

本书由大连市人民政府资助出版

栽藥志譜至藥性觀藥至濟藥分類藥譜
賦藥海藥性西云飲醫藥譜陳藥賦自藥賦

内 容 简 介

本书为高等学校物流类专业主要课程教材之一。

全书共分 12 章。第 1 章是对物流基本理论的再认识 ;第 2 章对物流市场进行分析 ,提出物流市场特有的营销方法和策略 ;第 3 章论述物流方案策划与设计概念、原理、要求、方法、程序和步骤 ,并以实际物流方案加以说明 ;第 4 章讲述工业物流的特点、运行模式、规律和物流解决方案的设计要求以及如何编制工业物流方案设计书 ;第 5 章论述商业物流的特点、商业物流方案设计的技术方法 ,重点分析配送中心、供应链物流、配送网络设计的要点 ;最后一章论述国际物流服务项目招标和投标的规则、要求和投标策略 ,以及招、投标书编写技术 ,并以实际招、投标书和物流合同案例加以说明。

本书理论联系实际 ,可作为物流专业大学四年级学生、研究生的教材 ,也可作为物流企业管理人员的培训教材和实践指导书 ,同时也是从事物流理论和实践研究专家的参考书籍。

本书配套出版教学课件(光盘) ,向任课教师免费提供。课件内容包括本课程的电子教案、书中案例的详细背景、源个扩展案例以及与书中内容紧密相关的视频案例等。

摇图书在版编目(悦孕)数据

摇物流方案策划与设计 轱天芳 江舰著 援-北京: 高等教育出版社 圆田缘圆
摇 晕 苑 原 原 云 云 缘 原 愿

摇 I 圆物...摇 II 圆徐...②江...摇 III 圆物流 原物资管理 原高等学校 原教材 摇 IV 圆缘圆

摇中国版本图书馆 悦孕数据核字(圆田缘)第 员缘缘源号

策划编辑 郭摇钧摇责任编辑 黄摇燕摇封面设计 于摇涛摇责任绘图 尹文军
版式设计 王艳红摇责任校对 尤摇静摇责任印制 摇摇摇

出版发行摇高等教育出版社
社摇地址摇北京市西城区德外大街 源号
邮政编码摇 员园园园
总摇机摇 园 园 缘 缘 园
经摇销摇 北京蓝色畅想图书发行有限公司
印摇刷摇

购书热线摇 园 园 缘 缘 园
免费咨询摇 园 园 缘 缘 园
网摇址摇 渊 渊 渊
渊 渊 渊
渊 渊 渊
渊 渊 渊

开摇本摇 苑 苑 苑
印摇张摇 缘
字摇数摇 猿 猿 猿

版摇次摇 年 月 第 员 版
印摇次摇 年 月 第 次 印刷
定摇价摇 圆 缘 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有摇侵权必究

物料号摇 员 缘 缘 源

前摇摇言

物流的概念从美国和日本传入我国。随着我国的经济发展和科学技术的进步,物流理论研究和物流实践活动在我国逐渐展开。物流产业作为一个新的行业,在我国的经济生活中越来越显示其重要性。进入 21 世纪,国家、地方政府以及工商业界,已把物流作为提高竞争力的重要手段。现代物流理念、先进物流技术、各种物流经营管理模式逐渐进入生产企业、流通企业和物流企业中。

目前,我国已出版并发表了大量有关物流的书籍和文章,绝大多数的书籍和文章讲的是物流的概念、功能、作用、意义以及物流的分类、各种运输方式和仓储等有关物流理论的内容。这在物流发展的初期是完全必要的。但是,物流是一门实践性科学,物流在实践中产生,在实践中发展,物流科学的重要作用是指导物流实践,工商企业界更关注的是物流的实践。尤其是我国工商企业和欲从事物流的企业,迫切需要的是如何指导企业从事物流实践、如何具体地从事物流运作、如何策划和设计物流解决方案、如何参与物流项目的招标与投标等实践性强的书籍,以提高自身物流知识水平和物流实际运作能力,以便更有效地从事物流实践,推动我国物流业的发展。

