

羊圈困境

——中国大国崛起的物流“短腿”

杨达卿◇著

SHEEPFOLD PLIGHT

本书中“羊圈困境”是作者的原创提法。

- 一是，羊图腾是中国从炎帝以来最古老的图腾之一；
- 二是，中国在地理上被“三面环山”和“西山东海”的地理特征包围，类似羊圈特征；
- 三是从中国全球化经济上看，中国物流服务贸易已经连续20年逆差，滞后的物流使得中国全球运销频遇瓶颈，陷入“羊圈困境”。



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

羊圈困境

——中国大国崛起的物流“短腿”

杨达卿 著

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

羊圈困境：中国大国崛起的物流“短腿”/杨达卿著. —北京：中国财富出版社，2013.1

ISBN 978-7-5047-4582-8

I. ①羊… II. ①杨… III. ①物流—研究—中国 IV. ①F259.22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 308434 号

策划编辑 马 军

责任编辑 王泽宁 葛晓雯

责任印制 何崇杭 王 洁

责任校对 孙会香 梁 凡

出版发行 中国财富出版社（原中国物资出版社）

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010-52227568（发行部）

010-52227588 转 307（总编室）

010-68589540（读者服务部）

010-52227588 转 305（质检部）

网 址 <http://www.clph.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978-7-5047-4582-8/F·1892

开 本 710mm×1000mm 1/16

版 次 2013 年 1 月第 1 版

印 张 17

印 次 2013 年 1 月第 1 次印刷

字 数 324 千字

定 价 35.00 元

版权所有·侵权必究·印装差错·负责调换



推荐序一

借鉴先进经验 发展好中国物流

一次偶然的采访，达卿和我成了朋友。他关注着我，我也时常关注着他。

达卿新作《羊圈困境》引人入胜，发人深思。他用鲜活的商战故事和醒目的数字，演绎了一部“狮”、“狼”、“羊”在中国物流产业中纵横捭阖、风云沉浮的新版“三国”，在刀光剑影中透析物流生态协同、国家供应链这些关涉经济全球化背景下中国物流产业乃至国家经济安全、健康发展的重大话题。

面对处在“羊圈困境”的中国物流业，此书既深入行业内里，追根溯源、条分缕析，也跳出行业站在国家战略高度做了鞭辟入里的审视。书中从经济史、文化史的角度入手，归纳出狮图腾、狼图腾、羊图腾三类文化和分属三类文化的欧美狮式企业、日韩狼式企业和中国羊式企业，还原了三类企业在商贸物流、快递物流、海运物流、航空物流和铁路物流五大“战场”上的供应生态链之争，对各式企业在其间的战略体系、排兵布阵、策略路径、行为风格分析得丝丝入扣、紧张而精彩。达卿在书中令人信服地论证了这样颇有哲理的观点：物流的本质是物资传输、物流的灵魂是系统协同，物流的载体是仓储运输、物流的成败在管理体制，物流的未来在物资流、资金流、信息流、商贸流四流合一的供应链集成服务。

说起物流，在中国既古老又年轻。说它古老，有千年“丝绸之路”为证。说它年轻，是因为直到十一届三中全会前夕，国家物资总局组织考察日本物资管理时，才首次把“物流”的概念介绍到国内。十四大以后，物资部组织开展物资配送试点，脱胎于计划经济体制下的物资企业开始探索新的流通模式。与此同时，大量跨国公司进入中国，带来现代物流理念、管理和技术，催生了专业物流企业，也引得“狮式”、“狼式”企业在中国的“羊圈”里撕咬拼杀，攻城略地。21世纪以来，物流产业发展迅速，“十一五”时期在国家层面的产业地位得到确立，传统物流管理逐渐向更加集成、高效的供应链管理升级。

在当前和未来经济全球化、产业国际分工协作深化以及物联网日渐成熟应用的发展环境下，供应链管理将物流、商流、资金流、信息流交汇融合，抓住了小



至企业、大至国家的命脉所在，而成为实力的集成体和竞争的利器。以供应链管理为高水平代表的现代物流业，大而言之，则关乎国计；小而言之，则维系民生，在国家经济发展和社会生活中具有全局性、基础性的战略意义。恰如达卿书中所述：当今全球一体化经济的国际竞争是“供应链强则国家经济强”。一个国家的供应链如果被他人控制，“基本意味着国家失去经济乃至政治自主权”。

