

中国机械工程学会物流工程分会 组编

物流工程师资格认证考试唯一指定用书

物流运营与控制

主编 王国华

国防工业出版社

<http://www.ndip.cn>

F252
W192

内容简介

物流运营与控制

主 编 王国华
副主编 秦俊峰 卢志翀
主 审 冯爱兰

国防工业出版社

(北京)

发行部: (010) 8841234
发行部: (010) 8841235

发行部: (010) 8841236
发行部: (010) 8841237

内 容 简 介

本书是全国物流工程师资格认证考试系列教材之一,在借鉴和吸收国内外物流运营与控制的基本理论和最新研究成果与实践的基础上,密切结合我国物流发展与物流教学实际,从基本理论入手,注重理论性与实用性相结合,全面论述了物流运营与控制的基本内容与战略方法。

本书内容共分6章,包括:物流运营与控制概论、物流项目运营管理、采购与供应、物流市场与营销、库存管理与控制以及配送中心的运营与管理。

本书是全国物流工程师资格认证的考试用书,亦可作为企业物流管理人员的参考和培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

物流运营与控制 / 王国华主编. —北京:国防工业出版社, 2005.1

物流工程师资格认证考试惟一指定用书

ISBN 7-118-03753-2

I. 物... II. 王... III. 物流—物资管理—资格考核—自学参考资料 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 142419 号

国防工业出版社 出版发行

(北京市海淀区紫竹院南路 23 号)

(邮政编码 100044)

国防工业出版社印刷厂印刷

新华书店经售

开本 787×1092 1/16 印张 12½ 280 千字

2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月北京第 1 次印刷

印数:1—5000 册 定价:20.00 元

(本书如有印装错误,我社负责调换)

国防书店: (010)68428422

发行邮购: (010)68414474

发行传真: (010)68411535

发行业务: (010)68472764

编审委员会

主任委员 包起帆(中共上海市委委员 上海国际港务(集团)公司副总裁
教授级高工)

副主任委员 陆大明(北京起重运输机械研究所所长 教授级高工)

王国华(北京科技大学物流所副所长 教授)

周 云(中国机械工程学会物流工程分会秘书长 高工)

汝宜红(北京交通大学 教授 博导)

孙国正(武汉理工大学 教授 博导)

陈宏勋(交通部水运科学研究所 研究员)

王 鹰(太原科技大学 教授)

桂寿平(华南理工大学 教授)

委 员 (以下按姓氏笔画排列)

丁文英 尤宝庆 尹军琪 文 豪 王 鹰 王吉生

王国华 王宗喜 王继祥 王槐林 王耀球 冯爱兰

包起帆 卢志翀 田 奇 田 源 任豪强 孙 枫

孙国正 汝宜红 祁庆民 许胜余 余开朝 吴耀华

宋天虎 张 洁 张 卫 张建国 张金平 张 驹

张晓昆 张德进 李苏剑 李辉民 汪家常 苏国萃

邱伏生 邹 胜 陆大明 陆念力 陈宏勋 陈维建

卓 序 周 云 周吉彬 孟文俊 罗会信 俞铮庆

胡夏雨 贺耀芳 须 雷 倪光裕 奚国辉 徐格宁

桂寿平 秦俊峰 秦素兰 陶德馨 顾必冲 高顺德

葛拥军 董绍华 虞和谦 穆希辉

序

物流工程师资格认证是面向全国从事物流工程专业的技术人员,实行公平、公开和公正原则,通过技术资格考试、业绩考核和同行评议方式开展的从事物流工程专业技术人员的资格认证。

