





1000

1000

1000

1000



中國海關出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际物流职业经理人知识体系指导/陆军, 奚巍主编. —北京:
中国海关出版社, 2008. 8
ISBN 978-7-80165-546-2

I. 国... II. 陆... 奚... III. 国际贸易—物流 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 107547 号

国际物流职业经理人知识体系指导

GUOJI WULIU ZHIYE JINGLIREN ZHISHI TEXI ZHIDAO

作 者: 陆军、奚巍主编

责任编辑: 普娜 高传杰 黄华莉 左桂月 冯菲

出版发行: 中国海关出版社

社 址: 北京市朝阳区东土城路 14 号 邮政编码: 100013

网 址: www.haiguanbook.com

编 辑 部: 01085271833-672 (电话) 01085271536 (传真)

发 行 部: 01085271608/09/10 (电话) 01085271611 (传真)

社办书店: 01065195616 (电话) 01065195127 (传真)

北京市建国门内大街 6 号海关总署东配楼一层

印 刷: 北京市白帆印务有限公司 经销: 新华书店

开 本: 880mm×1230mm 1/16

印 张: 35 字数: 720 千字

版 次: 2008 年 8 月第 1 版

印 次: 2008 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 98.00 元



海关版图书, 版权所有, 侵权必究

海关版图书, 印装错误可随时退换

编 委 会

顾 问：叶 剑

主 编：陆 军 奚 巍

编 委：申明江 林 玲 王他一 樊 婷 张 成
刘 刚 李秀文 刘著名 洪暹滔 王 红

序

经济全球化趋势深入发展，生产要素流动和产业转移加快，口岸管理与世界经济的相互联系日益增强。国际物流是经济全球化的物质体现。口岸是国际物流的必经通道。口岸物流是国际物流的重要区段。站在口岸制高点，纵观国际物流态势，掌握国际、国内两个市场与物流相关的信息流、资金流和统计数据，可以有力推动口岸通关效率提高，促进国际物流畅通。口岸通关是一套综合系统，包括海关、边检、检验、检疫、海事等多个部门，通关效率的提高不能单纯依赖监管查验部门工作方式的改进，也要不断提高国际物流从业人员的综合素质，扩展知识结构，共同落实“守法便于”原则。

《国际物流职业经理人知识体系指导》一书，是物流职业经理人能力提高的指导。该书从商业道德、创新思维、资金融通、市场营销、核心竞争力提高等 12 个方面提出了物流职业经理人知识体系构成的指导意见。该书是从经济全球化趋势深入发展，我国入世后过渡期和“十一五”规划中提出要大力发展现代物流这个大背景出发，结合国际物流企业管理的基础要素形成的系统思维和方法论。

我希望该书的出版发行，会有利于国际物流人才综合素质的改善，会有利于中国物流业的可持续发展，会有利于中国现代物流业的核心竞争力的提高。

叶 剑

叶剑先生：现任中国口岸协会会长、北京交通大学客座教授、中国交通运输协会顾问、中国产业海外发展和规划协会顾问，曾任国家海关总署领导、国家口岸办公室主任。

前言

《国际物流职业经理人知识体系指导》是国际物流职业经理人之“圣经”，之所以说是“圣”，是因为它集国际物流精英之精髓之灵魂；之所以称为“经”，是因为传承国际物流企业之历史创新之根本。

世界正在变得越来越平，全球化是 20 世纪 80 年代以来在世界范围内日益凸现的新现象，是当今时代的基本特征。我们不难发现美国品牌、欧洲技术、中国制造的价值链模型在日常生活中比比皆是。从物质形态看，全球化是指货物与资本的越境流动，经历了跨国化、局部的国际化和全球化的几个发展阶段。在此过程中出现了相应的地区性、国际性的经济管理组织与经济实体及文化、生活方式、价值观念、意识形态等精神力量的跨国交流、碰撞、冲突与融合。

