



中国物流与采购联合会指定
“十一五”现代物流精品规划系列教材
MODERN LOGISTICS

Basis of Logistics Management

物流管理基础

Serial text books Modern logistics
exquisite articles

翁心刚 © 主编



中国物资出版社

中国物流与采购联合会指定
“十一五”现代物流精品规划系列教材

物流管理基础

翁心刚 主 编

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

物流管理基础/翁心刚主编. 2 版. —北京: 中国物资出版社, 2006. 6

(“十一五”现代物流管理精品规划系列教材)

ISBN 7-5047-1731-2

I. 物… II. 翁… III. 物流—物资管理—教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 051108 号

责任编辑 沈兴龙

责任印制 沈兴龙

责任校对 孙会香

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮政编码: 100834

全国新华书店经销

三河市欣欣印刷有限公司印刷

开本: 787×980mm 1/16 印张: 20.25 字数: 329 千字

2006 年 6 月第 2 版 2006 年 6 月第 1 次印刷

书号: ISBN 7-5047-1731-2/F·0617

印数: 0001—5000 册

定价: 28.00 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)

“十一五”现代物流精品规划系列教材编审委员会

顾	问	吴润涛	中国物流资深专家
主 任 委 员	丁俊发	中国物流与采购联合会常务副会长	中国物流资深专家
副主任委员	牟惟仲	中国物流专家	中国物流技术协会会长
			中国物流学会副会长
	王建亚	武汉商贸学院物流学院院长	教授
	吴清一	北京科技大学	教授
		物流师职业资格认证专家委员会	委员
	陈梅君	中国物流与采购联合培训部	教授
	黄中鼎	上海第二工业大学经管学院副院长	教授
	霍 红	哈尔滨商业大学	教授
		物流师职业资格认证专家委员会	委员
	沈兴龙	中国物资出版社主任	高级经济师
委 员	白世贞	哈尔滨商业大学物流学院院长	教授
	陈鸣永	上海建桥学院	教授
	傅 烨	复旦大学管理学院	副教授
	葛金田	济南大学经济学院院长	教授
	光 昕	西安思源学院主任	教授
	海 峰	武汉大学商学院主任	教授
		物流师职业资格认证专家委员会	委员
	黄福华	湖南高学院	副教授

物流师职业资格认证委员会委员

黄有方 上海海事大学副校长 教授
物流师职业资格认证专家委员会委员

龙 江 上海外贸学院 副教授

蓝仁昌 环众物流咨询有限公司执行董事

陆一梁 上海商学院副院长 副教授

沈小静 北京物资学院工商管理系主任 教授

孙宏岭 河南工业大学 教授

王长琮 武汉理工大学 教授

王天春 东北财经大学 副教授

物流学院物流管理研究所所长

刘志学 华中科技大学 教授

王槐林 华中科技大学 教授

翁心刚 北京物资学院 教授

夏春玉 东北财经大学副校长 教授

徐天亮 北京师范大学珠海分校物流学院 教授

朱桂平 浙江工商大学 教授

张良卫 广东外语外贸大学 教授

邹安全 湖南科技大学 教授

总 策 划 沈兴龙

序 言

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》指出“推广现代物流管理技术，促进企业内部物流社会化，实现企业物流采购，积极发展产品销售和再生资源回收的系列化定作。培育专业化物流企业，积极发展第三方物流，建立物流标准化体系，加强物流技术开发利用、推进物流信息化。加强物流基础设施整合，建设大型物流枢纽，发展区域物流中心。”实现‘十一五’规划确定的宏伟目标，人才是关键。抓住机遇，迎接挑战，走人才强国之路，是增强我国综合国力和国际竞争力、实现中华民族伟大复兴的战略选择。

