

丛书主编：张洪定

高职高专多媒体系列教材

GAOZHIGAOZHUANDUOMEITIXILIEJIAOCAI

物流企业管理

WULIUQIYEGUANLIWULIUQIYEGUANLIWULIUQIYEGUANLIWULIUQIYEGUANLI

贺兰芳 编著
李瑞英 制作

开 大 学 出 版 社
开大学电子音像出版社

高职高专多媒体系列教材

物流企业管理

贺兰芳 编著

李瑞英 制作

南开大学出版社
南开大学电子音像出版社

天津

名 称: 《物流企业管理》
标准书号: ISBN 7—900667—12—1 / F·12
出版发行: 南开大学出版社
南开大学电子音像出版社
地 址: 天津市南开区卫津路94号 邮编: 300071
营销部电话: (022) 23508339 23500755 23508542 (传真)
邮购部电话: (022) 23502200
技术支持: (022) 23504636 83310422
网 址: www.adultedu.tj.cn
出 版 人: 肖占鹏 总体策划: 张蓓
光 盘 责编: 尹建国 图书责编: 李正明
封 面 制作: 大勇
图 书 承印: 天津市蓟县宏图印务有限公司印刷
光 盘 刻制: 天津民族文化光盘有限责任公司
经 销: 全国各地新华书店、软件连锁店
版 次: 2005 年 1 月第 1 版
印 次: 2006 年 3 月第 2 次印制
开 本 规格: 787×1092 1/16
印 张: 12.5
字 数: 304 千
定 价: 23.00 元

版权所有

翻印必究

序

情钟职成教育 躬耕教学改革

计算机网络正在引发教育史上的革命，其速度之快、影响之大、范围之广，大家有目共睹。而与网络紧密联系的现代教育技术，以无限的容量、广阔的覆盖面、灵活交互的特色，迅速渗透到职成教育诸多领域。课件技术的支持、互联网平台的建立、多媒体的综合运用都为职成教育创造了全新的发展条件。天津市教育委员会在快速启动教学改革，全面提升职成教育水平，构建终身教育的“知识网络”中，做出了创新的实践。

在计算机多媒体课程的建设和教育改革的实践中，天津职成高校的教师们立足于应用现代教育技术，改造原有的教学模式，开拓了新的教育手段，使多媒体教学这一新模式，在教学改革的实践中迅速普及并受到广泛欢迎。南开大学出版社出版的《高职高专多媒体系列教材》，以其严谨的学风、科学的体系、先进的技术、崭新的形式，成为培养经济建设中复合应用型人才的代表性教材。对研究职成教育改革的探索者来说，其欣慰之情是毋庸赘述的。在促进经济发展、社会进步的历程中，再一次留下了职成教育工作者的探索足迹。相信这套教材的出版，将进一步推进职成高等教育的课程体系改革，同时对构建高标准职教体系具有积极的借鉴意义。谨向老师们致谢。

龙德毅

高职高专多媒体系列教材

编委会主任 龙德毅

编委会副主任 叶 庆

主 编 张洪定

编委（以姓氏笔画为序）

王 宇	王发田	王丽雅	王晓明	王繁臻	边 玲
刘志刚	安瑞威	闫常钰	宋新力	张 蓓	张洪定
张庆生	李 刚	李全奎	杨学俊	杨聪柱	肖金庚
陈相文	岳腾伦	贺兰芳	贾晓华	黄金彪	蒋克己
韩 铃	靳 莹	魏秀双	解书明		

工作人员（以姓氏笔画为序）

田金玲	任 鹏	刘 怡	刘 岚	朱海彤	何 明
张爱民	张媛媛	和建明	赵秀荣	梁欣怡	教 琳

前 言

21 世纪, 物流问题是世界经济发展的主要矛盾之一。20 世纪 80 年代全球商品市场进入饱和或超饱和状态, 人们从实践中发现, 只有解决好物流问题, 才能顺利扩大再生产, 推动经济持续向前发展。物流作为“第三利润”的源泉, 其重要性日益被人们所认识, 它为社会提供了巨大的经济效益和社会效益。