众所熟知的 WTO 正是全球经济一体化的外化。提升自由贸易，在商品方面，较少或消除关税，通过建立自由贸易区来降低关税；在资金方面，减少或消除资金控制，减少或消除对当地产业的津贴补助以达到公平贸易。知识产权保护在国家间对知识产权法律进行协调，跨国界承认知识产权限制等。此外，近年来，一体化还表现在：全球范围内通用标准数目增长（例如版权法），国际贸易比世界经济更快增长，由跨国公司控制世界经济的股份增长，全球金融体系发展，文化多样性减少，在互联网和电话等技术支持下共享信息资源不断增长。

总的来看，全球化是以经济一体化为核心，并逐渐向制度并轨化、政治多极化、文化对话化、宗教信仰对抗化等方面发生影响和制约的多元化概念。

随着全球贸易和全球价值链体系的迅速发展，以及跨国公司及其资本的不断扩张，我国的民族经济面临着越来越大的压力和冲击，对发达国家的依附性也不断增加。中国的经济结构有一定的缺陷，市场交换能力和专业化分工程度的分布是不均衡的，所以给制造业、物流业带来了极大的困惑。随着汇率、税率、通胀率的指数变动，中国的制造业、物流业将面临更大的危机。

困惑是创新的起点，但创新不是模仿和移植概念即可完成的。而今天，中国物流业的创新大多是以某种凝固的原则为标准，这种原则在特定的情形中是适当的，但创

新者却往往把它当作普适的标准到处套用，从而使它本身陷入不能自圆的困境，这种创新不顾实际情况，生硬嫁接，因而是僵化的、静态的，缺乏变通性和适应性。

近年来，中国的供应链发展迅猛，这也是物流企业在寻找变革的方法与工具的结果，看起来是静态走向了动态，其本质依然是固化的、抽象的。供应链是没有固定模型的，但纵观目前中国企业的供应链管理，基本上是固守原有的契约结构，要素流动的速度并没有加快，尤其是在账期上陷入无奈。在供应链上，即使信息流、物流速度不断加快，而资金流速度缓慢，那么长此以往，这条链也将成为病链或死链。中国的很多企业正处于产品的动态均衡与资金要素的静态均衡两难中。

物流从业者、管理者、决策者应全面而完整地理解经济周期、契约精神、商业道德、物流金融、商业模式、公司资本、组织结构、管理工具等等，才能对物流企业发展的认识有周全性和广度；具体而深入地考察物流所关涉的一切现象，才能对企业发展的认识有针对性和深度，通过静态的整体与动态的要素辨别物流市场的非理性和理性。

发展的难题在于如果你遗忘了发展的目的，那么发展就将会被发展本身异化成一种颓废和荒唐，这正是中国经济改革在启蒙和媒介方面的一大软肋。正如中国物流教育内容的抽象化与物流知识需求的具体化之间存在巨大的冲突，以及物流教育形式的单一化与规模经济的标准化之间存在突出的矛盾。

经济发展靠科学技术，科学技术发展靠人才，人才发展靠教育，教育发展靠开发人的思维与潜能来实现。但中国传统思维方式却往往忽视了对于实际情况的吸纳，而多以主见为前提作为演绎和推理，这是根本性的错误。管理知识有真伪、优劣之分，验证什么是对的或好的不在于逻辑上的严谨或一时的流行，而在于是否可以实现及能否取得成果，而成果必须对一个公平、健康的社会有建设性。

诚然，我们已经进入知识经济时代，社会伦理的转型时代，企业价值的更新时代，不再是靠一个点子，靠抄袭和模仿，靠权钱勾结，靠煽动欺骗的、荒谬的经营之道来获得价值或创造客户，而是需要系统地、理性地、科学地吸收现代企业制度和精髓，秉承“诚信为本、操守为重”的专业精神，富有层次地学习与理解新经济时代的资本与产业、组织与分工、经济思维、商业思想、商业模型、运作程序等职业经理人所必须具备的前沿知识。我们虽然迈进了 WTO，但是从发展到发达，从经济大国到经济强国还有很长的路要走。

