

[考试指导]物流基础知识：物流漫谈 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/36/2021_2022__5B_E8_80_83_E8_AF_95_E6_8C_87_c31_36752.htm

物流是很独特的：在一年的52个周、一周的7天和一天的24个小时内物流始终存在，从来也没有停止过。具有典型地理特征的物流既有其复杂性，也有一定的跨距，几乎没有任何一个作业领域涉及这些复杂性和跨距。在高度发达的工业化国家里，绝大多数的消费者理所当然地认为，高水平的物流能力是必不可少的。当消费者去商店时，他们期望能购买到新鲜的商品，但是，如果没有物流的支持，营销或制造的具体实现是很困难的。现代文明开始以来，物流就已经存在了，它算不上是什么新生事物。然而，讲到所谓现代物流，尽管它好像是看不见、摸不到的事物，但现实社会，实现最佳的物流，却已成为业务管理和公营部门管理的最激动人心和最富挑战意义的作业领域之一。物流涉及到信息、运输、存货、仓储、物料搬运和包装等的集成。所有这些作业领域都提供了各种刺激性的工作。这些工作结合在一起就使整个物流管理成为一种既有挑战性又有价值的职业。由于物流的职能具有重要的战略意义，因此，有愈来愈多取得成功的物流行政人员正在被提拔到高级管理部门。物流的刺激和新奇来自于把传统的工作融汇进综合的物流开拓精神中去。成功的高级物流行政人员在其公司内外的工作中就像一位具有交叉职能的交响乐团指挥。在公司内所面临的挑战是要把个别工作的专门技术协调成为一种综合的能九注重于服务顾客。在大多数情况下，这种协调所期望的范围超越企业自身，向外延伸，包括顾客以及物料

供应商和服务供应商。从战略意义上说，高级物流官员领导的是一支跨越边界的创业队，开拓有效的供给链关系。当代物流的刺激是在把内外一体化的组合结果变成一个企业的核心组成部分的过程中体现出来的。物流的经营责任是要按尽可能低的成本，对原材料、在制品和制成品的库存进行地理上的定位。经过物流过程，原材料流入工业化国家庞大的制造设施中去，通过市场营销渠道再把产品配送到顾客的手里。物流的复杂性是令人生畏的。仅在美国，营销结构就涉及到大约150万个零售商和46万个以上的批发商。为了结这些企业运送产品和物料，1992年就注册了1490万辆商用卡车。为了支持物流，1994年在制造、批发、零售和存货方面的投资总额超过了8930亿美元。创造物流价值的成本是高昂的。当存货被正确定位，有助于销售时，物流就会增值。虽然这种成本难以衡量，但是绝大多数专家同意，1994年美国的物流年度开支恰好比国民生产总值(GNP)的10%略少。从另一个角度来说，在GNP上每花费10000亿美元，相应的物流成本就要超过1000亿美元。1994年的运输开支为4250亿美元，相当于GNP的6.3%。我们经济生活中的物流确实是桩大生意！

过去20年间的物流总成本的趋势概要，如表所示。美国物流成本年份 存货 储囤成本 运输成本 管理成本 总成本

年份	存货	储囤成本	运输成本	管理成本	总成本
1975	110	116	9	235	1976
1976	116	133	10	259	1977
1977	126	150	11	287	1978
1978	155	175	13	343	1979
1979	200	193	16	409	1980
1980	243	205	18	466	1981
1981	283	236	21	540	1982
1982	255	240	20	515	1983
1983	228	244	19	491	1984
1984	257	250	20	527	1985
1985	240	265	20	525	1986
1986	233	271	20	524	1987
1987	243	288	21	552	1988
1988	266	313	23	602	1989
1989	311	331	26	668	1990
1990	298	352	26	678	1991
1991	270	360	25	655	1992
1992	243	379	25	647	1993
1993	250	394	26	670	1994
1994	277	425	28	730	资料

来源：Robert V Delaney，Sixth Annual “State of Logistics Report”，presented to the National Press Club，Washington，D.C.，June 5，1995。就单个具体厂商而言，根据业务的类型、作业的地理区域，以及产品和材料的重量/价值比率，物流开支一般在销售额的5%~35%之间，物流成本通常被解释为是业务工作中的最高成本之一，仅次于制造过程中的材料费用或批发、零售产品的成本。很明显，物流虽然对业务的成功至关重要，但也是昂贵的。尽管这种成本的比较会给人留下深刻印象，但对物流来说，真正激动人心的并不是成本内容或如何降低成本，而是来自对一个挑剔的厂商，如何给其物流能力定位，以获取其竞争优势的理解。一个拥有世界一流物流能力的厂商，可以通过向顾客提供优质服务获得竞争优势。虽然完美的订货难求，但是一个老练和处于领袖地位的厂商可以凭借其高超的和不断改善的物流能力，以及能够实时地监督物流动态的信息系统，来识别潜在的作业障碍，并在向顾客提供的有可能失败以前；采取正确的行动。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com