

现代

物流业形成发展机理与 推进策略

周启蕾 著

【 XIANDAI
WULIUYE XINGCHENG FAZHAN JILI
YU TUIJIN CELUE 】

3



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

现代 物流业形成发展机理与 推进策略

【 XIANDAI
WULIUYE XINGCHENG FAZHAN JILI
YU TUIJIN CELÜE 】

周启蕾 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



20029078

图书在版编目(CIP)数据

现代物流业形成发展机理与推进策略/周启蕾著. —北京: 北京大学出版社, 2004. 11

ISBN 7-301-07998-2

I. 现… II. 周… III. 物流-产业-研究-中国 IV. F259.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 107450 号

书 名: 现代物流业形成发展机理与推进策略

著作责任者: 周启蕾 著

责任编辑: 胡利国 曹 英

标准书号: ISBN 7-301-07998-2/F·0937

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村 北京大学校内 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn> 电子信箱: pl@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752027

排版者: 北京高新特打字服务社 51736661

印刷者: 世界知识印刷厂

经 销 者: 新华书店

890 毫米×1240 毫米 A5 8.75 印张 220 千字

2004 年 11 月第 1 版 2004 年 11 月第 1 次印刷

定 价: 17.00 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, 翻版必究

前 言

经济全球化是当今世界的一个重要特征。任何国家或地区,要想发展自身经济,都必须积极主动地参与国际市场大循环。全球化既是一个客观事实,也是一种发展趋势,无论承认与否,它都无情地影响着世界的历史进程。

经济全球化使市场的作用范围从一个国家扩展到整个世界,世界经济日益变成一个紧密联系的整体,“无形之手”将在更广阔的范围内优化资源配置、减少资源浪费。它使世界范围内的所有企业都被各种经济纽带更紧密地联系在一起,既相互依存、又相互补充。一方面,随着世界统一市场的形成,世界经济呈现多元化格局,每个企业都有机会占领更大的市场。另一方面,在世界经济全球化的过程中,不论哪个国家,也不论哪个行业的企业都将面临更多的竞争。经济全球化已使企业经营的时空局限不复存在,企业竞争的范围将更加广泛、程度将更加激烈、手段也必将更趋多样化。

在全球性竞争中,包括中国在内的发展中国家由于竞争力较差而在整体上处于不利地位。特别是“入世”之后,关税对民族工业的保护作用和职能正在不断削弱,我国企业面对的竞争压力还会越来越大。

降低产品成本是企业提高竞争力的重要手段。降低成本的传统方法就是尽量节约原材料和劳动力成本,减少物化劳动和活劳动的费用支出。为此,企业采用了许多先进的单项制造技术,如计算机辅助设计与制造(CAD/CAM)、计算机集成制造技术(CIMS)等等。虽然这些方法取得了一定的实效,但在优化技术和资讯信

息已相对发达的今天,人们逐渐感觉到,物化劳动和活劳动的费用节约似乎已走到了尽头,惟有生产、销售活动中物资的流通费用尚存一定的节约空间,是企业的“第三利润源泉”。因此,越来越多的企业开始关注物资的流通过程,采用各种手段降低成本。对这一过程的不断改进和相应理念上的更新,就形成了现代物流的概念。

一般认为,供应链是商流、物流、信息流的统一;物流活动是供应链活动的重要组成部分,物流管理在供应链管理中起着重要作用。从总体上看,物流价值(采购和分销之和)在各种类型的产品和行业中都占到了整个供应链价值的一半左右,易耗消费品和一般工业品的这一比重更大。这也充分说明了物流的微观经济价值。因此,有效地管理好物流,对于提高供应链的价值增值水平,有着举足轻重的作用。

