

物流案例-----海尔全球化品牌战略不能回避的三道坎 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/183/2021\\_2022\\_\\_E7\\_89\\_A9\\_E6\\_B5\\_81\\_E6\\_A1\\_88\\_E4\\_c31\\_183624.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/183/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E6_A1_88_E4_c31_183624.htm) 我国的物流企业为发展壮大，有着各自不同的策略和举措。其中中铁行包和中邮的合作案例给我国物流业的发展提供了极具意义的启示，是适合我国国情的具有战略意义的发展道路。

一、一次社会资源整合的跨越 为应对外来的冲击，中铁行包公司与邮政部门进行了跨行业、跨部门的战略合作，两家共同出资组建新时速速递有限责任公司，开发以行邮专列为主要载体的运输产品，达到社会快递资源配置最优化，实现由内部改革到社会资源整合的跨越。通过建立行包基地之间的干线快速通道，形成新的行包运输网络化体系和干支结合、覆盖全国的物流服务体系，实现由以运输为主到提供全程物流服务。2004年4月18日，伴随铁路第五次提速，中铁行包公司与邮政系统联合向社会推出全新的产品开行京广线、京沪线、京哈线行邮特快专列。按照双方协议，铁路将列车行李向邮政开放；邮政将中心局枢纽、投送网络等设施对铁路开放。双方还将在邮政储蓄服务、代售铁路客票、到达货物通知和信息技术等领域寻求合作项目。铁路的干线与邮政的配送网络相结合，将构筑规模庞大的服务网络。对于现代物流而言，越来越倾向于大型化、智能化。中铁行包将自己的铁路运输系统与邮政的网络投送系统整合，通过资源互补实现网络规模的扩张，从而可为客户提供更为全面的服务产品，吸引更多的客户，降低单位产品成本，实现规模经营。

二、中国物流业的比较劣势 随着改革开放的步伐，中国物流业的发展具有了一定

的活力，物流能力有了较大的提高。尽管如此，从总体判断，我国的物流业仍处于从传统物流向现代物流转轨的初级阶段，国内物流企业与现代物流跨国巨头仍有较大差距。由于物流行业为规模经济显著的行业，而大型跨国物流公司行业进入早，积累了大量资本，在全球布设了发达健全的网络系统，其经营战略以全球为出发点，规模效益十分明显。相比之下，本土物流企业大多经营时间较短，资金缺乏，规模有限。此外，跨国物流巨头应用先进的信息技术，不断提高服务水平和效率，可为客户提供及时高效的物流服务。我国物流企业要达到这一水平还需要经过长期艰苦的努力。2005年中国的物流和快递市场将向外资全面开放，跨国物流企业进入中国后可凭借其雄厚的资本迅速扩张，抢占国内市场，并以其在全球的网络优势，可为跨国企业提供全程全面的物流服务。在全球化优势方面，本土企业更是无法比拟的。

以TNT快递为例，其在全球已有超过50年的运作经验，服务范围覆盖全球200多个国家和地区。TNT的IT系统是全球十大私有化系统之一，其GlobalLink系统是全球最大的20家商业网络之一，通过这个覆盖范围广泛的信息服务中枢，TNT可以在帮助客户节省费用的同时，提供更多灵活性的服务。通过上述对比可以看到，我国物流企业与跨国物流巨头相比，在物流技术、管理水平、人力资源及规模经营方面有明显的劣势。单就物流业要求的规模经营而言，国内物流企业的网络规模远远不及跨国物流巨头，通过规模经营降低成本提高竞争力的能力远远不足。而中铁行包和中邮的合作正是为了实现优势互补，提高网络的覆盖范围和深度，实现规模经营效益。

三、中国物流业的应对策略 应当看到，我国的物流企业

也有自己的优势，例如熟悉市场环境，劳动力价格低廉，有相对固定的流通渠道等。虽然我们面临着跨国物流巨头的强大挑战，但也面临着发展壮大的机遇。由于世界制造中心移向中国的趋势，同时也带来了巨大的物流需求。而且外资进入中国物流市场还仅仅是“东进序曲”，中国物流业必须牢牢把握这个机遇，整伤业界实力，跟进战略布局。

- 1、高起点提升企业的技术水平，争取后发优势。据悉，国际物流解决方案巨头莱姆达商务系统有限公司已经带着其最先进的物流解决方案AWACS,STREAM系统进入中国市场，建立全球第三大研发中心。物流企业应充分利用这些先进的技术方
- 2、尽快进行企业间的资源整合，进行战略联盟。尽管我国物流企业为数众多、分布广泛，可基本处于各自为政的状态；企业拥有一定的物流设施，服务局限于本地区或物流服务的某一环节。为应对挑战，中国的物流企业应该根据我国国情及我国物流企业特点，走适合我国物流企业发展的道路，尽快进行企业间的资源整合，进行战略联盟，实现优势互补。这样既可以在短时间内实现规模的扩大，又可以充分利用基础设施和客户资源，发挥各联盟成员本身的特点和优势，为客户提供覆盖更广泛、更全面、经济的物流服务。
- 3、国有大型物流企业实行跨行业联盟。我国的铁路、航空、邮政等经过数十年的发展网络覆盖了整个中国，网络主干分支健全发达。如将其网络连接，实现优势互补，就可以形成更为严密的物流网络体系。例如中铁行包与中邮合作案例，把铁路网络与邮政网络相结合，把邮政发达的网点作为接受和配送货物的窗口，把邮政中心局改建成大型的邮政物流集散基地，然后

通过四通八达的铁路干线把货物运送到目的地的邮政中心，再进行集中分捡和配送，从而为客户提供更为周到、快捷、便利的服务。并可通过一体化、规模化的操作为客户提供低成本的服务。笔者认为，在进行实体网络整合的同时，必须加强信息网络平台的建立，保障网络系统间、系统客户间信息的流畅。真正实现及时高效的物流服务。同理，航空、运输、邮政、仓储等企业可根据各自的实际情况进行优势整合。国内整合基本完成之后，可伺机与国际航空公司、国外物流企业进行横向联合，实现由国内经营到国际经营的跨越。

4、中小物流企业进行跨地区战略联盟。我国的中小物流企业无法满足现代经济要求的全程大范围物流服务，无法实现规模经营。而网络的扩展、规模经营的实现需要相当长的时间，需要大量资金的投入。中小物流企业应通过地区间具有优势互补企业的联合，实现网络的扩展，这样既不需要投入更多资源，也不受更多的外部客户条件制约，还能在保持企业现有地位的基础上，短时间内提高市场竞争能力。由于我国中小商业企业为数众多，因此企业联盟必须把握住这一客户资源，立足国情开发物流产品。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)