国家为了肯定和鼓励专业技术人员的工作,从 20 世纪 50 年代初期至 80 年代,制定过不同内容的有关法规。1986 年 2 月 15 日国务院发布了《关于实行专业技术职务聘任制度的规定》,明确了用聘任制代替职称制、任职资格需经评审、聘任技术职务的人数各单位有按定编定员控制指标的限制。随着我国改革开放的进一步发展,今天各方面的情况均发生了很大的变化,国家许多专业部门已撤消,同时企业对科技进步和技术创新的要求更为迫切,转而对科技人才争夺趋向激烈,人才流动加快。广大科技人员一方面要不断增加新知识,新技术,以适应工作的需要;另一方面则希望在技术资格评定中有一个公平竞争的环境。在加入 WTO 以后,这种变化进一步加快,用人单位特别是合资、独资、民营企业,希望直接从社会招聘有一定学历、经过中介学术组织培训、认证的专门人才,技术资格认证工作与国际接轨的要求也已提上议事日程。

现阶段,我国物流工程人才的匮乏已成为制约我国物流业发展的瓶颈。到目前为止,我国还没有物流工程师,而企业界急需具备物流工程知识和能力的人才。因此,必须通过教育与培训来培养大批不同层次的物流工程人才,并对已具备物流工程知识和能力的人才给予技术资格认证,使其能力得到社会认可并得到用人单位的重用。

物流工程师应具备如下能力,并能在实践中发挥作用:

- (1) 具备现代物流工程理念与基本理论知识;
- (2) 具有独立规划和设计物流系统的能力;
- (3) 能提交改进企业现有物流系统与配置的提案;
- (4) 能主持或参与物流中心、配送中心的方案设计和实施;
- (5) 能组织物流系统的运作、管理和控制;
- (6) 能对企业物流流程进行改造与实施;
- (7) 可以对物流技术与装备进行优化选用与集成。

由中国机械工程学会物流工程分会组织编写的这套教材是物流工程师资格认证考试惟一指定用书。这套教材基本涵盖了物流工程师应具备的知识和能力,并完全依据物流工程师资格考试大纲要求进行编写,共分为 5 册。

《现代物流工程》主要内容有物流工程的基本理论和基础知识、物流系统分析、区域物流中心选址和工厂设施布置设计的方法、物流控制与管理、物流标准化、物流工程中的创新技术等。

《现代物流管理》在借鉴和吸收国内外物流学的基本理论和最新研究成果基础上,从

物流管理基础理论入手,系统地论述了物流管理的基本概念、基本理论和基本方法。

《物流运营与控制》主要内容有物流运营与控制、物流项目管理与运作、采购与供应、物流市场与营销、库存管理与控制、仓储与配送等。

《物流技术与装备》全面介绍了仓储、运输、物料搬运、包装与分拣、物流信息和物流基础设施等领域的现代物流技术与装备的作用、类型、功能原理、技术性能、应用范围和发展趋势等。

《供应链管理》主要内容有企业组织与运作模式、供应链设计与管理方法、供应链合作伙伴的选择、供应链模式下的采购管理、生产管理、库存管理和绩效评估等。

本套教材的每一章均给出了明确的学习目标、案例分析及思考题,以帮助学员理解并掌握书中的知识。

本套教材既是物流工程师资格认证的考试用书,同时也可以作为大专院校物流专业师生的参考书。

中国机械工程学会物流工程分会

2004.12.14

前言

物流学是一门交叉性强而又偏向于应用的技术学科,近年来,物流理论已经被越来越多的企业管理者和普通大众所接受,企业也开始越来越注重通过降低物流成本和提高物流服务水平来提高企业的竞争力。本书对物流运营与控制中各个环节较为全面地进行了介绍,希望能够使广大物流企业及个人从中受益,使其掌握一些物流运营实施当中基本的实用方法,在实践中灵活应用,挖掘出物流这一“第三利润源泉”,为企业发展带来真正的益处。此外,通过阅读该书,读者还可以发现在物流运营实施过程中应该注意的问题,并利用书中提出的理念与思想加以解决。

本书共分6章。

第1章介绍了物流企业产业的形成发展过程,提出了物流企业发展战略,并指出了物流产业的国际化趋势。

第2章论述了物流项目实施的过程,并提供了针对项目运作过程的各种管理方法。

第3章对于采购物流与供应物流进行了探讨,列举了多种采购与供应的战略方法与技巧,并对二者的物流技术能力进行了阐述,为读者提供了可供参考的技术思想和方法。

第4章主要针对当前我国的物流市场与营销,进行了较为深入的分析,介绍了物流营销的内容,并对物流市场的调研分析与计划进行了详细的阐述,指出物流服务的重要性并提供了一些物流服务的战略方法。

