

战略

请访问本教材网页

www.mhhe.com/stock

(第4版)

物流管理

一本以市场营销为导向、以客户满意为中心的物流教科书

[美] 詹姆士·R·斯托克

道格拉斯·M·兰伯特

邵晓峰 等

著

译

中国财政经济出版社

战略物流管理

[美] 詹姆士·R·斯托克 道格拉斯·M·兰伯特 / 著
邵晓峰 等 / 译

中国财政经济出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

战略物流管理/ (美) 詹姆士·R·斯托克, (美) 道格拉斯·M·兰伯特著; 邵晓峰等译.
- 北京: 中国财政经济出版社, 2003.1

书名原文: Strategic Logistic Management

ISBN 7-5005-6291-8

I. 战… II. ①斯… ②兰… ③邵… III. 物流 - 物资管理 - 高等学校 - 教材
IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 103617 号

Strategic Logistic Management

by James R. Stock & Douglas M. Lambert

ISBN 0-07-118122-9

Copyright © 2001 by The McGraw - Hill Companies, Inc.

Authorized translation from the English language edition published by McGraw-Hill, Inc.

Chinese language copyright © 2003 by McGraw-Hill Education and China Financial and Economic Publishing House.

All rights reserved.

本书中文简体字版由中国财政经济出版社和美国麦格劳—希尔教育出版集团合作出版。

未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

著作权合同登记号: 图字 01 - 2002 - 0667

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.com.cn>

E-mail: webmaster@ewinbook.com

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行电话: 010 - 88191017

北京印刷一厂印刷 各地新华书店经销

787 × 1092 毫米 16 开 53.25 印张 754 千字

2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月北京第 1 次印刷

印数: 1 - 5000 定价: 80.00 元

ISBN 7-5005-6291-8/F·5489

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

作者简介

詹姆斯·R·斯托克 (James R. Stock) 是南佛罗里达大学工商管理学院的营销与物流教授。斯托克博士先前在密歇根州立大学、俄克拉荷马大学、圣母玛利亚大学执教。从 1986 年至 1988 年，他在莱特-帕特森 (Wright-Patterson) 空军基地空军技术学院的系统与物流学院担任物流管理特级访问教授。斯托克博士撰写和合著了包括专著、专论、文章和会议论文在内的 90 多篇出版物。他是《逆向物流计划的制定与实施》(Development and Implementation of Reverse Logistic Programs)、《逆向物流》(Reverse Logistic) 的著者，《分销顾问：鉴别、选择和使用管理指南》的合著人，《物流管理基础》的合著人。他目前是《国际实物分销与物流管理》杂志的编辑。斯托克博士获得了 SOLE——国际物流协会颁发的 Armitage 勋章 (1988 年)，褒奖其对该学科所做出的学术贡献。他的专业领域包括逆向物流、供应链管理、营销与物流的结合。他在欧洲和非洲做了各种物流专题讲座。斯托克博士在迈阿密大学 (佛罗里达州) 获得学士学位和工商管理硕士学位 (MBA)，在俄亥俄州立大学获得博士学位。

道格拉斯·M·兰伯特 (Douglas M.

Lambert) 是俄亥俄州立大学费歇尔商学院雷蒙德·E·梅森 (Raymond E. Mason) 运输与物流教授和全球供应链论坛的理事。他还是 Prime F. Osborn III 运输杰出教授，营销与物流教授，北佛罗里达大学工商管理学院国际竞争力中心的理事。在 1983 年至 1985 年期间，他是密歇根州立大学百事可乐 (PepsiCo) 营销教授。兰伯特博士已在北美、南美、欧洲、亚洲和澳大拉西亚的超出 500 次的经理人员发展计划培训中担任教员，而且他已在全世界给专业协会做了 100 多次演讲。他是《库存成本核算方法的设计》、《分销渠道决策和产品放弃决策》等书的著者和《营销渠道管理》、《物流管理基础》、《战略物流管理》和《新北美供应链指南》等书的合著者。他撰写和合著了 150 多篇出版物。在 1986 年，兰伯特博士因其对物流管理做出的贡献而获得了物流管理协会的杰出服务奖——“能够授予个人在实物分销/物流行业所取得成就的最高荣誉”，他还获得了物流管理协会的创始人奖 (1997 年) 和博士研究津贴 (1975 年)。他在西安大略湖大学获得了优秀学士学位和 MBA 学位，在俄亥俄州立大学获得博士学位。兰伯特博士是《国际物流管理》杂志的副编辑。

