

职业 教育 规划 教材

现代物流基础

沈 鸿 主编



化学工业出版社

职业教育规划教材

现代物流基础

沈 鸿 主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书较全面地介绍了现代物流管理的基础知识,包括物流管理概述、采购、运输与装卸、配送、物流营销、物流客户服务与关系管理、物流成本、第三方物流(第四方物流)、供应链管理、物流信息系统、国际物流等内容。

本书体例格式新颖、内容针对性强,书中运用许多图表详加说明,内容中间穿插有相关的知识链接,并列举了丰富的企业实际案例,既增加了趣味性又扩大了读者的视野。本书内容深入浅出、涉及面广、适用性强,立足培养和提高岗位职业能力,对于理论性内容则遵循够用原则。

本书可作为职业院校物流专业的专业基础教学用书,也可作为其他专业普及物流知识的培训教材,还可供各类企业管理人员自学、参考。

图书在版编目(CIP)数据

现代物流基础/沈鸿主编. —北京:化学工业出版社, 2009.5
职业教育规划教材
ISBN 978-7-122-05172-1

I. 现… II. 沈… III. 物流-专业院校-教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 043289 号

责任编辑:高 钰

文字编辑:李 曦

责任校对:凌亚男

装帧设计:于 兵

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 装:大厂聚鑫印刷有限责任公司

787mm×1092mm 1/16 印张 14½ 字数 387 千字 2009 年 6 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:25.00 元

版权所有 违者必究

前 言

随着市场经济的不断发展和经济全球化的特征不断凸显，作为“第三利润源泉”的现代物流已经得到越来越广泛的应用，这对于加快企业发展、优化资源配置、提高经济效益具有十分重要的意义。

本书在借鉴和吸收国内外物流管理理论、供应链管理理论的最新研究成果的基础上，密切结合我国物流业发展现状，并根据职业学校学生的实际水平，深入浅出地介绍物流管理基础知识。我们力求做到：在内容上注重与培养职业能力紧密结合，与岗位实际要求紧密结合，符合国家对技能型人才培养的目标；在形式上明晰条理，附以图表；每章内容前概括性介绍该章的学习要点，内容中间穿插有拓展思路的知识链接，每章后进行本章内容小结、思考与练习；正文之余每章均设有来自物流行业一线的实际案例分析。考虑到职业技术学院的教学实际，在编写中尽量避免冗长繁杂的理论原理，注意职业性与实用性的结合、趣味性与知识性的结合、基础性与拓展性的结合。希望我们的努力能使各类读者有所收获。

本教材具有较强的应用性，内容通俗易懂，可作为职业技术学院物流专业的专业基础教学用书，也可作为其他专业普及物流知识的培训教材，还可作为各类企业管理人员自学用书、参考用书。

参加本书编写工作的人员有：沈鸿（编写第一章、第十章）、王晓雁（编写第二章、第十一章）、汪蕴慧（编写第三章至第五章）、朱志雄（编写第六章至第八章）、秦国萍（编写第九章、第十二章）。全书由沈鸿主编，上海市教委物流课程标准专业组也给予了积极支持，在此一并表示感谢。

本书在编写过程中参阅了国内外相关的论著和资料，借鉴了众多学者的研究成果，对相关作者谨表谢意！

限于编者水平，同时现代物流业发展变化迅捷，疏漏、欠妥之处请读者批评指正。

编者
2009年2月

目 录

第一章 物流管理概述	1
第一节 物流的概念	1
一、物流概念的形成	1
二、物流定义的表述	2
三、对物流的几种主要认识	2
第二节 物流的分类	3
一、按物流研究范围的大小分类	3
二、按物流活动的地域范围分类	4
三、按物流系统性质分类	4
四、按物流业务活动的性质分类	4
五、从物流作业实施者的角度分类	5
六、按物流所涉及的领域分类	6
第三节 物流管理	6
一、物流管理的作用	6
二、物流管理的目标、范围和层次	9
三、物流管理的具体内容	11
第四节 物流管理的发展	12
一、物流管理发展的三个阶段	12
二、影响物流管理发展演变的因素	13
三、中国物流管理的发展	15
四、物流管理的发展趋势	16
第二章 采购	21
第一节 采购概述	21
一、采购的概念	21
二、采购的分类	22
三、采购的作用	25
第二节 采购的基本流程和原则	25
一、采购的基本流程	25
二、采购的基本原则	27
第三节 采购合同	28
一、采购合同的概念	28
二、采购合同的特征	28
三、采购合同的组成	28
四、采购合同的订立	30
第四节 国际采购	32
一、国际采购的定义	32
二、国际采购的原因	33
三、国际采购的特点	34
四、国际采购的程序	34
第三章 运输与装卸	40
第一节 运输概述	40
一、运输的概念	40
二、运输的地位	40
三、现代运输四要素	41
第二节 运输的基本方式	42
一、铁路运输方式	42
二、公路运输方式	44
三、水路运输方式	47
四、航空运输方式	48
五、管道运输方式	49
六、联合运输	50
七、集装化系统的应用	51
第三节 装卸搬运	52
一、装卸搬运的概念	52
二、装卸搬运的种类	53
三、装卸搬运合理化的原则	54
第四节 运输成本与运价	56
一、运输成本	56
二、运价	57
第四章 仓储、加工、包装	60
第一节 物流仓储	60
一、仓储的基本概念	60
二、仓储的分类	63
三、仓储作业组织	63
四、仓储设备	64
第二节 流通加工	69
一、流通加工的概念	69
二、流通加工的目的	70