第5章针对库存管理与控制进行了简要介绍,并给出了部分库存决策分析方法与库存模式。

第6章着重对我国配送中心的现状进行了概括,简要介绍了配送中心规划的内容,对配送中心的作业流程及其管理进行了探讨,并介绍了一些当前配送中心的现代化设施及技术。

本书由北京科技大学王国华教授担任主编,中软冠群软件技术有限公司总裁秦俊峰和北京科技大学物流工程系卢志翀担任副主编。参加本书编写的还有马志新、王生辉、贺耀芳、沙敏、尤宝庆、姜素兰、王征、丁皎、赵巍、闫沁太、宋丹、王杰等,冯爱兰教授负责审定。在此对各工作人员为编写该书付出的辛勤努力表示感谢!

物流工程的理论、方法和技术仍在发展之中,有待不断充实与发展,欢迎广大专家和读者提出宝贵意见。

本书适用于物流工程师资格认证考试培训和物流专业及相关专业本科学学生作为参考书,同时也可供广大物流企业技术人员在实践中做一些有益的参考。

编者

2004年10月7日

目 录

第 1 章 物流运营与控制概论	1
1.1 物流产业与物流企业的形成和发展	1
1.1.1 物流产业与物流企业的界定	1
1.1.2 现代物流企业的发展战略	2
1.1.3 中国物流企业国际化经营对策	4
1.2 物流产业的形成与发展	5
1.2.1 美国物流产业的发展	5
1.2.2 日本物流产业的发展	8
1.2.3 发达国家物流发展的共同趋势	9
1.2.4 我国物流业发展现状及对策	10
1.2.5 现代物流的发展趋势及竞争战略	12
1.3 物流产业的国际化趋势	14
1.3.1 国际物流	14
1.3.2 全球资源配置	17
[案例 1] 台湾全虹物流中心	19
[案例 2] 天津市景华兴货运代理有限公司的物流发展	22
思考题	23
第 2 章 物流项目运营管理	24
2.1 物流项目管理概述	24
2.1.1 项目管理概述	24
2.1.2 物流项目管理概述	25
2.2 物流项目运作	25
2.2.1 物流项目的设立	25
2.2.2 物流项目组织建立	26
2.2.3 物流项目计划	30
2.2.4 物流项目跟踪与控制	34
2.2.5 物流项目终止	36
[案例] 浦东国际机场工程的项目管理	38
思考题	42
第 3 章 采购与供应	43
3.1 采购与供应在企业生产经营中的作用	43
3.1.1 采购	44
3.1.2 供应物流	48

3.2 采购与供应的战略方法	52
3.2.1 供应商关系管理	52
3.2.2 供应商评测与选择	52
3.2.3 全球采购协作	55
3.2.4 过程再造	57
3.2.5 人力资源管理	62
3.2.6 采购绩效评估	65
3.3 采购与供应的物流信息技术	67
3.3.1 概述	67
3.3.2 物流信息种类及其特点	67
3.3.3 物流信息系统及其建设	68
3.3.4 电子商务	69
[案例 1] 某烟草公司采购流程	73
[案例 2] 惠普的电子采购之道	77
[案例 3] 集权模式与 BPR: 哈尔滨啤酒集团的优化运动	78
思考题	80
第 4 章 物流市场与营销	82
4.1 物流市场	82
4.1.1 物流市场概述	82
4.1.2 中国物流市场的现状与发展趋势	87
4.2 物流营销与客户导向	90
4.2.1 物流营销概述	90
4.2.2 客户导向	91
4.3 物流营销过程	99
4.3.1 物流组织使命	99
4.3.2 制定营销导向目标	99
4.3.3 共同数据库管理	99
4.3.4 识别目标市场	100
4.3.5 制定物流营销策略	103
4.4 物流市场调研分析与计划	104
4.4.1 物流市场调研	105
4.4.2 物流市场调研信息的处理	106
4.4.3 物流市场调研的方法	108
4.5 物流服务营销	109
4.5.1 物流服务的含义	109
4.5.2 物流服务的内容	110
4.5.3 物流服务的特征	111
4.5.4 物流服务的战略	112
[案例 1] 别克汽车的成功营销	115

