



21世纪全国高等院校物流专业创新型应用人才培养规划教材

国际物流管理

柴庆春 主编



LOGISTICS



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高等院校物流专业创新型应用人才培养规划教材

国际物流管理

主 编 柴庆春



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书从分析企业如何在经济全球化中获利出发,讨论一个走向全球化的国际企业可能面临的物流管理的问题。本书分3个部分对国际物流管理理论、方法、技术进行系统的介绍,并分析如何运用这些理论和方法帮助企业在国际化进程中实现利益最大化。第一部分讨论了国际企业获利的途径以及面临的国际物流管理的挑战,介绍了国际贸易与国际物流的关联以及国际物流管理者必备的有关国际单证和贸易结算的知识;第二部分全面分析了国际物流管理的各项职能,包括国际采购管理、国际货物运输管理、国际港口、国际货物运输保险管理、国际仓储管理、海关作业、国际货物的包装和检验检疫及国际物流信息系统等;第三部分旨在培养国际物流管理者的综合管理能力,介绍了国际区域物流、国际物流规划与管理以及国际物流发展的最新趋势等内容。

本书定位于管理专业的读者,运用管理学理论和市场营销理论分析国际物流管理中涉及的成本、收益、效率等问题,融合国际贸易理论和国际直接投资理论讨论企业国际化过程中的物流管理问题。本书可作为物流管理专业本科生的教材,也可以作为管理学研究生或 MBA 相关专业的教学参考书。对于来自企业从事国际物流管理实践的读者,本书提供的基本理论框架和丰富的案例可供参考和学习。

图书在版编目(CIP)数据

国际物流管理/柴庆春主编. —北京:北京大学出版社, 2011.9

(21 世纪全国高等院校物流专业创新型应用人才培养规划教材)

ISBN 978-7-301-19431-7

I. ①国… II. ①柴… III. ①国际贸易—物流—物资管理—高等学校—教材 IV. ①F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 172243 号

书 名: 国际物流管理

著作责任者: 柴庆春 主编

策 划 编 辑: 李 虎 刘 丽

责 任 编 辑: 刘 丽

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-19431-7/U · 0060

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

电 子 邮 箱: pup_6@163.com

印 刷 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 21.25 印张 489 千字

2011 年 9 月第 1 版 2011 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 40.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

21 世纪全国高等院校物流专业创新型应用人才培养规划教材

编写指导委员会

(按姓名拼音顺序)

主任委员	齐二石			
副主任委员	白世贞	董千里	黄福华	李荷华
	王道平	王槐林	魏国辰	徐 琪
	曹翠珍	柴庆春	丁小龙	甘卫华
	郝 海	阚功俭	李传荣	李学工
	李於洪	林丽华	柳雨霁	马建华
	孟祥茹	倪跃峰	乔志强	汪传雷
	王海刚	王汉新	王 侃	吴 健
	易伟义	于 英	张 军	张 浩
	张 潜	张旭辉	赵丽君	周晓晔

丛书总序

物流业是商品经济和社会生产力发展到较高水平的产物，它是融合运输业、仓储业、货代业和信息业等的复合型服务产业，是国民经济的重要组成部分，涉及领域广，吸纳就业人数多，促进生产、拉动消费作用大，在促进产业结构调整、转变经济发展方式和增强国民经济竞争力等方面发挥着非常重要的作用。

随着我国经济的高速发展，物流专业在我国的发展很快，社会对物流专业人才需求逐年递增，尤其是对有一定理论基础、实践能力强的物流技术及管理人才的需求更加迫切。同时随着我国教学改革的不深入以及毕业生就业市场的不断变化，以就业市场为导向，培养具备职业化特征的创新型应用人才已成为大多数高等院校物流专业的教学目标，从而对物流专业的课程体系以及教材建设都提出了新的要求。

为适应我国当前物流专业教育教学改革和教材建设的迫切需要，北京大学出版社联合全国多所高校教师共同合作编写出版了本套《21 世纪全国高等院校物流专业创新型应用人才培养规划教材》。其宗旨是：立足现代物流业发展和相关从业人员的现实需要，强调理论与实践的有机结合，从“创新”和“应用”两个层面切入进行编写，力求涵盖现代物流专业研究和应用的主要领域，希望以此推进物流专业的理论发展和学科体系建设，并有助于提高我国物流业从业人员的专业素养和理论功底。

本系列教材按照物流专业规范、培养方案以及课程教学大纲的要求，合理定位，由长期在教学第一线从事教学工作的教师编写而成。教材立足于物流学科发展的需要，深入分析了物流专业学生现状及存在的问题，尝试探索了物流专业学生综合素质培养的途径，着重体现了“新思维、新理念、新能力”三个方面的特色。

