

CHENGREN (WANGLUO) JIAOYU XILIE GUIHUA JIAOCAI

荣获全国高校现代远程教育协作组评比“网络教育教材建设金奖”

XIANDAI WULIU GUANLI

主 编 何峻峰
副主编 石江华 宋剑涛

西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

成人(网络)教育系列规划教材

CHENGREN (WANGLUO) JIAOYU XILIE GUIHUA JIAOCAI



现代物流管理

XIANDAI WULIU GUANLI

主 编 何峻峰
副主编 石江华 宋剑涛



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

现代物流管理/何峻峰编著. —成都:西南财经大学出版社,
2010.9

ISBN 978 - 7 - 81138 - 918 - 0

I. ①现… II. ①何… III. ①物流—物资管理 IV. ①F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 166057 号

现代物流管理

主 编:何峻峰

副主编:石江华 宋剑涛

责任编辑:李永福

封面设计:杨红鹰

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www. bookcj. com
电子邮件	bookcj@foxmail. com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	185mm × 260mm
印 张	18.25
字 数	410 千字
版 次	2010 年 9 月第 1 版
印 次	2010 年 9 月第 1 次印刷
印 数	1—4000 册
书 号	ISBN 978 - 7 - 81138 - 918 - 0
定 价	35.00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

成人（网络）教育系列规划教材

编 审 委 员 会

主 任：丁任重

副主任：唐旭辉 冯 建

委 员（按姓氏笔画排序）：

丁任重 冯 建 吕先鎔 李永强

李良华 赵静梅 唐旭辉

总序

随着全民终身学习型社会的不断建立和完善,业余成人(网络)学历教育培养目标对教材的质量要求越来越高。为了进一步提高成人(网络)教育的人才培养质量,帮助学生更好地学习,依据西南财经大学成人(网络)教育人才培养目标、成人学习的特点及规律,西南财经大学成人(网络)教育学院和西南财经大学出版社共同规划,依托学校各专业学院的骨干教师资源,致力于开发适合成人(网络)学历教育学生的高质量优秀系列规划教材。

西南财经大学成人(网络)教育学院和西南财经大学出版社按照成人(网络)教育人才培养方案,编写了专科及专升本公共基础课、专业基础课、专业主干课和部分选修课教材,以完善成人(网络)教育教材体系。

由于本系列教材的读者是在职人员,他们具有一定的社会实践经验和理论知识,个性化学习诉求突出,学习针对性强,学习目的明确,因此,本系列教材的编写突出了基础性、职业性、实践性及综合性。教材体系和内容结构具有新颖、实用、简明、易懂等特点;对重点、难点问题的阐述深入浅出、形象直观,对定理和概念的论述简明扼要。

为了编好本套系列规划教材,在学校领导、出版社和其他学院的大力支持下,首先,成立了由学校副校长、博士生导师丁任重教授任主任,成人(网络)教育学院院长唐旭辉研究员和出版社社长、博士生导师冯建教授任副主任,其他部分学院领导参加的编审委员会。在编审委员会的协调、组织下,经过广泛深入的调查研究,制定了我校成人(网络)教育教材建设规划,明确了建设目标,计划用两年时间分期分批建设。其次,为了保证教材的编写质量,在编审委员会的协调下,组织各学院具有丰富成人(网络)教学经验并有教授或副教授职称的教师担任主编,由各书主编组织成立教材编写团队,确定教材编写大纲、实施计划及人员分工等,经编审委员会审核每门教材的编写大纲后再编写。

经过多方的努力,本系列规划教材终于与读者见面了。在此之际,我们对各学院领导的大力支持、各位作者的辛勤劳动以及西南财经大学出版社的鼎力相助表示衷心的感谢!在今后教材的使用过程中,我们将听取各方面的意见,不断修订、完善教材,使之发挥更大的作用。

