

WZ

现代物流管理

主编：季辉

四川科学技术出版社

F252
J173

现代物流管理

Xiandai Wuli Guanli

主编：季 辉
编委：季 辉 田义江 王 冰
郑予婕 钟亚兰 王小兰



四川科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代物流管理/季辉主编. - 成都:四川科学技术出版社,2003.10

ISBN 7-5364-5348-5

I. 现… II. 季… III. 物流-物资管理 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 087185 号

现代物流管理

主 编 季 辉
责任编辑 侯砚楠 罗晓燕
封面设计 朱晋蓉
版面设计 朱晋蓉
责任出版 周红君
责任校对 叶 战 戴 林 康永光
出版发行 四川科学技术出版社
成都盐道街 3 号 邮政编码 610012
开 本 850mm×1168mm 1/32
印张 7.625 字数 165 千 插页 1
印 刷 四川五洲彩印有限责任公司
版 次 2003 年 11 月成都第一版
印 次 2003 年 11 月第一次印刷
印 数 1-3 000 册
定 价 11.00 元
ISBN 7-5364-5348-5/F·321

■ 版权所有·翻印必究 ■

■本书如有缺页、破损、装订错误,请寄回印刷厂调换。

■如需购本书,请与本社邮购组联系。

电 话: 86671039 86672823

邮政编码/610012

前 言

随着现代经济的发展,物流科学经过人们几十年的实践探索,逐步完善,形成了自身的科学体系。现代物流作为一个产业也在全球范围内呈现出蓬勃发展的局面。尤其是在 21 世纪,以信息技术为基础的电子商务的崛起,对传统商业的运作模式、商品流通模式及人们生活方式将产生重大影响,对现代物流的发展及如何构建与之相适应的物流系统、运作模式等提出了新的课题。

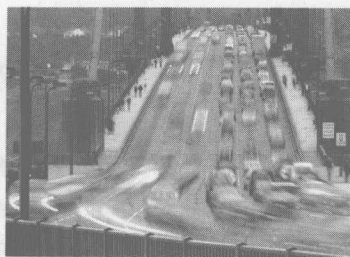
现代物流在国民经济中的地位越来越重要。现代物流对企业的经济效益提高起到了十分重要的地位,被称为“第三利润源泉”。既然现代物流在企业效益提高的作用明显,而我国企业界和从事经济工作的人们对物流科学尚不了解,就更谈不上在实际工作中如何来改善物流工作了。因此,加强物流科学知识的普及就显得尤为重要。为此,我们在参考大量资料的基础上编写了此书,希望对人们学习物流科学能有所帮助。

本书由季辉、田义江负责大纲和内容体系的确定,在分工编写的基础上,最后由季辉总纂定稿。各章分工如下:第一章季辉,第二、三章田义江,第四、七章王冰,第五章郑予婕,第六章钟亚兰,第八章王小兰。

由于我们的知识有限,加之物流科学不断发展,所以我们编写的此书难免存在不少缺点和问题,恳请批评指正。在编写中我们参考和吸收了前人和时贤的研究成果借以充实内容,谨在此表示感谢。

编 者

目录



第一章 现代物流概述

- 1 | 第一节 物流的概念
- 9 | 第二节 物流经济活动的性质与作用
- 16 | 第三节 物流管理的内容与任务

第二章 物流系统

- 20 | 第一节 系统的一般含义
- 24 | 第二节 物流系统及其构成
- 34 | 第三节 物流目标与物流系统的合理化

第三章 企业物流与供应链

- 50 | 第一节 企业物流概述
- 52 | 第二节 企业物流管理的内容
- 74 | 第三节 供应链管理



第四章 配送及配送中心

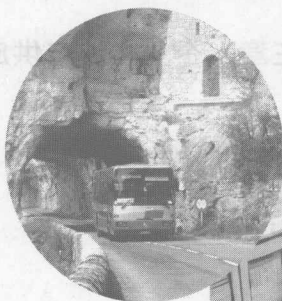
- 94 | 第一节 物流配送概述
- 99 | 第二节 物流配送中心
- 112 | 第三节 配送管理及配送的合理化