1. 新思维

(1) 编写体例新颖。借鉴优秀教材特别是国外精品教材的写作思路、写作方法，图文并茂、清新活泼。

(2) 教学内容更新。充分展示了最新最近的知识以及教学改革成果，并且将未来的发展趋势和前沿资料以阅读材料的方式介绍给学生。

(3) 知识体系实用有效。着眼于学生就业所需的专业知识和操作技能，着重讲解应用型人才培养所需的内容和关键点，与就业市场结合，与时俱进，让学生学而有用于学而能用。

2. 新理念

(1) 以学生为本。站在学生的角度思考问题，考虑学生学习的动力，强调锻炼学生的思维能力以及运用知识解决问题的能力。

(2) 注重拓展学生的知识面。让学生能在学习到必要知识点的同时也对其他相关知识有所了解。

(3) 注重融入人文知识。将人文知识融入理论讲解，提高学生的人文素养。



3. 新能力

(1) 理论讲解简单实用。理论讲解简单化,注重讲解理论的来源、出处以及用处,不做过多的推导与介绍。

(2) 案例式教学。有机融入了最新的实例以及操作性较强的案例,并对案例进行有效的分析,着重培养学生的职业意识和职业能力。

(3) 重视实践环节。强化实际操作训练,加深学生对理论知识的理解。习题设计多样化,题型丰富,具备启发性,全方位考查学生对知识的掌握程度。

我们要感谢参加本系列教材编写和审稿的各位老师,他们为本系列教材的出版付出了大量卓有成效的辛勤劳动。由于编写时间紧、相互协调难度大等原因,本系列教材肯定还存在不足之处。我们相信,在各位老师的关心和帮助下,本系列教材一定能不断地改进和完善,并在我国物流专业的教学改革和课程体系建设中起到应有的促进作用。

齐二石

2009年10月

齐二石 本系列教材编写指导委员会主任,博士、教授、博士生导师。天津大学管理学院院长,国务院学位委员会学科评议组成员,第五届全国863/CIMS主题专家,科技部信息化科技工程总体专家,中国机械工程学会工业工程分会理事长,教育部管理科学与工程教学指导委员会主任委员,是最早将物流概念引入中国和研究物流的专家之一。

前 言

经济全球化的浪潮风起云涌。在经济全球化浪潮中，企业通过在全球市场销售产品和采购原材料寻找潜在的利润增长点和成本缩减的空间。越来越多的企业通过在全球范围内的投资、生产和销售而成长为跨国公司。跨国公司在全球最有利于创造价值的地方布置生产环节，在全球范围内组织生产运作。中小企业通过加入跨国公司的供应链而分享经济全球化的好处。这样发展的结果，从宏观层面上来看是全球货物贸易量快速增长，全球中间产品贸易量快速增长；从微观层面上来看是一个企业的客户和供应商可能分布在世界上任何一个可能的角落。计算机和通信技术的进步使得企业找到并联系这些顾客和供应商的成本降低而效率提高，运输技术的进步在相当程度上降低了商品物流的成本，然而企业仍然面临着如何有效率地在全球分布的供应商、生产设施以及分散的顾客之间筹集原材料、调配中间产品和配送最终商品的问题。换句话说，提高国际化物流管理的能力，降低国际物流成本，提高国际物流效率和顾客服务水平，是国际化企业面临的重要任务。

一

本书从企业如何在经济全球化中获利出发，分析一个走向全球化的国际企业可能面临的物流管理的问题。这些问题不仅包括物流各项职能在国际环境下的特殊性，如国际多式联运、国际库存管理系统、国际货物包装标准化等，也包括国际物流的独有职能，如贸易单证、海关作业、检验检疫等。本书更进一步讨论了全球供应链背景下的全球顾客服务、全球采购管理、全球订单管理以及国际物流规划等内容。本书分3个部分对国际物流管理理论、方法、技术进行系统的介绍，并分析如何运用这些理论和方法帮助企业在国际化进程中实现利益最大化。

第一部分主要介绍经济全球化、国际贸易与国际物流的基本概念，由第1章和第2章构成。讨论国际企业获利的途径以及面临的国际物流管理的挑战，介绍国际贸易与国际物流的关联以及国际物流管理者必备的有关国际单证和贸易结算的知识。

第二部分由第3~10章构成，全面讨论国际物流管理的各项职能，分别是国际采购管理、国际货物运输管理、国际港口、国际货物运输保险管理、国际仓储管理、海关作业、国际货物的包装和检验检疫及国际物流信息系统。对于运输、仓储等物流基本职能，重点介绍国际物流环境下的特殊性，并比较国内物流与国际物流在基本职能上的异同；对于国际物流特有的职能，如海关、港口、检验检疫等，则展开细致而全面的讨论。

第三部分由第11~13章构成，旨在培养国际物流管理者的综合管理能力，介绍了国际区域物流、物流战略规划以及国际物流发展的最新趋势。

二

本书定位于管理专业的读者，运用管理学理论和市场营销理论分析国际物流管理中涉及的成本、收益、效率等问题，融合国际贸易理论和国际直接投资理论讨论企业国际化过程中的物流管理问题。本书重点在于介绍物流先进技术的应用及其发展前景，而对纯粹物



