

GAODENG XUEXIAO JINGJI
GUANLI LEI ZHUANYE YINGYONGXING
BENKE XILIE JIAOCAI



高等学校经济管理类专业
应用型本科系列教材

主 编 刘元洪

物流管理概论

WULIU GUANLI GAILUN



重庆大学出版社
<http://www.cqup.com.cn>



高等学校经济管理类专业
应用型本科系列教材

物流管理概论

WULIU GUANLI GAILUN

主 编 刘元洪

副主编 林 勇 马财基



重庆大学出版社

内 容 提 要

物流无所不在,掌握现代物流管理知识,有助于提高我们的生产、生活的效率和效益,现代物流管理正日益受到人们的重视。

本书共分10章,前面7章在介绍现代物流的主要理论框架的基础上,以现代物流的各个功能要素为主线,对现代物流中的包装、装卸搬运、运输、仓储保管与流通加工、配送和物流信息管理等进行了详细的讲解。后面3章还从企业、国际和未来的层面介绍了企业物流、国际物流和物流的发展,为读者揭示了企业物流和国际物流具体运营的基本思路,以及未来物流的发展趋势。通过每章鲜活的案例导入和案例分析与讨论,使读者易于掌握现代物流管理的基本知识和方法。

本书可作为高等院校物流管理、经济学、工商管理、市场营销、电子商务等经济管理类专业教材和参考用书,也可供社会上物流管理、金融证券等经济管理类专业人员阅读。

图书在版编目(CIP)数据

物流管理概论/刘元洪主编. —重庆:重庆大学出版社,
2009.8

(高等学校经济管理类专业应用型本科系列教材)

ISBN 978-7-5624-4916-4

I. 物… II. 刘… 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(2009)第 104608 号

物流管理概论

主 编 刘元洪

副主编 林 勇 马财基

责任编辑:梁 涛 姚正坤 版式设计:梁 涛

责任校对:谢 芳 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆华林天美印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:19 字数:371千

2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-4916-4 定价:31.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

前 言

随着现代科学技术的迅猛发展以及全球经济的一体化,各国都面临着前所未有的机遇和挑战。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的重要利润源泉,在国民经济和社会发展中发挥着重要作用,正日益受到国内外的关注和重视。2009年3月10日国务院印发的《物流业调整和振兴规划》,必将促进中国现代物流业的发展,加快中国经济体制与经济增长方式的根本性转变。

我国物流业发展非常迅速,但物流专业人才相对紧缺。为适应物流业的发展,各高等院校相继在经济管理类专业开设了《物流管理概论》课程。为此,我们结合我国物流业发展的现状,在参考国内外有关教材和相关领域的最新研究成果的基础上,编写了这本教材。本教材试图在内容、体系等方面进行新的尝试,力求将物流学的一般理论与实践相结合,并突出新颖性和实用性。它既可作为高等院校物流管理、经济学、工商管理、市场营销、电子商务等经济管理类专业的教材和参考用书,也可供物流管理、金融证券等经济管理专业人员阅读。

本书的编写分工是:南昌航空大学刘元洪教授拟定全书大纲并编写第1章、第6章、第9章,重庆大学林勇和重庆大学城市科技学院姚金华共同编写第2章、第3章、第10章,重庆工商大学融智学院刘岱编写第4章,重庆工商大学融智学院张的编写第5章,重庆师范大学涉外商贸学院马财基编写第7章、第8章。本书由刘元洪任主编,负责统稿和定稿;林勇和马财基任副主编。在本书编写中,我们参考和吸收了许多专家和学者的研究成果,借以充实本书的内容,谨在此表示衷心的感谢。本书在编写过程中得到了重庆大学出版社的大力协助,得到了各位编写者所在单位领导的大力支持,在此一并表示感谢!

