

企业管理与 发展新思维

Qiyè Guǎnlǐ Yuǎn Fāzhǎn

施有文 倪峻 主编

Xīnsīwéi

立信会计出版社

LIXIN KUAJJI CHUBANSHE



企业管理与发展新思维

施有文 倪 峻 主编



立信会计出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业管理与发展新思维/施有文,倪峻主编. —上海:立信会计出版社,2002. 11

ISBN 7-5429-1055-8

I. 企… II. ①施… ②倪… III. 企业管理-文集

IV. F270-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 091749 号

出版发行	立信会计出版社
经 销	各地新华书店
电 话	(021)64695050×215 (021)64391885(传真) (021)64388409
地 址	上海市中山西路 2230 号
邮 编	200235
E-mail	lxaph@sh163c. sta. net. cn

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	787×960 毫米 1/16
印 张	17.5
插 页	2
字 数	351 千字
版 次	2002 年 11 月第 1 版
印 次	2002 年 11 月第 1 次
书 号	ISBN 7-5429-1055-8/F·0963
定 价	30.00 元

如有印订差错 请与本社联系

前 言

企业是自主经营、自负盈亏的独立法人,以追求利润最大化或曰价值最大化为目标;企业又是国民经济的细胞,是一国宏观经济的微观基础。因此,企业的经营状况如何,发展前景如何,不仅关系到它们各自在市场经济中的兴衰成败,而且也从总体上直接影响到国民经济的景气程度及其发展趋势。所以,对企业管理与发展的理论与实践进行研究、总结和升华,具有重要的现实意义。

我国企业经过 20 多年的深化改革,正在按照现代企业制度的要求建立起新的符合社会主义市场经济体制的规范的体制和机制。应该说,与过去相比,目前我国企业的运作机制已经较为合理,管理水平大为提高,经济效益明显改善,竞争力大幅度提升。但是,不可否认的是,由于我国长期处于计划经济的体制之下,加上其他的历史原因,我国企业尤其是国有企业在经营活动中仍然存在着诸多困难和问题,比如产权约束问题、技术改造问题、资金融通问题、用工制度问题等等;最主要的是,我国企业学习、探索和运用现代管理技术、手段与方法的时间并不长,在市场经济大潮中搏击的时间也较短,因而,和发达国家的成熟、先进的企业相比,还处在蹒跚学步的阶段。根据这样的判断,我们认为,更有必要对我国企业的经营管理现状进行客观的分析,对其存在的种种难题进行深入的解剖,对其发展趋势和应该采取的战略进行认真的探讨,从而为我国企业的成长壮大提供有益的借鉴。

对于我国企业的经营管理和发展,不仅要置于社会主义市场经济逐步完善、现代企业制度日渐成熟的背景下加以思考,而且也应当置于世界经济全球化、我国经济开放进程不断加速的环境中加以思考。作为客观趋势的经济全球化,必然要求资源的全球配置和国际生产、国际市场的一体化,这已经在发达国家著名的跨国公司的经营战略中得到了充分体现。我国企业无法回避经济全球化的现实,问题只在于如何抓住机遇迎接挑战。更为现实的是,一年前我国已经正式成为世界贸易组织的成员,表明对外开放进入到了全面、双向的新时期。随着进入障碍的逐渐清除,关税税率的逐渐降低,国外企业必将大举进入对它们来说极具吸引力的最具发展潜力的中国市场,与我国企业展开激烈的市场争夺;另一方面,随着贸易条件的改善、国外市场对我国企业的开放,我国许多产品的比较优势和竞争优势会更加显现,这又为我国企业跨国经营提供了非常有利的条件。因此,我国企业必将在国内与国外两个市场上与其他国家和地区的企业展开波澜壮阔的竞争,诚如人们

所说,我国企业已经面临着“国内竞争国际化,国际竞争国内化”。在这样的生存与发展环境中,我国企业如何进一步改革,采取什么样的发展战略和战术,是否能全面改善和提高经营管理水平,就变得更为关键了。显然,这需要我们从实践中不断总结经验,从理论中不断汲取营养。

