

全国高技术产业化协作组织深圳专家委员会 推荐

现·代·物·流·实·战·丛·书

牛鱼龙 主编

需求链物流： 成本与利润



海天出版社

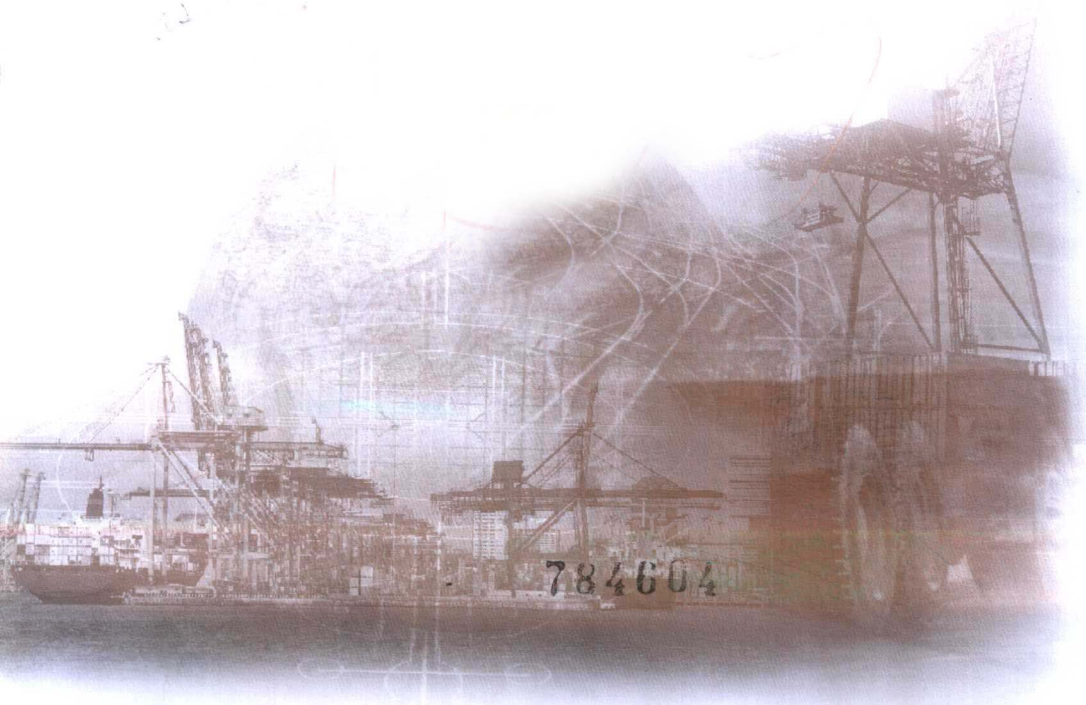
全国高技术产业化协作组织深圳专家委

需求链物流： 成本与利润

主 编：牛鱼龙

副主编：刘 彦 牛 波 乔·司巴午 [美国]

毛牛石戚 [日本] 时期华 [新加坡]



784604



🐉 牛鱼龙主编就国际物流大会的主题与原国家国内贸易局副局长、中国物流与采购联合会常务副会长丁俊发教授交谈。

主 编 简 介

牛鱼龙，全国高协组织深圳物流专家委员会主任，中国物流网专家主持人，北京中交协物流研究院副院长，北京现代贯通物流科技研究所副所长，深圳市高协中心现代物流部经理，香港物流协会“中国物流企业与CEPA机遇”课程导师，新加坡新创物流战略研究中心特约研究员，香港盈运网有限公司高级顾问，中国内地3家物流企业高级顾问，“全国物流百强企业”专家评委，高级策划师。

2000年以来，策划、组织、主持了“深圳物流发展研讨会”、“中国金融与深圳现代化研讨会”、“消费信贷与个人信用座谈会”、“中小企业发展与银企合作论证会”等，参与了“WTO与中国经济高层论坛”、“中国物流经济发展高峰论坛”、“21世纪供应链管理战略研讨会”等工作，策划了“WTO规则与中国物流发展战略研讨会”、“现代物流企业实用型急缺人才培训班”等活动；组织了“国际物流与深圳物流讲座”、“现代物流专家研讨会”、“物流园区建设考察团座谈会”等；为政府官员做过《世界物流与中国物流》专题报告，为培训机构的职员们做过《物流知识与物流人才培训》等专题报告；主持策划了香港某物流集团深圳仓储企业的剪彩座谈研讨活动及运营模式，为某省的物流园区建设提供了规划方案，为深圳某物流企业设计了经营模式等。目前，正参与设计美国某集团公司投资深圳的5亿美元的物流项目，以及某大型国际物流会议的策划。

