

出版物物流 管理概论

HU BAN WU WU LIU GUAN LI GAI LUN

朱诤 著



中国书籍出版社

出版物物流 管理概论

CHU BAN WU WU LIU GUAN LI GAI LUN



中国书籍出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

出版物物流管理概论 / 朱诠著. —北京: 中国书籍出版社, 2011. 2

ISBN 978 - 7 - 5068 - 2393 - 7

I. ①出… II. ①朱… III. ①出版物—物流—物资管理 IV. ①F252. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 009959 号

责任编辑 / 王 哲 安玉霞

责任印制 / 孙马飞 张智勇

封面设计 / 3A 设计艺术工作室

出版发行 / 中国书籍出版社

地 址: 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话: (010)52257143(总编室) (010)52257152(发行部)

电子邮箱: chinabp@vip.sina.com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京温林源印刷有限公司

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 14.5

字 数 / 158 千字

版 次 / 2011 年 2 月第 1 版 2011 年 2 月第 1 次印刷

定 价 / 32.00 元

版权所有 翻印必究

序 言

《出版物物流管理概论》一书是中国新闻出版研究院朱诤研究员以他近年在中国传媒大学编辑出版专业的授课教案为基础完成的。该书的出版填补了国内出版物物流管理在高等学校专业教材方面的空白。

从该书的章节编排中可以看出,作者借鉴和吸收了国际上出版物物流管理研究的最新成果,紧密结合了国内出版物物流管理的实际情况,重点介绍了出版物物流的基本概念与类型划分、出版物物流管理的职能以及出版物物流标准化等专业基础知识。通过本书,读者不仅能准确地理解出版物物流管理的基本概念、基本要素与基本方法,而且能够从出版物产业链的角度,科学分析出版物物流的发展历程,增强对出版物配送与配送中心管理、出版物物流标准化的认识,全面了解出版物物流管理体系的内涵与外延。

为了加深读者对出版物物流理论知识的理解,作者还特地在每章前都标明了关键知识点,在每章后都追加了若干思考题,进一步使读者在准确认知出版物物流基本原理和掌握基本分析方法的基础上,从出版物物流系统乃至社会物流大系统的整体角度,深层次地思考出版物物流的现代化管理,从出版物产业链的角度,系统地考虑出版物物流资源整合、出版物物流运作效率提高与出版物物流成本降低等问题,使物流真正成为出版产业获取“第三利润源”的新方法和新途径。

汝宜红

2011年1月10日于北京交通大学

目 录

第一章 出版物物流的概念及其对出版业的影响	1
第一节 物流与出版物物流	1
第二节 出版物物流的职能	5
第三节 现代出版物物流管理的形成和发展	7
第四节 出版物物流合理化目标	14
第二章 出版物物流系统	17
第一节 出版物物流系统的概念	17
第二节 出版物物流系统的构成	20
第三节 出版物物流系统评价	25
第三章 出版物物流类型	29
第一节 出版物物流分类	29
第二节 第三方物流	32
第四章 出版物包装	38
第一节 出版物包装的意义与分类	38
第二节 出版物包装的发展趋势	41
第五章 出版物装卸搬运	44
第一节 出版物装卸搬运的概念	44
第二节 出版物装卸搬运的作用和特点	45
第三节 出版物装卸搬运的分类和方法	49
第四节 出版物装卸搬运的原则和合理化	52

第五节	出版物装卸搬运常用机械	55
第六章	出版物运输	57
第一节	出版物运输的概念、作用和分类	57
第二节	出版物运输技术与管理	60
第三节	出版物物流过程中的运输决策	68
第七章	出版物仓储保管	71
第一节	出版物仓储保管的作用	71
第二节	出版物仓库管理	75
第三节	出版物的保管养护	79
第四节	出版物库存管理	79
第八章	出版物流通加工	86
第一节	出版物流通加工的概念	86
第二节	出版物流通加工的地位和作用	88
第三节	出版物流通加工的管理	90
第九章	出版物物流配送与配送中心	93
第一节	出版物配送	93
第二节	出版物配送中心	105
第十章	出版物物流管理组织	114
第一节	出版物物流管理组织概述	114
第二节	出版物物流管理组织的结构类型	118
第三节	中国出版物物流管理组织的发展方向	127
第十一章	出版物物流成本管理	130
第一节	出版物物流成本概述	130