物流企业是独立于生产领域之外专门从事与商品流通有关的各种经济活动的企业。物流企业管理学是我国物流企业在从事物流活动的管理实践中建立和发展起来的一门新兴学科。本书以市场经济条件下的物流过程为特定研究领域, 以现代物流企业管理思想和原理为主要理论框架, 阐述了物流企业管理的基本知识、基本内容与基本方法, 并通过案例分析努力使学生正确把握物流企业管理的基本概念和基本方法, 对物流系统有一个比较全面的认识, 并力争达到理论联系实际、提高学生分析问题和解决问题能力的目的。

由于物流企业管理是一门新兴学科, 国内外对其理论、方法、技术等方面还都在探索中, 它具有跨学科、知识含量高、涉及知识面广等特点, 所以, 国内外学者对该学科的体系、主要内容和组织结构看法不尽相同, 甚至存在一定的差异。因此, 本书也有待于进一步完善。

本书在编写的过程中参考了大量的文献资料, 借鉴和吸收了国内外众多学者的研究成果; 在编辑出版的过程中, 又得到了各方面的鼎力支持, 在此表示衷心的感谢。由于本书的编写时间较短, 加之笔者水平有限, 书中难免有不妥之处, 敬请各位专家和读者批评指正。

编者

作者简介

贺兰芳，副教授。曾讲授《企业管理原理》、《经营管理》、《网络营销》等课程。先后在国家和省市级刊物上发表了多篇论文，参加编写的《网络营销》教材已由南开大学出版社出版发行。

李瑞英，高级实验师。担任《网页制作》及《办公自动化》课程的教学工作，先后在《成人高等学校联合学报》发表了《办公自动化系统与网络信息安全》、《办公自动化实践课内容设置及发展方向》及《现代办公设备实验教学的方方面面》等论文。

目 录

第一章 物流与物流企业概论	1
第一节 物流与时代经济	1
第二节 国内外物流的发展	3
第三节 物流基本知识	12
思考题	17
案例分析	17
第二章 物流企业管理基础	20
第一节 物流企业与物流行业的构成	20
第二节 物流企业管理及其职能	22
第三节 物流企业的组织结构	25
思考题	31
案例分析	32
第三章 物流企业市场研究	35
第一节 物流企业市场环境分析	35
第二节 市场调查	39
第三节 物流市场需求预测	42
第四节 物流企业战略选择	49
思考题	52
案例分析	53
第四章 物流成本	57
第一节 物流成本概论	57
第二节 物流成本的构成及其分类	60
第三节 降低物流成本的途径	63
思考题	65
案例分析	66

第五章 物流成本的计算与控制	70
第一节 物流成本的计算.....	70
第二节 物流成本的控制.....	75
第三节 物流成本效益分析.....	82
思考题.....	87
案例分析.....	88
第六章 物流信息与物流信息技术	92
第一节 信息与物流信息.....	92
第二节 物流信息系统.....	96
第三节 信息技术在物流中的应用.....	101
思考题.....	110
案例分析.....	111
第七章 物流企业信息管理	112
第一节 管理信息系统.....	112
第二节 物流管理信息系统的开发.....	116
第三节 CAIS 与中国物流行业.....	122
思考题.....	126
案例分析.....	126
第八章 企业形象与企业文化	129
第一节 企业形象与企业文化.....	129
第二节 企业文化的内容、特点及功能.....	133
第三节 企业文化的建设.....	137
思考题.....	138
阅读资料.....	139
第九章 现代物流企业质量管理	143
第一节 质量标准基本术语与物流质量管理.....	143
第二节 物流质量国际认证技术和系列标准.....	146
第三节 物流质量管理常用的方法.....	151
思考题.....	158
案例分析.....	158

第十章 物流企业人力资源的开发与管理	160
第一节 人力资源管理概论.....	160
第二节 现代物流企业员工的招聘与培训.....	165
第三节 物流企业员工的绩效评估.....	171
第四节 企业员工的激励.....	175
思考题.....	180
案例分析.....	180
 习 题	 182

第一章 物流与物流企业概论

学习目的

通过学习了解物流与时代经济发展的关系，掌握物流的基本概念，了解国内外物流发展的现状及趋势，为今后的学习打下基础。

第一节 物流与时代经济

世界上，任何事物都不是孤立存在的，物流也与时代经济的发展和周围环境的变化有着密切的联系。随着现代科学技术的迅猛发展和全球经济一体化趋势的加强，现代物流作为一种先进的产业组织模式和经济管理活动，被广泛认为是企业在降低物流消耗、提高劳动生产率之后的“第三利润源泉”，并在国民经济和社会发展中发挥着重要作用。