好书读来不累又启示良多，达卿的书正如此。我也愿意借此机会，沿着本书的思路，谈两点粗浅看法。

第一，供应链竞逐的背后必有国家身影。淡马锡控股作为新加坡财政部全资拥有的国企，位列全球七大主权财富基金，在全球立体投资海陆空物流渠道，并集成推进金融、信息、能源等供应链核心要素的战略布局，弹丸小国借此赢得傲视天下的竞争力。在众多的欧美日韩狮狼身后，也都能或多或少发现国家的身影。为什么？因为以集成的供应链为核心的物流业，关乎一国各经济组织、产业部门乃至整个社会经济的运行效率和社会再生产，是国家对外经济社会联系和国际战略利益的输送咽喉，同时是应对人口、资源、环境、公共卫生、国防等领域重大突发事件的“生命通道”。物流业近年来在我国国民经济中的基础性地位日益凸显，但目前仍是经济转型升级的一大短板，在行业管理、物流体系战略规划与布局、产业扶持政策等诸多方面，国家还有很多工作要做，物流业界同仁也为此不断奔走呼吁，这方面还应很好地借鉴“狮图腾”、“狼图腾”国家的经验。

第二，供应链竞逐要走出国家的影子。虽然我们面临着与狮狼竞逐的局面，但如果一味地说事关国家安全，什么都由国家包起来，也是不可行的。物流供应链就像人的血液系统或神经系统，不仅要有主动脉或大脑中枢，还得有触及社会生活的毛细血管或神经末梢。所以，最好的做法是按照市场经济规律，培育物流市场的活力，让我们的“羊式”物流企业学会觅食，学会应对“狮式”、“狼式”企业的封堵和猎捕，更要学会以“羊式”的生存智慧，实现种群的壮大和与狮狼在抗衡中的共生，而不是躲在国家的影子里寻求最终难经市场风雨考验的虚幻“保护”。

希望达卿与我们不断分享他关于物流业的思考与感悟。

洪水坤

2012年6月21日

洪水坤：中国诚通集团董事、总裁、党委副书记，曾任中国物资储运总公司总经理兼中储发展股份有限公司董事长。诚通集团是国资委首批中央企业建立和完善国有独资公司董事会试点企业和国有资产经营公司试点企业，列2008中国物流、仓储、运输、配送服务业第3名；2009中国服务业企业500强第62名。



推荐序二

放眼全球 探索中国物流之路

——为杨达卿先生新书序

我近三十年在物流行业的创业发展正好处在中国现代物流的成型与发展阶段，非常有幸与这个波澜壮阔的伟大变革时代一起开启了中国现代物流的新纪元，在中国亲身实践世界最先进的物流理念。

同时，面对中国物流产业的种种问题，都有深刻的感受和思考。对作者新书《羊圈困境》中描绘的中国物流之种种感同身受。非常乐见达卿先生对这些现象进行了深入的思考和探讨。

作者在本书中，回溯了中国千年历史，深入探寻中国物流发展的未来。面对狮狼环峙，思考“中国羊”如何取长补短；面对电商时代，本土快递如何与外资企业共舞争强；面对长期忽略海运发展的中国物流现状，如何突围“海运羊圈”；面对世界一体化的供应链竞争时代，如何用现代物流铸就国家的经济强健。

物流是一个国家经济活动中的血液，作者以物流为起点，深入地观察了中国从经济到文化的“羊圈困境”，探求“羊图腾”文化深刻的历史根源，同时横向比较以欧美日系企业为代表的“狮式企业”和“狼式企业”，这是非常新鲜而有益的探究。

对众多中国经济问题，尤其是现代物流业的生存与发展，作者进行了生动形象地剖析，让读者从全新的视角看到了当今中国物流企业的生态环境，以及各种不同文化背景下咄咄逼人的竞争对手。如果我们没有相对清醒的认识，缺乏对全球经济的真实判断，和长远生存的危机感，我们的产业或许会经历更多磨难。