第二节	出版物物流成本计算	134
第三节	出版物物流成本管理	138
第四节	出版物物流成本控制	144
第十二章	出版物物流质量管理	151
第一节	出版发行企业物流质量管理概述	151
第二节	出版发行企业物流系统的合理化及标准化	154
第三节	出版发行企业物流质量管理改进	159
第四节	出版发行企业物流质量管理的前沿问题	163
第十三章	出版物物流信息管理	167
第一节	出版物物流信息综述	167
第二节	出版物物流信息技术	173
第三节	出版物物流电子商务系统	188
第十四章	出版供应链管理	197
第一节	出版供应链的概念、结构模型及其特征	197
第二节	出版供应链管理的概念及内容	201
第三节	供应链环境中的企业物流管理	208
第四节	供应链管理集成	212
主要参考文献		219
后 记		220

第一章 出版物物流的概念及其对出版业的影响

关键点:

- △ 物流与出版物物流的定义及其内涵
- △ 出版物物流的形式及其发展
- △ 现代化出版物物流对出版业发展的影响
- △ 出版物物流业的发展目标

第一节 物流与出版物物流

一、物流及出版物物流的定义

(一) 物流的定义

物流的历史源远流长，几乎是伴随着人类走向文明而同步产生的。从根本上解释，物流就是物质实体的位移。传统物流是指商品在运输、装卸和储存等方面的活动。

随着经济全球化和信息技术的迅速发展，企业生产、物资流通、商品交易、信息交换等均发生了深刻的变革。与此相适应，被企业看成降低成本、提高核心竞争力、增加经济效益的“第三利润源”，被德国著名经济学家彼得·德鲁克喻为最后一块“经济的黑暗大陆”的现代物流业正在世界范围内兴起。

现代物流是相对于传统物流来说的。它是在传统物流的基础上，引入高科技手段，通过计算机网络沟通物流信息，并对其进行科学管理，以便加快物流速度、提高准确率、减少库存、降低成本的系统。它延伸并扩大

了传统物流的职能。

物流的定义有多种说法。根据国家术语标准（GB/T 18354 - 2001）中关于物流的定义：物流是指物品（含原材料和产成品）从供应地向接收地的实体位移过程，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有机结合，形成完整的供应链，为客户提供多功能、一体化的综合性服务。

现代物流科学是在 20 世纪 40 年代开始形成的。最初是“二战”期间美军为了满足战争物资的配送而提出的。此后，随着世界经济贸易的迅猛发展，物流服务很快从萌芽状态成长为国际生产、流通运输作业中的一种最为经济合理的综合服务模式。

物流一词始自美国，最初被称作“physical distribution”（PD），突出的是“实物分配”或“货物配送”。后来，物流又被称作“logistics”，强调的是物资供应的综合服务。

尽管现在对物流的解释有众多不同，但就其实质来说，应包括以下四点。

第一，实质流动（原材料、半成品及产成品的运输）；

第二，实质储存（原材料、半成品及产成品的储存）；

第三，信息传输（相关信息的联通）；

第四，管理协调（对物流活动的计划、实施及有效控制）。

（二）出版物物流的定义

出版物物流是指生产出版物的原材料或出版物从供应地向接收地的实体位移过程，根据出版物生产、销售的实际需要，将相关原材料或出版物的运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能有机结合，形成完整的供应链，为客户提供多功能、一体化的综合性服务。

