



“十二五”职业教育国家规划教材  
经全国职业教育教材审定委员会审定

# 物流案例与实训

WULIU ANLI YU SHIXUN

(第二版)

(配光盘)

李联卫 主编



化学工业出版社



“十二五”职业教育国家规划教材  
经全国职业教育教材审定委员会审定

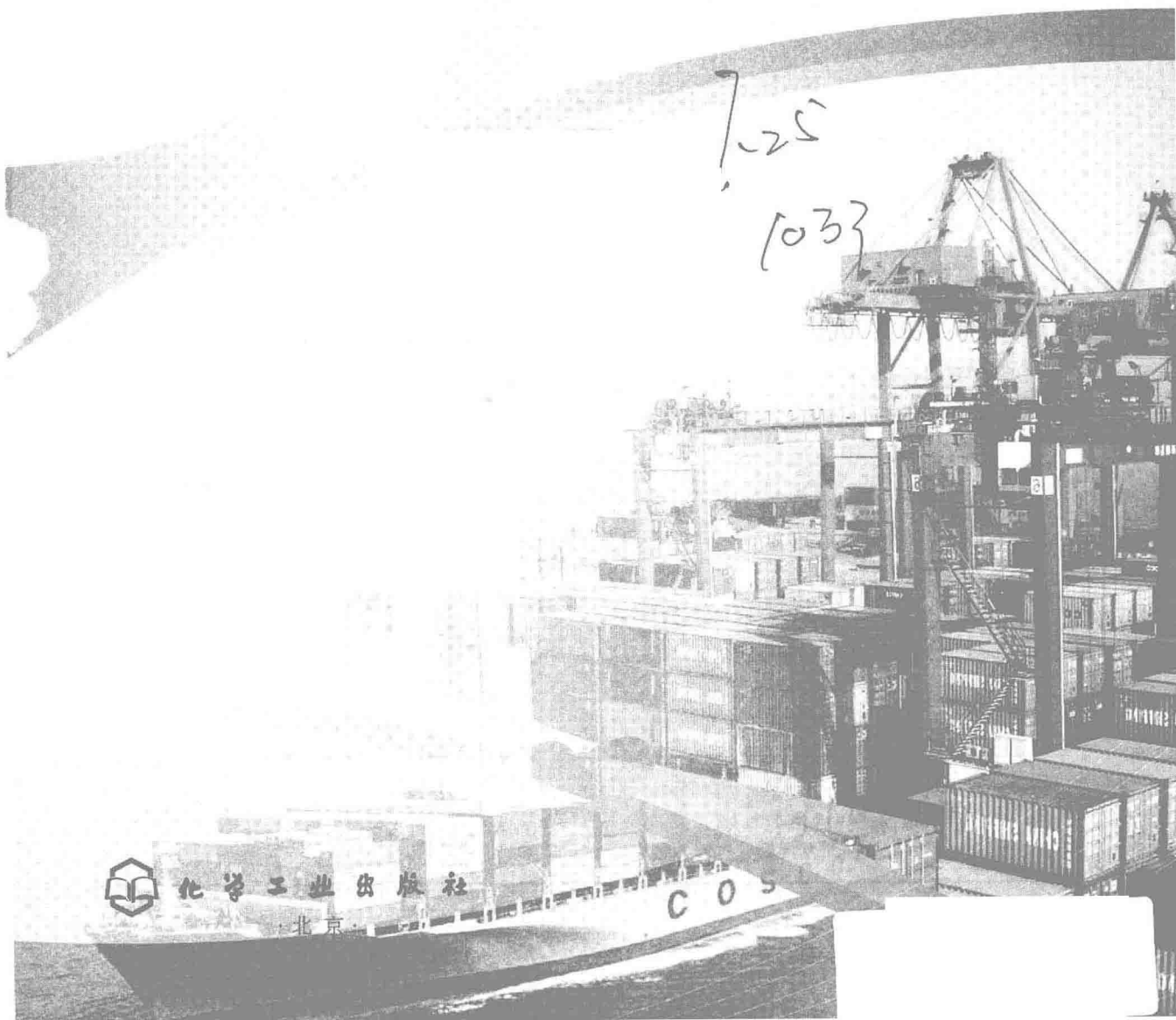
# 物流案例与实训

WULIU ANLI YU SHIXUN

(第二版)

(配光盘)

李联卫 主编



化学工业出版社

北京

CO S

本书主要内容以物流业务流程为主线,结合大量案例系统地介绍了物流管理的相关基础知识,包括现代物流认知、物流客户服务、物流系统的规划与实施、采购与供应、包装与装卸搬运、仓储管理与库存控制、运输管理、流通加工、配送与配送中心管理、物流信息系统、第三方物流和现代物流的发展趋势,并在每一个项目设计了相应的实训活动。附录内容包括诺思第三方物流教学软件和相关的阅读材料,帮助读者练习实际操作技能以及了解现代物流业的前沿知识,内容丰富,具有较强的实用性。

本书配有光盘,光盘内容为诺思第三方物流教学软件,此软件是诺思公司物流系列软件产品之一。本教学软件以连锁行业为样本,通过模拟订单、采购、入库、出库、配送及报关等实际物流过程中的核心流程,有助于学生了解并熟悉整个物流的业务流程。

本书除作为高职高专物流管理专业、电子商务专业教材以外,还可作为普通高等院校选修课的辅导教材和教师参考书、各类成人教育培训机构和各类现代物流培训机构的培训教材,也可供对现代物流感兴趣的人士阅读使用。

### 图书在版编目(CIP)数据

物流案例与实训/李联卫主编,一2版,一北京:  
化学工业出版社,2014.8  
(“十二五”职业教育国家规划教材)  
ISBN 978-7-122-20908-5

