

“ 中铁现代物流 ” 的企业运作经验 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/260/2021\\_2022\\_\\_E2\\_80\\_9C\\_E4\\_B8\\_AD\\_E9\\_93\\_81\\_E7\\_c31\\_260498.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/260/2021_2022__E2_80_9C_E4_B8_AD_E9_93_81_E7_c31_260498.htm) 中铁现代物流科技股份有限公司（以下简称中铁现代物流）是具有深厚铁路背景的大型第三方物流企业，公司组建时间不长，但发展却很快。这完全依赖于公司所拥有的几大优势：人才、体制、战略和网络。公司在物流的运作和发展中总结了以下几方面的经验：一、坚持以人为本，选拔培养物流人才 中铁现代物流的质量方针是：坚持以人为本、持续创新改进、超越客户期望、追求卓越发展，公司始终坚持以人为本、把人才培养放在公司发展的首要位置。物流公司之间的竞争事实上是人与人之间的竞争，比起其他行业，物流业对人才的渴望更强烈，高素质的复合型人才短缺现象更严重。而中铁现代物流从组建伊始就非常重视建设人才队伍，在吸引招纳人才、员工培训及用人机制建设方面做了大量的努力，力求培养出物流领域最优秀的人才队伍。（一）坚持“高起点、高定位”的招聘原则。中铁现代物流的最大股东中国铁路物资总公司，过去主要服务于铁路运营、维修、建设，一直从事全国铁路物资流通工作，通过多年的建设，拥有一大批高学历、高素质、经验丰富的物流人才，经过严格的选拔和再培训，已成为中铁现代物流科技股份有限公司的人才中坚。现代物流与传统的物资流通有着很大的区别，因此，公司有针对性的向社会公开招聘了一批包括仓储、陆路运输、海运、航空货代、国际货代、物流方案策划和管理咨询等各个专业方向的优秀物流人才，其中不乏许多知识复合型人才。在公司总部，拥

有硕士学位的员工占40%，本科以上学历占80%，高素质、高学历的复合型物流人才成为中铁现代物流快速发展的基石。

（二）加强在职员工的培训力度。公司在招聘优秀物流人才的同时，也注重加强对从业人员的管理和业务培训。公司专门设立专门人员负责培训系统的建立及实施，包括培训计划的制定、实施、跟踪和管理。为了加大培训力度，公司与北京交通大学物流研究所结成战略合作伙伴关系，委托交大物流所的专家和教授对公司的物流管理和业务人员进行物流培训，培养和提高员工的理论素质和实战技巧。通过有计划、有成效的培训，公司形成了一支学习型团队，塑造和培养了一批物流专门人才。

（三）建立良好的用人机制。中铁现代物流一直视员工为最宝贵的财富，公司尊重和重视人才，每年，公司都会和员工共同制定员工个人发展目标和发展计划，并尽力为他们创造良好的工作氛围和实现价值的舞台。公司建立完善的考核和激励机制，奖励和选拔并提升表现突出的员工，而不受与工作表现无关因素的影响，这是我们尊重每一位员工所坚持的原则。

## 二、优化物流网络，发挥整体优势

在现代的市场经济环境中，物流企业要想做大做强，必须依靠现代化的网络，物流之道，网络为本。现代物流总的网络的含义已经不单纯是物流实体网络，而更为广泛了，它包括客户市场网络化、营运资源网络化、全程调度网络化、信息交换网络化、运输服务网络化、财务结算网络化、人力资源管理网络化。中铁现代物流根据企业的发展目标和既定方案，逐步建立起企业自己的资源网络、信息网络、管理网络、服务网络及决策网络，坚持网络化经营，发挥网络的整体优势。

（一）实体网络。由各个业务网点组成的网络，是发展物

流的最基础的平台。一个领先的大型物流企业在市场中要有竞争力，不能单纯依靠社会资源，而一定要在全国各地适当地拥有自己的物流运作的基础设施，即稳固的发展基础，进而整合社会资源。中铁现代物流可利用的储运资源包括土地560万平方米，料场176万平方米，封闭式仓库31万平方米，专用线125条。经过一年的发展，公司在北京、上海、天津、广州、哈尔滨、大连、呼和浩特、洛阳、武汉、西安、成都、重庆、昆明等地建立了区域物流中心，指挥436个协作配送中心及作业部，依托6.8万公里的铁路网，与多家储运单位形成了业务联盟，形成了以枢纽为核心、覆盖全国的物流网络体系。为了满足客户营销网络扩大的需要，中铁现代物流打破传统的区域物流中心据点经营的模式向网络化经营发展。公司通过网络把企业所有的资源要素联结起来，形成立体式的资源管理模式，对企业内外部资源进行统一管理和综合利用，它从整体高度提高企业的内外协调与管理实力，同时配备自动统计分析功能，随时提供企业决策支持。目前，公司通过网络化运作，与一些大型原材料、建材制造企业、大型家电和IT企业、大型零售商业连锁企业以及部分世界知名跨国公司签订了综合物流服务协议，建立了稳定的客户关系。

