

ZHONGGUO XIANDAI WULIU DAQUAN

中国现代物流大全

王国华 主编



现代物流管理



中国铁道出版社

ZHONGGUO XIANDAI WULIU DAQUAN

中国现代物流大全

王国华 主编



现代物流管理

中国铁道出版社

2004年·北京

内 容 简 介

《中国现代物流大全》汇集了我国理论界、学术界、产业界及相关管理部门 200 余位专家学者、教授、高级物流管理人员和技术人员参与组织和编写,充分展现了他们在物流理论研究方面的丰硕成果和在物流系统建设和运营与管理中所积累的宝贵经验。

《中国现代物流大全》囊括了现代物流的基本理论、物流管理思想和方法、物流装备与技术、物流系统规划设计、物流行业标准等五个方面的理论与实践经验,是迄今为止涉面最广、内容最为丰富、实践应用性更强的物流参考工具书。本套丛书共五卷。

本卷《现代物流管理》从供应链管理、工业企业物流管理、商业企业物流管理、现代企业生产库存管理、交通运输企业物流管理、第三方物流管理和物流管理信息系统等七个方面全面介绍了现代物流管理的理论、方法与应用实践,充分展示了现代物流作为一种先进的组织方式和管理技术的内涵。

图书在版编目(CIP)数据

现代物流管理/王国华等编. —北京:中国铁道出版社,2004.9
(中国现代物流大全;2)
ISBN 7-113-06032-3

I. 现… II. 王… III. 物流—物资管理 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 093214 号

书 名: 中国现代物流大全
现代物流管理

著作责任者:王国华 陈宏勋 周 云 孙国正 李苏剑 吴耀华 熊安春

出版发行:中国铁道出版社(100054,北京市宣武区右安门西街 8 号)

策划编辑:熊安春 黄 燕

责任编辑:陈若伟 熊安春

封面设计:蔡 涛

印 刷:中国铁道出版社印刷厂

开 本:787×1092 1/16 印张:58.25 字数:1 604 千

版 本:2004 年 10 月第 1 版 2004 年 10 月第 1 次印刷

印 数:1~3 000 册

书 号:ISBN 7-113-06032-3/F·392

定 价:180.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社发行部调换。

编辑部电话:(010)51873094 发行部电话:(010)63545969

<http://tdpress.com> E-mail:ys@tdpress.com

序 言

党的“十六大”提出了全面建设小康社会的奋斗目标,描绘出了中国经济建设的宏伟蓝图。随着加入 WTO 和全球经济一体化进程,中国经济必须融入世界经济并保持稳定快速发展,我们正面临着前所未有的机遇和挑战。

现代物流已成为 21 世纪中国经济发展的新兴重要产业和新的经济增长点,这就需要我们深入进行现代物流理论研究和实践探索,并加速完善全国的社会物流网络体系,创造现代物流发展的宏观环境。

现代物流作为一种先进的组织方式和管理技术,对于优化资源配置、提高国民经济运行质量、保障国家经济和国防安全、降低 GDP 中物流成本的比例、促进企业改造发展、推进中国经济体制和经济增长方式的两个根本转变都具有十分重要的意义。为了改善投资环境,吸引更多的外资,也迫切需要在我国建立起专业化、社会化、现代化的物流服务网络体系,提供高质量的现代物流服务。

现代物流是一项跨行业、跨部门、跨地区、跨边界的系统工程,各级政府正在政策、法规、规划、资金等方面给予关注和支持,为发展现代物流创造良好的外部环境。中国的企业需要增强现代物流意识以参与国内外两个市场竞争,要加强对现代物流的理解认识和实践探索,真正成为现代物流发展的市场主体。制造业海尔管理创新的发展模式、IT 业联想自动化集成化物流系统建设、交通运输业上海国际港务(集团)公司及中国远洋运输集团的现代物流改革创新等,都体现出我国广大工商企业开拓创新,取得了丰硕的成果,为我国物流现代化作出了有益的探索。

中国现代物流具有鲜明的、跨越式发展的中国特色,是在大规模的企业转型、改制、重组和技术创新中形成并发展和丰富的。作为中国当今先进生产力的体

现,以电子商务、连锁经营、物流配送为发展方向的流通领域,以挖掘第三利润源泉和作为企业订单加速器的生产领域,以先进制造技术和信息技术为依托的敏捷物流、JIT、MRP、ERP等制造业物流理论和方法,都与时俱进达到了同步发展与平衡。此外,我国大物流体系和国际物流、区域物流、城市物流的规划建设也取得了很大的发展。

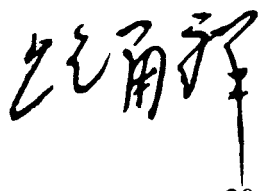
由中国机械工程学会物流工程分会主持,全国二百余位物流专家、学者和工作者编著的《中国现代物流大全》,站在现代物流科技发展的前沿,在现代物流基础理论、现代物流管理、现代物流技术与装备、物流系统等方面,科学全面地研究和概括总结了我国改革开放以来物流理论研究和实践应用成果,对于发展我国现代物流具有很高的学术价值和社会价值,对于现代物流的运营具有很好的实用性和引导性。同时也体现出我国各级政府、经济界、产业界、学术界、物流工作者锐意进取、继承创新的精神和与时俱进的现代物流发展历程。

