



21世纪全国高等学校物流管理专业
应用型人才培养系列规划教材

企业物流

管 理

9 nternal Logistics
Management

● 宋建阳 主编



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>



21世纪全国高等学校物流管理专业
应用型人才培养系列规划教材

企业物流 管理

9 nternal Logistics
Management



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

企业物流管理/宋建阳 主编. —武汉: 华中科技大学出版社, 2011. 1
ISBN 978-7-5609-6544-4

I. 企… II. 宋… III. 企业管理-物流-物资管理-高等学校-教材 IV. F273.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 172738 号

企业物流管理

宋建阳 主编

策划编辑: 周小方 陈培斌

责任编辑: 刘 烨

封面设计: 刘 卉

责任校对: 史燕丽

责任监印: 周治超

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编: 430074 电话: (027)87557437

录 排: 武汉正风图文照排中心

印 刷: 武汉市首壹印务有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

印 张: 20.5

插 页: 2

字 数: 445 千字

版 次: 2011 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 32.50 元



华中科大出版社

本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

内容提要

企业物流是以经营为核心的物流活动,是社会物流之源。企业物流管理是物流管理的重要组成部分,企业物流的管理水平,对物流成本有着重要的影响。本书主要介绍了企业物流管理的基本理论知识和企业物流基本环节的操作技能。

本书把知识性、操作性和现实性有机结合在一起,可作为高职高专教育、开放教育院校大专层次的物流管理专业学生教材,也可作为行业职工培训教材,还可作为实际工作者的参考书。

总 序

“物流业是融合运输业、仓储业、货代业和信息业等的复合型服务产业,是国民经济的重要组成部分,涉及领域广,吸纳就业人数多,促进生产、拉动消费作用大,在促进产业结构调整、转变经济发展方式和增强国民经济竞争力等方面发挥着重要作用。”当前,虽然有全球性金融危机的深刻影响,但国务院颁发的《物流业调整和振兴规划》却给我们物流行业带来振奋和欣喜:物流业——危机和机遇同在,危机中蕴涵着更多的发展机遇。

21 世纪是知识经济的时代,是人才竞争的时代,对于蓬勃发展的物流行业更不例外。为了培养高素质创新型物流人才,必须建立高水平的人才培养体系和高质量的教材建设体系,这既是时代的召唤,也是历史的必然。

正是在这样的时代背景下,华中科技大学出版社于 2008 年初组织全国数十所高校物流专业正式启动了“21 世纪高等学校物流管理专业应用型人才系列规划教材”建设项目。其实早于 2006 年年初,华中科技大学出版社就有了“21 世纪高等学校物流管理专业应用型人才系列规划教材”选题的构想,按照物流管理专业基础课、专业主干课和实训课的思路,结合应用型人才培养要求进行了选题规划工作,同时开始依此原则着手对全国物流专业课程设置、院校数量及招生人数等方面资料进行了搜集整理,顺利完成系列选题的策划、市场调研、院校联系工作。经过华中科技大学出版社三年多的具体组织和策划,在总结过去教材建设经验和突出物流行业应用性特点的基础上,经过反复研究论证和精心写作,这套系列规划教材现已陆续出版。

这套系列教材主要体现了以下特色。

第一,基础性。立足中国高校物流教育的现实需求,在内容上,注重理论联系实际,注重吸收物流行业发展的新成果、新案例和新知识。同时“西学为体,中学为用”,“立足国情,博采众长”,注重结合中国物流行业的发展阶段,既吸收国外优秀的、成熟的物流发展成果,又面对国内物流行业发展实践搜集资料、数据和案例。

第二,实用性。在体系上,注重实用性和适用性,理论的体系上不要求完整性,但要求有较强的针对性,以能力的培养为主旨。同时强调技能培养与训练,侧重实践操作知识介绍,强调技能与方法介绍的系统性、完整性与模块化,侧重提高学生运用物流知识解决现实物流实务问题的能力。

第三,创新性。在形式上开拓创新,体例新颖,教材设计了形式新颖的各种栏目,如知识库、资料库、典型案例、情景模拟、文化长廊、背景资料、实际操作、练习与思考等内容,有助于拓展学生学习视野,调动学生学习的积极性。