由于时间仓促,加之作者水平有限,书中不足之处在所难免,敬请各位专家、读者批评指正。

编 者

2009年5月

目 录

WULIU GUANLI GAILUN

第1章 物流概述	1
1.1 物流的概念与要素	2
1.2 物流的价值与分类	9
1.3 物流产业	16
本章小结	30
案例 宝供物流	30
复习思考题	33
第2章 包装	34
2.1 包装概述	35
2.2 包装材料和标志	39
2.3 包装容器的设计和选用	44
2.4 包装技法及其机械	48
2.5 包装的集装化	53
本章小结	57
案例 化妆品包装工艺的创新	58
复习思考题	59
第3章 装卸搬运	60
3.1 装卸搬运概述	61
3.2 装卸搬运设备与装卸搬运作业	66
3.3 装卸搬运作业合理化	71
本章小结	76

案例 吊车行走紧急制动时载荷坠落伤人事故分析	76
复习思考题	77

第4章 运输	78
4.1 运输概述	80
4.2 运输方式	83
4.3 运输合理化管理	90
4.4 运输过程管理	95
本章小结	98
案例 上海市货运出租汽车运输	98
复习思考题	100

第5章 仓储保管与流通加工	101
5.1 储存保管的概念及其经济功能	103
5.2 仓库与货架	106
5.3 仓储作业	114
5.4 库存管理	124
5.5 流通加工	130
本章小结	133
案例 深圳赤湾仓储有限公司运作案例	134
复习思考题	141

第6章 配送	142
6.1 配送概述	143
6.2 配送的一般流程和配送模式	151
6.3 配送路线优化	155
6.4 配送中心的职能及其设计	160
6.5 物流中心与物流园区	168
本章小结	173
案例 澳大利亚 Village Roadshow 公司 DVD 配送中心	173
复习思考题	176

第7章 物流信息管理	177
-------------------------	-----



7.1 物流信息概述	178
7.2 物流信息技术	188
7.3 物流管理信息系统	203
本章小结	207
案例 阿凡提物流有限公司物流信息系统	207
复习思考题	208
 第8章 企业物流	209
8.1 企业物流概述	210
8.2 采购与供应物流	214
8.3 生产物流	221
8.4 销售物流	227
8.5 回收物流与废弃物物流	237
本章小结	241
案例 海尔物流	241
复习思考题	244
 第9章 国际物流	245
9.1 国际物流概述	246
9.2 国际物流系统与网络	251
9.3 进出口许可管理制度及海关对国际物流的监控	257
本章小结	263
案例 联合包裹递送服务公司(UPS)的物流服务	263
复习思考题	265
 第10章 物流的发展	266
10.1 绿色物流	268
10.2 供应链管理	277
10.3 第四方物流	283
本章小结	288
案例 沃尔玛供应链的借鉴意义	288
复习思考题	290
 参考文献	291



第1章 物流概述

学习目标:

- 深入了解物流概念的产生与演变,以及物流的要素、价值、分类等内容,对物流有个总体认识。
- 了解物流产业的概念、构成,以及我国物流业的发展阶段、主要问题、机遇与前景,对我国物流业的发展有总体把握。
- 一般了解物流的特征和国外物流业的发展概况,对世界物流的发展态势有所了解。

案例导入

什么叫物流

物流既古老又年轻。传统物流是古老的,现代物流则是年轻的;现代物流在西方是相对古老的,在中国是相对年轻的。物流无所不在,与人类的生产、生活息息相关。物流连接社会生产各个部分,使之成为一个有机整体。众多的企业和复杂多变的产业结构,以及成千上万种产品,必须依靠物流把它们连接起来,就像血管把人的身体各个部分连接起来成为一个有机整体。物流组织是否合理,直接决定着生产过程是否能够顺利进行;物流费用的高低,直接关系到整个社会经济效益水平。在生活中,人们整天忙忙碌碌地在做着各种事情,不可避免地发生大量的物流活动。物流可能给企业带来利润,也可能是企业亏损的无底洞;物流可能给人们的生活带来便利,也可能使人们感受到压力和包袱。什么是物流?如何使生活和生产中的物流合理化?首先要从了解和掌握现代物流的基础知识开始。

1.1 物流的概念与要素

1.1.1 物流概念的产生与演变

人类社会自从有商品交换以来,就存在着与生产、交换、分配和消费相适应的物流活动。物流活动包括运输、储存、装卸搬运、包装、配送、流通加工和信息处理等过程。但是,真正将物流作为社会经济运行和企业经营的基本要素,对物流活动进行规划和科学管理,则是 20 世纪 50 年代前后开始的事情。

