

最新现代高等物流教育系列

第2版

第三方 物流



刘胜春 李严锋 主编
宋庆波 刘桂艳 张丽娟 副主编

Third Party Logistics



FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



最新现代高等物流教育系列

第2版

第三方 物流



刘胜春 李严锋 主编
宋庆波 刘桂艳 张丽娟 副主编



Third Party Logistics

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

© 刘胜春 李严峰 2012

图书在版编目 (CIP) 数据

第三方物流 / 刘胜春, 李严峰主编. —2 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2012. 8

(最新现代高等物流教育系列)

ISBN 978-7-5654-0904-2

I. 第… II. ①刘… ②李… 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 (2012) 第 157972 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连图腾彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm×240mm 字数: 441 千字 印张: 20 3/4 插页: 1

2012 年 8 月第 2 版

2012 年 8 月第 3 次印刷

责任编辑: 郭 洁 刘贤恩 责任校对: 魏 巍 张晓鹏

孙 平

杨慧敏 周 欢

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978-7-5654-0904-2

定价: 32.00 元

第2版前言

21 世纪的头一个 10 年刚刚过去,在这 10 年中,中国迎来了改革开放的 30 周年、成功加入 WTO、成功地举办了举世瞩目的第 29 届北京奥运会和上海世博会及亚运会。最重要的是,中国经济继续保持飞速发展势头,2008 年,GDP 总量超过德国,位列世界第三(现已超过日本,位列世界第二)。可以说,这是实现中华民族复兴最重要的 10 年。伴随着这些重大的成就,我国产业结构也出现了大幅度的调整,产业聚集、融合、分化和组合的速度加快,出现了一系列新兴产业和行业,社会实践中也出现了大量新的课题。

随着“中国制造”在世界经济舞台上表现出强大的生命力,物流业受到了政府、企业和学界的高度重视。2009 年国家出台了十大产业振兴规划,物流业位于其中;传统的国有物流企业大多已完成转型,以开展新型物流配送服务为主的民营物流企业大量涌现,世界物流巨头几乎都已登陆中国市场;学术界更是将物流及供应链管理作为一个热点,各种新的理论、模型层出不穷,物流学已经成为管理学及管理科学研究领域中的一个重要分支。实际上,物流业可以认为是国民经济发展的动脉和基础产业,其发展水平已经成为衡量国家现代化程度和综合国力的重要标志之一,这种观点已被我国各界普遍接受,并被纳入到政府和企业的发展战略之中。

在实践发展的同时,也不断地有各种新的概念被提出来。就在我们刚刚接受第三方物流不久,第四方物流、第五方物流等提法又应接不暇地出现在我们面前。我国的第三方物流才刚刚起步,大多数企业还只能提供运输、仓储等一般性物流服务,协同物流、系统整合等概念还只停留在理论层面,真正能提供国际流行的物流网络设计、联合预测、订货管理、存货管理等物流服务的企业更是凤毛麟角,别说提供供应链整体解决方案、组织虚拟联盟或是单纯提供信息整合等服务了。随着国际市场不确定性的增加,中国单纯依靠外需拉动的经济发展模式势必受到巨大的挑战,制造业的粗放经营模式也将面临本质的转变。正是在这样的背景下,作为生产性服务业重要的组成部分,我国物流业的发展也必将实现从量变到质变的转变。

现在,距《第三方物流》教材第一版的出版已经过去了 8 年时间。正如前面所叙述的那样,这 8 年正处于我国经济快速发展的时期。今天,无论是对于理论研究者还是企业实践者来说,物流管理的重要性早已毋庸置疑,现代物流的管理理念已经深入人心。对第三方物流也有了更加深刻的认识和更加深入的实践。从第三方物流服务的发展来看,也呈现服务领域持续扩大、服务内容持续深入的特征,并继续分化出了更为专业的第四方物流,甚至第五方物流。因此,对于一本专门介绍和