华中科技大学出版社组织编写的这套物流管理应用型人才培养系列教材,凝结着编写教师和出版者的辛勤劳动和汗水,是他们多年丰富的教学实践经验和出版经验的结晶。相信这套实用性很强的教材,对我国物流管理应用型人才的培养工作具有推动作用。

中国物流与采购联合会副会长

教育部高等学校物流类专业教育指导委员会秘书长 (任嘉祥)

2009年4月30日

前 言

自 20 世纪末现代物流业被引入我国后,随着我国经济的快速发展,物流业在国民经济中的地位和作用日益显现。进入 21 世纪后,向“第三利润源泉”要效益,已经成为越来越多企业的必然选择,在全球总体上制成品供过于求的大环境下,在原材料、燃料等有限资源的价格不断上涨,而产成品的价格却难以上升的情况下,企业面临严峻的挑战。是否加强企业物流管理的能力,通常可以决定能否快速响应市场需求变化,能否提供顾客满意的服务水平,对企业的生存和发展具有重要的战略意义。

“企业物流管理”是物流管理类专业学生所要学习的一门专业课,目的在于培养学生建立企业物流运作系统化和整体化的观念,掌握企业物流的基本流程和运作方法。在编写过程中,贯彻“以应用性的高职高专教材为目标,以形式创新为主线,以发挥教材最大效应为目的”的指导思想,对理论部分力求简明扼要,实务部分则强调应用和可操作性,资料选择则力求反映出行业现状和最新动向。

全书共有 10 章,分为四个模块。第一章企业物流管理的范畴和内容及第二章企业物流战略属于基础模块,主要介绍企业物流的基本概念和基本理论。第三章企业采购与供应物流管理、第四章工业生产过程与生产物流管理、第五章企业销售物流管理及第六章企业逆向物流管理属于核心模块,也是本书的重点,内容也是这门课程中独有的、不可替代的。第七章企业仓储管理与库存控制、第八章企业物流管理信息系统及第九章企业物流客户服务管理则属于支持模块,是支持企业物流系统运作的一些手段和方法,在其他完整的课程中可作为依托,而在本课程中则只需用归纳方法精讲。第十章物流服务外包的管理则是拓展模块,主要介绍行业的新动向。

本书的第一章、第二章、第十章由宋建阳执笔,第三章、第四章、第五章、第六章由郝书池执笔,第七章由杜敏执笔,第八章由张建华执笔,第九章由姬传勇执笔。全书由宋建阳统稿,并由宋建阳任主编,郝书池任副主编。

在编写过程中,我们参考了大量国内外专家学者的最新研究成果,借鉴了他们的一些学术观点及结论,在此表示衷心感谢!