著作有《第三方物流：模式与运作》、《世界物流经典案例》、《中国物流经典案例》、《经营物流：采购与销售》、《物流企业操作指南》、《需求链物流：成本与利润》、《怎样成为物流人才》、《现代物流实用词典》、《现代物流：21世纪的黄金产业》、《现代银行创新之路》等十余部。



◆ 牛鱼龙主编在香港新兴集团综合物流有限公司调研，并与钟鸿兴经理(左)座谈。

◆ 牛鱼龙主编在香港物流协会副会长叶海京教授(左)的陪同下在香港维多利亚港考察。



◆ 牛鱼龙主编回访了香港生产力促进局高级顾问、香港物流管理杂志社专家编委吴志荣先生(左)。



编委会

顾问:

- 王之泰 (中国物流学会副会长, 中国物流网首席主持人, 北京物资学院前副院长、教授)
- 洪水坤 (中国物资储运协会会长, 中国物资流通学会副会长, 中国物资储运总公司总经理, 中储发展股份有限公司董事长, 高级经济师)
- 任宾让 (全国高技术产业化协作组织深圳专家委员会主席, 教授, 高级工程师)
- 朱畅九 (深圳市经济学会副会长, 教授)
- 徐培华 (《世界经济文汇》杂志社主编, 《世界管理论坛》主编, 哈佛大学费正清东亚研究中心客座研究员, 复旦大学教授)
- 梁文森 (深圳市软科学研究会会长, 经济学教授)
- 席与年 (中国联通香港有限公司原总经理, 广东省人民政府原经济顾问, 贵州省经济委员会原主任、书记)
- 乌拉·福赖沃 (美国国际著名物流专家, 教授)
- 海恩茨·戴克斯特 (美国 TLT 国际物流集团董事长, 博士后)
- B. 阿克罗依德 (英国国际物流专家, 英国阿斯顿大学商学院教授, 欧洲经济共同体营销机构高级顾问, 大律师 BARRISTER)

编委会名誉主任:

- 王德荣 (中国交通运输协会常务副会长, 北京中交协物流研究院院长, 国际物流与运输学会名誉院士, 教授, 研究员)

编委会主任:

- 吴 忠 (中共深圳市委宣传部副部长, 深圳市市场经济研究会副会长)
- 乐 正 (深圳市社会科学院院长, 深圳市社会科学联合会主席, 教授, 博士)
- 乔·司巴午 (美国哈佛大学物流博士, 高级物流研究员)
- 毛牛石威 (日本物流研究机构主席, 物流专家)
- 林 彤 (中国物流网 CEO, 北京贯通物流研究所总经理)
- 牛鱼龙 (全国高协组织深圳物流专家委员会主任, 中国物流网专家主持人, 新加坡新创物流战略研究中心特约研究员, 高级策划师)

编委会副主任:

- 李得功 (香港物流与航运学会副会长, 日本仓储物流和供应链管理高级设



计师, 博士后)

刘波涛 (台湾物流研究院副院长, 台湾大学教授, 博士后)

时期华 (新加坡环球物流公司副董事长, 博士, 研究员)

邹 蓝 (联合国前高级项目官, 中国综合开发研究院研究员, 教授)

叶海京 (香港物流协会副会长, 香港互联网专业人员协会中国事务主席)

赖清波 (中国全运通物流集团有限公司董事长, 总裁)

郑凯平 (香港凯力集团深圳正佳物流有限公司董事长, 总裁)

任亚南 (布凡蒂 - 范梅勒集团有限公司物流计划经理)

编委会委员:

约翰·斯蒂芬 [美国] 乔恩·布朗 [美国] 王明远 [美国]

罗斯·米切尔 [英国] 布鲁斯·波特 [英国] 大野草子 [日本]

上村富奇 [日本] 郑建荣 [新加坡] 邹重华 [中国香港]

张纪行 [中国香港] 李思香 [中国香港] 赵正发 [中国台湾]