（二）资本合作网络。国内物流企业要加快发展并迅速赶上国际先进物流企业，必须借助于国内外资本市场，通过资本运作，广泛整合社会物流资源，培育现代物流企业所应有的核心竞争力，实现跨越式发展。公司积极与国际、国内知名企业展开合作，在控股子公司万博网迅、中铁物讯公司业务顺利开展的情况下，与日本伊藤忠商社合资成立了武汉中铁伊通物流有限公司，与南车集团二七车辆厂合资成立

了中铁二七储运有限公司，与中铁特货、中远物流合资成立海南中远国铁物流有限公司，与宁夏恒力合作成立宁夏中铁恒力金属制品有限公司等等。（三）信息网络。物流网络化的基础是信息化，信息化可以为中铁现代物流高起点推进现代物流成为可能。中铁现代物流公司正式挂牌之前就与美国的IBM、台湾络捷等国际知名信息技术企业合作，开发了一个大型的物流平台中国铁路物流网，该网经过中国物流采购联合会评估，被认为其处于影响中国物流业进程20个大的系统的前5名的水平。这个平台（网）是公司实现现代含义的网络化的基础和平台。这一平台包含了物流配送系统、一般贸易系统、集采专供系统、安全/认证/支付系统四大模块，可以为物流和贸易业务提供从订单处理到实时查询到财务结算等全方位的功能。这个平台引入了世界上功能最完备、拓展性极强的库存管理软件EXE，可以利用网络，实现企业内外部的信息上传、共享、汇总、交换、自动统计等等，使中铁现代物流的资源网络最大限度地发挥效力。中铁现代物流由其控股的万博网迅公司和中铁物讯公司提供保证信息系统安全与稳定的技术支持，在保证公司内部物流网络畅通的同时，也对外从事电子商务和物流信息系统开发的业务。（四）管理网络。是通过网络手段使企业的业务、调度、财务、人事等方面的科学、快速、有效管理的目的，实现企业管理的科学化、业务运作的电子化、资源管理的信息化。目前公司的一切管理活动，包括业务管理、资源调度、财务结算和人事管理等方面都可以通过中铁物流网提供的平台来实现。这个现代化的网络，最主要的优势还是资金结算网络化。经过实践证明，只有资金结算网络化才能保证公司的物流成本最

低、运作价值最大。公司通过这个网络，在总分体制下，运行使用光大银行和招商银行的一柜通业务，进行网上结算。在总部领导的笔记本电脑上，随时可以看到整个公司的资金动态，如果公司的资金有异常活动，总部立刻就能检测到，可以最大限度的避免资金风险。通过这个资金结算网络，公司可以把各个下属公司的闲置资金进行调度，或短期投资、或指定流向或是另行安排，使每一分钱都发挥最大价值。（五）服务网络。是通过网络实现对客户的服务，提供各种客户需要的增值服务，提高客户满意度。中铁现代物流运作网络中的任何点，都具有仓储、接发货、装卸、配送等物流各环节运作功能，都遵循严格统一的服务标准、操作规程、管理规范，并通过基于INTERNET/INTRANET的信息系统确保网络化的信息沟通，确保公司总部对网络的集中控制，确保面向客户一致的、一体化的、可跟踪的全过程服务。它从根本上改变了传统储运接货、发货、送货多头负责，出现问题相互推委的被动局面，极大地提高了客户满意度。中铁现代物流通过全国性的车辆调度与配载，整合资源，提高资源利用率，降低运作成本，为客户节省了物流费用。物流功能完善、覆盖全面的服务网络使公司成功拓展了多家具有全国营销网络的客户。（六）决策网络。是通过网络数据的汇总、统计、分析使企业决策层建立一条科学的决策途径。中铁现代物流对于决策制定有严格的管理规定，每一个决策都是相应的决策机构在科学分析的基础上做出的，尽可能的避免了个人盲目的决策行为。打造并拥有网络，代表了企业的实力和能力。我国加入世贸组织后，生产物流、大规模分销及零售将极大地促进物流业的发展，中铁现代物流将依靠自身的