面对世界经济一体化的进程加快，许多大型跨国集团的进入，我国各级政府部门和许多市场意识敏锐的企业已把物流作为提高竞争能力和提升企业核心竞争力的重要手段，把现代物流理念、先进的物流技术和现代经营与管理模式引入国家、地区经济建设和企业经营与管理之中。但是，我国的物流教育仍十分滞后，造成现代物流综合性人才、企业尤其是流通企业改造传统物流与加强物流管理、城市规划与物流系统运筹、第三方物流企业的运作技术操作等现代物流人才严重匮乏，阻碍了经济的发展和经济效益的提高。据各地人才预测，物流人才是全国 12 种紧缺人才之一，物流工程规划人员、物流管理人员、物流科研人员、物流师资全面紧缺。到 2010 年全国大专（高职、高专）以上物流人才的需求量为 30 万~40 万人，国际物流、物流管理、仓储与配送、物流运输、企业物流、物流营销、物流信息处理等技能型操作人才每年需要近 10 万人。不仅如此。根据我国加入 WTO 的承诺，物流和分销服务业是全面开放的行业之一，国内市场将会出现高层次、高起点的激烈竞争的局面，这势必会使本身就匮乏的人才竞争加剧。如果我们不从现在做起，加快我国物流管理与技术人才的培养，终将成为我国物流产业发展的瓶颈，物流产业化和成为 21 世纪新的经济增长点就成了一句空话。因此，加速推动现代物流产业的人才培养工程，实施多层次、多样化的物流

序

言

教育,是21世纪物流产业化发展中保证物流产业形成合理的人才结构,提高我国物流管理水平和经济效益的决定因素。为此,中国物流与采购联合会为了适应物流人才的培养先后已组织大批著名物流专家、教授组织编写出版了四套现代物流系列教材,引起了物流学术界和企业界的普遍关注,取得了较大的社会效益和经济效益。为了进一步满足物流高等教育、高等职业技术教育和各层次人员培训教育的需求,我们根据教育部关于高等院校教育培养规格要求,结合中国物资出版社出版发行的已取得较大经济和社会效益的部份物流管理教材组织大批物流专家、教授重新进行了更新和修订,整合成新一代“十一五”现代物流精品规划系列教材,使之满足各地培养高质量物流人才教学需求。经审定本套现代物流精品规划系列教材和相关课程教学丛书,既可作为普通高等院校、高职高专院校的物流及其相关课程的选用教材和教学参考资料,亦可作为各层次成人教育和企业培训教学参考用书,也适合作为广大物流从业人员的自学读物。同时,对参加物流职业资格认证考试的人员具有较高的参考价值。

“十一五”规划物流精品规划系列教材,在整合和更新修订过程中得到了许多院校和研究机构的专家、教授以及物流企业领导的大力支持,在此一并致谢。由于编写时间仓促加上编者水平有限,书中有不足之处在所难免,恳请广大读者提出宝贵意见,以日臻完善。

“十一五”现代物流精品规划系列教材编审委员会

再版说明

《物流管理基础》一书自2002年1月出版发行以来,得到了广大读者的基本认可,不少院校和培训机构将这本书作为教材使用。据出版社提供的数据,此书先后印刷发行了近10万多册。作为一本专业书籍,有如此大的需求,不能不说是一件令人欣喜的事情,从中可以体会到我国物流事业的繁荣。

从本书第一版发行到现在已过了四年多的时间。这段时间正处于国民经济发展的第十个五年计划期间,也是加入WTO之后,经济社会各方面发生显著变化的时期。“十五”时期,中国的物流事业得到了快速发展,经过这段时间的磨砺,中国的物流事业进入到一个新的历史发展阶段。正如著名物流专家、中国物流与采购协会常务副会长丁俊发教授在第四次中国物流学术年会上的讲话中所指出的那样:“改革开放以来,特别是加入WTO以后,中国的物流事业已迈过起步期,进入快速发展期,物流已不再是讲台上的演说,而是一种伟大的实践。这种实践,以不可阻挡之势横扫中国大地。”

物流领域的巨大变化,既来自于中国经济快速发展对物流事业的推动,也得益于物流理论的研究与普及。尽管中国物流理论研究还处于较低水平阶段,但是,我们已经迈出了坚实的一步,而且还要继续走下去。