《战略物流管理》序

《战略物流管理》一书是詹姆士·R·斯托克（James R. Stock）的经典之作，特别是该书的第四版，与前三版相比较在内容上有了相当大的扩充，更具前瞻性和系统性。

通读全书，你可以强烈地体会到这是一部从物流管理战略角度出发，基于供应链物流一体化管理，以营销为导向的系统性极强的物流管理教科书。

作者力图从管理的角度来分析物流系统中的问题并提出解决问题的一般方法。这也是该书的主要特点之一。书中不是对物流管理进行简单的说明，而是从组织、协调、控制等方面进行全方位的系统论述，既有术语和一般原则的介绍，也有公司内具体运作的描述，还有相应的案例分析，最后提出站在供应链管理的层面进行全过程的物流一体化管理。

该书的第二个特点是以营销为导向和从客户满意度的角度来看待物流管理。这是国内少见的将营销理论与物流系统紧密结合的写作手法，必然能够为营销系统的推广与应用与再认识提供一种新的思路和方法。所以，该书也同样适合于作为市场营销专业和 MBA 的教科书。

该书的第三个特点是以物流成本核算为主线，贯穿全书的始终。目前，关于物流成本管理的教科书在国内尚不多见，人们在谈到物流时都知道物流管理可以降低成本，为企业带来效益，但是如何进行系统、科学的评价与具体计算，就都不是很清楚了。该书的推出，为在此领域从事教学与科研的人们提供了最新的系统知识。

该书的第四个特点是强调物流的服务性。服务是物流的核心，物流企业的行为准则就是两个字——“服务”。该书从第 1 章到最后一章，每章都必提及服务，这在其他的教科书中是看不到的。该书对客户服务的评估和销售部分的内容，特别是怎样理解如何销售你的服务，对我们都会有很大的启发。

该书的第五个特点是内容丰富。该书涉及的知识领域十分广阔。无论是站在物流的角度去阐述逆向物流，还是站在供应链的角度去阐述全球物流；无论是对物流绩效的分析与控制，还是对物流价值的衡量与销售；无论是提出计算机管理信息系统的应用，还是提出电子商务与互联网推动物流管理水平的提高，作者都进行了详实生动的阐释。

该书的第六个特点是适合作为教材。在编排上，该书每章的最前面都提出本章大纲和本章目标，进入正文后，通过小标题和特有文字框指导学习者阅读重点内容，每章都有案例素材和思考题，特别是每章最后的推荐阅读材料和指导附录，都十分有助于学习者的学习。

这是一本优秀的物流管理教科书。相信本书不仅适用于物流管理专业的学生，也适用于管理工程专业、市场营销专业、经济管理专业、电子商务专业以及 MBA 的学生，同样也适用于教师、科研人员以及物流企业的管理人员。

21 世纪中国电子商务网校 校长

北方交通大学物流所特聘研究员

张 铎

2002 年 12 月 8 日 书于北京静淑苑

译者序

任何一个经济发达的国家和地区都离不开完善的物流体系的支持，任何一个管理高效的企业都离不开科学、有效的物流管理。自 20 世纪 90 年代以来，物流在我国得到了快速发展，但是种种因素又制约了物流的进一步发展。这些制约因素，一方面来自于体制，另一方面则来自于人。“人”的因素是一个关键，缺乏物流专业人才、缺乏科学的物流管理知识是我国企业物流管理水平不高的主要原因之一。因此，物流教育是我国物流发展急需解决的一个重要问题。