学习第三方物流理论和管理应用的教材,有必要对它的内容进行进一步的修订和补充。

在这一版中,我们坚持了第1版编写时,全面、系统地分析第三方物流管理理论、思想、方法和技术,并审视探究第三方物流的本质,力求理论与实践相结合,立足于基本理论、基本知识和基本技能的教育,着眼于运用的编写思想。并且,在各章开篇,采用了导入案例的形式,力求在进入每一章内容的学习之前,引导读者去主动发现问题,引发思考。我们认为,这才是学习管理理论的真谛。并不存在一成不变的管理模式,只有不断发现问题,分析问题和解决问题。另外,由于第三方物流是一个新实践、新理论和新方法层出不穷的领域,因此在这一版中,我们尽可能地将第三方物流理论和实践中的一些最新进展及管理中存在问题较多的方面吸收到书中来,并对原书结构进行了完善和调整,使之更加合理,更具系统性。与第一版相比,本次修订的内容主要有:

1. 将原书中的第1章和第2章内容精简合并,增加了“第三方物流的理论基础”一章,综合经济学、管理学中对于第三方物流现象的解释,使读者在学习第三方物流管理之前能对第三方物流的本质有更为深刻和清晰的理解。
2. 增加了第3章“第三方物流的作用”内容,包括第三方物流价值创造原理及它对传统流通价值链成员产生的影响,并在此基础上界定了第三方物流在实践中基于应用领域的分类。主要让读者能够掌握第三方物流价值创造的机理,并学会从实践中分析利用企业服务创造价值的途径和方法。
3. 将原书中“第三方物流发展战略”一章内容拓展为“第三方物流战略规划”,在发展战略的基础上增加了战略分析方法和经营战略的相关内容,使读者能更为全面地认识第三方物流战略的作用、构成和规划方法。
4. 将原书中“第三方物流管理”一章内容进一步聚焦为“第三方物流的运作管理”,在相关内容上进行了适当删减,剔除了一些较为空洞的内容。
5. 将原书的第7章“物流成本的核算与绩效评测”进行了重写,作为第8章“第三方物流绩效管理”,主要是针对第三方物流企业的特殊性,将绩效评价的内容从上一版本中的财务绩效更换为对运作绩效评价系统的介绍。
6. 根据实践中第三方物流面临问题的特点,删除了原书中“第三方物流信息系统”一章,相应增加了“第三方物流合同管理”一章。
7. 删除了原书第8、9、10章相对空洞的章节,并相应增加了“第四方物流概述”、“第四方物流的服务与运作”、“第四方物流在我国的发展前景”和“第五方物流”四个章节,主要就第三方物流发展、分化中出现的新概念和新动向进行比较全面的介绍。

总之,在这一版本中,我们的写作始终贯穿了无论第三方物流如何发展、如何分化、提法如何演变,降低物流成本,提高物流效率,最终提升企业、产业、地区、国家的竞争力才是物流管理永恒不变目标的理念,广泛参考了国内外相关第三

方、第四方与第五方物流著作和论文,在吸收它们的理论、思路、方法与实践经验的基础上,进行梳理和总结,并结合作者多年的教学实践,对内容进行了反复斟酌,精挑细选,特别注意围绕现代物流的理论与实践主线,突出重点,强调深入浅出,通俗易懂,选择具有代表性的标杆案例供读者借鉴。

本书共分为十二章,由云南财经大学刘胜春副教授、商学院院长李严锋教授担任主编,河南工业大学管理学院的宋庆波副教授、内蒙古农业大学的刘桂艳老师、云南财经大学商学院的张丽娟副教授共同担任副主编。其中:第1章、第6章由张丽娟编写;第2章、第5章、第10章、第12章由刘胜春编写;第3章、第11章由刘桂艳编写;第7章、第9章由宋庆波编写;第4章、第8章由上海财经大学王永伟博士编写。全书由李严锋教授总撰定稿。