三、流通加工的类型	70	二、货物包装种类	75
四、流通加工中心的布局	72	三、包装容器技术	76
第三节 物流包装	73	四、改善包装的方法	78
一、包装在物流中的地位与作用	73		
第五章 配送	82		
第一节 配送概述	82	三、市区配送服务体系构建	84
一、配送的定义	82	四、城市配送技术	85
二、配送在物流中的地位	82	第三节 配送中心	86
三、配送功能要素	83	一、配送中心的效益来源	86
第二节 城市配送	84	二、配送中心的基本流程	87
一、城市配送的前景	84	三、降低配送成本的策略	89
二、城市配送的特点	84		
第六章 物流营销	93		
第一节 物流营销概述	93	二、物流市场细分	99
一、物流营销的基本概念	93	三、物流目标市场策略的选择	101
二、物流营销的特点和原则	93	四、物流市场定位	101
三、物流营销活动的内容与方法	94	第四节 物流营销策略	102
第二节 物流营销环境分析	95	一、物流产品策略	102
一、物流营销环境	95	二、物流定价策略	104
二、物流营销环境分析方法	97	三、物流渠道策略	106
第三节 物流市场分析	98	四、物流促销策略	108
一、物流市场调研与预测	98		
第七章 物流客户服务与关系管理	114		
第一节 物流客户服务概述	114	一、物流客户服务的内容	118
一、物流客户服务的定义和特性	114	二、物流客户服务分类	119
二、物流客户服务的重要性	115	三、物流客户服务的工作流程	120
第二节 物流客户服务要素	115	第四节 物流客户服务水平和绩效评价	122
一、交易前要素	116	一、物流客户服务水平	122
二、交易中要素	116	二、物流客户服务绩效评价	123
三、交易后要素	117	第五节 物流客户关系管理	125
第三节 物流客户服务的内容和工作 流程	118	一、物流客户关系管理的含义与特点	125
		二、物流客户关系管理的内容与实施	126
第八章 物流成本	132		
第一节 物流成本概述	132	二、物流成本核算的作业成本法	138
一、物流成本的概念	132	第三节 物流成本控制	144
二、物流成本的特点和影响因素	132	一、物流成本控制的含义和原则	144
三、物流成本的构成	134	二、物流成本控制的种类和程序	145
四、物流成本的分类	135	三、物流成本控制的主要方法	145
第二节 物流成本核算方法	137	四、降低物流成本的途径	148
一、物流成本核算的传统方法	137		
第九章 第三方物流	153		
第一节 第三方物流概述	153	三、第三方物流的服务内容	155
一、第三方物流的基本概念	153	四、第三方物流企业的类型	155
二、第三方物流的特点	154	五、第三方物流的作用	155

第二节 第三方物流的运作模式	156	一、我国第三方物流的现状	159
一、传统外包型物流运作模式	156	二、我国第三方物流的发展模式	160
二、战略联盟型物流运作模式	156	三、我国第三方物流的发展趋势	161
三、综合物流运作模式	156	第五节 第四方物流	161
第三节 第三方物流的利益来源和价值		一、第四方物流的概念	161
创造	157	二、第四方物流产生的背景	161
一、第三方物流的利益来源	157	三、第四方物流的特征与作用	162
二、第三方物流的价值创造	157	四、第四方物流与第三方物流的联系与	
第四节 我国第三方物流的现状与发展		区别	163
趋势	159	五、我国发展第四方物流的思路	164
第十章 供应链管理	166		
第一节 供应链	166	一、快速反应	175
一、供应链的概念	166	二、有效客户反应	176
二、供应链的类型	167	三、协同计划、预测和连续补货系统	177
第二节 供应链的结构与设计	168	四、企业资源计划	181
一、供应链的框架结构	169	第五节 供应链战略的影响	183
二、供应链的网链结构	169	一、以“强-强”合作奠定贸易合作关系	
三、供应链设计	170	基础	183
第三节 供应链管理	171	二、以主导企业领导供应链体系	184
一、供应链管理的概念	171	三、以快速反应和柔性化服务形成市场	
二、供应链管理的基本特点	171	优势	184
三、供应链管理的内容	172	四、以共同利益协调供应链行动	184
四、实施供应链管理的意义	174	五、以需求的集中性寻求供应链更紧密的	
第四节 典型的供应链管理方法	175	联系	184
第十一章 物流信息系统	188		
第一节 物流信息概述	188	三、物流信息系统设计原则	193
一、物流信息的概念	188	四、物流信息系统开发的步骤	194
二、物流信息的特点	189	五、常用的物流信息系统开发方法	195
三、物流信息的分类	190	第三节 物流信息系统的应用	201
第二节 物流信息系统	191	一、第三方物流信息系统	202
一、物流信息系统的概念	191	二、销售时点信息系统	205
二、物流信息系统的作用	192	三、电子订货系统	206
第十二章 国际物流	210		
第一节 国际物流概述	210	一、国际采购业务	218
一、国际物流的概念	210	二、国际商品包装	219
二、国际物流的特点	210	三、国际商品储存保管	219
三、国际物流的分类	211	四、国际商品装卸与搬运	220
四、国际物流的发展阶段和趋势	211	五、国际物流中的流通加工	220
第二节 国际物流与国际贸易	213	六、国际物流运输业务	220
一、国际物流与国际贸易的关系	213	七、国际商品检验检疫	221
二、国际贸易术语及其选用	215	八、国际商品的通关	222
第三节 国际物流的主要业务	218		
参考文献	225		