由于编者水平所限,书中难免有错漏之处,敬请广大读者指正。

编 者

2010 年 4 月

目录

contents

第一章 企业物流管理的范畴和内容 / 1

第一节 企业物流概述 / 2

一、企业物流的概念 / 2

二、企业物流的分类 / 3

三、企业物流的作业目标 / 7

第二节 企业物流管理 / 9

一、企业物流管理的含义 / 9

二、企业物流管理的内容 / 10

第三节 企业物流系统 / 12

一、物流系统的概念和目的 / 12

二、物流系统的特征 / 13

三、企业物流系统构筑要点 / 13

四、物流系统化原理 / 14

第二章 企业物流战略 / 19

第一节 企业物流战略的含义和目标 / 20

一、企业物流战略的含义 / 20

二、企业物流战略的地位 / 21

三、企业物流战略的目标 / 21

四、企业物流战略框架 / 22

五、企业物流的战略内容 / 23

第二节 外部环境分析与内部资源评价 / 25

一、企业物流的外部环境因素分析 / 25

二、企业物流的内部资源评价 / 26

第三节 物流战略管理 / 29

一、战略环境分析 / 29

二、战略设计与选择 / 29

三、战略政策制定 / 31

四、调整组织结构 / 32

五、战略实施 / 32

第三章 企业采购与供应物流管理/ 37

第一节 企业采购流程管理/ 38

一、采购流程的含义/ 38

二、采购流程的变革/ 47

三、采购管理/ 48

第二节 供应计划管理/ 54

一、供应物品需求量的确定/ 54

二、供应计划制订与管理/ 63

第三节 供料管理/ 65

一、供料方式/ 65

二、供料方法/ 66

三、供料的日常管理/ 66

第四章 企业生产物流管理/ 74

第一节 企业生产物流概述/ 75

一、企业生产物流的含义/ 75

二、企业生产物流的特征/ 76

三、企业生产物流的类型/ 79

第二节 不同生产模式下的生产物流管理/ 81

一、不同生产模式下的生产物流分析/ 81

二、不同生产模式下的生产物流管理/ 86

三、企业生产模式的变化趋势/ 91

第三节 生产物流的运营模式/ 96

一、基于MRP的生产物流运营方式/ 96

二、基于MRPⅡ的生产物流运营方式/ 107

三、基于ERP的生产物流运营方式/ 112

四、基于JIT的生产物流运营方式/ 117

五、基于TOC的生产物流运营方式/ 123

第五章 企业销售物流管理/ 133

第一节 企业销售物流的含义及环节/ 133

一、企业销售物流的含义/ 133

二、企业销售物流的环节/ 134

三、企业销售物流的服务要素/ 135

第二节 订单处理/ 138

一、订单处理过程/ 138

二、订单处理形式/ 141

三、订单处理的影响因素/ 143

第三节 企业销售配送/ 144

一、企业销售配送的形式和类型/ 144

二、企业销售配送的功能和服务项目/ 150

三、送货作业/ 152

第六章 企业逆向物流管理/ 158

第一节 企业逆向物流概述/ 159

一、企业逆向物流的产生/ 159

二、企业逆向物流的分类及其特点/ 164

第二节 企业逆向物流的内容/ 167

一、产品召回/ 167

二、退货/ 175

三、回收物流/ 178

四、废弃物物流/ 187

第三节 逆向物流网络的构建和控制/ 189

一、逆向物流系统的结构构成/ 189

二、逆向物流系统的结构特征/ 191

三、逆向物流网络的构建/ 194

四、逆向物流网络控制/ 198

第七章 企业仓储管理与库存控制/ 204

第一节 企业仓储管理概述/ 205

一、仓库及其分类/ 205

二、仓库的作用及仓库管理的内容/ 208

第二节 库存的类型和成本/ 210

一、库存的含义/ 210

二、库存的分类/ 211

三、库存的功能/ 213

四、库存成本/ 214

第三节 库存管理方法/ 215

一、库存管理的一般方法/ 215

二、不同库存管理方法的区别/ 225

三、库存管理方法评价的指标体系/ 228



第八章 企业物流管理信息系统 / 236

第一节 物流信息和信息技术 / 237

一、物流信息的含义和类型 / 237

二、现代物流信息技术 / 239

第二节 企业物流信息系统 / 243

一、企业物流信息系统的概念和功能 / 243

二、企业物流信息系统的总体构成 / 245

三、企业物流信息系统的主要子系统 / 246

第三节 物流信息管理系统设计 / 249

一、需求调研与分析 / 249

二、数据流程设计 / 251