[案例 2] 伊利冰品:策略导航,整合制胜	117
[案例 3] Amazon(亚马逊)全新物流服务流程	120
思考题	120
第 5 章 库存管理与控制	121
5.1 概述	121
5.1.1 概念	121
5.1.2 意义	122
5.1.3 库存的功能	122
5.1.4 库存类型	122
5.2 库存管理的运营	123
5.2.1 库存运营策略	123
5.2.2 库存中的重点管理与零库存	124
5.2.3 库存物料的盘点	129
5.3 供应链管理中的库存控制	133
5.3.1 供应链中库存控制的特殊性	133
5.3.2 “牛鞭效应”的概念	133
5.3.3 解决“牛鞭效应”的方法	134
5.4 库存决策分析与库存模式	135
5.4.1 库存决策的内容	135
5.4.2 影响库存控制决策的因素	136
5.4.3 库存成本决策	137
5.4.4 库存控制模式	137
5.4.5 安全库存	139
[案例] 库存减半——山西焦化集团的信息化过程	141
思考题	142
第 6 章 配送中心的运营与管理	143
6.1 概述	143
6.1.1 配送概念	143
6.1.2 配送功能要素	145
6.1.3 国内外配送发展概况	146
6.2 配送中心规划	147
6.2.1 配送中心的定义及其发展过程	147
6.2.2 配送中心的类型与职能	148
6.2.3 配送中心的规划	154
6.2.4 配送中心的设备配置	169
6.2.5 我国配送中心的现状	173
6.3 配送中心的运作管理	175
6.3.1 配送中心作业流程内容	175
6.3.2 配送中心作业流程管理	176

6.3.3 配送中心岗位设置	178
6.4 现代科学技术在配送中心的应用	179
6.4.1 条形码与识别技术	179
6.4.2 自动分拣系统	181
6.4.3 全球定位系统	182
6.4.4 地理信息系统	182
6.4.5 计算机智能化技术	183
6.4.6 自动化立体仓库	184
[案例1] 沃尔玛公司配送系统	184
[案例2] 联华超市股份有限公司配送中心条码解决方案	185
思考题	188
参考文献	189

第1章 物流运营与控制概论

现在我国正处于物流产业蓬勃发展的阶段,物流热在中国广泛传播。但应当清醒地看到我国的物流产业还处在相当稚嫩的时期,大多数物流企业还很不成熟。而通过了解世界物流产业与企业的产生、发展和形成过程有助于对我国物流事业的发展做出一个更清晰、更合理的评估;通过对物流未来发展趋势的分析,能够更为实际地对企业的生产经营做出指导。

随着我国加入 WTO 后带来的市场开放和信息化时代的不断变革,物流业面临着国际化的巨大发展,它需要更加科学、合理、高效、透明的政策法律环境,中国物流企业也需要突破性的发展,即全面建设立体物流网络,为我国现代物流业在国际上的腾飞奠定良好的法律基础。

学习目标

通过阅读本章,你应该:

- 了解物流企业和产业的产生与发展过程
- 了解欧美、日本各国的物流产业的发展状况
- 了解现代物流企业的发展战略
- 了解中国物流企业针对国际化物流的相应对策
- 了解物流产业国际化趋势的相关内容