在全球经济一体化的今天，供应链已经成为企业决胜的战场，作者在本书中详尽地记述，绝不仅仅是对中国物流业的一次深入探讨，对其他行业的生存同样大有裨益。

刘 武

2012年7月3日

刘武：全国人大代表、中国物流与采购联合会副会长、广东物流协会会长、宝供物流集团董事长。宝供物流是国内第一家经国家工商总局批准以物流名称注册的企业集团。



自序

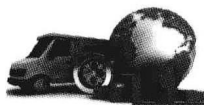
改变羊圈眼光 走出羊圈困境

如果重写全球财富历史，你认同以下观点吗？16至18世纪，全球富国崛起靠的是“海运强则经济强”，这从西班牙、葡萄牙、荷兰、英国等昔日殖民强国崛起可见；19至20世纪，全球富国崛起秘密变成了“物流强则经济强”，从日本、韩国、新加坡等地域小国崛起的历史可见；21世纪，该规律变成了“供应链强则经济强”，从美国、日本、德国等始终保持全球超级经济体可见。

如果重看中国地图形状，你认同以下观点吗？中国陆地版图像一只昂首挺立的雄鸡，但是历史上的中国陆地版图，从汉朝以来更多时候像一只绵羊。即使是今日的中国陆地版图，也像一只饮水太平洋的绵羊：东北三省像这只绵羊的羊首，新疆和西藏像羊后半身。这只绵羊生活在东亚温带大陆性气候下，性情和文化都兼具绵羊般的柔和特色，崇尚“温良恭谦让”（儒家准则）的羊性美德，坚信“天下至柔驰骋于天下至刚”（道家思想）的羊性哲学，即柔能克刚——这与欧美狮图腾下的强者文化截然不同。

如果重看中国落后历史，你认同这个观点吗？中国昨天的落后是因为我们在经济和文化上都陷入一种“羊圈困境”。什么羊圈？如果从空中鸟瞰中国地形，就会发现：喜马拉雅山脉、唐古拉山脉、昆仑山脉、天山山脉、阿尔泰山脉等，从西部、西南、西北把中国从欧亚大陆隔离出一个半羊圈，东北还有大兴安岭和长白山山脉，封住羊圈的东北口，但中国北边的阴山山脉和祁连山脉扎起的羊圈太矮，来自狼图腾的民族匈奴族、突厥族等不断翻过羊圈偷猎。秦始皇和汉武帝等就用万里长城把羊圈加固。

回首中国地缘上封闭式羊圈，培育并呵护了中国羊图腾文化——中国农耕文化始祖炎帝神农就是以羊为图腾。但这个羊圈也造成画地为牢的“羊圈困境”。汉朝时期，张骞疏通欧亚大陆东西贸易的陆上丝绸之路；唐朝时，广州港已经成为全球最大最繁华的商贸物流港口之一；明朝时，郑和在全球最先开始远洋航行疏通海上丝绸之路；清朝时，全球首富即广东十三行的红顶商人伍秉鉴曾是英国



东印度公司的最大债权人并投资美国铁路，但明清中国为何在全球一体化中落伍？

在全球经济一体化的竞逐中，狮式企业和狼式企业各显神通：但为何美国“股神”巴菲特要巨资收购美国铁路，为何全球首富即微软创始人比尔·盖茨要投资北美铁路，日本“经营之圣”稻盛和夫如何让亚洲最大航空公司日航起死回生？从1992年到2012年，中国已经近20年服务贸易逆差，而逆差最大的是运输物流服务贸易。

中国改革开放30多年的发展，就是靠制造业这个引擎拉动中国经济腾飞，中国成为全球第一制造业大国，在家电、电脑、服装、汽车、造船、家具等制造领域都位居世界第一位，但我们可知道当今全球经济的一个铁律：即制造业的“三个90%”定律：一个制造企业，纯生产时间只占全部生产流程总时间的10%，而各种物流时间占90%；一件工业产品，生产成本只占10%，而采购与物流成本占90%；一件工业产品，生产利润只占总利润的10%，而物流与销售利润占利润的90%。正从制造业大国走向经济强国的中国，如何强健企业供应链管控和服务能力？如何在全球供应链下走出“羊圈困境”？