这本书之所以有比较多的读者,主要原因在于该书所阐述的物流基本概念和原理比较完整、准确,而且易于理解;既吸收了国外物流理论的研究成果,又能结合中国物流发展实际,适合于不同背景 and 需求的各个层次人员阅读。当然,经过了四年多的时间,本书中的有些资料和数据已经陈旧,需要更新,结构和内容上的一些不足之处也需要修改。

鉴于此,在中国物资出版社的支持下,笔者对本书进行了部分修改,增添了一些新的内容。希望本书再版后,能够继续成为物流专业领域的一本受到读者欢迎的书籍,继续为促进我国物流事业的发展和培养物流人才作出贡献。

翁心刚

编写说明

物流作为一种与商品实体空间位移相关联的经济活动，在物质资料的生产和流通过程中发挥着重要的作用。物流支撑着我们的产业和生活，社会的发展离不开物流。

尽管物流作为一种生产实践活动早已存在，但是，对于物流活动的科学管理，运用系统化的理论和方法指导物流实践活动则是近几十年的事情。物流概念引入到我国已经有二十多年的历史，其间，通过学术界、理论界和实业界专家学者的共同努力，使物流概念逐步得到普及，对于物流的认识在不断地深化，物流理论研究水平和实践能力均获得显著提高。特别令人感到欣慰的是，关心物流、学习物流、研究物流、致力于现代物流实践的人士越来越多，这从一个侧面也反映出中国社会经济的发展到了需要现代化物流管理，需要用科学的物流理论和方法指导物流实践活动的时候了。

在本书即将完稿的时候，传来了中国加入 WTO 的喜讯。以此为新的契机，中国将会进一步加快改革开放的步伐，中国经济将全面地融入到世界经济体系当中。对于我们来说，经济全球化带来的是一种机遇，同时，也意味着新的挑战 and 竞争的开始。如何面对世界级别的竞争，如何迎接来自全球各个方面的挑战，是每一个企业、每一个人都需要认真思索的重大课题。

竞争归根结底是能力的竞争、人才的竞争，在物流领域同样如此。编写本书的目的就是要使从事物流事业的各方面人士提高物流理论水平，掌握管理物流活动的方法，并将这些理论和方法运用到物流事业的实践活动中去，为提高企业的物流管理水平，加大企业的物流科学技术含量，全面提升企业的竞争能力，增强企业的经济实力作出贡献。

本书主要以企业物流管理为研究对象，所涉及的内容是从物流管理应该具备的最基本的知识，通过本书的学习，正确把握物流的基本概念和物流管理的基本方法，对物流科学有一个比较全面的认识，并为进一步深入学习物流科学理论打下基础。

物流科学是一门新兴的边缘学科，其本身还处在发展过程之中。作为一门独立学科存在的物流学，在体系上、内容上和研究方法上都有待进一步完善，需要探讨和研究的方面还很多。也正因为它是一门年轻的学科，为我们不断地创新提供了广阔的天地。期待着有越来越多的有志之士，投身于物流科学的研究，为物流科学的发展作出贡献。

本书编写中参考了大量文献资料，借鉴和吸收了国内外众多学者的研究成果，在此，对他们的辛勤工作深表敬意。

本书编写过程中，硕士研究生路红艳在搜集整理资料、稿件校对等方面作了大量工作，在此表示感谢。

本书编写过程中还得到了北京物资学院院长陈宏教授、中国物资出版社各位编辑的大力支持和协助，对此表示诚挚地谢意。

由于本书的写作时间较短，加之笔者水平有限，书中一定存在不少缺点和错误，敬请各位专家和读者批评指正。

翁心刚

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 物流概述	(1)
第二节 物流管理的范围和内容	(20)
第三节 物流与社会经济	(24)
第四节 现代物流理念及其特征	(28)
第二章 物流系统	(33)
第一节 物流系统概述	(33)
第二节 企业物流系统的形成	(39)
第三节 推进物流系统化的方法	(43)
第三章 物流活动及其合理化管理	(50)
第一节 物流活动概述	(50)
第二节 运输	(52)
第三节 包装	(88)
第四节 装卸	(97)
第五节 保管	(104)
第六节 流通加工	(119)
第四章 配送与配送中心	(125)
第一节 配送	(125)
第二节 配送中心	(128)
第三节 配送中心内作业系统化要点	(137)
第四节 共同配送	(148)
第五章 物流服务	(152)