I. ①物… II. ①李… III. ①物流-物资管理  
IV. ①F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第124362号

---

责任编辑:蔡洪伟  
责任校对:边涛

文字编辑:李曦  
装帧设计:张辉

---

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印刷:北京云浩印刷有限责任公司

装订:三河市瞰发装订厂

787mm×1092mm 1/16 印张16 字数447千字 2015年7月北京第2版第1次印刷

---

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网址:<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

---

定 价:35.00元(配光盘)

版权所有 违者必究

# 前 言

本教材自 2009 年出版发行以来,较好地适应了高职高专物流管理专业教学需求,成为高职高专物流管理专业教学的主要教材,得到广大读者的认可,实现了良好的社会效益。与此同时,有关高职高专院校师生在进行物流案例与实训的教学活动过程中,对本教材的体例和内容等方面提出了不少中肯的意见和有价值的建议。借本教材修订出版之际,我们谨向选用本教材的全国高职高专院校师生表示衷心的感谢。

本次修订,我们根据高职教育的发展需要,继续按照工学结合的人才培养模式,进一步与深圳中诺思资讯科技有限公司和山东海进国际货运代理有限公司合作,重点落实理实一体化的教学理念,对教材的整体思路、内容体系和风格特色进行了较大调整和完善,主要体现在以下几个方面。

一、采用“项目载体、任务驱动”的教学理念对教材内容进行了重新编排。

二、每个项目增加了“学习目标”,并分列出“知识目标”和“技能目标”,便于学生更全面地明确学习目标和任务。

三、每个项目增加了“导入案例”,并为每章中引用的案例增加了“案例点睛”,对案例进行了简要分析。

四、对每个项目的“实训活动”进行了充实和完善。

五、对一些文字表述和资料数据进行了订正、补充。

本次修订补充和完善了电子教案、实训视频、学生工作手册、资料库等电子资源,具体信息可登陆 [www.cipedu.com.cn](http://www.cipedu.com.cn) 免费下载。

本次修订的具体分工是,项目一、项目三和项目四由李联卫执笔;项目二、项目五、项目九由陆春华执笔;项目六和项目七由沈清文执笔;项目八由逯苗执笔;项目十和项目十一由朱惠君执笔;项目十二由张婷婷执笔;郭其训负责所有实训活动的审核;王建宇、童水生编写诺思第三方物流教学软件(附录一)。全书最后由李联卫审核定稿。

教材的修订及其质量的提高是一个需要不断完善的过程。由于笔者水平有限,加之时间紧迫,书中难免存在不足之处。我们恳请广大师生和读者朋友对本教材继续给予批评指正,以便将来做出更适当的修改,从而进一步提高教材的质量,更好地适应教学需求。

编者  
2014 年 12 月

# 第一版前言

21世纪以来,我国现代物流业从起步到快速发展,已成为我国经济发展的重要产业,一批新型的社会化、专业化、网络化的现代物流企业不断成长,在国民经济和社会发展中发挥着重要作用。

随着科学技术的迅猛发展和经济全球化趋势的增强,现代物流业的发展也面临着前所未有的机遇与挑战。2009年3月,国家出台了《物流业调整和振兴规划》,强调必须加快发展现代物流,建立现代物流服务体系,以物流服务促进其他产业发展,而加快物流人才培养就是其中的一项重要政策措施。

物流人才、特别是高技能物流人才的短缺严重制约着现代物流业的发展。高等职业教育以服务为宗旨、以就业为导向,在培养高技能人才方面发挥着重要作用。在物流管理专业人才培养方案中,《物流案例与实训》是一门总结性的专业课程。通过该课程的学习,可以使學生通过案例分析和实训活动,系统地回顾总结所学习的物流管理专业课程,进一步熟悉应该掌握的物流专业技能,为走向工作岗位打下坚实基础。

本书是按照“校企合作、工学结合”的高职教育特点,组织有丰富教学实践经验的高职高专教师、联合深圳市中诺思资讯科技有限公司(简称“诺思科技”)共同编写的高职高专规划教材之一。诺思科技是一家物流领域的高新技术企业,长期专注于物流技术研究、物流企业咨询与信息化建设、现代物流实训室的建设等高端物流领域,致力于为国内外客户提供专业化、一体化的物流解决方案。

本书共分十二章,由李联卫担任主编,王建宇、卢建君任副主编。具体分工如下:李联卫编写第一章、第二章和第四章;王建宇编写第三章和第十章;卢建君编写第六章、第八章和第十一章;朱惠君编写第九章和第十二章;李轶编写第五章、第七章;王建宇、童水生编写第三方物流教学软件(附录一)。全书最后由李联卫审核定稿。

本书参阅吸收了大量物流文献资料,参考了很多专家学者的研究成果,列于书后的参考文献中,对相关作者表示衷心感谢。同时,非常感谢诺思科技公司无偿提供了第三方物流教学软件,还要特别感谢王建宇和童水生先生的大力支持。此外,在本书编写过程中,李学波、薛世森、王勤和李燕慧等给予了大力协助,在此一并表示感谢!