本书作者多年从事物流教学和物流研究工作,同时又参加了许多企业的物流实践活动,主持过多个大型企业的物流方案的策划与设计,领军某物流企业参加国际物流服务项目的投标并挫败国内外多个顶级物流企业而中标,担任过多家企业的物流顾问,指导具体的物流运作,在实践中积累了大量的物流运作经验。在物流实践中,本书作者深切地体会到:要把物流企业做大做强,必须有两支优秀的物流人才团队,一支是高水平的与国际接轨的物流方案策划和设计团队,另一支是忠于企业的、能兢兢业业按标准化业务流程进行操作的团队。目前我国物流企业人才缺乏,尤其是第一支团队的人才更是凤毛麟角,成为物流企业发展的瓶颈。本书正是适应物流企业的要求,集作者们的物流理论和物流实践经验精心而作的。本书的部分内容曾在许多场合做过演讲,获得了物流企业的一致好评,并迫切希望本书早日出版。

本书共由六章组成。第一章是物流基础理论的再认识,对当前物流有关概念作了重新分析,论述了第三方物流和现代物流的发展趋势,使读者不断提高对物流本质的认识从而更好地从事物流的实践。第二章是物流市场分析,对物流市场供给和需求进行研究,并首次提出物流市场营销的实质是物流方案的营销

的思想,总结了物流市场营销的策略和方法。第三章是物流方案策划与设计原理,阐明物流方案概念、物流方案策划与设计的原则、程序、步骤和要求,并附有实际案例加以说明,使读者能掌握物流方案设计的要领。第四章是工业物流方案策划与设计,讲述工业物流的特点、工业物流的模式以及工业物流设计的基本程序,附有实际案例加以说明。第五章是商业物流方案策划与设计,论述了我国商业物流的特点、商业物流方案合理化,重点提出配送中心、供应链物流和配送物流设计的要点,并附以案例加以说明。第六章是物流项目的招标与投标,讲述了国际物流服务项目招投标的规则、招投标的基本要求和投标策略,以及投标书的基本写作要求,并附有实际的国际物流招投标书和中标后合同加以详细说明。

本书曾作为讲义在大连海事大学物流工程专业讲过两次,这次修改力求概念准确、思路清晰、逻辑严谨、结构合理、实践性强。本书可作为物流专业四年级和物流研究生的教材,也可作为相关专业的教学参考书,尤其适宜作为物流企业的培训教材或物流业务指导书。本书对物流理论研究者也有一定的帮助。

物流理论和实践经验相当丰富,以本书的篇幅不可能进行全面介绍和分析,只好选择物流企业目前最迫切需要的内容著作成书,因此书中肯定有许多不妥之处,希望能对物流界同行起到抛砖引玉的作用。

本书的许多案例都是作者的实践总结,并得到了案例参与者的大力支持,特别是得到了大连海事大学杨赞教授、孙光圻教授、唐丽敏博士、招商局烟台海通物流公司吴速总经理、东北空运公司李哈生总经理和中国外运辽宁有限公司物流部的大力支持,研究生东方、刘文歌、李明亮、谢东、尚源、陈伟、王静波等做了许多文字工作,在此一并表示衷心感谢。

本书得到高等教育出版社的大力支持和帮助,在此向他们表示崇高的敬意。

徐天芳

于凌霄园

圆园园年 苑月

目 录

第 1 章 物流基础理论的再认识	1
1.1 物流的产生	1
1.2 社会基本经济活动的三大领域	1
1.3 物流概念的出现	1
1.4 物流的发展	1
1.5 现代物流与供应链	1
1.6 物流定义的研究	1
1.7 现代物流分析	1
1.8 第三方物流	1
1.9 供应链	1
1.10 现代物流发展趋势	1
1.11 现代物流发展特点	1
1.12 现代物流发展的瓶颈	1
第 2 章 物流市场分析	2
2.1 现代物流市场	2
2.2 物流市场概述	2
2.3 物流市场的环境	2
2.4 物流市场的容量	2
2.5 我国物流市场	2
2.6 物流市场发展基础	2
2.7 我国物流市场的特点和问题	2
2.8 我国物流市场的发展趋势	2
2.9 物流市场的分类	2
2.10 物流市场需求分析	2
2.11 物流需求的特征	2
2.12 物流服务需求现状	2
2.13 培育物流需求的主要途径	2
2.14 物流需求预测	2
2.15 物流市场供给分析	2
2.16 物流供给特点	2