从宏观上看,物流是国民经济的动脉,是连接国民经济各部门的纽带,物流管理的进步与发展是决定国民经济生产规模和产业结构变化的重要因素。同时,它又是生产过程不断进行的前提,是实现商品流通、保障供应链运作的物质基础,现代物流水平已成为一个国家综合国力的重要标志。控制物流成本、减少物流费用,应是我国提高国民经济整体素质的重要手段、是未来发展中新的经济增长点。

随着物流概念在我国的传播,人们对物流的认识不断深化,企业和各级政府发展现代物流的积极性和主动性也在不断提高。但由于我国的国情同欧、美、日等发达国家不同,完全照搬别国的经验和模式往往难以取得满意的效果。在发展现代物流的过程中,我国企业和政府都面临着具体实施方法不明确、找不到切入点的问题。为此,必须对国外物流理论和实践的成果进行消化、改进和吸收,从各种成功的案例中找出其共同的规律,弄清现代物流业形成和发展的一般机理,并结合具体实际,开发出符合我国国情的物流管理和运作方法,以指导现代物流业的发展。

依照以上目标,本书的基本构架如下:

首先,在探讨物流内涵、分类、价值与功能要素的基础上,指出了现代物流的基本特征,阐述了现代物流管理的理论框架;通过对国内外物流业发展的比较分析,指出了我国物流业发展中存在的差距及其宏观与微观原因。

其次,分析了现代物流产业形成发展的环境条件与一般动因,运用交易费用理论解释了物流联盟的形成机理,认为物流联盟是交易协调的“双边规制”在物流领域内的应用,同时还指出交易协调的“三方规制”在物流领域的应用就是第三方物流,并结合核心竞争力理论对第三方物流形成发展机理进行了探讨。

第三,物流系统构建的内容十分广泛,本书仅针对现代物流与传统物流的不同之处,从物流组织形式、配送中心建设、网点布局规划、信息系统建设和系统资源整合等方面分别展开研究。

第四,管理创新是企业发展现代物流的最有效途径。本书从个案分析和统计调查入手,说明了物流服务内容拓展的基本情况,指出了物流服务形式的创新之处;将系统管理思想运用于物流运作的定量优化,建立了一个供应链优化模型;并从供应链整体效益出发考察物流成本,把它分为移动成本和持有成本两大类,在分析各自性状的基础上提出了优化决策方法;研究了物流服务的绩效及其评价体系。

最后,针对企业和政府给出了一些对策和建议。

本书分析了我国企业物流所面临的压力和挑战,建立了企业物流的自营与外购决策模型,分别针对制造、批发与零售企业,提出了物流系统转型的方法和策略;以市场调查为依据,分析了我国物流市场的需求状况,提出了专业物流企业开拓市场的主要目标和方法,还深入探讨了几类传统物流企业融入现代物流的方式与途径,给出了现代物流的业务模式及选择策略。

通过介绍国外政府在发展现代物流业中的主要做法,归纳了

政府在此过程中的主要作用;本书还介绍了深圳物流业发展现状及其有利条件与不利因素,并把深圳作为地方政府的典例,指出了我国政府在发展现代物流业的过程中应采取的管理与协调策略、扶持与规范策略、规划与投资策略。

本书是根据作者的博士学位论文修改完成的。为了增加可读性,作者有意识地对原内容进行了调整,并根据近两年来国内外物流研究的最新成果,借鉴或引用了有关同仁的观点,对书中的内容进行了适当的删增。因此,作者既要对本入读博期间给予过关心和帮助的师长们表示感激,又要对物流领域的众多朋友表示敬意!