西南财经大学成人(网络)教育学院

2009年6月

前言

物流管理科学是近一二十年以来在国外兴起的一门新学科，它是管理科学的新的重要分支。随着生产技术和企业管理技术的提高，企业之间的竞争日趋激烈，人们逐渐发现，企业在降低生产成本方面的竞争似乎已经走到了尽头，产品质量的好坏也仅仅是一个企业能否进入市场参加竞争的敲门砖。这时，竞争的焦点开始从生产领域转向非生产领域，转向过去那些分散、孤立的，被视为辅助环节而不被重视的，诸如运输、存储、包装、装卸、流通、加工等物流活动领域。人们开始研究如何在这些领域里降低物流成本，提高服务质量，创造“第三个利润源泉”。物流管理从此从企业传统的生产和销售活动中分离出来，成为独立的研究领域和学科范围。物流管理科学的诞生使得原来在经济活动中处于潜隐状态的物流系统显现出来，它揭示了物流活动各个环节的内在联系，它的发展和日臻完善，是现代企业在市场竞争中制胜的法宝。

实施物流管理的目的就是要在最低的总成本条件下实现既定的客户服务水平，即寻求服务优势和成本优势的一种动态平衡，并由此创造企业在竞争中的战略优势。根据这个目标，物流管理要解决的基本问题，简单地说，就是把合适的产品以合适的数量和合适的价格在合适的时间和合适的地点提供给客户。

物流管理强调运用系统方法解决问题。现代物流通常被认为是由运输、存储、包装、装卸、流通加工、配送和信息诸环节构成，各环节原本都有各自的功能、利益和观念。系统方法就是利用现代管理方法和现代技术，使各个环节共享总体信息，把所有环节作为一个一体化的系统来进行组织和管理，以使系统能够在尽可能低的总成本条件下，提供有竞争优势的客户服务。系统方法认为，系统的效益并不是它们各个局部环节效益的简单相加。系统方法意味着，对于出现的某一个方面的问题，要对全部的影响因素进行分析和评价。从这一思想出发，物流系统并不简单地追求在各个环节上各自的最低成本，因为物流各环节的效益之间存在相互影响、相互制约的倾向，存在着交替易损的关系。比如过分强调包装材料的节约，就可能因其易于破损造成运输和装卸费用的上升。因此，系统方法强调要进行总成本分析，以及避免次佳效应和成本权衡应用的分析，以达到总成本最低，同时满足既定的客户服务水平的目的。

有资料表明，物流人才目前已被列入全国12种紧缺人才之列，而物流规划人员、物流管理人员、物流研究人员、物流师更是全面紧缺。许多企业在招聘物流管理人才时，都需要硕士以上学历、3年以上管理经验、5年左右行业经验，最好有过在大型外企的物流部门工作的经验。

1992年北京工商大学（原北京商学院）向教育部提议将“仓储运输管理”专业改

为“物流管理”专业，教育部责成北京工商大学召开设立“物流管理”专业的专家论证会。在会上专家们同意了这项提议，教育部批复同意，于是在1993年教育部修订专业目录时，“物流管理”专业就取代了“仓储运输管理”专业，第一次在我国高校的专业目录中出现了。1993年北京工商大学成为全国第一家招收“物流管理”本科生的大学，从那时起逐步开始了我国大学物流管理的本科、硕士、博士生的培养。

本教材紧密结合当今物流领域的实践，从实际出发深入浅出地探讨现代物流的管理与实施，较好地体现了本职业当前最新的实用知识与操作技术，对提高从业人员基本素质和基本能力有直接的帮助和指导作用。

何峻峰担任本书主编，负责拟定编写大纲，组织、协调编写工作。石江华、宋剑涛同志任本书副主编，分别参加编写和校对工作。王勇、陈洁、冉芳等在本书编写过程中，为收集和整理资料付出了大量努力，在此表示衷心感谢！

在编写过程中，我们参考了大量的文献资料，利用了不少的网络资源，引用了一些专家学者的研究成果和一些公司的案例资料，在此对这些文献作者和公司表示崇高的敬意和诚挚的谢意。