摇摇圆摇摇我国物流供给现状	源
摇摇圆摇摇物流市场营销	源

第猿章摇摇物流方案策划与设计原理 **源**

摇摇猿摇摇物流方案基础	源
摇摇猿猿猿物流方案概念	源
摇摇猿猿猿物流方案的形式	源
摇摇猿猿猿物流方案的产生	源
摇摇猿猿猿物流方案的基本要求	源
摇摇猿猿猿物流方案策划	缘
摇摇猿猿猿物流方案策划概念	缘
摇摇猿猿猿物流方案的初步研究	缘
摇摇猿猿猿物流方案设计基础	缘
摇摇猿猿猿物流方案设计概念	缘
摇摇猿猿猿物流方案设计原则	缘
摇摇猿猿猿物流方案设计程序	缘
摇摇猿猿猿物流方案设计成果	远

第源章摇摇工业物流方案策划与设计 **远**

摇摇源猿猿工业物流方案特点	远
摇摇源猿猿供应物流方案特点	远
摇摇源猿猿生产物流方案特点	苑
摇摇源猿猿销售物流方案特点	苑
摇摇源猿猿逆向物流方案特点	苑
摇摇源猿猿工业物流方案策划	愿
摇摇源猿猿工业企业物流模式	愿
摇摇源猿猿工业物流方案策划步骤	愿
摇摇源猿猿企业物流方案策划书	愿
摇摇源猿猿工业物流方案设计	愿

第缘章摇摇商业物流方案策划与设计 **员**

摇摇缘猿猿商业物流方案策划	员
摇摇缘猿猿商业物流概述	员
摇摇缘猿猿商业物流方案合理化	员
摇摇缘猿猿商业物流方案策划和设计要点	员
摇摇缘猿猿商业物流方案设计	员
摇摇缘猿猿配送中心模式设计	员
摇摇缘猿猿供应链模式设计	员

摇摇摇摇配送网络模式设计	页
摇摇摇摇某商业物流方案策划书(节选)	页
摇摇摇摇成立物流配送公司的背景	页
摇摇摇摇物流配送公司的经营范围	页
摇摇摇摇项目投资与效益	页
摇摇摇摇物流配送公司的组建模式	页
摇摇摇摇物流配送业务技术上的可行性	页
摇摇摇摇论证结论	页

第 章 物流项目的招标与投标 **页**

摇摇摇摇物流项目的招标	页
摇摇摇摇物流服务项目招标概述	页
摇摇摇摇物流服务项目招标关键步骤	页
摇摇摇摇物流服务项目的决标签约	页
摇摇摇摇物流服务项目投标	页
摇摇摇摇物流服务项目投标概述	页
摇摇摇摇物流服务项目投标策略	页
摇摇摇摇投标书的基本要求	页
摇摇摇摇物流服务招投标关键文件	页
摇摇摇摇物流服务项目招标书	页
摇摇摇摇物流服务项目投标书	页
摇摇摇摇物流服务合同	页

主要参考文献 **页**

物流基础理论的再认识

在现代社会经济生活中,物流概念被广泛使用。在有关物流理论的讨论中,对物流、现代物流、供应链有过许多解释,如有的认为物就是指任何物品,流就是指流动,物流就是指物的流动。这是一种望字生义的解释。那么,这些概念的含义究竟是什么?它们之间有何区别?由于本书研究的是物流方案策划与设计,要把物流方案的策划和设计论述清楚,就必须对物流基本问题回答清楚。物流理论在实践中产生,也会在实践中不断地发展,因此,需要对物流的基础理论进行再认识,从而更牢固地掌握物流方案策划和设计的基础。

