

中国物流与采购联合会指定
现代物流管理系列教材
MODERN LOGISTICS

TEACHING MATERIAL MODERN
LOGISTICS AND PURCHASING MANAGEMENT

服务贸易与物流服务管理

Fu wu mao yi yu wu liu fu wu guan li

蒋科 龙江 ◎ 主编

中国物资出版社

第六套现代物流管理系列教材

服务贸易与物流服务管理

蒋科龙江主编

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

服务贸易与物流服务管理/蒋科, 龙江主编. —北京: 中国物资出版社, 2007. 1
(第六套现代物流管理系列教材)

ISBN 978—7—5047—2581—3

I. 服… II. ①蒋…②龙… III. ①物资企业—企业管理: 销售管理—教材
②物资企业—市场营销学—教材 IV. F253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 162552 号

责任编辑 沈兴龙

责任印制 王宏琴

责任校对 孙会香

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮政编码: 100834

全国新华书店经销

中国农业出版社印刷厂印刷

开本: 787mm×980mm 1/16 印张: 15.75 字数: 304 千字

2007 年 3 月第 1 版 2007 年 3 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978—7—5047—2581—3/F·1069

印数: 0001—3000 册

定价: 25.00 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)

现代物流管理系列教材编审委员会

- 顾问** 吴润涛 中国物流资深专家
- 主任委员** 牟惟仲 中国物流专家
中国物流技术协会会长
中国物流学会副会长
- 副主任委员** 黄有方 上海海事大学副校长 教授
教育部高等教育物流教学指导委员会主任
中国物流学会副会长
- 张良卫 广东外语外贸大学 教授
教育部高等教育物流教学指导委员会委员
- 周建亚 武汉商贸学院物流学院院长 教授
- 黄中鼎 上海市第二工业大学经管学院院长 教授
- 霍 红 哈尔滨商业大学 教授
中国物流学会常务理事
物流师职业资格认证专家委员会委员
- 沈兴龙 中国物资出版社副总编辑 副编审
- 委员** (姓氏拼音排列)
- 白世贞 哈尔滨商业大学商品学院院长 教授
- 陈鸣永 上海建桥学院 教授
- 傅 焯 复旦大学管理学院 副教授
- 光 昕 西安思源学院主任 教授
中国物流学会理事
- 海 峰 武汉大学商学院主任 教授
物流师职业资格认证专家委员会委员
中国物流学会副会长
- 龙 江 上海外贸学院 副教授
- 蓝仁昌 环众物流咨询有限公司执行董事
- 陆一梁 上海商学院副院长 副教授
- 沈小静 北京物资学院研究部主任 教授

孙宏岭 河南工业大学 教授
王长琼 武汉理工大学 教授
物流学院物流管理研究所所长
王槐林 华中科技大学 教授
翁心刚 北京物资学院院长助理 教授
中国物流学会副会长
夏春玉 东北财经大学副校长 教授
朱桂平 浙江工商大学 副教授
邹安全 湖南科技大学 教授
魏国辰 北京物资学院物流学院副院长 教授
王 利 江苏科技大学工商系主任 副教授
徐康平 北京工商大学 教授
赵 敏 长沙大学工商管理系主任 博士 教授

总 策 划 沈兴龙



序 言

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》指出“推广现代物流管理技术，促进企业内部物流社会化，实现企业物流采购，积极发展产品销售和再生资源回收的系列化定作。培育专业化物流企业，积极发展第三方物流，建立物流标准化体系，加强物流技术开发利用，推进物流信息化。加强物流基础设施整合，建设大型物流枢纽，发展区域物流中心。”实现“十一五”规划确定的宏伟目标，人才是关键。抓住机遇，迎接挑战，走人才强国之路，是增强我国综合国力和国际竞争力、实现中华民族伟大复兴的战略选择。