二、出版物物流的价值

物流由“物”和“流”两个要素组成。一般物流的“物”泛指一切物质，有物体、物资、物品的含义。“流”则泛指一切运动形态，有移动、运动、流动的含义。应注意，静止也是特殊的运动形态。

出版物在位移过程中，性质、内容、尺寸、形状都不应发生改变。也

就是说,出版物物流活动与加工活动不同,不创造“物”的形式价值,只克服了供给方和需求方在空间维和时间维方面的矛盾,创造了空间价值和时间价值,从而体现了自身的价值。在特定情况下,也可能创造加工附加价值,如分拣、包装等。

(一) 时间价值

出版物从供给者到需求者之间有时间差,因改变这种时间差而创造的价值,称作时间价值。出版物物流可以通过几种方式来实现时间价值,例如:缩短时间创造价值、弥补时间差创造价值、延长时间差创造价值等。

某种出版物的出版时间都是比较集中的,而读者对某种出版物需求的时间是极为分散的,对不同的出版物也会出现不同的需求时间。如某种新书上市,出版物物流人员加快运输、分拣上架的速度,使新书尽早送抵读者手中,迅速占领市场,加快资金回笼,这就通过缩短时间创造了价值。中小学教材的需求时间相对集中,这就需要出版物物流系统提前做好准备,保证全国各地开学前师生都能得到教材,出版发行行业称作“保证课前到书”。这就弥补了各地的时间差,创造了价值。而对于小说之类的长销书,出版物物流则通过持续不断的供应,满足众多读者的持续需求。这就通过延长时间差创造了价值。

(二) 空间价值

空间价值是指通过改变出版物的空间位置来满足供求双方的需求而创造的价值。出版物的生产者和需求者之间存在着空间差,通过出版物物流活动消除这种空间差而创造的价值,就是出版物物流的空间价值。其实现可以通过几种方式:从出版物生产地运送到全国各地书店、音像店,甚至直接送到读者手中;将出版物从各地出版社运送到某个书店等。通过消除空间障碍,满足出版者和读者的需求而创造的价值,就是出版物物流的空间价值。

(三) 加工附加价值

加工是生产领域常用的手段,并不是物流的根本职能。现代出版物物流根据自身优势,从事一定的辅助性加工活动从而创造价值。这种加工不改变出版物的内容和形式,只是为了方便销售进行一些辅助性的加工活动。如对批量出版物进行分拣,以便分发到各地书店;对分拣后的出版物进行重新包装等。这种加工可以充分发挥出版物物流配送中心的优势,集

中分拣、包装,节约基层店的人力、物力,很受基层店欢迎。这是现代出版物物流与传统图书储运的显著区别之一。

三、出版物物流的作用

出版物物流活动并不创造出版物产品的价值,只是创造附加价值,但是,这种物流环节却是不可省略、不可跨越的环节。随着出版业的不断发展壮大,出版物物流在出版产业中的作用日益重要,其作用主要表现在以下几个方面。

(一) 保值

出版物物流具有保证出版物价值的作用。出版物从生产到最终到达消费终端,都必须经过一段时间和距离,都要经过包装、运输、装卸搬运、保管等多环节、多次数的物流活动。在这个过程中,出版物可能会受到雨淋、水浸,或者出现破损、丢失等情况。物流的使命除了将出版物按期送达客户手中以外,还要防止上述情况发生,保证出版物从生产到消费移动过程中的质量和数量,起到保值作用,也就是保护出版物的存在价值,使出版物在送达消费者时,使用价值不变。

(二) 节约

加强出版物物流的管理,能够节约自然资源、人力资源和能源,为出版、发行企业降低运营成本。例如:集装箱化运输可以简化出版物包装,节省大量包装用纸和木材;实现机械化装卸作业和仓库保管自动化,可以节省大量作业人员,提高工作效率,节约费用。海尔集团2000年建成现代化的国际自动化物流中心,一年时间将库存占压的资金,从15亿元降低到7亿元,节约了8亿元开支。上海世纪出版集团2003年启用现代化物流配送中心,比2002年节约物流开支1200万元。