1) 物流概念的产生

在商品经济发展的初期,生产力相对落后,社会商品和物质资源匮乏,原材料等物质资源消耗在商品成本中占有很大的比重,人们的注意力自然就集中在物质资源的节约上,如何降低原材料成本成为扩大利润最重要的手段,这时候节约物质资源是企业的



“第一利润源泉”。

在商品经济发展到一定阶段以前,劳动者被视为廉价劳动力。特别是社会商品还处于供不应求的历史阶段时,由于市场商品比较缺乏,制造企业无论生产多少商品都能销售出去,于是就大量招聘人员,扩大生产能力、增加产品数量,以此来创造企业剩余价值。19世纪末20世纪初,随着工会运动的兴起,劳动者开始认识到维护自身权益的重要性。特别是第一次世界大战以后,在美国以及主要工业国家,社会日益关心员工的工作和生活条件,使得有关的法律日趋齐全。如保证最低工资、健康及安全保险等,造成人工费用的上涨。如何降低人力耗用也越来越受到人们的重视,企业依靠科技进步提高劳动生产率,降低人力消耗;或采用机械化、自动化来降低人力耗用从而降低成本、增加利润,这样做,降低人力资源成本就成为企业的“第二利润源泉”。

随着商品经济的发展,当人工和材料成本降低到一定幅度以后,再降的空间就不大了。在这两个利润源潜力越来越小、利润开拓越来越困难的情况下,物流领域的潜力便开始受到重视。据估算,在美国产品的直接劳动成本已不足全部成本的10%,全部生产过程中只有5%的时间直接用于加工制造,95%的时间用于储存、运输等物流过程,发挥物流的作用能为企业带来更多的赢利空间。这时候发现,如果将在成本中占据相当高比例的物流费用有效地降低下来,就等于说提高了利润。因此,降低物流服务成本被称为企业的“第三利润源泉”。

虽然物流开始受到人们的关注,但是物流概念的产生却是商品经济发展到一定阶段的必然产物。第二次世界大战期间,盟军为保证全球作战,需要对军用物资的运输、调配等进行全面管理,为第二次世界大战的胜利提供物资保障。那时的物流主要强调军队在作战时,如何能以最快的速度安全无误地将武器装备、弹药以及军人的生活必需品按要求供给部队。为了做到这一点,必须要有一整套科学的军队后勤供应管理系统。第二次世界大战后,军事后勤管理的思想被快速引进到美国的工业和商业领域,这样就导致了物流的概念最早在美国形成。

2) 物流概念的演变

物流概念的演变,遵循人类认识事物由小到大、由少而多、由浅至深,逐步从零星分散不全面扩大上升到系统化的、相对全面的客观规律,主要经历了销售物流、一体化物流和供应链物流3个阶段。

早在20世纪初,一些学者就注意到了作为流通有机构成的物流的存在。关于物流概念的萌芽,源于美国学者阿奇·萧(Arch W. Shaw)1915年在论著《市场分销中的若干问题》中首次提出的 physical distribution (简称为PD)的概念。阿奇·萧认为,它是与创造需求不同的一个问题。我国大多数人把 physical distribution 译成“实体配送”,也



有少数人将其译成“物流”，这就是最早的物流概念。

1935年，美国市场营销协会(American Marketing Association, 简称为 AMA)阐述了 physical distribution 的概念：“实体配送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。”把实体配送看成为达成销售的附属性活动，其本质是“销售物流”。

1950年，美国市场营销协会进一步阐述了 physical distribution 的概念：“物质资料从生产阶段移动到消费或利用者手中，并对该移动过程进行管理。”其实质仍是“销售物流”，但强调的重点不在于物质资料的移动，而在于对物质资料移动的管理。

1960年，全美实物配送管理协会(National Council of Physical Distribution Management, 简称为 NCPDM)成立。该组织认为，“实体配送是把完成品从生产线的终点有效地移动到消费者手里的大范围的活动，有时也包括从原材料的供给源到生产线的始点的移动。”实体配送的范围有所扩大，不仅包括了“销售物流”，而且有时还包括了原材料从供应商到生产线的始点的移动部分这类“供应物流”。