一、世界经济进入了新的发展时期

20 世纪 90 年代以后，世界出现的新格局、新形势为各国的经济发展创造了良好的条件和环境，促进了经济全球化，世界经济的发展主要呈现出以下新的态势。

（一）生产发展水平明显提高，高效率大批量的生产、跨国生产的结果使一般的家电产品、机电产品等市场饱和，产品竞争力下降。高科技产品、高附加值产品的新功能、新款式产品销路看好。

（二）第一产业和第二产业的比重下降，第三产业比重上升；产品生产和制造业比重下降，运输业、金融业、保险业、旅游业、餐饮娱乐业等服务业比重上升。

（三）跨国经济大发展，全球资本大流动，生产、采购、流通、销售国际化，打破了区域界限的国际限制。

（四）由于生产力大发展，商品数量和品种极大丰富，发展生产、扩大数量已不再是经济社会需要解决的主要矛盾，通过扩大产量解决经济问题，已被流通矛盾所取代。经济社会的矛盾焦点是让产品以最快的速度、最短的距离和最低的费用进入消费领域，通过物流现代化使社会资本最优化，社会商品价值最大化。

在传统经济时代，企业把重点放在设备更新、扩大产品数量和降低成本上，而在新经济时代企业则改变了传统的做法，重视物流，充分运用信息手段，避免了浪费，节约了费用，加强了服务，真正实现了效率和效益的最大化。

二、经济全球化带动了国际物流业的发展

经济的全球化,打破了政治壁垒的经济地域,贸易自由化冲破了国际性制约,跨国集团和大型企业在国际经济战略中得到有效的实施。欧美等发达国家纷纷把劳动密集型、高污染、高公害的产业转移到国外,贸易对象国的生产、物流、销售、金融等行业紧密融为一体。在外国生产零部件,在外国收购原材料,在外国组装和建设配送中心,使国际运输网络的发展日益成熟,国际物流业随之迅速发展起来。

同时,经济强国在本国商品市场超饱和、经济长期低迷的情况下,扩大在国外投资,采取独资、合资和合作等方式,向贸易对象国进行经济渗透、挤占市场,成为一种新的经济发展战略。跨国企业投入了大量的资金,全球性投资建厂,把先进的设备、技术和管理模式带给了贸易对象国,同时也把物流技术和管理经验在贸易对象国中推广。于是,经济全球化促进了先进物流技术的传播,带动了国际物流业的发展。

三、信息技术使物流业的发展实现了新飞跃

物流现代化的技术要素范围很广,如 EDI(电子数据交换)、RF(射频技术)、GIS(地理信息系统)、GPS(全球卫星定位系统)、ITS(智能交换系统)等,信息技术的重要性随着物流业的发展将会愈发突出。机械化、自动化作业,立体自动化仓库,多功能配送中心,机械人搬运装卸,托盘联营,单元化堆码,自动分拣机械,条形码识别,电子扫描,自动化包装作业等物流技术,都是物流现代化不可缺少的组成部分。

20 世纪 90 年代,以计算机为核心的信息科技更是以惊人的速度进步。互联网技术为电子商务和物流信息网络搭建了发展平台,高科技改变了商流形式,消除了供求局限,缩小了时空距离,而交货速度的加快,送货上门,提高服务质量等物流活动尽管也日新月异地进步,但仍然赶不上信息技术进步的步伐。种种现实充分显示出现代信息科技的巨大威力及给人类社会生活带来的翻天覆地的变化。

四、时代发展对物流提出了更高要求

根据经济学家的分析,人类社会进入 20 世纪 50 年代以后,科技进步和人类文明基本上每十年跃上一个新的台阶。目前,在欧美经济发达的国家,人们的生活大都步入了娱乐、旅游、健身、礼仪阶段。时代的发展,人类文明的进步,对产品质量、款式和功能提出了新的要求,因此,对物流也提出了更高标准。