正是基于这样的认识,华东师范大学商学院组织编辑了这本论文集。华东师范大学商学院是经济类学科齐全、拥有众多硕士点和世界经济博士点,具有较强的理论研究能力和优秀教学水平的经济人才培养基地。近年来,该学院在精心培养全日制本科生、硕士生和博士生的同时,一直致力于产学研结合,与政府主管部门、大型企业集团以及海内外有实力的办学机构开展了富有成效的合作,主办了多种类型的硕士课程研修班、MBA 专业班,为上海和华东地区的各行业的企业培训了大量骨干人才。由于这些学员大多来自于实践第一线,并在各行业和部门从事着重要岗位的工作,因而对实践中产生的问题尤其是企业经营和发展中的问题有着直接的感知,在指导教师的悉心引导下,他们尝试运用所学理论解决实际问题,收到了非常良好的效果。本套丛书所收进的论文,主要部分乃为这些学员的优秀研究成果。这些成果,尽管可能缺少深层次的学理性的思辨,但却更接近于现实,更具有可操作性和应用性,对我国企业的改革、发展和壮大具有较大的指导意义,因此,其学术价值和实践价值是毋庸置疑的。

本论文集共收入论文 52 篇,主要集中于企业管理和发展这一主题而展开研究和讨论。全书共分“现代物流研究”、“供应链管理剖析”、“企业发展战略探索”、“经营管理策略思考”、“行业演变趋势探讨”、“金融热点论评”和“经济理论问题纵论”等七个专栏,从中可以看出,本论文集的入选论文在选题上大多是非常具体和微观的,与我国企业的经营运作直接相关的现实问题。这些论文短小精悍,论点明确,思路清楚,很值得一读。当然,收入的论文也可能存在一些不足之处,我们诚恳地希望读者给予批评指教。

编 者

2002 年 11 月

目 录

□ 现代物流研究

电子商务中的物流瓶颈问题研究	胡祺皓 3
信息化物流系统的构建及其影响	鲍国祥 9
电子商务的发展及其对物流的影响	孔佩琦 15
简析全球化物流的动力来源	胡晓威 19
简论我国第三方物流的发展	陆俊杰 24
论物流业的作用及其未来发展	汪 燕 28
公路运输企业如何发展物流服务	汤文凯 33
论我国航运企业开展综合物流	骆 骥 39
论我国传统储运业向现代物流业的转化	张 怡 45

□ 供应链管理剖析

敏捷化供应链管理的集成框架研究	金之颖 51
供应链的战略框架分析	邵 帅 57
企业实施供应链管理的若干问题探讨	王纲居 62
半导体企业中的供应链管理	张 颖 67
新型采购模式——集中采购	李 丽 72

□ 企业发展战略探索

企业集团战略扩张中的适度规模	阳国华 79
企业多元化经营及其风险防范初探	王卫权 85
加入 WTO 对中国民营科技企业的影响及对策分析	贺爱忠 90
加入 WTO 对我国国有企业的影响及对策	杜建勋 94
科技企业实施发展战略应注意的几个问题	陆 伟 98
刍议企业文化的构建	王成银 102
试论企业形象的塑造	杨汉全 105
企业成功之魂——技术创新	潘 鹏 109

KPSNC 人力资源发展战略研究	王永俊 114
□ 经营管理策略思考	
企业债务重组中的会计处理及其对风险控制的意义	吴 炜 121
关于我国现阶段实行股票期权计划的几点思考	刘 恕 130
浅谈我国私营企业的特征及其管理	陈 勇 136
论加工制造企业的信息化管理	朱志华 140
论工程项目管理中的成本控制	陈建彪 145
运用科学的项目管理 追求企业价值的最大化 ——以株式会社资生堂上海工场项目管理为例	余承荣 150
浅议薄利多销营销策略	董永浩 154
企业培养客户忠诚度的基本方法	夏 荣 159
新思维 新竞争	王 萍 162
□ 行业演变趋势探讨	
试论电子商务的兴起对传统会计的影响	周佩炯 167
论知识经济时代的物业管理	王 勇 172
宏观经济因素对中国家用轿车市场发展的影响	尤 闻 178
加入 WTO 对我国汽车零部件行业的影响及其对策	管晓音 183
简析我国卫星导航应用产业发展态势	冯 菁 186
我国信息经纪人发展及定位研究	郭晓东 191
论我国建筑业管理模式的转变	刘培智 196
提高建筑企业竞争力 规范建筑市场秩序	倪伟斌 200
□ 金融热点论评	
技术进步、模式转变与商业银行的经营创新	张 鹏 207
浅论我国商业银行网上银行的风险与管理	张颖蕾 211
论我国商业银行之间的合作与并购	钱正颖 216
电子货币支付手段对中央银行货币政策的影响	杨 青 221
关于证券公司开展融资业务的思考	陈 红 226
浅论民营经济发展的融资体系保障	包素萍 231
论募集资金投向与股票价格的关系	于志新 235
论我国上市公司的关联交易	丁 锴 240
我国上市公司关联交易的现状及其规范	杨 芳 246

