

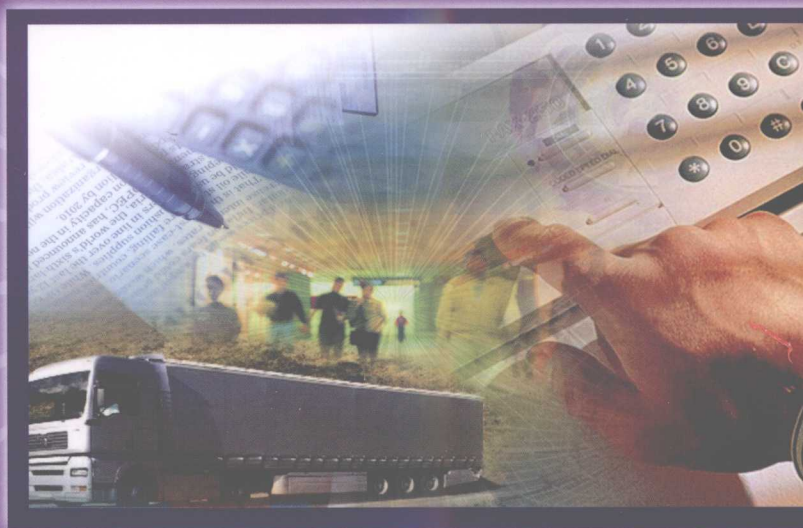


21世纪高职高专规划教材

物流管理系列

企业物流管理

QIYE WULIU GUANLI



谭红翔 余晓红 主 编

段云鹏 潘忠志 邓永胜 副主编

清华大学出版社 · 北京交通大学出版社

21 世纪高职高专规划教材·物流管理系列

企业物流管理

谭红翔 余晓红 主 编

段云鹏 潘忠志 邓永胜 副主编

清华大学出版社

北京交通大学出版社

• 北京 •

内 容 简 介

本教材共分为3篇11章。第1篇为企业物流管理概述,主要内容包括:企业物流概述、现代企业物流管理;第2篇为企业物流管理的内容,主要内容包括:企业供应物流管理、企业生产物流管理、企业销售物流管理、企业逆向物流管理;第3篇为企业物流管理的组织与控制,主要内容包括:企业物流管理的组织结构、物流客户服务、企业物流信息系统、企业运输管理和企业库存管理。本教材主要在理论分析的基础上,强调企业物流管理的应用性分析,注重新技术的发展,并加强综合性企业物流管理的分析,以适应现代企业物流管理的需要。

本书可供高职高专院校物流管理、运输、电子商务等相关专业的学生使用,也可供从事企业物流管理工作的人员学习参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

企业物流管理/谭红翔,余晓红主编. —北京:清华大学出版社;北京交通大学出版社,2008.1

(21世纪高职高专规划教材·物流管理系列)

ISBN 978-7-81123-205-9

I. 企… II. ①谭… ②余… III. 企业管理-物流-物资管理-高等学校:技术学校-教材 IV. F273.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第192786号

责任编辑:张利军 特邀编辑:尹海丹

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969 <http://www.tup.com.cn>

北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414 <http://press.bjtu.edu.cn>

印刷者:北京市梦宇印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印张:15.5 字数:350千字

版 次:2008年1月第1版 2008年1月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-81123-205-9/F·293

印 数:1~4000册 定价:24.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

出版说明

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分,它的根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的高等技术应用型专门人才,所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业知识的基础上,应重点掌握从事本专业领域实际工作的基本知识和职业技能,因而与其对应的教材也必须有自己的体系和特色。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教学改革和教材建设的需要,在教育部的指导下,我们在全国范围内组织并成立了“21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会”(以下简称“教材研究与编审委员会”)。“教材研究与编审委员会”的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明、办学实力强的高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院,其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证规划教材的出版质量,“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“21世纪高职高专规划教材编审委员会”(以下简称“教材编审委员会”)成员和征集教材,并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师或生产第一线的专家。“教材编审委员会”组织各专业的专家、教授对所征集的教材进行评选,对列选教材进行审定。