以生产电视机为例,在电视机供不应求的年代,人们对电视机的挑选基本上只局限于价格、质量等方面。可是当电视机的产量大增,市场供大于求时,人们购买电视机时不仅看价格、质量,还要在款式、颜色、大小、重量等其他方面有所注重和选择,人们将更强调生产国、品牌、性能、安全性、独特性等因素。在顾客的多样化的要求下,电视机制造企业不得不改造生产线,不得不多品种备料、多品种库存。另外,在新时代、新技术的现实社会经济环境中,企业之间竞争十分激烈,电视机销售企业为了节约流动资金,减少库存积压,迫使生产企业按照自己的时间、数量、款式要求和地点要求供货,直接将电视机送货上门。实际上,这种高标准的要求是时代发展的客观反映,也就是说,时代发展对物流提出了更高的标准和要求。

五、在新经济环境中,物流是主要矛盾之一

随着社会的发展和经济的进步,在世界市场上全面地出现了供大于求的局面,由卖方市场转变为买方市场,从短缺经济发展为过剩经济,销售取代生产变为经济的主要矛盾。那么,如何科学有效地解决这些问题呢?

(一)在新的经济环境中,由于生产过剩,无序竞争,使全世界的产品均处于过剩和积压状态。现在,我们所要解决的,是如何更好地保持供求平衡问题,减少因产品积压所造成的资源和能源的浪费。

(二)随着社会的发展,人民生活水平的提高,消费者的需求呈多样化、个性化发展的趋势。在科学技术飞速发展的今天,在商品的制造方面满足这种要求,困难不在于流通,难就难在物流方面。因为商流问题随着电子商务的发展最终会解决好批发、零售问题,而货物配送,不是能在计算机键盘上操作就能解决的,它需要及时把货物送到用户的手中,需要发达的交通系统、健全的运输配送体系和先进的物流管理手段。

(三)环保成为人们越来越重视的问题。随着社会的发展,人们的环保意识越来越强,环保问题也成为社会经济发展的一个重要的考核指标。我们既要满足人们越来越丰富的物质生活需要,又要保持一个无空气污染、无噪音公害的生活环境,因此就必须有一个现代化的物流配送体系。

在 21 世纪,物流已成为推动世界经济发展的主要热点之一,努力解决好物流问题,加强物流企业管理,已成为各国政府的共识,重视物流、搞好物流已成为全世界经济中不可忽视的一个重要组成部分。

第二节 国内外物流的发展

一、全球物流市场的规模和结构

(一) 总量规模和结构

1. 美国密歇根州立大学的 Donald J. Bowersox 博士和 Roger Calantone 博士于 1998 年首次发表了关于全球物流市场规模、结构和趋势的研究报告。报告指出,保守地测算,1996 年全球物流支出为 34 300 亿美元。其中,占全球 GDP29% 的北美三国的物流支出约为 9 150 亿美元;占全球 GDP27% 的欧盟 15 国的物流支出为 9 410 亿美元;亚太地区的物流支出为 6 520 亿美元,其他国家则为 9 160 亿美元。

从各国物流支出占当年名义 GDP 的比重来看,美国的物流运作效率最高,仅为 10.5%,其次是英国,为 10.63%,再次是法国,为 11.14%。

从地区物流的发展水平来看,北美地区的物流支出平均为当年 GDP 的 10.77%,欧盟 15 国平均为 11.79%,亚太地区国家平均为 11.64%,其余各国平均为 12.94%。

研究表明,从 1992 年到 1996 年,全球物流支出占 GDP 的比重下降了 3.6%,这说明全球的物流运作效率提高了。但实际的发展并不平衡。北美和欧洲是降低的,亚洲和其他欠发达国家则基本上保持着 1992 年的水平。

目前,仍有若干咨询顾问公司或研究机构在从事全球物流市场或物流细分市场的测算研究。

事实上,不同研究机构给出的市场测算数据可能差别很大,这主要是物流理念和调统测算方法的差别造成的。由于物流理念本身在不断地丰富内涵和扩大外延,使得准确地统计测算全球物流市场的规模和结构变得更加困难。

(二) 第三方物流(Third-party Logistics, 3PL)的规模和结构

1. 据 Mercer 公司的分析测算,1996 年全球 3PL 市场份额为 1 340 亿美元,占当年全球物流总支出的 3.9%;1998 年为 1 740 亿美元,占当年全球物流总支出的 5%;2000 年全球 3PL 的市场份额为 2 070 亿美元,占当年全球物流总支出的 5.5%,年增长率为 13%。虽然 3PL 市场的总量还非常低,但其年均增长率是物流市场总增长率(4%)的 3 倍多。