□ 经济理论问题纵论

- 入世后我国经济活动规范化探讨 陈 炯 253
- 多视角下的国家竞争力理论 俞 玥 257
- 国外对华反倾销的焦点、现状及其应对策略 于海峰 268

现代物流研究

电子商务中的物流瓶颈问题研究

胡 棋 皓

一、电子商务物流

电子商务作为一种新的数字化生存方式,代表未来的贸易、消费和服务方式,因此,要完善其整体生态环境,就必须打破原有行业的传统格局,发展建设以商品代理和配送为主要特征,物流、商流、信息流有机结合的社会化物流配送体系。实际上,电子商务物流是伴随电子商务技术和社会需求的发展而出现的,它是辅之于电子商务真正的经济价值实现的不可或缺的重要组成部分。由于电子商务所独具的电子化、信息化、自动化等特点,以及高速、廉价、灵活等诸多好处,从而使得电子商务在其运作特点和需求方面也有别于一般物流。

(一) 电子商务与物流的关系

谈及电子商务,必然要涉及信息流、商流、资金流和物流。所谓信息流,是指商品信息的提供、商业单证的转移、技术支持等多项内容;商流是指商品交易和商品所有权转移的运动过程;资金流主要指付款、转帐等资金的转移过程;物流则是指物质实体(商品或服务)的流动过程,如商品的储存、保管、配送、运输、装卸、信息管理等活动。在电子商务中,上述四流中的前三流均可通过计算机和网络通信设备实现,但作为四流中最为特殊的物流,只有诸如电子出版物、信息咨询等少数商品和服务可以直接通过网络传输方式进行,而对于绝大多数商品和服务,则需借助一系列机械化、自动化工具传输。

电子商务的概念最早由美国信息技术(IT)厂商提出,当时美国已掌握了足以支持电子商务发展的强大的物流管理技术,因此,信息技术厂商在定义电子商务时只涉及信息流、商流和资金流,并没提到物流。而我国是发展中国家,物流业起步晚、水平低,在引进电子商务时,并不具备能够支持电子商务活动的现代化物流技术。因此,国内专家结合我国的现状,提出了包括物流电子化过程的电子商务概念,即电子商务是电子化的购物市场,是电子工具在商务活动中的应用,是整个贸易活动的电子化和自动化。在这一电子商务定义中,电子化的对象是整个交易过程,它既包括信息流、商流、资金流,又包括物流;电子化的工具也不仅指计算机和网络通信技术,而且还包括叉车、机械手臂等自动化工具。

从根本上说,物流电子化应是电子商务概念的组成部分,是电子商务概念模型的基本要素,缺少了现代化的物流过程,电子商务过程就不完整。

(二) 物流在电子商务中的地位和作用

如果说电子商务能成为 21 世纪的商务工具,而且能像杠杆一样撬起传统产业和新兴产业的话,那么,在这一过程中,现代物流产业将成为这个杠杆的支点。随着现代物流在国民经济中重要作用的体现,人们花了差不多一个世纪的时间在探索挖掘物流这个利润源泉的办法,目前已积累了不少经验。但由于电子商务的发展还处于成长期,人们对电子商务中的物流的认识尚处于起步阶段。然而,有一点可以明确的是,物流在电子商务中具有不可替代的重要地位,它的成功与否直接关系到电子商务的成败,它的实施与运作效率将直接影响网络所带来的经济价值。

世界上最大的网上书店——亚马逊网站可谓是电子商务领域的先锋,不过,它的竞争对手零售业巨头沃尔玛也开始涉足网上销售,虽然目前沃尔玛只是把它的网站当作信息浏览的窗口,尚未大规模开展网上销售,但亚马逊已看到最大的挑战来自于沃尔玛拥有遍布全球的由卫星通信联系起的商品配送体系。尽管沃尔玛网上业务开展的时间比亚马逊晚了 3 年,然而沃尔玛网上商店的送货时间却比亚马逊早了许多。亚马逊一旦意识到这个对手的可怕时,便立刻奋起直追,一改以零库存著称的商业作风,也开始兴建大规模的储物仓库,并在全球分设配送中心,用物流体系的完善来为自己的网上销售锦上添花。