第一节 物流服务概述	(152)
第二节 物流服务质量指标	(159)
第六章 物流信息系统	(165)
第一节 物流信息系统概述	(165)
第二节 物流信息技术	(172)
第三节 电子商务与物流系统	(192)
第七章 库存管理	(197)
第一节 库存概述	(197)
第二节 库存管理的任务及评价指标	(201)
第三节 库存管理的技法	(204)
第八章 供应链物流管理	(217)
第一节 供应链管理概述	(217)
第二节 供应链物流管理	(221)
第九章 物流成本管理	(230)
第一节 物流成本管理的意义	(230)
第二节 物流成本计算	(233)
第三节 物流成本计算的新方法——物流 ABC	(241)
第十章 物流标准化	(248)
第一节 物流标准化概念及物流标准的种类	(248)
第二节 包装标准化	(251)
第十一章 物流管理组织	(258)
第一节 物流管理组织的发展	(258)
第二节 物流管理组织的类型	(259)
第十二章 物流业	(264)
第一节 物流业概述	(264)
第二节 现代物流业的发展对策	(272)
第三节 现代物流企业经营模式	(279)
第四节 物流业经营实例	(283)
第五节 第三方物流	(293)
参考文献	(310)

第一章 绪 论

物流作为国民经济的一个重要领域，在现代商品流通中发挥着极其重要的作用，物流与社会生产和人们的生活密切相关。物流作为一个现代概念，其本质体现的是一种新的思维模式和管理方式。准确地理解物流概念，对于正确把握物流的本质，深入研究物流问题具有重要意义。本章首先介绍物流基本概念和物流管理发展的历史，在此基础上，阐述物流管理的领域和内容，通过分析物流与社会经济之间的关系，说明物流在社会经济生活中的作用，并结合现代物流的特点，对现代物流理念及其特征进行系统概述。

第一节 物 流 概 述

一、物流概念的产生

我们称之为“物流”的活动本身作为物质资料生产和流通活动的有机组成部分，自现代文明开始以来便已经存在了。但是，将物流作为企业经营的基本职能之一，对其实施系统化的科学管理则是 20 世纪 50 年代前后的事情。

目前使用的“物流”一词，是日语“物的流通”（意思是具有物理性质的流通）的简称，英文原词是 Physical Distribution（以下简称 PD，PD 也可直译为实物分配）。我国在 20 世纪 80 年代初，直接从日本引进了“物流”这个词汇。由于日本也使用汉语词汇，“物流”一词也就被直接引用过来。

在日本，开始接触物流概念是 20 世纪 50 年代末的事情。1956 年 10 月，日本生产效率本部（现在的社会经济生产效率本部）派遣流通技术专业考察团访问美国，归国后，发表在《流通技术》杂志上的报告书中，首次提到了“Physical Distribution”概念。对于“Physical Distribution”，当时没

有能够马上找到合适的日语词汇翻译过来，而是直接使用了英语原词。以后相当长的一段时间内，“Physical Distribution”只是用缩写“PD”表示其含义。直到20世纪60年代中期，才被正式翻译成“物的流通（ぶつてきりゅうつう）”。20世纪70年代初，“物的流通”一词又被简称为“物流”。“物流”作为一个新兴词汇不仅是“物的流通”的略语，而且也包含了新的内容。随着词汇的变化，物流管理由过去单纯以运输搬运活动的机械化和省力化为重点，开始向以企业生产活动过程中的物品的合理流动为主要内容转变，企业的物流管理意识初步形成。