《中国现代物流大全》的出版,标志着我国现代化物流的理论研究和实践已经发展到一个新的阶段,她的出版必将进一步推动我国现代物流业的发展壮大,引导物流走上良性快速发展之路,加快缩短我国物流与发达国家的差距,促进我国物流的现代化和国际化。

在庆贺《中国现代物流大全》出版之际,写下上述感想为序。

中华人民共和国全国人民代表大会常务委员会副委员长

中国科学院院长



2004年6月

前 言

经济全球化与中国物流发展的诉求

21 世纪是人类社会又一个崭新的、关键性的时期。

永远的繁荣与昌盛有背历史规律。历史上,有多少灿烂的文明各领风骚,然后又都随风而去。人类文明同太阳一样,首先从东方、亚细亚升起,东方文明古国——中国、印度、波斯是人类历史的起点;之后,文明的轨迹就随着日行轨迹,从东方中国,经过印度、中亚转移到古希腊、古罗马,到达西欧,最后在日耳曼世界达到辉煌的顶点,19 世纪下半叶,世界文明重心由西欧再次西移,进入北美。世界出现了以“美元帝国”为代表的“美洲世纪”。20 世纪下半叶,世界文明重心再次西移,由北美洲大西洋进入亚洲太平洋。首先是日本于 20 世纪五六十年代的兴起,牵动了世界文明中心的东移;随后是东亚四小龙——新加坡、韩国、台湾和香港的崛起,再次促使了世界文明中心的东移;自 20 世纪 80 年代以来亚太地区经济的腾飞,中国的改革开放使之即将成为世界加工制造中心、世界金融中心、世界贸易中心和世界物流中心。在这样的人类文明历史发展与轮回中,我国的经济的发展已经引起国际社会高度关注。

随着经济全球化发展和现代科学技术突飞猛进,涌现出一批适应时代发展的新兴产业。物流产业是用高科技集成和整合传统产业而形成的一个发展迅速的新兴产业。理论界、经济界和产业界都逐渐认识到,物流产业正在成为全球经济发展的重要热点和新的经济增长点,物流革命将是 21 世纪全球经济领域变革的基本内容之一,也是衡量一个国家生产力发展水平的重要标志。

中国加入世界贸易组织已经融入全球经济一体化的大潮之中,给中国物流业带来的影响是:横向与纵向交替轮回,本土企业与外来企业融合,业态的发展机会和方向增多,行业的复合竞争加剧。经济增长、进出口贸易增长、外商在华投资的增多,势必会带来更多的物流需求,物流市场规模将进一步扩大。据专家预测,到 2010 年中国的物流市场容量将发展到 11 972 亿元。这些都无疑为尚处起步阶段的中国物流业提供了前所未有的发展机遇和挑战。

入世后的国际竞争中我国将逐步放开公路货运、商品分销、仓库设施等领域,将有更多的外资物流企业进入中国成为中国物流企业强有力的竞争对手。2001 年 4 月美国联合包裹运送服务公司(UPS)获得中国直航权。在中国的业务总量增加了 45%;EXEL、TNT、日通等公司也积极在深圳、广州一带建立办事处或者合资公司;联邦快递、马士基等企业在中国已具备了快速发展的业务基础,快速增长的中国市场被称为“金色的市场”。我们面对的将是名扬世界的跨国公司、誉满全球的服务品牌、雄厚的流动资本、先进的技术和管理方法、全球性的营销网络和信息网络等。

中国第三产业长期发展不足,在 GDP 中所占比比例不足 30%,远低于美国等发达国家 70% 和低收入国家 35% 的平均水平,难以满足国民经济发展的要求。我们的经济起飞时间

晚、工业化起点低,面临着艰难痛苦的体制转型期,使体制关键期、经济发展起飞期和社会现代化临界期三大经济转型奇妙地结合在一起,构成了我国物流发展过程的特殊性、复杂性和综合性,同时,典型的二元经济结构造成了大量二元社会经济现象,如一部分现代化工业同落后的农业并存;经济发达地区同广大不发达地区和贫困地区并存等。我国现代物流产业规模不经济,主体行为不端正,物流业中近几年涌现出许多新企业,有仓储、运输等传统企业转型而来,有些是新成立的公司,看似如火如荼,而规模不经济且缺乏技术进步机制、缺少技术进步的最终战略、技术装备更新缓慢、企业创新能力薄弱将延缓我国物流现代化的进程。

因此,如何体现和落实现代物流作为一种先进的组织方式和管理技术,进而优化资源配置、提高国民经济运行质量、保障国家经济和国防安全、降低 GDP 中物流成本的比例、促进企业改造发展等,都具有十分重要的意义,更是我们学术理论界、经济界、产业界、各级政府和全社会加以关注和研究的课题。

经济全球化为中国物流市场带来了巨大的需求,为物流企业提供了发展的动力,为中国物流现代化体系的构筑创造了条件和提供了现代化的基础和推动力。我国的物流企业将在激烈的国内外市场竞争中加剧优胜劣汰,实现中国现代物流的跨越式发展。