1963年，全美实物配送管理协会又对实体配送给出了新的定义，“实体配送指有计划地对原材料、在制品和产成品由生产地到消费地的高效运动的过程所实施的一系列功能性活动。包括：货物的运输、仓储、物料搬运、防护包装、存货控制、工厂和仓库选址、订单处理、市场预测和客户服务等。”实物配送管理范围更为扩大，尤其强调了实物配送管理计划的重要性。

1985年，全美实物配送管理协会更名为美国物流管理协会(Council of Logistics Management, 简称为 CLM)，正式起用 Logistics，我国大多数人把它译成“物流”，也有少数人将其译成“后勤”。1991年，美国物流管理协会认为，物流是“以满足客户需求为目的，以高效率和高效益的手段来组织原材料、在制品、产成品以及相关信息从供应地到消费地的运动和储存的计划、执行和控制的过程。”这一定义强调了信息在物流管理中的重要性，其本质是“一体化物流”或“综合物流”。

1998年，美国物流管理协会认为，“物流是供应链流程的一部分，是为了满足顾客需求而对物品、服务及相关信息从产出地到消费地的高效率、高效益的正向和反向流动及储存进行的计划、实施与控制过程。”这一定义强调物流是供应链过程中的一部分，进一步将物流管理的范围拓宽到企业上下游的商业合作伙伴，其本质是“供应链物流”。

2005年1月1日，美国物流管理协会正式改名为美国供应链管理专业协会(Council of supply chain management professionals, 简称为 CSCMP)，标志着全球物流进入了供应链时代，这必将进一步推进物流的健康发展。从物流到供应链，是物流产业发展由量变到质变的必然过程。供应链管理是物流管理的拓展，是企业与其商业伙伴之间物流活动和其他所有商务活动的集成。

3) 物流的定义

在我国,2007年5月1日实施的国家标准《物流术语》(修订版)(GB/18354—2006)对物流概念有如下表述:“物流是物品从供应地到接受地的实体流动过程,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。”为更好地理解物流的概念,要掌握如下3层含义:

(1) 物流中的“物”是指一切可以进行物理性位置移动的物品

物流中所指“物”的一个重要特点,是其必须可以发生物理性位移,而这一位移的参照系是地球。因此,固定了的设施等,不是物流要研究的对象。物流的对象是物品,即工业品、农产品、回收品、包裹信函等。为什么不叫商品?因为物流的大部分虽是商品,即为卖而生产的产品,但像单位与家庭的包裹与信函则不是商品。所以讲“物品”比较科学,符合实际。

(2) 物流中的“流”指的是物理性运动

物流中的“流”,既包括常伴随交换而发生的商品流动,又包括生产中的物料移动。物流中的“流”是物品从供应地向接收地的实体流动过程,供应地与接收地可能是全球性的,也可能是区域性的;流动过程可能很短、很简单,也可能很长、很复杂。

(3) 现代物流讲的是多功能要素一体化服务

现代物流服务是多功能要素的一体化服务,它涉及7个方面,即运输、储存、装卸搬运、包装、流通加工、配送、信息处理的一体化运作。

1.1.2 物流的功能要素

物流的功能要素指的是物流系统所具有的基本能力,以及对这些基本能力进行有效的组合,从而形成物流的总体功能,以实现物流的最终经济目标。物流有以下功能要素:

1) 包装

包装是指为在流通过程中保护商品、方便运输、促进销售,按照一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物等的总体名称,也是指为了达到上述目的而采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动。无论是原材料或是产成品,在搬运输送以前都要加以一定程度的包装捆扎或装入适当容器,以保证完好地运送到生产者或消费者手中,所以包装被称为生产的终点,同时也是社会物流活动的起点。近代工业包装是以大量生产、大量消费背景下的商品流通为对象,逐渐朝着包装单位大型化、包装尺寸标准化、包装材料节省化等方向不断发展。



2) 装卸搬运

装卸搬运是指在同一地域范围内进行的、以改变物的存放状态和空间位置为主要内容和目的的活动。具体说,装卸是一种以垂直方向移动为主的物流活动,包括商品装入、卸出、分拣、备货等作业以及附属于这些活动的作业。搬运则是对物品进行的以水平方向移动为主的物流作业。装卸搬运是对运输、保管、包装、流通加工等物流活动进行衔接的必要物流活动,它本身并不产生效用和价值,但在物流各项活动中出现频率最高,对劳动力的需求量大。因此,装卸活动效率的高低,直接会影响到物流整体效率。从物流发展的角度来看,装卸搬运日益使用设备来代替人力,机械化程度不断提高。