流技术不进行过于细致的探究,如 RFID 和 EDI。本书不研究它们的工作原理、标准制定等技术问题,而是讨论它们在国际物流中可能的应用的领域、应用的成效、应用中存在的问题及可能的解决途径等。

本书不仅介绍国际物流管理中成熟的理论知识,这些理论知识是经过了企业实践检验的,具有普遍适用性,是经典教材不可或缺的内容,而且还选择了最新的并且具有代表性的、前沿性的研究成果加以介绍,尤其是有关中国的国际物流管理的研究成果,这些成果大多来自学术期刊。本书注重理论联系实际,不仅列举了大量的案例,而且还引用最新事实和数字,介绍了我国国际物流管理实践中的新动态和新问题。

三

本书的创作团队由中央财经大学商学院教师组成。团队成员的学术背景交叉互补、职业经历丰富多样,有的毕业于工科院校物流管理或物流工程专业,有的毕业于财经院校经济管理专业;有的长期工作在教学第一线,有的潜心科研笔耕不辍,有的还具有多年的企业管理实践经验。多元化的构成保证了本书“突出管理,兼顾技术;网罗经典,关注前沿;理论为本,融入实践”创作宗旨的实现。

具体分工为柴庆春负责本书的策划、总纂和第 1 章的编写,晏妮娜编写第 2、3 章,高咏玲编写第 4、5、6 章,耿勇编写第 7、11、12 章,周利国编写第 8、9、10、13 章。商学院研究生董凯和陈波等参与了编写的工作。本书还得到了中央财经大学“211 工程重点建设项目”的支持。

“文章千古事,得失寸心知”。在本书的编写过程中,所有编者都本着对读者负责的精神,凭借严谨的工作作风,对内容的编排、材料的取舍、文字的组织都进行了认真的考虑,力求精益求精。然而,我们所处的经济社会的发展日新月异,我国企业国际化实践方兴未艾,新理论、新知识不断涌现,书中疏漏之处在所难免,欢迎广大读者批评指正。

柴庆春
2011 年 5 月
于中央财经大学

目 录

第1章 国际物流概述	1	第3章 国际采购管理	46
1.1 经济全球化中的国际物流	3	3.1 全球供应链管理	48
1.1.1 经济全球化	3	3.1.1 全球供应链的形成	48
1.1.2 经济全球化与国际物流	7	3.1.2 全球供应链的概念及特点	49
1.2 国际物流的基本概念与特征	10	3.1.3 全球供应链管理的核心理念及关键问题	51
1.2.1 物流与供应链	10	3.2 订单管理	53
1.2.2 国际物流及其特点	12	3.2.1 订单管理的内容	53
1.2.3 国际物流的构成	15	3.2.2 订单管理的策略	54
1.3 国际物流的发展现状与未来趋势	18	3.3 牛鞭效应及其控制	55
1.3.1 国际物流的发展	18	3.3.1 牛鞭效应的成因及机理分析	56
1.3.2 我国国际物流的发展与现状	22	3.3.2 牛鞭效应的控制方法及策略	58
本章小结	23	3.4 全球采购与生产	60
思考题	24	3.4.1 物料需求计划与制造资源计划	60
第2章 国际贸易与国际物流	26	3.4.2 准时生产制	63
2.1 国际贸易与国际物流概述	27	3.4.3 精益生产	65
2.1.1 国际贸易的概念	27	本章小结	68
2.1.2 国际贸易与国际物流的关系	29	思考题	69
2.2 国际贸易方式	32	第4章 国际货物运输管理	71
2.2.1 租赁贸易方式	32	4.1 国际运输规划	73
2.2.2 补偿贸易方式	33	4.1.1 国际运输规划的内容	73
2.2.3 包销贸易方式	34	4.1.2 国际货物运输方式的选择	74
2.2.4 代理贸易方式	34	4.1.3 运输外包决策	75
2.2.5 寄售贸易方式	35	4.1.4 承运商的管理	77
2.3 国际贸易单证	36	4.2 国际海洋运输	79
2.3.1 国际贸易单证的作用	36	4.2.1 国际海运的特点	80
2.3.2 国际贸易中的几种主要单证	37	4.2.2 国际海运的运输方式	81
2.4 国际贸易结算	39	4.2.3 国际海运物流流程	84
2.4.1 国际贸易主要结算方式	40	4.2.4 国际海运单据	86
2.4.2 国际贸易结算方式的比较分析	42	4.2.5 国际海运运费	87
2.4.3 国际贸易结算方式的使用	43	4.3 国际航空运输	88
本章小结	44	4.3.1 国际航空运输的特点	89
思考题	44	4.3.2 国际航空运输的经营方式和组织方法	90
		4.3.3 国际航空物流的流程及单据	92