物流产业为劳动密集型加上技术密集型，因而对于物流人才的需求是多层次的、复合型的，而物流产业的发展却凸显出我国物流人才的缺口与物流人才结构不平衡。因此，加速启动现代物流产业的人才教育工程，实施多层次、多样化的物流教育，是二十一世纪物流产业大发展中保证物流产业形成合理的人才结构，提高我国物流管理水平和经济效益的决定性因素。各级政府、企业必须在以下四个方面给予足够重视：一是要加强普通高等院校、高等职业技术学院的高层次学历教育，培养高级物流经营管理人才；二是要重视继续教育，开展多层次的物流人才培养与教育；三是要大力发展物流职业技术教育，培养一大批第一线物流技术的操作实用型人才；四是推行从业人员职业工岗位资格管理制度，造就一大批具有物流专业知识和技能特长的一流物流师队伍。

根据中国物流与采购联合会“编辑出版物流知识基础读本，加强物流学科建设。通过多种途径，大力培养物流专业人才，推动物流知识的普及与提高”的精神，2001年6月中国物流与采购联合会专门成立了现代物流系列教材编审委员会，精心组织长期从事物流管理教学与研究的一线专家、学者、教授和企业家，编写出体现最新物流管理与技术、符合教学培养规律、具有一定权威性系列教材。现应众多院校与读者要求，在中国物资出版社出版发行的五套现代物流系列



教材基础上,并根据教育部关于面向二十一世纪高等人才培养规格要求和物流师国家认证资格规定,我们组织全国一流物流专家学者编写了第六套现代物流系列教材。经审定本套现代物流系列教材既可作为普通高等院校、高职高专院校的物流以及相关专业和相关课程的选用教材,亦可作为各层次成人教育和企业培训教材,也适合作为广大物流从业人员的自学参考用书。同时,对于参加物流师职业资格认证考试人员也具有较高的参考价值。

本套现代物流系列教材在编写过程中,得到了许多院校和研究机构的专家学者以及物流企业领导的大力支持,在此一并致谢。由于编写时间仓促,加上编者水平有限,书中有不足之处在所难免,恳请广大读者提出宝贵意见,以日臻完善。

中国物流与采购联合会

《现代物流系列教材》编审委员会



前 言

随着经济全球化的加深和国际产业结构的调整，世界服务贸易获得了长足发展。1980年至2005年间，世界服务贸易出口额从3650亿美元扩大到24147亿美元，25年间增长了5.7倍，占世界贸易出口额的比重从1/7增长到近1/5。

中国服务业的对外开放促进了服务贸易的快速发展，中国已经形成了全方位、多层次的服务业开放格局。中国跨境的服务贸易额从1982年的43.4亿美元增长到2005年的1582亿美元，23年间增幅超过35倍，约为全球平均水平的两倍，占全球服务贸易的比重从0.6%增长到3.3%。中国服务贸易出口的世界排名由1982年的第28位上升到2005年的第8位，进口由世界第40位上升到第7位。服务贸易收支总规模达到1582亿美元，增长18%，占同期中国GDP的7%。其中，服务贸易收入744亿美元，服务贸易支出838亿美元，逆差94亿美元。中国第三产业有了较快发展，占GDP的比重逐年提高，从1991年的33%提高到2005年的40%。但与发达国家相比，中国第三产业的发展水平仍相当落后，占GDP的比重相对偏低。据世界银行统计，发达国家服务业产值占GDP的比重一般在60%以上，中等收入国家平均在50%左右。我国运输服务仍是服务贸易收入的主要来源，收入为154亿美元，占服务贸易总收入的21%；运输支出为284亿美元，占服务贸易总支出的34%，逆差为130亿美元。

从以上数据可以看出，在中国服务贸易快速发展的过程中，物流服务业却出现了巨大的逆差。政府、企业对物流服务给予了极大的关注：党的十六届五中全会和中央“十一五”规划中都对物流服务提出了指导性意见，各级政府都制定了向物流业优惠的政策；国内的物流服务企业也不断装备物流设备，重视学习国外先进的物流理念。为何在这种情况下，我国的物流服务行业还出现巨额的逆差呢？这就是本书所要探讨的关键问题所在。