根据WTO协议，2005年年底，中国物流市场全面对外开放。中国商贸、邮政、公路、铁路、航空、海运等领域物流市场都在从过去的羊圈困境中突围。中国物流市场也迎来更多狮式和狼式企业竞逐——这也是一场激活“羊圈困境”下中国物流商的贴身陪练。但中国物流商，能向欧美市场的狮子王学什么？向日韩市场的神隐狼学什么？

狼群家族以母狼为主，狼阵围猎更显阴柔。母狼王和公狼王的一夫一妻制度，使家庭更加稳定和团结。日韩企业则多以雌性角色的商社主导物流军团，而且商社追求的是团体利益最大化，战略利益最大化。三菱商事统筹三菱财团的海运日本邮船、空运日本航空、陆运日通物流等组成的物流狼队；三井物产统筹三井财团的海运商船三井、空运全日空、陆运三井物流等；韩进商事统筹韩进财团的海运韩进海运、空运大韩航空、陆运韩进物流等。

狮群家族以雄狮为主，狮队打猎更显张扬。狮子王在狮群中一夫多妻制度，狮子王更容易移情别恋。欧美企业则多以雄性角色的基金主导物流链，而基金往往以投资者利益最大化，更多喜欢套现红利就离弃。而在巴菲特控股的有全球最大的铁路多式联运商北伯灵顿集团，他还投资的有全球四大快递之一UPS，以及全球最大零售企业沃尔玛等。但这些都不过是套利的工具，因为无论是北伯灵顿、UPS、沃尔玛只有在他们能赢利的时间，就像母狮能产崽的时间，狮子王巴



菲特才投资他们，反之就会甩卖。

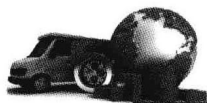
相对于狼的“隐”式生存法则，是狮的“张”式生存法则；相对于日本隐秘而协同的忍者精神，是欧美张扬而孤独的骑士精神。与狮共搏，与狼共舞，我们获得更多贴身学习机会。但贴身学习也是双刃剑：当一些欧美狮式企业给我们戴上合资高帽，也会附送唐僧牌的紧箍——由基金等制成，像被戴上《西游记》中观音牌的紧箍，无论相距多远，可能都得任人摆布；当一些日韩狼式企业给我们戴上求婚金戒，也会送上《魔戒》中索伦牌的魔戒——由商社用流通链打制而成，像被戴上魔戒者，无论何时都得听任遥控。

物流业被称为和金融业、信息业并列的全球三大生产性服务业，但物流业也是中国经济发展的最大短板之一，是中国供应链最脆弱的链条。从1992年到2012年中国物流服务贸易逆差已持续20年。截至目前，中国A股历史上的最大亏损王，多来自运输物流企业：第一名是东方航空（2008年亏损近140亿元），第二名是中国远洋（2011年亏损104亿元）。全球贸易90%以上靠海运完成，但据中国对外贸易经济合作协会提供数据（2012年5月数据）显示，由于外资海运巨头长期垄断中国海运市场，中国外贸货主企业每年要向国际海运公司支付近600亿人民币的种种霸王条款收费。

也许中国物流商还年轻，但更大的问题是中国羊图腾文化的另一面：容易陷入“羊圈眼光”而缺乏长远战略；容易陷入“阿Q精神胜利法”而缺乏市场危机感；容易陷入“羊群效应”而太多模仿，却缺乏想象力和创造力。在中国物流市场全面开放的2005年，中国诞生了最热播的系列动画《喜羊羊与灰太狼》——羊性文化极尽精神胜利法：把狼描绘成总是弄巧成拙、挨打受气的倒霉蛋。1994年，我国儿童文学家汤素兰还推出畅销系列童话《笨狼的故事》，笨狼虽可爱，仍属笨蛋之列。中国商界似乎也有这种“羊性精神胜利法”：既缺乏对全球经济生态竞争的真实判断，又缺乏长远生存危机感，更缺乏开拓的想象力——多半把外资对手臆想成愚笨的笨狼。

物流业和金融业、信息业并称为当今全球三大生产性服务业，但由于缺乏对物流业地位的认识，缺乏对物流业主动的引导，中国物流业仍呈现一种放羊式的弱散局面。2011年5月9日，CCTV首次推出物流题材系列报道《聚焦物流顽症》揭示：中国最暴利行业，不是石油业、地产业、金融业；而是路桥业（“铁公基”即铁路、公路、机场等基础设施建设也属物流基建）。中国物流企业50%~70%成本是路桥费，乱收费让中国物流不畅，物流成本居高不下。