《战略物流管理》是一本非常优秀的物流管理教科书，被国外许多著名大学指定为物流管理与供应链管理、营销管理课程的本科生和研究生（MBA）的教科书和参考书。本书自 1982 年第一版以来，作者一直紧紧把握物流领域理论和实践的新发展，进行了多次修订，形成了现在的第四版。本书对物流管理的诸多方面进行了深入阐述和分析，主要涉及供应链管理、客户服务、订单处理 and 信息系统、库存的财务作用、库存管理、物料管理、运输决策、仓储、材料搬运、包装、采购、全球物流战略、物流组织、物流绩效的财务控制、物流价值的衡量、战略物流计划等内容，是迄今为止惟一的一本以市场营销为导向、从客户满意角度来分析物流的教科书。本书的一大特点在于将物流的财务控制和客户服务贯穿于全书，深入分析了其他物流著作没有或仅粗略涉及的一些重要问题，如客户服务、物流价值的衡量与推销、订单处理和管理信息系统、物流组织和全球物流等。此外，本书理论与实践并重，包含大量例子和案例，给读者提供了供应链管理过程中的物流全貌，适用于物流管理与供应链管理课程的本科生和研究生（MBA）做教科书和参考书，以及供从事物流工作的管理人员做参考之用。

本书由上海交通大学管理学院邵晓峰组织翻译，第 1 章、第 2 章、第 5 章由中国百胜餐饮集团徐雄杰翻译，并由邵晓峰审核，作者简介、序、致谢、第 3 章、第 4 章、第 6 章、第 18 章、案例 14~15 由邵晓峰博士翻译，第 7 章、第 17 章由中欧国际工商管理学院刘胜军博士翻译，第 8 章、第 9 章由中欧国际工商管理学院张珩博士翻译，第 10 章由上海交通大学管理学院郑晓娣和连海佳翻译，第 11 章由上海交通大学管理学院王翔鸿翻译，第 12 章由上海交通大学管理学院许志焱和邵晓峰翻译，第 13 章、第 14 章由上海交通大学管理学院赵振铨翻译，第 15 章、第 16 章由上海交通大学管理学院连海佳和张弦翻译，案例 1~13 由中欧国际工商管理学院陈东君翻译。全书的审校、统稿由邵

晓峰负责。

由于时间仓促以及译者水平有限，翻译中不可避免会出现一些错误，恳请读者批评指正。

邵晓峰

于交大安泰楼

2002 年 10 月 21 日

序

自本书的前三版（1982 年、1987 年和 1993 年）出版以来，全球市场上出现了显著变化，包括电子商务和互联网的广泛应用、对供应链管理日益增加的兴趣、全球不断激增的计算机和信息技术、随着许多组织在全球运作而发展的 24 小时市场、公司不断重视质量和客户满意度等。贸易协议，如北美自由贸易协议（NAFTA）、欧共体、东南亚国家联盟（ASEAN）和南方共同市场（Mercosur），使公司能够实施区域性的物流战略（如果不是彻底全球化）。

《战略物流管理》第四版进行了相当大的扩充，反映了以上这些变化以及许多其他已经发生的变化，并包含了最新的物流信息与技术。在保留前几版的基本原则不变的基础上，第四版增加了许多新的素材，使本书更加具有管理性、完整性和“前沿性”。《战略物流管理》仍然是惟一的一本以营销为导向和从客户满意角度来看待问题的教科书。尽管强调的是物流的营销因素，但本书综合了企业所有的职能领域，并将物流结合到供应链管理中。

物流是一项大业务。它对土地、劳动力、资本和信息的消耗——以及它对世界生活水平的影响——使其具有重大的意义。在 20 世纪最后的 1/4 时间中，物流的重要性不断增加，从一项被认为是无足轻重的职能发展到：（1）一项能够显著节约成本的活动；（2）一项具有巨大潜力、能够影响客户满意度，从而增加销售额的活动；（3）一种能够有效利用以获取持续的竞争优势的营销武器。

《战略物流管理》是从管理的角度来分析问题的。每一章都以有助于管理决策的形式介绍基本的物流概念。当然，本书包含了基本的要素——术语、概念和原则，但本书是从这些基本要素之间的相互关系和与公司的其他职能之间的相关作用角度，来对这些基本要素进行分析的。在每一章中，我们都给出了公司应用这些概念的例子，说明如何管理物流活动来正确地实现营销理念。这些例子具体体现在每章中叙述性的文字框中——全球化、技术和创造性方案。