物流是归于服务行业中的，因此如何在服务贸易发展的基础上促进物流服务业的快速增长，就是本文的切入点。物流服务企业只有牢记服务这个中心，才能真正创造“第三利润源”为客户节约成本，才能在实现企业自身发展的前提下促进国民经济的快速发展。本文以服务为主线，从服务贸易与物流服务管理的关系入手，对目前物流服务企业薄弱的客户服务、营销服务方面提出改进意见，进而对物流的运输、库存、保管、配送等环节的服务进行了分析，最后初步探讨了较为前沿的物流联盟、“服务价值链”模型、逆向物流、知识管理等方面的内容。



中国加入 WTO 后, 物流业和物流技术都有极大的发展, 世界五百强中已有三百多家进入中国, 这将对对中国物流服务业的巨大推动。作为现代服务业之一的物流业更是随着经济全球化的发展和网络经济的兴起, 加速发展, 显示出其强大的生命力。它涉及多学科、多领域, 以客户的需求为目标, 统筹考虑制造、运输、销售等市场情况, 对信息、运输、仓储、库存、装卸搬运以及包装等物流活动采取集成式管理, 为企业客户提供的不是有形的实物产品, 而是能够为企业客户带来竞争力的无形有价值服务。国内的物流只有在加强服务意识的条件下整合物流、资金流、信息流, 才能真正实现供应链的价值。

作为一本物流基础理论结合物流最新前沿理论的专业书籍, 本书资料翔实、结构清晰, 尽量将复杂烦琐的理论用浅显的语言来描述, 在为广大读者打下扎实理论基础的同时, 启发大家研究物流前沿理论的兴趣。

全书共分十章。第一章由任艳编写, 第二章至第六章由蒋科编写, 第七章由瞿海凌编写, 第八章由方炜编写, 第九章由金磊编写, 第十章由朱东波编写。全书由龙江设计体系框架并统稿。

作者在编写过程中, 尽量创新地将服务贸易与物流结合阐述, 但由于水平有限、时间仓促, 不足之处在所难免, 恳请物流专业同人及广大读者提出宝贵意见。由于本书参考了大量各方面的知识、文献, 如有资料出处标注不准确之处, 敬请谅解, 同时也向被引用文章的作者道谢。只有站在巨人的肩膀上, 才能推动我国物流理论的发展。

编 者



Contents

第一章 服务贸易与物流服务管理概述	1
第一节 服务贸易全球化加速发展	1
第二节 物流服务业支撑服务贸易快速增长	4
第三节 中外物流服务管理之差异化分析	10
第四节 以服务管理提升物流产业的竞争优势	15
第二章 物流服务客户管理	19
第一节 企业物流客户管理概述	20
第二节 物流客户信息的采集、整理与分析	26
第三节 如何在物流企业中导入 CRM	30
第四节 创新物流企业赢利模式 ——建立忠诚客户	37
第三章 物流服务营销管理	50
第一节 物流服务营销管理概述	52
第二节 物流服务营销管理的环境分析	61
第三节 物流服务的营销组合策略	76
第四节 国际物流营销	86
第四章 物流运输服务管理	91
第一节 物流运输服务概述	93
第二节 运输服务的选择	101
第三节 物流运输服务管理	103
第四节 物流运输服务的合理化及现代化	107
第五章 物流库存与保管服务管理	114
第一节 物流库存服务	115
第二节 物流保管服务	131
第六章 物流配送服务管理	138
第一节 物流配送概述	140





第二节	配送中心	145
第三节	建立完善的配送体系	157
第七章	物流联盟的服务管理	162
第一节	物流联盟兴起的原因	164
第二节	通过物流联盟实现利润增长	168
第三节	改善物流联盟服务	174
第八章	物流服务的“服务价值链”模型	179
第一节	服务价值链决定了物流服务的绩效	181
第二节	优化服务价值链, 提高物流服务绩效	184
第三节	以员工满意度提高客户满意度	191
第九章	节约资源——逆向物流服务	193
第一节	逆向物流服务概述	194
第二节	逆向物流实施中存在的问题	204
第三节	发展逆向物流服务的途径	210
第十章	知识管理提升物流服务	218
第一节	知识管理概述	219
第二节	物流服务与知识管理	227
第三节	以知识管理打造核心竞争力	230
第四节	物流服务企业知识管理的实施	234
参考文献	237