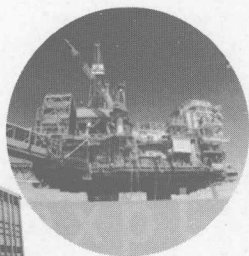
第五章 库存管理

- 123 | 第一节 库存管理概述
- 128 | 第二节 库存控制方法
- 138 | 第三节 库存管理的新趋势

第六章 物流信息管理

- 145 | 第一节 物流信息概述
- 152 | 第二节 物流信息基础平台
- 167 | 第三节 物流信息系统资源



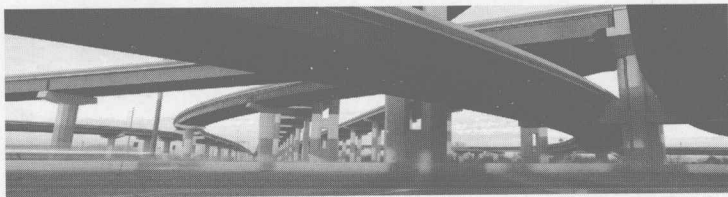


第七章 物流组织与控制

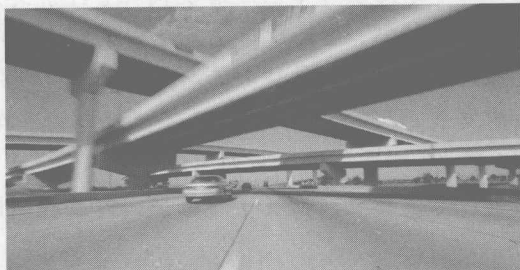
- | | | |
|-----|-----|--------|
| 176 | 第一节 | 物流组织 |
| 187 | 第二节 | 现代物流管理 |
| 202 | 第三节 | 物流绩效评价 |

第八章 第三方物流

- | | | |
|-----|------|--------------|
| 210 | 第一节 | 第三方物流的概述 |
| 214 | 第二节 | 第三方物流服务产品的设计 |
| 222 | 第三节 | 第三方物流的营销管理 |
| 226 | 第四节 | 第三方物流的客户服务 |
| 232 | 第五节 | 第三方物流企业的组织设计 |
| 238 | 参考文献 | |



第一章 现代物流概述



伴随人类社会生产、交换和消费活动的不断进行,物资在不断地进行物的实体流动。物流是经济社会的动脉系统,是社会再生产过程得以连续进行的前提,是经济社会不断发展的物质基础。物流作为一个传统产业早已存在,随着生产的社会化程度的提高和现代市场经济的发展,现代科学技术的发展,特别是现代信息技术的发展,使传统物流日益现代化、国际化、网络化,现代物流对经济社会或企业发展的作用日益明显,引起了经济界和企业家们对物流问题高度的重视,如何探寻物流规律,使物流科学化、合理化、现代化,提高现代物流管理的效率就成为物流管理的一个焦点。

第一节 物流的概念

一、物流的概念

(一)物流的产生

要了解物流的概念,就必须首先从“流通”谈起。流通是社会再生产的一个重要环节。随着现代社会经济的发展,社会生产分工越来越细,生产规模越来越大,而产品的消费尤其是消费品消费却呈现出地域分布极广的矛盾,特别是随着国际贸易的发展,经济全球化更加重了生产与消费在时间与空间上的分离,必须通过流通将两者联结起来。现代经济中,在商品的生产与消费之间出现了日益扩大的三种间隔,如图 1-1 所示。