由于时间仓促和水平有限,欠妥之处在所难免,恳请读者批评指正。

编者  
2009年6月

# 目 录

项目一 现代物流认知 .....	1
任务一 了解现代物流的发展历史 .....	2
[案例 1-1] 中储发展股份有限公司西安分公司从仓储企业到现代物流中心的变化 .....	4
[案例 1-2] 西南仓储公司发展区域物流之路 .....	6
[案例 1-3] 德尔费公司的物流活动 .....	7
任务二 掌握物流管理的相关知识 .....	8
[案例 1-4] 经销商生产运营中的物流管理漏洞 .....	12
[案例 1-5] 奥运村背后的可视化物流管理 .....	13
[案例 1-6] 走进京东商城幕后：一次商品的神奇之旅 .....	15
【实训活动】 .....	17
项目二 物流客户服务 .....	19
任务一 掌握物流客户服务的基本内涵 .....	20
[案例 2-1] 佛山物流的非常之道 .....	23
[案例 2-2] 麦当劳物流供货商阿尔法的服务秘诀 .....	24
[案例 2-3] 美国经济的主干架——联合包裹公司 .....	25
[案例 2-4] 企业服务标准两例 .....	27
任务二 熟悉提高客户满意度的措施 .....	28
[案例 2-5] 心怡科技物流——如何做让客户依赖和信任的好客服 .....	32
[案例 2-6] 客户服务热线的投诉处理 .....	32
[案例 2-7] 邮局老树开新花 .....	34
【实训活动】 .....	36
项目三 物流系统的规划与实施 .....	38
任务一 掌握物流系统的相关知识 .....	39
[案例 3-1] 中国企业现代物流的发展方向 .....	41
[案例 3-2] 宜家家具的物流系统 .....	43
[案例 3-3] 德国的地下物流 .....	45
任务二 了解物流系统的构成要素 .....	47
[案例 3-4] 皇家加勒比海巡航有限公司的物流活动 .....	49
[案例 3-5] 苏宁的魔力 .....	49
[案例 3-6] 亚马逊在物联网时代的智慧系统解密 .....	51
【实训活动】 .....	52
项目四 采购与供应 .....	53
任务一 掌握采购的基本流程 .....	53
[案例 4-1] 三种“采购现象”背后的观念对碰 .....	58
[案例 4-2] S 汽车制造公司的采购流程 .....	59

[案例 4-3] 上海石油化工股份有限公司招标采购的具体做法 .....	61
任务二 了解供应链管理模式下的采购控制 .....	63
[案例 4-4] 解析戴尔的“零库存” .....	65
[案例 4-5] 全球热交换器股份有限公司的采购失误 .....	67
【实训活动】 .....	69
<b>项目五 包装与装卸搬运</b> .....	70
任务一 掌握包装合理化的措施 .....	71
[案例 5-1] 包装引发的国际商务纠纷 .....	74
[案例 5-2] 泡沫填充袋保障运输 .....	75
[案例 5-3] 日本包装减量化的典型案例 .....	77
[案例 5-4] 某食品公司对产品的多重包装处理 .....	78
任务二 熟悉装卸搬运的组织实施 .....	79
[案例 5-5] 楼层库装卸搬运系统设计分析 .....	82
[案例 5-6] 联合利华的托盘管理 .....	83
[案例 5-7] 适合装卸作业的货物仓库布局方式 .....	84
【实训活动】 .....	85
<b>项目六 仓储管理与库存控制</b> .....	88
任务一 掌握仓储的相关知识 .....	89
[案例 6-1] 英迈公司的仓储管理 .....	91
[案例 6-2] 晋亿公司的自动化立体仓库 .....	93
任务二 掌握仓储作业流程 .....	95
[案例 6-3] 四川长虹公司的仓储信息化管理 .....	97
[案例 6-4] 德国邮政零件中心仓库的建立与管理 .....	100
任务三 熟悉库存控制策略 .....	101
[案例 6-5] 新华公司的库存管理 .....	103
[案例 6-6] 雀巢公司的 VMI 管理系统 .....	105
【实训活动】 .....	106
<b>项目七 运输管理</b> .....	108
任务一 掌握运输管理的相关知识 .....	108
[案例 7-1] 日本花王公司的复合运输体系 .....	111
[案例 7-2] DHL 助力美国国家企业打拼国际时尚市场 .....	112
任务二 掌握运输方式的选择方法 .....	113
[案例 7-3] 运输方式的选择以及运输决策 .....	116
[案例 7-4] 强生集团怎样做物流? .....	118
[案例 7-5] 铁路货物运输业务管理流程 .....	119
任务三 熟悉运输合理化对策 .....	122
[案例 7-6] 韩国三星公司合理化运输 .....	124
[案例 7-7] 丹麦的物流发展战略 .....	125
【实训活动】 .....	126
<b>项目八 流通加工</b> .....	128
任务一 掌握流通加工的相关知识 .....	128
[案例 8-1] 钢铁物流之流通加工 .....	131
[案例 8-2] 来自厄瓜多尔的玫瑰花 .....	134
[案例 8-3] 流通加工的效果实例 .....	135