3) 运输

运输是使物品发生场所、空间移动的物流活动,主要有铁路运输、公路运输、水上运输、航空运输和管道运输等5种基本运输方式。运输是物流活动最重要的要素,创造物品的空间效用,解决物品在生产地点和需要地点之间空间转移问题,满足社会需要。通过运输活动,物流活动的各要素才能有机地联系起来,物流活动的目标也才能得以实现。在物流成本中,运输费用所占的比重最大。根据《中国物流发展报告(2007—2008)》的统计,2007年我国的运输费用为24 708亿元,占当年我国物流总费用的54.4%。从欧、美、日等发达国家的情况看,运输费用一般也都会占到物流总费用的1/3以上。可以说,运输活动的合理化对于物流活动整体的成功运作至关重要。

4) 仓储

仓储,也称保管,是指保护、管理、储藏物品,在物流系统中起着缓冲、调节和平衡的作用,是物流的另一个中心环节。通过调整供给和需求之间的时间间隔,产生时间效用,促使经济活动的顺利进行。在生产过程中,原材料、在制品和半成品需要在相应的生产流程之间有一定的储备,作为生产流程之间的缓冲,以保证生产的连续进行。产成品从生产领域进入消费领域之前,往往也要在流通领域停留一定时间。相对过去强调商品价值维持或存储目的的长期仓储,如今的存储更注重为了实现配合销售政策的流通目的而从事的短期仓储。仓储的主要设施是仓库,在基于物品出入库信息的基础上进行库存管理,节约仓储费用。根据《中国物流发展报告(2007—2008)》的统计,2007年我国物流中的保管费用为14 943亿元,占当年我国物流总费用的32.9%。从欧、美、日等发达国家的情况看,保管费用一般也都会占到物流总费用的1/4左右。

5) 流通加工

在流通过程中,辅助性的加工活动称为流通加工。辅助性的加工活动是指施加包装、分割、计量、分拣、组装、价格贴付、标签贴付、商品检验等简单作业。流通与加工本



不相干,加工是改变物质的性质和形状而形成一定产品的活动,流通却是改变物质的时间状态与空间状态。流通加工则是为了弥补生产过程中加工的不足,更有效地满足用户或本单位的需要,使供需双方更好地衔接,将这些加工活动放在物流过程中完成,而成为物流的一个重要的组成部分。流通加工是生产加工在流通领域中的延伸。流通加工作为提高商品附加价值、促进商品差别化的重要手段之一,其重要性越来越突出。

6) 配送

配送是指在经济合理区域范围内,按客户的订货要求,在配送中心进行分货、拣选、加工、包装、配货工作,并将配好的货物按时交收货人的物流活动。配送是物流中一种特殊的、综合的活动形式,是商流与物流的紧密结合。随着物流需求的多元化,多品种、小批量物流被认为是现代物流的重要特征,因此对货物配送的质量要求也越来越高。做好配送工作是保证高质量物流服务的重要环节,应该贯彻“及时、准确、经济、安全”的基本原则。

7) 信息

信息是指能够反映事物内涵的知识、资料、信息、情报、图像、数据、文件、语言、声音等。物流信息是物流活动中各个环节生成的信息,如订发货数量、质量信息与物流计划信息、调度信息、费用信息、生产信息、市场信息等,它为合理地组织物流活动提供了可能性。物流信息和运输、仓储等各个环节都有密切关系,在物流活动中起着神经系统的作用。为保证物流活动的可靠性和及时性,物流信息的采集、存储、加工和传播必须广泛利用计算机技术和网络技术。

物流活动是由运输、仓储、装卸搬运、包装、流通加工、物流信息等要素组成的。物流活动的效益并不是它们各个要素效益的简单相加,因为各要素的效益之间存在相互影响、相互制约的关系,也就是存在效益背反现象。如片面追求低库存成本,会使配送、运输的次数和成本大幅增加;过分强调包装材料的节约,则因其易于破损可能给装卸搬运作业带来麻烦。把物流活动看成一个整体,追求全局效益最佳,这是现代物流管理的最基本的理念和根本目标。