物流的产生

社会基本经济活动的三大领域

20世纪50年代中期,日本从美国引入“物的流通”这一名词,^①翻译为物的流通。因此,物流不是简单的物的流动,而是流通的一部分。

社会经济活动是由生产领域、消费领域和联结两者的流通领域组成的,如图1-1所示。生产领域与消费领域之间存在时间和空间的间隔,随着现代社会高度专业化的分工,生产领域和消费领域之间的间隔逐渐加大,因此,需要流通领域加以联通,消除间隔,以保证经济活动顺畅进行。



图 1-1 社会三大经济领域

生产领域

生产领域是将生产资料进行物理变化或化学变化,制成各种产品满足社会

^① 阿保荣司《物流の基础》日本税务经理协会 1955

消费需求的经济活动领域,生产的结果为有形产品。生产领域包括取得生产原材料,对其进行物理加工、化学加工、生物加工,进行变形、组合等,变成社会需要的各种产品。在经济不发达的社会,生产产品基本上在原地消费。但在今天,某地所生产的大部分产品几乎被全国、甚至全世界消费。

圆 消费领域

消费领域是消耗产品或商品的使用价值,满足社会的某种需求的经济活动领域,消费的结果为废弃物。对无形产品的消费不是本书讨论的范围。随着消费领域与生产领域的间隔逐渐变大,连接二者的流通领域的作用逐渐突出。

猿 流通领域

流通领域是将生产和消费联结起来的领域,流通的结果是产品或商品的物权转移和产品或商品在时间空间上的转移。流通领域在经济生活中主要有两个作用:一是实现产品或商品价值的主要途径;二是使产品或商品增值。

(员) 产品的物权转移

产品的物权转移是指通过经济手段取得产品所有权的转移,如人们在购买某种商品时,交款取得发票后,即获此商品的所有权。在海运过程中提单的转移也是商品所有权的转移。

(圆) 商流

产品或商品的物权转移称为商流,其表现形式为代表物权的凭证在时间和空间上的转移,商流的实质是物权凭证交易。完成产品的物权转移后,紧接着的是产品本身在时间和空间上的转移,以克服生产和消费领域的“间隔”,达到产品实现其价值的最终目的。

(猿) 物流

产品或商品在时间空间上的流动全过程简称“物流”。其表现形式是物品本身在时间和空间上的转移。“物流”的表现形式是物品的运动和停滞。如,在生产钢铁时,把铁矿石从矿山运到钢铁厂所克服的“间隔”主要是距离,又称为运输;再比如,农民生产的粮食当年不会全部消费,其大部分要储藏起来以备来年消费,这时所克服的“间隔”主要是时间,又称为仓储。

肆 物流环节

在物流概念产生以前,产品本身流动和停滞的全过程是由各个不同的运作过程独立完成的,这些不同的运作过程称为物流环节。物流环节包括运输、配送、仓储、保管、搬运以及对产品的简单包装——所谓流通加工等。

(员) 运输和配送

运输是指利用运输工具克服“空间”间隔的经济行为。^① 此处克服是指移

动经济行为是指移动方要获取报酬,即发生票款结算的行为。运输和配送最大的区别在于运输关注的重点是距离,配送关注的重点是货物的批量。

(四) 仓储和保管

仓储和保管是指利用库场等克服“时间”间隔的经济行为。^① 此处克服是指把商品放在仓库中,加以保管。仓储和保管的区别是:保管需要精心地对在库货物进行各种管理活动,仓储只是把货物存放在库中。

物流中的海运、空运、陆运、保管、仓储、配送等各个不同的物流环节由不同的企业完成,从事上述各个环节的企业有着不同的名称。如从事运输环节的称为运输公司,又细分为海运公司、空运公司及铁路、公路运输公司等。