由于物流业正处于变革和发展中，物流管理的理论还有待进一步探讨。另外，由于编者水平有限，书中难免存在疏漏，敬请广大读者批评指正。

编者

2010年6月

目 录

第一章 现代物流的基本概念	(1)
第一节 物流的定义及作用	(5)
第二节 物流的功能	(8)
第三节 现代物流管理的形成和发展	(10)
第四节 物流合理化目标	(14)
第二章 现代物流系统	(18)
第一节 系统的概念	(21)
第二节 物流系统的构成	(23)
第三节 物流系统评价	(29)
第三章 现代物流的类型	(35)
第一节 物流分类	(38)
第二节 第三方物流	(41)
第三节 国际物流	(47)
第四章 现代物流采购与供应商管理	(56)
第一节 采购概述	(59)
第二节 采购管理	(62)
第三节 供应商管理概述	(67)
第四节 供应商调查	(69)
第五节 供应商开发	(73)
第六节 供应商考核	(75)
第七节 供应商选择	(76)
第八节 供应商的使用、激励与控制	(80)
第五章 现代物流运输、装卸搬运	(83)
第一节 物流运输基础知识	(85)
第二节 运输方式及特点	(89)
第三节 装卸搬运	(101)

第六章 现代物流仓储管理	(105)
第一节 仓储概念	(107)
第二节 仓储管理	(111)
第三节 储存作业管理	(114)
第四节 储存控制	(120)
第七章 现代物流配送管理	(128)
第一节 物流配送概念与服务特征	(131)
第二节 配送的种类	(133)
第三节 配送的功能与作用	(137)
第四节 物流配送实务	(139)
第五节 物流配送服务	(149)
第八章 现代物流配送中心	(154)
第一节 配送中心概述	(155)
第二节 配送中心的类型	(161)
第三节 配送中心的基本作业	(165)
第九章 现代物流管理技术——MRP、JIT 和 ERP	(169)
第一节 物料需求计划 (MRP)	(172)
第二节 闭环 MRP	(177)
第三节 制造资源计划 (MRPII)	(180)
第四节 准时制生产方式 (JIT)	(184)
第五节 企业资源计划 (ERP)	(192)
第六节 基于 TOC 理论的生产物流计划与控制	(207)
第十章 现代物流信息管理	(210)
第一节 物流信息综述	(213)
第二节 物流信息管理	(216)
第三节 物流信息技术	(221)
第四节 物流信息系统规划及发展趋势	(228)

第十一章	现代物流供应链管理	(234)
第一节	供应链的概念、结构模型及其特征	(238)
第二节	供应链管理的概念及内容	(241)
第三节	供应链环境中的企业物流管理	(246)
第四节	供应链管理集成	(249)
第十二章	现代物流成本管理	(256)
第一节	物流成本概述	(256)
第二节	物流成本的计算	(261)
第三节	物流成本管理	(267)
第四节	物流成本控制	(269)
参考文献		(279)

第一章 现代物流的基本概念

学习目标

- (1) 掌握物流的定义及其内涵;
- (2) 了解现代物流的形式及其发展;
- (3) 了解现代物流的功能;掌握现代物流合理化的目标。

开篇案例

自古以来,没有过时的行业,只有过时的模式。物流,可以说是仅次于种植、养殖的古老行业了,自从有了交流,这个行业就产生了。只不过是近几年发明了“物流”这个新词,把它当成个时新的行业来看,并赋予了一些新的含义。其实很不然,有人,便有路;路除了运人之外,就是运物了。除了自己把物运送,就是托人运物或是代人运物——于是便有了“物流”这个概念,或许这也是物流概念的民间的通俗理解。

物流这个行业永不过时,因为有不断更新的模式。

“长安回望绣成堆,山顶千门次第开。一骑红尘妃子笑,无人知是荔枝来。”读过这首《过华清宫绝句》的,都知道这是杜牧用来抨击封建统治者的骄奢淫逸和昏庸无道,借当年玄宗荒唐的风流韵事,以史讽今,警戒世君的,但从中,也可看出些古代快递的端倪。