商家们之所以更加意识到物流体系的重要,并把发展现代物流提上日程,归根结蒂是物流在电子商务过程中能够发挥不可替代的重要作用。具体地说,电子商务物流将起到以下作用:提高电子商务的效率与效益;协调电子商务的目标;扩大电子商务的范围;实现基于电子商务的供应链集成;集成电子商务中的商流、信息流与资金流;支持电子商务的快速发展;促使电子商务成为最具竞争力的商务形式。

(三) 电子商务物流的特点

电子商务时代的来临,给全球物流带来了新的发展,使物流具备了一系列新特点。

1. 信息化。电子商务时代,物流信息化是电子商务的必然要求。物流信息化表现为物流信息的商品化、物流信息收集的数据库化和代码化、物流信息处理的电子化和计算机化、物流信息传递的标准化和实时化以及物流信息存储的数字化等;没有物流的信息化,任何先进的技术设备都不可能应用于物流领域。信息技术及计算机技术在物流中的应用,将会彻底改变世界物流的面貌。

2. 自动化。自动化的基础是信息化,自动化的核心是机电一体化,自动化的外在表现是无人化,自动化的效果是省力化。另外,还可以扩大物流作业能力、提高劳动生产率以及减少物流作业的差错等。

3. 网络化。物流领域网络化的基础也是信息化。这里指的网络化有两层含义:一是物流配送系统的计算机通信网络,包括物流配送中心与供应商或制造商的联系要通过计

算机网络,另外,与下游顾客之间的联系也要通过计算机网络;二是组织的网络化,即所谓的内联网(Intranet)。物流的网络化是物流信息化的必然,是电子商务物流活动的主要特征之一。

4. 智能化。这是物流自动化、信息化的一种高层次应用,物流作业过程中大量的运筹和决策都需要借助于大量的知识才能解决。在物流自动化的进程中,物流智能化已成为电子商务物流发展的一个新趋势。

5. 柔性化。柔性化本来是为实现“以顾客为中心”的理念而在生产领域提出的。柔性化的物流是适应生产、流通与消费的需求而发展起来的一种新型物流模式,要求物流配送中心根据消费者需求“多品种、小批量、多批次、短周期”的特色,灵活组织和实施物流作业。

二、物流已成为制约电子商务发展的瓶颈

任何一次商品流通,都是信息流、商流、资金流和物流的实现过程。网上可以解决信息流、商流、资金流等商品流通的大部分问题,但却无法解决物流问题。电子商务物流是一种发达的物流形式,它是建立在现代信息技术和先进的管理思想基础上的集成化物流运作方式。所以,在电子商务的发展过程中,物流瓶颈是不容忽视和回避的。我国的物流发展起步晚、水平低,现行的物流体系很大程度制约着电子商务的发展,其主要表现有:对电子商务的认识仅局限于信息流、商流和资金流的电子化,忽视物流的电子化过程;物流基础设施不完善;物流管理技术落后;传统储运的体制和手段阻碍现代物流的发展;第三方物流服务发展滞后;适应电子商务发展的物流体系尚未建立。

电子商务在网上完成之后,能否实现实物适时、适量、低成本地转移,关键在于是否具有完善的社会物流服务系统。发达国家物流平台的建设已经进行了几十年,供应链、配送、第三方物流等物流经济已具有较高水平。而我国的物流技术水平却相当落后,物流体系远不足以支撑电子商务的发展。与物流的发展相比,我国电子商务的发展非常迅猛,使得较先进的电子商务和十分落后的物流技术形成了鲜明的对比。网络经济、电子商务的快速发展,更加剧了物流的瓶颈作用。

我国物流环境的改善和物流系统的建设,虽然可以跨越式地发展,但互联网作为平台网络经济,对其进行构筑和改造,则需大规模的基础建设,要一点一滴地积累,所以,物流的瓶颈问题不是短期内轻而易举可以解决的。因此,我国的电子商务发展目前仍处在比较困难的成长阶段,尤其是物流、配送体系的完善是电子商务发展必须首要解决的课题。

三、如何解决物流瓶颈问题

突破电子商务发展的物流瓶颈,不仅要加速与物流相关的法制建设、加强对外交流和

人才培养,更为重要的是做好基础性工作,尽快实现物流配送体系的社会化、产业化和现代化,并制定完整高效的物流配送方案。

(一) 建立适应电子商务发展的物流中心,实现物流配送体系的社会化和产业化

物流配送的社会化和产业化是指流通代理制与配送制结合,通过合理化布局的社会物流网,将分散的物流集中起来,形成产业,实现物流的规模效益和企业零库存生产。实现物流配送体系的社会化和产业化,关键是建立适合电子商务发展的物流中心。根据国内外连锁企业的经验,建立物流中心的途径主要有自建、改建、联建、代建四种。