2. 3PL 市场最发达的是欧洲。企业不仅将仓库和运输活动外包,而且还外包信息技术服务、订单处理、物料管理、会计结算、管理咨询和反向物流运作等。据 Datamonitor 公司测算:1999 年,欧洲 3PL 的市场价值为 422 亿美元,占全部物流成本支出的比重为 27.4%。预计到 2005 年的比重将达 30.6%,为 650 亿美元,年均增长率为 6.5%。

3. 在 3PL 市场中,与仓库的功能从存货中心转向分拨中心再转向增值服务中心的过程相适应,以增值仓储或分拨服务为主业的第三方物流市场的增长最为显著。制造商正在把越来越多的简单装配、产品配套、包装贴标等工作转移到第三方仓库实施。

二、国外物流

(一) 美国物流

美国物流业较为发达,凭借其雄厚的资金实力和科学优势,在仓储机械化、自动化建设和运输、包装等方面都获得了惊人进步。

早在第二次世界大战期间,美国军队为了卓有成效地调动军队物资,运用运筹学的理论方法,统筹安排人力运力,解决了一系列物资供应中出现的矛盾和问题,圆满完成了物资的调动和支援任务,被概括为“后勤供应”。战后,这种组织管理手段被应用于企业的生产管理,开拓了企业生产的崭新局面,取得了很好的经济效益。这实际上是美国物流业的初创阶段,也是世界范围内最初萌生的“物流”现象。

1. 美国物流的发展历程

美国是当今世界上现代物流最发达、最先进的国家之一,从美国现代物流研究与实践的发展史看,美国现代物流的发展经历了上百年的演变,大致可分为以下四个阶段:物流观念的萌发与产生阶段(20 世纪初至 40 年代);物流管理的实践与推广阶段(50 年代至 70 年代末);物流管理逐步走向现代化阶段(70 年代末至 80 年代中期)和物流国际化、信息化迅速发展阶段(80 年代中期至今)。虽然有些方面还需进一步完善,但现代物流在美国已经得到了巨大的发展。

2. 美国物流的特点

美国比较重视物流理论和消费者的研究,具有超前性和创新性的特点。

(1) 建立、健全了比较完备的物流法规体系

美国政府推行的是“自由购销”管理政策,鼓励企业在市场中公开竞争,政府对市场管

理的方式不是采用行政命令,而是利用有关法律法规来规范市场竞争的行为。美国商业经济经过长期的充分发展,已经形成了一套比较完善的市场公开竞争、共同遵守的法律法规体系。

目前在美国,物流服务提供者要依据其服务内容的不同,在不同的营运范围内分别遵守有关的法律条款。另外,美国税收种类繁多,经营企业必须通过计算机计算、储存每一项商品的价格和税金,照章纳税,政府派员定期检查。同时,在自由竞争的环境下,也迫使企业必须按照社会需要生产,组织货源,销售物资,以优质服务取胜。弄虚作假,欺骗顾客,偷税漏税等行为是不能在激烈的市场竞争中生存下去的。

所以,美国物流业的发展是与政府在物流相关法规建设上的不断完善分不开的,完善的物流法规为物流的发展起到了保驾护航的作用。

(2) 形成了多渠道、多形式的物流结构

美国政府推行的是自由经济政策,商品购销活动完全放开,企业在激烈的市场竞争中,为了自身的生存和发展必须寻求最有利的流通渠道,采用最有利的经营形式;客观上,美国地域广阔,商品经济高度发达,物流业务量可观而且异常频繁,这些因素决定了美国多渠道、多形式的物流结构特征。美国物流活动中占主导地位的主要有以下五种形式的物流企业:

一是以仓储企业为中心的物流配送系统。

美国仓储企业在物流中十分活跃,常常成为生产—流通、流通—消费的枢纽,物流配送系统的中心。在整个物流过程中,以仓储业为中心的物流配送系统是使物流合理化,降低物流社会总成本,提高经济效益和服务水平的产物,对物流过程的优化起着重要作用。对于生产企业来说,自建仓库不仅需要大量的投资,还要配备一批专业储运人员,这不利于集中精力提高产品竞争力和创造利润,因此,自愿让利于储运商。这也是现代化生产专业分工日益细化的客观要求。