据《新唐书——杨贵妃传》记载:“妃嗜荔枝,必欲生致之,乃置骑传送,走数千里,味未变,已至京师”。如果除却历史背景,单只“走数千里,味未变,已至京师”,这11个字,就足以使现代的一些快递公司汗颜,虽然代价是:许多差官累死、驿马倒毙于四川至长安的路上。

说到古代快递,大致由驿站、民信局和镖局三种形式组成。

驿站:

我们姑且不论古人“家书抵万金”这样的书信和物品的流通,就说成批的物流形式,这样的机构为人所知最早的应该是驿站,驿站可以追溯到隋唐年间,我们知道当时的驿站是专门为朝廷传递官府文书和军事情报的人或来往官员途中食宿、换马的场所。想来,当年玄宗给杨贵妃送荔枝时,选择的就是这种快递。我国是世界上最早建立组织传递信息的国家之一,邮驿历史已长达3 000多年。

秦始皇统一中国后(公元前211年),在全国修驰道,“车同轨,书同文”,建立了以国都咸阳为中心的驿站网,制定了邮驿律令,如竹简怎样捆扎,加封印泥盖印以保密;如何为邮驿人马供应粮草;邮驿怎样接待过往官员、役夫等,形成我国最早的邮

驿法。

隋唐时期,驿传事业得到空前发展。唐代的官邮交通线以京城长安为中心,向四方辐射,直达边境地区,大致 30 里设一驿站。全国共有陆驿、水驿及水陆兼办邮驿 1 600 多处,行程也有具体规定,并制定有考绩和视察制度。驿使执行任务时,随身携带“驿卷”或“信牌”等身份证件。

宋代由于战争频繁,军事紧急文件很多,要求既快又安全,因而将由民夫充任的驿卒改由士兵担任。将所有的公文和书信的机构总称为“递”,并出现了“急递铺”。“急递铺”设金牌、银牌、铜牌三种,金牌一昼夜行五百里,银牌四百里,铜牌三百里。急递的驿骑马领上系有铜铃,在道上奔驰时,白天鸣铃,夜间举火,撞死人不负责。铺铺换马,数铺换人,风雨无阻,昼夜兼程。南宋初年抗金将领岳飞被宋高宗以十二道金牌从前线强迫召回临安,这类金牌就是急递铺传递的金字牌,含有十万火急之意。

到了元代,邮驿改为了驿站。

明代由于海上交通日渐发达,随着郑和七下西洋,还开辟了海上邮驿。明代还设立了递运所,这些独立于驿站,专门从事货物运输的组织,其主要任务是运送国家预付的军需、赏赐以及各级官吏贡献给上级官吏或朝廷之物。

到了清朝,驿站开始使用“勘合”和“火牌”作为凭证。凡需要向驿站要车、马、人夫运送公文和物品都要看“邮符”,官府使用时凭勘合,兵部使用时凭火牌。使用“邮符”有极为严格的规定。对过境有特定任务的,派兵保护。马递公文,都加兵部火牌,令沿途各驿站接递。如果要从外到达京城或者外部之间相互传递的,就要填写连排单。紧急公文则标明四百里或者五百里、六百里字样,按要求时限送到。但不得滥填这种字样。

驿站管理至清代已臻于完善,并且管理极为严格,违反规定,均要治罪。清代末年,近代邮政逐步兴起,驿站的作用日渐消失,1913 年 1 月,北洋政府宣布全部撤销驿站。

驿站在我国古代运输中有着重要的地位和作用,在通信手段十分原始的情况下,驿站担负着各种政治、经济、文化、军事等方面的信息传递任务,在一定程度上也是物流信息的一部分,是一种特定的网络传递与网络运输。我国古代驿站各朝代虽形式有别,名称有异,但是组织严密、等级分明、手续完备是相近的。封建君主依靠这些驿站维持着信息采集、指令发布与反馈,以达到封建统治控制目标的实现。由于当时历史条件的限制,科学技术发展的水平局限,其速度与数量与今无法相比,但就其组织的严密程度、运输信息系统的覆盖水平也不亚于现代通信运输。可以说那时的成就也是我们现代文明基础的一部分。驿站与当今的邮政系统、高速公路的服务区、货物中转站、物流中心等,是否有异曲同工之美?