任务二 熟悉流通加工合理化的措施 .....	136
[案例 8-4] 日本南王公司的流通作业 .....	138
[案例 8-5] 松江出口加工区物流发展优势分析 .....	139
【实训活动】 .....	141
<b>项目九 配送与配送中心管理</b> .....	142
任务一 掌握配送中心的作业流程 .....	143
[案例 9-1] 沃尔玛的配送中心 .....	146
[案例 9-2] 日本配送中心管理 .....	148
[案例 9-3] 上海联华生鲜食品加工配送中心物流配送运作 .....	150
任务二 熟悉配送合理化的措施 .....	152
[案例 9-4] 雅芳公司的多元化配送模式 .....	153
[案例 9-5] 7-11 的物流管理系统 .....	155
【实训活动】 .....	157
<b>项目十 物流信息系统</b> .....	160
任务一 了解物流信息的相关知识 .....	161
[案例 10-1] 联邦快递核心竞争优势——现代物流信息技术 .....	162
[案例 10-2] 华联超市腾飞的双翼——物流技术与信息技术 .....	164
任务二 熟悉物流信息系统运作流程 .....	166
[案例 10-3] 浙江省烟草公司杭州分公司的物流信息系统 .....	169
[案例 10-4] 双汇集团的信息化物流 .....	171
[案例 10-5] 纯净水突破了瓶颈 .....	173
【实训活动】 .....	175
<b>项目十一 第三方物流</b> .....	176
任务一 掌握第三方物流的相关知识 .....	177
[案例 11-1] 宝洁公司成功应用第三方物流 .....	180
[案例 11-2] 冠生园集团的物流外包 .....	181
[案例 11-3] 联邦快递发展之路 .....	182
任务二 了解第三方物流的发展趋势 .....	184
[案例 11-4] 美国通用汽车公司的物流业务外包 .....	187
[案例 11-5] 某箱包企业的物流管理 .....	187
[案例 11-6] 宝供集团发展第三方物流的做法 .....	188
【实训活动】 .....	190
<b>项目十二 现代物流的发展趋势</b> .....	192
任务一 了解绿色物流的实施策略 .....	193
[案例 12-1] 三个国家的绿色物流对比 .....	195
[案例 12-2] 让公路水路走上“环保路” .....	196
任务二 认识电子商务与现代物流业 .....	197
[案例 12-3] 亚马逊为何物流促销纵横天下? .....	199
任务三 了解供应链管理的相关知识 .....	201
[案例 12-4] 惠普——供应链上的巨人 .....	204
[案例 12-5] 供应链管理：苹果公司的“大杀器” .....	205
[案例 12-6] 北京奥运食品物流冷链里程碑 .....	208
【实训活动】 .....	209
<b>附录</b> .....	210



附录一	诺思第三方物流教学软件 .....	210
附录二	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（节选） .....	213
附录三	物流业调整和振兴规划 .....	215
附录四	实训活动参考资料 .....	223
参考文献	.....	248

# 项目一 现代物流认知

## 【学习目标】

### ◆ 知识目标

1. 了解物流和物流管理的发展过程。
2. 掌握现代物流和物流管理的概念。
3. 理解现代物流和传统物流的区别。

### ◆ 技能目标

1. 能熟练应用物流管理原理优化企业物流流程。
2. 能根据企业实际情况制订物流合理化的具体措施。
3. 能灵活运用专业知识对本地区物流业发展现状进行调研与分析。

## 【导入案例】“双 11”大战结束，物流大战才刚刚开始

2013 年“双 11”，各大电商平台陆陆续续交出成绩单。“阿里”系一马当先，350 亿销售额无人能敌；“京东”双 11 网站流量是平日的 2.5 倍……一时间，电商大好河山一片飘红。线上红红火火，乐坏了也累坏了快递行业。之前预计全国“双 11”期间将新增 4 亿快件，现在统计实际数据约为 3.6 亿。但是，3.6 亿件，要送多少天？

### 越来越慢的“快递”

2012 年就有不少消费者在网上抱怨：“双 11 购买的货物送了一个月还没到！”为什么？就是因为“双 11”将前后两周的销量集中在一天，形成名副其实的“网购春运”，让仓储、客服，特别是物流环节遭遇严重瓶颈。堆积如山的发货量远大于平日的退单数，都带给物流公司巨大压力，直接影响大部分单子的送货速度。电商，比拼的是从前台到线下的综合实力，服务体验尤为重要。物流的问题，该如何解决呢？

### 无法解决的物流问题

天不逢时。沿海地带又闻台风，由于受台风“海燕”的影响，将不可避免影响物流配送速度。更糟的是，大量包裹累积暴仓、甚至露天堆放，经受大雨洗礼后，退货与投诉必将蜂拥而至。

地大不利。中国地大物博，也导致物流配送线拉得极长。现有的海、陆、空交通体系无法满足疯狂增长的电商销量。地理条件限制，交通基础薄弱，将制约国内第三方物流的成长。

人为主因。最根本的原因在于人：再大的快递公司也抵不住网友疯狂购买的热情啊！根据“阿里”后台数据，“双 11”当日（截止到 24 点），申通有快件 1210 万单、圆通有快件 1110 万单、韵达有快件 1027 万单、中通有快件 1020 万单、EMS 有快件 407 万单、顺丰有快件 316 万单、汇通有快件 270 万单、天天有快件 195 万单、邮政小包有快件 106 万单。2012 年“双 11”当日：申通有快件 600 万件、中通有快件 330 万件…对比两年数据，流量全部翻倍，三通一达日处理已过千万。

综上所述，天猫淘宝的第三方物流，“双 11”节前节中漂漂亮亮，节后必将怨声载道。这个

情况随着“双11”每年增长的数据还将进一步恶化。

### 解决方案：“24小时不到免单”？

在“暴仓”、“延迟发货”、“不包7天退换”等词频繁出现的“双11”，传统企业品胜电子竟提出“凡双11期间天猫旗舰店下单，24小时送不到免单”的活动，着实让人吃惊不已。

据了解，品胜电子做出免单承诺完全依靠类似京东、苏宁一般的自建物流体系，100多个城市的接近400家专卖店收到指令，马上就近配送。

### 价格低了，服务谁来做？

线上购买毕竟只是电商的一部分，由发货、送货、仓储组成的物流体系在电商闭环中至关重要。正如实体店的历史发展一般，人们迟早会对只有“便宜”一个优势的电商平台有正确认识。物流、售后这些不起眼却至关重要的服务产品，将在未来电商日子里占据至关重要的一环。物流大战，才刚刚开始……