1.1.3 物流与商流、生产的关系

1) 物流与商流的关系

商品从生产领域到消费领域的转移过程,称为商品流通。在这个过程中,有两个方面的活动,一是商品价值的转移,即商品所有权的更迭问题;另一个是商品使用价值的转移,



即解决商品从生产地转移到使用地的流转过程。把前者称为商流,把后者称为物流。

在商品经济发展的初期,商流和物流常常是统一的,即商流活动与物流活动是同步进行的。在商流发生之后,即所有权的转移达成交易之后,货物必然要根据新货主的需要同步进行转移,这就导致相应的物流活动出现。在工商企业与外部发生联系的商品流转环节,主要是商品购进和销售。如果双方是以现金、现货进行交易,那么商流与物流是紧密结合的。在中小额、零星的商品交换活动中,一手钱、一手货的情况下,商流和物流会始终结合在一起,商品随着客户购买而被带走,这也是商流与物流统一的表现。也就是说,有了商流,才有物流;没有物流,商流也无法实现。商流是物流的先导,物流是实现商流的物质基础。

当商品经济发展到一定阶段,商流和物流常常是分离的,即商流活动与物流活动不是同步进行的。究其根本原因,是因为随着商品经济的发展,商品流通的基础——商流与物流日益专业化,相对独立性逐渐显现出来,两者逐渐分离,在运动渠道、运动形态等方面也不相同。商流一般要经过一定的经营环节来进行业务活动,而物流则不受经营环节的限制,它可以根据商品的种类、数量、运输要求条件、交货条件等,尽可能以最短的路线和最低的成本,按时、按质、保量地送到客户手中。目前,商流与物流结合在一起的情况虽然仍然存在,但已不是主流。典型的商流与物流分离的情形有:商品购销方式引起的商流与物流分离,如预购是商流在前、物流在后的商物分离形式;赊销和分期付款是物流在前、商流在后的商物分离形式。结算程序引起的商流与物流分离形式,如采用“信汇”、“电汇”进行商品交换结算方式是一种商流在前、物流在后的商物分离形式;采用“托收承付”进行商品交换结算方式是一种物流在前、商流在后的商物分离形式。商流环节多于物流环节导致的商流与物流分离,如直线供货曲线结算。物流环节多于商流环节导致的商流与物流分离,如一次交易的商品由于交通条件的限制多次转运;只有商流而没有物流的特殊商品,如房屋建筑物等不动产交易。

总之,商流和物流是商品流通活动中不可分割的两个方面,它们既相互依存、相互联系、缺一不可,又相互独立。物流的畅通无阻能使商品源源不断地送到消费者手中,而商流搞活了,能加速物流的速度。

2) 物流与生产的关系

在企业的生产过程中,按照制造工序逐步将原材料加工成半成品,甚至是产成品。生产车间的机器设备的位置一般是固定的且呈孤岛状分布。为了保证生产的连续进行,被加工的物料必须依赖于运输车辆、起重机械、搬运机械或人力,才能运送到各个生产车间。物料在生产车间之间的运动就是物流活动,它为生产的连续性提供保障。

不同的生产力水平的发展,对物流的要求不同。在生产力水平很低的时代,产品数量少,生产节奏慢,物流量小,生产对物流系统没有严格要求,物流只是作为生产加工的附属活动而存在的。但随着技术的发展,物流活动的水平也在逐步提高,各种物流机

械,如起重机、运输车辆等,也在不断地改进和发展。20世纪50年代进入了大批量生产时代,加工设备专用化加强,普遍采用了自动化程度较高的流水生产线。由于产品数量急剧上升,生产规模越来越大,对物流系统也提出了更高的要求,物流系统化、现代化被提到日程上,物流技术得到进一步的发展。当代社会需求的特点是多样化、个性化,生产类型向多品种、小批量方向发展,生产加工设备也从专用加工设备的流水生产线,转向采用具有多功能的加工中心的柔性加工系统,生产中的物流系统为了适应这种变化也趋向柔性化。