1.1 物流产业与物流企业的形成和发展

1.1.1 物流产业与物流企业的界定

发展我国的物流产业,以提升经济运行总体的质量和企业的市场竞争力,已经成为社会各界的共识,加入 WTO 则为此带来了新的挑战和机遇。但迄今为止,人们对物流产业还没有统一的认识,甚至还没有给出明确的定义。就目前我国物流产业研究的现状来看,各界对物流产业属于服务业或“第三产业”的范畴是没有什么争论的。因为物流企业为市场提供的是以运输管理和仓储管理为核心的客户服务;为企业提供的是以客户服务为核心的市场营销支持,即物流管理服务。但是对物流产业自身的范畴,即什么样的企业或哪些类型的企业属于物流企业就有不同意见了。

1. 对物流产业和物流企业的认识

归纳起来,目前对物流产业和物流企业的认识有以下两种。

(1) 有的认为单纯的运输、仓储和货代等企业不是物流企业,因为物流的运作是管理服务,只有那些能够为客户提供一体化物流服务的第三方物流企业(3PL)才能够算做物流企业。也有的认为传统的运输、仓储和货代等企业都应当算做物流企业。

(2) 有的认为物流不能算做一个独立的产业,运输、仓储、货代、船代等早就作为独立的产业或行业而存在。如果物流是一个独立的产业,它的边界在哪里?它的投入和产出又是什么?还有的认为物流业属于更大的商贸流通业的范畴。

2. 物流产业和物流企业的关系

先来简单考察一下物流产业和物流企业的关系。毫无疑问,物流企业共同构成所谓的物流产业。因为物流企业的微观运作共同构成了物流产业的宏观走向,进而为所谓宏观政策的调整提供市场依据。所以,如果要从宏观的角度来讨论发展物流产业,实际上首先就要在微观的层面上来研究物流企业的发展。无论如何,物流企业是物流服务市场的主体,物流服务的运作是企业的行为。因此,对物流企业的定性研究是确定物流产业是否能够独立存在并不断发展的基础。换句话说,物流企业的界定明确了,物流产业的边界也就随之划定了。但是,要明确物流企业的边界,就必须首先界定物流企业独特的功能性活动,即首先要对物流(物流管理)有一个科学的定义,以建立研究问题和发展市场的共同平台。物流管理是企业行为和客户服务的手段,物流企业的产品就是物流管理服务。

3. 物流产业和物流企业的定义

物流产业可以定义为:物流业(即后勤服务业)是指从事生产和营销服务保障的所有服务单位的总称。同时,物流企业可以定义为:专门市场提供物流管理服务的企业。这类企业的集成就是物流产业或物流行业。以产品为中心的物流服务体系是物流产业最显著的结构特征;以客户为中心的物流服务模式是物流产业最显著的运营特征;以降低物流总成本为中心的物流服务运作是物流产业最显著的效用特征。由此可见,能够为客户提供阶段性或全程性物流管理服务的,能够为客户提供一体化物流管理解决方案的,能够为客户提供运输管理服务或仓储管理服务的企业都是物流企业,包括那些拥有或不拥有实体储运资产(能力)的企业,那些具备了物流管理服务能力的运输和仓储企业,那些专门从事多式联运整合营销的企业,那些专门从事物流解决方案设计的咨询企业,那些专门从事物流信息支持和管理服务的企业。物流企业就是严格意义上的第三方物流服务供应商和所谓的第四方物流服务供应商(4PL),即那些与客户企业在某种层面上建立起伙伴关系、战略联盟关系或合同外包关系的物流服务供应商。

1.1.2 现代物流企业的发展战略

1. 物流企业发展战略应考虑的因素

企业发展战略的内在要求决定了物流企业制定发展战略首先要解决的一个关键问题是要有明确的市场定位;其次是要在企业主要领导的主持下,由专业人员进行市场调查的基础上,制定战略方案,以确保战略的先进性和预见性。一个定位明确、具有先进性和预见性的物流企业发展战略,应考虑以下因素。