理解物流概念，首先要站在生产制造企业和商品流通企业，也就是工商企业或者货主企业的立场上看问题。商品生产和流通产生了对于物流的需求，物流活动也成为工商企业生产流通活动的一部分。由于生产制造企业的物流活动涉及的领域和内容最完整，因此，这里以生产制造企业为主体，详细阐述企业物流管理以及物流概念的演变过程。

“Physical Distribution”这个概念在运用到企业的时候，首先是针对产成品销售领域而言的。这个时候，“PD”也可以理解为“销售物流”、“实物分销”，是与企业销售活动密切相关的概念。由于这个原因，物流往往被看做是企业市场营销的一部分，从学科和专业的角度看，物流涵盖于市场营销之中。

在日本，对于“物的流通（PD）”的一般理解是：物流是商品流通的一个侧面，与其相对应的概念是商流概念，二者共同构成完整的商品流通活动。商流的职能是完成商品所有权从卖方到买方的转移；而物流的职能是完成商品实体从卖方到买方的转移，克服商品在生产和消费之间存在的空间和时间距离，创造空间效用和时间效用。物流的基本功能包括运输、保管、包装、装卸、流通加工、配送以及信息等活动。然而，物流并非上述功能活动的简单叠加，而是以信息为中介构成的有机整体，是一个系统。

早在20世纪初，一些经济学者就注意到了作为流通功能有机构成的物流功能的存在。著名营销专家弗莱德·E·克拉克（Fred E. Clark）在1929年所著的《市场营销原理》一书中将商品的流通功能划分为交换功能、物流功能和辅助功能，较早地意识到了物流功能的存在。但是，将物流作为科学管理、系统化管理的对象则是以后的事情。

1962年美国著名经营学者彼得·德鲁克(Peter Drucker)在《财富》杂志上发表的一篇题为《经济的黑暗大陆》的文章中指出,消费者所支出的商品价格的约50%是与商品流通活动有关的费用,物流是降低成本的最后领域,强调应当重视流通领域的物流管理。当时,企业物流以外领域的活动已经得到明显改善,生产领域的机械化、自动化取得进展,计算机在企业事务处理方面得到应用,销售领域采用了科学的营销方法。随着生产水平的提高和内部管理的加强,生产和销售领域内降低成本的空间越来越小,而在生产和销售领域以外的运输、仓储、配送、库存等物流环节上却存在着很大潜力。随着物流管理思想的灌输,在企业经营决策者层面上,对物流的认识普遍得到提高,开始把寻求成本优势和差别化优势的视角转向物流领域,物流被视为“第三利润的源泉”,对物流各项功能活动的管理由过去的分散管理开始向系统化、集成化方向转变。通过对物流活动的有效组织和控制,实现物流活动的合理化和效率化;在保证物流服务水平的前提下,实现物流总成本最低,成为当时物流管理的重要任务。

由此可见,物流不单纯是伴随着物资流动而发生的各种活动的总称,而是在对这些活动的相互关系作出调整,作为一个有机整体和一个系统来进行管理的必要性得到充分认识的基础上产生的概念。

二、物流的定义

(一) 几种物流定义

物流概念出现之后,对于物流概念有各种各样的解释。其中既反映出对于物流理解的多样性,也反映出物流概念的内涵和外延随着时间的推移也在不断发生着变化。

以下列出的是日本和美国以及我国有关物流组织对物流概念所下的定义:

1. 美国营销协会 20 世纪 50 年代的定义

“物流(Physical Distribution)是对从生产阶段到消费或利用阶段物资的移动及货物处理活动的管理”。

2. 日本通产省物流调查会 20 世纪 60 年代的定义

“物流(Physical Distribution)是制品从生产地到最终消费者的物理性

转移活动。具体是由包装、装卸、运输、保管以及信息等活动组成”。

3. 美国物流管理协会 20 世纪 80 年代的定义

“物流 (Logistics) 是将原材料、半成品及产成品由生产地送达至消费地的所有流通活动。其内容包括用户服务、需求预测、情报信息联系、物料搬运、订单处理、选址、采购、包装、运输、装卸、废弃物处理及仓储管理”。

