作业的实体配送管理办法缩短了配送时间,节省了费用,提高了服务水平。

2. 内部一体化物流阶段

这一阶段,物流的含义从流通领域延伸出去,包含了供应和生产的全过程物料管理。它是指从原材料采购、运输到产成品分销的所有物流活动及相关的信息与控制系统,被称为“集成式物流管理”或“一体化的物流管理”,其代名词演变成为 logistics。它不仅包含了以往物料和分销管理的全部内容,还涉及传统的市场营销和生产管理的一些职能(如生产计划、销售预测、原材料与在制品管理、顾客服务等)。这一阶段物流管理的集成仍局限于企业内部,故称为“内部一体化”。

该阶段的特点是:第三方物流企业成为各种物流服务的主要提供者;通信与信息处理能力大大增强,众多企业采用了 EDI、条形码和计算机;顾客服务变得更加重要,企业把物流视为赢得市场竞争的有效途径。

3. 外部一体化供应链管理阶段

到了 20 世纪 90 年代,由于一系列外部因素的变化,企业特别是许多大型企业、跨国公司开始把着眼点放在物流活动的全过程,形成了所谓供应链或物流管理的概念。供应链管理将功能集成的概念从单个企业拓展到供应链上的所有企业。在企业经营业务全球化的趋势日益明显、国际竞争压力不断增加的情况下,许多企业认识到,市场不仅仅是单个企业的竞争,同时也是供应链之间的竞争,只有使整个供应链在市场上具有竞争力,成员企业才有生存与发展的空间。因此,必须通过降低成本和风险,将企业资源在供应链成员之间平衡和调配,提升整个供应链的效率,从而增强供应链以及成员企业的竞争力。对供应链全过程中的一切相关活动及其信息系统进行综合管理,实现物流活动全过程的有机整合是这一阶段的主要特征。

(二)我国物流的发展历史

物流在我国的发展经历了逐步深化和提高的过程,大致可分为三个阶段。

1. 前物流时期(1979 年以前)

这一时期,物流一词还未引入中国。国内无论是政府、学术界还是企业对物流的认识尚不清晰,更没有系统管理物流活动的思想与机制。从新中国成立到 1978 年,我国一直实行高度集中的计划经济体制,与此相对应,企业生产按计划组织,物资供应按计划调拨,产品销售按计划分配,交通运输按计划执行,几乎所有的生产资料和消费资料都是由各级政府按部门、按行政区域通过计划手段进行分配和供应的。涉及“物流”的各个环节,包括采购、运输、仓储、包装、加工、配送等,均完全通过计划手段进行管理和控制。企业基本没有自主经营的空间,更谈不上物流系统的规划与运用。可以说,这个时期中国还没有“物流”的概念。

2. 物流启蒙时期(20世纪80年代~90年代)

这一时期,现代物流的概念及管理方式开始引入我国。1979年5月,中国物资经济学会代表团从日本带回了物流的概念。此后,中国物流研究会、中国物资流通学会相继成立,《物流手册》等介绍物流的专业书刊开始出版。1989年4月,中国物资经济学会在北京成功举办了“第八届国际物流会议”。与此同时,随着计划经济向市场经济体制的转变,生产力的快速发展,使流通开始成为限制我国经济发展的瓶颈,物流的重要性在物资、商业、外贸、交通、铁路、货代等各个方面引起关注,政府在铁路、公路、港口、码头、机场、货运枢纽等基础设施建设的投入加大。进入90年代以后,随着改革开放的进一步深化,我国经济体制逐步转型,经济总体实力明显增强,基础设施建设步伐加快,综合运输体系初步形成。

3. 现代物流起步时期(1999年至今)

