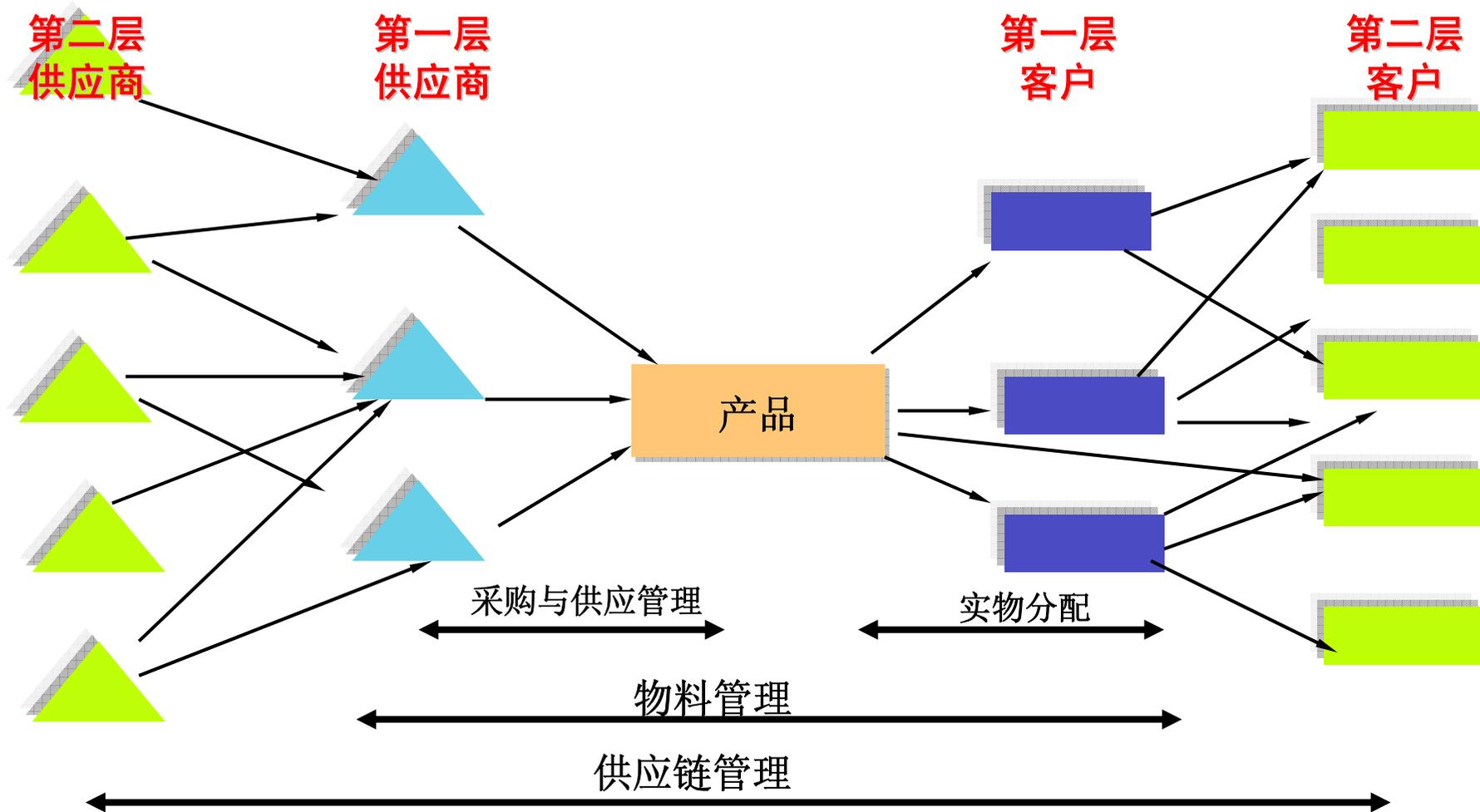


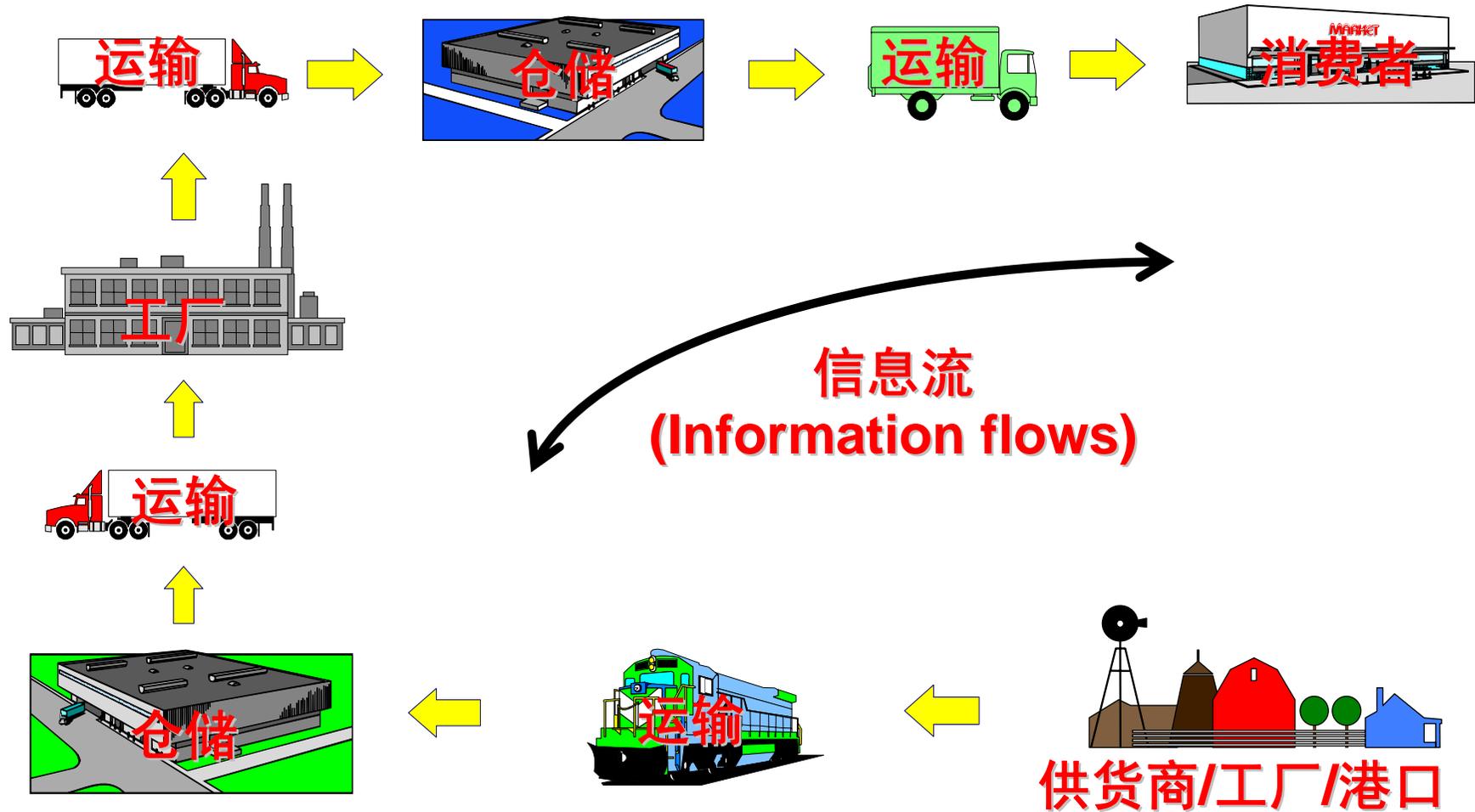
第一章 物流管理概述

**Introduction to Logistics
Management**

供应链：现代生产的组织模式



物流与供应链



物流的定义 (Logistics)

- 物流是“物理性流通”(Physical Distribution, PD)的省略语。

--美国学者阿奇·萧(Arch W. Shaw), 1915

- 物流是为了满足顾客的要求, 原材料, 半成品, 产成品, 以及与此相关联的消息从产出地到消费地为止的高效的**移动**, 以及**保管**事项的计划、实施和控制的过程。这些活动包含顾客服务, 搬运, 仓库保管, 仓库的选址, 库存管理, 订货管理, 流通信息, 供应, 处理废品、废物, 包装, 退货处理, 需求预测等。