(1) 拟提供服务对象的生产经营特点和物流活动的基础特征及要求。

(2) 企业自身拥有的物流服务设施、设备条件及资源。

(3) 物流服务的价格及成本。

(4) 企业通过市场获得所缺乏的物流服务设施、设备、人才、资金等的能力。

2. 物流企业发展战略的主要内容

根据现代物流活动特点和发展趋势,考虑到影响战略制定的相关因素,物流企业发展战略应包括以下主要内容。

(1) 企业发展总体目标。包括企业规模、市场定位、市场范围、服务对象、经营目标等。

(2) 发展方针。包括确定企业是否拥有服务所需设施、人才来源等。

(3) 企业制度设计及组织机构设置。

(4) 企业经营组织与管理。

(5) 物流服务管理。包括物流服务种类、体系构成、物流业务组织、服务质量控制等。

(6) 企业市场营销策略。

(7) 企业战略实施对策及措施。

3. 物流企业发展战略的实施对策

制定一个好的战略只是物流企业走向成功的第一步,为了实现企业的发展战略目标,还必须采取相关对策及措施。针对我国物流企业的发展现状及所面对的市场状况,为适应现代物流活动出现的新特点及发展趋势,跟上国际先进物流企业发展步伐,物流企业在实施发展战略时,除应制定针对自身特点的相关对策外,从共性问题考虑,还应采取以下对策。

1) 合理选择企业制度和设置组织机构

物流企业必须确立现代企业制度,在这一点上不同企业并无太大差异,关键是在拓展业务、筹措发展资金、提高经营管理能力等方面选择有帮助的伙伴组建企业,并根据发展目标合理确定企业制度形式。企业组织机构是企业经营管理能力和运作效率的重要保证,必须改变传统的思路,使企业组织机构既精简又高效。

2) 加强企业内部的经营组织和管理

物流企业与服务对象之间关系紧密,往往形成共同发展的战略伙伴关系,一荣俱荣,一损俱损。特别是物流服务往往是生产企业提高顾客服务水平的重要手段和途径,物流企业在物流组织中的任何失误,都有可能给生产厂家带来不可弥补的损失,这就要求必须加强物流企业的经营组织和管理,制定严格的岗位责任制,明确操作规程,加强各部门之间的协调和监控,并事先制定可能出现问题的应对措施及方案。

3) 密切同研究和咨询机构的合作

由于受企业经营方针、业务范围、规模和效率、效益的制约,企业不可能也不必要配备各类专门人才,在人才上搞“大而全、小而全”。物流企业所需的战略研究、市场分析、物流信息系统开发等工作,完全可以委托权威的专业研究和咨询机构完成,或通过与这些机构建立长期的合作关系,满足企业日常经营管理工作以外的研究和咨询需求。

4) 确立市场营销理念

市场营销作为现代企业提高市场能力的重要手段,在经济发达国家被广泛采用,而我国企业大多对此重视不够或认识模糊,往往理解成简单的“跑业务”。为使物流企业在市场开发中获得成功,必须确立市场营销理念,通过设立专门部门和配备专业人才,开展物流市场调查,分析和研究服务对象,掌握商业谈判的主动权,以适合企业特点的营销手段,

打开企业通向市场之门。

5) 重视人才的引进和培养

物流企业的经营和管理,要求具备熟悉服务对象的生产、经营和销售,熟悉物流服务组织、交通运输组织管理相关业务,熟悉市场营销、计算机及网络技术、物流信息系统开发维护等方面的专业人才。只有拥有并发挥人才的作用,企业才有可能实现其发展战略。为此,物流企业应建立人才吸引和培训机制,吸引优秀人才进入企业,提高企业现有人员的文化素质。

此外,物流企业如何协调好与外界的关系,协调好与服务对象、运输企业的关系,如何开拓新的经营领域,抵御经营风险等,均是在战略实施中应考虑的重要问题,必须有应对之策。

1.1.3 中国物流企业国际化经营对策

物流发展水平是一个国家或地区综合实力的重要体现,物流能力被视为现代企业的核心竞争力。加入 WTO 后,我国物流企业与国外物流企业的国际化竞争将不可避免。我国物流企业要走向国际化,必须提高我国物流业的整体水平,建立与国际物流相适应的物流系统。