①所有权间隔。由于生产者与消费者是不同的两个主体,生产者将商品出售给消费者必须订购买卖交易来完成,实现商品所有权的转移。

②场所间隔。由于商品的生产场所与消费场所的不一致,生产者必须通过商品运输将商品转移给消费者。

③时间间隔。由于商品的生产时间与消费时间不一致,为了协调生产与消费的时间差,必须通过仓储保管加以完成。

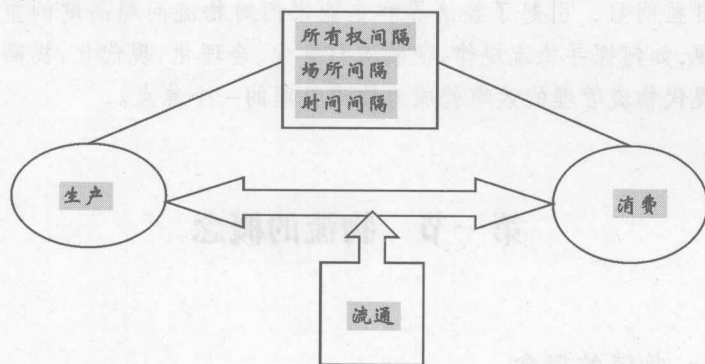


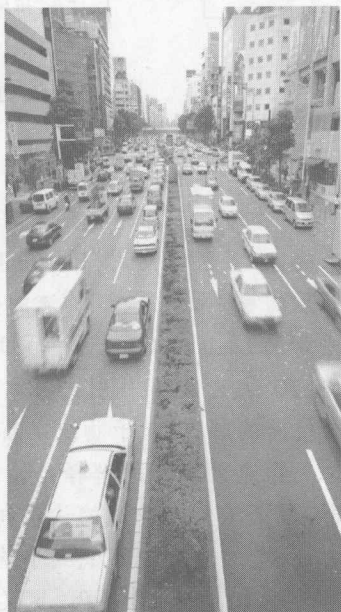
图 1-1 生产与消费的间隔

要克服生产和消费之间的所有权间隔、场所间隔和时间

间隔,必须靠流通来联结。流通活动既包括商流,也包括物流。商流与物流是流通过程的要素。商物分离是物流科学能够独立存在的先决条件。商物分离是指流通中两个组成部分——商业流通和实物流通各自按照自己的规律独立运动。“商流”即商业性交易,实际是商品价值运动,是商品所有权的转让,流动的是“商品所有权证书”,是通过货币实现的;“物流”是指商品实体的流通。在经济发展初期流通过程中的商流与物流是统一在一起的,进行一次交易,商品便易手一次,商品实体便发生一次运动。但随着经济的发展,尤其是当今经济全球化及信息技术的发展,电子商务技术的发展,商流与物流的分离日益明显,特别是随着社会分工物流服务商(第三方物流)的出现,商品的交易双方只进行商流的运作,而物流则由第三方进行。

沟通生产与消费之间的所有权间隔是商业流通(商流)。这种沟通为生产者和消费者之间为所有权的转让架设桥梁,产生所有权的功效。联结场所、时间间隔的则是物流,是物品由生产者向消费者的转移,创造场所性价值和时间的价值。

消除场所间隔,创造场所价值要靠运输,运输消除了产地和销地之间的空间分离,解决了生产的集中性与消费地域分散性之间的矛



盾，通过运输即使生产者的产品功能与价值得以实现，又使消费者的消费效用得以实现。

消除时间间隔，创造时间价值要靠仓储保管。生产与消费往往在时间上不一致，尤其是许多产品在生产或消费中存在季节性，要解决生产的均衡性与产品消费的季节性矛盾或解决生产季节性与消费的均衡性问题，就必须通过仓储保管来实现。

如上所述，商业流通通过买卖活动消除社会间隔；通过运输消除场所间隔；通过保管来消除时间间隔，以实施所有权和物品的转移(如图 1-2 所示)。

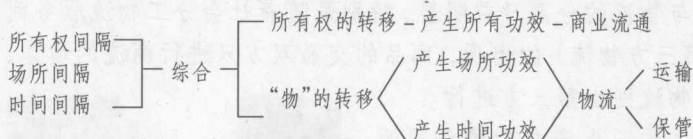


图 1-2 流通的构成与机能

(二) 物流的概念

“物流”一词是从美国“PhysicalDistribution”一词演变而来的，在经济界使用“PhysicalDistribution”是第二次世界大战以后的事，原意是指“物流的分发”。美国从 20 世纪 60 年代逐渐用 Logistics(后勤)一词取代了“PhysicalDistribution”一词，20 世纪 70 年代引进日本，日本同样翻译成“物流”，但是却按新的解释，赋予物流以新的含义。

物流最直接的解释是指物的实体流动。关于物流的概念，随着人们对物流的认识和物流业的发展有一个不断深化的过程，目前尚未形成一个统一的概念。美国最早对物流的定义是 20 世纪 50 年代，定义为“物流系指军队运输、补给及



屯驻”。后来逐渐认识到,物流不仅发生在军事后勤系统,而是普遍地存在于一般的经济体系中,涵盖了第一、第二、第三产业和全部社会再生产过程,因而是一个非常庞大而且复杂的领域。从社会再生产角度来看,一切产业用品的生产和制造过程,除了再加工或自然生长的时间以外,全部都是物流过程的时间;产业用品要实现从产品向商品的转移,价值的实现,都需要通过物流来实现资源的配置。在1961年出版的第一本物流的书中,对物流的定义为“为便利运输与协调供需,以创造产品的时间和空间效益”。到了20世纪70年代被采用的定义为“物流管理是为了便利产品的流通,从物料的获取到最终消费点之间,所有储运活动的计划、组织与控制,并包括有关信息的沟通,以达成顾客服务水平与成本之间的平衡,克服时间与空间的障碍。”美国物流管理协会对物流的定义是“物流是对货物、服务及相关信息从起源地到消费地进行计划、执行和控制。这个过程包括输入、输出、内部和外部的移动以及环境保护为目的的物料回收。”