二是仓储和经营一体化的物流配送企业。

这一类物流配送企业担负接受、储存、运输各类工业物资,负担着市场信息的传递和分析预测,负担着商品采购、销售,它既是配送中心,又是销售中心。其优势在于通过众多的销售网点,及时跟踪市场信息,优质廉价地做好储运与销售服务。其经营方式为:仓库把经营目录印发至分布于全国的零售店,零售店根据用户订货和销售预测向仓库订货,仓库组织大批订货、小批量配送给零售店进行销售。

三是生产企业自设销售网络。

美国一些大型企业不仅拥有庞大的生产系统,而且拥有遍布全国乃至世界各地的销售网络系统。这些销售机构既是从属于本企业的销售网点,又是独立经营的中间商。

四是物资批发销售企业。

物资批发企业具有很大的灵活性,它总是争取价格最低的货源,采取最便捷的供货方式。它的销售对象不仅是零售商,而且还有不少是属于自己的但又独立经营的小型加工企业。

五是物流末端的零售企业。

零售企业往往带有超级市场的性质,业务量不大,但是交易异常频繁。这类处于物流过程末端的企业尽管在整个物流体系中所占的市场份额不大,但他们自主经营,灵活购销,有效地填补了市场供应中的空白点,极大地方便了用户的零星采购,因而也是物流系统的一个必要的组成部分。

(3) 具有高效的物流运输系统

美国物流运输体系最显著的特点是运输方式多,技术发展水平高,各种运输方式的货运网周转量大;而且,由于货物交换范围大,区域劳动分工明显,货物在整个物流过程中要经过多次装运和广泛地实行联运。物流运输方式主要有五种:公路运输、铁路运输、航空运输、管道运输和海上运输。高效率的运输系统为美国现代化物流的发展提供了优良的基础保障。

(4) 物流企业注重合作与联盟

随着国际市场的不断扩大,各国之间发展伙伴关系和联盟的思想已经成为最佳的物流实践技术。联盟研究范围更加广泛,超过了业务组织,扩展到国家政府部门之间的作业领域。许多物流联盟是以提供有效的作业系统,把买方和卖方联系起来为目的,围绕着物流的特定服务在生产企业建立起来的。

一是物流企业向多功能化发展。传统物流只是提供保管和运输服务,购买、仓储、运输三者相对独立。随着社会和市场的发展,购买者发现自己不仅要考虑购买成本,还要考虑仓储成本和运输成本。二是物流企业向全球化发展。随着国际贸易的发展,物流企业正在向全球化发展。它已密切地与国际贸易联系在一起,成为一项高智能、高技术产业。

(5) 普遍应用机械化、自动化的物流技术

美国物流企业普遍地应用计算机进行规范管理,将各种物流信息纳入物流管理信息系统,使物流的订货、采购、验收、入库、销售、发运等业务活动的基础数据翔实可靠,为购销决策提供了有效的依据。

仓储现代化采用了高层货架及与之相适应的自控搬运工具、自控装卸机械。港口码头的货物装卸普遍实现了集装箱标准化,大大地缩短了装卸时间。货物的出入库搬运普遍采用了高层、低层铲车和标准化托盘,具有灵活、高效、节约的特点。近年来又采用了无托盘—滑板运输,降低了物品高度,减轻了运输负荷,进一步节约了运输成本。

(6) 目前仍没有一个专门管理物流的联邦机构或部门

从政府架构上看,虽然美国运输部统辖国家公路交通安全管理局、联邦航空局、联邦公路管理局、联邦铁路管理局、联邦运送管理局、海运管理局、海岸警备队等政府机构,但是当涉及安全问题时,由联邦航空管理局负责航空业;由海岸警备队负责海运业,包括国内海运和国际海运;由联邦机构与管理局负责商业公路和客运业;由联邦铁路管理局负责铁路运输业。各个管理局仍按运输方式的不同各负其责,各管一摊。为了强调各种运输方式之间的衔接问题,从根本上实现物畅其流,美国政府正在考虑对现行的物流管理体制进行某些改革,例如正在酝酿筹建“大运输部”。作为比较集中统一管理物流运作中主要交通运输环节的机构,建立“大运输部”的构想,展示了21世纪美国物流管理体制的发展趋势,它可能成为美国较为集中统一管理物流主要环节的政府管理部门。