物流网络，继续秉承客户至上的经营理念，以陆路运输服务、仓储保管及衍生金融服务、配送、流通加工、国际国内货代、代理进出口、电子商务服务、物流管理信息系统开发、物流一体化解决方案，为客户提供全程物流服务。三、超越客户期望，推行品牌服务 中铁现代物流始终把客户的利益放在首位，不仅仅满足于符合客户的要求，而是提出了超越客户期望的理念，大力推广中铁现代物流的品牌服务。（一）实施大客户战略，提高客户忠诚度。为了摆脱物流只能是简单地提供运输和仓储等单项或分段的服务的狭隘观念，致力于为客户提供物流信息、库存管理、物流方案设计等增值服务以及完整的物流解决方案的承诺，中铁现代物流制定了大客户战略为大型IT制造和分销商提供全国性物流配送中心的规划、建设和运行管理；为日用、食品等快速消费品行业的跨国公司提供全国性干线物流、终端物流中心管理及店铺配送服务；作为某跨国连锁零销商的国内战略合作伙伴，为其提供国内业务扩展的物流配套服务。目前的主要客户包括圣戈班（中国）、施耐德电气、神州数码、佳通轮胎、农夫山泉、纳爱斯等，这些都是中铁现代物流依托铁路优势，建立起来的大客户伙伴关系。中铁现代物流将保持良好的客户关系视为双方合作成功的重要标志，我们对客户关系的处理始终围绕这一原则展开。在维护客户关系过程中，初期合作的磨合期是关键，在这一阶段双方的高度信任、对合作目标认识的高度一致性，是顺利度过这一阶段的基础。此外，提供具有附加价值的服务，也是保持客户忠诚度的重要手段。在我们为客户提供库存信息的同时，应用了专业技术，对客户库存进行了分析，试图帮助和引导客户的库存管理、营销

管理和生产管理，变推动型物流决策为拉动型物流决策，无疑这种附加价值的服务，提高了客户忠诚度。（二）优化顾客价值链，提供整体解决方案。一个企业的竞争力归根结底是通过为顾客价值链施加影响并在为顾客创造价值的过程中形成的。为顾客创造价值体现在两个方面：降低顾客成本和增加顾客效益。现代物流的特殊性决定了物流业务的专业化、网络化与整体化特征。只有适应物流业务特点，站在全局全线的总体高度，通过合理的整体规划与设计，为企业提供切实可行的全套物流解决方案，才能真正满足企业的物流综合管理需求。中铁现代物流根据不同客户的特定要求，通过特定物流活动的计划、组织、协调与控制，为其专门设计并提供从仓储、装卸、搬运、理货到运输、配送及信息管理于一体的个性化定制物流服务。实现我们的服务与客户运行的无缝链接，是客户在提高效率和降低成本上达到双赢。我们按照客户的需求设计和创造服务。这不仅仅是要满足客户全过程、安全、快捷的服务需求，更要以专业化、先进的经营理念和经营方式为客户量身定制系统、规范、优质、高效的超值服务方案，例如：我们针对大型生产资料企业提供供应销售物流服务，承担生产企业与用料客户的中间桥梁作用，为其提供物流、信息流及资金流的全方位服务。针对一些高端客户，在完成物流基本功能基础上，根据客户特性和需求提供流通加工、物流金融和在线信息等延伸业务服务，使客户利益得到最大化体现。依托铁路运输主力优势，利用多式联运的组织功能，为大型工程、厂家设备等提供专项全程物流服务，是我们独具特色的服务项目。（三）以技术创新为优势，提升客户服务水平。物流信息技术是现代物流的核心

系统，是物流现代化的重要标志。尤其是飞速发展的计算机网络技术的应用使物流信息技术达到新的水平，物流信息技术也是物流技术中发展最快的领域，从数据采集的条形码系统，到办公自动化系统中的微机、互联网，各种终端设备等硬件以及计算机软件等都在日新月异地发展。同时，随着物流信息技术的不断发展，产生了一系列新的物流理念和新的物流经营方式，推进了物流的变革。中铁现代物流通过将信息技术切入企业的业务流程来实现对企业各生产要素（车、仓、驾等）进行合理组合与高效利用，降低经营成本，大大提高了企业的业务预测和管理能力，通过“点、线、面”的立体式综合管理，实现了企业内部一体化和外部供应链的统一管理，有效地帮助企业提高服务素质，提升整体的物流服务水平。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)