物流概念的出现

物流概念的出现可以追溯到 20 世纪初,美国经济学家提出物的流通的概念,但真正的完整的物流概念和理论是在第二次世界大战中形成的。^②

物流(后勤学)概念源于第二次世界大战

在第二次世界大战中,美国的反法西斯战线拉得很长、很宽,在某种意义上说,美国庞大的军事后勤补给决定了战争的胜负。美军方邀请著名的管理学家、运筹学家、军事专家共同组成课题组,研究军事物资采购、运输、储存、分配、保养以及废弃物处理的一体化方案,并把此方案称为“后勤学”。其基本思想是把战争物资从供应地到作战前线的整个流通过程作为一个系统,把各个环节,如军用物资仓储、运输、保养、运送到各个战区等作为子系统,研究如何提高效率、降低成本,从而能及时而准确地发挥军用物资在战争中的作用。他们提出的基本原则、运行的规律、措施和方法构成了物流的基本思想和理论框架。

物流概念的形成

第二次世界大战后,美国的经济迅速发展。先进生产理论和观念不断引入,新技术不断出现,管理水平、生产力水平不断提高,促进了美国社会产品的大幅度增加。产品的极大丰富和激烈的市场竞争迫使产品必须降低成本、提高质量。美国的工商业界及时地把物流理论和思想方法应用于生产和流通领域,取得了很好的效果,物流概念逐渐在流通领域中形成。

1946 年,日本向美国派出了“流通技术专业考察团”。考察团详细地研究了美国的物流,发现这是一个在日本可以产生巨大利润的空间。因此,日本把物流称为除生产资料、生产效率之外的“第三利润源泉”,意思是说把物流理论和运

① 张晓川《现代仓储物流技术与装备》北京:化学工业出版社,2008。

② 李京文《物流学及其应用》北京:经济科学出版社,1998。

物流迈向现代物流行列。

(源) 物流社会系统时期(员990—至今)

物流与信息流结合以后进入了为全社会服务阶段,把物流和商流融合起来。许多日本物流企业买断产品,把产品销售和物流相结合,既担负起商流的职责,又充分发挥物流的作用,从而大幅度降低成本、提高服务水平。日本物流正向物流全球化迈进。

獭我国物流的发展

我国物流起步较晚,但声势很大,代表我国物流发展标志性的跨国物流大企业尚未出现,我国物流有很大的发展空间。我国及其他部分国家和地区物流成本统计如表 獭员所示。

表 獭员 獭部分国家和地区物流成本统计(选自流通仓储协会 獭獭年统计报告)

	獭獭獭 獭亿美元)	物流总费用 (獭獭亿美元)	物流占 獭獭獭百分比 (獭)
美播国	愿獭獭	愿獭	员獭獭
日播本	獭獭獭	獭獭	员獭獭
英播国	员獭獭	员獭	员獭獭
中国香港地区	员獭	獭獭	员獭獭
中国内地	员獭獭	员獭	员獭獭

我国物流总费用如降低 员獭獭 约合 员獭獭亿人民币,如降低 缘獭 约合 苑獭亿人民币,这只是 獭獭年以前估计。与物流发展较快的国家相比,我国物流发展前景更加广阔。

目前,我国工业企业的物流需求是物流发展的推动力,尤其是工业制造企业,为降低成本、提高产品的竞争力,已经把目光转向物流。这是我国物流企业的发展机遇,我国部分物流企业抓住了机遇正在做大做强。

商业物流处于探索阶段。我国政府对商业物流寄予厚望,在“十五”计划中提出了培育城市物流配送中心样板的建议,但迄今为止仍没有规模较大的城市配送中心出现,这说明我国商业物流发展还有很长的路要走。

随着我国经济持续、稳定的发展,国家对物流基础设施的不断投入,各级政府对物流事业的大力支持,我国工业企业和商业企业对物流认识的逐渐深入,以及物流理论界、实业界的推动,目前,我国物流正迎来一个大发展的时期。我国物流发展不会重复美、日物流发展的老路,在短时间内,必能达到美、日两国物流发展的第三、第四阶段。

獭日本的物流定义①

日本的定义有许多版本,开始只是列出物流的功能,即指出物流是运输、仓储、保管、搬运、流通加工、信息的有机结合。后来又强调物流是创造时间和空间效益的活动。最近指出,物流是管理活动,是协调供应、生产和销售等各个部分的利益,最终达到满足客户的需求的管理活动。日本对物流的定义有一个逐渐认识的过程。