目前,“教材研究与编审委员会”计划用2~3年的时间出版各类高职高专教材200种,范围覆盖计算机应用、电子电气、财会与管理、商务英语等专业的主要课程。此次规划教材全部按教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”编写,其中部分教材是教育部《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》的研究成果。此次规划教材编写按照突出应用性、实践性和针对性的原则编写并重组系列课程教材结构,力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向;反映当前教学的新内容,突出基础理论知识的应用和实践技能的培养;适应“实践的要求和岗位的需要”,不依照“学科”体系,即贴近岗位,淡化学科;在兼顾理论和实践内容的同时,避免“全”而“深”的面面俱到,基础理论以应用为目的,以必需、够用为度;尽量体现新知识、新技术、新工艺、新方法,以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

此外,为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性,我们希望全国从事高职高专教育的院校能够积极加入到“教材研究与编审委员会”中来,推荐“教材编审委员会”成员和有特色、有创新的教材。同时,希望将教学实践中的意见与建议及时反馈给我们,以便对已出版的教材不断修订、完善,不断提高教材质量,完善教材体系,为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有规划教材由全国重点大学出版社——清华大学出版社与北京交通大学出版社联合出版,适用于各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院使用。

21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会

2008年1月

前言

随着我国经济社会的快速发展,物流业在国民经济中的地位和作用日趋显现。为适应行业发展对人才支撑的需要,近年来,我国许多高等院校开展了物流管理专业人才的培养工作。据有关研究机构调查统计,全国1000多所高职高专院校有一半以上设置了物流管理专业。在沿海发达地区,70%以上的院校设置了该专业。因此,出版一批适合高职高专人才培养的好教材势在必行。

生产企业物流是整个社会物流的重要组成部分,据调查,几年来物流管理专业的毕业生有1/3左右从事生产企业物流工作,因而全国不少设置物流管理专业的院校根据各学校不同的人才培养定位把“企业物流管理”作为该专业的核心课程或主干课程。

本教材以适应培养物流管理专业高技能应用型人才为目标,以企业物流过程为主线,介绍了企业物流管理的基本知识,重点讲述了企业物流管理的内容,以及相应的知识、技能。通过学习,学生可以了解企业物流管理的基本概念、内容和相关知识,掌握企业物流管理不同岗位所需的初步技能,具备从事企业物流管理的基本素质,从而能够从事企业物流相关岗位的管理工作。

本教材主编谭红翔(昆明冶金高等专科学校校长助理、物流与交通学院院长、副教授、高级工程师)大学毕业后曾长期从事大中型企业的管理工作,对企业物流(主要是生产企业物流)有深刻的认识和丰富的实践,近几年来研究物流管理的理论并担任教学工作。本教材紧密结合企业物流过程实际(做什么),贯穿物流管理的相关知识、技能(怎么做),因而具有较强的针对性和适用性,使学生能够学以致用。

本教材条理清晰,内容实用,形式生动,通俗易懂,适宜高等院校物流管理专业和相关专业教学之用(建议教学学时数为60学时),也可作为企业成人教育和职工自学用书。

本教材由昆明冶金高等专科学校谭红翔、余晓红担任主编,负责全书总体构思并编写大纲,其中谭红翔负责全书的审稿和最后定稿并编写第1~2章,余晓红负责全书的审稿并编写第3~5章;段云鹏、潘忠志、邓永胜担任副主编,其中段云鹏编写第6章,周丽发、段云鹏共同编写第7章,潘忠志编写第8章,邓永胜编写第9章,邓永胜、王新盈共同编写第10章,潘忠志、周丽发共同编写第11章。此外,王蓉、杨煌参加书稿的编排、整理和相关资料的收集等工作。