(三) 缩短距离

出版物物流可以克服时间间隔、距离间隔和人的间隔,缩短乃至消除出版物与消费者之间的距离。北京可以买到全国各地乃至世界各地的出版物,北京的出版物也可以送达偏僻的小山村。随着道路的不断扩建,运输设备的不断更新,出版物与读者之间的相对距离日益缩短。

(四) 增强出版发行企业竞争力,提高服务水平

进入知识经济时代,出版业内的竞争以及传媒业之间的竞争都在日益

加剧。通过降低成本来扩大“第一利润源”，或者通过扩大销售来扩大“第二利润源”的竞争方式，几乎已经达到了极限。只有通过降低物流成本、加快物流速度来扩大“第三利润源”，在出版业才能大有可为。通过现代化物流管理，降低物流成本，可以增加企业的利润空间，可以将出版物尽快送达读者手中，从而最大限度地占有市场，赢得竞争的胜利。

（五）加快出版物流通，促进经济发展

在知识经济时代，作为知识载体的出版物，能够以最快的速度送达读者手中，就能够尽快发挥作用，产生巨大的社会效益和经济效益。

出版物物流的现代化，可以密切出版物生产商和销售商之间的联系，通过充分的供应来满足需求、拉动需求，促进读者消费，从而提高出版业对国民经济的贡献率。

（六）保护环境

环境问题是当今世界的主题，保护环境、治理污染和其他公害是世界各国的共同目标。通过出版物物流现代化，减少出版物包装废弃物，减少包装损耗，减少出版物损耗都可以降低环境污染。节约运力还可以缓解交通阻塞、减少空气污染。

（七）创造附加值

出版物物流可以通过分拣和包装创造附加收入。例如，按照书店、图书馆等客户的需求，将相应品种、数量的出版物分拣、包装好，既方便了客户的采购，又可以增加物流企业加工费用的收入。

第二节 出版物物流的职能

出版物物流的职能是指出版物物流活动应该具备的基本能力，以及通过对出版物物流活动的有效组合，达到出版物物流的最终经济目的。它一般由包装、装卸搬运、运输、储存保管、流通加工、配送以及与上述职能相关的出版物物流信息等构成，可以分为主体职能、辅助职能和信息管理职能三种职能。

一、主体职能

（一）运输

在出版物物流过程中，出版物运输既包括出版商发运给中盘商的运输，也包括中盘商发运给零售商的运输。同时，还应包括零售商和中盘商向出版商退货的运输。出版物运输是出版物物流的中心业务活动，其追求的目标就是最大限度地实现出版物运输的合理化，如运输路线的合理安排、减少空载率等。

（二）储存

储存可以分为生产储存和流通储存。如出版社、印刷厂为了维持出版物的生产印制而进行的原材料储存，即属于生产储存；中盘商、分销商为了保证市场供应的储存，则属于流通储存。无论哪种储存都应注意储存量的合理性，既要保证生产流通的需要，保有适当的储量，又要减少积压，尽量减少储存对资金的占压和库房的占用费用。连锁书店的销售门市甚至可以争取“零库存”。

（三）配送

出版物配送是出版物物流业的一种新的服务形式。既有大出版社向销售商的配送，又有中盘商向零售商的配送，还有分销商向客户的配送。配送业务强调的是及时性和服务性。

二、辅助职能

出版物物流除了主体职能以外，还有一些重要的辅助职能，如包装、装卸搬运和流通加工等。

（一）包装

包装是出版物物流的重要职能之一。出版物在运输、装卸之前都应包装、加固，既可便利搬运，又可避免出版物损毁。

（二）装卸搬运

装卸搬运是出版物物流业务中经常性的活动。出版物的生产、储存、销售都需要多次装卸搬运，才能最终送达读者手中。

（三）流通加工

出版物的流通加工，主要是指对集装箱或大型包件的拆包、分拣、组

配新包，以利于配送和销售。

三、信息管理职能

出版物物流信息是连接物流各环节业务的重要手段。在出版物物流过程中，随时都有大量物流信息发生，如订货、发货、配送、结算等，这些信息都需要及时处理，才能顺利完成物流任务。信息积压或处理不当都会给物流业务带来不利影响。因此，及时、准确地接收、整理、发送出版物物流信息也是物流的重要职能之一。