物流价值发现的反观及新经济时代的物流诉求

福特在 1913——物流价值的第一次发现 1908 年,一种性能超群、价格低廉、标准化设计的大众型汽车——福特 T 型车问世,汽车从富人的娱乐工具变成了一般人的交通工具。新汽车的问世立刻就导致了巨大的产需矛盾,这就迫使福特必须改革生产方式以适应巨大的需求。福特从屠宰牲畜的流水线受到了启发,反其道而行之,在 1913 年采用传送带和其他的传送工具,用不停运动的“流水”方式将原来的“装配孤岛”连接起来,形成汽车生产的流水线,在传送带不同部位同时进行全部作业活动的生产方式。所有工人都要按照传送带的节奏,在指定的位置,按指定的要求,按同样的速率去进行指定的工作。这种方法使福特公司的 T 型汽车生产能力大大提高,生产成本大幅度下降,汽车的装配时间减少到原来的 1/10。开创了“传送带式”的新生产方式。它既是自动化和标准化的生产革命,更是体现了物流创新。

福特制的核心——传送带——是技术和管理的非常有机而又巧妙的结合。她是采用传送带方式进行物流系统化的物流革命。福特制改变的并不完全是产品本身的结构、性能,也不主要是机械加工技术和方法,而是生产领域中的物流方式。一条传送带把独立的操作变成了一个系统,减少甚至根除了反复不断出现的搬运、装卸,通过顺畅连贯的物流,把生产变成了顺畅连贯的系统。同时,物流方式的变革又反向推动了管理方式和业务流程的变革。亦即,福特制所取得的重大成果应该说是用物流来再造生产流程的结果。这就是物流系统在一个企业范畴内巨大的价值发现,也是现代企业生产系统对物流成为“第三利润源泉”和构筑核心竞争能力的诉求。

第二次世界大战——Logistics——物流价值的第二次发现 美军应用运筹学、系统优化方法和托盘技术、叉车技术、通讯技术等二次世界大战期间构筑了其强大的军事后勤系统。该系统贯穿了后勤物资的征购、调运、储存和战地补给的全过程中,并将单元组合(集装)的装

卸、高效连贯的搬运、运输、直到按指定军事目标到达目的地为止的全部物流功能有机结合,有效地支撑了战争进程。这就促使人们认识到;物流这种系统的活动能够实现以往由许多活动才能完成的各项功能,认识到了物流系统功能的价值。

福特制物流所体现的价值是在一个封闭的生产系统之中,而托盘、叉车所构成的系统所体现的物流的价值是在一个开放的社会系统之中,是从企业走上社会。这是是对物流认知和实践一次质的飞跃。

现代物流已伴随科技发展而进入知识经济和服务经济社会,从而面对的是社会再生产和流通系统的问题。这样就不可能仅依靠一条有形的传送带,而是需要铺设一条无形的“传送带”。这条无形的传送带可以使社会再生产这个大系统,能像车间之中的传送带一样运行。具体的实践就是现在的“配送方式”、“零库存方式”、“精益物流”、“准时制方式”。这些都是力求用“传送带”的思维来解决社会流通问题。现代物流领域最新的发展——网络供应链,实际上就是一条无形的、虚拟的、全球化的福特制式的传送带。这条“传送带”和福特制的传送带所依托的基础都是标准化和自动化,但两者最大的不同在于,我们处于信息化和网络化的时代。新经济社会对物流具有更深广的诉求。

电子商务催发了物流热——物流价值的第三次发现 电子商务发展遇到3个最大的“瓶颈”是网络和交易安全、货款支付和实物送达,支付和安全问题一般都可以通过运转机制和网络技术逐步加以解决,而惟独物流配送需要网络化的计算机技术和现代化的硬件设备、软件系统及先进的管理手段,按用户的订货要求,进行一系列分类、编配、整理、分工、配货等理货工作,定时、定点、定量地交给没有范围限度的各类用户,满足其对商品的需求。其难度和投入之大形成了制约电子商务运营与发展最大的障碍。由此人们发现,配送及其系统运营竟如此重要,继而引发了全社会关注物流、研究物流和构筑物流。电子商务催发了物流热,而物流配送的信息化、自动化、社会化、智能化、合理化和简单化,使货畅其流,物尽其用,既减少生产企业库存,加速资金周转,提高物流效率,降低物流成本,又刺激了社会需求,有利于整个社会的宏观调控,也提高了整个社会的经济效益,促进市场经济的健康发展。同时物流配送又能提高电子商务的效率与效益、协调电子商务的目标、扩大电子商务的市场范围、实现基于电子商务的供应链集成、集成电子商务中的商流、信息流与资金流、支持电子商务的快速发展、促使电子商务成为21世纪最具竞争力的商务形式。

电子商务与物流配相互影响和促进。解决电子商务配送的最佳模式是配送共同化,优化物流配送网络,充分利用第三方物流、配送服务体系,实现网络经济的规模效益。这也是新经济时代商务模式对物流诉求的充分体现。

新世纪全球市场竞争特点对物流核心能力的诉求

随着经济的发展,影响企业在市场上获取竞争优势的主要因素发生了巨大变化。认清主要竞争因素的影响力,把握企业物流核心竞争能力的构筑,获取最大竞争优势具有非常重要的现实意义。

产品寿命周期越来越短 随着消费者需求的多样化发展,企业的产品开发能力也在不断

提高。目前,国外新产品的研制周期大大缩短。例如,HP公司新打印机的开发时间从过去的4.5年缩短22个月,而且这一趋势还在不断加强(见图1)。与此相应的是产品的生命周期缩短,革新换代速度加快。

