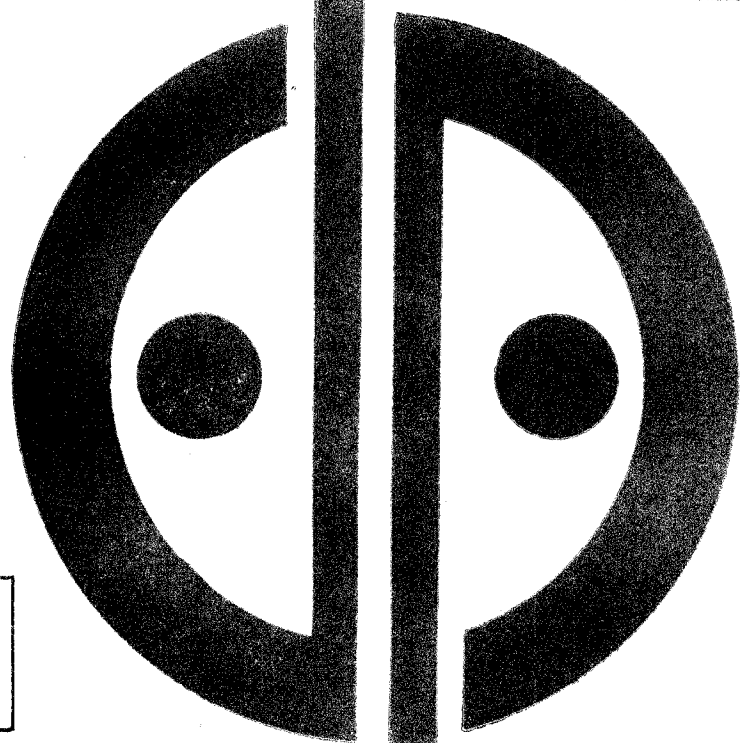


物流 浅论



〔日〕中田信哉 著
新 华 出 版 社

《流通は変わる／シリーズ》

物 流 の は な し

中 田 信 哉

根据日本中央经济社1984年版译出

物 流 浅 论

〔日〕中田信哉 著

姚力鸣 彭宝泉 于淑华 译

•
新华出版社 出版发行

新华书店 经销

新华出版社印刷厂印刷

•
787×1092毫米 32开本 5.375印张 98,000字
1988年1月第一版 1988年1月北京第一次印刷

印数：1—1,650册

ISBN 7—5011—0076—4/F·7

统一书号：4203·049 定价：1.00元

译 者 的 话

物流，作为西方流通经济学中的一个术语，被用来表示商品实体的物理性流动活动，大约是在第二次世界大战前后。日本采用这一说法则是在其经济高速发展的六十年代中期。西方国家使用物流说法已有几十年的历史，使用范围也已涉及到许多领域。目前在美国和日本被引用得较多的，一是“美国物流管理协会”所下的定义，二是日本通产省在1965年的《中期经济计划》中对物流概念的阐述。前者表述为“物流就是使产品从生产线终点到消费者的有效转移以及从原材料供应地到生产线起点所需要的广泛的活动。……其要素有：货物运输、仓储保管、装卸、工业包装、库存管理、工厂和仓库的地理选择、订、发货处理、市场预测、顾客服务”。后者表述是：“物流是产品从生产者到需求者（消费者）的物理性转移所必要的各种活动，具体包括装卸、运输、通信等。”两个定义，表述基本相同，都明确地表明，西方经济学中所说的“物流”，绝不仅仅是指具体的商品储运活动，而是一个内容比储运广泛得多的，与商流相对应的商品

物理性运动总过程以及为之服务的其他辅助活动的概念。

《物流浅论》一书是以具体实例为依据，向读者介绍一个企业（包括生产企业和流通企业）应该如何利用现代科学技术在现有条件下有效地组织本企业的产品实物流通；企业领导应该如何以提高整个企业的生产、经营效率为出发点，来规划、组织物流活动；工段、班组负责人应该怎样指导职工操作；如何根据本企业的特点设定物流评价标准以及如何进行评价；等等。严格地说，该书不是一本研究物流的理论专著，而是通俗的教材性读物。因此它的主要读者对象是工、商、企业领导、企业部门负责人和物流研究人员以及财经院校有关专业的师生。