第一章 物流管理概述

【本章学习要求】

1. 熟悉物流的概念和对物流的基本认识。
2. 熟悉物流的分类。
3. 熟悉物流管理的作用。
4. 了解物流管理的发展过程和发展趋势。

第一节 物流的概念

一、物流概念的形成

物流是一种古老而又平常的活动，自从人类社会有了商品交换，就有了物流活动（如仓储、运输、装卸搬运等）。

物流概念的产生经过了一个漫长而曲折的过程。20 世纪初，一些发达的资本主义国家出现生产过剩与需求相对不足的经济危机，市场竞争的加剧使人们开始关注分销工作，萌发了物流的概念。1915 年美国营销学者阿奇·萧（A. W. Shaw）在《市场分销中的若干问题》一书中，首次提出了“physical distribution”（缩写 PD）的概念，有人将它译成“实体分销”，也有人译成“物流”。后来，美国另一位营销学者克拉克（F. E. Clerk）于 1924 年在《市场营销原理》一书中也使用了物流概念。

物流作为一门科学，从系统的观点进行研究是近几十年来的事。第二次世界大战期间，由于前线变动很快，出现了如何组织军需品的供给；各供应基地、中转基地、前线供应点如何合理分配；如何确定最优的运输路线等问题，于是美国军队围绕战争期间军需物资的供应建立了现代军事后勤（logistics），即对战略物资的生产、采购、运输、仓储、配送等进行全过程的管理，形成了一门“后勤管理”（logistics management）学科。对这一系列问题的研究导致了现在的物流学科的出现。战后，“后勤管理”理论在很多经济活动中被引用，所以，至今欧美国家还广泛地把物流学称为“后勤学”，并在定义物流概念时更多地使用 logistics 而不是 physical distribution。

20 世纪 50 年代中期，日本流通技术考察团在考察美国物流业时引入了物流概念，大大推动了日本对物流的研究。到了 1965 年，“物流”一词已被日本理论界和产业界普遍接受，并将其解释为“物的流通”、“实物流通”的简称。



知识链接

美国现代物流发展状况

美国是最早提出“物流”概念并将其付诸实践的国家之一。1927 年 R. Borsodi 在“流通时代”一文中首次用 logistics 来称呼物流。1946 年美国正式成立了全美运输物流协会

(American Society of Traffic Logistics)。1963年,美国成立了国家实物配送管理委员会(National Council of Physical Distribution Management)。

20世纪90年代,电子商务在美国如火如荼地发展,电子商务交易额中80%是商家对商家(B2B)交易。1999年美国物流电子商务的营业额达到了80亿美元以上。

目前,美国物流产业的规模约为9000亿美元,几乎为高技术产业的2倍之多,占美国国内生产总值的10%以上。全球物流产业规模近4万亿美元;美国物流活动占制成品成本的15%~20%。

二、物流定义的表述

物流是指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(《中华人民共和国国家标准物流术语》)。

物流的定义可以从以下四个方面理解。

第一,物流是物品物质实体的流动,物流只实现物品物质实体的转移,而不发生物品所有权的转移。

第二,物流是一种满足社会需要的经济活动,反之则不属于物流范畴。

第三,物流包括空间位移、时间变动和形状、性质变动,从而创造物品空间、时间和形态效用。

第四,有物品就有物流,因而物流具有普遍性。

物流是由“物”和“流”两个基本要素组成的。

物:是指物质资料世界中同时具备物质实体特点并可以进行物理性位移的那一部分物质资料,如物资、物品、商品、原材料、零部件、半成品等。《中华人民共和国国家标准物流术语》规定:物流业中的“物”的标准用语为“物品”。在不同场合下人们也可以用物资、物料、货物、商品等表示。

流:泛指物质的一切运动形态,是以地球为参照系,相对于地球而发生的物理性运动,称之为“位移”。这种“位移”既包括空间的位移,又包括时间的延续;可以是宏观的流动,如洲际、国际之间的流动,也可以是同一地域、同一环境中的微观运动,如一个生产车间内部物料的流动。物流既存在于流通领域,也存在于生产领域;“流通”的物理性运动的部分和生产中的“流程”都可以视为物流中“流”的范围。

三、对物流的几种主要认识

由于物流是一门发展中的新兴学科,人们对它的认识还在不断地修正和完善之中。下面介绍几种典型的对物流的认识。

1. 物流的“第三利润源”说

1970年,日本早稻田大学教授西泽修最早提出了“第三利润源”学说。在人类历史发展过程中,物资领域(劳动对象)和人力领域(劳动者)曾成为两个大量提供利润的领域,但随着经济发展和竞争,前两个利润源潜力越来越小、利润开拓越来越困难。物流领域的潜力逐渐被人们所重视,成为“第三利润源”。