1. 加快物流基础设施的建设

物流设施落后是我国物流企业亟待解决的问题。长期以来,中国物流产业一直缺乏现代运输及物流配送的网络系统,与发达国家相比,货运的空载率高达 50% 以上,仓储量则是美国的 5 倍。因此,发展物流业,必须加快物流基础设施的建设,在包装、装卸、运输、仓储等方面,利用各种先进方式,实行国际标准化、机械化改造,改善工作条件,提高物流作业效率,尽快改变我国物流水平落后的面貌。

2. 建立全球性的物流信息网络

随着世界经济一体化发展,物流业已向全球化、信息化、一体化方向发展。国外许多大型物流企业都建立了全球物流信息网络,电子数据交换技术(EDI)与 Internet 的运用使物流效率的提高更多地取决于信息管理技术。电子计算机的普遍应用提供了更多的需求和库存信息,提高了信息管理的科学化水平,使产品的流通更加容易和迅速。我国必须努力提高全民的物流信息网络化意识,大力培养信息网络专门人才和研究开发人员,使我国物流信息网络系统不断向世界先进水平迈进。

3. 与跨国公司形成战略联盟

中国加入 WTO 后,政府关于限制外商投资的壁垒将逐渐打破,这为跨国公司在华投资敞开了大门,跨国公司的进入将对国内传统物流业产生深刻的影响。一些跨国公司会把物料采购、物流配送外包给合作伙伴,特别是充分利用本土资源,将给中国物流与分销服务业提供一个崭新的市场。随着中国加入 WTO,许多跨国公司由于看好中国市场的巨大潜力,需要国内的合作伙伴,因此,国内企业与跨国公司的有效合作将形成一种双赢的战略伙伴关系。

4. 建立现代物流中心

我国现有物流企业大部分沿用传统储运企业的经营方式,规模小,实力弱,不能适应现代物流企业动态经营、多功能经营的发展趋势。物流配送中心是流通企业实现规模经

营的重要途径,是物流业向国际市场发展的必经之路。因此,我国物流企业必须在公司制的基础上形成和发展一体化、集团化的大公司,通过兼并、联合等方式扩大物流企业规模,利用高新技术发展规模经济,实现跨地区、跨国经营,有效地将物流引入国际市场,参与国际合作,推动物流的国际化发展。

5. 培养国际物流人才

物流人才匮乏是制约我国物流发展的瓶颈。物流的国际化发展必须以人才的培养为主导,特别是对适应高科技物流发展和对国际物流管理型的高、中级物流管理和技术人才的培养。全面的国际性物流人才,除了具有物流专业知识外,还需具有熟练的外语和业务谈判能力,对不同国家的思想文化状况有所了解,具有一定的计算机信息网络技术方面的知识,能够进行正确的决策等。必须把物流人才的培养和教育放在战略地位,以促进物流产业的国际化发展。

1.2 物流产业的形成与发展

1.2.1 美国物流产业的发展

一般来说,美国的物流发展分为5个阶段。

1. 冬眠的20世纪50年代

20世纪50年代美国的物流处于休眠状态,其特征是这一领域并没有一种处于主导地位的物流理念。究其原因,主要是美国经济的快速发展使得企业的生产满足不了需求,企业的经营思想是以生产制造为中心,根本无暇顾及流通领域中的物流问题。

2. 概念化的20世纪60年代

20世纪60年代美国是大量生产、大量消费的时代。生产厂商为了追求规模经济而进行大量生产,生产出的产品大量地进入流通领域,大型百货商店、超级市场纷纷出现在城市的内部和郊区。与此相反地是,20世纪60年代美国企业的物流系统却没有很大的改进。究其原因,第一,在持续地大量生产、大量消费的美国经济时代,企业并没有太大的压力。在大量生产、大量消费的生产模式下,虽然企业一般都拥有大量的仓库,但由于经济的快速增长,企业的收益相对稳定,这使得企业对削减库存不太关心。第二,运费成为不可浮动的定价,企业也就不可能通过压低价格来削减运输成本,因此,一般企业对物流系统的改革并不热心,而且,大多数企业利用自家车辆进行货物运输。