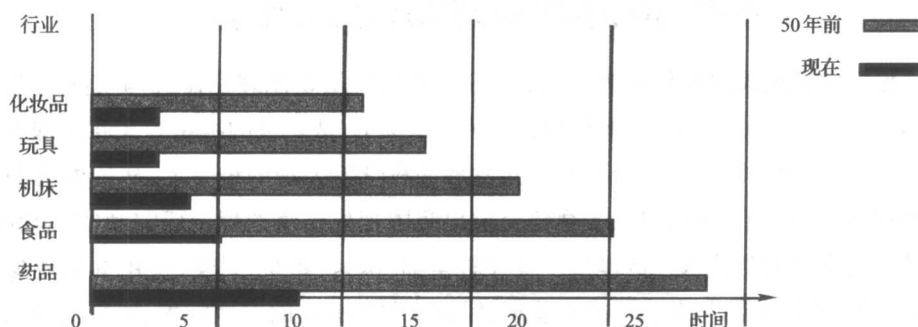


图1 产品生命周期不断缩短

产品品种数与库存飞速膨胀 因消费者需求的多样化越来越突出,厂家为了更好地满足其要求,便不断推出新的品种。这样一来引起了一轮又一轮的产品开发竞争,结果是产品的品种数成倍增长。以日用百货为例,据有关资料统计,从1975年到1991年,品种数已从2 000种左右增加到20 000种左右(见图2)。如超级市场的平均库存,在1985年前后约为13 000 SKU(Stock keep unit),而到1991年时约为20 000SKU,库存占用了大量的资金,严重影响了企业的资金周转速度,进而影响企业的竞争力。

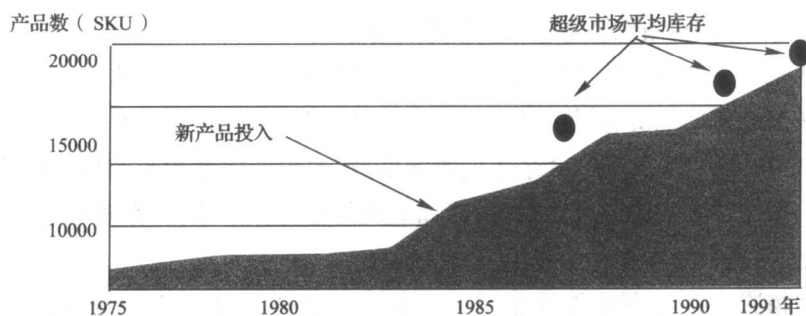


图2 日用品产品品种数增加情况

对时间与反应速度的要求越来越高 随着市场竞争的加剧,经济活动的节奏越来越快。其结果是每个企业都感到用户对时间方面的要求越来越高。这一变化的直接反映就是竞争主要因素的变化。20世纪60年代的企业间竞争的主要因素是成本,到70年代时竞争的主要因素转变为质量,进入80年代以后竞争的主要因素转变为时间。

对产品和物流服务的期望越来越高 进入20世纪90年代的用户对产品质量、服务质量的要求越来越高。现在的企业必须具有根据每一个顾客的特别要求定制产品和低成本快速响应客户需求服务的能力,即所谓的“一对一(one to one)”的定制化服务(Customized service)。

这些变化增加了企业管理的复杂性,企业要想在这种严峻的竞争环境下生存下去,必须

具有强有力的处理环境的变化和由环境引起的不确定性的能力。全球市场竞争的特点都要求物流系统具备更强的系统能力和更快的反应速度,都要求物流领域要不断地技术进步和创新。

现代物流科学发展观理论研究与实践的体现

为了更好地展现我国现代物流发展的轨迹和现状,从物流理论研究与实践运营两个角度、从宏观与微观两个层面上、从国际与国内两个市场上、从先进的组织方式和管理技术的两个内核上、从我国物流可持续发展与跨越式发展的科学发展观的统一上、从国外管理经验和我国发展现状的结合上,并试图从多视角反映出我国现代物流的理论研究和实践状况,为我国物流领域的管理者和技术人员提供一套比较全面、深入、系统、科学、实用的物流参考工具书,为迅速缩短我国物流与发达国家的差距,促进我国物流业的发展壮大,实现我国物流的现代化和国际化而尽其绵薄之力。这是《中国现代物流大全》编写的初衷。

《中国现代物流大全》由中国机械工程学会物流工程分会主持编写,中国铁道出版社出版。

《中国现代物流大全》汇集了我国理论界、学术界、产业界及相关管理部门 200 余位专家学者、教授、高级物流管理人员和技术人员参与组织和编写,充分展现了他们在物流理论研究方面的丰硕成果和在物流系统建设和运营与管理中所积累的宝贵经验。

《中国现代物流大全》囊括了现代物流的基本理论、物流管理思想和方法、物流装备与技术、物流系统规划设计、物流行业标准等 5 个方面的理论与实践经验,是迄今为止涉及面最广、内容最为丰富、实践应用性更强的物流参考工具书。

A 卷《现代物流总论》从现代物流基本概念、发展历程、现代物流基本功能、基础理论、基础应用技术、现代物流的经济、质量、资源与成本等的管理、国际物流与军事物流等方面进行了研究归纳和探讨。并根据我国 20 余年的物流实践,对生产领域物流的技术进步与创新做了归纳和探讨;对我国物流的现代化发展,诸如宏观的物流体系架构、微观物流流程再造、企业物流能力提升等进行了创新性研究。