2. 物流的“黑暗大陆”说

1962年,管理大师德鲁克在《财富》杂志上发表的《经济的黑暗大陆》一文中指出:在消费者支付的商品价格中,约50%是与商品流通有关的费用,所以物流是降低成本的最后领域。但是,由于在流通领域中物流活动存在着相当的模糊性,因而成为人们认识不清的领域,所以“流通是经济领域里的黑暗大陆”。“黑暗大陆”说法现在主要针对物流活动:就成本而言,物流是“经济的黑暗大陆”;就利润而言,物流是“一块未被开垦的处女地”。

3. 物流“冰山”说

西泽修教授在研究物流成本时发现：现行的财务会计制度和会计核算方法都不可能掌握物流费用的实际情况，因而人们对物流费用的了解是一片空白，甚至有很大的虚假性——就像冰山一样，大部分沉在水面之下，露出水面的只是很少的一部分。物流费用、成本中的大部分像沉在水面以下的冰山，我们看不到，但却有很大的挖掘潜力。

4. 物流的“商物分离”说

任何物品的流通都是由商流、物流、信息流和资金流四个方面构成的有机整体。“商物分离”，是指商（产）品流通中存在按照各自规律和渠道独立运动的商业流通和实物流通两个组成部分。两者在同一个流通过程中同时发生，如同一个事物的两个方面，既相互依存，又相互区别。商流是指物品在流通中发生的、必须经过一定的经营环节、由买卖关系所引起的所有权转移的关系；物流是指物品在时间上或空间上发生的物理性移动过程，它体现的是物品移动的交通运输条件，储存、加工或保管的方式等与速度、距离、费用最佳结合的关系。

5. 物流的“效益背反”说

“效益背反”是指在物流的若干功能要素之间，存在着损益关联的矛盾，即某一功能要素的优化和利润产生的同时，必然会存在其他功能要素利益的损失和利润的减少，反之也是如此。例如，空运节省了时间，但增加了运输成本；节约了包装费用，但降低了产品的防护效果，可能导致储存、装卸、运输等方面效益的降低。

6. 物流“服务中心”说和物流“战略”说

前者特别强调物流服务保障的职能，认为物流活动最大的作用并不在于为企业减少了消耗、降低了成本或增加了利润，而在于提高了企业对用户的服务水平，从而提高了企业的竞争能力。后者认为，物流是企业发展的战略而不是一项具体的操作性任务。因此物流管理应注重整体效益，而不仅仅是局限于物流的某个环节。两种学说都是站在宏观背景下，用系统的观点来分析、看待物流现象，而不拘泥于技术、业务层面。

第二节 物流的分类

物流活动在社会经济领域中无处不在。由于各个领域的物流对象、系统作用、活动空间范围和活动性质的差异，形成了不同的物流类型。我们可以从以下几个方面对物流进行分类。

一、按物流研究范围的大小分类

1. 宏观物流

宏观物流是指从社会再生产总体角度认识和研究的物流活动。宏观物流还可以从空间范畴来理解，是在很大空间范畴内进行的、带有宏观性的物流活动。宏观物流研究的主要内容是：物流总体构成、物流与社会关系在社会中的地位、物流与经济发展的关系、社会物流系统和国际物流系统的建立和运作等。

2. 中观物流

中观物流是社会再生产过程中的区域性物流，它是从一定区域的经济社会角度来认识和研究的。其空间位置一般较大，如一个国家的特定经济区物流，特定经济区域的物流——城市物流等。

3. 微观物流

微观物流是带有具体性和局部性的物流。企业所从事的实际的、具体的物流活动属于微观物流。在宏观或中观物流活动之中的一个局部、一个环节的具体物流活动也属于微观

物流。

二、按物流活动的地域范围分类

1. 国际物流

国际物流是指不同国家（地区）之间的物流（《中华人民共和国国家标准物流术语》）。国际物流是现代物流系统中发展很快、规模很大的一个物流领域。随着经济全球化进程的加快，国家与国家之间的经济交流越来越频繁，国家之间、洲际之间的原材料与产品的流通越来越发达。不置身于国际经济大协作的交流之中，本国的经济技术便很难得到良好的发展。因此，国际物流的研究已成为物流研究的一个重要分支。

2. 区域物流

区域物流指在一定区域内的物流活动。相对于国际物流而言，区域物流是一个国家范围内的物流、一个城市范围内的物流，其依据的法规体系、社会文化因素影响相同，所处的科技和装备水平也基本相当。区域物流可以有不同的划分原则。可以按经济圈划分，如：苏（州）（无）锡常（州）经济区，黑龙江边境贸易区等；可以按地理位置划分，如：长江三角洲地区，河套地区等。不同地域的物流活动层次不同，具有不同的特点，应根据区域的特点研究区域物流，以提高当地的物流效率，降低物流成本、促进经济发展。

当前我国区域物流的研究重点是如何发展好三个经济圈的区域物流并最终带动全国物流的大发展。这三个经济圈物流是：以北京、天津为首的首都经济圈物流；以上海为龙头的长江三角洲经济圈物流；以广州、深圳、珠海为中心的珠江三角洲经济圈物流。

三、按物流系统性质分类

1. 社会物流

社会物流是指企业外部的物流活动的总称（《中华人民共和国国家标准物流术语》）。这种物流社会性很强，往往是由专门的物流承担人承担，其范畴是社会经济的整个领域。社会物流伴随商业活动（贸易）而发生，物流的过程和所有权的更迭是相关的。当前物流科学的研究重点之一就是社会物流。社会物资流通网络分布的合理性、渠道的畅通性对国民经济的运行有至关重要的影响，必须采用先进的技术手段进行科学管理和有效控制，才能保证社会物流系统高效能、低成本地运行，才能产生巨大的经济效益和社会效益。