1. 自建物流中心。自建物流中心是指电子商务网站自身建造物流中心,经营配送业务。自建物流中心所需的建设投资大、物流成本高,因此,在我国目前条件下,是不宜普遍采用的。

2. 改建物流中心。改建物流中心是指充分利用原有储运企业、物资企业的场地、设备和购销渠道,通过功能完善、技术改造和管理创新,使其转化为现代化的物流中心。此种方式对于实力雄厚、设施条件完备、集散能力强、物流管理水平较高的储运企业和物资企业较为适用。

3. 联建物流中心。联建可采取两种形式:一种是网站与物流企业联合共建物流中心;另一种是网站与生产企业联建。联建物流中心可以利用原有企业的储运设施,节约建设投资,降低物流成本,提高配送效益,同时有利于盘活存量资产,实现资产重组,发挥各自优势,是一种理想的物流发展途径。

4. 代建物流中心。代建物流中心又称第三方物流,是指网站本身不经营配送业务,而是委托供应商或物流中心代其完成物流服务的运作方式。第三方物流是物流专业化的发展形式,随着市场竞争的日趋激烈,许多企业不得不将主要精力集中在核心业务上,而与物流相关的业务环节,则交给专业化的物流企业操作,以求节约和高效。

(二) 加强硬件、软件建设,实现物流配送体系的现代化

建立现代化的物流配送体系,应从硬件、软件两方面着手,重点做到以下三点:

1. 配送手段机械化、自动化和现代化。配送手段机械化、自动化、现代化是指物流配送采用机械化、自动化、现代化的储运设备和运载工具,如立体仓库、旋转货架、自动分拣输送系统、悬挂式输送机高效、多功能的物流机械。

2. 物流管理规范化、制度化。物流管理规范化、制度化是指制定科学、规范的操作规程和管理制度,建立、健全科学的管理体制,从而提高物流的管理水平、服务水平以及物流从业人员的素质和技术水平。

3. 物流管理信息化。物流管理信息化是指通过以电子计算机为核心的微电子技术收集整理信息,建立数据库,进而对物流进行科学管理。物流系统只有具有良好的信息处理和传输系统,才能快速、准确地获取销售反馈信息和配送货物跟踪信息,从而大大提高物流企业的服务水平,赢得客户信赖,并可不断降低物流成本。

四、传统连锁零售企业电子商务 B to C 物流体系的建立

我国传统连锁零售企业经过一段时期的发展,在实施传统交易方式的过程中已经初步建立了一套自有的采购及物流配送体系,相对一些新兴的网站而言,其电子商务 B to C 物流体系的建立已经具备了一定的基础。国内各大连锁零售企业均有自己的配送中心;随着企业向全国扩张,为实现从地域性向全国性公司转变,它们也在尝试利用社会公共配送体系。因此,传统连锁零售企业应充分利用现有优势,整合自身物流体系,从而建立起支持电子商务的物流平台。在建设过程中可采用以下措施:

(一) 从源头抓起,确定合理定位销售区域

作为电子商务信息载体的英特网,其地理分布范围正在迅速扩展,但在电子商务发展的初级阶段,电子商务的销售区域很难覆盖英特网所及的全部地区。由于电子商务的客户分布不集中,送货地点分散,加之物流网络不如英特网覆盖范围广,很难合理经济地组织送货。所以,电子商务经营者应根据消费者的收入、需求偏好、地理分布等条件的不同,合理定位销售区域,对不同的销售区域可采取差别性的物流服务政策。例如,对网上用户相对集中的大城市,因订货比较集中,应及时组织送货,其送货标准应不低于有形店铺的送货标准;而对于偏远地区,因电子商务尚未普及,订单少且分散,送货期限可酌情延长。

(二) 认真筛选销售品种

从理论上说,几乎没有什么商品特别不适宜采用电子商务的销售方式。但从商品流通规律及经济效益来看,任何销售商都不可能经营所有的商品。销售商所经营的商品品种越多,进货渠道及销售渠道越复杂,商品批次越多,批量越小,组织物流的难度就越大,成本也就越高。为了将某一商品的销售批量累积得足够大,从而减少物流环节的成本和费用,销售商就必须认真筛选商品品种,确定最适合自己销售的商品。