由于译者水平所限，译文中的错误在所难免，敬请读者指正。

1986年3月10日

作者对中译本的话

对任何制度的国家来说，要使人民的生活幸福，至关重要的一条就是，及时地向他们提供所必要的物资。

人们总以为，商品生产出来了自然就会转移到消费者手里。但是，即使在日本这样的领土狭小的国家，有些商品也常常不能及时送到消费者手里。而且，在商品运输中还时常伴随着一些浪费。日本如此，在中国这样一个人口众多、幅员辽阔的大国，物流就更是一个重要的问题。

物流作为一种重要的社会经济活动而受到重视，经历了较长的过程。日本在不久以前还把物流只看作是仓库、装卸机械、运输机构。只是到了最近几年才逐渐认识到，光有设施、机械并不能实现物流应有的职能，认识到了建立能够有效地使用物流设施、物流机械和机构，使之发挥全部能力的组织的重要性。即认识到了开发相关物流的计划、管理、评价等软件系统的重要性。

每个国家都存在从生产到消费的物资流通，物流就是为之服务的技术。资本主义的日本和社会主义的中国，虽然社

会制度不同，但是物流的重要性并不因此而改变，物流技术是通用的。

这本物流管理论小书能够在中国翻译出版，我非常高兴。我相信，我们进行的这些共同事业能够推动日中两国物流研究的进一步发展，为提高两国人民的生活水平，为两国的友好作出贡献。

中田信哉

1986年8月

原 书 前 言

要搞好物流，就要有机地组合物流的各种构成要素，制定出合乎企业战略目标的体系，并有效地运用这部体系。了解了物流的构成要素，并不一定就能开发出物流系统。这就如同尽管有上等画布、画笔、绘具、笔筒，并有明亮的绘画室、法国产的高档颜料，也不一定能绘出好画一样。

“怎样组合物流要素”和“怎样运用组合内容”等软件分类是最重要的条件，也就是物流系统设计的技巧和物流管理。现实中，物流研究中的这两部分内容还很落后。其原因，正是本书要论述的核心内容。物流概念形成的历史还很短，当前首先应该研究的是物流的各种职能，在研究过程中开发技术。其次才是“系统开发和管理”。

近年来，在系统工程学研究领域中，人们对物流的兴趣越来越浓，关于系统开发的研究陆续发表了一些成果。虽然研究还不够完善，但确实反映了这一趋势。目前的研究还没有达到物流管理的理论体系阶段，还只停留在各阶段的管理理论，是各阶段性的研究。在企业和产业内占有重要地位的

物流系统，如何实行一元化（就是从许多侧面，根据其组合、以多种管理方法）管理，还有待研究。

这个问题不解决，就不可避免地使许多物流负责人不自觉地陷入工匠行列。他们不是进行科学管理，而是凭经验、凭脑袋里的知识、凭只有自知的“技术秘密”进行管理。然而物流管理必须是科学的管理。因为物流同生产和市场营销是紧密相关的，它必须是开放式的。应该让企业的领导和其他部门的人们都明确理解物流的运营。

笔者不是自然地看物流和市场营销，而是用艺术的眼光观察，同时也认为对此必须进行科学地研究。写这本书的目的就是为物流管理理论的体系化摸路子。因此，本书既不是写物流管理技术、也不是写物流管理理论的结构。只是笼统地描述了物流管理的范畴和方法。我今后的课题是分类整理这些杂乱无章的内容，重新创作。

本书在结构上有些零乱，设想也不周全，但也许可以反映出物流的现状。

中田信哉

一九八三年八月

目 录

原书前言

第一章 物流和物流管理的发展

- 一. 物流的出现..... (1)
- 二. 物流意识的出现..... (2)
- 三. 从总体看物流..... (4)
- 四. 物流的四个发展阶段..... (5)
- 五. 物流管理时代的到来..... (10)
- 六. 物流和物流管理是不同的..... (15)
- 七. 首先要管理物流..... (15)
- 八. 物流经营管理概念的扩大..... (18)
- 九. 明确管理对象..... (20)
- 十. 在市场营销管理中思考..... (22)