2. 行业物流

行业物流是指同一行业中内部发生的物流活动。行业物流往往促使行业中的企业互相协作，共同促进行业的发展。例如日本的建筑机械行业，提出了行业物流系统化的具体内容：建筑机械零部件共用物流中心；实行集约化公共配送；建立技术中心以共同培训操作人员和维修人员等。目前，国内许多行业协会正在根据本行业的特点，提出自己的行业物流系统化标准。

3. 企业物流

企业物流是指企业内部物品实体流动（《中华人民共和国国家标准物流术语》）。根据物流活动发生的先后次序，可以将企业的物流活动划分为供应物流、生产物流、销售物流和回收与废弃物物流等几个部分，企业的物流运作可以分为管理层、控制层和作业层3个层次。

四、按物流业务活动的性质分类

1. 供应物流

供应物流是指为生产企业提供原材料、零部件或其他物品时，物品在提供者与需求者之间的实体流动（《中华人民共和国国家标准物流术语》）。供应物流不仅要求能及时保证所供应物品的数量与质量，而且要求以最低成本、最少消耗、最大的保障度来组织供应物流活动。

2. 生产物流

生产物流是指生产过程中，原材料、在制品、半成品、产成品等在企业内部的实体流动

(《中华人民共和国国家标准物流术语》)。这种物流活动伴随着整个生产工艺过程,实际上已构成了生产工艺过程的一部分。生产物流合理化对工厂的生产秩序、生产成本有很大的影响。生产物流均衡稳定,可以保证在制品的顺畅流转、减少在制品库存、缩短生产周期、保证设备负荷均衡。生产物流研究的核心问题是如何对生产过程的物流和信息流进行科学的规划、管理与控制。

3. 销售物流

销售物流是指生产企业、流通企业出售商品时,物品在供方与需方之间的实体流动(《中华人民共和国国家标准物流术语》)。销售物流带有很强的服务性,它从商品出厂开始直到将商品送达用户手中并经过售后服务为止,具有包装、配货、运送等一系列物流环节。销售物流的研究领域相当广泛,要研究包装水平、送货方式、运输路线、批量、批次、时间等各种物流因素。

4. 回收物流

回收物流是指不合格物品的返修、退货以及周转使用的包装容器从需方返回到供方所形成的物品实体流动(《中华人民共和国国家标准物流术语》)。任何企业或多或少都会存在不合格物品的返修和退货问题,在生产消费和生活消费过程中还会产生各种可再利用的包装物品,如包装箱、瓶罐筐类容器、各种集运托盘等;又如在生产及流通活动中有一些材料是可以回收并再加以利用的,如纸类、化工类、金属类的废弃物具有良好的再生性,可以回收重新加工成为有用的原材料。这些物品从需方返回供方是需要伴随物流活动的,回收物流品种繁多,流通渠道也不规则,因此管理和控制的难度较大。

5. 废弃物物流

废弃物物流是指将经济活动中失去原有使用价值的物品,根据实际需要进行收集、分类、加工、包装、搬运、储存等,并分送到专门处理场所时所形成的物品实体流动(《中华人民共和国国家标准物流术语》)。在生产消费和生活消费过程中都会产生一定数量的废弃物,如开采矿山时产生的土石,炼钢生产中的钢渣,工业废水,以及其他一些无机垃圾等,对这部分废弃物处理过程中所产生的物流活动就形成了废弃物物流。废弃物物流没有经济效益,但是具有不可忽视的社会效益。如果处理不当,往往会影响整个生产环境和生活环境。

五、从物流作业实施者的角度分类

1. 企业自营物流

企业自营物流是指生产制造企业自行组织的物流。一般来说,工业企业自营物流包含以下内容。

(1) 物流功能自备 很多传统企业拥有组织物流的条件,如:自备仓库,自备车队等,企业拥有一个自我服务的体系。

(2) 物流功能外包 一是将有关的物流服务委托给物流企业去做,即从市场上购买有关的物流服务,如由专门的运输公司负责原料和产品的运输。二是物流服务的基础设施为企业所有,但委托有关的物流企业来运作,如请仓储公司来管理仓库,或请运输企业来运作管理企业自有车队。

(3) 物流系统组织 企业自己既不拥有物流服务设施,也不设置功能性的物流职能部门,而是通过整合市场资源的办法获得相应的物流服务。包括供应链系统的设计、物流服务标准的制定、供应商和分销商的选择等。

2. 第三方物流

第三方物流是指由供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式(《中华人民共和国国家标准物流术语》)。第三方就是指提供物流交易双方的部分或全部物流功能的外部服务提供者。现代的第三方物流主要是指能够提供现代的、系统的物流服务的第三方的物流

活动。

六、按物流所涉及的领域分类

1. 军事物流

军事物流是指用于满足军队平时与战时需要的物流活动（《中华人民共和国国家标准物流术语》）。军事领域的物流概念是现代物流概念的来源。军事物流既有涉及分配、调度及各种购销活动的经济性共性要求，也有作为支持战争的后勤保障手段的个性要求。