第一章 服务贸易与物流服务管理概述

第一节 服务贸易全球化加速发展

在经济全球化的时代,服务贸易的发展越来越快,国际服务贸易结构正在走向高级化。经济全球化首先表现为贸易与市场的全球化。各国的商品不仅在本国,而且在国外与本国及其他国家的竞争者进行竞争。这种竞争最初是在有形商品之间展开的,随着经济与贸易的不断发展,进而在无形商品之间展开。贸易的全球化首先是货物贸易的全球化,然后才是服务贸易的全球化。在这一过程中,发达国家占据国际服务贸易的绝对主导地位。

一、全球服务贸易的发展趋势

在全球化过程中,服务贸易的发展有其不同于货物贸易的独特趋势。

首先,服务贸易发展呈现加速趋势。自20世纪60年代以来,由于各国政府逐步放宽了对服务贸易的限制,国际服务贸易得到了迅速发展。1999年国际服务贸易的出口额比1970年增长了17.8倍,29年间的年平均增长率为10.7%,不仅高于同期世界GDP的年平均增长率,而且高于同期世界商品贸易出口额的年平均增长率。服务贸易在整个国际贸易中的比例,在20世纪70年代和80年代约为20%,在90年代则上升到25%左右。从20世纪90年代开始,世界产业结构中第三产业的比重就一直在60%以上。1996年,服务业在国民经济中所占的比重,全世界平均为63.5%,其中,发达国家已经达到79%,中等收入国家为53%,低收入国家则为37%。所有这三类国家服务业所占的份额与20世纪80年代相比都增长了5~10个百分点。^①由此可见,服务业在各国国民经济中的比

① 高文书. 国际服务贸易理论. 经济管理出版社, 2002



例不断上升。

其次，服务业是高新科技产业化的主要领域，服务贸易的发展呈现高科技化的趋势，并推动服务业的技术创新。随着科技革命的不断推进以及知识经济时代的到来，国际服务贸易也在全球化的过程中呈现出知识化和高科技化特征。国际高新科技领域发展最快的是以计算机、通信技术为代表的信息技术（IT）产业，而信息技术产业的发展中心及发展方向则是软性化的服务。由于世界服务贸易以高新技术为载体，服务产业与高新技术产业在当今世界经济中的作用越来越重要。服务业之所以是新技术又一重要的促进者，是相对于先前制造业对新技术的促进作用而言的。服务业对新技术的促进作用主要体现在以下几个方面：①服务业是新技术最主要的使用者，企业和个人对新技术的普遍应用为新技术的发明创造者提供了丰厚的回报，对新技术的发展起到了重要的推动作用；②服务业指引新技术发展的方向，服务部门所产生的新的需求是现有技术研究和开发的方向，是新技术所追求的目标，对新技术的发展起到了重要的推动作用。如今，越来越多的新兴服务行业从制造业分离出来，形成独立的服务经营行业，其中技术、信息、知识密集型服务行业发展最快。其他如金融、物流、管理咨询等服务行业，由于运用了先进的技术手段，也很快在全世界范围内迅速发展；③服务业是新技术最主要的推广者，特别是从事技术服务和支持的服务业；④服务业促进了多项技术之间的相互沟通和发展，例如运输和仓储业就直接融合了运输工具、仓储管理和信息技术多个领域。高新科技的发展，不仅使得世界服务业的发展不断地高科技化，而且也使很多传统的产业和传统的服务都被高科技手段所武装，金融的电子化、商务活动的电子化、电信业务的数字化都体现了世界服务贸易的高科技化趋势。