由于编者水平有限,书中难免有不妥之处,敬请广大读者批评指正。

编者

2008年1月

目 录

第 1 篇 企业物流管理综述

第 1 章 企业物流概述	(3)
1.1 企业	(3)
1.1.1 企业的概念	(3)
1.1.2 企业的特征	(3)
1.1.3 企业的分类	(4)
1.2 企业物流	(6)
1.2.1 物流的由来	(7)
1.2.2 物流的概念	(9)
1.2.3 企业物流的概念	(12)
1.3 企业物流的分类	(13)
1.3.1 企业物流按行业分类	(13)
1.3.2 企业物流按企业活动的过程分类	(15)
1.4 企业物流的内容	(18)
1.4.1 运输	(18)
1.4.2 仓储	(19)
1.4.3 装卸搬运	(19)
1.4.4 包装	(20)
1.4.5 流通加工	(20)
1.4.6 物流信息	(21)
1.4.7 配送	(22)
1.5 企业物流的作业目标	(23)
1.5.1 快速反应	(23)
1.5.2 最小变异	(23)
1.5.3 最低库存	(23)

1.5.4 物流质量	(24)
1.5.5 整合运输与配送	(24)
1.5.6 产品生命周期的不同物流目标	(24)
◇ 本章小结	(27)
◇ 思考与练习	(28)
第2章 现代企业物流管理	(29)
2.1 企业物流管理概述	(29)
2.1.1 企业物流管理的概念	(29)
2.1.2 企业物流管理在企业管理中的地位	(30)
2.2 企业物流管理的内容	(30)
2.2.1 企业物流管理组织	(30)
2.2.2 企业物流活动中的职能管理	(31)
2.2.3 企业物流活动诸要素的管理	(32)
2.2.4 企业物流管理的原则	(33)
2.3 现代企业物流管理的竞争战略	(36)
2.3.1 现代企业物流战略的概念	(36)
2.3.2 现代企业物流战略的内容	(37)
2.3.3 现代企业物流战略管理	(37)
2.3.4 现代企业物流战略优势	(38)
2.3.5 现代企业物流的主要竞争战略	(39)
2.3.6 实现现代企业物流竞争战略的基本途径	(40)
2.4 现代企业物流管理的一体化运作	(40)
2.4.1 传统物流管理	(40)
2.4.2 现代物流管理与物流一体化	(41)
2.4.3 物流功能一体化与企业物流	(42)
2.4.4 现代企业物流一体化运作管理的模式	(43)
◇ 本章小结	(47)
◇ 思考与练习	(48)
第2篇 企业物流管理的内容	
第3章 企业供应物流管理	(51)
3.1 企业供应物流概述	(51)
3.1.1 企业供应物流的概念	(53)

3.1.2 企业供应物流的基本任务及其作用	(53)
3.2 企业供应物流中的物料管理	(54)
3.2.1 采购	(55)
3.2.2 其他物料管理活动	(57)
3.3 供应计划	(59)
3.3.1 适时供应法	(59)
3.3.2 适时分拨计划	(60)
3.4 采购计划	(60)
3.4.1 采购的重要性	(60)
3.4.2 采购计划的编制	(61)
3.5 电子采购	(65)
3.5.1 电子采购的含义	(65)
3.5.2 电子采购的优缺点及类型	(66)
◇ 本章小结	(68)
◇ 思考与练习	(69)
第4章 企业生产物流管理	(70)
4.1 企业生产物流概述	(70)
4.1.1 企业生产物流的含义	(70)
4.1.2 企业生产物流的目标	(71)
4.1.3 企业生产物流的主要环节	(72)
4.1.4 企业生产物流系统的特点	(73)
4.1.5 企业生产物流的重要性	(74)
4.1.6 企业生产物流的类型	(74)
4.2 企业的生产物流管理	(76)
4.2.1 不同生产类型下的生产物流特征	(76)
4.2.2 不同生产模式下的生产物流管理	(78)
4.3 企业生产物流的计划与控制	(80)
4.3.1 作业计划问题	(80)
4.3.2 以 ERP 原理为指导的生产物流运营方式	(88)
◇ 本章小结	(95)
◇ 思考与练习	(95)
第5章 企业销售物流管理	(96)
5.1 企业销售物流概述	(96)