2. 生产领域物流

物流的研究并非始于流通领域，而是始自生产领域。生产是商品流通之本，生产的顺利进行需要各类物流活动的支持。生产过程的原材料采购，生产的工艺流程，生产物资的回收，废弃物的处理都伴随有系列化的物流活动。

3. 流通领域物流

流通领域的物流是典型的经济活动，流通领域的购销、商业交易、管理与控制等活动与物流活动密不可分。电子商务所形成的企业对企业（B to B）、企业对消费者（B to C）的电子交易行为使物流主体更趋向于流通领域。

4. 生活领域物流

在生活消费领域也存在着物流活动，随着企业对消费者（B to C）电子商务的开展，物流在生活消费领域将发挥越来越重要的作用。

第三节 物流管理

物流管理是伴随物流活动同步存在的。随着物流业的发展，物流管理的内容、性质、范围也在不断发展之中。物流管理的概念因时因人而不断变化。1998年，美国物流管理协会（Council of Logistics Management, CLM）再一次对物流管理进行了重新定义，认为物流管理活动“是供应链活动的一部分，是为满足顾客需要对商品、服务及相关信息从产地到消费地的高效、低成本流动和储存而进行的规划、实施、控制过程。”

一、物流管理的作用

（一）物流管理在宏观经济活动中的重要作用

物流管理作为连接生产和消费不可缺少的重要环节，在社会经济活动中发挥着重要的作用。从社会发展的历程来看，商品经济越发达，市场范围越大，物流的重要性就越加突出。

传统观念认为，物流是生产和消费的中间传导环节，它受制于生产和消费，仅仅根据生产规模和消费需求提供服务。但随着现代物流效率的提高、新型物流方式的出现以及物流领域的重大变革，物流活动对生产和消费产生了巨大的推动作用，刺激了生产和消费的发展，创造了全新的经济运行模式。这对于企业的经营和社会经济的发展是至关重要的。

1. 物流是联系国民经济其他产业的纽带

物流产业是国民经济的基础产业，它将社会生产各个部门联结成为一个有机整体。任何一个国家的经济，都是由众多的产业、部门、企业组成的。这些企业互相依赖又互相竞争，形成极其错综复杂的关系。

商流和物流就是维系这些关系的纽带。商流是与商品的所有权转移相关的交易活动，通过买卖活动实现商品的价值，实现社会资源的合理配置，体现的是商品的社会属性。物流是紧随商流之后的商品的空间和时间的转移，通过物流活动实现商品的使用价值，实现社会资源的合理移动，体现的是商品的物理属性。

商流和物流从不同的侧面反映了社会经济活动中商品转移的全过程，把众多的不同类型的企业、复杂多变的产业部门、成千上万种产品联结起来，成为一个有序运行的国民经济

整体。

2. 物流的发展对国民经济生产规模、产业结构的变化具有制约作用

市场经济的运行客观上要求流通规模必须与生产发展的规模相适应,而流通规模的大小在很大程度上取决于物流效能的大小。例如,在铁路运输、水运和汽车运输有一定规模的前提下,煤炭、水泥等量大质重的产品才有可能大量生产、大量消费,这些商品的生产规模才有可能扩大;又如,鲜活、易腐的农产品只有在包装技术、储存技术、运输技术发展 to 一定程度时,才能进入更为广阔的市场和消费领域。

3. 合理的物流是提高全社会经济效益的重要源泉

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。由于技术水平的提高和内部管理的加强,工业企业在生产领域内降低成本的空间越来越小,而在生产领域以外的采购、运输、仓储、包装、配送等环节上却大有潜力。通过合理的物流活动,可以减少物资在流通环节中的损耗,使有限的资源发挥更大的效用;能够消除迂回、相向、过远等不合理运输,最大限度的节约运力;可以减少库存、加速周转、更充分地发挥现有物资的效用。通过合理的物流活动,生产所需要的原材料等生产资料从生产地适时、适量地运送到工厂;工厂生产的食品、日用品等生活必需品以及机械、电子电器等生产资料,从生产地源源不断地向使用者高效率地配送。这种顺畅的物流,保障了生产和消费的协调,使社会经济不断向前发展。

在当前中国经济的发展中,物流扮演着极为重要的角色。从宏观层面来看,全社会物流费用在国内生产总值(GDP)中所占的比重相当高,据专家估计要超过20%;从微观层面来看,不少企业还在实行“大而全,小而全”的经营体制,自己拥有仓库和运输车队,自己承担大部分物流业务活动,导致企业物流效率低下,小规模物流活动的成本居高不下。在全国工业生产中物流所占时间几乎为整个生产过程的90%,物流费用占商品总成本的比重,从账面反映为40%;同时由于缺乏科学的物流管理方法和技术,中间产品和产成品的库存过高、流动资金周转速度缓慢等问题也严重存在,2005年国有企业总资产周转率只有0.3次。由此我们可以认为:物流业在我国经济发展中有着重要的地位与作用,从企业物流到社会物流还有广阔的发展领域和相当大的发展空间,物流管理将在我国经济运行的各个层面发挥着越来越重要的作用。