灑我国的物流定义

虽然我国物流学者们给出许多不同的物流定义,但具有代表性的是“国标”的定义。

“物流是物品从供应地到接受地的实体流动过程,是根据客户需要,将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等功能有机结合来实现用户要求的过程。”(《月刊载四年愿月》)在我国物流定义的各种版本中,这是颇有权威的定义,但此定义引起了理论界和实业界的许多质疑。该定义的特点是强调物流的各个功能,强调物流是实现用户需求,但没有强调物流是物品流动的全过程,没有指出高效率、低成本是物流的本质,而且是对物流现象的大写意式、几乎是直观描述的定义,使人产生了误解,“好像过去从事的物流环节都是物流”,因此造成我国一下子涌现出苑园多万家物流企业。

物流的确是一个发展中的概念,但现阶段应有一个准确的解释。本书的作者经研究给出的物流基础理论中的各种定义如下:

物流:是指物品从生产地到消费地的低成本、高效率地满足客户需求的转移全过程。

物流学:是一门关于物品从供应地到需求地的低成本、高效率的转移全过程的科学。

物流环节:物流经历的不同阶段,如运输、仓储、配送、流通加工、信息传递等。

物流管理:为满足客户的物流服务需求,对物流各个环节进行计划、组织、控制的过程。

物流工程:解决物流实践中的物流系统或者物流方案的设计、实施和运作的应用技术科学理论。

摇摇愿圆圆现代物流分析

灑现代物流定义

现代物流是指在信息网络平台基础上,以高新技术为支撑,对各种物流资源

① 阿保荣司《物流の基础》日本 税务经理协会 愿圆圆

进行优化处理,最大限度降低物流成本,提高物流效率,满足客户对物流服务需求的过程。

现代物流是经济发展到一定阶段的必然产物,是经济发展的客观需要。现代物流追求的是物流的质量、成本、速度、可靠性、灵活性的不断优化过程。

现代物流特点

(一) 现代物流提高运输水平

把传统运输方式下相互独立的海、陆、空等各种运输手段在信息网络平台上按照科学、合理的流程组织起来,从而使客户获得最佳的运输路线、最短的运输时间、最高的运输效率、最安全的运输保障和最低的运输成本,形成一种有效利用资源、保护环境的“绿色物流”服务体系。

(二) 现代物流是供应链的基础

供应链是对企业供产销全过程的计划和控制,是从整体上协助完成的最优化的生产体系设计和运营。现代物流在利用现代信息技术的基础上,实现了货物流、资金流和信息流的有机统一,降低了社会生产总成本,使供应商、厂商、销售商、物流服务商及最终消费者达到共赢的战略目的,使供应链得以实现。

(三) 现代物流推进配送发展

运输和配送服务的宗旨是客户第一,客户的需求决定运输和配送服务的内容和方式,在生产趋向小批量、多批次和消费者需求趋向多样化、个性化的情况下,现代物流将采取各种方式的配送服务,满足消费者的配送需求。

(四) 现代物流适合生产和销售需求

现代物流更强调物流流程的管理和高科技信息情报的利用,使传统运输和仓储等的“黑箱”作业变为公开透明的、有利于适应现代化生产节奏和产品销售的计划作业。

(五) 现代物流与电子商务紧密结合

电子商务的推广,加快了世界经济的全球化进程,使物流在商务活动中占有举足轻重的地位。电子商务带来对物流的巨大需求,推动了物流的进一步发展,而物流也在促进电子商务的发展。实践表明,凡是电子商务蓬勃发展的企业,必定是物流技术发达、物流服务到位的企业;相反,缺乏及时配送等物流服务,会导致电子商务困难重重。

(六) 现代物流使物流网络组织更加完善

现代物流重视物流网络建设和完善,通过国际兼并与联盟,形成世界物流网络,满足跨国公司的物流需求。当今世界正处于新一轮的产业升级和结构调整的大潮中,不仅全球航运界的各大公司在兼并、联盟、联营,国际物流业也在加速集中。这些兼并活动不仅拓宽了这些企业的物流服务领域,而且增强了市场竞争力。