4. 美国物流管理协会 20 世纪 90 年代的定义

“物流 (Logistics) 是为满足消费者需求而进行的对原材料、半成品、最终产品及相关信息从起始地到消费地的有效流动与存储的计划、实施与控制的过程”。

5. 中国国家标准的定义 (GB/18354—2001)

物流 (Logistics) 是指物品从供应地到接收地的物体流动过程。根据实际需要, 将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。

在理解和分析不同时代的物流定义的时候, 必须注意这样两个问题:

第一, 在 20 世纪 70 年代以前, “物流” 对应的是 “Physical Distribution”, 80 年代以后, “物流” 则对应的是 “Logistics”。这绝不是单纯的词语变换的问题, 而是反映了物流过程以及对物流活动管理方式的变化。

第二, 物流首先是一个与工商企业生产经营活动相关的概念, 是工商企业的基本经营职能之一。从物流服务业的角度看物流, 是将工商企业的物流需求作为其市场开展经营活动的, 满足工商企业的物流服务需求是物流业的使命。因此, 认识物流、研究物流首先要站在工商企业的角度看问题。长期以来存在一种倾向, 一谈到物流似乎就是物流业的事情, 物流业发展了, 物流水平也就上去了。殊不知, 物流业的发展有赖于工商企业物流管理水平的提高和社会化物流需求规模的扩大。物流业的问题并不是物流问题的全部, 企业物流的视角有助于我们全面理解物流的内涵。

(二) 关于物流概念的几点分析

1. 物流与营销的关系

市场营销是企业向市场提供商品环节中各种流通活动, 包括市场调查、制订商品计划、促销、交换、实物分销。

我们现在所说的“物流”一词，最初的英文词汇是 Physical Distribution (PD)，即实物分销，是市场营销的一部分。所以，最早的物流 (PD) 定义是由营销组织提出来的。在这里，物流 (PD) 被看做是营销要素之一，相当于营销组合 4P 中的场所、地点或实物流通渠道 (Place)。

2. 物流与物流管理的关系

由以上定义可以看出，日本的定义侧重于对物流活动要素的描述，而美国的定义重心落在管理上。而中国的定义借鉴了日本的定义方法。物流到底是指某些作业活动，还是指管理行为？

从汉语的角度解释翻译过来的“物流”这个词汇，大多数人首先想到的是实物流动或者物资流动。的确，“物流”如果离开了实物流动也就无所谓“物流”这个概念了。有形物体的流动（包括存储）必须借助于运输工具和保管设施，因而也就离不开运输和保管活动。将物流理解为运输、保管、仓储等一系列作业活动的观点，更多的是从如何实现物资的空间和时间位移的角度解释物流概念。持有这种观察物流的视角的人，大多是属于物流服务业的人士。他们关心的是如何完成物资从甲地到乙地的流动；而为什么要从甲地流动到乙地，则不是物流服务业要考虑的问题，而是货主企业要考虑的问题。因此，从物流业的角度，特别是传统物流业的角度看问题，物流主要是使物资发生空间和时间位移的活动，这些活动是作业活动，尽管作业活动也需要管理。

但是，如果从货主企业，也就是工商企业的角度来看物流的话，如何完成物资的空间位移和时间位移，即如何运输和保管物资固然重要，但更关切的问题是物资运到什么地方、何时运输、在何处保管、库存是多少？能否在客户需要的时候，将合适的商品及时送达到客户手中？如何设置客户服务水准、如何用尽可能低的物流成本满足客户对商品的需求？这些问题，是工商企业特别关心的问题。因此，对于工商企业来说，观察物流的视角集中在如何对客户的需求作出快速反应，如何有效地控制物流成本。这些问题更接近管理问题。

日本在 20 世纪 60 年代，主要是从运输或仓储服务业、社会物流基础设施建设的角度理解物流，侧重于使物资流动起来的活动，因此，当时的物流定义侧重于对使物资流动起来的活动要素的描述。