5.1.1	企业销售物流的定义	(97)
5.1.2	企业销售物流的工作流程	(97)
5.1.3	企业销售渠道	(98)
5.1.4	企业销售物流的重要性	(99)
5.1.5	企业销售物流的服务要素	(100)
5.2	企业销售物流合理化	(100)
5.2.1	企业销售物流合理化的原则	(100)
5.2.2	实现企业销售物流合理化的途径	(102)
5.3	订单处理	(103)
5.3.1	订单处理的过程	(103)
5.3.2	订单处理的形式	(105)
5.3.3	订单处理的举例	(108)
5.3.4	订单处理的影响因素	(109)
5.4	企业销售配送	(112)
5.4.1	企业销售配送的形式和种类	(112)
5.4.2	企业销售配送的功能和服务项目	(114)
5.5	分销资源计划	(117)
◇	本章小结	(119)
◇	思考与练习	(120)
第6章	企业逆向物流管理	(121)
6.1	企业逆向物流概述	(121)
6.1.1	企业逆向物流的产生	(121)
6.1.2	企业逆向物流的分类及其特点	(123)
6.2	企业逆向物流的内容	(124)
6.2.1	回收物流	(124)
6.2.2	再生资源物流	(127)
6.2.3	废弃物物流	(127)
6.2.4	企业逆向物流技术	(129)
6.3	企业逆向物流的价值	(130)
6.3.1	企业逆向物流的经济意义	(130)
6.3.2	企业逆向物流的合理化	(131)
◇	本章小结	(134)
◇	思考与练习	(135)

