

物流概述

物流是一个十分现代但许多人又不甚了解的概念,由于它对商品生产、商品流通和商品消费的影响日益明显而引起了各方面的重视。其实,物流是一个与人类文明、社会经济“共生共长”的综合体,是一个古老而又新颖的产业,是一个复杂而又综合的大体系,是一门传统而又创新的学科,是一个全球性的社会发展问题;物流又是一个项目,是一项管理,是一次过程,是一个进步,是一个结果,也是一座桥梁(虚拟与现实)……

工厂需要从供应商那里购进原材料以进行生产,并把产品送给客户;零售商需要从批发商那里不断地进货;电视台需要收集新闻,然后再把这些新闻发往世界各地;住在城市和乡镇的每个人都能享受到全国的美味;如果从电子商务网站上订购一本书或一张唱片,快递公司会把你要的东西送货上门……无论何时,当要买、租或借任何物品时,都会有人满足你的要求并服务到家。物流就是一种能实现上述对商品进行位移服务要求的职能,它包括了从供应到客户物流运输和仓储的全过程。

随着我国改革开放的不断深入,经济飞速发展,特别是进入 21 世纪后,国际互联网和电子商务的发展,社会不断进步,物流俨然已成为受到全民关注的“新宠”和“热点”。

本章主要介绍物流的基本概念,具体学习要求如下:

- (1) 了解物流的相关历史背景。
- (2) 掌握物流的定义。
- (3) 掌握物流的特点和功能。
- (4) 掌握物流管理的定义。
- (5) 掌握物流标准化的定义。

1.1 物流的诞生与发展

1.1.1 物流的概念

物流(logistics)从直观上理解就是物质实体的流动,这种流动实际上就是位移,是位置的移动,是有方向的,它包括地面上、空间上、时间上的位移。这一概念源于 20 世纪 30 年代的美国军事系统,是从 Physical Distribution(PD)词组演变而来的,原意为“实物分配”。

物流中的“物”是物质资料世界中同时具备物质实体特点和可以进行物理性位移的那

一部分物质资料。物流中的“流”是物理性运动,这种运动有其限定的含义,就是以地球为参照系,相对于地球而发生的物理性运动,称之为“位移”。“流”的范围可以是地理性的大范围,也可以是在同一地域、同一环境中的微观运动,即小范围位移。“物”和“流”的组合,是一种建立在自然运动基础上的高级运动形式。其互相联系是在经济目的和实物之间,在军事目的和实物之间,甚至在某种社会目的和实物之间,寻找运动的规律。因此,物流不仅是上述限定条件下的“物”与“流”的组合,更重要的还是限定于军事、经济、社会条件下的组合,是从军事、经济、社会角度观察物的运输,达到某种军事、经济、社会的要求。

人们对物流的认识是一个不断完善、不断深化的过程。早在 20 世纪 80 年代,物流已被西方国家称为 Logistics,原意为“后勤”,是二战期间军队在运输战略物资、军队给养时使用的名词。作为维持战争需要的后勤保障系统,物流在二战期间发挥了重要的作用。二战后,Logistics 被应用于经济领域,理解为“在生产和消费之间对物质履行仓储、运输、装卸、包装、加工等功能,以及控制后援信息的功能,它在物质销售中起了桥梁作用”。

随着认识的不断深入,关于物流的定义也日趋严格。1992 年,美国物流管理协会(Council of Logistics Management)对物流作了如下的定义:“物流是为满足消费者需求而进行的对货物、服务及相关信息从起始地到消费地的有效率与效益的流动与存储的计划、实施与控制的过程。”

1998 年,该协会在物流的定义中增加了供应链的思想,使其进一步得到了完善。在 2001 年对该定义叙述如下:“物流是供应链运作中,以满足客户要求为目的,以货物、服务及相关信息在原产地和销售地之间实现高效率、低成本、正向和反向的流动和储存所进行的计划、执行和控制的过程。”

2001 年,中华人民共和国国家标准 GB/T 18354—2001 物流术语给物流下了如下的定义:“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、装卸、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。”

现代物流的观点明确指出了物流是供应链流程的一部分,物流是为供应链服务的,使物流和供应链之间的关系更加清晰化。现代物流还包括了更深刻和更广泛的管理内容,不仅是实物物流和管理,还包括所有相关信息的管理与控制,其范围是从原材料采购开始到生产全过程直至营销活动结束的整个过程的统一与协调管理控制。具体的内容包括运输、仓储、物料搬运、包装、订单处理、预测、信息处理、采购、生产计划、客户服务、选址、废料处理及逆向回收等相关活动。

1.1.2 物流的划分

物流的划分是一个比较复杂困难的问题,但又是一个必须面对的基本概念。由于物流对象不同,物流目的不同,物流范围、范畴不同,从而形成了不同类型的物流。

1. 按物流在经济中的运行划分

(1) 宏观物流,是指社会再生产总体的物流活动,从社会再生产总体角度认识和研究的物流活动。宏观物流还可以从空间范畴来理解,在很大空间范畴的物流活动往往带有宏观性,在很小空间范畴的物流活动则往往带有微观性。宏观物流研究的主要特

点是综观性和全局性。宏观物流主要的研究内容是,物流总体构成、物流与社会的关系在社会中之地位、物流与经济发展的关系、社会物流系统和国际物流系统的建立与运作等。

(2) 微观物流。消费者、生产者企业所从事的实际的、具体的物流活动属于微观物流;在整个物流活动中的一个局部、一个环节的具体物流活动也属于微观物流;在一个小地域空间发生的具体的物流活动同样属于微观物流。

2. 按物流服务对象划分

(1) 一般物流,是指物流活动的共同点和一般性,物流活动的一个重要特点是涉及全社会、各企业。因此,物流系统的建立、物流活动的开展必须有普遍的适用性。

(2) 特殊物流。专门范围、专门领域、特殊行业,在遵循一般物流规律的基础上,带有特殊制约因素、特殊应用领域、特殊管理方式、特殊劳动对象、特殊机械装备特点的物流,皆属于特殊物流范围。

3. 按物流活动空间范围划分

(1) 国际物流,是现代物流系统中发展很快、规模很大的一个物流领域,其是伴随和支撑国际经济交往、贸易活动和其他国际交流所发生的物流活动。

(2) 国内物流。相对于国际物流而言,一个国家范围内的物流、一个城市的物流、一个经济区域的物流都处于同一法律、规章、制度之下,都受相同文化及社会因素影响,都处于基本相同的科技水平和装备水平之中。

国内物流可以细分为城市、城际、城域、省域、地区(例如长三角地区)等不同服务范围的物流类别,如图 1-1 所示。每类物流系统都有不同的发展战略和对策。

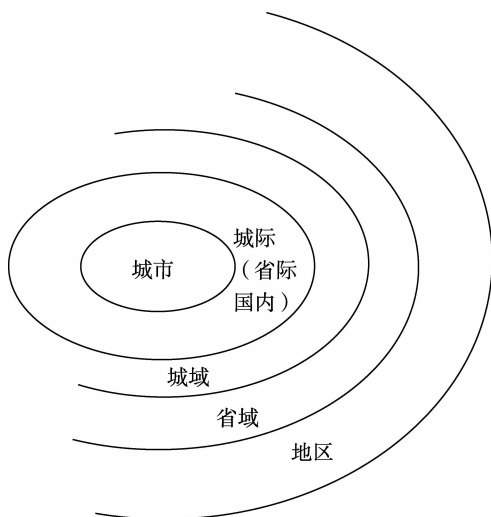


图 1-1 国内物流分类示意图

4. 按物流活动的运作主体划分

(1) 社会物流,是指超越一家一户的以一个社会为范畴、面向社会为目的的物流。这种社会性很强的物流往往是由专门的物流承担人承担的,社会物流的范畴是社会经济大

领域。

(2) 企业物流,是从企业角度研究与之有关的物流活动,是具体、微观的物流活动中的典型领域。企业物流又可以区分为以下具体的物流活动。

① 企业生产物流,是指企业在生产工艺中的物流活动。这种物流活动是与整个生产工艺过程伴生的,实际上已构成了生产工艺过程的一部分。

② 企业供应物流,企业为保证本身生产的节奏,不断组织原材料、零部件、燃料、辅助材料供应的物流活动,这种物流活动对企业正常、高效地进行生产起着重大作用。企业供应物流不仅是一个保证供应的目标,而且还能以最低成本、最少消耗、最大保证来组织供应物流。

③ 企业销售物流,是企业为保证本身的经营效益,不断伴随销售活动,将产品所有权转给用户的物流活动。

④ 企业回收物流。企业在生产、供应、销售的活动中总会产生各种边角余料和废料,这些东西的回收需要伴随物流活动,而且,在一个企业中,如果回收物品处理不当,往往会影响整个生产环境,甚至影响产品的质量,也会占用很大空间,造成浪费。

⑤ 企业废弃物流,是指对企业排放的无用物进行运输、装卸、处理等的物流活动。

1.1.3 物流的起源和发展

物流的最原始、最根本的含义是物的实体运动。从这一方面来讲,物流的历史存在和人类历史一样久远。

物流的发展不仅与社会经济和生产力的发展水平有关,同时也与科学技术发展的水平有关。按照时间顺序,物流发展大体经历了4个阶段。

1. 物流观念的萌芽和产生阶段(20世纪初至40年代)

20世纪初,在北美和西欧一些国家,随着工业化进程的加快以及大批量生产和销售的实现,人们开始意识到降低物资采购及产品销售成本的重要。单元化技术的发展,为大批量配送提供了条件,同时也为人们认识物流提供了可能。

1901年,J. F. Growell在美国政府报告《关于农产品的配送》中,第一次论述了对农产品配送成本产生影响的各种因素,揭开了人们对物流认识的序幕。

1916年,A. W. Shaw在他的《商业问题的对策》中讨论了物流在流通战略中的作用。同年,L. D. H. Weld在《农场产品的市场营销》中论述了市场营销的效用中包括时间效用、场所效用、所有权效用的概念和营销渠道的概念,从而肯定了物流在创造产品市场价值中的时间价值及场所性价值中所起的重要作用。

1918年,英国犹尼里佛的利费哈姆勋爵成立了“即时送货股份有限公司”。其公司宗旨是在全国范围内把商品及时送到批发商、零售商以及用户的手中,这一举动被一些物流学者誉为有关“物流活动的早期文献记载”。

1922年,F. H. Clark在《市场营销原理》中将市场营销定义为影响商品所有权转移的活动和包括物流的活动。

1927年,R. Borsodi在《流通时代》中首次用Logistics来称呼物流,为后来的物流概念奠定了基础。说明人们在这一时期对物流的意义有了初步的认识,并随着以农业为主体的经济向工业化经济发展过程中不断深化,明确了物流在商品流通及市场营销中的地

位和作用,但在当时社会生产力发展条件的影响下,物流仍然被看做为市场营销的附属功能。

1932年,在一部关于市场营销的基础教科书中,开始涉及物流运输、物资储存等业务的实物供应(Physical Supply)这一名词,该书将市场营销定义为“影响产品所有权转移和产品的实物流通活动”。这里,所说的所有权转移是指商流;实物流通是指物流。

1935年,美国销售协会最早对物流进行了定义:“物流(Physical Distribution)是包含于销售之中的物质资料和服务,与从生产地到消费地点流动过程中伴随的种种活动。”