二、中国服务贸易现状

改革开放以来，中国服务贸易得到了很大的发展，但总体发展水平还很低。一是服务贸易明显落后于货物贸易的发展。尽管近年来我国服务业发展取得长足进展，2004年中国服务贸易总额已超过1300亿美元，但服务业在GDP中所占的比重仍然偏低，只有32%。2004年中国服务出口占贸易出口总额的比重只有9%，明显低于19%的世界平均水平。在许多领域，我国服务业的竞争力还比较弱，尤其是在高科技含量、高附加值的服务业领域更是如此，特别是在银行、保险、电信、证券、法律等领域，许多企业缺乏产品创新能力，在人才竞争中也处于劣势，经营效率不高，效益不好。这就需要有一定时间进行内部结构调整，以适应新的形势。二是中国服务贸易长期呈现逆差的状态，2004年中国服务贸易逆差达108亿美元。三是在国际服务贸易领域，我国具有比较优势的部门不多，

只是一些附加值较低的领域有一定优势。服务贸易优势部门主要集中在海运、旅游等比较传统的领域，而金融、保险、计算机服务等现代服务业的国际竞争力还很低。中国旅游和运输服务的出口占中国服务出口的一半以上。四是地区发展不平衡，上海等沿海中心城市发展较快，贸易自由化程度较高，而广大中西部地区则相对薄弱，尚处于起步阶段。而且，国内关于服务贸易的相关法律尚不健全，管理滞后，许多法律仍在制定或酝酿过程当中，这给我们在一些重要敏感领域的进一步开放造成了一定困难。

今后，中国将更加重视并积极推动服务业和服务贸易的发展，并把服务业作为下一轮对外开放的重点。例如，中国在过去二十年中，吸收的外资主要集中在一般产业方面、工业制造业方面，因此，服务业吸收外资将是中国同外国公司合作的一个重要领域，以加快国内服务业的发展，提高承接国际服务业转移的能力，使中国成为全球服务业外包的重要基地，通过与世界各国的交流与合作，共同促进世界服务贸易和世界经济的发展。

三、物流服务管理：物流发展的未来走向

作为典型的现代服务企业，物流企业注重物流服务管理，其竞争力取决于其服务水平和服务质量，从宽泛的角度看，物流企业的服务管理已纳入企业服务管理的范畴。这是因为，现代的物流服务业已不仅仅集中于如何通过优化物流过程降低物流成本，从而提高物流企业价格竞争力等方面，而且更注重如何从自身的服务特性出发，更好地服务于企业客户，基于顾客价值来增加物流服务企业的竞争力。

物流企业已经从提高自身的“功能性活动”上升为“以满足客户需求为目的”的“计划、执行和控制的”客户服务管理过程了。它们从服务对象利益出发，是客户的战略同盟，而不是一般意义上的买卖关系。通过提供外包业务，物流企业帮助企业客户管理其非核心业务从而为其核心业务服务，形成一种具有长期契约性质的综合物流服务，甚至将服务延伸到客户供应链的核心部分，最终能够保证企业客户物流体系的高效运作和不断优化供应链管理，使得企业专心致志地从事自己所熟悉的业务，将资源配置在核心事业上，提高企业经营效率。通过这种物流服务的客户管理，物流企业和企业客户之间的关系更加紧密，它的服务范围不再局限于简单的执行客户的仓储和运输指令，而是更加注重客户物流体系的整体运作效率与效益，从各个层面上帮助客户完成从物流战略策划、资源整合、管理体系建立、流程优化、人员培训、计划管理等一体化的物流功能。重点帮助客户进行各方位非核心业务的管理，将自身的生存、发展与企业客户的命运紧密地联系在一起，相互依存，通过同盟的力量获得竞争优势。



