

物 流 行 业

系统战略管理

兼及“泛行业战略管理”与新的物流功能价值认知

温 湖◎著

中国物资出版社

物流行业系统战略管理

温 湖 著

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

物流行业系统战略管理/温湖著. —北京: 中国物资出版社, 2008. 2

ISBN 978 - 7 - 5047 - 2762 - 6

I. 物… II. 温… III. 物流—物资管理 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 174697 号

责任编辑 钱 瑛

责任印制 何崇杭

责任校对 孙会香

中国物资出版社出版发行

网址: [http: //www. clph. cn](http://www.clph.cn)

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮编: 100834

全国新华书店经销

中国农业出版社印刷厂印刷

开本: 787mm × 1092mm 1/32 印张: 5 字数: 121 千字

2008 年 2 月第 1 版 2008 年 2 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5047 - 2762 - 6/F · 1151

定价: 8.00 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)

前 言

本书为政府机关、事业团体中从事行业管理（包括物流行业管理）的相关人员，以及行业管理相关领域的研究者、教师、学生所作。

据作者观察，数十年来，我国各级行业管理者（总体来说就是社会管理者）基本上仍在沿袭战争年代传递下来的适应小生产手工业方式的工作方法。现在我国已进入全球化竞争的大生产时代，低效率的手工业方式不仅不适应，甚至阻碍了社会经济的发展。理所当然地需要普遍实行与大生产相适应的科学的、高效率的工作方法——战略管理。

战略如同用兵，兵法有云“兵无常势，水无常形”，战略亦然。因而战略要随客观事物（如管理对象及其时空情势）的千姿百态而变化纷繁，绝无雷同。故，战略没有固定的模式，不可能标准化。本书自然不是战略的定律和法则。

事物总有共性，战略亦然。战略的共性之一是系统性与过程性。战略并非高深莫测，遥不可及的。恰好相反，战略是由众多的日常工作方法，按某种意图，有效编排，构成系统，进而依次操作，以求达到大幅度变革现实的目的。本书正是按此共性，以物流行业的发展为对象，集纳众多有效的工作方法，系统地、

有序地排列组合成某一城市的物流行业管理战略，并将这个战略视同社会众多行业（泛行业）发展战略的一个示例，期望由此形成人们泛行业的战略思维和战略观念。

本书共分四篇。第一篇为导言，概述了物流理论与实践的发展。第二篇详细介绍了战略的某些概念以及由各种工作方法编列组成的物流行业发展的战略轮廓，包括战略使命的确立、目标体系的制定、战略分解、战略措施、战略控制、战略合成、战略成果的收获等战略操作内容，是本书的主体部分。第三篇讲述了战略的管理，着重介绍了非实体机构（如行业管理）的虚拟管理的特点与要求。第四篇对物流行业战略管理的理论意义与实践意义作出一般评价，并由物流行业引申到泛行业，进而引申到各级政府对社会管理的素质的飞跃提升。

本书由于内容框架特别，相关参考资料甚少，而且作者能力有限，仅为一家之言，盼读者和专家学者们共同参与讨论。若能由于本书对社会理论界与实践家们观念上的冲击，引发不同观点的深入阐述，从而出现百家争鸣的蓬勃景象，则是作者最大的夙愿。

书中引用了国内外学者的部分著述内容，均已有注，顺致谢意。

温 湖

2007. 12

的并本——查据的案核代业行流物以，正

(01) 点呈立

目 录

(71) 类代目野，站制站业行 章四第

(71) 站制站业行，一

(81) 素元制站，二

(81) 第一篇 导 言 站制站，三

(81) 类代制站，四

第一章 物流理论的发展 (1)

(05) 一、物流的实践与理论 (1)

(05) 二、我国的物流发展 (2)

(05) 三、早期对物流功能价值的认识 (2)

(15) 站制站业行，三

第二章 当代对物流功能价值的思考 (6)

(25) 一、物流功能的新探求 (6)

二、当代物流的发展形态扫描 (6)

(25) 三、当代物流尚在认知中的功能价值 (9)

(25) 四、物流行业系统战略是直接命题，求解两项理论

(25) 困惑及一项物流功能价值是隐性命题 (12)