1946年,美国正式成立了全美交通与物流协会,这是美国第一个关于运输业和物流业的考察与认证组织。这一时期是美国物流的萌芽和初级阶段。

2. 物流管理的实践与推广阶段(20世纪50年代至70年代末)

进入20世纪50年代后,对物流的重视程度有了很大提高,物流特别是物流配送得到了快速的发展。其背景是现代市场营销观念的形成,彻底改变了企业经营管理的行为,使企业意识到顾客满意是实现企业利润的唯一手段,顾客服务成为经营管理的核心要素,而物流起到了为顾客提供服务的重要作用。

1954年,在美国波士顿商业委员会所召开的第26届流通会议上,P. D. Converse作了《市场营销的另一半》的演讲,其意义在于通过一个商业和教育的领导机构来指出教育界和实业界都需要研究和重视市场营销中物流的重要作用,从而为物流管理学的形成及对物流的研究起到积极的推动作用。

1956年,H. T. Lewis、J. W. Culliton、J. D. Steel等人出版了《物流中航空货运的作用》一书,首次介绍了物流总费用分析的概念,指出物流总费用由多个环节的费用组成,它们相互影响。例如,空运虽然成本高,但由于它直接向顾客所在地送货,因而节省了货物存储费用及仓库费用,所以应从物流总成本的基础上评价各种运输方式的优缺点。由于物流管理的最终目的之一是从节省成本出发来提高企业利润,因而总费用分析的概念对物流管理有着重要的指导意义。

1961年,E. Smykny、D. Bowersox和F. Mossman合著了《物流管理》(Physical Distribution Management)一书,这本书从整个系统或企业范围的角度,对物流进行了分析的论述,并讨论了总成本分析的概念。20世纪60年代早期,密歇根州立大学及俄亥俄州立大学为本科生及研究生设置了物流课程,开始了正式针对物流从业者及教育人员的教学计划。

1962年,著名管理大师彼得·德鲁克(Peter Druker)在《财富》杂志上刊登的题为《经济领域的黑暗大陆》一文中指出:“我们对物流的认识就像拿破仑现在对非洲大陆的认识,我们知道它确实存在,而且很大,但除此之外,我们便一无所知。”这篇文章首次提出了物流领域的潜力,具有划时代的意义。

1963年,美国物流管理协会(National Council of Physical Distribution Management, 1985年更名为Council of Logistics Management)成立。集中了物流实业界及教育界的专家,通过对话和讨论,促进了对物流过程的研究、理解和物流管理理论的发展,以及物流界与其他组织的联系与合作。这一时期最重要的研究成果之一是物流总成本分析概念的形成。

1964年,在日本开始使用“物流”这一概念。在使用物流这个术语之前,日本把与商品实体有关的各项业务统称为“流通技术”。1965年,日本在政府文件中正式采用“物的流通”这个术语,简称为“物流”。

1972年,M. S. Chiff出版的《物流管理中的会计管理和控制》一书中说明了会计与财务信息对物流活动极其重要的影响。

1976年,美国国家物流管理协会对物流的定义是:“物流活动包括但不局限于为用户服务、需求预测、销售情报、库存控制、物料搬运、订货销售、零配件供应、工厂及仓库的选址、物资采购、包装、退还货物、废物利用及处置、运输及仓储等。”

1977年,B. J. Lalonde和P. H. Zinszer发表了最新的研究成果《客户服务的章义及评估》,首次详细论述了顾客服务的方方面面。企业要发展,就需要全面理解客户服务的含义及如何对企业服务水平进行评价,这样才能真正满足客户对物流服务的需求。

1978年,A. T. Kearney公司在美国物流管理协会的资助下,开始对物流生产率进行研究;并最终发表了题为《物流生产率的评估》(*Measuring Productivity in Physical Distribution*)的研究报告,该成果对物流领域产生了久远的影响。

3. 物流管理逐步走向现代化(20世纪70年代末至80年代中期)

这一时期,物流管理的内容从企业内部延伸到企业外部,物流管理的重点也已经转移到对物流的战略研究上。企业开始超越现有的组织机构界限并注重外部关系,将供货商(提供成品或运输服务等)、分销商以及用户等纳入管理的范围,利用物流管理建立和发展与供货厂商及用户之间稳定、良好、双赢、互助合作伙伴式的关系,形成了一种联合影响力量,以赢得竞争的优势。物流管理已经意味着企业应用先进的技术,站在更高的层次上管理这些关系。电子数据交换、准时制生产、配送计划以及其他物流技术的不断涌现以及应用与发展,为物流管理提供了强有力的技术支持和保障。

1981年,日本综合研究所编著的《物流手册》,对“物流”的表述是:“物质资料从供给者向需要者的物理性移动,是创造时间性、场所性价值的经济活动。从物流的范畴来看,包括包装、装卸、保管、库存管理、流通加工、运输、配送等诸种活动。”

1984年,美国的航运条款(Shipping Act of 1984)分别去除或修改了在航空、铁路、公路及远洋运输中不利于市场竞争的因素,在市场准入、运价、运输路线等方面给运输企业以更大的自主权。而对于货主来讲,由于有了更多的选择机会,使其在承运方面得到的物流效率及服务水平都得到提高,这些都大大促进了运输业的发展。

1985年,W. D. Harries和J. R. Stock在密歇根州立大学的一个市场营销历史研讨会上发表了“市场营销与物流的重组——历史与未来的展望(The Reintegration of Marketing and Physical Distribution: A Historical and Future Perspective)”演说,指出通过过去的工作证明了市场营销与物流活动的重组正在发生,强调了物流在营销中的重要作用以及在保证顾客服务水平方面的战略作用,提出了营销与物流一体化的必要性。该文的发表还推动了物流供应链过程一体化的研究与实践。这段时期,随着电脑技术、系统分析方法、定量分析技术的发展,以及物流总费用分析概念的逐步形成及在企业中的应用,物流的作用在社会及企业中进一步得到确认。同时,从许多公司的管理实践中发现,在制造、市场及物流的三个重要方面,能为公司提高利润的最有效手段是降低物流成本,

因此,物流一体化管理是公司保持持续发展的最有效途径之一。

1985年,美国物流管理协会正式将名称由 National Council of Physical Distribution Management 更改为 Council of Logistics Management,其理由是 Physical Distribution 的领域较狭窄,而 Logistics 的概念则较为宽广、连贯、整体。改名后的美国物流协会(CLM)对 Logistics 所作的定义是:“以适合于顾客的要求为目的,对原材料、在制品、制成品与其关联的信息,从产业地点到消费地点之间的流通与保管,为求有效率且最大的‘对费用的相对效果’而进行计划、执行、控制。”从而标志着现代物流理念的确立。与此同时,随着科学技术的发展、政策的放开、竞争的加剧,现代物流管理思想进一步发展,一体化物流管理的思想逐步形成。

1988年,美国物流管理协会将物流定义为:物流是以满足客户需求为目的,为提高原料、在制品、制成品以及相关信息的供应到消费的流动和存储的效率和效益,并对其进行的计划、执行(实现)和控制的过程。这一定义反映了物流实践的发展,也进一步揭示了物流的本质。同时,相应地出现了综合物流管理的概念,并得到广泛的认可和应用。这一观念的引入,使企业内部逐步改变了传统的财务、采购、销售、市场、研发等企业分解式管理的思维方式,代之以系统整合的思想。它表明物流协作化与专业化已成为今后物流发展的主方向。

4. 物流国际化、信息化及迅速发展的阶段(20世纪90年代中期至今)

20世纪90年代,随着新经济和现代信息技术的迅速发展,现代物流的内容仍在不断地丰富和发展。信息技术的进步,使人们更加认识到物流体系的重要,现代物流的发展被提到重要日程上来。同时,信息技术特别是网络技术的发展,也为物流发展提供了强有力的支撑,使其向信息化、网络化、智能化方向发展。这不仅使物流企业和工商企业建立了更为密切的关系,同时物流企业也为各客户提供了更高质量的服务。特别是对电子商务的发展,将像杠杆一样撬起传统产业和新兴产业,成为企业决胜未来市场的重要工具。而在这一过程中,现代物流将成为这个杠杆的支点。

此后,人们又提出了供应链管理的概念,自此,物流管理逐步扩大到整个供应链范围。供应链的思想就是以企业为核心,通过对信息流、物流、资金流的控制,从采购原材料开始,生产加工成中间产品以及最终产品,直至由销售网络把产品送到消费者手里的整个过程中,不仅要考虑原材料供应商及产品分销商直至客户的供应链上的所有物流活动,还要注重它们之间的协调与配合。物流的发展从此进入了供应链管理阶段。

1991年,D. L. Anderson 和 R. G. House 发表的《20世纪90年代的物流》(*Logistics in the 1990s*)一文中提到,到2000年将约有2150亿美元花费到资讯系统中,而存储费用却是2050亿美元,这种情况表现了物流战略方面的转变,它从原来的资产密集型战略(如许多的仓库及高的存量水平)向着资讯密集型的控制系统转变。由于资讯交换特别是 EDI 的应用,实现了公司和公司之间、电脑到电脑之间的资料传输,使企业能与所有的合作伙伴(不仅是顾客,而且还包括供应商、运输方、公共仓库及其他方面)进行信息传递。由于 EDI 技术应用的飞速发展,除了使企业本身节省大量物流费用、提高竞争能力外,在物流领域也促进了供应链及其管理的理论与实践的发展。物流国际化使企业的物流成本大大提高,据统计国内产品销售的物流费用约占总成本的5%~

6%,而国际性产品的物流费用则占总成本的10%~25%。服务多样性及服务的高水平也对物流管理提出了更高的要求,因此,在物流理论和决策方法的研究(如物流总成本分析、供应链管理及一体化、物流服务水平的含义及评估方法、人工智能及专家系统在物流决策中的应用)等方面都取得了许多的成果。在《美国运输部1997—2000财务年度战略规划》中,美国克林顿政府的运输部部长 R. E. Slater 提出,美国应建立一个国际性的以多式联运为主要形式,以智慧为特征并将环境包含在内的运输系统,该系统将是世界上最安全、最易得、最经济和有效的系统。同时指出,资料 and 信息的搜集与传播、知识的创新与共用对国际运输业的发展是非常重要的,该报告对推动美国运输和物流的发展起着重要的指导作用。

1.2 物流的效用

物流过程中的物化劳动和活劳动投入增加了产品的效用,具体表现为增加了产品的时间效用、空间效用和其他效用。

1.2.1 时间效用

“物”从供应商到消费者之间有一段时间差,由于改变这一段时间而创造的价值称为时间效用。这种时间效用有多种情况。例如,农产品之类的商品只能间断性生产而不必连续消费;又如一些时令性或集中性消费商品,其生产是长期连续的;更多的情况是虽然生产和消费都是连续的,但是商品从生产到消费有一定的时间差,这种时间差表现为商品生产与消费的时间矛盾。商品流通过程(如储存、保管等)投入的劳动恰好可以解决这种矛盾,表现为商品时间效用的增加。物流创造时间效用的形式有以下几种。

1. 缩短时间创造效用

缩短物流时间可以获得许多好处:第一,可以减少物流在流动中的损失,降低物流消耗;第二,可以提高“物”的周转率。

现代物流学所要研究的就是如何采取技术、管理、系统等方法来尽量缩短物流的宏观时间和有针对性地缩短微观物流时间,从而取得更高的时间价值。从全社会物流的总体来看,加快物流速度、缩短物流时间是物流必须遵循的一条经济规律。