王神州 [中国台湾] 魏际刚 姜志忠 逢金柱 姚敬美 梁金河

葛 洪 齐 茂 舒 琴 玉 梅 由 涛 李 伟 王进草

王珊珊 程海甜 向明军 石鹏飞 宋鲁风 冯玉玲 王淑凤

刘洪泉 部振峰 张烈征 方 奇 王延辉 李志刚 柳培珍

程学琴 牛 波 孙 燕 于梦凤 袁洪焰 王泳会 刘涯男

赵 萍 张沿婷 师鸣秀 贾涟昀 王连喜 国土平 顾应春

陈晓蓉

丛书策划: 牛鱼龙

主 编: 牛鱼龙

副 主 编: 刘 彦 牛 波 乔·司巴午 [美国]

毛牛石威 [日本] 时期华 [新加坡]

编 著 者: 齐 茂 舒 琴 玉 梅 由 涛 刘洪泉 李志刚

部振峰 张烈征 程学琴 陈晓蓉

编委会电话: 0755 - 25675507, 26238748 传真: 0755 - 25675507

通信地址: 深圳市梧桐路 1968 号新世界倚山花园 A7 - 1A 邮编: 518083

电子邮箱: newyulung 6888@sina.com; haitian 021218@163.com



21 世纪是需求链物流的世纪

——代序

《序言》

代
序

供应链的指挥是消费者，而消费者的需求决定着经济活动链的生命。

人类社会的一切活动，特别是经济活动，都是以需求为目的的。消费者的需求左右着供应链的发展，供应链离开了消费需求就是无根之树。供应链统治的转移标志着“需求链世纪”的开始。企业必须把关注的焦点从供应转移到消费需求上来。

因此，需求链是一个更加科学、更加完整、更加全面的现代物流管理模式，是企业经营发展中降低成本、提高利润的更加有效的手段或工具。

需求链经济的第一链环是需求。消费者是需求的主体，也是需求链经济的主要操纵者。我国必须尽快建立完善的消费信用机制，彻底改变无钱不能买东西而导致需求链经济欠火候的不良现象。例如，倘若模具的产量或质量不能满足日益发展的工业生产和高科技，也就是，“需求”一环出现了断层等不良现象，那么，需求链经济就会萧条，甚至败落，就会导致人民生活水平下降、社会成本增加，甚至产生不安定因素。

无论是采购成本还是生产成本，成本是企业永久的话题。要研究成本问题，首先要搞清楚概念和理论范围。

中国物流市场总量巨大，与物流相关的成本占二成左右，而西方发达国家仅占一成左右，因此，控制物流成本在我国 GDP 中的比重有很大空间。

从生产过程来说，物流被称为是“降低成本的最后边界”，是降低资源消耗、提高劳动生产率之后的“第三利润源”。



有关资料显示，在我国目前工业企业生产中，直接劳动成本占总成本的比重不到 10%，而物流费用占总成本的比重约为 40%。我国全社会物流费用支出约占 GDP 的 20%，美国还不足 10%。我国如果能将物流费用占 GDP 的比重降低到 15%，那么每年将为全社会直接节约物流成本 2400 亿元。从某种意义上讲，这 2400 亿元就是利润。

现代企业的竞争，不仅仅是产品或服务的竞争，已扩展到企业的整个需求链之间的较量。企业之间的竞争，实质上表现为企业需求链之间的竞争。企业需求链中的有关各方如信息情报中介商、供应商、制造工厂、分销商、客户等各环节的资源合理安排和有效利用，整个需求链成本低于相互竞争的其他需求链，该需求链就具有较强的竞争能力，处于需求链上的各节点企业的成本随着需求链成本的优化而降低，企业的竞争力就会得到加强。

海信电器与中海集团等国内外一些大型生产企业与物流企业根据需求而“携手”，最大程度地降低生产企业的物流成本，提高了市场竞争力。

在过去的 10 多年里，美国威斯康星大学通过对美国及欧洲、亚洲等地的调查，认为只有物流需求链中的 6 个环节——存货、仓储、包装、运输、搬运、销售——都被正确定位，大幅度降低成本，获取竞争优势，物流才能增值。