甚至有人说,从沈阳市的历史发展来看,它就是由古代驿站起家,逐步进化到当代这样一个大都市的。姑且不论这种说法准确率有几何,至少,古代驿站的重要性由此可见一斑。

民信局：

驿站是官府的通信组织，只传递官府文书。一般老百姓传递信息，只是托人捎带，然而辗转传递，缓不济急，且易延误遗失。我国古书记载着不少有关“鸿雁捎书”一类故事，可见古代人民通信多么艰难。

民间通信组织的形成，大约始于唐朝。当时主要由于社会经济的发展，特别是经商贸的需要，首先在长安与洛阳之间，有了为民间商人服务的“驿驴”。到了明朝才出现了专为民间传递信息的民信局；在西南各省曾有“麻乡约”探亲带信的出现：相传湖北麻城县孝感乡被迁往四川开垦的农民，由于思念家乡，相约每年推派代表回乡探亲，往返时带些土产和信件，而后逐步形成民信局。

镖局：

驿站是专门为朝廷押送一些来往信件的，而民信局一般也就是只传送信件、汇款等小件物品，对于民间的商业往来始终缺乏一个大件运输并有安全保障的机构。因此，到了清代，民间的需求催生了民营物流公司的产生，如我们在2009年春节期间热播的电视剧《闯关东》里看到的“镖局”。中国的镖局究竟起始于何年何月，现在已难考究。根据近代学者卫聚贤所著《山西票号史》披露，镖局之鼻祖应当为山西人神拳张黑五，清乾隆年间，张黑五在北京前门外大街创立兴隆镖局。

镖局的业务，从为一般私家财务承接保送，到地方官上缴的饷银运送。渐渐由于镖局同各地都有联系或设有分号，一些汇款业务也由镖局承当；后来，看家护院，保护银行等也来找镖局派人，生意越做越大。

“民营企业”取代“国营单位”，靠的是自身实力和人际关系。做镖局生意要有三硬：一是在官府有硬靠山；二是在绿林有硬关系；三是自身有硬功夫，三者缺一不可。这几乎和现在民营企业起家没什么两样——机会生存，渐入速度化生存。

镖局又称镖行，是受人钱财，凭借武功，专门为人保护财物或人身安全的机构。旧时交通不便，客旅艰辛不安全，便有镖户走镖，为镖局保镖的雏形。随着社会生活日益复杂，镖局承担的工作也越来越广泛，不但将一般私家财物承接保送，地方官上缴的饷银亦靠镖局运送。由于镖局同各地都有联系或设有分号，一些汇款业务也由镖局承当。随着镖业的发展，逐渐形成了信镖、票镖、银镖、粮镖、物镖、人身镖六种镖。

镖局走镖时都有镖车、镖箱、镖旗。镖车是当时镖局走镖时的重要交通工具；镖箱的锁采用了最先进的防盗暗锁，在当时只有大掌柜和二掌柜两把钥匙并起来才可以打开，起到一个防贪污的作用。镖车上所必不可少的就是一面小旗帜——镖旗。这面小旗帜就是镖师出镖的标志，即使有强盗劫镖，也要先看清这面小旗，有些镖旗，强盗还不一定敢劫。想来这就是品牌效应了，像现代的一些快递公司，那一个小标志就是信誉的保证，同时也是高收费的原因所在。

其实走镖是有很大的风险的，不但要承担“失镖”的风险，挂彩那是常有的事，丢了小命的也不在少数。因此，镖师在每走一趟之前就已经打点好了家里的一切，已做好一旦回不了家的准备。