2. 弥补时间差创造价值

在经济社会中,供应商与消费者普遍地存在着时间性差异。例如,粮食、棉花、水果等农作物的生产有严格的季节性和周期性,这就决定了农作物的集中产出,但是消费者一年365天,天天有所需求,因而供应商和消费者之间出现时间差。又如,凌晨磨制的鲜豆浆在上午出售;前日采摘的菜、果在次日出售等,都说明供给与需求之间存在时间差。可以说这是一种普通的客观存在,正是有了这个时间差,商品才能取得比自身价值高得多的价格,才能获得十分理想的效益。

但是,商品本身不会自动弥合这个时间差。如果没有有效的方法,集中生产出的农作物除了当时的少量消耗外,就会损坏、腐烂;而在非产出时间,人们就会找不到可吃的粮食、水果,所以必须进行储备、保管以保证经常性的需要,供人们食用以实现其使用价值。这种使用价值是通过物流活动克服了季节性生产和经常性消费的时间差才得以实现的,

这就是物流弥补时间差创造的价值效用。

3. 延长时间差创造价值

虽然物流可以缩短时间和弥补时间差来创造效用,但是,在某些具体物流中也存在人为地、能动地延长物流时间来创造价值的情况。例如,配合待机销售的物流便是一种有意识地延长物流时间、有意识地增加时间差创造价值的。当然,一般来讲,这是一种特例,不是普遍的规律现象。

1.2.2 空间效用

“物”从供应商到消费者之间有一段空间(场所)差,由于改变这一段空间(场所)而创造的价值称为“空间效用”。物流创造空间价值是由现代社会产业结构、社会分工所决定的,主要原因是供应商和消费者之间的空间差,商品在不同地理位置有不同的价值,通过物流将商品由低价值区转到高价值区,便可获得价值差,即“空间价值”。物流创造空间效用的形式有以下几种。

(1) 从集中生产场所(空间)流入分散需求场所而创造的价值。现代化大生产的特点之一,往往是通过集中的、大规模的生产以提高生产效率,降低成本。在一个小范围内集中生产的产品可以覆盖大面积的需求地区,有时甚至可覆盖一个国家乃至若干个国家。通过物流将产品从集中生产的低价位区转移到分散于各处的高价位区,有时可以获得很高的利益。例如,现代生产中钢铁、水泥、煤炭等原材料生产往往以几百万甚至几千万吨的大量生产密集在一个地区;又如,“西煤东运、北煤南运、西气东输、北粮南调、西棉东送、南矿北运”就是将集中在我国西部地区的原材料(如棉花、粮食、煤炭等)通过物流流入分散需求地区,以此获得更高的利益,这就是物流空间效用所创造的价值。

(2) 从分散生产场所(空间)流入集中需求场所而创造的价值。与上述相反的情况在现代社会中也不少见。例如,粮食是在一小块一小块地上分散生产出来的,而一个大城市的需求却相对大规模集中。计算机的零配件生产也分布得非常广,但却集中在一起装配。这种分散生产、集中需求也会形成物流空间效用所创造的价值。

(3) 从本地生产场所(空间)流入外地需求场所而创造的价值。现代社会中供应与需求的空间差比比皆是、十分普遍,除了由大生产决定之外,有不少是自然条件、地理条件以及社会发展因素决定的。例如,农村生产粮食、蔬菜而异地于城市消费,南方生产水果而异地于各地消费,北方生产高粱而异地于各地消费等。现代人每日消费的物品几乎都是由相距一定距离甚至十分遥远的地方生产的。这么复杂交错的供给与需求的空间差都是靠物流来弥合的,物流也从中取得了利益。

1.2.3 其他效用

1. 品种效用

在现代社会中,商品品种五花八门,而大众品种是80%的人都需要的品种,不论个人收入、性别、消费习惯、爱好如何都会购买。这些品种效用是通过商品流通过程中的劳动来克服商品生产和消费品种方面的一致。因为无论生产资料还是生活资料,消费者需要的是多种多样的商品,而专业化生产使某一生产厂家所提供的商品具有单一性,商品流通则可以集中多家生产商的产品提供给消费者,这方面的劳动投入表现为商品品种效用

的增加。

2. 批量效用

批量效用是通过商品流通过程中的劳动来克服生产和消费批量的不一致。社会化大生产的一种重要方式是生产的专业化和规模化,而很多时候消费的需求量都是非常有限的。商品流通中所消耗劳动的一个重要用途就是将生产的大批量分割成最终的小批量需求,在此表现为由整到散的分流过程;反过来的情况也同样存在,即生产尤其是工业化社会中无论生产资料的生产还是生活资料的生产都呈现出一种趋势,即小批量、多品种的生产,这种生产方式与大批量流水生产共同存在。所以可能出现这种情况,即虽然生产批量较小,而需求则是大量集中的。这时商品流通中的劳动就要用于分散和货源加以集中,从而表现为从散到整的集流过程。所有这方面投入的劳动成果都表现为批量效用。

3. 形质效用

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定的补充性的加工活动,这种加工活动不是创造商品主要实体,形成商品主要功能和使用价值,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形质效用。

4. 信息效用

信息从广义上说,就是能够通过文字、图像、声音、符号、数据等为人类所获知的知识。从一般上说,就是指与客观事物相联系,反映客观事物的运动状态,通过一定的物质载体被发出、传递和感受,对接受对象的思维产生影响并用来指导接受对象的行为的一种描述。从本质上说,信息是反映现实世界的运动、发展和变化状态及规律的信号与消息。

那么信息的效用有哪些呢?信息效用表现为专业商品流通企业要收集大量的信息,如买卖双方的信息、产品说明和使用情况、发展情况、用户的意见、供求信息、技术发展趋势等,并对这些信息进行过滤、筛选、整理、分析,总结规律,发现问题。同时指导自己的工作,也将这些信息传递给供求双方,形成一种知识学习的作用。

5. 风险效用

风险效用表现在商品流通过程中存在和隐藏着许多风险,如商品质量风险,商品信贷风险、商品政策风险、商品汇率风险、商品财务风险和商品价格风险。让商品流通双方谁来承担这些风险责任可能都会是一种讨价还价的“扯皮”过程,会极大地加大交易费用甚至阻碍商品流通的真正完成。由专业商品流通企业来承担这些风险无疑会极大地提高供求双方的信心,同时加快流通和再生产的过程。

1.3 物流管理概述

1.3.1 物流管理基本概念

1. 物流管理的定义

物流管理(Logistics Management)是指在社会再生产过程中,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,以降低物流成本,提高物流效率和经济效益。现代物流管理是建立在系统论、信息论和控制论的基础上的。

从定义上可以看出,物流管理具有以下几个方面特点。

(1) 物流管理既要实现最低化的成本管理,又要确保客户对物流服务质量的满意。可见,成本和服务是物流管理的侧重点。

(2) 物流管理不仅仅是对单个构成要素的管理,还是一个动态、全要素、全过程的管理。

(3) 物流管理就是要通过有效的计划、组织、协调和控制等手段,合理地组织各种要素的搭配,实现整体最优。

2. 物流管理的目标

(1) 现代物流管理以实现客户满意为第一目标,这里的客户不仅指物品的需求方,还包括物流服务的接受方,即物流业务的委托方。客户满意是一个综合指标,具体包括效率、质量、速度、成本、安全等。

(2) 现代物流管理以整体最优为目的,整体最优表现为对运输、储存、装卸、库存、配送、信息等基本功能要素实施优化管理,处理好物流各要素之间的“二律悖反”关系,在保证物流系统效率与质量的前提下,实现物流成本的最小化。

(3) 现代物流管理既重视效率更重视效果,即在确保整体最优的基础上充分重视环保、公害、交通等因素,积极发展符合 21 世纪发展潮流的绿色物流。

3. 物流管理的原则

(1) 在总体上,坚持物流合理化的原则,就是在兼顾成本与服务的前提下,对物流系统的构成要素进行调整改进,实现物流系统整体优化。

(2) 在宏观上,除了完善支撑要素建设外,还需要政府以及有关专业组织的规划和指导。

(3) 在微观上,除了实现供应链的整体最优管理目标外,还要实现服务的专业化和增值化。现代物流管理的永恒主题是成本和服务,即在努力削减物流成本的基础上,努力提升物流增值性服务。

(4) 在服务上,具体表现为 7R 原则,即适合的质量(Right Quality)、适合的数量(Right Quantity)、适合的时间(Right Time)、适合的地点(Right Place)、优良的印象(Right Impression)、适当的价格(Right Price)和适合的商品(Right Commodity)。为客户提供恰当的服务。

1.3.2 物流标准化

1. 物流标准化定义

物流标准化是指以物流为一个大系统,制定系统内部设施、机械装备、专用工具等在运输、配送、包装、仓储、装卸、保管、流通加工、资源回收和信息管理等各类作业标准,以及作为现代物流突出特征的物流信息标准,并形成与全国以及和国际接轨的标准化体系。

物流标准化包括以下几个方面的含义。

(1) 物流标准化是制定、贯彻、修订物流标准的活动过程,是一个不断循环提高的过程。标准实施后,应根据科技发展和经济建设需要适时复审,以确认标准是否继续有效,

是否修订或废止。

(2) 物流标准的制定、修订的贯彻,是物流标准的基本任务和内容。物流标准是物流标准化活动的产物,物流标准化的目的和作用,都需要通过制定和贯彻具体标准来达到。

研究各子系统技术标准和业务工作标准的配合性,按配合性要求,统一整个物流系统的标准。

(3) 物流标准化的效果好坏取决于物流标准的具体实施。贯彻实施标准是物流标准化全部活动中的关键环节,整个物流标准化的实现,每一项标准的贯彻实施,将可以加快物流速度、降低物流费用、提高工效、显著改善物流效益。

(4) 物流标准化过程是系统的建立和协调过程。物流标准化是个相对概念,不管是单个标准,还是标准系统,都要随客观情况变化而不断调整。每一次调整,其结构就会更趋于合理,功能水平也会相应提高。一项孤立的标准,即使再完整,水平再高,也难以实现标准化的目的。只有与之相关的一系列标准的建立,才能形成一个系统,并发挥系统的整体作用。各种系统相结合、配套,才能形成更大的系统,才能使效果更显著。

2. 物流标准化的作用

目前,我国物流业已建立了一批物流标识标准体系,如《中国物流标准化体系规范》。同时,《物流术语》、《商品条码》、《储运单元条码》、《物流单元格条码》等一些重要的国家标准也已投入实施。这些标准的实施对于规范我国当前物流业发展中的基本概念、促进物流业迅速发展并与国际接轨起到了重要作用。但是,我国物流标准化建设还只是处于起步阶段,很多实质性问题还远未触及。物流标准化的作用主要表现在以下几个方面。

(1) 统一国内物流概念。我国的物流发展借鉴了很多国外的经验,但是由于各国在物流的认识上有着众多的学派,就造成了国内人士对物流的理解存在偏差。物流的发展不单单是学术问题,更重要的是要为国民经济服务创造更多的实际价值。所以,需要弄清物流的概念问题,并对物流涉及的相关内容达成统一的认识,为加快我国物流的发展扫清理论上的障碍。

(2) 规范物流企业。目前,我国市场上出现了越来越多的物流企业,其中不乏新生企业和从相关行业转行的企业,层出不穷的物流企业也使物流队伍良莠不齐。物流业整体水平不高,不同程度地存在着市场定位不准确、服务产品不合格、内部结构不合理、运作经营不规范等问题,影响了物流业的健康发展。建立与物流业相关的国家标准,对已进入物流市场和即将进入物流市场的企业进行规范化、标准化管理,是确保物流业稳步发展的需要。