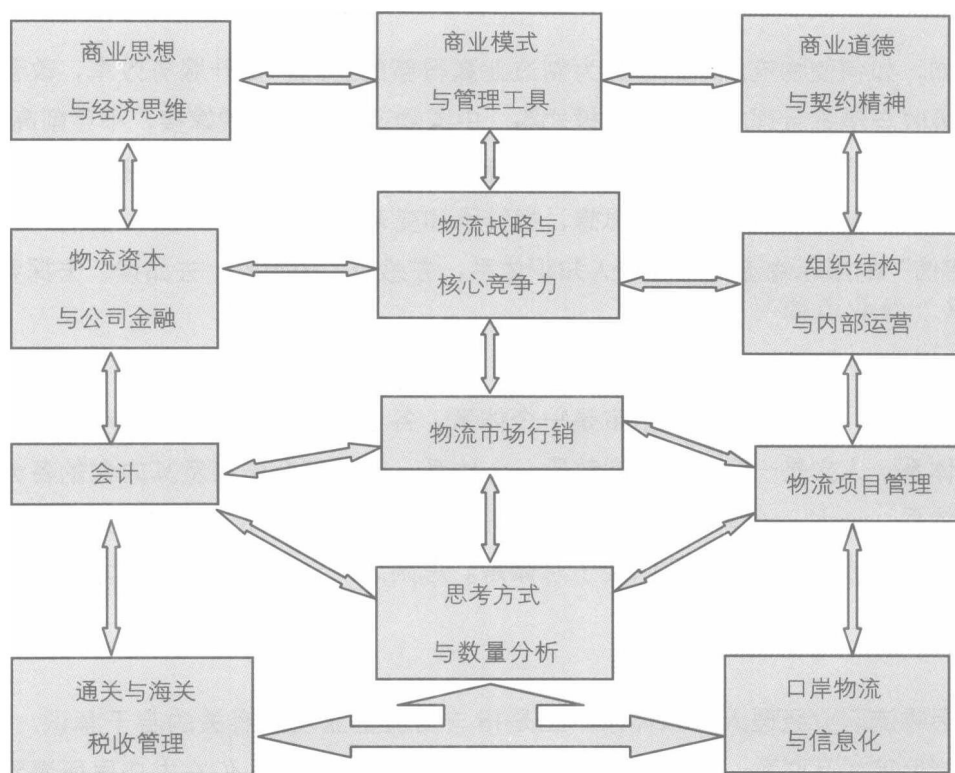
例如，如何使物流成本的下降为制造业赢得新的空间，提升服务效率，改善服务功能，吸收与借鉴合理的商业赢利模式等。中国物流业不可生硬嫁接，不可削高就低，更不可急于求成、急功近利，而是要深入把握时代发展趋势，把当下性与前瞻性统一起来，本着创新原则，吸纳前人思想，把继承和变革统一起来。今天，我们一起走进“美亚智信”的国际物流职业经理人知识体系，去感受、去吸收、去品读、去探索、去研究。

关于体系，往大了说，全宇宙是一个体系，各星系是一个体系；往小了说，社会是一个体系，人文是一个体系，宗教是一个体系，甚至每个学科及其内含的各分支均是一个体系，一人、一草、一字也都是一个体系。大体系里含有无穷无尽的小体系，众多小体系构成了一个大体系以至于总体系。总则为一，化则无穷，反之亦然，这就是体系。

国际物流职业经理人知识体系，正是指与物流企业发展有关的若干意识、技术、信息、制度等相互联系、相互补充的一个知识整体，而不是人们在书店里所看到的有关仓储、配送、供应链、电子商务等物流功能要素的基础知识，更不是有关叉车、码头、扫描、危险品等物流基层操作知识。这就是所谓的知识边界，知识边界从本质上反映着组织间的关系与互动。