物流作为一个独立的概念提出的历史并不长,现代物流学还是一门新兴的交叉学科,还有许多问题有待进一步的深入研究。同时,作者从事物流研究的历史也不长,加之个人的学识和能力都十分有限,书中肯定会存在不少值得推敲的地方,甚至可能还有错误之处。作为初出茅庐的青年学者,作者诚恳地希望得到各界朋友的批评指正。

周启蓓

2004年2月23日

于深圳大学海志楼

目 录

第一章 物流管理理论与实践	(1)
一、物流的概念	(1)
二、现代物流管理理论	(12)
三、国内外物流业发展比较分析	(23)
第二章 现代物流产业的形成机理	(41)
一、现代物流产业形成发展的环境条件	(41)
二、现代物流业形成发展的一般动因	(50)
三、物流联盟的形成机理	(56)
四、第三方物流(TPL)形成机理	(63)
五、现代物流产业的形成与作用	(75)
第三章 现代物流的系统构建	(84)
一、现代物流的管理组织	(84)
二、配送中心的规划与建设	(98)
三、物流网点布局的数量优化方法	(109)
四、现代物流信息系统的构建	(115)
五、现代物流的资源整合	(127)
第四章 现代物流的管理创新	(141)
一、现代物流的服务及其营销	(141)
二、现代物流运作的定量优化	(154)
三、物流成本的性状及其优化决策	(163)
四、现代物流服务的绩效标准及其评价	(174)

第五章 基于物流的企业转型策略	(181)
一、我国企业物流所面对的压力与挑战	(181)
二、企业物流战略的转型策略	(187)
三、我国物流市场的需求潜力及其开发策略	(201)
四、我国传统物流企业融入现代物流的 方式与途径	(209)
五、现代物流的业务模式及其选择	(216)
第六章 发展现代物流产业的政策思路	(225)
一、我国现代物流业发展的总目标和总要求	(225)
二、深圳物流业发展的现状、有利条件 与制约因素	(233)
三、政府的管理与协调策略	(243)
四、政府的扶持与规范策略	(250)
五、政府的规划与投资策略	(260)
主要参考文献	(269)

第一章 物流管理理论与实践

物流活动本身具有悠久的历史,人类社会出现商品交换时也就存在了物流活动。长期以来,人们从不同的侧面对物流活动进行研究,逐渐形成了统一的物流观念,提出了明确的物流概念,建立了物流管理的理论体系。

一、物流的概念

(一) 物流观念与物流管理理论的形成

1. 物流观念的启蒙与产生

从理论上认识物流始于 John F Crowel(1901),此后 Arch Show(1915)初次论述了物流在流通战略中的作用, L D H Weld(1916)提出了市场营销的三种效用,即所有权效用、空间效用和时间效用,这是早期对物流活动较全面的一种认识。将物流活动真正上升到理论高度加以研究和分析的当数著名营销专家 Fred E Clark。他将市场营销定义为商品所有权转移所发生的、包括物流在内的各种活动,从而将物流纳入到了市场经营行为的研究范畴中。另外值得一提的是 Ralph Borsodi(1927),他在《流通时代》一书中,初次使用 logistics 来称呼物流,为物流的概念化奠定了基础。

认识的提高使物流受到重视,但在地位上,物流仍被看作是流通的附属机能,是流通机能的一部分。例如 Clark 就将流通机能划分为交换机能、物流机能和辅助机能三部分。

2. 物流理论的形成

现代市场营销理论认为:顾客满意是实现企业利润的惟一手段,顾客服务是企业经营管理的核心要素,物流在提供顾客服务方面起着重要的作用。因此鲍尔·D.康柏斯(1954)在一次研讨会上发表了题为“市场营销的另一半”的演讲,指出无论是学术界还是实业界都应重视和研究市场营销中的物流,真正从战略高度来管理和发展物流。这次演讲是物流管理发展的一个里程碑,它不仅对物流的认识和研究起到了推动作用,而且对物流管理学的形成产生了直接影响。

Howard T Lewis、James W Culliton 和 Jack D Steele(1956)³人在其合著的《物流中航空货运的作用》一书中提出:航空货运尽管运费较高,但由于它能直接向顾客进行商品配送因而节约了货物的在库维持费和仓库管理费,因此应当从物流费用总体上来评价运输手段的优缺点。他们的研究第一次在物流管理中导入了整体成本的概念,深化了物流活动分析的内容。