中国物流业畸形发育病因在管理体制，病根在于商业生态文化缺位：不懂生



态协同的群羊文化才是我们企业的致命缺陷。已经进入软实力竞争阶段的中国物流企业，要制胜未来，需要打一场全生态链商战。

要打赢产业经济生态战，就要配备最好的生态哲学。狼式商战及其生存哲学、狮式商战及其生存哲学都是好学问，但是相信“相生相克”、“和谐共生”、“道法自然”的生态哲学，才是中国这片热土上最适宜的生存哲学，就像羊不可能像狮子一样猎杀，不可能像狼一样去偷袭。

中国的政治体制、经济体制、文化环境、地缘环境有其传承脉络，也有精彩智慧。当欧美狮子王凭借基金等发起，像彪悍的拳击一样的战斗，当日韩神隐狼凭借商社等发起，像诡异的空手道一样的战斗，我们需要博采众长，探索生存的柔性商战拳法，就像太极拳一样借力打力，以柔克刚。中国企业需要从传统儒家和道家生存哲学里汲取营养，并探索中国的物流业生态协同模式。

同时，本书出版也得到了中国诚通集团董事、总裁、党委副书记洪水坤先生、宝供物流集团董事长刘武先生、中国新闻网副总编杨光润先生、现代物流报常务副社长张炜先生等支持，在此特别感谢。

杨达卿

2012年6月1日



目 录

第一章 中国供应链受困“羊圈困境” (1)

本章导读：

2000年前，汉朝人张骞疏通了“丝绸之路”——东西方陆上商贸物流之路后，但为何中国人没把中华文化更多地传向世界？因为受制地理上的“陆上羊圈”；600年前，郑和下西洋率先开启全球远洋航运，再次疏通了海上“丝绸之路”，为何中国人很快又“闭关锁国”，自建“海上羊圈”？为何清朝最终随着生肖属羊的慈禧太后衰亡？这是中国“羊圈困境”的结果？

第一节 千年一题：中国发展的“羊圈困境” (2)

(一) “羊圈困境”在困扰中国 (2)

1. 地理上的羊形中国

2. 《穿鼻条约》牵羊鼻子

3. 短腿的运输物流业

(二) 狮狼大国兴衰与交通物流 (7)

1. 三类图腾和三类大国

2. 轮流坐庄需交通物流

(三) 昔日战争也是物流战争 (12)

1. 逐渐演变的大国逻辑

2. 大国崛起靠三类撒手铜

第二节 剑指何方：美日黄海军演与南海军演 (14)

(一) 南部海运通道与南海诸岛 (16)

1. 海狮与海狼南海舞剑

2. 狮图腾下的海洋逻辑

3. 借刀杀羊和狐假狮威



(二) 东部海运通道与钓鱼岛	(21)
1. 一狮二狼构筑的“海羊圈”	
2. 石原欲买钓鱼岛摆“狼群阵”	
第三节 两个图腾：日韩神隐狼与欧美狮子王	(26)
(一) 谁在领跑中国物流的高端市场	(26)
1. 谁是物流王者	
2. 中式物流“散打”	
(二) 从《神隐狼》看日式物流企业精神	(28)
1. 隐形的王者之道	
2. “神隐狼”文化溯源	
(三) 英国“狮心王”与德国“狮子亨利”	(30)
1. 英国狮心王	
2. 德国狮子王	

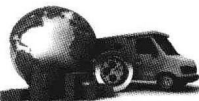
第二章 商贸物流——狮狼顺手牵羊到何时

(33)

本章导读：

商业竞争，渠道为王，但中国的流通主渠道并不在中国企业控制中，而是被来自欧美的沃尔玛、家乐福、麦德龙等狮式企业和来自日韩的7—11、罗森等狼式企业控制。在电子商务渠道上，阿里巴巴等领头羊也纷纷被遥控。中国流通市场的“羊阵”如何制胜？比较“狮式”和“狼式”企业，可以取长补短。