然而，目前，中国物流教育正处在知识边界混沌状态，物流员、物流师、物流经理、资格证书、认证会员等培训指定的教材，经过某些特殊的权力话语，堂而皇之地在物流业界扩散开来，为初级开放的中国物流市场提供了粗俗的“时尚”理念。它们唤醒了物流从业人员对证书的权力的记忆，同时也瓦解了物流教育自身的逻辑语义。所以，知识边界的复杂性显著增加了诱发机会主义行为，并降低了知识转移和创造的效率。

国际物流职业经理人知识体系，设计 12 类子系统，涉及伦理道德、思维方法、管理工具、经济常识、口岸信息，引导职业经理人进行宏观的战略思考和微观的程序操作，感受崇高的人文关怀与普适的价值认同。12 个体系既各自独立，又相互依存，形成自我生产、自我参照的充分的知识过程，不仅能满足在职经理人的工作指南的需求，同时可以为即将就业的大学生提供预期的知识理解，即便是一无所知的初学者也会感受知识体系精炼而流畅的理念，而那些已建树屡屡的成功者也仍然会从体系深刻、独创的见解和全面、系统的互动中获益匪浅。12 大知识体系关联如下图所示。



国际物流职业经理人知识体系图

陆军

2008年6月

目 录 contents

第一章 商业道德与契约精神	1
商业道德与企业伦理	3
伦理与道德	3
商业道德	3
企业的社会责任	4
相对性	4
利益相关者分析	6
企业伦理的定义	7
企业伦理与企业文化	7
企业伦理的范围	8
伦理——企业赖以生存的基石	9
伦理道德在企业经营管理中的作用	10
企业伦理是现代企业制度和管理中不可缺少的软件	10
企业伦理建设	13
企业伦理建设中的误区	15
加强企业伦理道德建设的途径	17
伦理与道德的实验	18
契约精神与契约自由	20
契约的内涵	20
契约自由	25
全球契约	29
全球契约的内容	30
全球契约的意义	30
诚信为本 操守为重	32
诚信原则	32
E—315：9000 国际信用管理体系的设计原理	35
操守概述	39
物流从业人员职业操守规则范本	43

“商业道德守则” 典范	47
典范一：仲量联行商业道德守则	47
典范二：爱立信商业道德守则	57
典范三：欧洲中世纪行会道德准则	64
物流合同范本	68
范本一：航空货物运输代理协议	68
范本二：出资合同	71
范本三：国际船运代理协议（FCL）	76
范本四：货运代理协议（与客户）	79
第二章 商业模式与管理工具	83
商业模式	85
物流商业模式比较	87
商业模式创新	108
成功商业模式要素	108
目标管理	125
目标管理的含义	125
目标管理的基本程序	126
对目标管理体制的分析	127
德鲁克 “1358”	128
管理的定义	129
使命、远景、价值观	131
管理的三大任务	132
管理者的 5 项工作	138
企业需要设定目标的八大领域	140
泰勒科学管理	148
工作定额原理	148
挑选头等工人	149
标准化原理	150
差别计件工资制	151
劳资双方的密切合作	153
建立专门计划层	154
职能工长制	154

例外原则	155
实践应用	156
第三章 组织结构与内部运营	159
组织结构模式	161
组织行为学中“组织结构”的概念	161
管理学中“组织结构”的概念	161
组织结构的要求	161
组织设计中的关键活动	161
组织结构需满足的条件	162
组织结构设计的六要素	163
组织结构的形式	166
变革与创新	171
组织结构变革的定义	171
组织变革的类型与过程	171
物流组织的变革与流程再造	172
物流企业组织的革新思路	173
激励机制	174
激励机制五要素	174
激励机制的作用	176
激励机制的运行模式	177
激励机制运行中的信息交流	178
激励机制模型中的 3 条通路	178
员工激励机制模型	179
激励机制的设计	183
权利分配	188
“用户得利”是企业存在与发展的基本前提	188
“商家赚钱”是企业繁荣兴旺的象征	188
在良性循环中实现“企业发展”	189
“员工增值”是企业生机与活力的集中表现	189
领导力	190
领导力的概念	190
发展领导力的重要性	191