(25) 站制站业行，三

第二篇 城市（地区）物流行业发展的战略管理

(15) 站制站业行，三

第三章 概念的界定 (13)

(15) 一、行业的概念 (13)

(35) 二、战略的核心任务 (14)

(35) 三、物流行业的规划发展需要“多行业互动” (15)

四、协调多行业的互动不是企业的职能 (15)

五、以物流行业为对象的研究——本书的立足点	(16)
第四章 行业战略的构成、程序与分类	(17)
一、行业战略的构成	(17)
二、战略元素	(18)
三、战略程序	(18)
四、战略的分类	(18)
(1)	
第五章 行业战略使命	(20)
(2) 一、行业战略使命与社会进步	(20)
(2) 二、行业战略使命的拟定	(20)
三、行业战略使命在战略中的作用	(21)
(6) 四、物流行业战略使命的个性	(21)
(6) 五、几个共性的物流行业历史使命	(22)
(6)	
第六章 战略目标	(25)
一、战略目标体系在行业战略中的作用	(25)
(12) 二、行业战略目标体系的制定	(25)
三、确立战略目标体系的两种可能	(29)
第七章 战略措施	(31)
(11) 一、战略措施在战略中的意义与作用	(31)
(11) 二、“三者平衡”与目标问题分类分级	(31)
(14) 三、对极度困难问题制定措施的办法	(32)
(21) 四、战略措施缺失的评估	(33)
(21)	

第八章 战略的分解	(34)
(00) 一、战略分解的意义和作用	(34)
(00) 二、战略的分解过程	(35)
(57) 三、战略分解模式示意	(37)
第九章 物流行业网点布局分战略	(39)
(47) 一、物流行业网点布局分战略的意义	(39)
(47) 二、行业现状分析与基于企业的优选	(39)
(57) 三、行业营业网点布局设计	(40)
(87) 四、第三方物流企业的培育计划	(40)
第十章 物流专业人才分战略	(45)
一、物流行业形势与物流人才	(45)
(28) 二、当前培养物流人才两种途径的比较分析	(45)
(28) 三、培养应急物流人才首选是“小专业	(46)
(28) 培训”	(46)
(08) 四、“小专业培训”的培训组织需要细化	(47)
第十一章 第三方物流市场开拓分战略	(50)
(10) 一、开拓第三方物流市场的难度很大	(50)
(10) 二、市场客体的开发	(51)
(10) 三、市场主体的开发	(56)
第十二章 物流行业企业文化分战略	(68)
一、行业文化	(68)
(101) 二、第三方物流需要特殊的企业文化	(68)

► 物流行业系统战略管理

三、个性鲜明而又有效的企业文化,是第三方	章八第
物流企业的生产力	(69)
四、第三方物流企业文化的特征	(69)
五、第三方物流企业文化的一般内涵	(72)
六、物流行业文化的意义	(73)
第十三章 物流运作技术装备分战略	(74)
一、第三方物流供应链的结构	(74)
二、关于仓库的设置	(75)
三、关于运输工具	(78)
四、关于信息技术装备	(79)
五、第三方物流企业素质建设的充分条件	(83)
第十四章 行业发展资金分战略	(85)
一、行业战略中的资金需求	(85)
二、第三方物流企业自身发展所需资金	(85)
三、政府导向性的激励资金	(86)
四、第三方物流企业信贷流动资金	(86)
第十五章 战略的合成	(91)
一、最后的战略操作程序——战略的合成	(91)
二、战略机构合成	(91)
三、战略功能合成	(93)
四、功能合成三步骤都须做出评价	(98)
第十六章 战略成果及其收获	(101)
一、收获战略成果是一个较长的时间过程	(101)

二、可在近期直接收获的战略成果	(101)
三、经过一段较长时间方能收获的间接战略成果	(104)
四、收获战略成果的终极意义	(121)
第三篇 战略的管理	
第十七章 战略的管理与领导	(122)
一、战略管理是战略的三大组件之一	(122)
二、战略成效、管理者及其素质	(122)
三、战略管理机构及其性质	(123)
四、战略管理机构的职能	(125)
五、分战略的管理	(126)
第十八章 战略的进程与运行	(131)
一、制订战略进度计划	(131)
二、编制战略进度计划的要求与方法	(131)
三、战略控制	(132)
四、战略的总结与评估	(136)
第十九章 战略支持系统	(137)
一、统计支持系统	(137)
二、地方财政的战略支持系统	(138)
三、城市卫星定位技术平台的业务支持	(138)
四、城市规划设计支持系统	(139)