--美国物流管理协会(Council of Logistics Management, CLM), 1985;

物流的定义

- **美国物流管理协会1998年：**物流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高效、低成本流动和储存而进行的规划、实施、控制过程。
- **美国物流管理协会2000年：**物流是供应链过程的一部分，它是对商品、**服务**及相关信息在起源地到消费地之间有效率和有效益的**正向和反向**移动与储存进行的计划、执行与控制，其目的是满足客户要求。

对物流本质的认识

- 物流实质：7R

- 恰当的成本
- 恰当的条件
- 恰当的客户
- 恰当的时间
- 恰当的地点
- 恰当的方式
- 恰当的物品

物流的分类

- 从物流的空间看：

- 国际物流；
- 区域间物流；
- 区域内物流。

- 从物流的性质看：

- 社会物流；
- 行业物流；
- 企业物流。

物流的重要性：宏观视角

- 假设美国和韩国的消费者需要购买**DVD**机和文字处理软件。在未来的一年里，将要购买文字处理软件和**DVD**机的消费者数量大约相同。由于两地劳动力成本、关税、运输和产品质量的差异，产品对消费者的有效价格不同。

只购买本地产品的消费者价格 (单位：美元)

消费者所在地	DVD机	文字处理软件	总计
韩国	250.00	500.00	750.00
美国	400.00	300.00	700.00
合计	-	-	1450.00

物流的重要性：宏观视角

- 如果两国相互交易其有成本优势的产品，消费者和整个经济体的福利都会改善。

相互交易时的消费者价格 (单位：美元)

消费者所在地	DVD机 (运费等\$100)	文字处理软件 (运费等\$50)	总计
韩国	250.00	350.00	600.00
美国	350.00	300.00	650.00
合计	—	—	1250.00

两国的两个消费者节约了： $1450 - 1250 = 200$ 美元

物流的重要性：微观视角

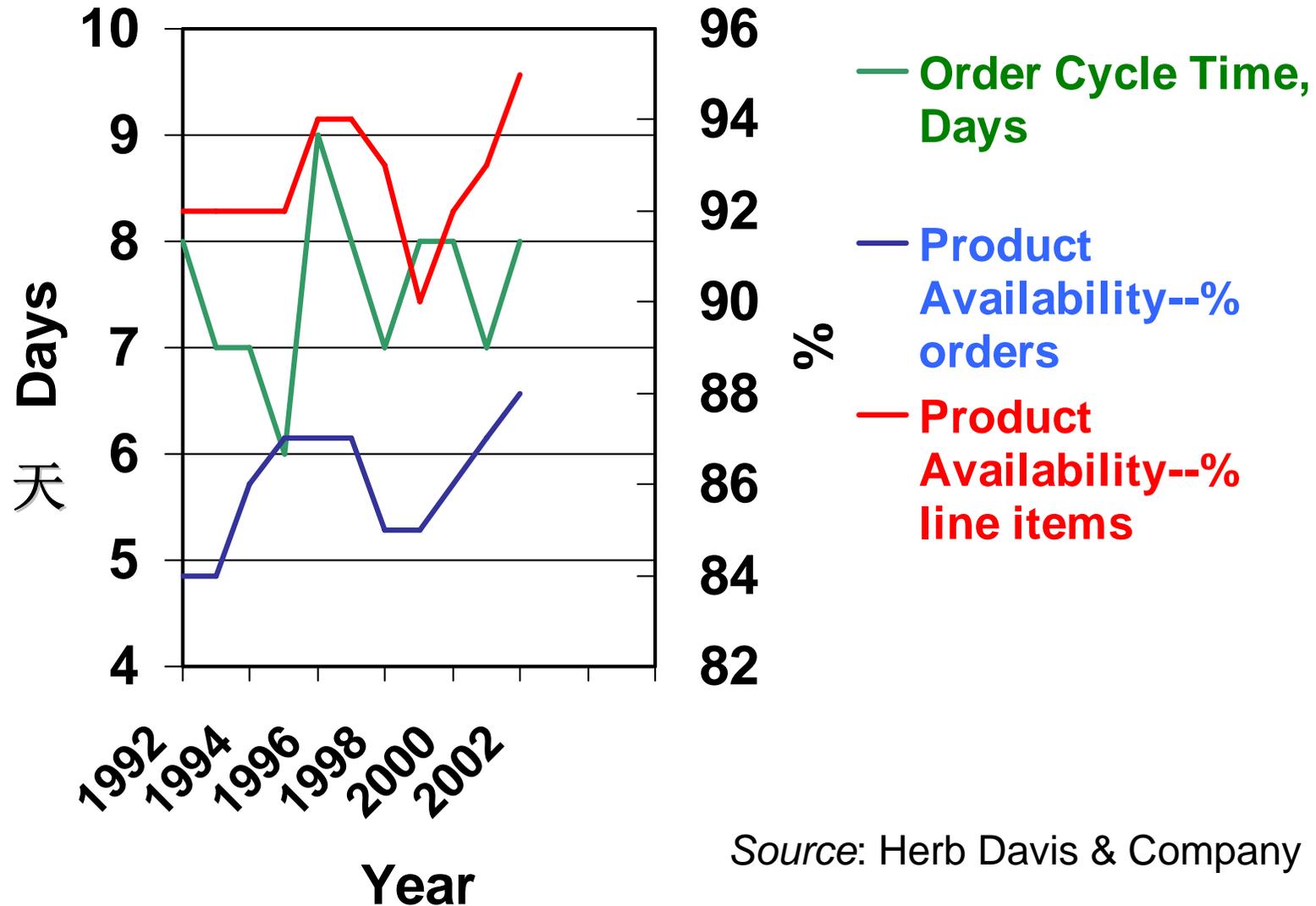
项目分类		占销售额的比重 (%)	价格 (美元/担)
产成品	运输	3.34	26.52
	存储	2.02	18.06
	订单处理	0.43	4.58
	管理费用	0.41	2.79
	库存持有成本	1.72	22.25
	总分拨成本	7.65	67.71
原材料：供给成本占总分拨成本的1/3		2.55	22.57