(3) 提高物流效率。物流业是一个综合性的行业,它涉及运输、包装、仓储、装卸搬运、流通加工、配送和信息等各个方面。我国的现代物流业是在传统行业的基础上发展起来的。由于传统的物流被人为地割裂为很多阶段,而各个阶段不能很好地衔接和协调,加上信息不能共享,造成物流的效率不高,这在很多小的医药物流企业表现得尤为明显。物流标准化是以物流作为一个大系统,制定系统内部设施、机械设备、专用工具等各个分系统的技术标准,制定系统内各个分领域(如包装、装卸、运输)的工作标准,以系统为出发点,研究各分系统与分领域中技术标准与工作标准的配合性,统一整个物流系统的标准;

研究物流系统与相关其他系统的配合性,进一步谋求物流大系统的标准统一。

(4) 使国内物流与国际接轨。全球经济一体化的浪潮,使世界各国的跨国公司开始把发展的目光集中到我国。特别是我国加入 WTO 后,物流业受到来自国外物流公司的冲击。所以,我国的物流业必须全面与国际接轨,接纳最先进的思想,运用最科学的运作和管理方法,改造和武装我们的物流企业,以提高竞争力。从我国目前的情况看,物流的标准化建设是引导我国物流企业与国际物流接轨的最佳途径。

3. 物流标准化的形式

制定物流标准化具有以下特点。

(1) 简化。简化是指在一定范围内缩减物流标准化对象的类型数目,使之在一定时间内满足一般的需要。如果对产品生产的多样化趋势不加限制地任其发展,就会出现多余、无用和低功能产品品种,造成社会资源和生产力的极大浪费。

(2) 统一化。统一化是指把同类事物的若干表现形式归并为一种或限定在一个范围内。统一化的目的是消除混乱。物流标准化要求对各种编码、符号、代码、标识、名称、单位、包装运输中具有的品种规格系列和使用特性等实现统一。例如,我国财政部统一规定我国企事业部门使用一级会计科目的长度为 3 位,按此标准下的所有单位都可以使用。

(3) 系列化。系列化是指按照用途和结构把同类型产品归并在一起,使产品品种典型化,然后再把同类型产品的主要参数、尺寸等按优先数理论合理分级,以协调同类产品 and 配套产品以及包装之间的关系。系列化是使某一类产品的系统结构、功能标准化形成最佳形式。系列化是改善物流、促进物流技术发展最为明智而有效的方法。例如,按 ISO 标准制造的集装箱系列,可广泛适用于各类货物,大大提高了运输能力,还为计算船舶载运量、港口码头吞吐量以及公路与桥梁的载荷能力等提供了依据。

(4) 通用化。通用化是指在互相独立的系统中,最大限度地扩大具有功能互换和尺寸互换的功能单元使用范围的一种标准化形式。换句话说,通用化是选定或研制具有互换性特征的通用单元,并将其用于新研制的某些系统,以满足这些系统需求的一种标准化方法。互换性有两层含义:一是互换产品的功能;二是指尺寸的互换性。通用化的目的在于最大限度地减少重复劳动。通用程度越高对市场的适应性越强。

(5) 组合化。组合化是指按照标准化原则,设计制造一系列通用性较强的单元,再根据需要合并成不同用途的产品标准化的形式。组合化以系统的分解与组合理论为基础。建筑用砖是最原始的组合件,活字印刷术是组合的典型创造,而对于物品编码系统和相应的计算机程序同样可通过组合化使之更加合理。

1.3.3 物流标准化内容

物流标准化的内容很多,例如,物流用语的标准化、物流技术的标准化、物流作业的标准化、物流设备器具的标准化、物流数据传输的标准化、物流成本计算标准化以及物流标志、图示、识别标准化等。所有的物流标准化都十分重要,都应予以重视。下面详细介绍几个比较重要的方面。

1. 物流模数的标准化

物流模数是指在某种系统的设计、计算和布局中反复地应用一种尺寸基准,以模数为

基础制定一套尺寸协调的标准称为模数制。它是由物流系统中的各种因素构成的,这些因素包括货物的成组、成组货物的装卸机械、搬运机械和设备、货车、卡车、集装箱以及运输设施、用于货物保管的机械和设备等。

模数的取值称为模数值,也称为基础模数值。对于一定的系统,可以根据实际需要,由基础模数值乘以或除以正整数而得出相应的模数尺寸系列。

由基础模数值乘以正整数所得到的模数尺寸称为组合模数尺寸,这时基础模数值为最小值,它表示以内件为基准,采用组合的方式而构成的结构。

由基础模数值除以正整数所得到的模数尺寸称为分割模数尺寸,这时基础模数值为最大值,它表示以外件的最大包容尺寸为基准,采用分割的方式而构成的结构。

物流建筑基础模数是指物流系统中各种建筑物所使用的基础模数尺寸,它是以物流基础模数尺寸为依据而确定的。可以选择共同的模数尺寸,该尺寸是设计物流建筑物长、宽、高尺寸,以及门窗尺寸和建筑物立柱间距、跨度、进深等尺寸的依据。

集装模数尺寸也称为物流模数尺寸,是指在物流基础模数尺寸的基础上,推导出的各种集装设备的基础尺寸,以此尺寸作为设计集装设备长、宽、高尺寸的依据。在物流系统中,集装起贯穿作用,集装尺寸必须与各环节物流设施、设备、机具相匹配。因此,整个物流系统设计时往往以集装模数尺寸为依据,决定各设计尺寸。集装模数尺寸是影响和决定物流系统标准化的关键。

2. 物流托盘的标准化

首先,托盘是物流的基本器具,是运输、保管以及装卸搬运等各个作业环节的节点,是物流机具标准化的主线。没有托盘就不能进行叉车作业、单元化堆码和装卸,至于物流作业的机械化、自动化也就更无从谈起。其次,托盘通用性强,是一贯化作业的基本要素。生产线上下来的产品如果堆码在托盘上,便可以用叉车装入卡车或集装箱里进行运输,到仓库之后可以直接堆码存放,从而大大减少了装卸搬运次数,同时也提高了仓库保管的利用率。第三,使用托盘还能够大幅度提高作业效率,节约物流成本。托盘一贯化作业后,不仅解除了人工搬运装卸的重体力劳动,而且由于采用了单元堆码装载方式和机械化、自动化作业,而使物流效率提高,破损率减少,费用降低。

托盘化最基本的目的是把成为物流对象的货物尺寸统一起来。不同的国家由于习惯的不同仍然使用着不同的托盘,如日本目前使用的是1 100毫米×1 100毫米的平板形托盘。现在世界上流行的托盘有美国托盘、欧洲托盘和日本托盘。ISO规定的托盘尺寸就是欧洲托盘标准尺寸。

由于国际上标准的不统一,造成往来贸易的很多麻烦。例如,日本的托盘能够装进国际标准规格的海上集装箱,但运往目的地后,要进入他国的国内物流系统时就发生了困难。据说三得利工厂从欧洲进口葡萄酒到日本时,在欧洲制作日本规定的托盘,把商品装后再运到日本;反过来,从日本运到欧洲去的商品,在日本制作欧洲规格的托盘,装好后再运到欧洲去。这样造成了极大的不方便,所以,需要有国际统一的标准托盘。

标准化是降低物流设备成本的重要手段。根据边际零成本理论,在商品的数量达到一定值后,商品的增加成本接近零。因此,在以完成商品流动为目的的物流产业中,引入标准化就能够将因物流设施设备差异性而产生的物流成本降低。例如,只规定一种物流

包装规格,则包装成本就会很低;只规定一种托盘规格,托盘成本就会降低。

3. 物流 EDI 的标准化

物流 EDI(Electronic Data Interchange,标准信息电子数据交换)是指货主、承运业主以及其他相关的单位之间,通过 EDI 系统进行物流数据交换,并以此为基础实施物流作业活动的方法。物流 EDI 参与单位有货主(如生产厂家、贸易商、批发商、零售商等)、承运业主(如独立的物流承运企业等)、实际运送货物的交通运输企业(铁路企业、水运企业、航空企业、公路运输企业等)、协助单位(政府有关部门、金融企业等)和其他的物流相关单位(如仓库业者、专业报送业者等)。

现代物流企业在其业务运作过程中,具有环节多、信息量大的特点,其信息的动态特性和实时特性较为突出。因此,企业的信息系统是物流企业生存的必要条件。物流的畅通是依靠信息流实现迅速、实时地运转,信息流不畅或滞后是导致物流速度低下的关键因素。而信息能快速地被收集、处理、传递与交换依赖于信息的载体。传统的通信工具,如电话、传真已赶不上信息流的要求。物流 EDI 通过结合现代互联网通信技术,可以很好地满足物流、信息流的要求。

物流 EDI 的优点在于,供应链组成各方基于标准化的信息格式和处理方法通过 EDI 共同分享信息、提高流通效率、降低物流成本。例如,对零售商来说,应用 EDI 系统可以大大降低进货作业的出错率,节省进货商品检验的时间和成本,能迅速核对订货与到货的数据,易于发现差错。

物流业的迅猛发展,对物流信息处理提出了更高的要求。物流 EDI 技术的自动处理,以及实时、安全、节约成本等优点,使得物流 EDI 在互联网中被广泛采用。可以肯定,物流 EDI 无论从适用性、多样性和通用性等方面都会胜过传统的 EDI,让更多的用户通过它来更好地适应未来电子商务的需要。

1.4 我国物流发展概况

1.4.1 我国物流发展历程

我国物流的发展历程大致可分为以下 4 个阶段。

1. 计划经济体制下的物流(1949—1977)

从中华人民共和国成立到 1977 年,我国实行的是高度集中的计划经济管理体制。这一时期市场组成、交易活动和市场管理都具有高度集中的特点。

(1) 消费品市场。根据当时国家对消费品交易市场的管理体制和消费品用途,消费品市场主要有如下分类。按市场交易消费品的内容分类,有七类:食品类(含主食和副食)、衣着类、日用品类、文化体育用品类、书报杂志类、药品和医疗用品类、燃料类。按经营消费品的商业系统分类,有粮食、商业、供销社三大系统,现在的烟草专卖、医药、燃料经营均属市商业局管理系统。按消费品的流通环节分类,有批发和零售两大类。批发环节设有二级批发站和三级批发站,分别隶属于省和县管理,零售网点则遍布城乡每个角落,批发企业和零售企业形成了按系统纵向伸展的供应网络。按消费品销售对象分类,有居民消费和社会集团消费两大类。

(2) 生产资料市场。在计划经济体制下的生产资料市场实际上是一种隐形市场,大部分采取分配供货方式,交易受政企不分的行政性公司控制。市农业系统的种子公司供应种子;市供销社的农资公司供应化肥、农药、农膜、小型农用工具等;市农机公司供应各式拖拉机及其零配件;市物资局控制农用汽车、木材、钢材、水泥、玻璃等。工业和其他基本建设所需要的生产资料,如煤、电、油、各种原材料、燃料、电力、设备、运输车辆,大部分采取计划分配供货方式。

(3) 城乡集贸市场。新中国成立后的最初几年,城乡集市贸易曾成为城乡人民日常生活必需品中商品交换的主要形式,这期间集市贸易在城乡人民日常生活中占有重要地位。参加交易人员大多是进城的农民和城市小商贩,上市品种主要有瓷器、农副土特产品、日用杂货、小百货、布匹、米谷、蔬菜等。