（来源：中国商业电讯，2013-11-13）

### 【思考题】

“24小时送不到免单”是解决“双11”物流瓶颈的最佳方案吗？

## 任务一 了解现代物流的发展历史

### 一、物流概念的发展历程

现代物流是人类进入信息经济时代而适应全球经济一体化的产物，可以说现代物流是现代社会经济正常运行的主动脉。它是泛指原材料、产成品从起点至终点伴随相关信息有效流动的全过程，包含了产品生命周期的整个物理性位移的全过程。现代物流将运输、包装、仓储、装卸、加工、整理、配送与信息等方面有机地结合起来，形成完整的供应链，为用户提供多功能、一体化的综合性服务。

从20世纪初到50年代，物流概念处于孕育与产生阶段。对物流这种经济活动的认识，在理论上最初产生于1901年John. F. Crowell在美国政府报告《农产品流通产业委员会报告》中第一次论述了对农产品流通产生影响的各种因素和费用，从而揭开了人们对物流活动认识的序幕。1915年，美国市场学者阿奇·萧（Arch. W. Shaw）在他的由哈佛大学出版社出版的《市场流通中的若干问题》（Some Problem in Marketing Distribution）一书中提出物流的概念，叫做“Physical Distribution”。1933年行业团体美国市场营销协会（AMA）最早给物流（Physical Distribution，简称PD）下定义的是，“物流是销售活动中所伴随的物质资料从产地到消费地的种种企业活动，包括服务过程。”

第二次世界大战期间，美国根据军事上的需要，率先采用了“后勤管理”（Logistics Management）一词。战后“后勤管理”的概念被引入到商业部门，被人称之为商业后勤（Business Logistics）。1927年Ralph Borsodi在《流通时代》一书中，用Logistics来称呼物流，为物流的概念化奠定了基础。

1963年美国物流（PD）管理协会成立，从管理的角度定义物流。经过20多年的实践，物流向一体化方向发展，美国物流管理协会于1985年更名，将PD更换为Logistics，并对物流重新定义：物流是对货物、服务及相关信息从起源地到消费地的有效率、有效益的流动和储存进行计划、协调和控制，以满足顾客要求的过程。在物流实践中，20世纪80年代末和90年代初期，市场经济的快速发展、欧美和日本等国家运输管制放松、信息技术日新月异、质量理念不断创新、合作伙伴和战略联盟等的新型市场组织形式的发展推动了物流的发展，使物流管理发展到供应链管理的新阶段。

目前国内讲的这个“物流”概念，是从日本引进并直接使用了日文中的“物流”。

物流热在日本的兴起是在 1955 年末到 1965 年,这是第二次世界大战后日本经济从复苏转向高度发展的时代。当时的日本组团赴美国调查“流通技术”(distribution techniques),他们把 Physical Distribution (PD) 的概念带回日本,向政府提出了重视物流的建议,并在产业界掀起了 PD 启蒙运动。20 世纪 60 年代,日本物流专家把 Physical Distribution 译为“物的流通”,1970 年以后简称为“物流”,沿用至今。

1987 年,在李京文教授等主编的《物流学及其应用》一书中,物流被定义为:“物质资料在生产过程中各个生产阶段之间的流动和从生产场所到消费场所之间的全部运动过程。”1995 年,王之泰教授在《现代物流学》一书中,将物流定义为“按用户(商品的购买者、需求方、下一道工序、货主等)要求,将物的实体(商品、货物、原材料、零配件、产成品等)从供给地向需要地转移的过程。这个过程涉及运输、储存、保管、搬运、装卸、货物处置和拣选、包装、流通加工、信息处理等许多相关活动。”1996 年,吴清一教授在《物流学》一书中,将物流定义为:“指实物从供给方向需求方的转移,这种转移既要通过运输或搬运来解决空间位置的变化,又要通过储存保管来调节双方在时间节奏方面的差别。”1997 年,何明珂教授在《现代物流与配送中心》一书中,定义物流是“物质实体从供应者向需要者的物理性移动,它由一系列创造时间和空间效用的经济活动组成,包括运输(配送)、保管、包装、装卸、流通加工及物流信息处理等多项基本活动,是这些活动的统一”。

2007 年 5 月 1 日实施的《中华人民共和国国家标准物流术语》(GB/T 18354-2006),将物流定义为:“为物品及其信息流动提供相关服务的过程。”这个定义是对 2001 年 8 月起实施的第一版《中华人民共和国国家标准物流术语》(GB/T 18354-2001)中物流定义的进一步凝练:“物品从供应地向接收地的实体流动过程。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现有机结合。”

## 二、现代物流与传统物流

近一个世纪以来,无论是美国,还是后来居上的日本,物流的内涵和外延都在不断放大,物流领域获得了持续创新。

所谓现代物流(Contemporary Logistics)是军队的后勤学理论(Logistics)被广泛应用于民用产业,继而深入商业化和职业化的结果。现代物流的兴起,与产业发展史上的运输成本上升、生产效率饱和、库存理念变革、产业组织一体化、规模经济和计算机与信息技术的广泛使用密切相关。

传统物流一般指产品出厂后的包装、运输、装卸、仓储等的单项功能,而现代物流提出了物流系统化或叫总体物流、综合物流管理的概念,并付诸实施。具体地说,就是使物流向两头延伸并加入新的内涵,使社会物流与企业物流有机结合在一起,从采购物流开始,经过生产物流,再进入销售物流,与此同时,要经过包装、运输、仓储、装卸、加工配送到达用户(消费者)手中,最后还有回收物流。可以这样讲,现代物流包含了产品从“生”到“死”的整个物理性的流通全过程。