本书编写过程中也参考和引用了大量最新出版的书籍和论文,在此对这些文献的作者表示衷心的感谢!本书的编写和出版还要特别感谢东北财经大学出版社的大力支持和帮助。

由于编者水平和经验有限,时间仓促,书中难免有不足和疏漏之处,敬请读者批评指正。

李严锋

教育部物流类专业教学指导委员会委员
2012年6月于昆明

第1版前言

进入21世纪以来,中国物流受到了政府的高度重视,国家领导人吴邦国、吴仪、成思危对物流的重要性都给予了很高的评价,国家最高领导人也明确表示了对于这一发展势头的支持态度,物流配送已经纳入到我国的第十个五年计划纲要之中,物流已经成为我国新世纪发展的重要领域。实际上,物流业一般被认为是国民经济发展的动脉和基础产业,其发展程度已经成为衡量一国现代化程度和综合国力的重要标志之一,这种观点已被我国政府采纳,并纳入到战略发展纲要之中。

物流业被普遍认为是企业在降低物质消耗、提高劳动生产率以外的“第三利润源泉”,现代物流业正在世界范围内广泛兴起。我国物流业刚刚起步,与发达国家相比存在很大差距,特别是第三方物流的发展更是落后,大多数物流企业目前只能提供运输、仓储等一般性服务,只有极少数企业可提供国际流行的物流网络设计、预测、订货管理、存货管理等物流服务。据统计,物流总量中通过第三方物流完成的比例分别为:美国57%、日本80%、欧盟约33%,而我国仅为18%。第三方物流在国民经济发展中的重要作用和巨大的潜在市场,已引起政府和广大企业的广泛关注。

随着中国的入世,中国总额巨大、年增长速度在30%以上的物流市场,竞争正在逐渐加剧,国际巨头们已经开始着手抢滩布点,国内的物流业面临与国际巨头的激烈竞争。如何借鉴国外第三方物流的成功经验和运作模式,结合中国国情,将现代管理技术和信息技术运用到这一领域,研究出第三方物流的最佳运作模式,成为物流业界乃至政府所关注的焦点。

近几年来中国的物流业得到了迅速发展,发展物流产业、建立稳定高效的物流系统已成为中国经济的一大热点,但物流人才的奇缺不能满足中国物流业发展的需要。根据中国物流采购联合会的2003年的调研,物流人才是全国12种紧缺人才之一,物流规划人员、物流管理人员、物流研究人员、物流师资全面紧缺,“到2010年中国共需物流人才100万,而目前此类人才仅有5万,这个缺口是非常巨大的。所以不光是物流专业毕业生,即使没有相关学科背景,只要足够优秀,在这个行业内也是会得到认可的”。财富500强企业TNT集团日前通过中央电视台《绝对挑战》栏目挑选新人,该集团人力资源总监沈秀金女士接受采访,介绍了目前物流人才的需求趋势。目前全国已有47所高等院校开设了物流本科专业,70余所院校开设了物流专科专业(均为目录外),不少院校开设了物流管理相关课程。

本书广泛参考了国内外相关第三方物流著作和论文,在吸收它们的理论、思

路、方法与实践经验的精华的基础上,结合作者多年的教学实践、第三方物流企业服务 and 培训总结编写而成,注意围绕第三方物流理论与实践的主线,突出重点,强调深入浅出,通俗易懂,选择具有代表性的标杆案例供读者借鉴。本书可作为普通高等院校物流管理专业的教学用书,也可供成人教育学生、企业物流管理人员和相关专业人员自学、提高之用。

本书编写的指导思想是立足现代物流管理发展的最新理论与实践成果,全面、系统地分析研究第三方物流管理的理论、思想、方法和技术,试图从新的视野重新审视第三方物流的本质,通过及时追踪国际、国内第三方物流的发展动向,揭示当代第三方物流的发展规律、特点和管理模式。本书介绍了物流外包与物流一体化的演化过程及其与第三方物流的关系,对第三方物流的概念进行了总结,分析了国内外第三方物流的发展现状。本书重点介绍了第三方物流企业的发展战略,第三方物流方案设计,第三方物流的管理,第三方物流信息系统,第三方物流的成本核算与绩效评测,第三方物流与电子商务,并对我国第三方物流产业发展进行了分析。各章均给出典型案例,力求理论与实践相结合,立足于基本理论、基本知识和基本技能的教育,着眼于运用。