1999年11月25日,吴邦国副总理在“现代物流发展国际研讨会”上指出:现代物流是一项跨行业、跨部门、跨地区、甚至跨国界的系统工程,现代物流作为一种先进的组织方式和管理技术,被广泛认为是企业在降低物资消耗、提高劳动生产率以外的重要利润源泉,在国民经济和社会发展中发挥着越来越重要的作用。这一重要讲话标志着政府开始重视现代物流的发展,此后,现代物流的功能与作用得到了全社会的普遍认同。上海、北京、深圳、青岛、长春等许多地方政府,将现代物流产业列为政府支持发展的重点产业和新的经济增长点,深圳市已明确将现代物流产业作为实现跨世纪经济发展目标的三大支柱产业之一。海尔集团等企业将物流能力定位为企业竞争优势的核心能力。以中储为代表的许多传统仓储运输企业纷纷向第三方物流转型,各种物流学术团体和物流人才培养教育应运而生。现代物流在中国已不再仅仅是学术理论,而是作为一门产业,进入了重要的发展时期。

(三)我国物流产业的现状

进入21世纪,物流在中国已经以产业的形式在国民经济生产中占据了重要的位置。物流产业的现状主要有以下几点:

1. 物流基础设施初具规模

近年来,我国基本建成了由铁路、公路、水运、民航和管道运输组成的物流运输基础设施体系。2003年,我国铁路营业里程7.3万公里,比1978年增加41%;公路里程达179.6万公里,比1978年增加102%,其中高速公路3万公里;内河航道里程12.2万公里。此外,我国还建成了一批铁路、公路站场和货运枢纽,海运和内河港口、机场。2003年,沿海港口万吨级及以上深水泊位达到近600个。运输线路和作业设施有了较大的改善。以发展现代物流为核心的物流园区、物流中心、配送中心等大批涌现。

2. 现代物流技术逐步得到应用

为适应市场竞争的需要,一些大型工业企业开始重视现代物流技术的应用。以订单为中心改造现有业务流程,在生产组织、原材料采购及产品销售及配送和运输等方面实行一体化运作,降低库存,减少资金占用。商业企业加快改制重组,发展连锁经营、统一配送和电子商务的步伐。

3. 专业化物流企业迅速发展

近几年来,通过改造传统国有运输、仓储企业,发展民营物流企业,积极引进外资物流企业,以及实现生产流通企业物流社会化等途径,专业化物流企业发展迅速,逐步形成了不同所有制形式、不同经营模式和不同经营规模的专业物流企业共同发展的格局。物流的服务功能增强,服务水平提高。

4. 物流信息化建设稳步推进

在信息通信方面,目前我国已拥有电信网络干线光缆超过 30 万公里,并已基本形成以光缆为主体、以数字微波和卫星通信为辅助手段的大容量数字远干线传输网络;四大骨干网络的覆盖范围包括全国地市以上城市、90%的县级市及大部分乡镇,并连通世界主要国际信息网络,从而使 EDI、ERP、MRP、GPS 等一些围绕物流信息交流、管理和控制的技术得以应用。2003 年,互联网上网人数达 7950 万人,上网计算机达到 3089 万台,网站总数达到 59.6 万个,互联网的应用逐步普及。由于建立物流信息系统是传统物流企业向现代物流企业转变的基础,我国的物流软件市场正稳步增长,一批新兴的物流软件企业正在成长,跨国 IT 企业如 IBM、CA 等也在努力开拓我国物流软件市场。

5. 工商企业致力于物流合理化

近年来,不少工商企业已认识到物流是企业的“第三利润源泉”,抓紧建立自己的物流体系,促进企业物流合理化。神州数码、国美电器等企业都已经建立或正在筹建自己的物流体系。特别是海尔集团,在对企业进行全方位流程再造的基础上,建立了具有国际水平的自动化、智能化的现代物流体系,使企业的运营效益发生了奇迹般的变化,资金周转达到一年 15 次,呆滞物资降低了 73.8%,仓库面积减少了 50%,库存占用资金减少了 67%，“海尔物流”被中国物流与采购联合会授予中国物流示范基地称号。

6. 各级政府高度重视物流发展

2001 年 3 月,原国家经济贸易委员会、铁道部、交通部、原信息产业部、原对外贸易经济合作部和中国民用航空总局联合印发《关于加快我国现代物流发展的若干意见》。同年 8 月,原国家经贸委决定建立现代物流工作重点企业联系制度,以加强政府与企业的沟通与联系,并确定中国邮政等 34 家企业为现代物流工作重点联系企业。在原国家计委、原国家经贸委发布的《当前国家重点鼓励发展的产业、产品和技