2. 有计划的商品经济下的物流(1978—1992)

党的十一届三中全会确定了改革开放的方针政策,我国全面推进经济体制改革,流通体制改革随之不断深化。随着经济体制改革的深入,我国重视培育社会主义市场体系,努力探索社会主义市场管理机制,注重发挥市场机制作用,使市场结构、市场主体、市场作用和流通体制、流通渠道都发生了重大变化。一个多经济成分、多流通渠道的市场结构已具雏形。

(1) 市场经济成分发生变化。首先,集贸市场建设蓬勃发展,数量逐渐增多,规模不断扩大,原有的消费品市场空前繁荣。国家计划管理物资的范围逐渐缩小,市场调节的范围不断扩大,生产资料市场已逐步建立。其次,为适应社会主义市场经济发展的需要,生产要素市场逐渐发育,例如资金市场、技术市场、人才交流市场、劳务市场、房地产市场、信息市场等均已出现并逐步完善。从市场交易的物资结构变化来看,也出现了多样化的趋势。既有消费品市场,又有生产资料市场;既有商品市场,又有生产要素市场;既有国内市场,又有国外市场;既有来自国内各地的商品,又有来自世界各国的商品。

(2) 企业成为市场活动主体。改革开放以后,逐步实行了开放式的流通体制,无论是国有企业、集体企业还是私营企业都实行自主决策,自主经营,自负盈亏,优胜劣汰。企业成了市场活动的主体,市场机制的作用显著强化了。

(3) 竞争成为市场机制的主要杠杆。消费者逐渐成为市场的“上帝”,改革开放以后,国有企业、集体企业、私营企业、个体企业、中外合资企业、外商独资企业都以平等的身份在市场上角逐,围绕价值规律和供求规律进行竞争。谁的产品质量好、价格好、服务好,适应消费者的需要,谁就能赢得消费者,占领市场。

3. 社会主义市场经济下的物流(1993—1998)

1993年,党的十四届三中全会通过了《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》,从此计划经济开始向市场经济转变,中国经济走向了一个崭新的发展阶段。国家为了加强对流通的管理,同年,组建了国内贸易部,把生产资料流通与生活资料流通统为一体,依照建立社会主义市场经济体制的目标,进一步加大了流通领域改革开放的力度,使我国的流通体制朝着社会化、市场化、现代化和国际化迈进。

在这个阶段里,我国掀起了改革开放后的又一个经济建设的热潮,生产规模和产量的迅猛扩大导致生产力与消费严重失衡,库存商品的积压浪费创下了空前的纪录。流通问

题,特别是物流发展滞后的矛盾再度显露,经济的持续健康发展迫切期待物流水平的提高。

经济形势发展的要求推动了物流事业的发展。在物流学术领域,1994年中国机械工程学会在上海召开“现代物流技术与装备国际学术会议”,1995年中国物资流通协会成立并于1997年举办“亚太国际物流会议”;此间,《现代综合物流管理》、《现代物流学》、《物流学》、《军事物流概念》等一批重要的物流书籍出版发行。这一阶段是中国物流发展成长的时期。

4. 新经济发展形势下的物流(1999年至今)

新经济是相对于传统经济而言的一种新的经济形态。传统经济的着眼点是产品数量的增加,市场需求的满足,生产成本的节约。新经济追求的是质量和服务,如提高生活质量、环境质量、安全质量和强调服务水平等。新经济是人类知识和经验积累到一定程度后,人们的观念更新,视野扩宽,目标放远,要求升级的体现;也是现代科学技术发展到一个新阶段后人类经济社会出现的新局面、新趋势。有人认为新经济是“知识经济”、“信息经济”、“服务经济”、“网络经济”和“经济全球化”,这在一定程度上反映了新经济的特点。

新经济的表现形式之一是网络经济。网络经济就是基于互联网络的,以信息为特征的一种新型经济形态,或者说基于网络技术发展而形成的一种经济潮流和经济形态,包括它对现有的多种经济理论、产业结构和国际经济等的种种影响,是信息社会的经济最集中、最概括的体现。

1995年兴起的电子商务,1998年传入我国。来去匆匆、大起大落的电子商务浪潮让人们几乎一夜之间转而聚焦物流这个“瓶颈”,意识到物流才是问题的症结所在。

新经济的表现形式之二是信息经济和知识经济。信息经济是以信息资源为表征性资源、以智能工具为表征性社会生产工具、以信息时代社会生产力为表征性社会生产力的经济。信息经济时代的社会生产,与农业经济时代追求产品的“数量”、工业经济时代追求产品的“质量”有所不同,它追求的目标是产品的“品种多样化和适用化”。知识经济就是“以知识为基础的经济”,从内涵来看,知识经济是经济增长直接依赖于知识和信息的生产、传播和使用,它以高技术产业为第一产业支柱,以智力资源为首要依托,是可持续发展的经济。按照世界经合组织的说法,知识经济就是以现代科学技术为核心的,建立在知识和信息的生产、存储、使用和消费之上的经济。

互联网信息平台、EDI、GPS(全球卫星定位系统)、条形码和射频标识等现代化信息手段在物流管理和物流技术中的广泛应用,使物流现代化达到了新的水平。物流的功能和作用转眼间令世人刮目相看。

新经济的表现形式之三是全球经济一体化。全球化生产、全球化流通、全球化消费格局的形成,促进了国际贸易和国际物流的大发展。加入WTO以后,全球化商品饱和与全球化市场竞争,把我国的经济活动推向了国际化竞争的舞台,使我国企业面临前所未有的严峻考验,迫使他们不得不在接受挑战中寻找出路。彩电、冰箱、空调、洗衣机等家电销售中此起彼伏的价格大战,终于使中国企业不得不重视物流这一“第三利润源”。对外开放三十多年后的中国,在新经济发展形势下,迎来了物流业的春天,中国物流从此走上了康庄大道。

1.4.2 我国物流现状分析

随着经济全球化和信息技术的发展,现代物流在经济发展中的作用日益突出。发展现代物流,能够有效地降低成本,提高流通效率和企业竞争力。由于技术的不断进步和管理的日益改善,制造成本降低的空间不大,而降低物流成本成为“第三利润源”。

国际社会一般以物流成本占 GDP 的比重来衡量一个国家的物流发展水平,比重越低越先进。欧美等发达国家这一比重约为 10%;中等发达国家,如韩国约为 16%,而我国的物流比重指标大约在 20%以上,差距很大。2011 年我国 GDP 约为 47.3 万亿元人民币,如果物流成本占 GDP 的比重降低 10%就是 4.73 万亿元人民币。可见,降低物流成本对促进国民经济发展具有至关重要的作用。

但是,我国物流各个环节(如运输、仓储、配送)的成本以及劳动力和设备成本都远低于发达国家,而整个物流过程的综合成本却大大高于发达国家。虽然近年来我国加大了物流投入,取得了初步的建设成果;物流基础设施初具规模;第三方物流方兴未艾;物流信息化建设稳步推进;各级政府高度重视物流发展。但是,我国物流目前还没有形成一个比较完整的体系,从总体来说,我国的物流发展仍处于起步阶段。

1. 宏观物流现状

(1) 加强对现代物流发展的宏观指导。党的十六届三中全会通过的《关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》(以下简称《决定》)指出:“要发展电子商务、连锁经营、物流配送等现代流通方式。”《决定》从国家未来经济发展的战略高度明确了物流的重要性,将物流的发展纳入各级政府的管理职能,并在政府强有力的组织下得以推进。国家发展和改革委员会已将物流发展规划、发展政策制定和管理等职能列入相关司局,确保了我国物流发展中所需要的宏观管理与协调职能的到位和机制的建立。同时,国务院有关部委也把推进现代物流的发展列入议程。对于我国现代物流发展具有重要影响的相关政策,如物流企业登记注册的前置性审批、物流服务业市场行为规范和市场体系建设、物流服务相关环节税收、专业化物流企业发展和扶持,国家将会提出明确的政策性意见。

(2) 现行管理体制障碍突出。由于长期的计划经济体制形成的条块分割的管理体制,部门分割、地区分割在一定程度上还起着作用,行政管理部门政出多门、相互矛盾的现象依然存在,使物流业不能形成一个整体。在这种管理体制下,必将难以实现物流的社会化、网络化和物流资源的自动合理配置。如对运输的管理,因为是按不同运输方式划分、由不同部门管理,使得部门、地区之间的权利和责任存在交叉和重复,难以有效合作、协调;又由于现行的财政体制,各地经济、社会发展规划也都自成一体,使得地区封锁、市场分割成为阻碍物流产业发展的另一大顽症。这种体制弊病是与现代物流应有的跨区域、跨行业、网络化的特征格格不入的,它直接导致了各种存量物流要素的分散和难以整合,使得各种基础设施的规划和建设缺乏必要的协调,导致大量的重复建设,造成物流资源的浪费。

(3) 物流发展的水平不高且效率偏低。国际上通常把物流成本占 GDP 的比重作为衡量物流效率和效益的重要指标。我国社会物流成本占 GDP 比重,2011 年降到 18.5%,连续 7 年在其上下徘徊,而发达国家这项指标已经控制在 10%左右。

2. 区域物流现状

(1) 将发展现代物流的目的与发展现代物流的手段混为一谈。某些地方脱离我国尚处于现代物流初级发展阶段的现实,认为发展物流就是添置现代化设施和高技术装备,片面追求或热衷于现代化、大型化的物流基础设施建设及信息通信技术更新。在生产企业、流通企业、社会综合运输体系以及流通中心等节点系统的物流管理和运作效率相对滞后的情况下,这样的做法只能导致物流费用的进一步上升和物流资源的新一轮浪费,企业以及社会整体的综合物流效益将因此变得更低。

(2) 将现代物流系统等同于“物流+运输+仓储+信息网络”。某些人认为只要具备相关的物流设施和设备,存在生产物流、销售物流等客观物流活动与需求,就可以经营和运作物流。现代物流是社会分工进一步深化和专业化程度不断提高的产物,现代物流的形成与发展过程同时也是通过物流组织的专业化与协作化提高对物流资源有效整合的能力,并刺激新的物流生产力不断形成的过程。因此,如果以上述小生产的意识去发展,不仅传统储运向现代物流的转型无从实现,还会在更大程度上降低企业物流效率和地区经济整体竞争能力。

(3) 对“第三利润源”的社会期望值过高。由于近几年的“物流热”中片面强调和夸大了“第三利润源”以及“物流冰山”降低成本的潜能,从而出现物流业能产生高额回报率的错误认识。专业的和非专业的投资者、物流服务提供方和物流服务需求方,都在计划投资建设物流中心或者配送中心,大家纷纷组建新的企业或将传统企业翻牌加入到物流经营行列,而不管原来的主营业务是什么,总以为投资到这个第三利润源就能弄得斗满杯盈,而这是不太可能实现的。

(4) 两种错误倾向。区域物流理论研究人员和实际工作者在思考区域物流发展战略及其规划问题时往往产生两种错误倾向:一是“唯书”与“唯上”的倾向,就是不顾区域情况,按照“本本”和上级“指示”办事;二是“唯左”与“唯右”的倾向,就是脱离区域情况,照抄照搬“左邻右舍”(周围其他地区)的发展模式。事实上,在对待区域经济的问题上,也正是这两种倾向导致了我国各地的经济摩擦不断,地域分工体系不健全,产业结构趋同,经济技术的梯度推进迟缓,区域市场开放程度不高,地区商品封锁和垄断现象较重以及地方保护下的诸侯经济盛行的状况。区域物流如果照此趋势发展,其后果可想而知。