(101) 果如湖站内港业直限张五顶 二

第四篇 行业战略管理的理论意义与实践意义

(101) 果如

第二十章 物流行业战略管理的理论意义与实践意义

意义 (140)

一、两种管理思想及其比较意义 (140)

二、物流功能价值的新认知 (142)

(155) 三、两大物流理论困惑的实证研究 (143)

(155) 四、推荐物流行业战略管理的社会价值 (144)

(155) 页素其又善既管 效如湖站 二

第二十一章 对非物流行业战略管理的理论意义

(155) 与实践意义 (145)

(155) 一、对非博弈型社会系统战略的实践意义 (145)

二、行业战略管理提出的新挑战 (146)

(161) 行益已界技的湖站 章八十第

(161) 版长更世湖站下第 一

(161) 者式已求要能版卡更世湖站陆继 二

(161) 陆继湖站 三

(161) 陆继湖站 四

(161) 陆继湖站 章八十第

(161) 陆继湖站 一

(161) 陆继湖站 二

(161) 陆继湖站 三

(161) 陆继湖站 四

(161) 陆继湖站 四

第一篇 导言

本书试图从一个城市（或地区）的城市物流行业发展战略的角度，提出我们的见解：城市是物流企业的聚集地。因为，我们几乎没有看到国内外就这一问题的专门讨论。

第一章 物流理论的发展

一、物流的实践与理论

物流伴随着商品生产和人们的生活需要，古已有之，但人们对它的理解长期处于朦胧的认识之中，并没有形成物流理论概念。直到20世纪第二次世界大战期间，从军事上提出了物流这个术语。20世纪60年代初，物流术语引入经济领域，在经济实践中，不断扩充其内涵，丰富其理论。20世纪80年代欧、美、日等发达国家和地区，已将物流理论推向管理科学前沿的位置。无论是经济学家，还是管理学家，无不对物流理论给予极大的关注，纷纷从各自不同的学术立场，展开对物流的深入探讨和研究，至今已硕果累累。

物流也在世界范围进入了新一轮的蓬勃发展时期。

二、我国的物流发展

我国在 20 世纪 80 年代中后期,不断引进新近发展的物流科学理论。物流学者们结合我国物流行业的发展现状,对物流科学理论进行深入探讨,且在若干方面完善了物流理论体系,扩展了物流实务的内涵,加强了物流科学普及的力度,推动了传统物流向现代物流的跨越,形成了我国物流新的发展时期。

三、早期对物流功能价值的认识

物流业的发展,与物流的功能价值逐步被人们所认识并加以应用,获得应用效益的过程直接相关。

1. 古代的原始物流功能,主要是能为消费者提供“可得性”。

2. 近代物流的功能价值,可以从权威人士对物流的定义中寻找踪迹。

20 世纪 80 年代,国际上最权威的机构对物流的定义有:

(1) 美国物流管理协会 (CLM) 的定义:“物流是为满足消费者需要而进行的原材料、中间过程库存、最终产品和相关信息,从起点向确认购买的消费点之间有效而低成本地流动和存储的计划、实施和控制管理的过程。”^①

(2) 欧洲物流联合会 (ELA) 的定义:“规划、控制和执行从设计、采购、经过生产、销售,直到最终用户的商品

① H.C. 波弗尔著:《物流前沿》,第 1 页。张计划、李铁倩、陈晖译。

流, 目标在于以最小的成本和最小的资金运用来满足市场的需求。”^①

从上述两家权威机构的定义中可以看出, 此时人们对物流的功能价值除了最终消费者的“可得性”之外, 均强调了低成本和最小的资金运用。尤其是日本学者提出的“物流是第三利润源泉”的学说问世以来, 已经在世界范围掀起了追求物流成本效益的新高潮。