第3篇 企业物流管理的组织与控制

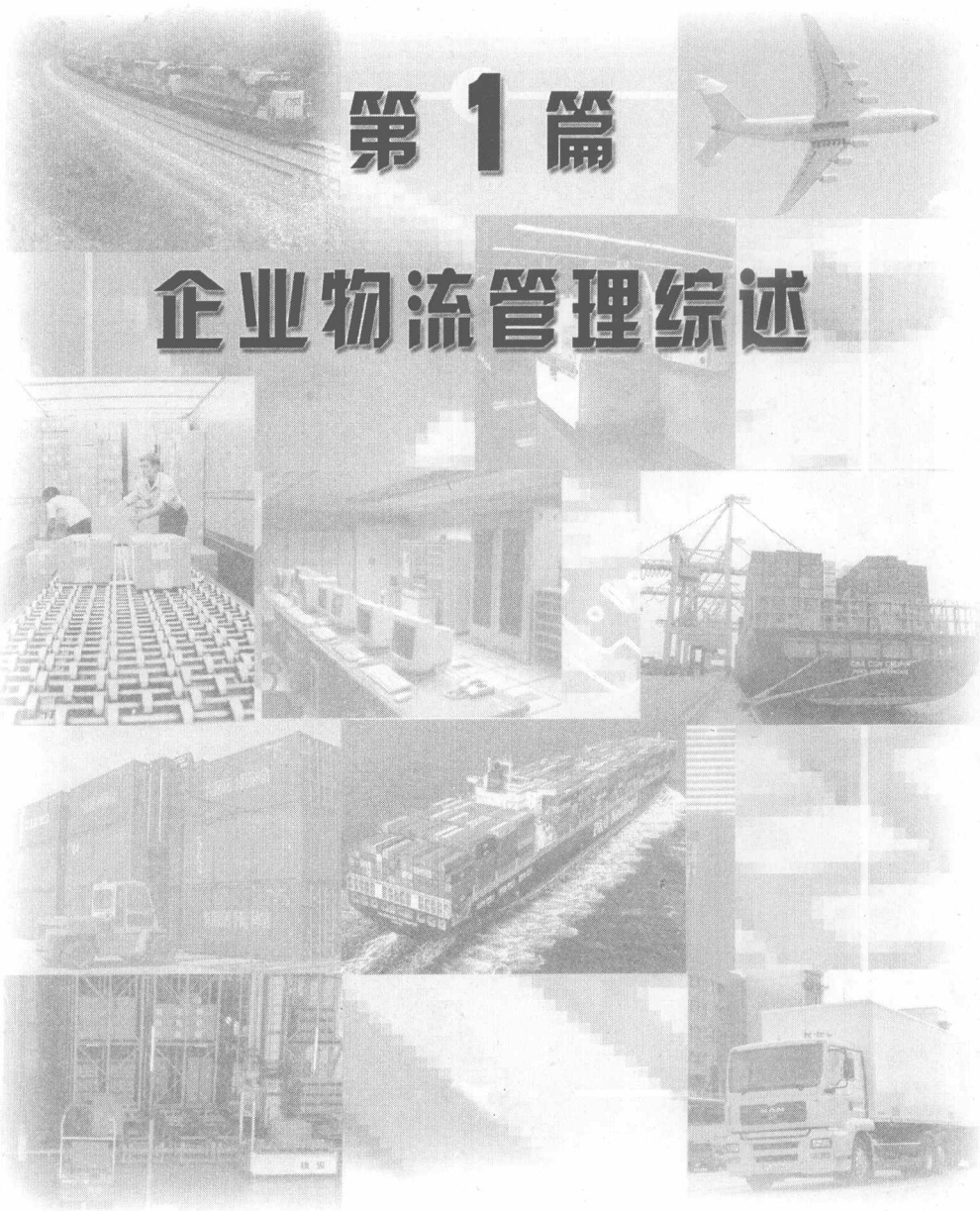
第7章 企业物流管理的组织结构	(139)
7.1 物流活动的组织	(139)
7.1.1 企业物流组织机构存在的必要性	(140)
7.1.2 企业物流组织模式的发展	(142)
7.2 企业物流组织结构的选择	(142)
7.2.1 企业物流组织结构的选择方法	(143)
7.2.2 企业物流组织结构的取向	(149)
7.3 企业物流组织结构的定位	(149)
7.3.1 分散式管理与集中式管理	(150)
7.3.2 按过程与按部门的物流管理	(151)
7.3.3 大公司与小公司	(153)
7.3.4 战略联盟	(154)
7.4 企业物流组织管理的创新	(154)
7.4.1 流程型物流组织的发展	(154)
7.4.2 虚拟型物流组织的发展	(155)
7.4.3 学习型物流组织的创建	(156)
7.4.4 面向供应链的物流组织	(157)
◇ 本章小结	(160)
◇ 思考与练习	(161)
第8章 物流客户服务	(162)
8.1 物流客户服务的定义	(162)
8.2 订货周期	(163)
8.3 物流客户服务的构成要素	(164)
8.3.1 交易前的要素	(164)
8.3.2 交易中的要素	(165)
8.3.3 交易后的因素	(165)
8.3.4 客户服务因素的相对重要性	(165)
8.4 物流客户服务的重要性	(166)
8.5 物流客户服务与物流成本	(167)
8.6 物流客户服务体系	(169)
8.6.1 基本的物流客户服务	(169)