第一节 “狮子王”的超人世界	(34)
(一) 狮式企业的寓言与宿命	(36)
1. 美国沃尔玛的败局+英国特易购的败局	
2. 法国家乐福的败局+德国麦德龙的败局	
3. 美国百思买+美国惠而浦败局	
4. 英国百安居+美国国家得宝的败局	
(二) 沃尔玛——美国版狮子王	(40)
1. 什么是沃尔玛最赚钱利器	
2. “狮性”来自巴菲特和索罗斯	
3. 狮子皮下的供应链链主	



(三) 家乐福与春天百货——欧洲狮子王	(45)
1. 奥运火炬风波——被冤枉的家乐福	
2. 佳士得拍卖风波——巴黎春天谁知道	
第二节 “神隐狼”的忍者世界	(49)
(一) 三井财团之“精灵狼”	(50)
1. 第一匹头狼：7-11 领军全球便利店	
2. 第二匹头狼：伊藤洋华堂农村包围城市	
3. 第三匹头狼：王府井洋华堂领军百货超市	
4. 背后的“狼王”：三井物产隐形布局者	
5. 温州“超市商帮”：怎敌日本商社狼阵	
(二) 一劝财团之“红娘狼”	(57)
1. 第一匹头狼：全家领军便利店	
2. 第二匹头狼：UNY（生活创库）领军综合超市	
3. 第三匹头狼：山田电机领军家电零售	
4. 第四匹头狼：东邦渗透中国医药零售	
(三) 三菱财团之“大肥狼”	(62)
1. 第一匹头狼：永旺集团领军综合超市	
2. 第二匹头狼：罗森领军便利店	
3. 唯狼首是瞻：商社团队的隐身制胜	
第三节 被牵的电子商务“喜羊羊”	(64)
(一) 美国狮虎基金的猎杀	(65)
1. 老虎基金潜入	
2. 师从猫科动物	
(二) 喜羊羊之“斗羊”马云——阿里巴巴能否主导电商供应链	(66)
1. 阿里巴巴内贸供应链——物流短腿	
2. 阿里巴巴外贸供应链——遇狼又遇狮	
3. 谁主“环太平洋同盟”	
4. 进化——做狮？做狼	
5. 矫正中国供应链	
(三) 喜羊羊之“山羊”马化腾——腾讯集团能否成为物联网主宰	(75)
1. 马化腾的“供应链观”	
2. 马化腾与马云的赛跑	



3. 被南非雄狮 MIH 投资

(四) 喜羊羊之“黄羊”李彦宏——百度公司能否借力搏大电商…………… (78)

1. 德丰杰是百度昔日奶爸

2. 与日本最大电商共舞

3. 被头狼遗弃的头羊

第三章 快递物流——头羊谋婚 狮娶狼嫁…………… (81)

本章导读：

在物联网时代，电子商务快递将成为全球物流领域争夺最激烈的市场，快递物流也必然是物联网时代的基础支撑。但在中国国际快递市场，80%被美国 UPS、德国 DHL、荷兰 TNT、日本 OCS 等外资巨头占据；在中国国内快递市场，日本邮政、德国邮政等世界 500 强也悄然潜入。

第一节 一面镜子照出狮性与狼性…………… (83)

(一) 四头狮子：全球四大快递…………… (83)

1. 第一头狮子 FedEx：13 年恋爱

2. 第二头狮子 UPS：17 年恋爱

3. 第三头狮子 TNT：15 年恋爱

4. 第四头狮子 DHL：27 年婚姻

(二) 两头隐狼：日韩两大快递…………… (91)

1. 第一匹狼：日本 OCS

2. 第二匹狼：韩国现代宅配

(三) 一只头羊：需要几点反思…………… (93)

1. 危机意识当树立

2. 与 Aramex 集团再合资

3. 能否学黑猫宅急便

第二节 三个邮政快递的领先者…………… (96)

(一) 领头狼——日本邮政…………… (96)

1. 不走传统邮政国企路

2. 不走欧洲邮政私有化路

3. 走上日本狼式协同路

(二) 领头狮——德国邮政…………… (99)

1. 一半雄狮一半狼



2. 银团主导产业链

3. 隐身扩张布局远

(三) 领头羊——中国邮政 (102)

1. 争议《邮政法》

2. 羊性需反思

3. 日邮在潜伏

第四章 运输物流——狮狼协同 共筑羊圈 (106)