(三) 充分发挥现有销售终端网络优势

连锁零售企业一般在一定区域内具有大量分散的连锁店,这些连锁店在传统的商务模式中承担的角色可能多半为零零售商或批发商。电子商务的引入将促使这些销售终端的角色发生转变,在最后到户这一配送环节上,这些销售终端将是主要的任务承担者,其配送方式、配送工具都可以因地制宜,灵活多变。充分发挥销售终端网络优势,对于电子商务物流体系的建立将起到重要的作用。

(四) 精心策划配送方案

与有店铺销售方式相同,在电子商务的物流方案中配送环节占据着至关重要的地位,它既是物流过程的重要组成部分,又是产生成本的重要环节,同时也是制约物流及电子商务发展的一大瓶颈,因此,电子商务经营者必须精心策划配送方案。在制定配送方案时需考虑的因素有:订货状况信息、库存的可供性、反应速度、送货的可靠性、送货频率、配送文

档的质量、首次报修修复率、投诉程序和可提供的技术支持等。配送方案是一项专业性极强的工作,必须由专业人员精心策划。

(五) 降低物流成本

由于电子商务的物流具有批量小、品种多、批次多、周期短等特点,因而物流成本比有店铺的销售方式要高。例如,消费者直接从商店购买1台空调机,商店提供免费送货,若一次送货费为50元,商店通常会将顺路的其他消费者购买的商品,比如5台空调机配装在同一送货车里依次完成送货,此时平均每台空调机的送货费用为10元。但当采用电子商务时,销售商很难在较短的时间内集中不同消费者的订货并配装在同一送货车内,这样就造成送货批次增加、批量减少,从而导致物流成本上升。由此可见,降低物流成本,关键在于电子商务经营者必须不断扩大销售区域内消费群体的基数,以确保一定的物流规模。

(六) 合理控制库存

库存控制历来是销售管理中最难的课题。控制合理的库存是保障销售和降低成本的重要条件。由于电子商务经营者比有店铺销售商更难预测商品的销售量,因此会遇到更为复杂的库存控制问题。目前国际制造业和销售业采用的较为规范的库存控制技术是根据对实时数据、历史数据的分析,参照模型对未来需求进行长期预测或短期预测,或侧重于对时点数据的分析。库存控制技术的不同会带来库存政策的不同,进而导致库存成本及对销售的保障程度等方面的不同。

信息化物流系统的构建及其影响

鲍国祥

40多年来中国的交通运输获得了巨大的发展,但仍不适应国民经济发展的需要。公路运输不能满足经济增长需求的原因是多方面的,其中,运输生产未形成规模经营、网络经营,缺乏主导快运市场的大规模运输企业;现有运输企业通讯和管理手段落后,既不能及时获取货源和运力信息,也不能实施对车辆和货物的动态管理,导致运输企业的实载率过低,一般均在50%以下,据测算,由此每年给国家带来了800多亿元不必要的直接经济损失。为此,我们认为,要从根本上解决这些问题,必须进一步培育与完善运输市场体系,特别要抓好物流信息传导机制这个环节,在冲破行业、地区、部门及所有制界限的基础上,依托信息高速公路,建立全国统一的、全方位的、立体化、多功能的信息化物流系统。

一、建立信息化物流系统的必要性

第一,建立信息化物流系统是完善物流传导机制的客观要求。物流信息传递过程由三个部分构成,即信源、信道和信宿。信息一般在信源和信宿之间进行,两者又必须通过中介即信道传递。为了减少和改变物流信息传递过程中衰弱、失真和畸变的现象,提高信息的使用价值,引导运输市场的运输价值和运输使用价值有规律地运动,必须在运输市场信源与信宿之间形成一个有机的系统。物流信息系统实际上承担了信道的职能,它包括对物流信息的收集、加工、传递、存储等一系列工作过程,以及相关的信息技术手段和方法设计等。因此,物流信息系统的建立,是完善物流传导机制的客观要求。

第二,物流信息系统是运输供需双方依存发展与开展交易活动的桥梁和纽带。运输市场是一个极其复杂的市场,首先货运需求有层次性和异质性的本质要求;其次运力供给具有局限性和他律性的特征。道路货运的运力从所有制形式上有国有运输企业、机关企事业单位的营运车辆、个体运输业户;从车型结构上,由大中小和特种车辆构成,因货运对不同车型的需求很难准确得知,造成全社会道路货运车辆盲目增长,结构性过剩;在空间分布上,车辆多集中在大中城市或集镇,边远山区相对较少,而货源分布相当部分却在边远山区,运力布局和货源分布很不均衡,加之运输市场上缺乏现代化的通讯手段和经营网