三、功能模块划分 / 251

四、物流信息系统的实现 / 253

第九章 企业物流客户服务管理 / 257

第一节 企业物流客户服务概述 / 259

一、企业物流客户服务的定义 / 259

二、企业物流客户服务的构成要素 / 260

三、企业物流客户服务管理的作用与目的 / 261

第二节 企业物流客户服务策略 / 263

一、制定客户服务策略的步骤 / 263

二、物流客户服务与物流成本 / 265

三、改善客户服务绩效的对策 / 266

第三节 客户服务绩效标准及检查 / 267

一、客户服务绩效的基本衡量指标 / 267

二、客户服务检查 / 270

第四节 大客户服务管理 / 273

一、大客户的概念与定位 / 273

二、大客户的类型 / 275

三、建立大客户服务体系 / 276

第五节 CRM 在企业物流中的应用 / 277

一、CRM 的定义 / 277

二、CRM 的内容 / 278

三、企业物流中如何实现 CRM / 279

第十章 物流服务外包的管理/ 287

第一节 第三方物流的性质和作用/ 288

一、第三方物流的概念/ 288

二、第三方物流企业的类型/ 288

三、第三方物流的运作模式/ 294

第二节 工商企业对物流服务外包的管理/ 295

一、我国工商企业物流外包的现状/ 295

二、物流服务供应商提供的服务内容/ 297

三、企业物流服务外包需考虑的因素/ 299

四、对第三方物流服务商的选择/ 300

五、对第三方提供物流服务的管理/ 302

第三节 制造业与现代物流业联动发展/ 304

一、制造业与物流业联动发展的必要性/ 304

二、制造业与物流业联动发展中典型行业的主要模式/ 305

三、制造业与物流业联动发展的趋势/ 308

参考文献/ 312

第一章 企业物流管理的范畴和内容

本章学习目标

本章在阐述了企业物流和企业物流管理的概念及内容后,鉴于物流活动是一个系统运动,对企业物流系统的构筑也作了专门的介绍。在学习中要求学生了解企业物流、企业物流管理、企业物流系统的概念,理解企业物流管理的目标和物流系统的特征,掌握企业物流管理的内容、企业物流系统构筑的要点、企业物流活动的主要环节。



经典案例导入

雅芳:专业物流服务

来自美国、进入台湾已 23 年的全球知名直销化妆品公司雅芳(AVON),每年在营业收入、订单数、平均订单等各方面均有优异的成长表现,由于不断地给顾客提供高品质的服务与产品,AVON 已成为台湾直销化妆品的领导品牌。

AVON 产品从护肤、彩妆、香品、个人用品、营养补助食品到内衣,全方位满足女性美丽的需求。位于新庄的台湾雅芳顾客服务中心,于 2000 年 3 月正式启用,全栋建筑依照特殊的建筑规划及结构,采用高荷重、捷运钢材 SRC 的建筑,使得建筑规划完全合乎直立式的物流作业。

以下就是台湾雅芳顾客服务中心在物流专业及服务方面的特色。

(1) 专业的仓储管理。配合 RF 无线终端机的 WMS(warehouse management system),使库存管理迈入实时处理的物流信息系统。运用条形码进货、出货、盘点作业均能以 RF 无线终端机处理,可实时地移动库存资料,迅速反映到货订购记录,便于管理层随时查询库存状况及采购进度。因营养补助食品的销售,在仓储管

理上要相当完善地做到温湿度控管,以便维持产品的品质。另外,在安全管理消防设施的投资、工业卫生的检查上也投入了相当大的成本,以确保消费者的权益。

(2) 专业、现代化的检货物流系统。台湾 AVON 引进 SICS(出货作业自动化系统)系统,将物流作业中的检货、检验、包装、分流等环节予以计算机化及自动化管理,并创下每日最高处理 18 000 张订单的记录。此物流系统包含的特色有:自动开箱、自动贴标、路线判定、重量检测、自动充填、自动封箱、自动打带、自动分流。

(3) 快速的专车宅配。台湾 AVON 与多家货运公司策略合作,进行宅配服务作业,并且提供 44 个专责司机遍布台湾地区从事专职派送,以提供最佳的送货服务品质。在货件的配送管理上,台湾 AVON 已与货运公司完成 EDI 作业,方便双方货件的清点及追踪,并可通过 Internet 的查询系统,全面了解货物的配送状况。

(4) 提供最佳服务的电话服务中心。台湾 AVON 在 1994 年引进 ACD(自动电话分配系统)技术,为 20 余万 AVON 会员提供最佳电话服务,由 40 余位训练有素、态度亲切的电话服务专员,提供关于填写订单、产品知识、促销方案、账款查询等方面的服务。该中心每日电话量可达 7 000 通以上,近年在 CTI 的结合下,每日最高峰可达 8 000 通电话。