本书理论与实践应用并举。书中包含了所有的传统物流活动。然而，本教科书独特之处在于涉及了几个重要的主题或者以不同的方式分析了这些主题。例如，物流的财务控制贯穿了所有章节，并在单独的章节——物流绩效的财务控制中进行了详细的分析。我们特意采用这种方法，因为物流对公司赢利具有重要的影响作用。因为物流最终影响营销部门产生和满足需求的能力——从而创造客户满意度，因此我们在本书的开始部分就强调了客户服务活动。客户服务可以看做是物流职能的产出。为此，客户服务为本书提供了一个焦点，在全书 18 章中的每一章都考虑了客户服务的问题，包括单列的一章——客户服务。因为除非在公司内部和外部都进行客户服务的评估和销售，否则客户服

务不可能得到合适的回报，因此本书还包含了一章有关物流价值的衡量与推销的内容。

本教科书着重分析了很多其他物流教科书中没有涉及或只是很粗略地涉及到的重要主题，包括：供应链管理；物流价值的衡量与销售；订单处理与管理信息系统；电子商务与互联网；逆向物流与包装；物流绩效的财务控制；物流组织和全球物流。除了传统的活动，我们涉及这些主题的目的是，为读者提供掌握供应链管理过程背景下物流的全貌。

第四版做了许多值得做的改进。因为物流对多种业务过程产生影响，我们在第四版中加进了来自多种企业和其他文献的更多的参考资料和例子。第四版广泛地包含了物流领域的学术性文献和行业文献，并包含了最新的信息和例子。读者会注意到大量的引用来自 2000 年。我们保留了那些不受时间影响的内容和那些使前几个版本获得成功的内容。

第四版具有几个新的特点。我们增加和更新了每章后的推荐阅读材料。相应地增加了脚注，根据需要也对图表进行了更新和修改。在每章中对几个文字框的使用也突出了物流发展的主要内容。我们相信对于教师和学生来说本书的这一版本更具有可读性。本书包含了 15 个案例，比前一版本增加了 3 个。本版本中有几个案例是新的，其他一些案例则是更新过的或经过修改的。我们的目标是为教师和学生提供市场上最佳的教科书。我们相信我们已经取得了成功。

注重实际和应用的特点、以管理为导向以及提供建议与详细指导的附录—使本书成为目前和将来物流专业人员必备的参考书。每章结尾的问题、文字框以及案例素材，有助于读者应用各章讲述的内容。问题、疑问和案例的有效组织，激发了读者的管理技能。在本质上，这些问题是完整的，它们研究当今物流经理人员面临的重要问题。

本教科书是一整套教学和学习资料的基本组成部分。本书的支持性项目包括：

- 教师手册，包含一些附加的例子和插图、每章末尾的问题的参考答案和案例材料的评论等教学素材
- 大约 1,500 道客观问题的测试题库。这些问题是经过编码的，能够显示问题的类型（定义、概念和应用）和在教科书中的位置
- 超过 270 张幻灯片，这些幻灯片为每一章内容提供了附加的图表
- 一张教师用的资料光盘，包含电子版本的教师手册、计算机测试（电子版的测试题库）和幻灯片
- 补充教科书的录像节目
- 网页，包括可以下载的补充文件与其他的资源和阅读材料的链接、互联网习题、电话和其他一些在线特征

詹姆斯·R·斯托克
道格拉斯·M·兰伯特

致 谢

任何一本如此庞大的著作很少是由一两个人单独就能完成的。几位人士和几家公司为本教科书的第四版提供了许多素材，例如案例与事例。这些个人和公司包括：安达信咨询公司的 William C. Copacino、卡斯物流公司 (Cass Logistics) 公司的 Robert V. Delaney、物流管理协会的 George A. Gecowets、哈佛商学院出版社、3M 公司的 Gary Ridenhower、罗门哈斯公司 (Rohm and Haas Company)、理查德艾维 (Richard Ivey) 商学院、斯坦福大学商学院、目标百货公司 (Target Stores) 和物流管理协会的 Elaine M. Winter。