传统物流与现代物流的区别主要表现在以下几个方面。

① 观念不同:传统物流以物流企业为中心,现代物流以客户为中心。

② 目的不同:传统物流只提供简单的位移,现代物流则提供增值服务,以降低物流成本并满足客户需要为目的。

③ 管理重点不同:传统物流是单一环节的管理,侧重点到点或线到线服务,现代物流是整体系统优化,构建全球服务网络。

④ 服务标准不同:传统物流无统一服务标准,现代物流实施标准化服务。

⑤ 运作手段不同:传统物流使用相对落后的物流设施设备,主要实行人工控制,现代物流则最大限度地使用先进的搬运机械和基础设施并实施信息化管理。

⑥ 业态不同：传统物流是被动服务、相对静态，现代物流是主动服务、强调动态。

### 三、物流的职能与分类

#### （一）物流的职能

##### 1. 克服供需之间物资的空间距离

通过运输、配送等方式，将供应者手中的物资转移到需求者手中，创造物资的空间效用。

##### 2. 克服供需之间物资的时间距离

通过储存、保管等方式，将供应者手中的物资转移到需求者手中，创造物资的时间效用。

##### 3. 克服供需之间物资形状性质的距离

通过流通加工的方式，将供应者手中所具有的形状性质的物资改造成具有需求者所需要的形状性质的物资，创造物资的形质效用。

#### （二）现代物流的分类

目前的分类尚未形成统一的想法，为了研究的需要，这里按照物流系统的作用、属性及作用的空间范围的不同，进行不同的分类。

① 按照物流系统涉及的领域分类，可分为：宏观物流、中观物流、微观物流。

② 按照物流系统的作用分类，可分为：供应物流、销售物流、生产物流、回收物流、废弃物物流。

③ 按照物流系统的空间范围分类，可分为：国内物流、国际物流、区域物流。

④ 按照物流系统性质分类，可分为：社会物流、行业物流、企业物流。

## 【案例 1-1】中储发展股份有限公司西安分公司从仓储企业到现代物流中心的变化

近几年，中储发展股份有限公司（以下简称中储公司）西安分公司全面落实科学发展观，积极拓宽经营思路，坚持全方位发展，注重多种经营并举，不断走出一条自我发展之路，目前公司已由原来一个普通的仓储企业发展成一个集仓储、运输、货运代理、现货市场、信息服务、流通加工、物流质押（金融）等于一体的综合性大型现代化物流中心，同时带动了周边地区小型物流运输、连锁经营、餐饮服务等相关产业的发展，成为推动陕西区域经济发展繁荣的启动机和助推器，引领着陕西乃至西北地区现代物流企业的快速健康发展。

### 一、企业发展现状

中储发展股份有限公司西安分公司（原西安中储物流中心）隶属国资委所属国有企业集团之一中国诚通集团下属的中国物资储运总公司。经过多年的市场洗礼，企业已发展成为集仓储、运输、货运代理、流通加工、物流质押（金融）、经销、信息服务、现货市场等于一体的第三方综合性大型物流企业。公司占地面积 40 万平方米，拥有 4 条铁路专用线，库房 30 多栋共 10 万平方米，货场 15 万平方米，各种起重、装卸、运输设备 100 多台（辆），物资吞吐量每年在 240 万吨以上。目前公司主要客户资源以钢材、家电为主，另有：有色金属材料、纸品、装饰建材、食品等。现有客户 600 多家，遍及全国各地，其中家电客户有 60 多家，如格力、春兰、新飞、荣事达、澳柯玛、西门子、小天鹅、志高、科龙等已成为公司的长期服务对象。近年来公司加快城市快速消费品业务拓展，先后引进了雪花啤酒、茅台酒、美特斯邦威、李宁服饰、西北国药、双汇等品牌客户。企业发展已步入快车道。

### 二、经营理念转变

随着物流业在我国的兴起，许多企业纷纷打着“现代物流”的旗号进入人们的视线，一时间，发展现代物流成为一个热门话题。公司作为西北大型物流企业，敏锐地看到这一变化，它们努力发挥自身储运优势，积极尝试从传统储运向现代物流转变。坚持全方位发展、注重多种经营

并举，给一度大量闲置的库房和场地带来无限生机，实现了经营理念的跨越，彻底打破了原来的流通体制，极大地满足了客户的个性化消费需求。它们不断整合社会闲散资源，对周边个体运输户进行整合，充分利用现代物流理念对车辆进行管理，以达到满足客户需求，降低社会总成本的目标。

### 三、培育物流市场

仓储不是物流，它仅是物流的一个环节。物流具有系统化特性，只有把保管、运输、配送、分拣、包装、加工、装卸、信息服务等环节系统加以考虑，才能使物流活动达到效率化、快速化和整体最优。

多年来，公司凭借15万平方米货场和10万平方米库房、4条铁路专用线和完善的起重运输设施，以及中储公司在全国物流组织网络的优势，紧密联系我国国情，结合地区实际，坚持“本土化”经营。同时借鉴国内外先进物流业经验，奋力开拓市场，积极寻求发展机遇。在拓展配送业务过程中，重点开展家电产品销售物流服务。根据客户商品特点，先后购置十多辆箱式货车充实运力，满足配送需要。现在，格力、春兰、荣事达、新飞、志高、雪花啤酒等近20家家电客户及生活资料客户已与公司进行深层次物流配送合作，配送规模也由单一配送转向共同配送，运输成本大大降低。配送形式以B2B为主，负责向陕西地区各大超市和商店及西北五省运送。在深入市场调研基础上，公司了解到许多客户在发展过程中遇到了资金瓶颈问题，通过论证，公司开发了物流质押（金融）业务，延伸物流服务链条，与银行合作为客户解决资金短缺问题。通过此项业务的开展，实现了公司、客户和银行“多方共赢”。