1962年,美国著名经营管理学家彼德·德鲁克在《财富》杂志上发表了著名的《经济的黑暗大陆》一文,强调应高度重视流通过程中的物流管理,对物流理论和实践的发展都产生了重要的推动作用。此后,Douglas M Lambert(1976)对在库评价的会计方法进行了卓有成效的研究,指出在整个物流活动所发生的费用中,在库费用是最大的一部分。

3. 物流理论的成熟与物流管理现代化

20世纪70年代末80年代初,美国对运输业放松管制,相继出台了《航空规制缓和法》(1978)、《斯塔格斯铁路法》(1980)、《汽车业法》(1980)和《航运法》(1984),使物流活动的经营环境发生了巨大变化,运输市场实现了全面自由化。运输业的放松管制使物流市场的竞争更加激烈,物流企业为了争取市场,必须做到物流服务高质量和低成本,同时尽量在服务内容上实行差别化,以满足不

同客户的需求,这对物流管理提出了更高的要求。

从理论上,MRP、MRP II、MRP III、DRP、DRP II、JIT 等先进管理方法已经在物流管理中得到运用,人们已经认识到需从生产的全过程来把握物流管理,而计算机等现代科技的发展,为物流全面管理提供了物质基础和手段。1989 年, Graham Scharmann 在《哈佛商业评论》上发表了题为《物流再认识》一文,指出现代物流对市场营销、生产和财务活动具有重大影响,因此,物流应该在战略意义上得到企业高层人员的充分重视。最具历史意义的是 1985 年美国物流管理协会正式将其名称从 National Council Of Physical Distribution Management 改为 National Council Of Logistics Management,从而标志现代物流观念的确立以及对物流战略管理的统一化。

4. 物流管理理论和实践的纵深化发展

80 年代中期以后,随着人们对物流管理认识的提高,经济环境、产业结构和科学技术的迅猛发展、物流理论和实践开始向纵深发展。在理论上,人们越来越清楚地认识到物流与经营、生产紧密相连,已成为支撑企业竞争力的三大支柱之一。1985 年, Harris D William 和 James R Stock 在密西根州立大学发表了题为“市场营销与物流的再结合——历史与未来的展望”的演讲,并指出,从历史上看,物流近代化的标志之一是商物分离,但是随着 1965 年以 Simon S Leonard 为代表的顾客服务研究的兴起,在近 20 年的顾客服务研究中,人们逐渐从理论和实证上认识到现代物流活动对于创造需求具有相当大的作用。因此,在这一认识条件下,如果再像原来那样在制定营销组合特别是产品、价格、促销等战略过程中,仍然将物流排除在外,显然已不适应时代的发展,因此,非常有必要强调营销与物流的再结合。这一理论已对现代物流的本质给予了高度总结,也推动了物流顾客服务战略以及供应链管理战略的研究。

(二) 物流的内涵与分类

1. “物流”术语的由来

1965年,日本派出“流通技术专业考察团”,由早稻田大学宇野正雄教授率领专家学者一行12人赴美国考察,历时一个多月,理清了日本以往称为“流通技术”的内容就相当于美国的 physical distribution(PD),此后日本亦将此类活动改称为PD。1964年,池田内阁“五年计划”制定小组的平原直谈到PD这一术语时,将其翻译为“物的流通”,并在1965年的政府文件中正式采用,以后这一术语又逐渐被简称为“物流”。从引进物流概念到20世纪70年代的近20年间,日本逐渐发展成为世界上物流最发达的国家之一。

第二次世界大战期间,围绕战争物资的供应问题,美国军队有两个创举:一是建立了“运筹学”(operation research)的理论体系;二是提出了“后勤学”(logistics)理论,并将这些理论运用于战争活动中。其中“后勤”是指将战时物资的生产、采购、运输、配给等活动作为一个整体进行统一布置,以求战略物资补给的费用更低、服务更好。