(二) 日本物流

日本是世界经济强国之一,与我国一海相隔,是我国重要贸易伙伴之一。目前日本已成为世界上现代化物流管理的先进国家。日本的现代化物流观念是由美国导入的。经过自身迅猛发展,日本比较注重实际,物流管理的重点是物流成本和企业物流管理,从美国引进后发展和技巧都很纯熟,形成了独具特色的管理经验、技术和方法。

1. 日本物流管理的发展历程

纵观日本物流管理的发展历程,大致可分为以下六个阶段。

第一阶段：萌芽时期（1945 年至 1953 年）

1945 年至 1953 年是日本第二次世界大战失败后的经济恢复时期，也是物流的萌芽时期。由于商品短缺，国家重生产、轻流通，物流作为流通技术，只被看作销售过程的辅助手段，不受重视。

第二阶段：物流概念导入和形成时期（1953 年至 1963 年）

这一阶段是日本经济恢复到战前水平以后开始高速增长的起步时期，也是物流发展初期。在这一阶段，物资逐渐丰富，但市场仍然供不应求。所以，仍是以生产为主导，物流还是作为销售活动的辅助，但也意识到流通效率的提高与生产效率的提高不匹配，于是 1956 年日本生产性本部决定向美国派出“流通技术专业考察团”。该考察团从美国带回了物流的概念，引进了“Physical distribution”一词（即 PD）。从此，在日本掀起了物流启蒙宣传和普及运动，奠定了物流发展的基础。

第三阶段：物流近代化时期（1963 年至 1973 年）

此阶段正是日本经济高速增长，物流也开始受到重视的时期，同时也是流通由“配角”上升到“主角”的阶段。市场商品变得饱和，货物流通急剧增加，流通成为经济发展的障碍，已到了不解决物流整个经济就无法推进的地步。

第四阶段：物流合理化发展时期（1973 年至 1983 年）

1973 年爆发了第一次世界石油危机，日本经济从此由高速增长转变为稳步增长，强调节约能源和资源。此时市场饱和，商品供大于求，流通主导经济的发展，物流在世界舞台上唱“主角”。由于经济常年高速发展，国民的生活水平迅速提高，对商品的选择和要求也越来越讲究和挑剔。企业为了适应新经济形势下消费者的新要求，不得不一方面提高服务质量和水平，另一方面又要降低成本，出现了种种新的矛盾。日本政府为了使经济持续稳步发展，进一步重视物流环节，加大物流合理化的力度，增加物流基础设施投资，注意企业物流发展。

第五阶段：物流纵深发展时期（1983 年至 1993 年）

在这一发展阶段，消费者主导日本经济，消费者是“上帝”的说法被世人公认。企业由原来的注重生产转为注重销售，又由注重销售转为注重消费者。消费者的多样化需求和个性化消费，给物流企业又增添了新的难度。20 世纪 80 年代中期以后，由于 PD 已不再适应现代经济社会的发展要求，因此转为使用“Logistics”表示物流。PD 与 Logistics 两者相比，除了物流的范围扩大到原材料供应、废弃物回收、再生、处理以及工厂生产领域外，还将物流与商流、资金流和信息流结合到一起考虑，物流研究的重点由原来的单纯物流管理，上升到企业经营战略的高度来认识，把物流作为决定企业胜负的重要因素来对待。

第六阶段：物流现代化发展时期（1993 年至今）

在此阶段，国际政治经济环境发生了很大变化。全球经济一体化，环境越来越受到关注。在世界市场竞争激烈的新形势下，日本泡沫经济破裂；日本全国出现了历史上最长时期的经济低迷，国际化和环球型经济成为日本的主流。从物流中找出路，把物流问题置于首要地位，加强国际竞争，建立环保型、资源再生循环型经济社会，成为日本政府新的政策取向。面临现状，日本政府倍加重视物流，调整物流政策，加大物流投入，采取种种积极措施，立志创建国际一流的物流产业。

日本第六阶段的物流管理受到了电子商务、计算机网络、信息平台、第三方物流、供应链、电子标签、电子数据交换（EDI）、全球卫星定位（GPS）、无线电射频技术等高新技术的