知识链接

流动资金周转率

流动资金周转率是反映流动资金周转速度,即流动资金周转所用时间的指标。

流动资金周转率的表现方式一般用“周转次数”表示。其计算公式为:

$$\text{周转次数} = \text{周转额} / \text{流动资金平均占用额}$$

企业在一定时期内占用流动资金的平均余额越少,而完成的周转总额越多,表示流动资金的周转越快,周转次数越多,也就意味着以较少的流动资金完成了较多的生产任务。流动资金周转率除了用周转次数表示外,也往往用周转一次需要的天数来表示。因为在计划和核算工作中,通常总是以年度或季度为计划期或报告期的,而年、季的时间长度总是固定的。

(二) 物流管理在企业中的重要作用

随着物流研究与实践经验的进一步积累,人们对物流管理在企业中重要作用的认识也越来越深刻。物流管理在企业中的重要作用,主要体现在对产品价值的贡献、提升企业管理的水平、增强企业竞争力、提供企业经营决策的信息基础等方面。

1. 物流对产品价值的贡献

根据经济学的观点,如果一件产品或一项服务的价值被市场所认可,那么它必然会给消费者提供四种效用:形态效用、占有效用、时间效用、空间效用。也就是说,一件产品或一项服务必须要在特定的时间内、在特定的场合发挥其使用价值,体现其所有价值。

物流管理是使产品或服务发挥出上述四种效用的保障。在生产过程中为实现高价值产成品的形成需要对低价值的原材料进行生产、加工,其中的原材料采购,原材料、半成品的运输、储存、包装、配送等,都是物流活动的重要内容。同时,其价值的占有、商品所有权的让渡(如营销宣传、销售、收款、产成品配送)都伴随有物流活动。而在适当的时间将物品运送到适当的地点,更是物流活动的基本功能。

2. 物流对企业管理水平的提升

物流对企业管理水平有着非常明显的提升作用。传统观点认为,企业应具备经营与生产(运作)的基本职能。企业内部存在两个实现赢利目标的核心,即生产(运作)部门和营销部门。企业往往将生产(运作)部门涉及的物流活动视为技术体系的问题,将营销部门涉及的物流活动视为企业业务之外的活动。“第三利润源”的学说告诉我们,物流是企业增值活动的主要组成部分,也往往是企业竞争优势的核心来源。生产(运作)部门和营销部门都离不开来自物流管理部门的强有力的支持和配合,生产(运作)、营销与包含在一体化物流管理中的内部后勤、外部后勤、服务活动共同构成企业的基本活动。

生产、营销、物流管理三个职能部门所管辖的业务活动既各自分立,又有一定程度的交叉。

物流是营销业务要考虑的主要因素。例如,客户服务就包括将完好的产品为用户希望的时间、地点交付到用户手中,这恰恰就是物流管理的基本目标。同样,营销中的产品定价就是物流决策的关键影响因素。价格反映了企业对产品的市场定位,是选择运输方式、仓储模式、确定产品包装等的重要前提条件。反过来,物流成本又是产品定价的重要参考依据,运输成本往往是生产企业除原材料采购成本以外最大的单项成本,仓储、库存、包装的成本也都将直接影响到产品的定价。

生产管理中的很多因素(选址、生产安排、采购等)同时也是物流管理的重要内容。生产安排决定了生产周期、产能,也决定了对原料、半成品、产成品的管理;采购影响了设备、批量、工艺,也直接影响运输方式、库存等管理决策。

物流管理对企业的生产(运作)部门和营销部门的活动有重要影响,企业要综合考虑各部门职能发挥中的制约协调因素,解决不同部门之间成本效益互抵(trade-off)现象,协调各部门利益,以总成本的观点调整物流部门和其他企业部门的业务管理活动,以最大限度地提高企业竞争力。

3. 物流对企业竞争力的作用

企业竞争力是企业在竞争性市场中,所具有的能够持续地比其他企业更有效地向市场提供产品或服务,并获得盈利和自身发展的综合素质和条件。在提供优势产品与服务、确保用户认同的利润空间、强力拓展市场的能力方面,物流管理可以成为企业获得竞争优势的重要手段。

首先,成本领先是企业竞争优势的重要来源。物流是“第三利润源泉”或“黑暗大陆”的说法,主要就是指通过优化物流管理大幅度降低产品总成本,在竞争中居于优势地位。如家电生产企业在产品质量、功能、款式及售后服务方面的竞争已没有太大的差别,于是价格战就成为主要竞争手段;而企业总成本的降低,主要依赖于物流成本的降低。于是,零库存、零距离和零流动资金占用,就成为增加企业核心竞争力的重要途径。根据国际货币基金组织的研究,物流成本约占全世界生产总值的12%。而有关资料显示,20世纪90年代我国

物流费用占商品总成本的比重达到 40% 左右^①。改进物流管理,降低企业成本已成为我国企业进步的重要方向。

其次,标新立异是企业获得竞争优势的重要途径。随着经济全球化的日益深入,良好的物流系统开始日益成为企业获取其核心竞争能力的重要保障因素。通过物流管理体系的改善,使企业的所有用户受益,进而提高企业的整体服务能力,树立全新的企业形象。如免费上门服务,实质就是通过将消费者的物流成本降到“零”,来形成特色服务,扩大企业竞争优势。

最后,目标集聚,也就是企业服务特定用户群体的能力,也成为企业获得竞争优势的重要途径。面对近年来个性化消费的趋势,物流管理更强调有效客户反应 (effective customer response)、快速反应 (quick response),针对客户的不同要求提出柔化物流管理系统,适应用户的特殊要求。