战后,后勤一词在企业中得到广泛应用,并出现了商业后勤、流通后勤的提法,使后勤的外延推广到生产和流通等领域。经过长时间演变之后,logistics的范围已经远远超出了原先“后勤”的范畴,其内涵也比PD更为丰富。在往后的70多年里,logistics的严密性使它逐渐取代了PD在企业中的地位。

物流概念传入我国主要有两条途径。一是20世纪60年代末直接从日本引入“物流”这个名词,并沿用“PD”这一英文称谓;另一条途径是80年代初,物流随着欧美的市场营销理论传入我国。欧美的“市场营销”教科书中,几乎毫无例外地都要介绍PD,使我国的营销领域逐渐开始接受物流观念。80年代后期,当西方企业

用 logistics 取代 PD 之后,我国和日本仍把 logistics 译为“物流”,有时也直译为“后勤”。1988 年我国台湾地区开始使用“物流”这一称谓,1989 年 4 月,第八届国际物流会议在北京召开,“物流”一词的使用日益普遍。

2. 物流的基本含义

对于物流的具体含义,不同国家、不同机构和不同的研究者都有不同的理解。目前美国就至少有四个派别:一是管理学派,以美国物流管理协会为代表,从管理的角度给出物流的定义;二是工程学派,美国物流工程师协会从工程、技术、系统设计的角度来讨论和认识物流;三是军事学派,它把物流的对象归纳为商品、人员、服务和设备四个方面,以保障供给为第一目标,提出物流的定义;四是企业学派,从企业实际运作的角度来分析企业如何把运输、仓储、装卸搬运、流通加工和信息等环节集成起来。

美国物流管理协会(CLM)认为物流是“有计划地将原材料、半成品及产成品由生产地送至消费地的所有流通活动。其内容包括为用户提供需求预测、情报信息联系、物料搬运、订单处理、选址、采购、包装、运输、装卸、废料处理及仓库管理等服务”。因此它将物流定义为:“为了符合客户的要求所发生的、从生产地到销售地的物质、服务和信息的流动过程,以及为使保管能有效、低成本进行而从事的计划、实施和控制行为。”

相比之下,日本通商产业省运输综合研究所的物流(PD)定义十分简单。他们认为,物流是“商品从卖方到买方的全部转移过程”。

物流概念传入后,我国众多研究机构和学者也提出了自己对物流的理解。其中原国内贸易部产业发展司就认为:物流(PD)是以最小的费用,按用户要求,将物质资料从供给地向需求地转移的过程。主要包括运输、储存、包装、装卸、配送、物流加工和信息处理等活动。

还有一种 7R 定义法,认为物流(logistics)就是“在恰当的时间、地点和恰当的条件下,将恰当的产品以恰当的方式和恰当的成本提供给恰当的消费者”。在该定义中,用了七个“恰当”(right),故称为 7R 法,这一定义深刻揭示了物流的本质。

2001 年 7 月,中国物流与采购联合会颁布了“中华人民共和国国家标准物流术语”,该标准将物流定义为:物品从供应地向接收地的实体流动过程。根据实际需要,将运输、储存、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。

3. 物流的分类

社会经济领域中,物流活动无处不在。但由于这些物流活动的对象、目的和形式各不相同,形成了不同类型的物流。目前在物流分类标准方面尚无统一的认识,国内外在物流的分类和称谓上都比较混乱。为了以下研究和论述的需要,这里有必要澄清几类物流概念。

(1) 传统物流和现代物流。从物流的定义可以看出物流活动是自古就有的,只不过随着管理技术的进步,现代物流在目标、方法和手段方面出现了新的特点,才逐渐成为人们研究和讨论的热点。