4.3.4 国际航空货物运输费用	92	6.2.2 航空运输货物保险	143
4.4 集装箱运输和国际多式联运	93	6.3 国际货物运输保险基本程序	144
4.4.1 集装箱运输	94	6.3.1 选择投保险别	144
4.4.2 国际多式联运	96	6.3.2 确定保险金额	145
4.5 国际货运代理	99	6.3.3 填写投保单	146
4.5.1 国际货运代理人的含义与性质	99	6.3.4 支付保险费并取得保险单	146
4.5.2 国际货运代理的种类	100	6.3.5 被保险人的索赔	147
4.5.3 国际货运代理的作用	102	6.3.6 保险理赔	147
4.5.4 国际货运代理人的责任和服务范围	103	6.4 国际货物运输保险的策略	148
4.5.5 国际货运代理人的选择和使用	104	6.4.1 选择险别的要素	148
本章小结	105	6.4.2 何时选用一切险	148
思考题	105	6.4.3 基本险与附加险的灵活使用	149
第5章 国际港口	107	6.4.4 防险比保险更重要	149
5.1 国际海港	109	本章小结	149
5.1.1 国内外港口的发展概述	109	思考题	150
5.1.2 港口的概念	110	第7章 国际仓储管理	152
5.1.3 港口的功能	112	7.1 需求响应与客户服务	153
5.1.4 世界主要海港简介	113	7.1.1 需求响应的定义	153
5.2 国际空港	116	7.1.2 需求响应的策略	154
5.2.1 航空港的概念	117	7.1.3 客户服务标准	155
5.2.2 发展空港物流必须具备的条件	118	7.1.4 物流客户服务衡量	155
5.2.3 世界著名空港简介	119	7.2 安全库存与生产保障	157
5.3 自由贸易港区	123	7.2.1 安全库存的定义	157
5.3.1 自由贸易区的概念与特征	124	7.2.2 安全库存的计算	158
5.3.2 自由贸易港的概念与特征	126	7.2.3 生产管理的定义	159
5.3.3 自由贸易港的类型	128	7.3 库存管理系统	162
5.3.4 自由贸易港的作用及发展趋势	130	7.3.1 库存的定义	162
本章小结	132	7.3.2 库存的分类	163
思考题	132	7.3.3 库存管理策略	163
第6章 国际货物运输保险管理	134	7.3.4 库存管理系统概述	170
6.1 国际货物运输保险概述	135	7.3.5 国际库存管理的特殊性	173
6.1.1 国际货物运输保险的含义	135	本章小结	174
6.1.2 保险的原则	136	思考题	175
6.1.3 可保风险和可保利益	138	第8章 海关作业	176
6.2 国际货物运输保险的主要险别	139	8.1 海关与关税	177
6.2.1 海洋货运保险	141	8.1.1 海关	177
		8.1.2 关税	180
		8.2 进出口货物通关	185
		8.2.1 进出口货物通关的概念	185
		8.2.2 进出口货物通关的时间和空间范围	186
		8.2.3 进出口货物通关的主体	186

8.2.4 进出口货物通关的法律 依据和基本制度·····	188	9.5.4 进出口商品检验检疫环节 之四——签发证书·····	231
8.2.5 进出口货物通关的程序·····	190	本章小结·····	232
8.3 转运与联运通关·····	192	思考题·····	233
8.3.1 转运通关·····	192	第10章 国际物流信息系统 ·····	234
8.3.2 联运通关·····	193	10.1 物流信息技术·····	236
8.4 保税物流中心·····	194	10.1.1 几种主要的物流信息 技术·····	236
8.4.1 保税物流中心的概念·····	194	10.1.2 物流信息技术的作用·····	241
8.4.2 保税物流中心的主要 功能和优惠政策·····	195	10.2 物流管理信息系统·····	242
8.4.3 保税物流中心的设立·····	195	10.2.1 物流管理信息系统的 作用·····	242
本章小结·····	199	10.2.2 物流管理信息系统的 功能·····	243
思考题·····	200	10.2.3 物流管理信息系统的 层次结构·····	244
第9章 国际货物的包装和检验检疫 ·····	202	10.2.4 物流管理信息系统的 基本组成·····	245
9.1 国际货物包装·····	204	10.2.5 信息系统与决策支持 系统的区别·····	246
9.1.1 包装概述·····	204	10.2.6 物流管理信息系统的 开发·····	247
9.1.2 包装的种类·····	204	10.3 物流信息系统与企业信息系统·····	249
9.1.3 包装容器·····	206	10.3.1 生产企业的物流信息 系统·····	250
9.1.4 包装技术·····	208	10.3.2 批发企业的物流信息 系统·····	251
9.1.5 合同中的包装条款·····	209	10.3.3 第三方物流企业信息 系统·····	252
9.2 出入境检验检疫概述·····	211	本章小结·····	252
9.2.1 出入境检验检疫的概念·····	211	思考题·····	253
9.2.2 出入境检验检疫的意义·····	211	第11章 国际区域物流 ·····	256
9.2.3 出入境检验检疫的作用·····	212	11.1 自由贸易区概述·····	257
9.2.4 进出口商品检验检疫 证书的作用·····	213	11.1.1 自由贸易区的概念·····	258
9.3 出入境检验检疫机构·····	214	11.1.2 自由贸易区的发展·····	259
9.3.1 我国的进出口商品检验 检疫机构·····	214	11.1.3 世界典型的自由 贸易区·····	261
9.3.2 国际检验检疫机构·····	216	11.1.4 自由贸易区与区域 物流·····	264
9.4 出入境检验和检疫的内容·····	218	11.2 国际区域物流的概念与特征·····	264
9.4.1 质量检验·····	218	11.2.1 国际区域物流的概念·····	265
9.4.2 数量和重量检验·····	219	11.2.2 国际区域物流的特征·····	265
9.4.3 包装检验·····	220	11.3 我国发展区域物流的意义与 作用·····	266
9.4.4 装运技术检验·····	221		
9.4.5 出入境动植物检疫·····	222		
9.4.6 出入境卫生检疫·····	223		
9.4.7 进出口商品鉴定·····	223		
9.5 出入境检验和检疫的流程·····	225		
9.5.1 进出口商品检验检疫环节 之一——报检·····	225		
9.5.2 进出口商品检验检疫环节 之二——抽样·····	228		
9.5.3 进出口商品检验检疫环节 之三——检验·····	229		