出版物物流信息管理通常包括以下内容。

第一，市场信息收集与需求分析；

第二，订单处理；

第三，物流动态信息传递；

第四，物流作业信息处理与控制；

第五，客户关系管理；

第六，物流经营管理决策支持。

第三节 现代出版物物流管理的形成和发展

一、现代出版物物流的发展过程

（一）初级阶段

20 世纪初，北美、西欧一些国家工业化进程加快，大批量生产、销售出现，降低物资采购及产品销售成本的重要性日益显现出来。单元化生产理念和技术的发展，为大批量配送提供了条件，也为人们认识物流打下基础。

“二战”期间，特别是 1941 年以后，美国军事后勤供应推动了物流的研究与实践。1946 年全美输送物流协会成立，标志着美国物流理论与实践的萌芽。

日本物流观念形成较晚，但发展迅速。日本 1956 年才从美国引进物流理论，根据日本国情加以改进，称之为“物的流通”。直至 1965 年“物

流”才被日本理论界和实业界接受。物流包含了运输、装卸、搬运、配送、仓储、包装、流通加工和信息传递等活动。

（二）快速发展阶段

20 世纪 60 年代，世界经济环境发生了深刻变化。科学技术发展迅速，计算机技术的发展推动人们日益重视系统论、控制论等管理科学。规模化生产促进了物流的发展。物流逐渐被管理学界看重，企业也注意到物流在经济发展中的作用，并将物流管理作为激发企业活力的重要手段。在美国，现代市场营销观念形成，企业意识到客户满意才是实现企业利润的唯一手段。客户服务成为经营管理的核心要素，物流在客户服务方面发挥了重要作用，物流配送得到快速发展。

20 世纪 60 年代，日本进入经济高速发展期。商品的大量生产销售和生产机械化、自动化推动销售体制改善，物流成为制约企业发展的“瓶颈”。日本政府开始建设高速公路网，扩建港口，增设流通聚集地等，加强物流的基础设施建设，从而促进了日本物流业的大发展。

（三）合理化阶段

20 世纪 80 年代至 90 年代初，物流管理的内容从企业内部延伸到企业外部。企业开始超越现有的组织机构界限，注重外部关系，将供货商、销售商和客户都纳入管理范围，利用物流管理建立和发展与供货商、销售商以及客户稳定、良好、双赢、互助合作的伙伴式关系，形成一种联合的影响力，以赢得竞争优势。物流管理发展为利用高新技术，站在更高层次上管理这些关系。电子数据交换，按时、按质、按量生产，选择优质销售渠道，搜集客户反馈等，都成为物流管理的内容。

这一时期，准时生产模式已被发达国家制造业普遍采用，产品跟踪采用条形码，第三方物流也在这时兴起。日本此时已进入消费主导时代，物流量急剧增加，降低物流成本成为当务之急。采用信息技术、网络技术发展现代化物流成为改善经营的关键。日本物流发展随之进入合理化阶段。

（四）信息化、智能化、网络化阶段

20 世纪 90 年代，知识经济和信息技术快速发展，现代物流的内容也在不断丰富、发展。信息技术和网络技术的发展使物流体系的建立成为可能。智能化技术的发展提升了机械化、自动化的水平，也提升了物流企业的效率。发达国家的出版物物流企业已经开始利用互联网和电子商务开展