B 卷《现代物流管理》从供应链管理、工业企业物流管理、商业企业物流管理、现代企业生产库存管理、交通运输企业物流管理、第三方物流管理和物流管理信息系统等七个方面全面介绍了现代物流管理的理论、方法与应用实践,充分展示了现代物流作为一种先进的组织方式和管理技术的内涵。

C 卷《现代物流技术与装备》全面介绍了仓储、运输、搬运、包装与分拣、物流信息和物流基础设施等 6 个领域的现代物流技术与装备的作用、类型、功能原理、技术性能参数、应用范围和发展趋势。资料来源可靠、内容详实、图文兼顾,充分体现了现代物流是先进的和科学的管理方法的内涵。

D 卷《物流系统及典例》根据物流系统工程理论,提供了系统建模、规划设计与仿真等方面的方法与工具;介绍了配送中心和物流园区的定位、选址、规划设计与管理、技术装备应用;总结了面向制造业、商业、交通运输三大领域的现代物流理论与实践;介绍了大量的物流系统

典型案例。充分揭示了现代物流系统思想的内核。力求使读者在向更深的规划设计以及物流系统的实际运营与操作延伸。

E卷《物流标准、法规、专业术语、业界名录》的编写宗旨是为广大的物流工作者提供国内外物流相关的法规、标准、专业术语、主要期刊和图书目录、相关组织信息以及企业名录,以供开展物流工作时借鉴。

《中国现代物流大全》的编写得到了国家政府相关部门的大力支持,也得到了相关物流学术团体、社团组织,如中国工程机械学会、中国物流学会、中国物流与采购联合会、中国仓储协会、中国交通运输协会、香港物流协会等的大力协助与支持,同时也得到了我国众多高等院校和物流企业集团,如北京起重运输机械研究所、北京科技大学、北京交通大学、武汉理工大学、山东大学、解放军后勤指挥学院、中国远洋运输集团总公司、东莞市东迅物流有限公司、昆明船舶设备集团有限公司、林德厦门叉车有限公司、湖州德马物流系统工程股份有限公司、江苏天奇物流系统工程股份有限公司、南京菲尼克斯电气有限公司、南方卫星通信服务有限公司等在提供资料、物流案例、组织协调等方面赋予极大的热情和亲情般的关注。为此,《大全》编委会在此表示衷心 and 诚挚的感谢。

《中国现代物流大全》编写过程中,参考了大量国内外物流专家和学者的著述、论断及相关资料,援引了各行业、众多企业在物流系统构筑、运营、管理和控制等方面的经验、技术进步与创新的案例。编者已将其列举在各卷之后,《大全》编委会在此表示诚挚的感谢,若有疏忽遗漏还恳请给予谅解。

如果《中国现代物流大全》的出版能为我国物流事业的发展贡献微薄之力,如果《中国现代物流大全》能成为各位读者的朋友、能成为您实际工作的工具参考书,将是全体编者最大的意愿和欣慰。

《中国现代物流大全》编委会

2004年6月

本卷前言

现代物流是现代物流管理思想统领下的物流,是社会化的物流,是市场化的物流,是面向现代先进科学和技术的物流,加强物流管理无疑是提高企业效益的最直接的手段之一。

迄今为止,在物流概念的变迁和物流管理模式的变化里程中,形成了许许多多关于物流管理的理论和方法,为物流的发展和繁荣作出了很大的贡献。

整个物的生命周期都伴随着物流活动。这种物流活动首先从原材料的采购开始,进入供应链,再依序进入工业企业生产物流管理,工厂和流通领域库存管理,商业物流管理等环节。在这个物流的大循环中,必须借助于或者主要借助于第三方物流企业,依托现代的交通运输工具来完成产品的物流大循环。而在这整个过程中,又伴随着物流信息和物流管理信息系统的运转,只有强有力的物流管理信息系统才能处理繁复的物流信息,提高企业效率。这个庞大的物流体系就构成了现代物流管理的全部内容。

《中国物流大全》B卷《现代物流管理》从供应链管理、工业企业物流管理、商业企业物流管理、现代企业生产库存管理、交通运输企业物流管理、第三方物流管理和物流管理信息系统等七个方面全面介绍了现代物流管理的理论与方法。其中供应链管理包括:供应链管理基础、供应链的构建与优化、供应链管理环境下的生产计划与控制、供应链管理环境下的库存控制、供应链管理环境下的采购与物流管理、供应链企业效绩评价与激励机制、供应链的组织与运行管理;工业企业物流管理包括:企业物流管理基础、供应物流管理、生产物流管理、销售物流管理、回收与废弃物流管理、物流质量管理;商业企业物流管理包括:商业企业物流基础、商业企业的场点物流管理、商业门店选址、货品管理、卖场货位规划、商业企业分销物流管理、市场分析和客户管理、分销配送管理、商业企业购进管理、商业采购管理、采购进货管理、商业企业经营管理和库存控制、电子商务经营;现代企业生产库存管理包括:订货点库存控制技术(OP)、制造资源计划技术(MRP)、准时化技术(JIT)、分销资源计划技术(DRP)、物流资源计划技术(LRP)、企业资源计划技术(ERP)、精益生产技术(LP)、最优化技术(OPT、ODT);交通企业物流管理包括:交通运输市场概论、交通运输经济与管理决策、交通运输中的物流技术、交通运输企业战略规划与运作模式管理、交通运输企业物流管理;第三方物流管理包括:第三方物流发展战略、第三方物流企业运行、第三方物流客户服务、第三方物流的信息技术、第三方物流企业战略、国内外第三方物流发展情况、我国第三方物流供需状况;物流管理信息系统包括:物流管理信息系统理论基础、物流管理信息系统技术基础、物流管理信息系统分析与设计。