4. 物流信息是企业经营决策的重要依据

商品经济越发达,信息的作用就越大、越重要。近年来,物流信息在整个经济信息系统中占有越来越重要的地位。许多生产企业和流通企业都建立了设备先进的物流信息中心,利用信息技术系统迅速及时地掌握企业内部和外部的物流信息,并将信息反馈给供货商和生产企业,从而形成一个高效率、高能量的商品流通网络,为企业的采购、生产、销售、库存、配送、运输活动提供信息支持,为企业管理决策提供重要依据。例如利用计算机网络,将超市、配送中心和供货商、生产企业连接起来,以配送中心为枢纽形成一个商业、物流业和生产企业的有效组合,及时进行高效率作业、及时配送。

总之,良好的物流管理系统可以充分挖掘企业潜力,降低经营成本,同时也可以增加客户满意程度,扩大市场占有率,最终能够提高企业竞争力,为企业生存与发展创造重要的条件。



知识链接

企业竞争力

哈佛商学院教授迈克尔·波特 (Michael E. Porter) 是当今世界上研究竞争战略和竞争力的公认权威。他在《竞争优势》一书中阐述:“竞争优势归根结底产生于企业为客户所能创造的价值;或者在提供同等效益时采取相对的低价格,或者其不同寻常的效益用于补偿溢价而有余。”企业可以通过下面三种途径获得竞争优势:①成本领先,其优势直接来源于产品和服务的低成本;②标新立异,即产品和服务在消费者心目中有独特之处;③目标集聚,企业将其目标定位于产业内一种或一组细分市场,并使其战略为特定的目标市场服务。美国著名管理学家普拉哈拉德 (C. K. Prahalad) 和加里·哈默尔 (Gary Hamel) 提出:核心竞争力是一个企业有别于对手的竞争优势,能促使企业长期发展。核心竞争力一般应具备以下三个特点:①提供企业服务于多个市场的潜在能力;②对当前最终产品用户的收益有大的贡献;③具有竞争对手很难模仿的核心产品,例如在用户中享有高信誉度的服务,具有强大的产品开发能力等。

二、物流管理的目标、范围和层次

(一) 物流管理的目标

物流管理的目标,随物流管理概念的发展而逐渐细化和明确。

① 这里引用的两个数字统计口径不同,只是做一原则性比较。

物流管理的目的可以从不同的角度去加以阐述：

从国民经济的角度看，合理组织物流活动，提高物流活动的效率，有利于降低物流成本，抑制物价的上涨，发挥物流对于流通活动的支援作用；

从工商企业的角度看，物流管理的目标是以最少的费用达到对顾客服务的最优化；通过物流合理化、效率化程度的提高，降低物流费用，提高企业利润水平；

从物流企业经营的角度看，物流的本质是服务，物流管理是以货主为中心，按照货主企业的物流需求提供适宜的物流服务，促进生产和流通的发展；

此外，从物流装卸搬运作业的技术角度看，物流合理化的重点主要体现在作业的省力化方面。作业的机械化、自动化逐渐将人从繁重的体力劳动中解脱出来，改善劳动环境，提高人的自身价值。

从根本上说，物流管理理念要体现以人为本的思想。物流管理最基本的目标就是以最低的成本向用户提供满意的物流服务；通过提高物流服务水平，实现人类生活水平和社会福利的终极目的。

现代物流理论将物流管理的目标概括为“7R”，即：将适当数量（right quantity）的适当产品（right product），在适当的时间（right time）和适当的地点（right place），以适当的条件（right condition）、适当的质量（right quality）和适当的成本（right cost）交付给客户。

通过加强物流系统管理，可以实现“7S”目标，即：服务（service）目标、快捷（speed）目标、节约（space saving）目标、规模优化（scale optimization）目标、库存（stock control）目标、安全性（safe）目标和总成本（sum cost minimum）目标。

（二）物流管理的范围与层次

从企业经营的角度看，物流管理是以企业的物流活动为对象，以最低的成本向用户提供满意的物流服务，对物流活动进行计划、组织、协调和控制。根据企业物流活动的特点，企业物流管理可以从以下三个层面上展开，即物流战略管理；物流系统设计与运营管理；物流作业管理。

根据决策的着眼点不同，物流管理可以分成三个不同层次：战略层次、策略层次、操作层次。不同层次的物流管理所包含的活动内容不相同，各自的侧重点也不同，见表 1-1 所示。

表 1-1 不同决策层次的物流管理活动

决策类型	决 策 层 次		
	战略层次	策略层次	操作层次
选址	设施的数量、规模和位置	库存定位	线路选择、发运、调度等
运输	运输方式选择	阶段性服务的内容	确定补货数量和时间
订单处理	选择、设计订单录入系统	处理客户订单优先准则	分配订单
客户服务	设定标准	制订业务流程、服务规范	交易实施
仓储	布局、位置的选择	阶段性空间的选择	供应订货
采购	制定政策	洽谈合同、选择供货商	发出订单

1. 战略层次

战略层次的物流管理主要是从整个企业的宏观角度考虑，物流决策的内容往往将在很长一段时间内对企业多数部门造成影响，所需投入的人力、资金也往往较大，决策人大多是企业最高层的经理，有的甚至需要经董事会决策同意。