出版物的电子物流业务,以便满足读者越来越个性化的出版物物流需求。

二、我国出版物物流发展现状

我国在 20 世纪 70 年代引进“物流”概念,80 年代开始宣传,90 年代开始起步,21 世纪初“物流热”开始升温。目前,我国已经进入物流业的崭新发展阶段。

(一) 现代物流的发展开始受到重视

我国各级政府开始认识物流对推动经济发展的作用,把发展现代化物流提升到经济战略高度来抓。天津、上海、深圳、山东等省市,都把发展现代化物流作为经济腾飞的重要措施和支撑点。很多省市都将发展现代化物流当作信息化、工业化、城市化、市场化的加速器。出版业也引进物流理念,开始建立现代化的出版物物流管理体系。

(二) 一些出版发行企业开始重视物流管理

我国的出版物出版发行企业开始认识到现代化物流降低物资消耗、提高劳动生产率、成为“第三利润源”的作用,不断强化企业物流管理。高等教育出版社、机械工业出版社、西单图书大厦、上海世纪书城等单位都通过实施现代化物流管理获得了明显成效。

(三) 一批现代化出版物物流配送中心出现

上海世纪出版集团、辽宁出版集团、深圳市新华发行集团、浙江新华书店集团、江西新华发行集团、四川新华文轩连锁股份有限公司等都建立了现代化的物流中心,提高了物流配送效率。

深圳市新华发行集团 1996 年就着手建设物流中心,成为我国出版物物流业的先行者。其仓储面积 1.8 万平方米,可供容纳 10 万种以上的出版物,2006 年的出版物物流总量超过了 8.5 亿元码洋。

2001 年,辽宁出版集团建立了辽宁北方出版物配送有限公司,建筑面积达 4.5 万平方米,仓储面积 3 万平方米,年吞吐量 3 万吨、150 万件。2006 年的出版物物流总量达 9 亿元码洋。其承接的第三方物流业务量也达到 1 607 万元。

2002 年 5 月,浙江新华书店集团的物流配送中心开始运营,仓储面积 8.15 万平方米,2006 年吞吐出版物 53.16 亿元码洋、14.37 万吨、71.86 万包件,承接第三方物流业务总金额达到 3 亿元。

2006年6月,四川新华文轩连锁股份有限公司物流中心开业,仓储面积8.5万平方米,年吞吐量320万件、2.8亿元码洋。

各地的出版物物流中心还在陆续建设中,可见出版物物流业的发展日益受到业界的重视。

(四) 出版物物流研究受到重视

新闻出版总署、中国出版科学研究所(2010年11月更名中国新闻出版研究院)等,都将出版物物流研究纳入工作重点。2003年,“出版物物流标准规范研究”课题组成立,2004年研制出《出版物物流标准规范》,该项研究成果获得商业部科技创新奖。

三、国外出版物物流管理简介

(一) 日本:成本物流独树一帜

日本现行出版流通体系主要建立在委托销售制和定价销售制的基础上。没有这两项制度,日本现行的出版流通体系就无法维持。因此,这两项制度也是日本出版流通体系的基本特点。

1. 委托销售制

委托销售是指出版社和经销商根据书店的情况向其分配图书。书店对分配来的出版物进行销售,在一定期限内可将销售不完的出版物退还给出版社。

委托销售分为三种类型:(1)新书委托——对新版、重版的图书以新版委托的方法来分配,委托销售的时间一般是3~5个月,即105天。(2)长期委托——对已经出版的出版物,以主题或季节来成批销售,其委托的时间较长,原则上以6个月为期,也有短期的,一般是4个月。售完后没有补充,售完为止。(3)常备寄售——委托的时间为一年,委托的图书即使在书店中,在财务上还是作为出版社的在库商品来处理的。日本出版界认为这是严格意义上的委托制度。常备寄售的图书一旦在书店中售完,出版社应立即送货。

除了图书以外,日本杂志的销售采用的也是委托制度。周刊的委托销售时间是45天,月刊、季刊的委托时间是60天。

商品退货这一做法在日本所有的流通领域都存在,但没有一个行业像出版业这样实行得如此普遍,且固定不变。