现代的一些快递公司，随随便便就失了“镖”，看到古人用命在保镖，不知有何感

想呢？是不是在说，“这个傻子，难道镖比命还值钱吗？”或者又在感叹古人的命之贱？

其实，在驿站之前，统治者已在用烽火台传递信息了。烽火作为一种原始的声光通信手段，服务于古代军事战争，从边境到国都以及边防线上，每隔一定距离就筑起一座烽火台。当敌人入侵时，便一个接一个地点燃烽火报警，各路诸侯见到烽火，马上派兵相助，抵抗敌人。只不过烽火台只能传递信息，不能进行运输荔枝这类“高难度”物流活动，而且虽然传递速度快，也只能起到报警的作用，很难满足掌握敌情，指挥作战的需要。所以，随着社会的发展和政治军事上的需要，才慢慢发展出邮驿制度，并与烽火台互为补充，配合使用。

巧合的是，关于烽火台，也有个关于博取妃子一笑的故事。周幽王烽火戏诸侯，相信知名度比唐玄宗的“千里送荔枝”要高得多。褒姒笑了，杨玉环也笑了。结果是，西戎来犯，周幽王点了烽火没人来救驾，挂了；褒姒呢，我上网搜了下，说只有《东周列国志》有记载，跟周幽王一起死的，其他小道消息不少，不过都是死于非命的，其中最令我惊奇的是被迫自缢而死；安史之乱暴发了，杨在马嵬坡也是被迫自缢而死。

历史总是呈现出惊人的相似性，不过只是苦了我国古来之两大物流体系，都被君王用作泡妞手段，添上了不光彩的一笔。

联邦快递公司的创始人弗雷德·史密斯在大学三年级的时候，写了一篇学期论文，对当时包裹不能直接运送到目的地，而必须经由多家航空公司转运的问题提出了质疑。他提出，对一个能够直接运输“非常重要、讲究时效”的货物的公司来说，可能存在于一个潜力巨大的市场。史密斯知道，当时的邮局、铁路快递和飞虎航空公司之类的邮递者都很少把包裹直接送到目的地。包裹“在送到目的地之前，总是从一个城市送到另一个城市，由这家航空公司转到那家航空公司”，这不仅浪费金钱，而且浪费时间，造成这种现象的唯一原因就是由于它们使用航空邮递或快件邮递。不仅如此，“如果包裹在到达最后目的地之前必须依靠另一家航空公司的话，第一家负责运送的航空公司对包裹就没有控制权”。虽然这篇论文没有得到教授的重视，但却催生了一家伟大的公司。

也许机会就在对货物安全和时效的责任上，“联邦快递成功的原因很简单，其实就是因为一件货物本身对发送人和收件人是极具时间价值的，是值得付出额外运费的，所以从逻辑上来说，我们可以说服客户将货物交给我们，我们保证这件货物在到达前不会离开我们的手，这是一种从‘子宫到坟墓’都负责的运输方式。”这也就是后来所谓的“门到门”服务，顾客不用再和航空公司打交道，不用去机场取货和送货，一切都由联邦快递负责。