本书在编写过程中参考了大量的相关书籍和论文,并引用了其中的有关概念和论点,由于篇幅较多,在这里不一一介绍,在此对所引用书籍和论文的作者表示衷心的感谢。本书的编写还要感谢东北财经大学出版社尤其是郭洁老师的大力支持和帮助。

由于编者学识水平所限,书中不当之处在所难免,敬请读者批评指正。

李严锋

2005 年 11 月于昆明

目 录

第1章 物流与第三方物流概述 / 1

- 学习目标 / 1
- 导入案例 / 1
- 1.1 物流的概念及其发展 / 1
- 1.2 物流一体化 / 3
- 1.3 企业业务外包与物流外包 / 10
- 1.4 第三方物流的概念与类型 / 15
- 案例分析 / 18
- 本章小结 / 19
- 关键概念 / 20
- 思考题 / 20

第2章 第三方物流的理论基础 / 21

- 学习目标 / 21
- 导入案例 / 21
- 2.1 社会分工理论 / 22
- 2.2 交易费用理论 / 28
- 2.3 委托代理理论 / 30
- 2.4 核心竞争力理论 / 32
- 2.5 供应链管理理论 / 35
- 案例分析 / 37
- 本章小结 / 38
- 关键概念 / 39
- 思考题 / 39

第3章 第三方物流的作用 / 41

- 学习目标 / 41

💧 导入案例 / 41

3.1 第三方物流的价值创造 / 42

3.2 消费服务型的第三方物流 / 47

3.3 生产服务型的第三方物流 / 53

3.4 第三方物流的服务 / 59

💧 案例分析 / 66

💧 本章小结 / 68

💧 关键概念 / 69

💧 思考题 / 69

第4章 第三方物流战略规划 / 70

💧 学习目标 / 70

💧 导入案例 / 70

4.1 第三方物流战略概述 / 72

4.2 第三方物流战略分析 / 79

4.3 第三方物流的发展战略 / 85

4.4 第三方物流的经营战略 / 89

4.5 第三方物流的风险与控制 / 96

💧 案例分析 / 99

💧 本章小结 / 101

💧 关键概念 / 102

💧 思考题 / 102

第5章 第三方物流服务方案 / 103

💧 学习目标 / 103

💧 导入案例 / 103

5.1 第三方物流的组织结构设计 / 104

5.2 客户物流需求分析 / 108

5.3 客户企业物流活动分析 / 112

5.4 物流服务方案的设计 / 120

5.5 客户服务 / 125

💧 案例分析 / 130

- 本章小结 / 131
- 关键概念 / 132
- 思考题 / 132

第6章 第三方物流运作管理 / 133

- 学习目标 / 133
- 导入案例 / 133
- 6.1 第三方物流运输管理 / 134
- 6.2 第三方物流仓储与配送管理 / 139
- 6.3 第三方物流装卸搬运及流通加工管理 / 149
- 6.4 第三方物流项目管理及监控 / 153
- 案例分析 / 158
- 本章小结 / 160
- 关键概念 / 160
- 思考题 / 160

第7章 第三方物流服务合同 / 162

- 学习目标 / 162
- 导入案例 / 162
- 7.1 第三方物流服务合同概述 / 163
- 7.2 第三方物流服务合同设计 / 164
- 7.3 我国《合同法》中有关第三方物流合同的条款 / 172
- 7.4 第三方物流合同范本 / 177
- 案例分析 / 183
- 本章小结 / 185
- 关键概念 / 185
- 思考题 / 186