11.3.1 我国发展区域物流的 意义	266
11.3.2 我国发展区域物流的 作用	267
本章小结	268
思考题	269

12.5.3 国际第三方物流的 模式	295
12.5.4 国际物流服务的 中间商	296
本章小结	298
思考题	299

第12章 国际物流规划与管理 271

12.1 国际物流规划与战略	272
12.1.1 国际物流规划的层次	272
12.1.2 国际物流规划的领域	273
12.1.3 国际物流战略的目标	274
12.1.4 国际物流战略的框架	275
12.2 国际物流服务管理	275
12.2.1 国际物流服务的概念与 内容	276
12.2.2 国际物流服务与成本、 赢利	277
12.2.3 国际物流服务水平的 确定	279
12.2.4 国际物流服务水平的 改进	279
12.3 国际物流质量管理	280
12.3.1 国际物流质量管理的 原则	280
12.3.2 国际物流质量的衡量 指标	281
12.3.3 国际物流质量的分析 方法	283
12.3.4 国际物流质量管理的 途径	285
12.4 国际物流成本控制	286
12.4.1 国际物流成本控制的 定义	286
12.4.2 国际物流成本控制的 方法	288
12.4.3 国际物流成本控制的 策略	289
12.4.4 国际物流成本降低的 途径	290
12.5 国际第三方物流	292
12.5.1 国际第三方物流的特点	292
12.5.2 国际第三方物流的内容	294

第13章 国际物流发展的最新趋势 300

13.1 国际逆向物流	302
13.1.1 逆向物流的产生背景与 内涵	302
13.1.2 逆向物流的分类	302
13.1.3 逆向物流的特征与 环节	305
13.1.4 电子商务环境下的逆向 物流	306
13.1.5 逆向物流的原则	307
13.1.6 国际物流中的逆向 物流	308
13.2 国际绿色物流	309
13.2.1 绿色物流产生的背景	309
13.2.2 绿色物流的内涵	310
13.2.3 绿色物流的特点	311
13.2.4 绿色物流发展现状	313
13.3 国际精益物流	315
13.3.1 精益物流产生的背景与 内涵	315
13.3.2 精益物流的目标与 核心	317
13.3.3 精益物流系统的基本 框架	317
13.4 国际电子物流	319
13.4.1 国际电子物流产生的 背景与内涵	319
13.4.2 电子物流的优势与 特征	319
13.4.3 电子物流的核心技术 支持与发展模式	320
13.4.4 电子物流发展现状	322
本章小结	322
思考题	323

参考文献 325

第 1 章 国际物流概述

【教学要点】

知 识 要 点	掌 握 程 度	相 关 知 识	应 用 方 向
经济全球化	了解	经济全球化 市场全球化 生产全球化	经济全球化对国际物流的影响
国际物流	掌握	国际物流的概念 国际物流的特征	国际物流的意义和构成
发展与现状	了解	国际物流的发展 国际物流的现状	历史、现状和预测趋势



导入案例

利丰集团的国际物流

利丰集团成立于1906年,总部设在中国香港特别行政区,是当今发展中国家最大的一家跨国贸易公司,年销售额为20亿美元。公司现由创立者的第三代传人冯国经经营,他并不把自己企业视为传统的贸易公司,而是视为向350家客户供货的供应链管理专家。这些客户都是分散的群体,包括纺织品零售商、家用电器公司。利丰集团从客户得到订货,然后从37个国家的7000家独立供货商中筛选,从中找出最合适的制造企业生产最质优价廉的产品。获得这一效果通常要求公司打破价值链条,让分布在不同国家的制造商进行分散生产,这依赖于劳动力成本、贸易壁垒程度和运输成本等要素。利丰集团再把整个过程协调起来,经营物流工作,负责将成品运送给客户。