领导力与战略	192
弥补差距	193
领导者应具备的六商	195
领导者所需具备的特质	196
领导者与管理者的联系与区别	197
提升领导力所需做的 7 件事	198
执行力	199
执行力的定义	199
执行力不高的原因	200
如何提高执行力?	200
管理者执行力的素质要求	201
“532” 绩效考核模型	203
什么是“532”绩效考核模型?	203
“532”绩效考核模型内容介绍	203
“532”绩效考核模型的特点	204
第四章 物流资本与公司金融	207
企业资本	209
有限责任公司	209
股份有限公司	210
合伙企业	210
中外合资经营企业	211
外商独资企业	211
物流企业的设立	212
公司金融	215
财务管理	215
投资组合管理 (Investments)	236
公司金融小结	256
第五章 会计	257
会计准则	259
会计的基本概念	261
财务报表	264

资产负债表	264
利润表	267
现金流量表	270
财务计划	273
财务计划的概念	273
财务计划编制程序	274
财务计划编制方式	274
财务控制	274
财务控制的特征	275
财务控制的种类	275
财务控制的手段	275
财务控制的实施方式需要创新与整合	277
财务分析	277
财务审计	279
财务审计的目的	279
财务审计工作程序	280
审计报告	280
成本管理	281
成本管理的目标	281
成本管理的职能	281
先进的现代成本管理系统	283
税收管理	284
税收筹划的概念	284
税收筹划的原则	284
税收筹划的方法	285
税收筹划的思路	286
管理会计	287
管理会计的职能作用	287
管理会计的方法	288
管理会计的发展	291
第六章 物流市场行销	293
行销战略规划	295

市场营销	295
企业 4P 营销组合	297
物流企业 4C 营销策略	299
快递市场的营销	300
第三方物流企业的营销	302
港口的营销	305
市场细分	309
市场细分的意义	309
什么时候使用市场细分	310
市场细分的重要作用	310
如何进行市场细分	310
物流企业客户关系管理	314
第三方物流企业客户的特点	315
第三方物流企业客户关系管理的框架设计	317
第三方物流企业客户关系管理的实施建议	318
创造客户价值	321
促销	322
广告	323
个人销售	324
促销	324
公共关系与宣传	326
直销	327
渠道	328
什么是渠道	328
渠道的作用	328
工业计算机中典型渠道分销模式	328
成功分销的关键点	328
大型超市成功关键因素	329
价值模式成功关键因素	329
销售代表成功关键因素	329
交易成功关键因素	329
渠道合作伙伴的选择标准	330
渠道评价标准	330

渠道管理	330
营销效益分析	334
成本是多少	335
盈亏平衡点是多少	335
盈亏平衡点相对于相关市场是否合理	336
投资回收期有多长	337
小结	337
第七章 商业思想与经济思维	341
《哈佛商业评论》	343
经济学是思维的工具	346
做事情是需要成本的	346
人们的行为是会调整变化的	347
经济运行是以个人为基础的	348
凯恩斯(Keynes)与弗里德曼(Friedman)	348
国民生产总值、通货膨胀和凯恩斯观点	349
支出与收入在国民经济中的循环	351
经济增长与货币主义学派观点	352
你需要知道的几位经济学家	354
国际宏观经济学	355
国际收支	356
汇率和购买力平价	357
国情分析	358
长尾法则	360
法则 1: 让存货集中或分散	360
法则 2: 让顾客参与生产	361
法则 3: 一种传播途径并不适合所有人	361
法则 4: 一种产品并不适合所有人	362
法则 5: 一种价格并不适合所有人	362
法则 6: 分享信息	363
法则 7: 考虑“和”，不要考虑“或”	363
法则 8: 让市场替你做事	364
法则 9: 理解免费的力量	364