第8章 第三方物流绩效管理 / 187

- 学习目标 / 187
- 导入案例 / 187
- 8.1 第三方物流绩效管理概述 / 188
- 8.2 第三方物流绩效评价指标体系 / 192

第 3 方物流

8.3 第三方物流绩效管理方法 / 196 小章本

案例分析 / 207

本章小结 / 209

关键概念 / 209

思考题 / 209

第 9 章 第四方物流概述 / 211

学习目标 / 211

导入案例 / 211

9.1 企业物流组织模式的演化 / 213

9.2 第四方物流的概念与产生背景 / 217

9.3 第四方物流的运作 / 219

9.4 第四方物流的功能与特点 / 224 小章本

9.5 第四方物流的组织模式 / 227 案例相关

案例分析 / 230

本章小结 / 231

关键概念 / 232

思考题 / 232

第 10 章 第四方物流的服务与运作 / 233

学习目标 / 233

导入案例 / 233

10.1 物流系统的规划与改善 / 234

10.2 供应链管理技术及工具 / 251

10.3 第四方物流供应链策略 / 260 小章本

案例分析 / 267

本章小结 / 270

关键概念 / 271

思考题 / 271

第 11 章 第四方物流在我国的发展前景 / 273

学习目标 / 273

导入案例 / 273

- 11.1 发展第四方物流的必要性和可行性 / 274
- 11.2 发展第四方物流的关键问题 / 277
- 11.3 国际竞争环境与第四方物流的发展 / 280
- 11.4 我国产业政策与第四方物流的发展 / 283
- 11.5 国外第四方物流发展的启示 / 288
- 💧 案例分析 / 292
- 💧 本章小结 / 294
- 💧 关键概念 / 294
- 💧 思考题 / 294

第 12 章 第五方物流 / 295

- 💧 学习目标 / 295
- 💧 导入案例 / 295
- 12.1 第五方物流的概念 / 296
- 12.2 第五方物流服务中的信息流 / 302
- 12.3 第五方物流信息平台 / 305
- 💧 案例分析 / 312
- 💧 本章小结 / 314
- 💧 关键概念 / 314
- 💧 思考题 / 315

主要参考文献 / 316

第1章



物流与第三方物流概述



学习目标

现代企业管理理论中，把实物流动的部分称为物流，并将其与所有权的转移（商流）、资金的流动（资金流）和信息的流动（信息流）称为商品流通的四大要素。自人类社会出现商品就开始有了物流活动，然而，现代激烈的商业贸易竞争又赋予了古老的物流活动新的含义，系统化、一体化的物流成为现代物流的典型特征。通过本章的学习，我们将了解到与第三方物流密切相关的现代物流、物流外包的基本概念，学习作为第三方物流发展前提的物流一体化的提出及概念；同时也能够熟练掌握第三方物流的不同定义，具有的类型和形式，以及第三方物流服务的作用，了解欧美日等发达国家第三方物流的发展状况和特点。



导入案例

福特的物流外包战略

2007 年伊始，美国福特汽车公司就宣布，它将其汽车产品的运送服务交给联合包裹公司（UPS）旗下的全球物流集团，这是福特公司近来的一笔不小的合同。

两大公司建立的这种合作业务关系要求 UPS 全球物流集团全权负责管理福特公司生产的福特牌和林肯牌小轿车在美国、加拿大、墨西哥三国的运送业务。UPS 全球物流集团作为第三方物流公司并不是进行汽车产品的物质流动，而是代表福特公司进行系统性的管理，正如 UPS 全球物流集团首席执行官丹·迪马基所说：“我们所要做的是设计福特的运送网络——推广新的管理实践、消除瓶颈、减少耽搁，并提供信息技术系统服务，以提高产品最终运送到消费者过程的监控能力，我们将这种服务视作从规模化运送系统服务向为单一车辆的展出和个性化服务的转变。”

思考：

- (1) 作为世界汽车业巨头，福特为何要将其的运送业务交给一家“快递”公司？
- (2) UPS 到底是一家什么类型的企业？
- (3) 快递公司、运输公司、仓库管理公司的本质属性有何异同？它们和我们要学的第三方物流是什么关系？

1.1 物流的概念及其发展

1.1.1 物流概念的来源和发展

中文的“物流”，源自日语中对英文“Physical Distribution”一词的翻译，其

实, 当中国引入“物流”这个词的时候, 物流的内涵已经发生了改变。

作为“物流”的原意, Physical Distribution 则出现在美国。1915 年阿奇·萧在《市场流通中的若干问题》一书中就提到“物流”一词, 并指出“物流是与创造需求不同的一个问题”。因为在 20 世纪初, 西方一些国家出现生产大量过剩、需求严重不足的经济危机, 企业因此提出了销售和物流的问题, 此时的物流指的是销售过程中的物流。