3. 企业物流现状

(1) 物流研究缺乏综合性。我国物流理论研究的两大领域——物资流通和交通系统,不论是物流战略规划还是物流经营管理理论的研究,都从研究者固有的立场和视角出发,片面地强调某个局部的功能要素,缺乏综合性,导致了人们对物流认识的偏差。直到2001年4月,我国物流的第一个基础性国家标准《物流术语》才正式发布。对于适合我国国情的物流理论尚缺乏深入研究,同时部分理论研究与实践严重脱节,理论成果的可操作性不强。

(2) 企业物流的管理手段落后。在企业物流管理上,部分企业还停留在纸笔时代,有些企业虽然配备了计算机,但还没有形成系统,更没有形成网络。同时,在物流运作中也缺乏对EDI、个人计算机、人工智能/专家系统、通信、条形码和扫描等先进信息技术的应用。

(3) 企业缺乏“第三利润源”的理念。20世纪六七十年代,发达国家的企业大都把竞

争焦点放在生产领域,千方百计降低物质资源消耗,获取企业的“第一利润源”,千方百计提高劳动生产率获取企业的“第二利润源”。进入 20 世纪 70 年代以后,生产企业把提高经济效益、增强竞争力的焦点从生产领域开始转向非生产领域,包括采购、运输、储存、包装、装卸、流通加工、分销、售后服务等物资流通活动以及相关的信息活动。但我国多数企业缺乏现代物流是“第三利润源”的理念,没有将物流看成是优化生产过程、强化市场经营的关键,而将物流活动置于附属地位,大多数企业将仓储、运输、装卸搬运、采购、包装、配送等物流活动分散在不同部门,没有纳入一个部门对物流活动进行系统规划和统一运作与管理。

(4) 企业缺乏协同竞争的理念。在经济全球化、物流无国界、市场竞争日益激烈、顾客需求不断变化的环境下,美国的企业在与日本企业竞争时,感觉到了压力,他们纷纷实施归核战略——企业集中资源,培育其核心能力,大力发展核心主业,把主业做大、做强、做精,并在全球范围谋求物流外包或与全球的外部企业缔结战略联盟,以整个供应链的整体优势参与国内、国际竞争。我国在快速多变的市场竞争中,单个企业依靠自己的资源进行自我调整的速度很难赶上市场变化的速度,因而企业必须将有限的资源集中在核心业务上,强化自身的核心能力,而将自身不具备核心能力的业务以合同的形式外包。

4. 物流供需矛盾较大

物流能否得到发展,关键在于要有物流需求,这种需求主要来自于工商企业。但是我国目前仍有相当一些工商企业仍以自营物流为主。因此,尽管物流市场发展潜力巨大,但国内企业对物流服务有效需求不足,造成我国物流发展的内在动力不足。主要表现在以下两个方面。

(1) 自营物流占有相当比重。目前,国内企业的自营物流占整个物流市场规模的 60%~70%,物流需求不足。由于在计划经济体制下,我国绝大部分企业都拥有自己的物资流通设施,从原材料采购到产品销售过程中的一系列物流活动主要依靠企业内部组织的自我服务完成。这种分散经营的物资流通布局不仅阻碍了我国物流的发展,而且造成大量资源的闲置和资金的浪费,物流效率低下。我国工商企业自有运输工具的空驶率为 40%,据估算,仅此一项每年造成的损失高达 100 亿元。

这种以自我服务为主的物流活动模式,在很大程度上限制了企业对物流服务的需求,同时也使得内部资源不能在全社会范围内合理流动,产供销一体化、仓储运输一条龙,物流过程费用大,浪费惊人。运输专业化程度不高,运输方式独立分散,没有形成高效有机的综合运输网络,集装箱多式联运的发展受到多方面的限制,在不同程度上制约了我国物流的快速发展。一方面,仓库、车队、箱站等许多物流设施闲置、过剩的现象经常发生,造成严重的资源浪费;另一方面,具有综合服务功能的专业物流公司可利用的物流资源不足,满足不了经济和贸易发展的需要。因此,物流资源亟须整合。

(2) 第三方物流发展滞后。目前,由于我国大多数物流企业的专业化程度低,企业数量少,经营规模小,市场份额少;物流服务内容有限,功能单一,难以形成网络或有网不畅,许多物流企业还不能提供综合性、全程物流服务;商品在物流过程中破损率高,可靠性差,特别是物流费用居高不下,严重影响了第三方物流的发展。近年来,一些公路运输企业,特别是较大型的公路运输企业已有较强的物流意识和提供一定程度物流服务的能

力。许多海运公司、航运公司也都将业务向内陆物流服务扩展。尽管我国物流近年来发展较快,但从总体发展水平上看,我国第三方物流还是处于发展的初级阶段,起步较晚,数量有限,规模偏小,实力较弱,第三方物流在市场中的比重仍然较小。

1.4.3 我国现代物流业发展趋势

1. 我国物流业发展的战略政策

现代物流是经济、社会和技术发展到一定阶段的产物。其核心是运用系统整合的理念,对运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能,运用信息技术进行整合和一体化运作,以达到降低成本、提高效率、优化服务的目的。发达国家的经济决策部门早就认识到现代物流“第三利润源”的重要作用,采用不同形式对物流业的发展进行引导和扶持,制定有关的产业政策或规划。

现代物流业,在我国是一个新行业、新产业,是21世纪新的经济增长点,进入新世纪以来有了新的进展。为了推动我国物流业的发展,应根据我国的具体情况,从以下几方面完善有利于物流业的宏观环境。

- (1) 明确主管部门,实施现代物流业的推广和发展职能。
- (2) 加大宣传力度,使各个经济部门和企业深入了解引进物流管理技术的重要意义。
- (3) 抓紧制定现代物流的发展规划和有关的政策、法规,形成规范的和有利于企业发展物流活动的市场环境,促进企业广泛采用第三方物流。
- (4) 积极推进物流标准化、专业化和网络化的工作,逐步缩小与国际先进水平的差距。
- (5) 实行优惠的财政、税收政策,加快对物流基础设施的投入,如大、中城市周围物流配送中心的建设和信息服务平台的建设。同时,应扶植一批有竞争力的现代物流企业。
- (6) 加强物流科研和培训工作,一是要在高等教育的学科设置方面给予物流教育一定的地位;二是鼓励多层次、多方面的物流教育和培训,为发展我国企业物流提供技术和人才的保障。
- (7) 加大招商引资力度,在物流与配送技术、教育、管理咨询等领域加强与国际物流领域的联系和合作。积极引进国际先进的物流技术和管理方法,这是发挥后发优势,尽快赶上国际先进水平的有效方法。

2. 加快我国物流业发展的策略

(1) 促进专业物流业的发展。目前,全球采购、全球销售与本土化生产的趋势越来越明显,物流业的专业化既是社会分工的必然结果,也是市场经济的必然要求。第三方物流机构能为企业节约物流的成本、提高物流效率,是企业的理想选择。

美国和日本的市场经济发达,它们的物流业也很发达,日本70%的货主将物流业务外包。在欧洲,物流服务市场约1/4都是由第三方物流来完成的,很多仓储和运输业务都是由第三方物流来实现,甚至有的零售店,早上只管开门,晚上只管关门,缺什么全由电脑管理,该送时就有人送,根本就没有仓库。

中国企业还很少有物流外包的情况,这既不利于中国物流水平的提高,也会使企业的经营效率大打折扣。要解决这个问题,需要通过出台相应的政策和采用经济的手段,使得生产企业愿意拿出企业物流资源交给物流企业去运作。将产品的生产与企业的内部物流

剥离开,形成相互独立的两个部分,通过税收的经济杠杆,从事物流服务企业的营业税、调节税低于生产企业,从税收上鼓励生产制造企业将企业内部物流与其主业相分离,从整体上降低产品的成本;物流企业通过科学管理、提供更好的服务,从经营方面再降低物流成本,使产品的总成本更低,从多方面降低成本,增强产品的竞争力。

面对入世后的激烈竞争,各类企业提高竞争能力的愿望是我国现代物流发展的强大动力。因此,中国经济的市场化必定会带动专业物流业的飞速发展。

(2) 促进统一市场的形成。我国正处在市场经济建设中,而现代物流是市场经济发展到一定程度的产物。面对目前的“物流热”,各地都在搞物流规划,特别是一些大中城市,像北京、天津、大连、上海、广州、深圳等。上海已明确宣布将物流作为四大支柱产业,仅物流中心就规划设计了6个,每个占地面积都在5000亩上下;深圳计划投资1600亿元建设物流基础设施;原铁道部计划未来几年在全国搞50个大的货场;原交通部要搞50个大的枢纽,凡此种种,不胜枚举。这本来是件好事,但物流是关连许多行业的一个系统工程,需要一个总的规划和部门协调,如果任其各自为战,必然形成一盘散沙,就像前些年的基础设施建设热、房地产热、批发市场热,一热就圈地,就是大规模地投资。试想,缺乏统一规划、统一协调的系统工程,又怎么能避免大量的重复建设和资金的严重浪费呢?同样浪费的还有物流的资源。因此,目前要做的是:

① 要制定全国统一的贸易、运输管理政策,进一步放宽政府的干预和管制,促进全国统一市场的形成和货物在全国范围内的自由流动。

② 要在规范市场准入的基础上,鼓励物流企业进入不同运输服务领域,为物流产业发展创造公平的市场竞争环境。要改变目前按不同运输方式和行业管理部门进行规划和投资的方式,将政府在基础设施规划和投资方面的职能适当集中,以统筹规划和布局各种基础设施,促进基础设施之间的配套和协调发展。

③ 中央政府应当加强对物流基地、物流中心等新型物流基础设施的规划,并注意协调地区之间、城市之间的物流发展规划。

(3) 打造现代物流航母。眼下对中国的物流企业老板来说,最焦急的莫过于国际上大的物流企业纷纷登陆中国的物流市场。一面是中国的物流企业尚处起步、发展阶段;一面是伴随加入WTO,国际物流企业的迅猛袭入,一场你死我活的竞争在所难免。我国要运用市场机制,加快培育一批具有国际竞争力的现代物流企业,通过改制、上市、兼并、联合、重组等多种形式,尽快形成一批主营业务突出、核心竞争力强的物流公司。在此基础上,以企业为主体,以资本为纽带,培育一批具有国际竞争力的现代物流企业或企业集团,打造现代物流航母。

(4) 加快技术开发与应用。现代物流是以物流企业为主,以运输和资讯为平台,涉及生产、流通和消费全过程的现代全供应链管理系统。物流的资讯化、网络化和社会化是现代物流的发展趋势,但长期以来,我国运输资源利用不当、业内沟通不畅、仓库浪费过量等现象一直困扰着物流业的发展。基于互联网的GIS、GPS技术,在现代物流及供应链管理领域有着广阔的应用前景,对于物流企业优化资源配置、提高市场竞争力,将起到积极的促进作用。为了应对全球物流业的挑战,我国四大海外投资集团之一的招商局集团还成立了目前国内规模最大的资讯物流供应链管理服务企业——招商迪辰系统公司,首次将