实际上,由于政府的管理制度限制了物流的发展,同时也没有给予企业更多改革的权利,所以当时大多数企业并不考虑物流改革,仅把物流作为一个成本核算的部门,对物流的理解也只停留在工厂产成品的物理性的移动功能。

3. 发展的20世纪70年代

20世纪70年代的美国经济发生了重大变革。两次石油危机对美国经济产生了深刻的影响。石油价格从1973年2美元1桶高涨到40美元1桶。由于能源价格的高涨,造成通货膨胀、失业率增加。

物价上涨给美国企业的经营带来了很多困难,迫使企业开始考虑改善物流系统。这是因为:第一,原油价格的上涨,直接导致油价上涨,使得运输成本大幅提高,所以企业不

得不研究如何降低物流费用;第二,物价上涨也导致美国经济停滞不前,影响产品的销售,其结果使得企业产品积压。过去,企业的库存始终处于粗放经营状态,而现在则成为企业的重大问题。另外,当时美国为了抑制通货膨胀,采取了高利息的政策,这就给拥有大量产品库存的企业带来了需要负担高额利息的压力。为此,20世纪70年代的美国企业开始全面改善大量生产、大量消费时代的物流系统。

这样,20世纪70年代的美国企业,由于外部环境的变化,不但给企业自身带来了改善物流系统的推动力,同时也促使政府开始修改高物流成本温床的管理政策。

4. 物流革新的20世纪80年代

1) 从PD(Physical Distribution, 物价流通)向Logistics的转化

在这一进程中,物流在企业经营战略中的地位逐渐被企业接受,一些大型企业开始主动积极地改善企业的物流系统。其象征是对物流的理解从PD向Logistics的转化。Logistics原本是军事用语,后逐渐被经济界所使用,指企业从原材料的采购到产品的销售整个过程的效率化,而不是个别功能的效率。20世纪70年代初物流概念以及物流的重要性仅被一小部分企业所认识,到了80年代,已被大多数企业所接受。因此,可以说,80年代是美国企业全面进入物流领域的时代。

2) JIT(准时化)管理思想的导入

在20世纪80年代,作为企业削减库存的重要方法,JIT方式急速普及。由于70年代企业的重要课题是削减库存,所以,美国的很多企业也开始引入日本汽车工业开发的JIT管理方式。JIT方式的采用,大大降低了企业的库存,但同时却给运输带来了新的压力,即企业对运输服务的准确性和及时性比以往任何时候要求都高。因此,能否提供高质量的服务成为企业竞争的重要条件。JIT是在多品种、小批量生产领域的一种存货管理的零售库存方式,通过准时的衔接,以即时供应作为保障,这样就降低了企业库存压力,提高了利润。

3) 新的管理形式——企业外包制的开展

外包制(Outsourcing)是美国企业在20世纪80年代兴起的管理思想。当时美国企业将企业流程再造作为经营合理化的重要手段,重新对业务内容、资源的分配进行考虑,也就是通过撤出非核心竞争业务来提高经营效率。外包则成为当时降低成本、提高企业竞争能力的重要手段而受到重视。

外包企业的条件:具有综合能力;具有资金实力;核心竞争力明确;具有先进的信息系统支撑;具备各种人才;具有企业顾问能力;具有灵活的系统。

委托企业的条件:具有高度的委托管理体系;本企业在人才、技术和成本方面较弱;具有先进的信息系统。

外包的优势:整合资源进行战略投资;固定费用流动化;专门服务的有效利用;生产效率提高,成本降低;国际竞争力增强。

因此,20世纪80年代,美国企业在新的物流理念的指导下,改善了物流系统,开始提供多样的物流服务,可以说,20世纪80年代迎来了美国物流革新的新时代。

5. 整合的20世纪90年代

1) 供应链管理理论的产生

进入20世纪90年代,美国企业的物流系统更加系统化、整合化,物流也从Logistics