第二节 物流服务业支撑服务贸易快速增长

随着世界环境的改变,全球产业结构已不再维持“工业型经济”的态势,而是逐渐向“服务型经济”转型。服务贸易业逐渐成为世界各国经济增长的支柱产业,服务业的发展水平也成为衡量现代社会经济发达程度的重要标志之一。据相关资料显示,在1980—2000年期间,服务业占GDP比重不断上升,全球服务业增加值占GDP比重由56%升至63%,主要发达国家达到71%,中等收入国家达到61%,低收入国家达到43%;在20世纪末世界服务贸易额已达到2万亿美元,占全球货物贸易额的比重达到三分之一;2000年,发达国家服务贸易出口更是占全球水平总额的74%,服务业的年均增长率达到7.1%。^①

作为现代服务业之一的物流业更是随着经济全球化和网络经济的兴起而加速发展,显示出其强大的生命力。它涉及多学科、多领域,以顾客的需求为目标,统筹考虑制造、运输、销售等市场情况,对信息、运输、仓储、库存、装卸搬运以及包装等物流活动采取集成式管理,为企业客户提供的不是有形的实物产品,而是能够为企业客户带来竞争力的无形有价值服务。物流服务业在发展中为全球经济尤其是服务业作出了巨大的贡献,20世纪90年代全球物流年增长7%以上,高于同期GDP增幅。2000年,全球物流产业规模为3.6万亿美元,与另一传统服务业——旅游业总收入基本相当。^②毫无疑问,物流产业作为新兴边缘产业,对世界各国的经济发展来说已经举足轻重,它将推动服务贸易进一步蓬勃发展,其作用不容小觑。

一方面,物流规模的扩大为国民经济的发展提供了基础保障。2005年我国物流实物量增长了17%,仍保持快速增长的局面。“十五”期间,按实物量统计,我国社会物流规模增幅高达15%,比“九五”期间增加了7个百分点。这是“十五”时期我国GDP年均增长9.5%,增幅比“九五”期间高0.9个百分点的一个基本保障。尤其是对工业生产、固定资产投资、进出口贸易三大需求增长的推动更为明显。其中:工业总产值年均增长比“九五”期间加快12.6个百分点;固定资产投资年均增长比“九五”期间加快11.6个百分点;进出口总额年均增长比“九五”期间加快14.4个百分点。工业生产、固定资产投资、进出口贸易三大需求的快速增长,又导致物流产业的快速发展。另一方面,物流规模的扩大推进了我国流通效率的显著提高。现代物流快速发展成为推动我国流通速度加

① 张磊. 物流蓝皮书——解读中国物流. 中外经贸信息, 2003, 11 (1)

② 作者不详. 中国物流配送研究报告. 学网物流频道 (<http://news.studyget.com/>). 2005. 7. 11

快、效率提高的重要因素。据国家统计局对规模以上工业企业统计,2005年工业企业产成品存货增长率由2004年的24.7%回落到17.9%,回落6.8个百分点。据中国物流信息中心对全国50家重点生产资料流通企业统计,2005年生产资料流通企业的流动资产周转次数由2004年的2.6次提高到2.8次,提高了0.2次,流动资产周转速度加快了7.7%;商品库存周转次数由2004年的12.4次提高到13.4次,提高了1.0次,商品库存周转速度加快了8%,增速比2004年提高了3.6个百分点。^①

一、新经济孕育物流服务新课题

全球经济的发展、科学技术的进步、思想观念的转变,使世界经济格局不断调整。与传统经济相比,新型经济环境下,企业着眼的不再是产品数量的增加、市场需求的满足、生产成本的节约,而是追求质量和服务。这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,是人们观念更新、视野扩宽、“服务经济”和“经济全球化”的体现。

新经济环境下,各种错综复杂局面的出现提升了专业物流服务的重要性。首先,由于生产过剩、无序竞争,使全世界产品均处于过剩和积压状态,如何解决供求平衡、减少浪费成了物流服务的新课题。其次,随着人民生活水平的提高,商品的极大丰富,消费者的要求也随之提高,个性化消费增多,如果要及时将货物送至用户手中,这就需要有发达的交通系统、健全的运输配送体系和先进的物流服务管理手段。再者,人们在关注物质生活水平的前提下,也希望得到一个良好的生活环境,这就要求有一个现代化的物流配送系统,防止出现交通堵塞、配送设施不足等现象而影响了美好生活的创造。因此不断变化的经济环境,对作为流通业主体的物流服务领域提出了崭新的课题。