第二章 对物流活动管理的挑战

- 一. 物流活动的管理范围是广泛的..... (25)
- 二. 要着重提高物流活动的效率..... (30)
- 三. 怎样发挥职工的活力..... (32)
- 四. 什么是有效运输..... (36)

五. 实施空间管理	(40)
六. 制定目标, 发起ZD运动	(44)
七. 计算机应用	(48)
第三章 库存政策是库存管理的关键	
一. “库存管理”就是管理库存吗?	(51)
二. 库存管理中的几种技术方法	(53)
三. 要定量	(57)
四. 给商品分类	(60)
第四章 成本管理的发展	
一. 物流成本之谜	(64)
二. 计算成本的目的	(66)
三. 按不同职能、不同目的计算成本	(70)
四. 成本应如何分摊	(73)
五. 引进预算制度	(75)
第五章 物流效率指标的管理	
一. 管理需要时间	(79)
二. 纵横比较	(81)
三. 制定什么样的标准	(83)
四. 制定评价制度	(85)
第六章 从物流量入手	
一. 改善物流的最佳对策	(88)
二. 着眼于商品	(90)
三. 减少商品流动量	(93)
第七章 现行的物流管理体制是否合理	

一. 重新编组物流网络	(98)
二. 如何设计流动	(108)
三. 是否建立了组织制度	(113)
四. 物流子公司制度是否成功	(121)
五. 何谓总承包	(128)
六. 设备投资的转嫁	(133)

第八章 物流管理的展望

一. 需要多用途的物流系统	(139)
二. 全面评价物流成果	(143)
三. 物流管理的新研究	(147)
四. 如何获得领导的理解	(152)

第一章

物流和物流管理的发展

一、物流的出现

对物流术语的认识

现在，人们一般把物流所表示的经济活动理解为连结生产和消费的“流通”的物理性概念。社会熟知物流这个词是在近几年。物流作为专业术语的历史也很短。

有人提出过，大正时代已有使用物流说法的例子，也有人认为，古代就已用物流这个词来表示物的流动了。不过，正式定论则是在1956年。1955年成立的日本生产性本部1956年派出“流通技术专业考察团”前往美国考察，考察团在回国后的报告中把现在的物流称为流通技术，认定流通技术就是Physical Distribution，译成日文是物的流通，简称物流。此后，物流术语就被广泛运用到了各个领域。

日本关于物流的定义，全盘接受了美国市场学协会（AMA）的定义：“物流是对从生产阶段到消费或利用阶段的

货物移动及经营的管理。”然而，社会承认物流的说法则是在过了一段时间以后。

社会认识物流所表示的经济活动是在五十年代末六十年代初。因为这一时期客观上要求把分散在生产、销售、财务等企业主要经营活动中的“使商品流通的各种活动和技术”作为一个集中的概念来把握和处理。其原因可概括为三条：1）后处理产生的问题；2）溢流危机；3）人工费陡涨。此后物流就成了一个总体概念。

二、物流意识的出现

后处理时代的结束

各种物流活动曾经是分散在主要机能之中的。从场所上说，物流被当作作业场、分店、营业所的出货或保管业务中的一种附属活动，是商品经营的一种后处理活动。它没有主体性，必须是无条件地处理其他活动引起的现象。出于同样的认识，“物流需要是派生的需要”的观点也长期流行于运输业。

把物理性的商品经营活动看作后处理活动的原因在于对物流活动有以下三种认识：1）“经营量小”；2）“费用少，不影响企业经营”；3）“不是制约主要经营活动的因素”。因此，这些活动即使已经有了单独的改善，也无须建立统一的新体系。

然而，随着经济的发展，出现了物流活动的环境条件：必须处理的活动量增加、经营方法多样化、费用上升，后处理到了极限。

溢流危机

经济开始高速发展的五十年代中期出现的溢流现象，给许多人带来了危机感。在经济高速发展的过程中，企业的销售扩大，产品流通渠道、销售方法趋于多样化。产量不断增加，仓库又容纳不了增加的商品。一些工厂，如纺织品商社，只能向外租借仓库，于是出现了一个企业分散在几个、甚至十几个地方保持库存的现象。车间到仓库之间由拖车运输，不仅增加了物流费用，还加剧了装卸作业的繁杂化，阻碍了市场营销活动的展开。