国内在这方面的认识还没有统一。一方面现代物流的称谓为人们所熟知;另一方面,很多人却不承认传统的运输、仓储等活动为物流活动,给它们冠以“准物流”或“类物流”的称谓。如果我们提出这样的问题:与“现代物流”所对应的“传统物流”是什么?超出“类物流”之上的“物流”与“现代物流”又有何区别?显然,根据以上理解是难以回答这些问题的。因此,本书从广义上理解物流,认为“现代物流”代表了 logistics 的含义,与“现代物流”所对应的“传统物流”就是对传统运输、仓储等所谓“类物流”活动的一种统一认识,“传统物流”与“类物流”之间并无本质区别,而“物流”则是对所有这些概念的总称。现代物流与传统物流之间的区别可以从

表 1-1 看出。

表 1-1 现代物流与传统物流的区别

内 容	传统物流	现代物流
物流服务特点	各种物流功能相对独立 无物流中心 不能控制整个物流链 限于地区物流服务 短期合约	广泛的物流服务项目 第三方物流被广泛采用 采用物流中心 供应链的全面管理 提供国际物流服务 与全球性客户的长期合作
物流服务管理	价格竞争 提供标准服务	以降低总物流成本为目标 增值物流服务 为顾客提供“量身定做”的特殊服务
物流信息技术	无外部整合系统 有限或无 EDI 联系 无卫星定位系统	实时信息系统 与顾客、海关等的 EDI 联系 卫星跟踪系统 存货管理系统
物流管理	有限或无现代管理	全球质量管理 时间基础管理 业务过程管理

(2) 企业自营物流、外购物流、第三方物流。在物流出现的早期,绝大部分物流活动都是由需求者自身完成的,即使发展到今天,仍有相当大部分物流活动没有走向市场,这类物流活动称为企业自营物流。

随着市场竞争的加剧,社会分工日益细化,商品的供给主体和需求主体作为市场中的第一方和第二方逐步退出物流操作领域,而由专业的物流企业以第三方的身份来完成二者之间的物流任务,这种类型的物流就属于外购物流。外购物流的市场需求除了来自企业外,还有一部分来自个人、家庭、社团、政府或其他机构,我们将它们统称为物流需求者,此时的物流企业亦可称之为物流供给者、物流服务商或物流提供者。为了使需求企业与作为供给

方的物流企业区别开来,本书一般将前者称为厂商或工商企业,将后者称为物流企业,物流企业面向整个社会,为公众提供物流服务。

专业的物流企业如果采用了现代物流管理的方法和手段,并以合同的形式为客户提供个性化服务,则可以称为第三方物流(third party logistics, TPL),此时的物流企业便称为第三方物流企业。因此,第三方物流首先应该具有现代物流的特征,传统物流企业所提供的服务不能称之为第三方物流。

(3) 其他分类。除了以上几组概念外,还可以根据供应链过程将物流划分为采购物流、生产物流、销售物流、回收物流和废弃物流;以企业边界为标准将物流划分为企业内物流和企业外物流;按物流活动的适用性划分为一般物流和特殊物流,等等。

(三) 物流的价值与功能要素

1. 物流的价值

亚当·斯密在《国富论》中指出:“社会分工的广度依存于市场的扩大”,而市场的扩大又必须以物流活动来支撑。物流推动市场范围的扩大,从而促进了社会分工的发展;反过来,社会分工的发展又拓展了市场范围,使物流需求不断增加,所以,物流与经济的市场化程度密切相关。在市场经济日益成熟的阶段,生产与消费之间的空间差异越来越大,时间效用也越来越多样化,并且要求越来越高,使物流创造价值的方式也越来越多。

(1) 物流创造的空间价值。社会分工的主要依据是各地生产要素价格的不同,这往往会使商品在需求地的价格高于生产地的价格,从而使商品具有克服这种空间差异的经济驱动力。物流通过消除商品的这种空间差异,使之从低价值的生产地流向高价值的需求地,实现商品价值的增加,这种价值增量就是物流所创造的空间价值。