### 四、提高服务水平

信息化是现代物流的灵魂，没有信息化就没有物流的现代化，他们在中储公司的指导下，根据公司实际，首先对业务流程进行了改造优化，开发引进了仓储管理软件。目前公司仓储业务基本实现计算机管理，客户登陆中储物流网即可查询库存动态，对库存进行有效监控。同时，还可以通过公司中心网站进行信息广告发布，实现信息共享交流。完善了办公局域网，管理层可以运用计算机对生产经营动态随时进行控制，极大地提高了工作效率。

此外，还对起吊设备进行信息化改造，每钩货物都可以在起吊过程中准确测出重量，极大方便了客户。在治安安全方面投资30多万元进行技防布控，在办公区、生产作业区和安全重点防范区域安装了监控设备、红外线感应系统等高科技安全监控设施，有效保证了公司物资、财产和人员的安全。

发展现代物流人才是关键，要发展现代物流，还需要大量的现代物流理念和理论知识做基础。公司积极采用各种办法加大对员工的培训力度，除经常选派一些生产、管理干部外出学习参观，积极参加物流论坛会外，还加强对员工服务理念教育。经常开展多种形式的优质服务活动，使员工服务意识得到大幅提升，形成了“以客户为中心、为客户创造价值”的服务理念，“优质高效、便捷周到”的中储服务品牌已经贯穿于工作的各个方面。

随着公司内部改造、整合完成，并进一步加大传统储运设施的改造、技术改造和项目投资，中储公司西安分公司将成为一家更为规范、设备先进、功能齐全、管理科学、服务一流的现代物流企业。

（来源：物流天下网 <http://www.56885.net> 2007-3-22）

#### 【案例点睛】

传统物流往往只注重仓储或运输，而现代物流具有系统化特性，只有把保管、运输、配送、分拣、包装、加工、装卸、信息服务等环节系统都加以考虑，才能使物流活动达到效率化、快速化和整体最优。传统物流企业的改造、发展任重而道远。

**【思考题】**

1. 请问中储公司西安分公司从哪几个方面完成了从传统仓储到现代物流中心的转变？
2. 请结合案例分析现代物流的基本特征。

**[案例 1-2] 西南仓储公司发展区域物流之路**

西南仓储公司是一家地处四川省成都市的国有商业储运公司，随着市场经济的深入发展，原有的业务资源逐渐减少，在企业的生存和发展过程中，也经历了由专业储运公司到非专业储运公司再到专业储运公司的发展历程。

在业务资源和客户资源不足的情况下，这个以仓储为主营业务的企业其仓储服务是有什么就储存什么。以前是以五金家电为主，后来也储存过钢材、水泥和建筑涂料等生产资料。这种经营方式解决了企业仓库的出租问题。

那么，这家企业是如何发展区域物流的呢？

**一、专业化**

当仓储资源又重新得到充分利用的时候，这家企业并没有得到更多利益，经过市场调查和分析研究，这家企业最后确定了立足自己的老本行，发展以家电为主的仓储业务。一方面，在家电仓储上，加大投入和加强管理，加强与国内外知名家电厂商的联系，向这些客户和潜在客户介绍企业确定的面向家电企业的专业化发展方向，吸引家电企业进入。另一方面，与原有的非家电企业用户协商，建议其转库，同时将自己的非家电用户主动地介绍给其他同行。

**二、延伸服务**

在家用电器的运输和使用过程中，不断出现被损坏的家用电器，以往，每家生产商都是自己进行维修，办公场所和人力方面的成本很高，经过与用户协商，在得到大多数生产商认可的情况下，这家企业在库内开始了家用电器的维修业务，既解决了生产商的售后服务的实际问题，也节省了维修品往返运输的成本和时间，并分流了企业内部的富余人员，一举两得。

**三、多样化**

除了为用户提供仓储服务之外，这家企业还为一个最大的客户提供办公服务，向这个客户的市场销售部门提供办公场所，为客户提供了前店后厂的工作环境，大大地提高了客户的满意度。

**四、区域性物流配送**

通过几年的发展，企业经营管理水平不断提高，企业内部的资源得到了充分的挖掘，同样，企业的仓储资源和其他资源也已经处于饱和状态，资源饱和了，收入的增加从何而来？在国内发展现代物流的形势下，这家企业认识到只有走出库区，走向社会，发展物流，才能提高企业的经济效益，提高企业的实力。发展物流从何处做起？经过调查和分析，决定从学习入手，向比自己先进的企业学习，逐步进入现代物流领域。经过多方努力，他们找到一家第三方物流企业，在这个第三方物流企业的指导下，通过与几家当地的运输企业合作（外包运输），开始了区域内的家用电器物流配送，为一家跨国公司提供物流服务，现在这家企业的家用电器的物流配送已经覆盖了四川（成都市）、贵州和云南三地。

（来源：中国大物流网 <http://www.all56.com>）

**【案例点睛】**

现代物流依靠为企业提供增值服务增强竞争力，通过专业化、个性化的服务满足客户需要。西南仓储公司通过系统的顶层设计，开展一系列的变革，逐步进入现代物流领域，其经验值得借鉴。

**【思考题】**

1. 通过分析西南仓储公司向现代物流的转变过程，你认为其转变成功的关键是什么？

2. 通过本案例分析,你认为中国目前传统物流企业怎样才能实现向现代物流的转变?