其实，联邦快递的创意就是“镖局”，并无新意，弗雷德·史密斯爷爷的爷爷还小的时候，中国镖局就对客户的货物进行了“门到门”的安全运输服务了。

回首中国古老的文明发展史，王朝的更替，却阻挡不住社会的发展。虽然“宫阙万间都做了土”，但古代的物流业，却一直活着，虽然缓慢，却也一直在发展。

（选自参考文献 [10]。）

案例思考

1. 结合案例, 分析驿站、民信局和镖局的主要区别。
2. 以镖局为例, 说明古代的快递业与现代的第三方物流(如联邦快递)有何联系与区别。

现代物流及物流的功能

虽然现代物流科学的出现仅有数十年的历史, 但由于它的发展为国民经济与企业生产带来了巨大的经济效益, 因此引起了人民的普遍重视, 这也是企业经营环境激烈变化和信息技术发展应用到企业运营带来的经营变革的具体表现。国内外许多企业的生产实践表明: 物流是“经济领域尚未开垦的黑大陆”, “物流是企业的第三利润源”, “物流领域是现代企业竞争最重要的领域之一”。在我国, 物流科学远未普及, 物流蕴藏的巨大效益还不为人们所认识。开展物流科学的研究, 探索物流的规律, 提高物流的科学化、合理化、现代化水平, 已经作为经济发展中的重大理论和实践课题提上了议事日程。

第一节 物流的定义及作用

一、物流的定义

自从人类进入文明社会就产生了物流活动。传统的物流概念是指物质实体在空间和时间上的流动, 通俗地说, 就是指商品在运输、装卸和储存等方面的活动过程。

现代物流是相对于传统物流而言的。它是在传统物流的基础上, 引入高科技手段, 通过计算机进行信息联网, 并对物流信息进行科学管理, 从而加快物流速度, 提高准确率, 减少库存, 降低成本, 延伸并扩大了传统物流的功能。

关于物流的定义, 目前国内有多种不同的表述。这里采用我国国家标准(GB/T18354-2001)中的物流定义: 物流(Logistics)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、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, 为用户提供多功能、一体化的综合性服务。

物流概念应当包括以下四个主要方面:

- (1) 实质流动。指原材料、半成品及产成品的运输。
- (2) 实质储存。指原材料、半成品及产成品的储存。
- (3) 信息流通。指相关信息的联网。
- (4) 管理协调。指对物流活动进行计划、实际和有效控制的过程。

二、物流的价值

从整个物流的过程来看, 物流是由“物”和“流”这两个基本要素组成的。物流中的“物”泛指一切物质, 有物资、物体、物品的含义; 物流中的“流”则泛指一切

运动形态,有移动、运动、流动的含义,同时静止也是物质的一种运动形态。

物质在物流系统中流动时,“物”的性质、尺寸、形状都不应当发生改变。也就是说物流活动与加工活动不同,不创造“物”的形式价值,但是它克服了供给方和需求方在空间维和时间维方面的距离,创造了空间价值和时间价值,由此在社会经济活动中起着不可缺少的作用。因此,物流主要是通过创造时间价值和空间价值来体现其自身价值的。另外,在特定的情况下,它也可能创造出一定的加工等附加价值。

1. 时间价值

“物”从供给者到需求者之间有一段时间差,因改变这一段时间差而创造的价值,称之为“时间价值”。物流主要通过缩短时间创造价值、弥补时间差创造价值、延长时间差创造价值等方式实现其时间价值。

例如大米的种植和收获是季节性的,多数地区每年收获一次。但是对消费者而言,作为食品,每人都会有所消耗,因此必须对其进行保管以保证人们经常性的需要,供人们使用实现其使用价值。这种使用价值是通过克服了季节性产出和经常性消耗的时间距离后才得以实现的,这就是物流的时间价值。

2. 空间价值

“空间价值”是指通过改变物质的空间距离而创造的价值。物流创造的空间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,通过物流活动将商品由低价值区转移到高价值区,便可获得价值差,即“空间价值”。空间价值的实现主要有以下几种具体形式:从集中生产场所,注入分散需求场所创造价值;从分散生产场所,注入集中需求场所创造价值等。例如,山西的煤,埋藏在深山中,与泥土、石块一样没有任何价值,只有经过采掘、输送到别的地方用来作为发电、取暖的燃料时,才能实现其价值。它的使用价值是通过运输克服了空间距离才得以实现的,这就是物流的空间价值。

3. 加工附加价值

有时,物流也可以创造加工附加价值。加工是生产领域常用的手段,并不是物流的本来职能。但是,现代物流的一个重要特点,就是根据自己的优势从事一些补充性加工活动,这种加工活动不是创造商品的主要实体并形成商品,而是带有完善、补充、增加性质的加工活动。这种活动必然会形成劳动对象的附加价值。