8.6.2 增值服务	(170)
8.6.3 建立客户服务战略的步骤	(171)
◇ 本章小结	(174)
◇ 思考与练习	(174)
第9章 企业物流信息系统	(175)
9.1 物流信息的功能和特征	(175)
9.1.1 物流信息的内涵和功能	(175)
9.1.2 物流信息的特征	(177)
9.2 物流信息系统	(178)
9.2.1 企业物流信息的概念和功能	(178)
9.2.2 物流信息系统的建立和维护管理	(180)
9.3 现代物流信息技术	(183)
9.3.1 EDI	(183)
9.3.2 条码及扫描技术	(184)
9.3.3 射频技术	(186)
9.3.4 全球定位系统	(186)
9.3.5 人工智能与专家系统	(187)
9.4 物流运输企业的信息管理系统	(188)
9.4.1 货物跟踪系统	(189)
9.4.2 车辆运行管理系统	(189)
◇ 本章小结	(192)
◇ 思考与练习	(192)
第10章 企业运输管理	(193)
10.1 运输概述	(193)
10.1.1 运输的概念与作用	(193)
10.1.2 运输的决策	(195)
10.2 运输的功能和原则	(197)
10.2.1 运输的功能	(197)
10.2.2 运输的原则	(199)
10.3 运输管理	(200)
10.3.1 运输管理概述	(200)
10.3.2 各种运输方式的特点及其功能	(203)
10.3.3 物流运输合理化	(207)

◇ 本章小结	(212)
◇ 思考与练习	(212)
第 11 章 企业库存管理	(213)
11.1 仓储概述.....	(213)
11.1.1 仓储活动的产生	(213)
11.1.2 仓储活动的意义	(214)
11.1.3 仓储活动的性质	(216)
11.2 仓储在物流系统中的战略地位.....	(217)
11.2.1 仓储方式的分类	(217)
11.2.2 仓储系统的功能	(218)
11.3 库存管理.....	(220)
11.3.1 库存管理概述	(220)
11.3.2 库存管理的方法	(224)
◇ 本章小结	(232)
◇ 思考与练习	(232)
参考文献.....	(233)

第 1 篇

企业物流管理综述



第1章

企业物流概述

学习目标

- 了解企业的概念、企业的特征和企业的分类。
- 了解物流的发展状况、物流的概念，以及企业物流的概念、分类、内容、功能和作业目标。
- 熟悉企业物流的几个重要环节，把握企业物流的脉络。

1.1 企 业

1.1.1 企业的概念

企业是从事生产、流通、服务等经济活动，向社会提供产品或劳务，满足社会需要并获取盈利，实行自主经营、自负盈亏、独立核算，具有法人资格的经济组织。

1.1.2 企业的特征

1. 经济性

企业是从事生产、流通或服务性活动的经济组织。经济组织，是企业与不从事经济活动的行政单位、事业单位和群众组织的根本区别。企业的特点就是它所有活动的最终目的是盈利，产生利润。因而区别企业和其他行政事业单位的主要标志之一就是企业要给国家上缴税收，而行政、事业单位不给国家上缴税收，如公立学校不能以盈利为目

的,也不需要给国家上缴税收。

2. 盈利性

任何企业必须以盈利为目的。不讲效益、没有盈利的企业将难以维持简单再生产,更谈不上扩大再生产,终将会被淘汰。当然,社会主义企业与资本主义企业的盈利在本质上是有所区别的。

3. 独立性

企业是实行独立经济核算、自负盈亏的商品生产者和经营者,不是行政机构的附属物。

4. 社会性

企业是构成国民经济整体的基本组成单位,是国民经济有机体中的一个“细胞”。因此,它必然与国民经济的其他部门相互依存、相互协作。一方面它的生存与发展有赖于其他部门的支持配合,另一方面它必须承担一定的社会责任,以促进整个社会的文明与进步。

1.1.3 企业的分类

1. 企业从资本组成形式上分类 (见图 1-1)