许多学术方面的同事提供了很多宝贵的资料。我们非常感激以下人士为我们大方地提供了评论、事例和案例素材以及其他的帮助：达特茅斯 (Dartmouth) 的塔克 (Tuck) 学院的 M. Eric Johnson、密歇根州立大学的 Donald J. Bowersox、克兰菲尔德 (Cranfield) 管理学院的 Martin G. Christopher、中央密歇根大学的 Robert L. Cook、俄亥俄州立大学的 Martha C. Cooper、布鲁克波特萨尼学院的 John T. Gardner、Kutztown 大学的 David A. Haas、蒙哥马利市奥本大学的 Steve Hagel、俄克拉荷马城市大学的 Jim Heatherington、斯温伯恩 (Swinburne) 大学的 Terence F. Henderson、理查德艾维商学院的 Sid Huff、理查德艾维商学院的 Fraser Johnson、GMI 工程学院的 J.E. Kangas、布卢姆菲尔德大学的 Matt Monroe、北佛罗里达大学的 Terrance L. Pohlen、得克萨斯 A&M 大学的 E. Powell Robinson Jr.、得克萨斯 A&M 大学的 Anthony D. Ross、内华达大学的 Dale Rogers、俄勒冈州立大学的 Philip B. Schary、肯特州立大学的 Doris Shaw、阿拉巴马大学的 Jay U. Sterling、路易斯安那西南大学的 James Underwood 以及 Millikin 大学的 Douglas E. Zemke。我们在南佛罗里达大学、俄亥俄州立大学、北佛罗里达大学、空军技术学院和俄克拉荷马大学的学生对本教科书的内容起到了重要的影响作用。

我们要感谢高级主编 Rick Adams、开发编辑 Christine Parker、项目经理 Craig Leonard、索引编排员 Kathy Little 以及 McGraw-Hill 高等教育出版集团全体员工的帮助。我们还要感谢咨询师 Nina McGuffin 和威斯康星大学的 Drew Stapleton 教授。

Jim Stock 想要感谢他的父母亲 William 和 Frances Stock，在过去的日子里，他们始终激励着他。他们向他灌输了完成任务的两种途径的观念——简单的途径和正确的途径——最佳的方法是第一次就把事情做好。Jim Stock 还要感激他妻子 Kathryn 的父母 Herbert 和 Bettye Townsend，他们在有生之年为他提供了努力工作和关心他人的榜样。他们永恒的支持将会被怀念，他们的女儿将会继承他们光荣的传统。Kathryn 始终是一个忠贞的伴侣，为他付出爱心和提供鼓励，以及提供精神上的支持和手稿方面的帮助。他还要特别感谢他的女儿 Elizabeth 和他的儿子 Matthew，感谢他们放弃了许多与父亲共渡时光的机会，从而使他可以安心地写作。他还想要感谢他在南佛罗里达大学的同事们，包