戴尔电脑的成功在很大程度上就归功于优化需求链管理。据介绍，戴尔电脑把订单处理、采购、生产、物流紧密结合在一起，充分利用第三方物流把供应物流、生产物流与销售物流融为一体，因此，在戴尔公司的生产厂，总库存只相当于 11 天的销售量。

有人给中国推进现代物流描述了极其乐观的前景：通过现代物流需求链管理，客户服务成本下降 10% ~ 35%，降低采购成本和加工成本 50% ~ 80%，物流配送成本下降 20% ~ 30%。这将是众多相关企业所急切希望看到的。

从经济学角度分析，现代物流企业的专业与规模优势，使它们能有效使用社会物流资源，使社会资源得到优化配置，而物流业属于基础产业，物流资源的优化配置可使社会各行业广泛受惠，从而有效地促进社会经济发展。

社会资源优化配置所带来经济结构的改善和经济增长方式的变化，可使国家 GDP 增幅扩大，而物流企业亦可随之扩大收入及利润来源。



日本的统计数字显示,近二十年现代物流业产值每增长2.6个百分点,GDP便增加一个百分点。由此可见,现代物流业对一个国家的经济增长起着极为重要的作用。

现在,我国许多产品由于生产批量大,劳动力成本低,在国际上很有竞争力,大量贸易顺差与此有关。而与此很不相适应的是,我国的物流成本却大大高于发达国家,在综合成本中起的是抵消作用。因此,解决物流障碍,把物流成本压缩下来,不仅可以大大提高国民经济的总体运行水平,还将使我国在国际竞争中提升一个层次。

为什么物流成本如此之高?这里既有技术原因,更有体制因素。

从硬件上看,我国物流赖以存在的基础设施还很不够。拿铁路来说,我国铁路的人均里程不足5.5厘米,却以世界6%的营业里程,完成世界23%的运量。即便这样,铁路货运目前大体只能满足60%的需求,全国各地每天向铁路申请车皮数量达十五六万辆,铁路只能满足9万多辆。因此,要“货畅其流”,必须突破基础设施的“瓶颈”制约,加大投资,加快交通路网的建设。从长远看,根据我国经济的增长速度和发展势头,这个问题不难解决,并且正在逐步解决之中。

目前更需要我们高度重视和亟待解决的是,现有的物流资源如何整合利用,如何高效运转。这里面最难解决的是体制问题。我国是分部门管理的,这与计划经济有关,也与国民经济分工有关。因而物流基础平台比如铁路、民航、公路、水运都是分割的,而物流的特点则是不能单独依托于任何一种方式,必须依靠系统之间的有机联结。这种分部门管理的体制,在不同方式转换时,就显得比较费劲了。如果一辆汽车只在一条路上跑,它的成本与国外比,肯定是便宜的,而在复杂的现代生产中,它必须经过多种方式的转换。比如通过铁路把集装箱运到某地火车站,然后用汽车运到港口,然后再通过水运送到异地,这个过程中,如果不能有效转换衔接,每转换一次,就增加一次成本。

现代物流是让物流资源全部进入市场,通过市场优化资源配置,而我国目前不是按市场规律组织管理物流资源,物流环节衔接差,因此运转效率大为降低。其实,铁路、公路、集装箱、机场、港口等都是物流市场的载体,这些资源应全部进入市场,在市场上能自由买卖,通过市场对物流资源优化配置,而现在,行政管理体制把这些基础资源分割了,横向的经济联系常常被纵向切断。比如,现有的铁路网与公路网接



点不同，各自规划，甚至完全分离，相互之间转换起来很困难，需要不断地重新装卸、运输和组织，由此带来一系列问题。

不能从物流的合理化、经济化、科学化角度设计物流流程，物流依托的基础资源未能有效地整合和系统化，而原先的系统化能力早已不能适应现代经济发展，这正是我国付出高昂物流成本的重要原因。

对企业来说，这种基础资源分割最直接的后果就是，它们往往选择单一途径，以避免衔接中产生新的成本。比如，只用公路运输，这也是公路超载超限屡禁不止的重要原因。其实，从我国能源政策来说，长距离甚至几千公里的公路运输是很不经济的，然而由于几个系统的衔接困难，彼此不能形成有效网络，企业不得不选择单一方式。在某种意义上，屡禁不止的超载超限正是我们物流基础平台没有系统化、彼此处于分割状态付出的昂贵代价。在现代物流的发展中，体制障碍表现得越来越突出。