《现代物流管理》内容宽广、信息量大,涉及理论问题和学术问题较多,尤其是我国现代物流理论和实践仍处探索发展阶段,书中难免出现一些未形成社会或业内共识或恐欠妥之处,同时限于编者的认识和水平,书中的不足和错误望读者在使用过程中提出宝贵意见。

编者 2004年6月

目 录

第一篇 供应链管理

第一章 供应链管理基础..... 1	第一节 现行生产计划与控制 and 供应链管理思想的差距..... 73
第一节 供应链管理模式的产生及其基本思想..... 1	第二节 供应链管理环境下的企业生产计划与控制的特点..... 74
第二节 供应链的概念、结构模型及其特征..... 5	第三节 供应链管理环境下的生产计划与控制系统总体模型..... 77
第三节 供应链管理的概念及内容..... 8	第四节 供应链环境下生产系统的协调机制..... 82
第四节 集成化的供应链管理..... 14	第六章 供应链管理环境下的库存控制..... 86
第五节 供应链管理在我国企业中应用的意义与要点..... 19	第一节 供应链管理中的库存..... 86
第六节 供应链管理模式的战略性问题..... 20	第二节 供应商管理库存(VMI)..... 91
第二章 扩展企业与供应链管理..... 25	第三节 联合库存管理与多级库存控制..... 100
第一节 核心竞争力与关键资源分析..... 25	第四节 战略库存控制: workflow 管理..... 109
第二节 供应链管理环境下的企业业务外包..... 28	第七章 供应链管理环境下的采购与物流管理..... 110
第三节 扩展企业与供应链管理..... 31	第一节 概述..... 110
第三章 供应链的构建与优化..... 35	第二节 供应链管理环境下的物流管理..... 114
第一节 几种常见的供应链体系结构模型..... 35	第三节 供应链管理环境下的采购问题..... 121
第二节 供应链运作的框架..... 37	第四节 准时采购策略..... 125
第三节 供应链体系的设计策略..... 39	第五节 供应商管理..... 128
第四节 供应链设计的原则..... 46	第八章 供应链企业绩效评价与激励机制..... 130
第五节 基于产品的供应链设计的步骤..... 47	第一节 供应链绩效评价特点及原则..... 130
第四章 供应链合作伙伴选择与评价..... 48	第二节 供应链绩效评价理论..... 132
第一节 供应链战略合作伙伴关系..... 48	第三节 供应链绩效评价框架体系..... 138
第二节 委托代理机制: 供应链企业间合作的理论基础..... 54	第四节 实施供应链绩效战略..... 151
第三节 供应链合作关系的形成及其制约因素..... 56	第五节 供应链企业激励机制..... 156
第四节 选择合适的供应链合作伙伴..... 57	第九章 供应链的组织与运行管理..... 161
第五节 供应链企业合作的具体合作模式..... 67	第一节 传统企业的组织结构与业务流程特征..... 161
第六节 案例..... 69	第二节 BPR 的基本内涵..... 163
第五章 供应链管理环境下的生产计划与控制..... 72	第三节 供应链管理环境下的企业组织与业务流程..... 165
第一节 供应链管理环境下的生产计划与控制..... 72	第四节 构建供应链管理新模式..... 171
	第五节 伊梅申公司案例..... 172

第二篇 物流管理信息系统

第一章 物流管理信息系统理论基础·····	174	第二章 物流管理信息系统技术基础·····	195
第一节 系统·····	174	第一节 软件与硬件环境·····	196
第二节 信息·····	178	第二节 主要的物流信息技术·····	200
第三节 信息系统·····	180	第三章 物流管理信息系统分析与设计·····	217
第四节 物流管理信息系统·····	182	第一节 代码与数据结构设计·····	217
第五节 数据组织与管理·····	184	第二节 数据流程图设计·····	222
第六节 物流管理信息系统开发方法·····	192	第三节 系统设计·····	225