三、物流的作用

物流在整个社会再生产过程中是一个不可省略或者说不可跨越的过程,而且随着经济和社会的发展,它在国民经济中的地位越来越重要。具体地说,物流的作用主要表现在以下七个方面:

1. 保值

物流有保值作用。也就是说,任何产品从生产出来到最终消费,都必须经过一段时间、一段距离,在这段时间和距离中,都要经过运输、保管、包装、装卸、搬运等多环节、多次数的物流活动。在这个过程中,产品可能会淋雨受潮、水浸、生锈、破损、丢失等。物流的使命就是防止上述现象的发生,保证产品从生产者向消费者移动

过程中的质量和数量,起到产品的保值作用。

2. 节约

搞好物流,能够节约自然资源、人力资源和能源,同时也能够节约费用。比如,集装箱化运输,可以简化商品包装,节省大量包装用纸和木材;机械化装卸作业、仓库保管自动化,能节省大量作业人员,大幅度降低人员开支。重视物流可节约费用的事例比比皆是。被称为“中国物流管理觉醒第一人”的海尔企业集团,加强物流管理,建设起现代化的国际自动化物流中心,在短短一年的时间里就将库存占压资金和采购资金,从15亿元降低到7亿元,节省了8亿元开支。

3. 缩短距离

物流可以克服时间间隔、距离间隔和人的间隔,这自然也是物流的实质。现代化的物流在缩短距离方面的例证不胜枚举。在北京可以买到世界各国的新鲜水果,全国各地的水果也可常年不断;邮政部门搞了物流,使信件大大缩短了时间距离,全国快递两天内就到,而美国联邦快递,能做到隔天送达亚洲的15个城市;日本的配送中心可以做到上午10点前订货,当天送到。这种物流速度,把人们之间的地理距离和时间距离一下子拉得很近。随着物流现代化的不断推进,国际运输能力大大加强,从而极大地促进了国际贸易。

4. 增强企业竞争力,提高服务水平

在新经济时代,企业之间的竞争越来越激烈。在同样的经济环境下,制造企业,如家电生产企业,相互之间的竞争主要表现在价格、质量、功能、款式、售后服务的竞争上。近几年,全国各大城市都在此起彼伏地进行家电价格大战,支撑降价的因素是什么?如果说为了占领市场份额,一次、再次地亏本降价,待市场夺回来后再把这块亏损补回来也未尝不可。然而,如果降价亏本后仍不奏效那又该如何办呢?不言而喻,企业可能就会一败涂地。在新世纪和新经济社会,靠增加产量、降低制造成本去攫取第一利润和通过扩大销售攫取第二利润已基本到了一定的极限,目前剩下的一块“待开垦的处女地”就是物流。降价是近几年家电行业企业之间竞争的主要手段,降价竞争的后盾是企业总成本的降低,即功能、质量、款式和售后服务以外的成本降低,也就是通常所说的降低物流成本。

国外的制造企业很早就认识到了物流是企业竞争力的法宝,搞好物流可以实现零库存、零距离和零流动资金占用,是提高为用户服务,构筑企业供应链,增加企业核心竞争力的重要途径。在经济全球化、信息全球化和资本全球化的21世纪,企业只有建立现代物流结构,才能在激烈的竞争中,求得生存和发展。

5. 加快商品流通,促进经济发展

配送中心的设立为连锁商业提供了广阔的发展空间。利用计算机网络,将超市、配送中心和供货商、生产企业连接,能够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。有了计算机迅速及时的信息传递和分析,通过配送中心的高效率作业、及时配送,并将信息反馈给供货商和生产企业,可以形成一个高效率、高能量的商品流通网络,为企业决策提供重要依据。同时,还能够大大加快商品流通的速度,降低商品的零售价格,提高消费者购买欲望,从而促进国民经济的发展。