

现代物流 势必推行

□文 / 李君明(中轻公司仓库主管)

摘要

本文作者李君明是中轻公司仓库主管,在日常工作中,接触到“物流管理”和JIT(及时管理)的理论,结合自己的工作实践对公司的供应、发运和仓库管理提出了新的观念和思路。文章朴实生动,值得一读。

现代物流

“物流”一词源于美国的军事领域,80年代经日本传入我国,它是由一系列创造时间和空间效用的经济活动组成,包括运输(配送)、保管、包装、装卸、流通加工及物流处理等多项基本活动,也是这些活动的统一(图一)。由于我国管理观念滞后,物流理论的研究与探索一度只限于官方和学术界,因此对企业管理者、特别是对大多国有中小型企业单位的物管者来说,物流仍然是个陌生的名词。然而,类似于“麦当劳”、“肯德基”、“家乐福”、“沃尔玛”及其他外资、合资连锁店经营的物流配送模式,确为我们全面推进物流管理树立了典范。

物流各功能		生产活动		
		材料采购	作业流程	成品销售
物流各功能	运输	主要	主要	主要
	配送	(供应商主要)	主要	主要
	储存	主要	主要	主要
	装卸搬运	辅助	辅助	辅助
	信息处理	辅助	辅助	辅助
	包装	辅助	辅助	辅助
	流通加工	辅助	辅助	辅助

图-1 生产领域物流功能分布表

必由之路

社会发展到今天,机制需要改善,企业必须创新,要找到新的生存点,企业有必要探索“新的经济增长点”。

一、“物流”的推进是现代企业探寻“第三利润源泉”的必然

改革开放以来,在市场经济条件下的现代企业面对的不再是单一的产销关系,而是同时面对着社会、市场和内部公众的复杂关系。由此,企业在其销售收入既定、生产领域“利润源泉”日益萎缩的情况下,已无法满足其不断拓展的投资需要,而不



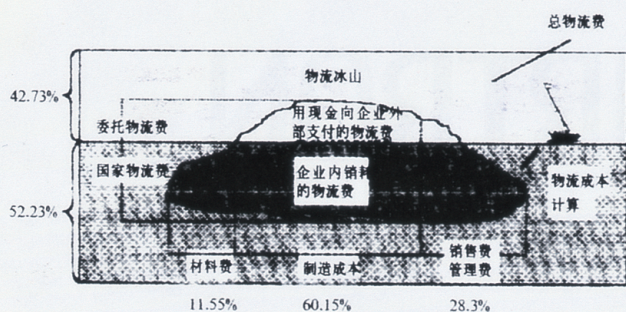


图-2 物流冰山说图解

资料来源：西泽修著《物流会计知识》

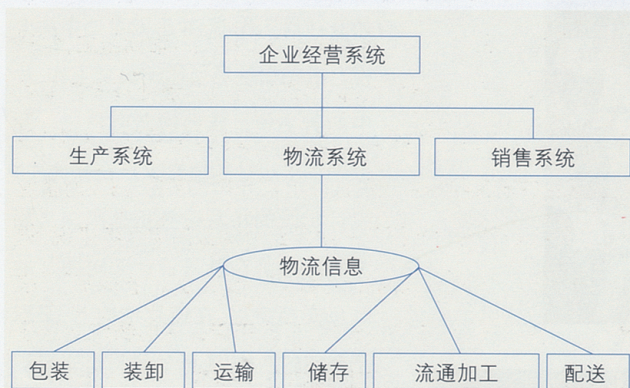


图-3 企业经营大系统中的物流系统

得不开始进行“销售、生产领域”之内的利润探导。人们在借鉴、摸索、总结中发现，物资流通贯穿于整个社会和生活领域，并且其流通成本率随流通方式、方法的有效程度不同，至少产生20%以上的差异（图-2），因此，实施合理高效的物流可降低企业成本，为企业至少创造流通成本中20%以上的收益，这正是企业所寻求的“新经济增长点”。由此，物流同“生产、销售”一样开始被企业认识和重视，从而在“重生产、轻物流”的体制上有了结构上的改变（图-3）这是企业追求发展、寻求利润的必然。

二、推行“物流配送”是优质服务于客户，增强企业竞争的前提

印刷行业是个服务性行业，广义地讲，我们整个生产的过程都是一个直接服务于用户的过程，与家电行业的差异在于一个是面对未知客户或中间客户，受一定的时限，一个是面对既定客户或直接客户，受绝对的时间限制。所以产成品能否及时送到客户的手中、或运送到客户指定的地点，对印刷业而言是企业实力的象征。过去的几年里我们企业已在重庆、天津、北京、上海、广州、昆明等地设立了办事处和分支机构，并通过

“空、陆、海”三路发货送货，真可谓把服务送到了客户的家门口，这是我们企业优胜于同行的独特之处，也是企业吸引客户、保持强劲竞争力的经营策略。这都属“物流”范畴。采它山之石可以攻玉，深圳同行通过学习、借鉴和经营战略上的改善，已拉开咄咄逼人之势。公司曾要求我们为客户提供“五星”级的服务，现在周边“星级酒店”众多，怎么保持我们企业的自身优势，关键取决于服务质量，再好的拍卖书赶不上拍卖时间，再精美的书刊赶不上时令，再多的挂历未及时发送到客户手中——都将功亏一篑。合理的物流配送是深入了解客户需要，百分之一百地让客户满意的一种体制，有了“物流配送”就能促进物流，更有保障地把产成品按客户指定的时间、地点和数量送达。所以，推行“物流配送”是我们提高服务质量、保持企业竞争力的前提。

三、现代物流与配送中心的有效建置与实施是公司稳步发展的需要

从财务方面统计的数据来看，截止1999年10月我们产值完成了年度产值目标的116.5%；从仓库统计的数据来看，1-10月份的原辅料月均入、出库量是98年月均入、出库量的1.12倍；另外从供应统计的数据来看，1-10月份的月终应付款额的波浪线上下移动，于下半年开始至10月再次攀升。以上数据充分说明：我们在完成生产、仓管和供给工作上取得了较好的成绩，同时也清楚地看到，各部门有因缺货断料、计划欠佳的事发生。进入2000年，当产值再次以16.5%的速度发展，进出库量以11.2%的速度增长，厂房再次扩建和机器设备新增的时候，我们更需要有一个改善了的管理体系、一种建设性的软件体制来协调和处理好拓展过程中的事务和矛盾。以保证“产、供、销”之间的关系协调步入良性循环轨道，促使公司迈向稳步的发展阶段。因此说现代物流与配送中心的有效建置与实施是公司稳步发展的需要。

综上所述，现代物流的推进是配合我们企业追求经营目标实现的重要途径之一，也是一种发展的趋势。因此，我们不断地学习、探索市场经济条件下的现代物流管理，结合实际，不断努力研究，创造自己的有效物流方式，摒弃一些不尽人意的传统物管行为，为营业、生产提供更好的服务，最终协同各部门为客户提供优质服务，企业就能够以崭新的姿态迎接二十一世纪的挑战。