另一方面，随着我国加入世贸组织，国际化程度越来越高，国内企业要更多地与国际物流有效接轨。比如，国际海运到我国港口把货物放下，应该是“宜铁（路）进铁（路），宜公（路）进公（路）”，而我国到港货物现在基本依靠公路，铁路集装箱是独立系统，与国际海运集装箱基本分割，而且手续非常繁琐。在这种分割的状态中，我国物流大规模、低成本的运输优势不得不流失和消耗。很多人并没有意识到，解决体制障碍，比建设一条新铁路、新公路及开辟一条新航线重要而且迫切得多。

当前，应尽快从体制上打破分割，为物流企业创建一个系统化的平台。只有从体制上解决这个问题，现代物流的建设和发展才能从目前的低层次、高成本状态中获得突破。

“需求链物流”的提法，在美国已有几年，在中国尚属首次，这是物流理论界一个应该探讨的话题。牛鱼龙主编的《需求链物流：成本与利润》著作，是值得业界同仁去学习和研究的。

鱼龙著述颇丰，10多部物流著作都很受读者欢迎，相信这一部也一定会受到关注。

（作者为全国高技术产业化协作组织深圳专家委员会主席，教授，高级工程师）



需求链物流是全人类的

—— 代前言

朱金海

代前言

有位专家在香港参加一次世界级的国际物流研讨会上，曾反复强调“供应链”是一个全球性的物流研究领域的不明确词语。虽然“需求链”一词的产生是在“供应链”之后，是在争论的基础上产生的，但是，21世纪应该是“需求链”的世纪，因为是消费者的所有“需求”拉动了整个社会的经济、文化等领域的发展；有了“需求”，社会才能有大的进步。

有位专家在上海的一次物流会议上发言：“国产”的“供应链”是计划经济沿袭下来的经济学概念的错误，凭布票、粮票、油票供应生活的年代已经一去不复返了。

在深圳“世界之窗”近邻的威尼斯大酒店的总统套房里，中美日三国的几位著名物流专家展开了一场热烈的讨论：需求是需求链条的第一个链环，也是最重要的链环，没有这个链环，其他的链环将不会存在，因为没有需求哪来的供应，供应给谁？没有需求哪来的采购，为谁采购？没有需求哪来的运输，给谁运输？没有需求哪来的配送，配送给谁？没有需求哪来的仓储，为谁仓储？没有需求哪来的加工，给谁加工？没有需求哪来的销售，销售给谁？没有需求哪来的生产，为谁生产？没有需求哪来的活着，为谁活着？……

在深圳“海上世界”近邻的明华国际会议中心的供应链物流大会上，有位专家慷慨激昂地讲到：需求链物流不仅是物流企业的，也是社会的，更是全人类的。它的作用无时不在，无处不有。

人一出生就有需求，需求说话，需求长大，需求学习，需求工作，



需求创造，需求成功，等等。需求就要消费，消费就要采购，这一由需求引发的链条，就构成了这个人的一生，最后因为需求的不同而造就了许许多多不同的人生，有的辉煌灿烂，有的碌碌无为，有的臭名远扬……而在这一生中的需求，必须有繁杂的供应等物流活动来满足。你去商店，就是因为有需求，是有计划的需求（要买哪些东西）；也有潜在的需求（有好的就买点）……需求链物流为社会的发展起着推动作用。

因此，需求链环是需求链上决定成功或胜负的链环，是第一链环，也是各链环的中心链环，所以用“需求链”一词最具学术意义。

需求链表达了从消费者的想法到市场这样一个流动的环形过程，包含了与之有关的制造商、分销商、零售商等所有的需求链实体。重要的是，消费者行为和消费者分析决定着需求链的精确组成。

多年来，供应链管理的发展给许多企业提供了战略与竞争优势。随着需求链管理对向市场传递消费者实际需求的强调，“需求链”扩展了供应链的概念。

需求链的方法超越了供应链管理的物流界限。需求链的每个成员，无论是设计、制造、分销、运输人员，还是某种特定产品的零售人员，都来监控消费市场，这是最好的事情。虽然不是链上每个成员都在进行直接的消费调研，但每个成员应该得到有关消费趋势和产品方面的信息。这种了解使每个成员更容易对产品与包装的改进、营销机会或品牌延伸做出判断。