第二次世界大战中, 围绕战争供应, 美国军队建立了“后勤”(Logistics) 理论, 并将其用于战争活动中。其中所提出的“后勤”是指将战时物资生产、采购、运输、配给等活动作为一个整体进行统一布置, 以求战略物资补给的费用更低、速度更快、服务更好。后来“后勤”一词在企业中广泛应用, 又有商业后勤、流通过后勤的提法, 这时的后勤包含了生产过程和流通过程的物流, 因而是一个包含范围更广泛的物流概念。因此, 物流概念从 1915 年提出 (Physical Distribution), 经过 70 多年的时间才有定论 (Logistics), 现在欧美国家把物流称做 Logistics 的多于称作 Physical Distribution 的。Logistics 包含生产领域的原材料采购、生产过程中的物料搬运与厂内物流和流通过程中的物流或销售物流即 Physical Distribution, 可见其外延更为广泛。

物流概念主要通过两条途径从国外传入我国: 一条是在 20 世纪 80 年代初随“市场营销”理论的引入而从欧美传入, 因为在欧美的所有市场营销教科书中, 都毫无例外地要介绍“Physical Distribution”, 这两个单词直译为中文即为“实体分配”或“实物流通”, 所谓“实体分配”指的就是商品实体从供给者向需求者进行的物理性移动。另一条途径是“Physical Distribution”, 从欧美传入日本, 日本人将其译为日文“物流”, 20 世纪 80 年代初, 我国从日本直接引入“物流”这一概念至今。

在物流概念传入我国之前, 我国实际上一直存在着物流活动, 即运输、保管、包装、装卸、流通加工等物流活动, 其中主要是存储运输即储运活动。我国的物流业基本上就是国外的储运业, 但两者并不完全相同, 主要差别在于: ①物流比储运所包含的内容更广泛, 一般认为物流包括运输、保管、配送、包装、装卸、流通加工及相关信息活动, 而储运仅指储存和运输两个环节, 虽然其中也涉及包装、装卸、流通加工及信息活动, 但这些活动并不包含在储运概念之中; ②物流强调诸活动的系统化, 从而达到整个物流活动的整体最优化, 储运概念则不涉及存储与运输及其他活动整体的系统化和最优化问题; ③物流是一个现代的概念, 在第二次世界大战后才在各国兴起, 而在我国储运是一个十分古老、传统的概念。

1.1.2 物流的基本概念

物流定义出处很多, 比较有影响的有:

现代物流作为一种先进的组织方式和管理技术, 被广泛认为是企业在降低物资

消耗、提高劳动生产率以外重要的第三利润源泉。

物流是为满足消费者需求而进行的对原材料、中间库存、最终产品及相关信息从起始点到消费地的有效流动,以及为实现这一流动而进行的计划、管理和控制过程(美国物流管理协会(Council of Logistics Management)的定义)。

物流作为客户生产过程中供应环节的一部分,它的实施及控制提供了有效的、经济的货物流动及存储服务,提供从货物原始地到消费地的相关信息,以期满足客户的需求(美国物流管理委员会的定义)。

有计划地将原材料、半成品及产成品由生产地送到消费地的所有流通活动。其内容包括为用户服务、需求预测、情报信息联系、材料搬运、订单处理、选址、采购、包装、运输、装卸、废料处理及仓库管理等(美国物流协会的定义)。

物流是产品从卖方到买方的全部转移过程。为了全面实现某一战略、目标或任务,把运输、供应仓储、维护、采购、承包和自动化综合成一个单一的功能,以确保每个环节的最优化(日本通商产业省运输综合研究所的定义)。