括工商管理学院的 Robert L. Anderson 院长和营销系主任 William B. Locander。

Doug Lambert 希望感谢他的父母亲 John 和 Mary Lambert, 他们活着和去世的时候都体现了他们的尊严和高贵。他们始终给予他爱和鼓励。他们的许多积极影响对他至今所享受的成功做出了极大的贡献。他的妻子 Lynne 给了他忠贞的爱情与友谊。她鼓励他完成这项工作并提供了一些愉快的娱乐活动。他还想感谢他周围的其他许多特殊的人士。General Raymond E. Mason 及其妻子 Margaret 是俄亥俄州立大学物流课程的积极支持者, 也是人应该如何生活的一个极好的学习榜样。Grace Osborn 成为了我们的“南方妈妈”, 她为我们付出了爱心, 提供了鼓励和建议。她确实了不起。应该感谢俄亥俄州立大学的 Joseph A. Alutto 院长, 感谢他对俄亥俄州立大学物流课程的支持。营销与物流系主任 Robert Burnkrant 提供了许多鼓励和支持。同时还要感谢营销与物流系的出色的同事们, 尤其是 Martha Cooper、Walter Zinn、Keely Croxton 和 Thomas Goldsby。此外, 还要感谢费歇尔商学院的经理教育执行主任 Carol Newcomb 的支持。所有这些支持使俄亥俄州立大学物流课程变得规模更大、力量更强。北佛罗里达大学管理、营销与物流系的 Earle C. Traynham 主任和 Robert Pickhardt 教授提供了支持性、平等的环境来提高全体教员的效率, 在此表示感激。同时必须感谢同事们, 特别是 Terrance L. Pohlen、C. Donald Wiggins 和 Timothy E. Jares。俄亥俄州立大学和北佛罗里达大学的业务主管 Karen Papritan 和 Marian Kuhn 在某种方式上成功地使他保持有条理和不断进步。Marian 承担了额外的责任, 她充当 Doug Lambert 和 Martin Christopher 联合编辑的《国际物流管理》杂志的运营主管。费歇尔商学院的前 MBA 学生 Veronica Mai 和 Li Chen 为第四版提供了研究、文字输入和校对等帮助, 在此非常感激他们。在过去参加过他的研讨会的超过 20,000 名经理人员对他的物流思想产生了影响。最后, 他想感谢全球化供应链管理论坛的成员: 3M 公司、墨西哥 Cemex 公司、美国可口可乐公司、高露洁-棕榄公司、CSX 公司、弗莱彻挑战建筑公司 (Fletcher Challenge Building)、福特汽车公司、固特异轮胎和橡胶公司、惠普公司、国际纸业公司、有限分销服务公司、朗讯技术公司、麦当劳、墨西哥新荷兰公司、泰勒制阿迪达斯高尔夫公司、惠而浦公司。论坛研究为第 2 章“供应链管理”和第 12 章中的“伙伴关系模型”以及第 17 章的内容提供了基础。这些组织中的成员的友谊和提供的指导是他个人和职业生涯的一个重要组成部分。

最后, 我们希望向俄亥俄州立大学费歇尔商学院的荣誉退休教授 Bernard J. La Londe 表达我们的感激之情。在我们攻读俄亥俄州立大学的博士学位期间, 是他对物流学科的炽热之心和他的指引才使本教科书成为现实。对于那些懂得什么是“萌芽”的人来说, 没有必要进行任何解释。对于那些没有这样的经历的人来说, 是无法用语言来解释的。

对于所有那些提供帮助和慷慨地允许我们使用他们的素材的出版商和作者, 我们从内心表示感谢。当然任何错误或疏忽由我们承担。

詹姆士·R·斯托克
道格拉斯·M·兰伯特

目 录

《战略物流管理》序	(1)
译者序	(1)
序	(1)
致谢	(1)
第 1 章 物流在经济与组织中的角色	(1)
引言	(2)
物流管理的定义	(2)
系统法/集成	(4)
物流在经济中的角色	(4)
物流在组织中的角色	(6)
物流导致竞争优势	(6)
物流增加时间和空间效用	(9)
物流为向客户的有效运动提供了可能	(10)
物流是一项专有资产	(10)
物流管理的发展	(10)
历史发展	(11)
解释对物流管理的兴趣发展的因素	(15)
关键的物流活动	(18)
客户服务	(18)
需求预测	(19)
库存管理	(19)
物流通讯	(19)
物料搬运	(20)
订单处理	(21)
包装	(21)
零部件和服务支持	(21)
工厂和仓库选址	(22)
采购	(22)
逆向物流	(23)
交通与运输	(23)
仓储和储存	(23)

为什么必须整合物流活动	(24)
总成本概念	(26)
物流活动与物流成本的关系	(26)
物流和公司利润绩效——战略利润模型	(29)
净利润	(30)
资产周转率	(30)
资产收益率	(30)
财务杠杆	(31)
净资产收益率	(31)
战略利润模型的使用：一个实例	(32)
未来的挑战和物流绩效的改进领域	(34)
供应链管理	(34)
战略计划	(36)
全面质量管理	(36)
准时制	(37)
快速反应	(37)
有效客户反应	(39)
物流作为一种竞争武器	(39)
物流成本会计	(40)
物流是一项跨越职能界限的活动	(41)
全球化物流	(41)
增长的技能要求	(42)
物流信息系统	(42)
战略联盟、伙伴关系与外包	(43)
技术	(44)
电子商务	(45)
绿色营销和逆向物流	(45)
小结	(47)
推荐阅读材料	(47)
问题与习题	(48)
第2章 供应链管理	(49)
引言	(50)
供应链管理与物流	(51)
渠道结构	(55)
外包	(55)
延迟和投机	(56)
产品上市时间的压力	(57)
其他影响渠道结构的问题	(57)
供应链网络结构	(58)