3. 20 世纪 90 年代, 人们在物流实践中对物流供应链有了一些新的认识: “人们认为物流既可理解为企业职能, 也可理解为企业原理, 也常常被理解为从企业职能向管理概念的转变。由于这种联系, 人们常常将物流称为供应链。相当一部分的供应链 (SCM) 概念也就作为物流的同义词被广泛使用。”^② 尽管现在更多的人已明确地指出, 物流并非供应链, 物流只是供应链管理中的管理对象而已, 而供应链的概念则要广泛得多。但是, 对物流行业的实践者来说, 总是希望理解得简化些, 大多数人把供应链管理看成物流与信息的管理。

这一时期人们对物流的功能价值的认知, 还是可以从人们对供应链的定义中去寻觅端倪。表 1 列举了 20 世纪 90 年代供应链管理的各种定义。^③

① H.C. 波弗尔著:《物流前沿》, 第 1 页。张计划、李铁倩、陈晖译。

② 同上书, 第 13 页。

③ 同上。

表1 供应链管理定义

作者	定义
Christopher, 1992 年	通过连接上游和下游, 经过不同的环节和活动把商品和服务送达最终用户, 并以此创造价值的组织网络
Cooper/Lambert/Pagh, 1997 年	通过供应链集成所有关键的商务环节就是我们经常所说的供应链管理
全球供应链研讨会, 1998 年	供应链管理致力于在一个由供应商、制造商、销售商和用户组成的网络中管理实物流、信息流和资金流。在有效的供应链管理中这些活动组合和集成在一个企业内部或通过该企业来实施
Buscher, 1999 年	供应链管理与企业的战略性指导观念有关, 它的目标是, 通过整合供应链上的商务环节, 从最初的原材料供应一直到最终用户, 为顾客创造最大的价值
Bowersox/Closs/Stank, 1999 年	供应链管理作为一个以合作为基础的战略, 通过连接组织间的商务活动来分享市场机会。供应链管理是这样一个概念, 它涉及行动的计划、手段和有效、高效地控制资源、制造和销售环节, 其目的在于将产品、服务和相关的信息从起点传递到最终消费者, 最大限度地满足最终用户的需求

从这些定义中不难发现, 人们关注的是: “以此(供应链)创造价值……”, “整合供应链上各商务环节……创造最大价值”, “连接组织间的商务活动来分享市场机会……”

这些定义一致说明了物流的功能是在降低成本的同时，还有创造价值的功能。这就是 20 世纪 90 年代人们对物流功能的认知。一般地说，这种价值，既包括降低成本的利润增加值，最小资金运用节省出的资金利用增值；也包括物流加工的增加值，还包括物流过程转移到物流对象的商品增加值等价值。

全球供应链研讨会也为我们提供了另外一条信息：至今，供应链集成是在企业内部或通过该企业来实现的。

二

主其。除出利非德不，重重利式业新得，得之望世 IS

。不喊点种要

照管业金融统计及业企业数据 1

管业金融数据出而种致由会并同封立得业企业数据干由

宝的（年 8001）“会标册封立得利全”升年 00 立出 00。照

突来业金刻长版通得内业金立量知集由封立得即得即中义

出。得突得突事量大得得宝得一致，目之平正三上，不出。照

登管调。利立（得代业金）会并同得不自封立得业金，前

第二章 当代对物流功能 价值的思考

一、物流功能的新探求

人们为追求物流效益的最大化，在物流实践领域中不断拓宽现代物流的活动空间、活动力度、活动形式以及物流活动的现代化技能，直至现代化技术装备。这就为理解现代物流提供了新的客观依据。按照辩证唯物论的认识论的原理：对客观事物需要实践、认识、再实践、再认识。我们只要深入再认识当代物流的新发展，研究物流进化新特征，探讨其发展新形态，就有可能认识到当代物流新的功能价值。除此，恐怕别无他途。

二、当代物流的发展形态扫描

21 世纪之初，物流业发展迅速，不断推陈出新。其主要特点如下。

1. 制造业企业实行虚拟企业管理

由于制造业企业供应链向社会的延伸而出现虚拟企业管理。20 世纪 90 年代“全球供应链研讨会”（1998 年）的定义中明确说明供应链的集成是在企业内部或通过该企业来实现。也不过三五年之后，这一设定就被大量事实所突破。当前，企业供应链已不断向社会（企业外部）延伸。随着经