物流是一种物的实体流通活动的行为,在流通过程中,透过管理程序有效结合运输、仓储、装卸、包装、流通加工、资讯等相关物流机能性活动,以创造价值,满足顾客及社会需求。简单地说,物流是物品从生产地至消费者或使用地点的整个流通过程(中国台湾物流协会的定义)。

在2001年颁布的中华人民共和国国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2001)中,物流(Logistics)的定义是: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施有机结合。

1.2 物流一体化

1.2.1 物流一体化及其发展

物流一体化(Logistics Integration)指不同职能部门之间或不同企业之间通过物流活动的合作,达到提高物流效率、降低物流成本的效果。

美国的物流学专家 Jammes M. Master 和 Terrance L. Pohlen 认为,物流一体化经历了职能管理阶段、内部物流一体化阶段、外部一体化阶段。Bernald J. Lalonde 认为,物流一体化经历了产品分销阶段、内部物流一体化阶段和外部一体化三个阶段。也有学者认为物流一体化分为物流自身一体化、微观物流一体化和宏观物流一体化三个层次。在这里,我们将物流一体化的发展分为产品分销一体化、物流职能一体化、内部一体化和外部一体化四个阶段。

1) 产品分销一体化阶段

20 世纪 60 年代以前, 由于物流成本主要集中在成品库存上 (成品库存一般占库存资产的 40%), 所以产品分销一体化成为物流发展的第一个阶段。在这一阶段, 企业将与成品有关的运输、仓储、库存管理、搬运和订单处理、顾客服务等活动实现了协同管理。

产品分销的一体化使企业能够充分利用各项合作, 通过建立分销组合, 以最低成本满足顾客需求。在设计一体化分销系统时, 企业着力于在不同活动成本之间实现最优化权衡。也就是说以最低的产品分销成本, 既提高顾客服务水平, 又最大化地赚取利润。当然销售领域成本会计的总成本法的发展, 为执行产品分销一体化管理奠定了基础。过去, 传统会计结构无法实现成本间的权衡。

产品分销的一体化使分销更面向顾客。产品分销一体化管理, 最初是出于削减成本并怀疑传统分销仅仅是对公司资源的消耗。20 世纪 60 年代, 人们认识到分销服务质量对销售额、市场占有率和长期顾客忠诚有着巨大影响, 分销也因此能在平衡表中的成本和收入两方面影响公司的获利能力。新的分销部门开始通过订单处理、仓储和交货作业的密切协作开发明晰的顾客服务战略。

产品分销的一体化提高了分销在管理层级中的地位。分销职能已被置于重要位置, 与生产、营销、销售同等看待, 自行预算, 且专门设置董事代表。新一代管理者被委以全面监督分销活动的重任, 并为企业设计分销战略。

2) 物流职能一体化阶段

产品分销一体化管理, 仅着眼于产成品分销。随着产品分销活动一体化管理成效的显现, 运入材料、部件和装配件的有关物流活动也被整合, 通常被称为物料管理。到 20 世纪 70 年代末, 许多企业建立了物流部门, 全面负责运输、储存、产成品及生产物料的搬运。这有助于企业利用高水平协同, 在运入与运出物流中分享物流资产, 在整个经营中一致地运用物流原理。

3) 内部一体化阶段

在物流职能实现了高水平一体化后, 到了 20 世纪 80 年代, 在美国, 企业又设法将物流职能与其他职能 (如生产、营销等) 紧密协作, 实现了企业系统的一体化。以往许多企业在生产、采购、营销、物流、销售等具体职能部门建立了“垂直”结构, 各有自己的目标和预算。各职能管理者通常以自身部门利益为重, 而忽视了整个企业的获利能力。在这种情况下, 由于物流与其他多数职能相互作用, 物流就成了交叉职能协调的工具、沟通与协调的纽带、获得更好系统业绩的有效途径。

随着 20 世纪 90 年代早期企业流程再造的出现, 物流与相关职能的关系被重新界定。企业流程再造破除了传统职能界限, 确立了许多面向顾客的核心业务。鉴于此, 企业就开发了职能部门间新的工作关系并建立了跨职能团队。跨职能的一体化系统能够比缺乏协同的系统取得更优绩效。