各单个企业的物流量增加，总合起来就是全国总物流量增大。因此产生的溢流危机不是各种单个的活动（如增加工厂库容、扩大铁路车站等）所能解决的。人们开始思考各种活动之间的关系和结合，要求结成体系，以适应变化。

人工费上涨

物流活动的劳动密集程度高，直至六十年代中期，一般还是手工作业。这也是物流被视为后处理活动的主要原因。手工劳动固然费用低，但经济高速增长以后，劳动力吃紧，人工费上涨，至今愈演愈烈，成为物流活动的突出问题。当时正当工厂全力推广作业机械化、谋求制造工程的省力化时

期，制造业生产线中几乎不配置工人，大部分工人被投入到原材料投入部分和前生产线部分。当时，虽然一些重视人工费上升问题的企业也把目光集中到了从事物流的工人身上，而仅从单独活动上是无法知道物流职工究竟是“多了”，还是“少了”，客观要求人们横向观察。

市场营销和环境的要求

另外还有稍高一层次的需求：“市场营销的要求”和“环境的要求”。日本引进市场营销理论，并为企业所接受是在昭和三十年代（1956～1965年）。根据市场营销观点确立和展开流通制度，是商品流通的基础。从这时候起，一方面，物流活动被作为市场营销的要素受到重视，社会认识到了在市场营销整体中，确立物流活动地位的重要性。另一方面，公害、城市问题、消费者要求保护自身利益、居民运动等成了突出的社会问题，企业必须重新考虑对外部产生影响的的所有活动，再也不能仅从效率出发把物流活动当作单独的活动对待了。

三、从总体看物流

总体物流观

如前所说，由于对流物活动没有一个整体概念，以致物流在规模、费用及经营上都没有得到应有的地位，而物流本

身又无法解决这些问题，人们只能从总体上去认识物流。这样便形成了物流概念。

实业界不同于学术界，必须为它创造媒介总体概念的观念。这些媒介观念应该有：

（1）“总费用观念”。即不是从单独分散活动的角度来思考削减物流费用，实现物流效率化，而是就活动联结的状态来计算费用，实现总费用最低水平。

（2）系统观念。六十年代中期，系统理论开始被运用到了流通业。1970年的通产省产业结构审议会和1971年的运输省运输政策审议会正式提出了“流通系统化”和“物流系统化”的目标。系统化从提高流通企业的职能效率和开发机能这一更高层次的需求上提出了重组物流要素的要求。

（3）物流的市场营销意义。进入昭和三十年代（1955～1965年）以后，垄断厂商开始推行流通系列化政策；实力强大的批发企业开始实施组织化政策；刚兴起的连锁商店则通过垂直联合，调集商品。在政策的实践过程中，物流都成了强有力的武器。物流被归入市场营销计划以后，物流活动便成了企业进行经营战略的辅助要素，并由此产生了总体的物流概念，单独分散的物流活动转变成整体的物流活动。

四、物流的四个发展阶段

随着时代的变化，人们对物流的认识和组织物流活动的方法发生了很大变化。关于物流发展阶段的划分，有以下几

种意见：

运输省运输政策审议会在1981年的《以长期展望为基础的交通政策的基本方向》答询中，把物流的发展划分为三个阶段：

- (1) 物流尚未成为制约社会和经济发 展因素的阶段；
- (2) 重视适应物流量的阶段；
- (3) 重视提高物流素质的阶段。

通产省在1981年发表的《物流合理化的历程和展望》中，从社会环境着眼把物流的发展分为四个时期：

- (1) 昭和三十年代 (1955~1965年) ；
- (2) 昭和41~45年 (1966~1970年) ；
- (3) 昭和46~48年 (1971~1973年) ；
- (4) 昭和49~52年 (1974~1977年) 。

这个划分的着眼点不在于物流本身的特点，而在于经济发展过程中的物流环境的变化，是近几年的流行划分法。

笔者把物流的发展分为以下四个时期：

(1) 前物流时期——昭和三十年代后半期 (1960年前后) 以前；

(2) 物流系统时期——昭和40年前后到47年左右 (1965~1972年) ；

(3) 物流管理时期——昭和48年 (1973年) 到现在；

(4) 物流的社会系统时期——昭和五十年 (1975年) 起至今后发展趋势。