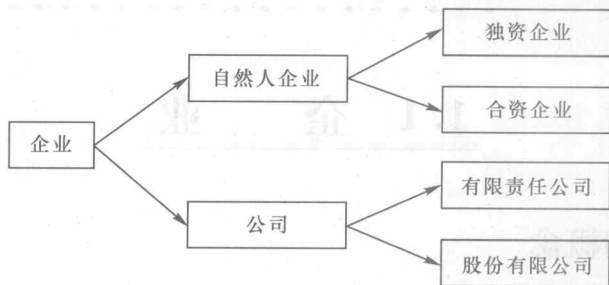


图 1-1 从资本组成形式划分的企业类型

1) 独资企业

独资企业 (Sole Proprietorship) 是指由个人独资经营、归个人所有和控制的企业。这种企业在法律上为自然人企业,不具有法人资格,是历史最久、最简单的企业形式。在资本主义国家中,这种所有制形式的企业占企业总数的 70% 以上。独资企业的业主独自经营,自负盈亏,对企业的债务负有连带无限责任。通常这类企业的规模和寿命有限。在西方,独资企业常见于农业和零售业等。

2) 合伙企业

合伙企业 (Partnership) 是指由两个人或更多人以订立合同的方式成立的联合经营

的企业。在这种组织形式下,合伙人之间的关系以及各人的权利与义务由他们订立合同中明确规定;如果没有这一合同,则合伙人对合伙企业的利润和损失应均等分配。

合伙企业的特点是,合伙人对企业债务负有无限责任,也就是说,合伙人的私有财产可作为其债权人的担保品。因此,每个合伙人都有权参与合伙企业的经营管理,并在企业所从事的业务范围内,有权作为合伙企业或其他合伙人的代理人。任何合伙人死亡、得了精神病或宣告破产,合伙企业即告结束。一些国家的法律规定,合伙企业是法人;而更多的国家则认为,合伙人与合伙企业不能分离,因此不承认合伙企业是法人。但是,合伙企业可以用其商号起诉或被诉。合伙企业的规模一般较小,而且大多限于零售业。在西方,会计师事务所和律师事务所往往是合伙企业,而且有些规模相当大。规模较大的企业中采用合伙经营方式的还有房地产业等。

3) 公司

独资企业和合伙企业都是自然人企业,而公司是法人实体,就是说在法律上具有独立的人格。公司(Corporation)有权用自己的名义来从事经营、和他人订立合同、向法院提起诉讼或被诉等。一句话,公司作为法人,能和自然人一样成为权利的主体。公司又可分为有限责任公司和股份有限公司两种基本形式。

(1) 有限责任公司。

有限责任公司是指各股东对企业所负责任仅以出资额为限,一般由较少人数股东组成的公司,亦称有限公司。公司股东既可以是自然人,也可以是法人。有限责任公司的资本数额由股东自定,并由股东全部交足,不得分期付款或向公众募集资金,也不分为若干等额的股份。一般说来,无论出资多寡,每一股东都有一票表决权。不少国家的法律对有限责任公司的股东人数作了一定的限制,不仅规定了最低人数,也规定了最高人数。同时,股东转让其股份也受到法律的限制。

(2) 股份有限公司。

股份有限公司是指通过法定程序向公众发行股票筹集资本,由有限责任股东组成的一种企业组织。股份有限公司的资本分为若干等额的股份,由股东按股认缴,取得股票,并按所持股票取得股息。股东的个人财产与公司的财产是分离的,股东对公司债务不负任何责任,一旦公司破产或解散后进行清算,公司债权只能对公司的资产提出要求而无权直接向股东起诉。公司的股份可以自由转让,其股票在社会上(主要通过证券交易所和银行)公开出售。一般来说,只要愿意支付股金,任何人都可获得股票而成为股东。股票所有人可以自由出售和转让其股票,但不能向公司退还股票索回股本。股份有限公司不会因股东变更而消失,它可以长期而稳定地存在。各国公司法一般都规定,股份有限公司必须在每个财政年度终了时公布公司年度报告,其中包括董事会的年度报告、公司损益表和资产负债表等。这类公司的拥有者和管理者一般是分离的,负责企业经营管理工作的是董事会和总经理。股份有限公司还具有股本大、资金雄厚、规模庞大、竞争力强、股东众多等特点。早在18世纪初,股份有限公司就出现于欧洲,到19