(一) 经济格局一体化,专业物流服务成为企业“第三利润源”

全球经济一体化,各国致力于综合国力的提高,加强经济建设,大国之间保持贸易的正常往来,使经济活动打破国界,消除了贸易壁垒。现代企业之间的较量不再是依靠低成本所支持的低价格竞争,而是将物流作为继劳动力和自然资源之后的“第三利润源”纳入核心竞争力的范畴。完善的专业物流服务对企业来说将起到减少企业内部运作环节、降低物流成本、提高生产效率、增强竞争力的作用。因此现代化的企业希望通过外包专业的物流服务包括物流策划、管理与运作等来实现整条供应链上的有效性;充分利用“第三利润源”,从物流管理着手,通过卓越的物流效率,创造企业的成本优势,增加企业的市场份额和利润,来参

① 丁俊发. 大力发展现代物流业. 经济日报, 2006. 4. 20, 第8版



与激烈的全球化竞争。

(二) 跨国公司全球化战略刺激物流服务需求

经济全球化,使信息技术的高度发展打破了地域的限制,推动了跨国公司经营理念的转变及结构调整,使其热衷于实施全球战略。哈佛大学教授波特在论述当代跨国公司全球战略时指出,所谓全球战略并不单纯指企业的经营活动跨越国界,而且还包括如何将这些越出国界的经营活有机地结合起来,使某一企业在某一国家的竞争地位直接影响该企业在其他国家中的竞争地位,即从总体上追求整体机遇,从全球范围构造企业的整体竞争优势。

1. 在实行全球化战略的发展过程中,跨国公司在经营理念和管理体制上发生变化。现在,跨国公司不再推崇传统的以本国为中心的思想,而是树立“世界中心”经营思想。以全球为出发点,在各国设立子公司,把母公司、子公司作为有机整体,充分调动子公司自主性、积极性、创造性,在公司内淡化国籍概念,即子公司“当地化”;同时,横跨不同国家的子公司之间又加强了在资金、技术、生产设备、行销、分渠道融资能力等方面的相互渗透。这就需要以全球化的物流服务系统作为后台支撑,实现整条供应链的资源最优化。

2. 跨国公司生产经营策略的调整带来物流服务管理新需求。在进行全球性扩张时,这些跨国公司企业内部分工国际化,建立跨国生产体系与经营体系。为了追求利润最大化,跨国公司整合全球生产体系,越来越倾向于到成本更低、潜力更大的国家进行投资,选择把生产制造基地转移到成本最低的地方去,实现再生产过程的国际区域优化配置。比如近年来,国际制造中心从欧美到日本,从日本到亚洲四小龙,现在又转移到中国内地,中国成为世界的“制造中心”,为跨国公司提供了充分的廉价的技术劳动力以及低成本的生产经营。而在这些企业进行世界规模性标准化生产、促进各国间市场交易的公开和透明性、实行全球一体化经营的同时,高成本消费地和低成本生产地的分离也导致了物流管理的全新需求。这是因为消费地和产地之间生产要素和产品的互相流动需要完善的物流网络来支撑,需要高效的物流服务,从而帮助跨国公司获得持久的成本领先优势。

随着跨国公司全球战略的发展,在整合全球资源的同时,组织资源也日趋专业化和复杂化,要取得更大的成功,跨国公司就必须对其核心竞争力进行不断的再造、开发和创新。因此,跨国公司需要把资源集中于自身具有核心竞争优势的活动上,而把作为非核心活动的物流业务外包给专业的物流服务提供商。企业通过获得专业化的物流服务为实施全球战略提供支持,建立起基于核心竞争力的物流管理体系,成为跨国公司全球供应链系统集成的重要推动力之一。在这一层面上,跨国公司的全球战略既引发了专业物流服务的巨大需求,同时也对其提出了