典型的客户是美国的有限品牌公司(The Limited),这是一家以美国为基地的大型服装零售连锁店。有限品牌公司把大量制衣和物流工作转包给利丰公司经营。利丰公司选取最基本的产品概念,研究市场以确定最合适的棉纱、染料和纽扣等,把这些集合于一体,制作出样品给有限品牌公司审验。一旦有限品牌公司确定了样板,它就会向利丰订货,比如10万套服装,并要求5周内送货。订货和要求供货之间间隔的时间很短,因为在时装业产品淘汰速度很快。

利丰公司手里握着订货单,把整个制造程序分解成不同的部分,根据能力和生产成本,分别交给不同的生产商。例如,利丰公司可能决定从韩国公司购买棉纱,而在中国台湾地区织布、染色。利丰公司安排棉纱从韩国运到中国台湾地区。日本人有最好的拉锁和纽扣,但在中国生产。因此利丰公司找到日本最大的拉锁制造商吉田工业株式会社,从它的中国厂家订购所需的拉锁。利丰公司因为受到出口配额和劳动力成本的限制,最后决定成衣工序的最佳地点是泰国,因而所有货物都被运到泰国。另外,因为有限品牌公司要货很急,利丰会把订货量分散到泰国的5个厂,订货5周后,这些服装将摆在有限品牌公司的货架上,都像从一家工厂做出来的一样,颜色非常一致。结果是标着“泰国制造”标签的全球性的产品。

利丰公司为了更好地服务客户,划分了许多小的以客户为中心的业务部门。一个业务部门服务一群客户,如华纳兄弟和雨林咖啡公司。有一个部门是为美国有限品牌公司服务的,另有一个部门则是为美国的童装连锁店金宝贝(Gymboree)服务的。当走进其中的一个部门,如金宝贝部门,会看到该部门的40位员工,每位员工都致力于满足金宝贝公司的需要。每张桌上的电脑都与金宝贝直接联网。员工的分工专业性很强,有设计、技术支持、机制运行、原材料采购、质量保证和运货。这些队伍间也可以采用直接的电子联系方式与利丰公司在世界各国的分支机构的员工进行沟通,金宝贝在一些国家如中国、印尼和菲律宾购买大宗货物。因而利丰公司使用信息系统经营管理、协调及控制全球分散的设计、生产和运货过程,以保障订货与收到货之间间隔的时间是最短的,整体成本也是最少的。

(资料来源:[美]查尔斯·希尔.当代全球商务[M].北京:机械工业出版社,2004.)

经济全球化的浪潮把越来越多的本土企业卷入全球市场。国际化的企业可以通过在全球范围内选择低成本供应商、低成本制造基地来降低企业的成本,然而地理上分散的供应商、制造基地和分散的客户给企业物流管理带来了成本上升的压力。提高国际化物流管理的能力,降低国际物流成本,提高国际物流效率和顾客服务水平,是国际化企业面临的任务。导入案例中介绍的利丰集团,正是凭借着其出色的物流管理能力来协调韩国的棉纱供应商、位于中国内地的日本拉锁制造商、中国台湾的织染企业和泰国的成衣制造企业的,并能快速地满足美国顾客的要求。

经济全球化给企业带来了更多的发展空间、更多的获利机会。然而经济全球化也带来了更加激烈的竞争,采购、生产和市场地理范围的扩大给企业物流管理带来了新的课题。

1.1 经济全球化中的国际物流

1.1.1 经济全球化

1. 经济全球化的概念

经济全球化是指各个民族经济不断向互相依存的一体化世界经济转化的过程。经济全球化突出表现在3个方面。第一,商品和服务贸易的自由化不深入,最终趋向于建立全球统一大市场;第二,包括资本、劳动力、技术等生产要素的全球化程度不断加深,尤其是资本的自由流动最终趋向于全球金融市场的一体化;第三,跨国公司在世界经济中的主导地位逐步确立,跨国公司通过全球投资逐步掌握了全球的生产、销售和贸易,最终趋向于建立全球的生产网络。

20世纪90年代中期以来,全球贸易和投资增长迅速,增长速度超过全球生产的增长速度,这表明经济全球化进入了一个快速发展时期。从图1.1中可以看出,1988年全球经济总量(GDP)为181655亿美元,年增长率12.28%,全球贸易额为56580亿美元,年增长率14.43%,全球对外直接投资(FDI)1600.75亿美元,年增长率为18.78%。1995年全球经济总量为280123亿美元,年增长率10.22%,全球贸易额为104480亿美元,年增长率19.35%,全球对外直接投资3311.89亿美元,年增长率36.29%。到了2007年,全球经济总量为498852亿美元,年增长率3.40%,全球贸易额为275100亿美元,年增长率12.55%,全球对外直接投资18330亿美元,年增长率40.37%。由此可见,在经济景气周期中,全球投资的增长速度大于贸易增长速度,而贸易增长速度大于全球经济增长速度,而且差距呈越来越大的趋势。这说明,全球化投资和全球贸易对世界经济的贡献越来越大。