识别供应链的成员	(58)
网络的结构维度	(59)
业务流程连接的类型	(60)
供应链业务流程	(62)
客户关系管理	(63)
客户服务管理	(64)
需求管理	(64)
客户订单履行	(64)
制造流程管理	(64)
采购	(65)
产品开发和商业化	(65)
退货	(65)
供应链业务流程的总结	(66)
业务流程链	(67)
供应链管理的组成要素	(69)
计划和控制方法	(70)
工作流/活动结构	(70)
组织结构	(70)
通讯和信息流设施结构	(70)
产品流设施结构	(71)
管理方法	(71)
权力和领导结构	(71)
风险和利益共享	(71)
文化和态度	(71)
供应链设计	(73)
制造商的观点	(74)
批发商的观点	(74)
零售商的观点	(75)
供应链设计的考虑事项	(75)
市场覆盖范围目标	(75)
产品特性	(76)
客户服务目标	(78)
供应链绩效评估	(79)
重组改进供应链	(81)
一体化供应链管理的实施	(82)
小结	(85)
推荐阅读材料	(85)
问题与习题	(88)
第3章 客户服务	(89)
引言	(90)

客户服务是什么?	(90)
客户服务的定义	(91)
客户服务的要素	(92)
建立客户服务战略的方法	(95)
消费者对缺货的反应	(96)
成本/收益权衡	(99)
ABC 分析	(101)
客户服务督察	(105)
客户服务标准的建立和报告	(119)
有效客户服务战略的阻碍因素	(121)
客户服务绩效的改进	(122)
全球化客户服务问题	(126)
小结	(126)
推荐阅读材料	(127)
问题与习题	(128)
附录 客户服务问卷	(129)
第4章 订单处理与信息系统	(139)
引言	(140)
客户订货周期	(140)
客户订单如何进入企业订单处理功能?	(143)
客户订单路径	(144)
通讯功能	(145)
先进订单处理系统	(145)
内部销售/电话销售	(148)
电子数据交换	(151)
订单处理与企业物流管理信息系统的集成	(159)
对信息的基本需要	(159)
信息系统设计	(160)
利用物流信息系统来支持基于时间的竞争	(163)
决策支持系统	(165)
人工智能与专家系统	(167)
数据库管理	(169)
企业资源计划	(170)
财务考虑因素	(173)
小结	(175)
推荐阅读材料	(175)
问题与习题	(176)
第5章 库存的财务影响	(179)
引言	(180)

库存策略的财务方面	(180)
库存和公司赢利能力	(180)
库存和最小总成本物流	(183)
库存持有成本	(184)
库存持有成本的计算	(187)
行业实例	(194)
一个包装消费品行业的实例	(195)
一个散装化学品行业的实例	(198)
库存周转率对库存持有成本的影响	(202)
供应链中的库存持有成本	(204)
小结	(208)
推荐阅读材料	(209)
问题与习题	(209)
附录 库存持有成本——六个案例研究	(212)
第6章 库存管理	(215)
引言	(216)
基本的库存概念	(216)
为什么持有库存?	(216)
库存类型	(219)
基本的库存管理	(223)
确定条件下的库存管理	(223)
不确定条件下的库存管理	(230)
安全库存的计算	(232)
满足率的计算	(236)
订购多少: 固定订货间隔周期模型	(238)
库存与客户服务	(239)
生产计划	(241)
拙劣的库存管理的症状	(241)
库存管理的改善	(243)
ABC 分析法	(243)
预测	(245)
ERP 系统如何有利于提高库存管理	(248)
订单处理系统	(250)
降低库存对公司利润绩效的影响	(250)
小结	(254)
推荐阅读材料	(254)
问题与习题	(255)
第7章 物料管理	(259)
引言	(260)