在我国对物流概念的引入是在改革开放初期,而对物流作为一门学科来进行研究,则是20世纪80年代中期以后的事。对物流进行科学的研究,首先必须解决的就是物流的定义问题。物流中的“物”是指一切可以进行物理性位置移动的物质资料。它有一个重要的特点就是必须发生物理性位移。“流”指的是物理性运动。它存在于社会再生产的全过程,涵盖了生产、流通和消费各领域。但重点在流通领域。在生产领域,物流的“流”是与生产过程的工艺流程相适应的。产品(或零件)的生产工艺过程,除了被机器设备的直接加工外,有很大一部分时间属物流活动过程,如装卸搬运、零部件或半成品、成品在各车间的流动、储存等。在流通领域,为了实现商

品从供给者(包括供应商、生产商)所在地向消费者所在地(包括生产消费、生活消费)的空间位移,除了商品交易活动外,还有许多物流活动,如包装、装卸搬运、运输、储存保管等。物流活动存在于社会再生产的诸多领域。

综上所述,我们认为所谓物流是为消除物质资料实体从生产者到消费者之间的场所间隔和时间间隔的物理性活动,具体包括运输、保管、包装、装卸、搬运、流通加工及信息处理。

为了有效地研究物流问题,我们可以对物流进行多角度的分类。从物流研究的范围大小来分类,可以把物流分为宏观物流、中观物流、微观物流;可以根据物流的职能将物流分为供应物流、生产物流、销售物流、回收物流及废弃物流。

二、物流的职能

物流的功能是指物流活动所应具备的基本职责与功能。物流最基本的职能是组织物质资料进行物理性的流动,实现对用户的服务。而要实现这一基本职能就必须通过物流的具体职能来实现。物流的具体职能包括包装功能、装卸搬运功能、运输功能、储存保管功能、流通加工功能、配送功能、废旧物的回收与处理功能、信息功能等。

1. 包装功能。包装具有保护物品、便利储存运输、增加产品附加值的基本功能。物流活动过程的各个环节都需要包装,包括产品的出厂包装,生产过程中在制品、半成品的包装,流通过程中的包装、分装、再包装。包装一般按使用者的不同分为商业包装和工业包装,为了实现商业包装和工业包装的目的,必须在包装的形式、包装方法、包装单元的确定,

包装形态、大小、材料、重量和包装标记、标志的设计上符合不同消费者的需要,体现物品的特点,迎合消费者的消费心理,既要重视包装的增值作用,又要防止包装“过度”,体现环保的要求。

2. 装卸搬运功能。装卸搬运是指在一定区域内,以改变物品存放状态和位置为主要内容的活动。它是伴随运输和保管而产生的物流活动,是对运输、保管、包装、流通加工、配送等物流活动进行衔接的中间环节。物流活动中,装卸搬运作业的频率比较高,也是产生物品损坏的重要原因之一。要搞好装卸搬运,提高搬运效率,就必须对搬运方式、装卸搬运机械等方面进行研究。

3. 运输功能。运输功能主要是消除生产者与消费者之间的场所间隔,实现物质资料空间位移的。社会经济高度发展,生产社会化与专业化程度的提高,使生产与消费在空间上出现了分离,解决物质资料生产地与消费地之间的空间差异,创造物品的空间效用,实现物质资料的使用价值必须靠运输。在社会再生产的各环节、社会经济生活的方方面面都存在物质资料的空间移动问题,因而运输在物流活动中处于中心地位。对运输问题的研究就必须从对运输方式、运输工具的选择、运输路线的确定等方面进行。