GIS、GPS、GSM 和 WEB 等技术集成一体,提供全方位、多层次物流和供应链管理资讯技术解决方案。

充分发挥政府的作用。但凡是一项新兴的、代表先进生产力发展水平的产业,政府都应当予以政策扶持。现代物流业的发展,当然也是如此。目前我国物流管理体制中存在着条块分割现象,对物流产业发展形成了一定程度的制约,近期有必要成立政府职能部门和行业管理部门参加的协调机构,专门负责研究、制定和协调物流产业发展的相关政策。

(5) 推进行业标准化建设。标准化是工业生产的基础,也是物流发展的基础,集装箱运输标准化成功的例子就说明了这个问题。我国正处于发展物流的起步阶段,更要注重物流标准化的问题。物流标准化包含硬体、软体标准化。硬体标准是指物流运作过程中的相关机具、工具的标准及配套标准,从一个作业程式转向另一个作业程式的衔接标准,物流仓库、堆场、货架的规格标准、建设标准,资讯系统硬体配置的标准等;软体标准是指物流资讯系统的代码、文件格式、接口标准,物流管理、操作规程标准等。

物流领域的技术标准渗透在方方面面,举例说,我国的高速公路和桥梁限高大都是 4 米,而国际上通行的是 4.5 米,国际联运的集装箱到了我国就要“卡壳”。北京科技大学物流研究所所长、博士生导师吴清一教授指出,物流标准不是可有可无的问题,在物流领域中,有物流模数、存储规格、容器标准、托盘标准、车厢、集装箱标准、包装标准、标准化条码等,这些标准不仅我国应当统一,而且也应当与国际标准接轨,进而进行推广。

3. 我国物流业将出现的趋势

我国物流业将出现以下几大趋势。

(1) 物流业总体规模将继续扩大。物流业是基础性、复合性产业,涉及国民经济的方方面面。物流业发展必须走在经济发展、经济结构调整和经济增长方式转变的前面,为“又好又快”提供支撑和保障。在经济发展,物流需求强劲增长的推动下,我国社会物流总额增长幅度,将会继续快于服务业和 GDP 增长的速度;物流业占全部服务业增加值的比重会有所提高。

(2) 物流业发展的结构将进一步调整优化。从行业物流发展看,钢铁、粮食、煤炭、石化、汽车、建材等基础性原材料以及重点生产制造行业物流运作模式的转型将会加速;第三方物流将更多地进入商贸流通业;农业和农村物流将更加受到重视。从区域物流发展来看,枢纽港口和产业集群的辐射和带动作用更加明显,几个大的物流节点将发挥更大作用;随着产业梯度转移,物流服务由东向西、由城入乡的趋势开始出现,适应区域经济协调发展的物流格局逐步形成。

(3) 物流业发展的速度、质量和效益将趋于协调。物流业加紧向制造业渗透,一体化的供应链管理、物流服务将有较快发展。从具体的品种来看,食品物流、药品物流、冷链物流、危险化学品物流等,直接关系民生和社会安全的品种仍有较大发展空间。从物流企业的运作模式看,业务创新和增值服务成为主要的竞争手段。物流企业供应服务能力的提高,将促使生产制造和商贸流通企业分离外包物流业务。

(4) 产业物流新亮点。产业物流是现代物流的需求方,振兴物流业,首先要启动物流市场需求,启动产业物流,目前产业物流涌现出许多新亮点。

① 电子商务物流。电子商务是集信息流、商流、资金流、物流为一体的贸易过程。近

年来,电子商务行业已步入飞速发展时期,但物流体系已成为制约电子商务发展的一大障碍,其表现之一就是物流业难以提供能与电子商务相配套的物流服务。

② 医药物流。近年来,我国医药物流发展迅速,加上 GSP 认证,促使医药企业加大对物流设施的投入,推动了医药物流的产业升级。

③ 服装物流。近年来服装物流也获得了较快的发展,一些大型服装企业通过改善企业供应链管理、构建现代化物流系统与网络、建设现代化物流中心,极大地提升了企业竞争力。服装季节性强,流行因素关键,对物流运作的要求也很高,要求物流系统反应灵敏、分拣速度准确、信息服务周到、退货与收货及时、物流网络发达、物流包装精良。

(5) 建立物流信用评价体系。近年来,随着整个物流行业的市场化、国际化程度越来越高,但产业处于初级阶段,合同违约、偷逃税费、货物“蒸发”等商业欺诈现象时有发生,这些情形在淘宝网上也屡见不鲜,由此可见,建立良好的物流信用体系已经刻不容缓。

(6) 物流业基础设施建设和行业基础工作将更加完善。公路“五纵七横”国道主干线系统建设已初步建成,铁路、民航、水运、管道等基础设施建设进一步加快,我国综合交通运输体系趋于完善。一批适应不同需要的专业物流园区开工建设,一些功能健全、定位准确的物流园区发挥重要作用,物流网络组织节点开始形成。物流信息化、标准化,物流统计信息体系,物流学科体系建设,物流理论研究和科技创新等行业基础性工作将会稳步推进。

(7) 物流业人才短缺现象依然存在。我国物流业人才培养等基础性工作已全面铺开,但物流人才短缺的现象依然存在。中国物流教育与广大物流企业和企业物流部门的实际需要还存在较大的差距。寻找合格的物流人才不仅对中国国内的物流企业,而且对在华的国际物流企业,都仍然是个难题。

合格的人才不仅包括中高级物流管理人员,而且也应包括受过良好培训的技术工人。我国开设物流专业的本科院校从无到有已经有二百来所,并且还在继续扩大物流专业本科生、硕士和博士研究生的招生规模;物流师国家职业标准已经制定并发布,同时高级物流师、物流师和助理物流师的培训、考试和认证工作也已全面展开;在职人员的物流知识和物流技术培训工作进一步深入。物流人才严重短缺的局面总体上有所缓解。

与此矛盾的是,中国目前物流业从业人员大多数素质还比较低,很多人观念更新、知识更新跟不上现代物流业的发展需求。师资力量薄弱是物流业人才培养中最突出的问题,“学院派”的教师往往实践研究不足,“实践派”的教师又常常缺乏宏观、系统的思维,影响创新理论的发展。理论联系实际、能文能武的师资缺乏成为普遍存在的现象,很大程度上影响了物流专业人才的培养质量。

此外,整个社会对物流人才的培养具有急功近利的倾向,主要表现为:学历高,能力低;证书多,经验少;追求短期效果,忽视长期积累。

(8) 物流人才培养朝着多层次化的趋势。物流既是一个产业,同时又存在于众多不同的行业之中,每一个行业中又客观上存在着不同的物流工作岗位。行业不同、岗位不同,对物流人才的知识 and 能力要求也就各有不同。这就要求物流教育界根据社会对物流人才的具体需要,有针对性地培养不同层次、不同特色的物流人才。

(9) 物流业更加开放带来新的挑战。越来越多的跨国公司把采购中心、物流中心建

在中国,我国已成为全球供应链体系的重要组成部分。国际著名物流企业在布点立足的基础上,加紧深入中国国内市场,建立自身的网络体系。这一趋势必将促进我国物流业加快成熟,也会给物流企业的发展和政府监管方式带来新的挑战。

(10) 建立物流人才库,对物流人才进行系统管理。人才是物流发展的关键之一,据资料统计,国外大型物流企业选址的重要因素是交通基础设施和物流人才情况。因此,国家非常重视物流人才培养、重视物流人才的储备和管理。政府部门已经建立了物流人才库和管理物流专业人才信息系统,既有利于协助企业找到适用人才,又可为物流人才提供就业机会,可谓多边共赢。

1.5 世界成功物流企业的经验

一个成功的物流企业,必须具备较大的运营规模,建立有效的地区覆盖,具有强大的指挥和控制中心,兼备高水准的综合技术、财务资源和经营策略。

21世纪在我国掀起的“电子商务”与“物流”的热潮,正一浪高过一浪,特别是近几年来,不同领域、不同性质、不同规模的企业纷纷争相搞物流。但是否所有这些企业都能尽快成功转型到物流企业,并获得丰厚收益呢?下面就来考察世界知名物流企业的情况。

1. UPS公司

(1) 公司简介。UPS始创于1907年,拥有世界上最大的货运航空机队,每天为世界200多个国家和地区的790万客户递送1360万个包裹和文件,为客户提供涉及物流、信息流和资金流等领域最全面的电子商务和供应链解决方案,同时也是全球著名的特种运输服务供应商。现在,UPS踏着科技的阶梯,唱着变革的主旋律,一步一步走向巅峰。

1988年,UPS正式成为一家航空公司。招募到最优秀的人才后,UPS将众多不同文化和流程整合在一起,建成了衔接紧密、配合默契的UPS航空公司。UPS航空公司是美国联邦航空历史上发展最快的航空公司。今天,UPS航空公司是美国十大航空公司之一,并以其世界上最先进的信息系统而闻名。

20世纪80年代,UPS正式加入了国际运输市场,并不断与美洲、欧洲、中东、非洲及泛太平洋国家和地区建立联系。今天,UPS在多达185个国家和地区经营着国际小包裹和文件递送业务,范围跨越大西洋和太平洋。UPS通过国际性服务,为40亿人口提供服务,这个数字是使用电话网络服务人数的两倍。

UPS立足的递送业,也属于客户满意行业,客户的需求将继续成为公司发展的驱动力。UPS今后5年的目标是开拓技术,使UPS继续引入新的服务,比如物流服务,为客户提供有关货件的全面信息,并提供培训,使所有雇员清晰地理解UPS服务,并且可以与其客户交流这些信息。

(2) 业务概况。UPS是全球最大的速递机构和全球最大的包裹递送公司,同时也是世界上一家主要的专业运输和物流服务提供商。该公司已经建立规模庞大、可信度高的全球运输基础设施,开发出全面、富有竞争力并且有担保的服务组合,并不断利用先进技术支持这些服务。该公司不仅提供物流服务,还包括一体化的供应链管理。

(3) 业务分布。UPS的业务收入按照地区和运输方式来划分呈现出不同的分布特

点。从地区来看,美国国内业务占总收入的 89%,欧洲及亚洲业务占 11%。从运输方式来看,国内陆上运输占 54%,国内空运占 19%,国内延迟运输占 10%,对外运输占 9%,非包裹业务占 8%。

2. FedEx 公司

(1) 公司简介。联邦快递隶属于美国联邦快递集团(FedEX Corp.),是集团快递运输业务的中坚力量。联邦快递集团为遍及全球的顾客和企业提供涵盖运输、电子商务和商业运作等一系列的全面服务。作为一个久负盛名的企业品牌,联邦快递集团通过相互竞争和协调管理的运营模式,提供了一套综合的商务应用解决方案,使其年收入高达 320 亿美元。

联邦快递是全球最具规模的快递运输公司,为全球超过 220 个国家及地区提供快捷、可靠的快递服务。联邦快递设有环球航空及陆运网络,通常只需一至两个工作日,就能迅速运送时限紧迫的货件,而且确保准时送达。

(2) 业务概况。FedEX 公司的前身为 FDX 公司,是一家环球运输、物流、电子商务和供应链管理服务供应商。该公司通过各子公司的独立网络,向客户提供一体化的业务解决方案。其子公司包括 FedEX Express(经营速递业务)、FedEX Ground(经营包装与地面送货服务)、FedEX Custom Critical(经营高速运输投递服务)、FedEX Global(经营综合性的物流、技术和运输服务)以及 Viking Freight(美国西部的小型运输公司)。