第三篇 现代企业生产库存管理与控制

第一章 现代生产企业概述·····	232	第三节 看板管理·····	310
第一节 企业的生产·····	232	第四节 JIT 采购·····	312
第二节 企业的流通·····	233	第五节 案例:雪铁龙公司 JIT 拉动式 物流·····	315
第三节 企业物流系统·····	235	第六章 分销资源计划技术(DRP)·····	324
第二章 企业库存认识·····	238	第一节 订货点技术在分销物流中面临的 问题·····	324
第一节 企业库存概述·····	238	第二节 DRP 概述·····	326
第二节 企业生产库存管理概述·····	239	第三节 DRPI 原理·····	327
第三章 订货点库存技术(OP)·····	241	第四节 DRP II 的原理和应用·····	331
第一节 独立需求与相关需求·····	241	第五节 DRP 应用·····	335
第二节 企业库存基本模型·····	244	第六节 DRP 与 MRP 的联系和区别·····	339
第三节 库存过程和库存费用·····	246	第七章 物流资源计划技术(LRP)·····	340
第四节 订货点库存控制的原理·····	248	第一节 LRP 产生的背景·····	340
第五节 库存品种管理·····	251	第二节 LRP 的原理·····	341
第六节 定量订货系统·····	254	第三节 LRP 的应用·····	344
第七节 定期订货系统·····	266	第八章 企业资源计划(ERP)·····	345
第八节 其他库存控制系统·····	272	第一节 ERP 的概念及发展历程·····	346
第四章 物料需求计划技术(MRP)·····	278	第二节 ERP 系统的原理·····	347
第一节 相关需求库存系统库存控制 的原理·····	278	第三节 ERP 在我国的应用·····	348
第二节 MRP 技术的产生发展过程·····	280	第四节 案例:ERP 为一汽一大众 增效益·····	350
第三节 物料需求计划(MRP)·····	284	第九章 精细生产技术(LP)·····	352
第四节 闭环 MRP·····	294	第一节 精细生产的提出·····	352
第五节 制造资源计划(MRP II)·····	301	第二节 精细生产的思想原理·····	353
第六节 MRP III·····	303	第三节 精细生产的主要内容·····	355
第五章 准时化技术(JIT)·····	303	第四节 精细生产的意义和实践·····	356
第一节 JIT 概述·····	303		
第二节 JIT 生产的实施·····	305		

第十章 快速响应技术(QR)	357	第四节 案例	361
第一节 QR 产生的背景	357	第十一章 生产优化技术(OPT)	362
第二节 QR 原理	358	第一节 最优生产技术(OPT)	362
第三节 QR 的应用	358	第二节 最优分销技术(ODT)	366
第四篇 工业企业物流管理			
第一章 企业物流及其合理化	371	第一节 生产物流概述	458
第一节 企业物流的结构与功能	371	第二节 生产物流计划原理和方法	459
第二节 企业物流系统的外部环境	372	第三节 生产物流控制原理与方法	464
第三节 企业物流系统的特点	372	第七章 生产物流管理——生产物流平衡	467
第四节 我国企业物流存在的主要问题	373	第一节 生产物流平衡基础准备	467
第五节 企业物流合理化	374	第二节 生产物流平衡模型与方法	470
第二章 供应物流管理——概论	377	第八章 销售物流管理——销售物流概述	473
第一节 供应物流综述	377	第一节 销售物流的概念	473
第二节 供应物流的合理化	379	第二节 销售物流对整个物流系统的	
第三节 供应物流发展	380	影响	474
第四节 供应物流库存新理念——零库存	383	第三节 销售物流合理化	476
第五节 供应物流典型案例	385	第四节 销售物流合理化的形式	478
第三章 供应物流管理——采购管理	387	第九章 销售物流管理——销售预测	480
第一节 采购的概述	387	第一节 销售预测概述	480
第二节 采购流程	391	第二节 预测程序	484
第三节 采购成本与评价	411	第三节 定性预测法	485
第四节 重要采购政策	420	第四节 定量预测法	487
第五节 采购管理转型:由传统到供应链	423	第五节 预测精度及其对销售计划的	
第六节 采购物流案例	426	影响	494
第四章 供应物流管理——供应商管理	428	第十章 销售物流管理——订单处理	494
第一节 供应商管理	428	第一节 订单处理的模式和报价	494
第二节 供应商关系	432	第二节 订单的内部管理与协调	495
第三节 早期供应商参与	437	第十一章 销售物流管理——销售计划	497
第四节 供应商管理案例	440	第一节 销售计划的影响因素	497
第五章 供应物流管理——物资消耗与储备		第二节 销售计划的内容	500
管理	442	第三节 销售计划的制定程序	502
第一节 物资消耗定额管理	442	第十二章 销售物流管理——销售渠道与	
第二节 物资储备管理	449	客户管理	503
第三节 价值分析原理及在物资供应管理		第一节 销售渠道管理	503
中的作用	455	第二节 客户管理	505
第四节 物资消耗和储备管理案例	456	第三节 客户投诉处理	509
第六章 生产物流管理——生产物流计划与		第四节 售后服务	510
控制	458	第十三章 回收与废弃物流管理	512

第一节	回收与废弃物流概述·····	512	第二节	储存保管费用的构成和管理·····	564
第二节	拆卸设计·····	514	第三节	装卸搬运费用的构成和管理·····	565
第三节	回收设计·····	530	第四节	包装费用的构成和管理·····	566
第四节	废钢铁资源回收利用·····	539	第五节	流通加工费用的构成和管理·····	567
第十四章	物流成本管理——概论 ·····	545	第六节	降低配送成本的策略·····	568
第一节	物流成本·····	545	第七节	不同经济主体的物流成本 控制·····	569
第二节	物流成本的计算与分析·····	547	第十六章	物流质量管理 ·····	572
第三节	物流成本的控制·····	549	第一节	质量认证的形式与内容·····	572
第四节	物流成本的管理方法·····	552	第二节	物流全面质量管理·····	575
第十五章	物流成本管理——物流成本管理 详述 ·····	561	第三节	质量控制理论与方法·····	581
第一节	运输费用的计算和管理·····	561	第四节	物流质量管理·····	584