2008年,美国次贷危机引发了全球的经济危机,全球经济和贸易增长放缓,对外直接投资则出现了下降。具体来说,2008年全球经济总量为605570亿美元,全球贸易额为318950亿美元,全球对外直接投资17710亿美元。2009年经济危机全面爆发,全球经济总量、贸易额和对外投资都大幅下降,2009年全球经济总量为571940亿美元,全球贸易额为245320亿美元,全球对外直接投资11140亿美元。由统计数据可以发现,此次危机对直接投资的影响大于对贸易的影响,而对贸易的影响又大于对全球经济总量的影响。

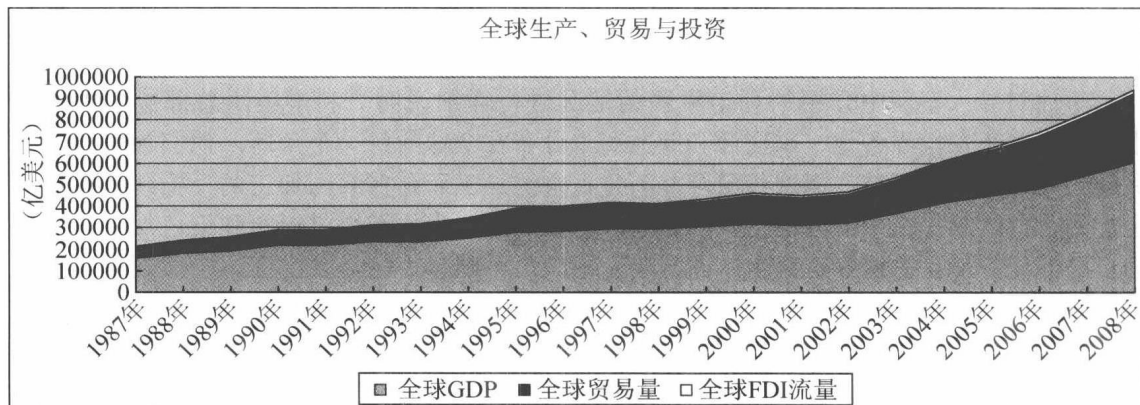


图 1.1 1987—2008 年全球生产、贸易和投资的增长



(资料来源:全球生产和贸易的数据来自国家统计局《国际统计年鉴》(历年),但2007—2008年数据来自WTO的*World Trade Report 2009*;全球投资数据来自UNCTAD的*World Investment Report*(历年))。

经济全球化的主要推动者是跨国公司。所谓跨国公司,是一个在投资、生产、销售及其管理等方面具有统一的全球性观念、目标、战略、政策和行动的多国公司。据联合国贸发会议的估算,全球跨国公司的数量约在6.5万家左右,但是这些跨国公司占有全球生产的40%,全球货物贸易量的70%。全球技术贸易和对外直接投资的90%都是由跨国公司完成的。跨国公司通过出口贸易、技术许可和对外直接投资这3种基本形式来推动全球化的发展。出口使国际贸易量得到增长,技术许可和对外直接投资使产业内贸易量得到增长。

2. 市场全球化和生产全球化

经济全球化包括市场全球化和生产全球化。市场全球化可以定义为原本互相独立的、具有特色的各国市场向一个巨大而统一的全球市场转化的趋势和过程。生产全球化则可以定义为利用各国生产要素(劳动力、能员、土地、资本等)的成本与质量差异,从全球各地区筹供商品与服务的一种趋势。

市场全球化表现为各国消费者的消费偏好趋于同样化,工业产品和原料市场的全球性普遍需求突出,以及同业公司在不同国家市场展开相同的竞争。各国消费者的消费偏好趋同给企业的全球扩张带来机会,企业可以在多个市场销售相同的产品。工业产品和原料市场的全球性普遍需求以及跨越国界的同质化竞争则给企业带来挑战。一个事实是,全球初级原料如石油、天然气、粮食等随着发展中国家的需求增加,导致全球性价格上涨;另一个事实是,全球产业集中度越来越高,少数几家跨国巨头掌握着全球的竞争格局。比如,空中客车和波音公司几乎控制着全球大型客机的生产。再比如,全球的个人计算机生产能力也集中在惠普、戴尔、联想等几家跨国公司手中。