### 【案例 1-3】 德尔费公司的物流活动

总部设在美国阿拉斯加的德尔费(Delphi)公司,生产深海鱼油和各种保健品。虽然它在产品设计和开发方面始终保持优势,但德尔费公司却由于其复杂、昂贵和无效率的物流系统而面临着利润下降。德尔费公司发现对过多的承运人和过多的系统正在造成全面失去管理控制。

为了重新获得控制,德尔费公司不得不重新组织其物流作业。德尔费公司新的物流结构的实施是以其将全部的内部物流作业都转移到联邦速递(Federal Express)的一家分支机构——商业物流公司(Business Logistics)为开端的。商业物流公司的任务是要重新构造、改善和管理在德尔费公司供给链上的货物和信息流动的每一个方面。

在重新组织之前,公司有6个大型仓库,8家最重要的承运人和12个互不联系的管理系统。其结果是从顾客订货到向顾客交货之间存在漫长的时间、巨大的存货,以及太多的缺货。如果一位顾客向德国一家仓库寻求一种销售很快的商品,他会被告知该商品已经脱销,新的供应品要在几个月后才会运到。与此同时,该商品却在威尔士的一家仓库里积压着。按照各个零售店上报的脱销商品数量平均计算,所有的生产线中有16%的产品在零售店脱销。

德尔费公司认识到它需要重新分析其现有设施的地点位置。得到建议是,除一家仓库外,关闭所有在美国的仓库,它们将从仅为当地顾客服务转变为向全球顾客服务。单一的地点位于靠近美国的制造工厂现场,成为一个世界性的“处理中心”,充当着德尔费公司产品的物流交换所。虽然这种单一的中心概念有可能要花费较高的运输成本,但是德尔费公司认为,这种代价将会由增加的效率来补偿。在过去,意想不到的需求问题导致更高的存货,这是因为需要依靠高库存来以弥补不确定性和维持顾客服务。

公司知道,单一的服务地点与若干小型的服务地点相比,会有更多可以预料的流动,现在随机的需求会在整个市场领域内普遍分享,使得某个领域的水平提高就会降低另一个领域内的需求水平。

运输成本通过存货的周转率得到弥补。事实上,德尔费公司发现,由于减少了交叉装运的总量,单一中心系统实际降低了运输成本。从美国仓库立即装运到零售店,虽然从订货到送达的前置时间大致相同,但是产品只需一次装运,而不是在许多不同的地点进行装运和搬运。

德尔费公司得到的认识已超出了仅仅降低成本的范围。该公司现在正瞄准机会增加服务和灵活性,它计划在24~48小时,向世界上位于任何地点的商店进行再供货。先进的系统和通信将被用于监督和控制世界范围的存货。联邦速递的全球化承运人网络将确保货物及时抵达目的地。德尔费公司还计划发动一项邮购业务,其特色是在48小时内将货物递送到世界上任何地点的最终顾客的家门口。它当前的1000万美元的邮购业务已经变得越来越强大,但是直到如今,该公司还必须限制其发展,因为它难以跟得上不断扩大的订货。新的优越的地点网络将会使这种发展成为可能并有利可图。

(来源:牛金龙主编.世界物流经典案例/现代物流实战丛书.深圳海天出版社,2003)

#### 【案例点睛】

现代物流的发展对降低物流成本、提高企业利润有着不可估量的重要作用,同时对提升企业的整体竞争力也起到了积极的作用。德尔费公司充分发挥第三方物流企业的作用,重新构造、改善和管理在供给链上的货物和信息流动的每一个方面,增强了企业的竞争力。

#### 【思考题】

1. 请结合案例,分析物流在企业发展中的作用。
2. 请分析信息技术对物流业发展的影响。



## 任务二 掌握物流管理的相关知识

### 一、物流管理的发展历程

#### (一) 物流管理的概念

总的来说,物流活动可以分成物流作业活动与物流管理活动两大类(见图1-1),物流作业活动又可以分为运输、储存、流通加工、包装、装卸搬运、配送、信息处理共七种,它们分别属于动、静、静动状态三种类型,并且按不同目的实行不同的集成,分别组成不同的集成化的物流活动。



图 1-1 物流活动

管理是指一定组织中的管理者通过实施计划、组织、人员配备、指导与领导、控制等职能来协调与他人的活动,使别人同自己一起实现既定目标的活动过程。因此,物流管理是对物流作业的管理活动,是为了以最低的物流成本达到用户满意的服务水平,根据物质资料实体流动的规律,应用管理的基本原理和科学方法,对物流作业活动进行计划、组织、指挥、协调、控制和监督。被国内教材广泛引用的美国物流管理协会(Council of Logistics Management, CLM)对物流的定义是:为满足顾客需要,对商品、服务及相关信息从产生地到消费地高效、低成本流动和储存而进行的规划、实施与控制过程。这实际上是对物流管理的定义。

《中华人民共和国国家标准物流术语》(GB/T 18354—2006)将物流管理定义为:“为以合适的物流成本达到用户满意的服务水平,对正向及反向的物流过程及相关信息进行的计划、组织、协调与控制。”

#### (二) 物流管理的发展历程

##### 1. 欧美国家学者的三阶段说

西方国家,包括美国,一般将物流的发展过程划分为以下三个阶段。

##### (1) 第一阶段, 实体分配阶段 (20 世纪初~20 世纪 60 年代, PD)

对物流的研究局限与销售领域,随着市场由卖方市场变为买方市场,促使生产企业开始把注意力集中到产成品的销售上。在这一阶段,物流管理的特征是注重产成品到需求者的物流环节。

##### (2) 第二阶段, 综合物流阶段 (20 世纪 70~80 年代, Integrated Logistics Management)

20 世纪 70 年代以后,国际经济一体化的进程加快,国际间的竞争加剧,企业逐渐认识到把流系统中的各个环节统一为一个连续的过程,可以有效地进行运作,大大提高物流的效率。

##### (3) 第三阶段, 供应链管理阶段 (Supply Chain Management, SCM)

20 世纪 80 年代后期,许多企业特别是大型的跨国公司开始把注意力放在物流活动的全过