需求链在满足客户需求意义上的指导思想是：使物流系统管理在不断适应制造模式与市场的宏观、微观环境的同时，不断挖掘和抓住新的市场机会，敏捷地组织、协调、控制各项物流活动，使物流系统本身合理化、集成化，最终使物流符合客户的需求。

需求链寻求使消费者满意并为消费者解决问题的共同目标，把渠道成员联合起来，方式有：搜集、分析关于消费者未满足的需求等方面的信息；发现能够执行需求链所需职能的伙伴；把需要完成的职能移交给最有效益和效率的渠道成员执行；与链中其他成员分享有关消费者和客户信息，可利用的技术，以及物流机遇和挑战等方面的信息；开发解决顾客问题的产品和服务；开发并执行最优的物流、运输和配送方法，以消费者期望的形式交付产品和服务。



在需求链中，产品不一定发源于制造商，可以以消费调研和任一实体所搜集并被所有伙伴分享的信息为基础，在任一点由任一成员开发。

当然，在需求链活动过程中，出现着一些明显的问题：了解消费者需求是谁的责任，是零售商、批发商，还是制造商？这一责任根据形势转移吗？需求链的目的是降低成本、提高利润率，那么，最低成本是需求链的根本目标吗？利润最大化是需求链的终极目标吗？

我们编写了这部《需求链物流：成本与利润》，几经讨论研究，最后确定了现在的手稿。全书共有六部分，即：需求链是一条降低成本、提高利润的经济活动链；需求链经济是 21 世纪全球经济发展的“首席执行官”；需求链物流是世界物流资源整合的前沿领导者；怎样控制物流成本；如何提高企业利润；需求链物流降成本、增利润。

本书编写过程中，得到了美国、日本、新加坡、英国、韩国、荷兰、加拿大、澳大利亚等国家著名物流专家的支持和帮助，也得到了国内香港、台湾、澳门、北京、上海、深圳等地著名物流专家的通力协作，在此，表示衷心的感谢。同时，也感谢在百忙之中为本书作序的全国高技术产业化协作组织深圳专家委员会主席任宾让教授。

像我们已经出版的其他 10 多部物流著作一样，本书同样期待着您的批评和指正，我们将表示最诚挚的谢意。



目 录

1

需求链是一条降低成本、提高利润的经济活动链	(1)
1.1 需求链是以需求为目的的竞争工具	(2)
1.1.1 市场竞争是需求链与需求链之间的竞争	(2)
1.1.2 需求链的定义及其特征	(3)
1.1.3 需求链的分类及其关系	(4)
1.1.4 需求链的载体及其作用	(4)
1.1.5 需求链的功能及其效益	(5)
1.2 消费主导促成需求链	(5)
1.2.1 供应链的统帅就是消费者	(5)
1.2.2 消费者需求左右着供应链的发展	(6)
1.2.3 企业必须把关注的焦点从供应转移到消费需求 上	(7)
1.2.4 供应链离开了消费需求就是无根之树	(7)
1.2.5 供应链统治的转移标志着“需求链世纪”的开 始	(8)
1.3 追求需求链效率的途径	(9)
1.3.1 需求链面临不同程度的挑战	(9)



1.3.2	需求链的方法超越了供应链管理的物流界限	(10)
1.3.3	需求链的每个成员都能监控消费市场	(11)
1.3.4	需求链获取成功的基本方法	(11)
1.3.5	关注的焦点是客户和最终消费者满意	(16)
1.3.6	牢固的需求链关系的五项基础	(16)
1.4	需求链的指导思想促成战略联盟	(17)
1.4.1	需求链中信息链环极其重要	(17)
1.4.2	传统物流系统的信息链	(18)
1.4.3	需求链中的快速信息反馈	(19)
1.4.4	需求链满足客户的指导思想	(19)
1.4.5	需求链是一种过程的竞争模式	(20)
1.5	需求链管理的“概论”：目的流程模式	(23)
1.5.1	需求链管理的定义和前提	(23)
1.5.2	需求链管理的特征和目标	(24)
1.5.3	需求链管理的流程和作用	(25)
1.5.4	需求链管理的要点和环境	(26)
1.5.5	需求链管理的原理和方法	(28)
1.5.6	需求链管理的内容和影响	(29)
1.5.7	需求链管理的模式和趋势	(31)
1.5.8	需求链管理的策略和组织	(34)
1.6	需求链管理的“系统”：计划敏捷精益	(38)
1.6.1	配送需求计划及其原理	(38)
1.6.2	物料需求计划及其原理	(39)
1.6.3	需求链中的“敏捷性”与“精益”	(40)
1.6.4	敏捷需求链模式及其功能	(41)
1.6.5	精益需求链与敏捷需求链的比较	(43)
1.6.6	精益需求链与敏捷需求链的应用	(44)
1.7	需求链管理的“龙头”：物料需求管理	(46)
1.7.1	什么是“物料”	(46)
1.7.2	什么是需求管理	(46)
1.7.3	物料的需求类型	(47)
1.7.4	物料的管理特性	(47)