资料来源: Herb Davis & Company 企业平均物流成本约占销售收入的10%左右

物流的重要性：综合视角

- **物流成本居高不下：**
 - 美国约占**GDP**的**10.5%**
 - 全世界约占**GDP**的**12%**
 - 企业占销售额的**4-30%**，平均**10%**
- **客户对物流要求更高：**
 - 要求快速反应
 - 要求不断降低成本
- **公司战略的组成部分：**
 - 物流战略匹配企业战略
 - 利用物流增加利润
- **物流范围扩大：**
 - 从当地供给，向异地发展
 - 从国内运输向国际运输发展
- **提高贸易和生活水平：**
 - 使贸易更便捷
 - 使生活更方便
- **物流管理增加价值：**
 - 时间和地点的价值
 - 降低物流成本

顾客服务水平要求越来越高



Source: Herb Davis & Company

很多企业都对物流提出了要求

- 出运货物的出错率：千分之一以下；
- 物流成本：低于销售额的**5%**；
- 年库存成本周转次数：**20**次以上；
- 平均订单周期：**5**个工作日；
- 如果产品售价超过**5**美元/磅：运输成本不超过销售收入的**1%**。

物流是第三利润源泉利润

- 场所价值：
 - 从集中生产场所流入分散需求场所创造价值；
 - 从分散生产场所流入集中需求场所创造价值；
 - 从甲地生产流入乙地需求创造场所价值。
- 时间价值：
 - 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。

物流管理的定义

- 物流管理是根据物质资料实体流动的规律，应用管理的基本原理和科学方法，对物流活动进行**计划**、**组织**、指挥、协调、**控制**和监督，使各项物流活动实现最佳的协调与配合，以**最低的物流成本达到客户所满意的服务水平**，从而提高物流效率和经济效益。

参考书

- 柯颖，物流管理，机械工业出版社，**2013.04；(¥45.00)**
- 王欣兰等，现代物流管理概论，清华大学出版社、背景交通大学出版社，**2012.08；(¥32.00)**
- 刘刚，物流管理，中国人民大学出版社，**2011.04；(¥28.00)**
- **Ronald H. Ballou, Business Logistics/Supply Chain Management, Prentice Hall, 5th Edition, 2004**