(3) 业务分布。从地区来看,美国业务占总收入的 76%,国际业务占 24%。从运输方式来看,空运业务占总收入的 83%,公路占 11%,其他占 6%。

3. 德国邮政世界网

(1) 公司简介。德国邮政——德国邮政全球网络(Deutsche Post World Net, DPWN)是世界上最大的运输和物流集团之一,包括 DHL、德国邮政、邮政银行三大著名品牌,业务涉及邮政、快递、物流和金融服务四大板块。

十几年前,德国邮政还是一个经营管理水平落后、债务累累、机构冗繁的政府所有企业,经过十多年来的改革和发展,如今的德国邮政已成为全世界最具实力的邮政企业之一。

20 世纪 80 年代末,为了适应市场出现的激烈竞争,原德国邮电部对邮电行业进行了改革,将原属邮电部统一管理的电信和邮政从邮电部分离出来实行政企分开,同时将邮政金融业务同邮政分开,成立电信、邮政、邮政银行三大专业公司实行独立经营。1999 年,德国政府将邮政银行的所有权全部转给德国邮政;2000 年 11 月,德国邮政集团的股票成功上市,使其成为欧洲物流公司中的龙头老大,同时也成为世界上最大的上市物流企业,法兰克福 DAX 指数成分股之一。

(2) 业务概况。德国邮政是德国的国家邮政局,是欧洲地区领先的物流公司。DPWN 划分为四个自主运营的部门,即邮政、物流、速递和金融服务。

邮政部门由邮政、市场直销和出版物发放业务组成,建有最高水准的作业网络,由遍及德国的 83 家标准化分拣中心组成,并越来越重视高成长的市场直销业务。速递部门通过 Euro Express Germany 和 Euro Express Europe 的全球邮政和国际邮政业务部门提供覆盖欧洲的快递业务;通过与 DHL(DPWN 拥有其 25%的股权)的合作提供全球业务。

DPWN 通过几次收购 Danzas 品牌下的公司,于 1999 年成立物流部门。该部门提供一站式的服务,并提供整个物流链各个环节的服务。服务内容包括全球航空、海运、欧洲

陆运服务和客户定制的物流解决方案。

(3) 业务分布。从净收入来看,DPWN的4大业务邮政、快递、物流和金融分别占49%、21%、18%和12%。特别是对于物流业务在地域上的分布来说(从净收入看),德国、法国、意大利和欧洲其他国家分别占23%、17%、8%和23%,斯堪的纳维亚、美洲、远东及澳洲分别占12%、11%和6%。

4. Nippon Express 公司

(1) 公司简介。Nippon Express(日本通运株式会社,即日通公司)目前是一家私营公司,而1950年以前则是一家国有公司。1872年成立的陆运元会社可以说是日通公司的“老祖宗”,当时,邮政部门也已成立,国家规定信件和小件物品由邮政部门经营,其他从事货物运送的个体经营者必须合伙经营。1937年10月1日,日本通运株式会社正式成立,当时它是一家由政府 and 私人共同出资建立的国有公司。随着第二次世界大战时局的进展,日本政府被迫发展综合运输,并将全国主要城市的运输业并入日通公司。1950年,《日本通运事业法》实施,日本通运公司开始以私人公司的形式走向新的起点。

日通公司是日本典型的、具有代表性的一家物流公司,其物资运送范围之广可以用“无所不运”来形容。从民用物资到军用物资、从原材料(如石油、矿产)到商品、从现钞到黄金珠宝等贵重物品……只要是法律允许运输的物品,都是日通公司的运输对象。

分布在世界各地的日通公司各物流中心之所以能够紧密衔接、协同作业,所依靠的是其庞大的计算机信息网络系统。这一系统不仅可为公司内部作业提供服务,而且为客户随时查询物资传递动态提供服务。

(2) 业务概况。以家庭投递为主的“宅配便”业务是物流公司进军的新领域。2006年日本物流公司的“宅配便”业务量高达16亿件,是当年邮政邮递小包总量的5倍。近年来,“宅配便”的服务范围逐步扩大,服务内容也日趋多样化,从电器安装、拆卸到搬家服务,甚至处理家庭废旧物品,均是物流公司“宅配便”的服务内容。

日通公司的“鹈鹕便”业务是“宅配便”业务中的一种。日通公司在全国设立的“鹈鹕便”收寄点多达21万个,目前,“鹈鹕便”业务的营业额已占日通公司国内营业总额的20%。“鹈鹕便”业务还承运保鲜品,保鲜品会被放入可充电的冷藏箱内运送。日本第二大快件公司——佐川急便现在也开始向物流市场进军,该公司目前物流服务的营业额占公司营业额的20%。

日本的物流公司积极发展小件物品的快递业务,而小件快递公司也积极争夺物流市场,受二者的夹击,日本邮政业务的市场份额正在逐步缩小。根据日本《邮政法》的规定,信函由邮政专营,非邮政公司在章程中也声明不经营信函业务。对于“宅配便”业务中出现的大量信函,日通公司认为所谓不经营信函,可理解为不主动收寄,但不是不可以被动收寄,因为客户有选择的权利。

(3) 业务分布。日本通运的业务主要分为汽车运输、空运、仓库及其他。从地域上看,其经营收入有93%来自于日本。其客户主要分布在电子、化学、汽车、零售和科技行业。

5. Ryder 公司

(1) 公司简介。Ryder公司成立于1933年,是美国的最大的供应链物流公司之一。目前,公司在美国有184个分拨中心,173 000辆卡车,在全球有900多个分公司或办事

处,为 14 000 家客户提供物流服务。Ryder 公司股票为道琼斯交通指数成分股和标准普尔指数 500 个样本股之一。2005 年营业收入为 57 亿美元,位列财富 500 强之一。

Ryder 在全球范围内提供物流、供应链、交通管理和分拨管理等一揽子服务,提供全面的供应链解决方案、领导物流管理服务和电子商务解决方案,满足客户整体供应链需求,服务包括从原材料采购到成品分拨。Ryder 的客户遍及亚洲、北美洲、欧洲。

在汽车工业行业,Ryder 是众多汽车生产商(如丰田、本田、日产、通用汽车、戴姆勒-克莱斯勒公司)以及配件生产商(如德尔福、阿威美驰、伟世通公司)的全球领导物流服务商,并多次获得客户和政府颁发的最佳品质奖、最佳物流公司奖、最佳供应商奖。

在我国,自 2000 年至 2003 年,Ryder 成为上海通用汽车的领导物流服务商;Ryder 为北京奔驰-克莱斯勒公司和中远物流提供汽车物流咨询服务;在电子、高科技、通信行业,Ryder 是惠普在深圳的物流服务商。目前,Ryder 正在中国积极拓展业务。

(2) 业务概况。Ryder 公司在全世界范围内提供一系列的技术领先的物流、供应链和运输管理服务。该公司提供的产品范围包括全面服务租赁、商业租赁、机动车的维修以及一体化服务。此外,还提供全面的供应链方案、前沿的物流管理服务和电子商务解决方案,从输入原材料供应到产品的配送都致力于支援客户的整条供应链。

(3) 业务分布。从地区看,美国业务占总收入的 82%,国际业务占 18%。从业务板块看,运输服务占 57%,物流占 32%,其他占 11%。

理论训练题 1

一、单选题

- 物流是物质实体的()。
 - 流动
 - 位移
 - 路程
- “物”从供应商到消费者之间有一段时间差,由于改变这一段时间而创造的价值称为()。
 - 时间效用
 - 空间效用
 - 价值效用
 - 品牌效用
- 物流标准化内容有()。
 - 物流模数的标准化
 - 物流托盘的标准化
 - 物流 EDI 标准化
- 物流管理包括()。
 - 物流成本管理
 - 各要素的管理
 - 实现整体最优化

二、多选题

- 物流按在经济中的运行可划分为()。
 - 宏观物流
 - 一般物流
 - 特殊物流
 - 微观物流
 - 企业物流
- 物流按服务对象可划分为()。
 - 宏观物流
 - 一般物流
 - 特殊物流

- D. 微观物流 E. 企业物流
3. 企业物流可划分为()。
- A. 企业生产物流 B. 企业供应物流
C. 企业销售物流 D. 企业回收物流
E. 企业废弃物物流
4. 物流的效用除时间效用和空间效用外,还包括()。
- A. 品种效用 B. 批量效用 C. 形质效用
D. 信息效用 E. 风险效用
5. 物流标准化的形式有()。
- A. 企业化 B. 统一化 C. 系列化
D. 通用化 E. 组合化

三、判断题

1. 物流是供应链运作中,以满足客户要求为目的,以货物、服务及相关信息在原产地和销售地之间实现高效率 and 低成本正向和反向的流动和储存所进行的计划、执行和控制的过程。 ()
2. 物流的划分是一个比较简单的问题。 ()
3. 物流起源于20世纪50年代初。 ()
4. 物流管理的基本原则,在微观上,除了完善支撑要素建设外,还需要政府以及有关专业组织的规划和指导。 ()
5. 托盘是物流的基本器具,是运输、保管以及装卸搬运等各个作业环节的节点,是物流机具标准化的主线。 ()

四、思考题

1. 请写出物流的基本概念。
2. 什么是宏观物流? 写出其内容。
3. 什么是微观物流? 写出其内容。
4. 什么是社会物流? 写出其内容。
5. 什么是物流的时间效用? 写出其几种形式。
6. 什么是物流的空间效用? 写出其几种形式。
7. 请写出物流的品种效用的含义。
8. 请写出物流管理的定义。
9. 请写出物流管理的目标和原则。
10. 请写出物流标准化的定义。

能力训练题 1

【能力训练名称】

第三方物流企业业务流程调查与分析

【能力训练目的】

通过对第三方物流企业业务流程调查与分析,使学生掌握典型物流企业的流程和特点。学会撰写调查报告。

【能力训练要求】

1. 根据实际情况,选择有一定代表性的第三方物流企业。
2. 对该企业进行调查,画出第三方物流企业的业务流程图。
3. 撰写调查报告。

【能力训练实施内容】

1. 描述企业概况。
 - (1) 企业在所处领域、业务功能和区位等方面的优势。
 - (2) 企业定位与发展规划。
 - (3) 企业发展现状(主营业务、人员、设备、技术、管理等)。
2. 按以下要求画主营业务流程图。
 - (1) 明确业务流程所涉及部门的主要职责、功能以及责任人。
 - (2) 图中用不同颜色标示出业务流程中的物流、信息流、资金流和商流。
 - (3) 各环节、各部门所涉及单证及其流转程序。
3. 第三方物流企业业务流程科学性与合理性探讨。

根据企业选址和区域经济特点,并结合现代物流发展情况,在教师和企业人员指导下分组进行讨论,最终提出作业流程再造的设计构想。

4. 完成第三方物流企业调查分析报告。

【能力训练思考】

1. 你认为推动第三方物流企业的特点及缺陷有哪些?
2. 第三方物流企业的经营方式是什么?
3. 目前第三方物流企业发展趋势如何?

【能力训练报告】

1. 能力训练过程

目的要求:

内容:

步骤:

第三方物流企业业务流程图;

业务流程中的物流、信息流、资金流和商流。

2. 能力训练结果

结果分析:

可以使用表格方式、图形方式,也可以使用文字方式。

3. 总结

通过能力训练,将自己对第三方物流企业的业务情况进行总结,分析第三方物流服务给企业带来的益处。