1.7.5	物料需求管理的主要处理过程	(48)
1.7.6	物料需求管理是融合其他技术的系统工程	(50)
1.8	需求链管理的改进策略及应用方案	(51)
1.8.1	中国企业优化需求链管理应对挑战	(51)
1.8.2	需求链管理的电子商务是企业战略思想	(53)
1.8.3	需求链管理的组织中心是最终客户需求	(54)
1.8.4	需求链管理的原则优势是高额利润回报	(58)
1.8.5	需求链管理的小组任务是交流协调合作	(59)
1.8.6	全程管理是需求链管理的战略高度	(61)
1.8.7	渠道管理是需求链管理的核心范围	(62)
1.8.8	中国特色的需求链管理之路	(63)

2

	需求链经济是 21 世纪全球经济发展的“首席 执行官”	(65)
2.1	中国需求链经济的现象	(66)
2.1.1	消费者有钱买不到想要的东西	(66)
2.1.2	消费者有钱却不想（或不敢）消费	(67)
2.1.3	消费者没有钱想买也买不起	(68)
2.1.4	消费者无钱不能买导致需求链经济欠火候	(68)
2.2	国外解决需求链经济不良现象的措施	(69)
2.3	从全球钢铁市场看需求链经济	(70)
2.3.1	需求链的旺盛使全球钢铁产量呈现好势头	(70)
2.3.2	需求链的强劲促成了全球钢铁利润的增长	(70)
2.3.3	世界不锈钢需求前景简析	(71)
2.3.4	全球钢铁需求链整合在于提高竞争力	(72)
2.3.5	中国在全球钢铁需求链的地位至关重要	(73)
2.4	从中国模具市场看需求链经济	(75)
2.4.1	模具工业被称为“点铁成金”的“磁力工业”	(75)
2.4.2	未来中国的模具业将呈现十大发展趋势	(76)

3

需求链物流是世界物流资源整合的前沿领导

者	(79)
3.1 需求链物流概要	(80)
3.1.1 需求链物流的内涵外延	(80)
3.1.2 需求链物流的发展阶段	(83)
3.1.3 需求链物流的结构环境	(85)
3.1.4 需求链物流的组织管理	(86)
3.1.5 需求链物流的流程影响	(87)
3.1.6 需求链物流的对策战略	(88)
3.1.7 需求链物流的决策层次	(95)
3.1.8 需求链物流的决策框架	(96)
3.1.9 需求链物流的尺度多长	(101)
3.2 需求链物流功效	(102)
3.2.1 需求链物流的运作效果	(102)
3.2.2 需求链物流的应用利弊	(105)
3.2.3 需求链物流的适量存货	(107)
3.2.4 需求链物流的电子商务化	(110)
3.2.5 需求链物流的信息流动特色	(110)
3.2.6 需求链物流的信息共享系统	(111)
3.2.7 需求链物流的信息技术支持	(112)
3.2.8 需求链物流影响了品牌价值的变动	(115)
3.2.9 需求链物流品牌化将在市场中更有优势	(116)
3.3 需求链物流联盟	(118)
3.3.1 需求链物流联盟的形成	(118)
3.3.2 需求链物流联盟的特点	(120)
3.3.3 需求链物流联盟成员的行为逻辑	(121)
3.3.4 中国发展需求链物流联盟的主要障碍	(123)
3.4 国内外的需求链物流	(124)
3.4.1 中国国内需求链物流的建设现状	(124)
3.4.2 中国经济拉紧全球商业需求链物流	(126)