生产全球化表现在价值创造过程的不同环节分散在不同的国家和在贴近市场的地区从事生产活动以提高市场的响应能力和服务水平。虽然全球化迅速蔓延,但是世界各国的经济发展程度还存在差异,各个国家的生产要素还存在成本和质量的差异。企业可以通过把研发、营销等涉及产品和服务品质的生产环节配置在可以提供高质量要素的国家,而把制造加工等涉及成本压力的环节配置在低成本地区,实现质量成本的最优化。另一方面,在全球消费者消费偏好趋同的趋势下,个性化需求日益受到消费者的重视。企业需要敏锐地发现消费者的个性化需求,并迅速地满足这些需求,这就要求企业尽可能地在贴近市场的地区安排生产环节。

下面对导入案例中介绍的利丰集团的情况进行详细说明。利丰集团总部位于中国香港,客户遍布在世界各地,供应商和制造商也分布在全球的每一个角落。他们为美国有线品牌公司提供成品服装,但这些服装并不是在香港加工而是在泰国加工的,棉纱是在韩国生产的,拉链则是在中国内地生产的,中国台湾的企业为他们提供织布和染色加工,而他们自己的任务就是协调好这些生产商,迅速地满足美国客户的需要。在这个案例里,一件成品服装的生产过程被分散到了多个地区,因为这些地区存在价格和质量差异。虽然最终的成衣生产者并不靠近美国客户,但是利丰出色的供应链管理能力的保证他们能够及时满足客户的要求。或许,如果墨西哥成衣生产者的价格和质量能够符合利丰的要求,那么利丰就能够更及时敏锐地发掘美国市场的需求了。在全球化浪潮一浪高过一浪的今天,越来越

多的行业像利丰集团一样,在全球范围内经营他们的供应链,参考专栏1-1“什么是一辆真正的‘美国’汽车?”

全球化的动力来自贸易和投资障碍的减少以及信息处理技术和运输技术的进步。全球化的挑战来自各个国家文化和价值观的差异、物流系统的完善以及其他政治文化因素。



专栏1-1

什么是一辆真正的“美国”汽车?

什么是一辆真正的“美国”汽车?要回答什么是一辆美国汽车并非易事,这听起来也许有些奇怪。一辆产自俄亥俄州的本田雅阁算是美国车吗?那么在加拿大生产的克莱斯勒小货车呢(特别是现在克莱斯勒已经成为德国戴姆勒-克莱斯勒的一部分)?近50%的部件进口自日本的肯塔基丰田或马自达可以算是美国车吗?显然,要确定真正的美国汽车正日益变得困难,人们的观点也大相径庭。

一些人认为,凡是在北美(美国、加拿大和墨西哥)组装的汽车都是美国车,因为它们用的是美国制造的零件。但是汽车工人协会认为在加拿大和墨西哥制造的汽车抢走了美国人的工作岗位。有些人认为在美国的日本工厂生产的汽车应视为美国的,因为它们为美国人提供了工作岗位。另一些人则认为这些日本“跨国工厂”生产的汽车应算是国外的,理由是:①这些生产所创造的工作岗位取代了美国汽车制造者本来会提供的岗位;②有近40%的部件是从日本进口的;③利润又汇回了日本。那么,如果这些工厂使用的部件75%甚至90%是美国生产的,又该怎样算呢?由马自达位于密歇根的工厂为福特生产的福特Probe车,可以算是美国车吗?

要想准确确定一辆美国汽车的确有困难,尽管1992年的美国汽车标签法要求所有在美国出售的汽车均须标明其部件产自国内或国外的比例。也许有人怀疑在当今日益相互依存和全球化的世界,这样的问题是否还重要。为了增强竞争力,汽车制造商必须从全球购买价格更便宜、质量更好的零部件,同时还要将汽车销往世界各地以取得规模生产的经济效益。福特在7个地区设计它的汽车(美国2个,英国、德国、意大利、日本和澳大利亚各1个),在30个地区拥有制造厂(北美3个,南美3个,亚洲7个,欧洲17个),其员工来自国外的人数比来自美国的还要多。事实上,和其他市场一样,汽车市场上正在迅速发展出少数真正全球化且独立的公司。

(资料来源:[美]多米尼克·萨尔瓦多.国际经济学(中译本)[M].北京:清华大学出版社,2004:2-3.)

3. 区域经济一体化

在经济全球化进程中,一个值得关注的趋势是区域经济一体化的发展。所谓区域经济一体化,是指一个地理区域内各国一致同意减少并最终消除关税和非关税壁垒,以实现相互之间的商品、服务和生产要素的自由流动。

世界贸易组织(WTO)的目标是建立一个完整的、更具有活力的和永久性的多边贸易体制。它致力于消除贸易歧视,通过削减关税不断扩大市场准入程度,促进公平竞争,建立开放、公平、无扭曲竞争的“自由贸易”环境。然而,由于世贸组织的成员国众多,不同利益团体的诉求相差悬殊,因而这一组织的运行效率并不像想象中的那样有效。在这种情况下,地理上相邻的几个国家建立一种自由贸易和投资制度,要比在整个世界范围内建立类似制度要容易得多。区域经济一体化的动机就是各个国家尝试通过自由贸易和投资获得更多的利益。