4. 储存保管功能。储存保管职能是为了解决生产与消费的时间间隔,而将物质资料进行暂时储存保管,这一职能主要是提高仓库的功能来实现的。由于生产与消费各有自己的规律性,生产与消费不可能在同一时间完成,必须通过储存保管来进行协调。在生产过程中,由于运输、购买和预防突发事件的出现,没有一定数量的原材料、半成品的储存,就不能保证生产的连续性。物质资料储存保管因为人为、自然的因素会发生物质资料的使用价值和价值的损耗,为此就需要对储存物品进行以保养、维护为主要内容的一系列技术活动和保管作业活动,以及为了进行有效的保管,需要对保管设施的配置、构造、用途及合理使用、保管方法和保养技术的选择等进行适当的处理。储存保管职能与运输职能构成了物流的两大支柱,在物流活动中有重要的作用。

5. 配送功能。配送几乎包括物流的全部职能,是一种综合的活动形式。配送是集包装、装卸搬运、保管、运输于一体,并通过这些活动完成物品的送达目的。物流配送要研究配送方式的选择、配送模式的研究,以及配送中心地址的确定、设施的构造、内部布置和配送作业及管理等问题。

6. 废旧物的回收与处理功能。废旧物的回收与处理是物流研究不可回避的问题。在生产消费和生活消费中总是伴随着一定废旧物的产生,为此需要对废旧物进行收集、分类、处理,或使废旧物转化成新的生产要素,重新回到生产过程或消费构成;或进行销毁及添埋等处理。

7. 情报信息。物流各项职能发挥作用,必须通过及时交换情报信息。情报信息的基本职能在于如何对情报信息的收集、加工、传递、储存、检索、使用,包括其方式的研究,以及管理信息系统的开发与运用等。

第二节 物流经济活动的性质与作用

一、物流经济活动的性质

企业物流经济活动具有双重性,即物流经济活动既有增值性,又有增加成本与增加环境负担的双重性。物流管理就要做到尽量降低物流的成本占用,尽量减轻物流造成的环境负担,使物流活动达到为企业增值的目的。

(一) 物流的增值性

物流对企业经济活动的增值性主要表现在以下几个方面:

1. 物流创造时间价值。物品从供给者到需要者之间存在时间差,由于改变时间差而创造的价值,称作“时间价值”。所以物流创造的时间价值主要通过以下形式取得:

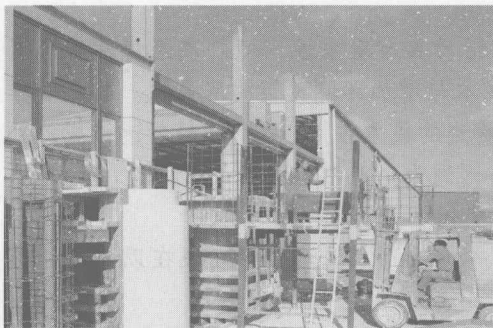
(1) 缩短时间创造价值。缩短物流时间,可以减少物流损失,降低物流消耗,增加物品周转,可以起到减少资金占用,节约资金。

(2) 弥补时间差创造价值。在社会经济生活中,物品的供给与消费经常是存在时间差的。有的是供给(或生产)的均衡性而需要(或消费)季节性,有的是需要(或消费)的均衡性而供给(或生产)季节性,这种时间差的存在,通过物流对物品的有效调度才可能取得较高的价值,才能起到“以丰补歉”的作用。

(3) 延长时间差创造价值。企业物流活动通过人为的延

长物流时间可以达到创造价值的目的。如有的物品集中上市,不能获得较好的收益,但通过人们有意识地存储活动,延长物流时间,以均衡人们的需求,同时获得好的收益。

2. 物流创造场所价值。场所价值是指物品从供给者到需要者之间有一段空间差,供给者和需要者之间往往处于不同的场所,由于改变物品的不同场所存在的位置,所创造的价值。物流创造场所价值主要是供给和需求之间存在空间



差,商品在不同地理位置有不同的价值,通过物流将物品由低价值区转到高价值区,便可获得价值差。场所价值的取得主要有以下形式:

(1) 从集中生产场所流入分散需求场所创造价值。现代化工业大生产的特点之一,就是通过集中的、大规模的生产以提高效率,降低成本。在一个小范围集中生产的产品可以覆盖大面积的需求区域。通过物流将产品从集中生产的低价位区转移到分散于各处的高价位区可以获得较高的利益。

(2) 从分散生产场所流入集中需求场所所创造的价值。在现代生产中也存在与上述相反的情况,即分散生产和集中需求,通过物流解决这种情况也能产生场所价值。

(3) 低价值地生产流入高价值地需求创造场所价值。现代社会中生产与需求在空间上是交错的,这种空间差需要物流来弥补。在经济全球化的浪潮中,国际分工和全球供应链