本章导读：

全球贸易 90% 以上靠海运物流支撑，海运是跨国企业全球供应链的大动脉。长期忽视海运发展的中国，海运市场长期被外资垄断，已经陷入发达国家围起的海运羊圈“第一岛链”和“第二岛链”。长期重客轻货的中国航空业，也正遭遇“狮式”和“狼式”企业的“空中羊圈”；随着中国铁路运输市场的打开，“狮式”和“狼式”企业悄然在欧亚大陆上构筑新的“铁路羊圈”。中国如何突围？

第一节 海运物流——海狮冲锋 海狼隐行 (108)

(一) 海狮家族：金木水火土五狮王 (109)

1. 金性海狮：丹麦马士基

2. 木性海狮：德国途易

3. 水性海狮：新加坡淡马锡

4. 火性海狮：法国达飞 (CMA - CGM)

5. 土性海狮：瑞士地中海航运

(二) 海狼家族——金木水火土五匹狼 (126)

1. 金性海狼：日本邮船

2. 木性海狼：川崎汽船

3. 水性海狼：商船三井

4. 火性海狼：现代商船

5. 土性海狼：韩进海运

(三) 海羊家族——金木水火土五头羊 (151)

1. 金性海羊：招商局集团

2. 木性海羊：中外运长航

3. 水性海羊：中远集团

4. 火性海羊：中海集团



5. 土性海羊：上港集团

第二节 航空物流——猛兽纷飞 狼烟狮雾 (169)

(一) 日韩“双狼”阵营：狼道制胜 (171)

1. 日本双狼：日本航空和全日空

2. 韩国双狼：大韩航空和韩亚航空

(二) 新欧美“独狮”猎舞：狮道横行 (184)

1. 新航与东航——新式“踢踏舞”

2. 汉莎与国航——德式“颤栗舞”

3. 法荷航与南航——欧式“肚脐舞”

(三) 中国“飞羊”生态：群羊待合 (194)

1. 民营航空的群羊

2. 国有航空的头羊

3. 羊图腾文化需反思

4. 海航狮羊混血的探索

第三节 铁路物流——套铁项圈或铁羊鞭 (199)

(一) “泛亚铁路”射出“三支羽箭” (200)

1. 欧美狮狼用铁路扳倒清王朝

2. 双重岛链拉出三支羽箭

(二) 狮狼逐猎的欧亚大陆桥 (205)

1. “德国狮”——德铁领舞“欧亚大陆桥”

2. 狼狮熊——四强争建欧亚大陆桥

3. “日本狼”——从南满铁路到日铁集团

4. “美国狮”——巴菲特舞剑，意在中国

第五章 全球一体化——供应链强则国家经济强 (228)

本章导读：

英国著名管理专家克里斯多夫说：“21 世纪没有企业与企业之间的竞争，只有供应链与供应链的竞争。”被誉为“世界第一 CEO”的 GE 原董事长杰克·韦尔奇说：“如果你在供应链上没有竞争优势，就干脆不要竞争。”国家与国家的经济竞争，也已经进入供应链竞争阶段。

第一节 供应链强则国家经济强 (228)

1. 17~19 世纪强国之道：海运强则国家经济强



2. 20 世纪强国之道：物流强则国家经济强	
3. 21 世纪强国之道：供应链强则国家经济强	
第二节 供应链被控制之影响	(235)
(一) 三流共强方铸就国家经济强健	(235)
1. 当资金流血管被控制	
2. 当信息流神经管被控制	
3. 当物流食管被控制	
(二) 引羊入室与引狼入室	(240)
1. 日本的引羊入室	
2. 中国的引狼入室	
(三) 把羊图腾揉进供应链	(241)
1. 学习日韩狼图腾文化	
2. 羊图腾文化是灵魂	
参考文献	(245)
涉及本书主题的部分名词解释	(248)
1. 物流业——当今三大生产性服务业之一	
2. 供应链——有经济就有供应链的存在	
3. 羊圈困境——中国融入全球化的难题	
4. 蒸面羊民俗——中国羊图腾文化的代表	
5. 抗美援朝——美欧从东部构筑“羊圈”	
6. 抗美援朝——美国从南部构筑“羊圈”	
7. 中印边境战争——印度从西南构筑“羊圈”	