第五篇 商业企业物流管理

第一章	商业企业物流概论 ·····	590	大众·····	653	
第一节	商业企业概述·····	590	第六章	卖场货位规划 ·····	653
第二节	商业企业物流系统模型·····	594	第一节	卖场货位规划概述·····	653
第三节	商业企业物流管理·····	595	第二节	代选式卖场的货位规划·····	654
第二章	商业门店选址 ·····	596	第三节	自选式卖场的配置规划·····	656
第一节	商业企业选址概述·····	597	第七章	市场分析和客户管理 ·····	663
第二节	门店选址·····	598	第一节	客户和客户管理·····	663
第三节	门店选址的具体分析·····	600	第二节	客户市场分析·····	666
第三章	配送中心选址 ·····	607	第三节	客户服务·····	670
第一节	配送中心选址概述·····	607	第四节	物流服务·····	672
第二节	一元网点布局·····	610	第八章	分销配送管理 ·····	675
第三节	多元网点布局·····	616	第一节	配送概述·····	676
第四节	几种特殊的物流网点布局方法·····	619	第二节	配送流程及配送形式·····	678
第五节	分销网络布局·····	623	第三节	分销配送合理化·····	683
第四章	货品管理 ·····	625	第四节	美国连锁店配送中心·····	687
第一节	商品编码概述·····	626	第九章	商业采购管理 ·····	688
第二节	条码·····	627	第一节	采购管理概述·····	689
第五章	商业仓储管理与库存控制 ·····	633	第二节	采购策略方法简介·····	691
第一节	储备与仓库·····	633	第三节	供应商选择和管理·····	705
第二节	仓储规划与设计·····	635	第四节	采购监督与控制·····	707
第三节	仓储管理作业流程·····	641	第十章	采购进货管理 ·····	711
第四节	储存合理化管理·····	643	第一节	采购进货概述·····	711
第五节	仓储工作经济技术指标·····	647	第二节	采购进货控制·····	714
第六节	库存控制与商业经营管理·····	648	第十一章	电子商务经营 ·····	715
第七节	案例:哈里—戴维森公司走向 大众·····	653	第一节	电子商务概述·····	715

第二节 网上商店·····	718	第四节 电子商务环境下的物流管理·····	723
第三节 连锁超市企业电子商务运用·····	722		

第六篇 交通运输企业物流管理

第一章 交通运输市场概论·····	727	第三节 集装单元技术·····	785
第一节 交通运输市场的特点·····	727	第四章 交通运输企业战略规划与运作 模式管理·····	791
第二节 交通运输市场体系·····	730	第一节 交通运输企业战略规划·····	791
第三节 交通运输市场运行机制·····	735	第二节 交通运输企业业务模式·····	793
第四节 交通运输市场的宏观调控·····	740	第三节 交通运输企业的企业模式·····	794
第二章 交通运输经济与管理决策·····	747	第四节 交通运输企业的企业组织模式·····	798
第一节 交通运输经济学概论·····	747	第五节 交通运输企业电子商务模式·····	800
第二节 交通运输投资管理·····	748	第五章 交通运输企业物流管理·····	803
第三节 交通运输价格与成本学·····	761	第一节 运输合理化·····	803
第四节 交通运输一般经济预测·····	776	第二节 运输企业物流业务管理·····	804
第三章 交通运输物流技术·····	778	第三节 运输物流保险·····	805
第一节 配送运输·····	778		
第二节 零担货物运输·····	781		

第七篇 第三方物流

第一章 第三方物流概述·····	809	第四节 物流中客户服务表现的量度·····	867
第一节 第三方物流的概念·····	809	第五节 以客户为中心开发物流战略·····	867
第二节 第三方物流的经济学意义·····	812	第五章 第三方物流中的信息技术·····	871
第三节 第三方物流如何创造价值·····	815	第一节 第三方物流信息系统概述·····	871
第四节 我国第三方物流产生的背景·····	818	第二节 第三方物流信息系统的功能 与特征·····	875
第五节 我国第三方物流业发展面临的 问题与机遇·····	820	第三节 第三方物流信息技术应用·····	877
第二章 第三方物流发展战略·····	823	第六章 第三方物流的企业战略·····	880
第一节 我国发展第三方物流的切入点·····	823	第一节 企业如何拓展第三方物流·····	880
第二节 第三方物流发展模式·····	824	第二节 企业供应链管理和第三方物流 外包服务·····	884
第三节 我国第三方物流产业发展分析·····	825	第三节 运输业与第三方物流·····	885
第三章 第三方物流企业运作·····	827	第四节 流通业与第三方物流·····	886
第一节 第三方物流项目招投标运作·····	827	第五节 航运快递业与第三方物流·····	887
第二节 第三方物流的项目合同·····	834	第六节 港口企业与第三方物流·····	888
第三节 第三方物流项目实施与监控·····	855	第七节 货代业与第三方物流·····	889
第四章 第三方物流客户服务·····	861	第八节 邮政运输业与第三方物流·····	891
第一节 物流表现与客户满意·····	861	第九节 金融业与第三方物流·····	891
第二节 客户服务·····	864	第七章 国外的第三方物流发展情况·····	894
第三节 物流中客户服务的因素·····	866		