雅芳顾客服务中心追求永远的成长,在业务量、订单量不断增长的情况下,它所赋予的责任更重大、更深远。

第一节 企业物流概述

一、企业物流的概念

企业物流是指在企业生产经营过程中,物品从原材料采购、生产加工,到产成品和销售,以及伴随生产消费过程所产生的废弃物回收及利用的完整的循环活动。《中华人民共和国国家标准 物流术语》中,企业物流(internal logistics)的定义是企业内部的物品实体流动,它是和“社会物流”这个名词相对应的。

社会物流是指超越一家一户、以一个社会为范畴、以面向社会为目的的物流。这种社会性很强的物流往往是由专门的物流承担人承担的,社会物流的范畴是社会经济大领域。社会物流研究再生产过程中随之发生的物流活动,研究国民经济中的物流活动,研究如何形成服务于社会、面向社会又在社会环境中运行的物流,研究社会中物流体系结构和运行,因而带有客观性和广泛性,也称为大物流或宏观物流,是企业外部的物流活动的总称。城市物流、区域物流、国际物流等均属于社会物流的范畴。

企业物流是以企业经营为核心的物流活动,是具体的、微观的物流活动的典型领域。

二、企业物流的分类

(一) 按企业业务性质不同分类

按企业业务性质不同可将企业物流分为两类,即生产企业物流和流通企业物流。

1. 生产企业物流

1) 工业生产企业物流

工业生产企业物流是以购进生产所需的原材料、零部件设备为始点,经过劳动加工,形成新的产品,然后供应给客户或消费者的全过程。要经过原材料及零部件设备采购供应阶段、生产阶段、销售阶段,这三个阶段便产生了生产企业在纵向上的三个阶段物流形式。同时,工业生产企业物流过程一般同时伴随有返修品的回收物流和废弃物物流。

工业生产企业种类多,物流活动也有差异,按主体物流活动的不同,大体上可分以下四方面。

(1) 供应物流突出的类型。这种物流系统突出供应,物流面比其他物流更简单。在组织各种类型工业企业物流时,供应物流组织和操作难度较大。例如,采取外协方式生产的机械、汽车制造等工业企业便属于这种类型。

(2) 生产物流突出的类型。这种物流系统生产物流突出,而供应、销售物流较为简单。典型的例子是生产冶金产品的工业企业,供应是大宗矿石,销售是大宗冶金产品,而从原料转化为产品的生产过程及伴随的物流过程都很复杂。有些化工企业也具有这样的特点。

(3) 销售物流突出的类型。例如很多小商品、小五金等,大宗原材料进货,加工也不复杂,但销售要遍及全国或很大的地域范围,是属于销售物流突出的工业企业物流类型。此外,如水泥、玻璃、化工危险品等,虽然生产物流也较复杂,但其销售时物流难度更大,问题更为严重,有时会出现大事故或付出大代价,因而也包含在销售物流突出的工业企业物流类型中。

(4) 废弃物物流突出的类型。有一些工业企业废弃物物流相当突出,如制糖、选煤、造纸、印染等工业企业,废弃物物流组织的好坏几乎决定企业能否生存。

2) 农业生产企业物流

农业生产企业中农产品加工企业的性质及对应的物流与工业企业是相同的,农业种植企业的物流是农业生产企业物流的代表。这种类型企业的四种物流形式的特殊性具体如下。

(1) 供应物流。以组织农业生产资料(化肥、种子、农药、农业机具)的物流为主要内容。除了物流对象不同外,这种物流和工业企业供应物流类似。

(2) 生产物流。种植业的生产物流与工业企业生产物流区别较大。主要区别

有以下三点。①种植业生产对象在种植时是不发生过程位移的,而工业企业生产对象要不断位移。因此,农业种植生产物流的对象不需要反复搬运、装放、暂存,而进行上述物流活动的是劳动手段,如化肥、水、农药等。②在种植业一个周期的生产物流活动中,停滞时间长而运动时间短,工业企业生产物流几乎是不停滞的,这是两者最大的区别。③生产物流周期长短不同,一般工业企业生产物流周期较短,而种植业生产周期长且有季节性。

(3) 销售物流。农业生产企业销售物流以组织农业产品(粮食、棉花等)的物流为主要内容。其一个很大的特点是,诸功能要素中,储存功能的需求较高,储存量较大,且储存的时间较长。