物流状况对生产环境和生产秩序起着决定性的影响。在生产空间中,生产车间的机器设备处于固定位置,只要机器设备能正常运转,就不会对生产产生干扰;而物流在生产空间中始终是处于运动的状态,物流路线纵横交叉、上下升降,形成了遍布生产空间的立体动态网络。物流路线不合理,运行节奏不协调,都会造成生产秩序的混乱。物流活动不正常,物流系统中物料堆放不规则,也将对生产环境造成影响。因此,一个企业的物料状况是最能体现其管理水平高低的标志。

随着经济全球化,市场竞争日趋激烈,单个企业不可能影响产品价格,产品价格完全是市场供求关系作用的结果。由于产品价格受到市场竞争机制的限制,从企业内部挖掘潜力、降低成本,是企业面临的最重要的课题之一。物流成本在生产成本中往往占有很大比重,而物流对许多企业来说还是未曾开发的领域。通过降低物流成本来降低生产成本,向物流要效益,是现代企业的必然选择。

1.2 物流的价值与分类

1.2.1 物流的价值

1) 物流的时间价值

物品从供给者到需要者之间有一段时间差,改变这一时间差创造的价值就是时间价值。时间价值通过物流获得的形式有以下几种:

(1) 缩短时间创造价值

缩短物流时间,可获得多方面的好处,如减少物流损失、降低物流消耗、增加物的周转、节约资金等。这个时间越短,资本周转越快,表现出资本的较高增值速度。现代物流管理着重研究的一个课题,就是如何采取技术的、管理的、系统的方法来尽量缩短物



流的宏观时间和有针对性地缩短微观物流时间,从而取得高的时间价值。加快物流速度,缩短物流时间,是物流必须遵循的一条经济规律。

(2) 弥补时间差创造价值

经济社会中,需要和供给普遍地存在着时间性差。例如,粮食是集中产出的,但是人们天天都要消费,因而供给和需求之间出现时间差;化肥厂一旦点火,生产就必须连续进行,每时、每天都在生产产品,但是其消费却带有一定时间间隔的集中性,这也出现了时间差;凌晨磨制的鲜豆浆在上午出售,前日采摘的菜、果在次日出售,等等,都说明供给与需求之间存在时间差。可以说,这是一种普通的客观存在,正是有了这个时间差,商品才能取得自身最高价值,才能获得十分理想的效益。但是商品本身是不会自动弥补这个时间差的,如果没有有效的方法,集中生产出的粮食除了当时的少量消耗外,就会损坏掉、腐烂掉,而在非产出时间,人们就会找不到粮食吃。物流便是以科学的、系统方法弥补,有时是改变这种时间差,以实现其“时间价值”。

(3) 延长时间差创造价值

在某些具体物流活动中,存在人为能动地延长物流时间来创造价值的。例如,配合待机销售的物流,便是一种有意识地延长物流时间从而增加时间差来创造价值的。

2) 物流的场所价值

供给者和需求者之间往往处于不同的场所,物品从供给者到需求者之间有一段空间差,改变这一场所的差别而创造的价值就是场所价值。物流创造场所价值是由现代社会产业结构、社会分工所决定的,主要原因是供给和需求之间的空间差,商品在不同地理位置有不同的价值,通过物流将商品由低价值区转到高价值区,便可获得价值差,即“场所价值”。该价值有以下几种具体形式:

(1) 从集中生产地流入分散需求地创造场所价值

现代工业生产的主要特点是通过集中的、大规模的生产以提高生产效率和降低成本,在一个企业集中生产的产品可以覆盖大面积的需求地区,甚至在全球销售。通过物流将产品从集中生产的低价位区转移到分散于各处的高价位区,有时可以获得很高的利益。例如,现代生产中汽车等产品生产往往是以百万辆以上密集于一个地区出产,需要通过物流将它们分散到需求地区。这样物品从一个生产地流入多个需求地,可以创造出物流的场所价值。

(2) 从分散生产地流入集中需求地创造场所价值

这种情况在现代社会中也不少见,例如一个大汽车制造厂的零配件是由众多的分布在各地的供应商生产的,但却集中在一个大厂中装配,就形成了分散生产和集中需求。这样物品从多个生产地流入一个需求地,可以创造出物流的场所价值。