(4) 废弃物物流。种植生产的废弃物物流也具有不同于一般工业企业废弃物物流的特殊性。

2. 流通企业物流

1) 批发企业物流

批发企业物流是以批发据点为核心,由批发经营活动所派生的物流活动。这一物流活动对于批发的投入是组织大量物流活动对象物运进,产出是组织总量相同的物流对象运出,在批发据点转换的是包装形态及包装批量。

商物合一型的批发企业和商物分离型的批发企业的上述物流过程是同样存在的,只是发生的地点有所区别,一种是商物合一的据点,另一种是独立的物流据点。

不同地位的批发企业物流有所不同。

(1) 大型企业销售网络中的批发企业。大型企业销售网络中的批发企业面对固定的零售网点或固定的生产型、消费型用户,它的物流特点是销售物流网络固定,因而网络组织完善,销售物流具有有效的规划和组织,水平较高。

(2) 独立批发企业。独立批发企业依靠本身经营和市场开拓同步组织物流活动,用户有很强的不确定性,因而销售物流难以形成固定渠道和网络。

2) 零售企业物流

零售企业物流是以零售商店或零售据点为核心的,以实现零售销售为主体的物流活动。不同零售业伴随投入、转换、产出的物流活动有一定的区别,主要有以下三种类型。

(1) 一般多品种零售企业物流。一般多品种零售企业物流重点在于多品种、小批量、多批次的供应物流。这种物流一方面可保证零售企业的销售,保证不脱销、不断档、不缺货;另一方面则是保证不以库存支持销售。所以,供应物流是零售企业突出的物流。企业内部物流的关键则是降低库存以保证最大的售货面积,少占用库存场地,尤其在“黄金地域”,零售企业内物流更要注意这一点。

一般零售企业销售物流,主要是大件商品的送货和售后服务。大部分零售企业是在销售后由用户自己完成物流,所以销售物流不是这种类型企业的主要物流形态。

(2) 连锁店型零售企业物流。这种企业的物流特点集中于供应物流,和一般零售企业供应物流不同,连锁店的销售品种是相同的、有特色的,其供应物流是由本企业的共同配送中心完成的。

(3) 直销企业物流。直销企业物流特点,是重点集中于销售物流。销售物流决定了销售业绩,由于直销企业通过直销手段销售的品种不可能多,因而供应物流及企业内部物流较简单。

3) 配送企业物流

配送企业物流是指以配送中心为核心的由配送活动组成的物流,这一物流的主要特点是主要从事配送中心内部的分货、拣送、配货等物流活动,这是和生产物流非常不同的有特色的物流活动。

4) 仓储企业物流

仓储企业是以储存业务为营利手段的企业。仓储企业的物流是以接运、入库、保管、保养、发运或运输为流动过程的物流活动,其中储存保管是其主要的物流功能。

5) 第三方物流企业的物流

第三方物流通常也称为契约物流或物流联盟。从生产到销售的整个物流过程中提供服务的“第三方”,它本身不拥有商品,而是通过临时合作协定或结成合作联盟,在特定的时间内按照特定的价格向客户提供个性化的物流代理服务。具体的物流内容包括商品运输、储存、配送及附加的增值服务等。它是以现代信息技术为基础,实现信息和实物的快速、准确地协调传递,提高仓库管理,装卸运输、采购订货以及配送发运的自动化水平。

(二) 按照物流活动的主体分类

按照物流活动的主体进行分类,企业物流可分为企业自营物流、专业子公司物流和第三方物流。

1. 企业自营物流

企业自营物流指企业自备车队、仓库、场地、人员,以自给自足的方式经营企业的物流业务。

2. 专业子公司物流

专业子公司物流一般是指从企业传统物流运作功能中剥离出来、成为一个独立运作的专业化实体(子公司)。专业子公司与母公司(或集团)之间的关系是服务与被服务的关系,它以专业化的工具、人员、管理流程和服务手段为母公司提供专业化的物流服务。

3. 第三方物流

第三方物流由供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式,是指企