

物流资讯：物流标准进化危机物流师资格考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/516/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E8_B5_84_E8_c31_516815.htm 物流标准化的普及有赖于产业自身的发育程度，但是国外企业已逼在门口，一批跨国公司的紧密追随者正随之而起，另一些身处外围的企业，在对物流标准化的推拒还迎之间将失掉成长的机会。2004年9月16日，一向比较沉寂的中国物品编码中心会议室爆发出一阵阵愉快的笑声。这源于宝洁公司首席信息官斯蒂夫戴维一场诙谐、幽默的演讲。“建立全球产品目录库的目的是要让每一个商品只有一个条形码，就像每个人只有一个身份证一样。”斯蒂夫戴维举着手中一个柱状的物体向大家比划着。按照他的日程安排，他在中国逗留时间只有3个小时，而他此行的目的也很明确，就是想借这场国际供应链最新技术研讨会，将宝洁参与的全球产品目录库中国数据池的开发计划，与其中国的商业伙伴们进行交流。宝洁试图将其供应链管理理念进一步传递给他在中国的客户。标准从无到有虽然宝洁，强生、雀巢、联合利华等强势供应商，在中国的敛财之路顺风顺水，但无一例外受到信息渠道不畅通的牵连，它们在全球推行的与客户之间互相渗透的关系同样在中国卡壳。中国物品编码中心所做的调查显示：在国内被调查的234家工商企业中，只有6家与贸易伙伴的数据一致，仅占2.6%。9月9日，宝洁、强生、雀巢、联合利华等中国公司的高层领导聚在北京，他们还带来了天南地北的客户，甚至请来了蓝色巨人IBM、中国IT企业富基旋风、用友等IT企业，物流企业宝供以及中国物品编码中心等。他们是为了一个标准的公用平

台而来。这是一项叫做ebXML的国际标准。ebXML的优势在于它的跨行业架构和通用性，比起传统的EDI，它不再局限于单个企业之间的数据交换，它可以一对多，也可以多对多。对于越来越复杂的供应链，它为不同行业的企业在同一个平台进行交易扫清了障碍。比起EDI，它还有一个优势就是价位要低得多，据说，这项标准在宝洁、强生、联合利华试点成功后将由中国编码中心向全国推广。同时，巨头们还一起探讨了在整条供应链上托盘的高效使用。他们认为目前托盘大多限于各个企业内部使用，并没有进入流通环节，导致多次人工搬运，效率低下。如果有一个统一的标准，物流的各个环节如运输、保管、发货、输送、进货都将以托盘为基本单元，即可大大降低流通成本。此项标准正在由中国物品编码协会制定，宝洁、强生等表示，他们将尽最大力量推进和支持这项工作。从1997年，宝洁就开始积极奔走，大力游说中国本土零售商采用其管理模式，以实现共赢。在美国，宝洁成功的秘诀在于，信息技术投资强化了企业的核心价值，比如获取零售商销售数据，并为其店铺提供实时存货和现金流信息的零售连锁系统，其目标就是帮助零售商提高销售额，进行自动补货，减少零售商的缺货损失，同时还可为他们进一步控制库存，从而达到双赢。这些技术投资符合宝洁一贯的思维。但是在中国，这种技术投资所形成的竞争优势却无法得到充分的表现。宝洁遇到了太多的连EDI（电子数据交换）也没有的零售商和分销商，能与宝洁用电子订单交易的也就是沃尔玛、家乐福、上海华联等一些大型零售企业。面对中国的信息化还不是十分普遍的现状，宝洁的大部分订单只能采取电话或传真等方式进行，出错率居高不下。这两

年，虽然宝洁的许多上下游企业也开始逐步普及信息管理系统建设，宝洁有60%的订单都是通过电子商务形式与零售商沟通。但各个客户收集起来的数据因为分类、格式、类型、长度缺乏统一标准而无法共享，充其量只是一个个信息孤岛，严重影响了宝洁的物流管理和电子商务运作，出错的事仍然时有发生。这些现象造成中国宝洁的经营成本比国外高很多。宝洁零售客户系统经理沈锋说：“由于信息不畅，常常会出现这样的尴尬场面，产品在各节点的仓库里大量积压，消费者却在货架上找不到自己需要的商品；制造商有着旺盛的生产能力，零售商却大呼市场缺货。”这种情况下，力推行业标准成了宝洁的头等大事，今年7月底，宝洁公司正式启动中国200家分销商数据交换系统，按照计划，全国各大分销商的综合信息管理系统将与宝洁的系统进行链接。深谙此项工作意义的沈锋认为，中国目前的市场环境更需要有一个独立的公用平台，最好是任何一个零售企业都可以利用这一平台实现供应链的最优化设置，降低成本。因弱小而紧从巨头力推行业标准无疑给国内许多物流企业带来了压力。在中国，跨国巨头们通常利用其供应链的主导和强势地位，以市场行为去控制其配套服务商。就拿物流标准的问题来说，因行业不同，跨国企业往往各家有各家的标准，为了分别满足几家跨国企业的要求，从2001年开始，宝供物流企业集团先后与宝洁进行了EDI连接、与飞利浦又用XDI对接，如今在宝供内部，至少有7种不同的电子数据无线链接方式。宝供尚可如此，可中国的现实情况却是物流企业大多规模小，服务意识和服务质量以及技术软件也不尽如人意。大多数物流企业仅能提供单一功能的运输、仓储和配送服务，很少能提供

物流策划、组织，以及深入到企业生产领域进行供应链的全过程管理，尤其在行业标准的建设方面，更是遥不可及的事情。比如，要采用一套硬件方面的标准，企业可能要更换所有的托盘、货架，最起码5年以后才可能见到效益，对于大多数企业来说，并不一定能投资得起。所以，在中国物流市场上，常常会生出一些诸如劳燕分飞的闹剧来。面对中国如此不成熟的物流市场，跨国企业大多要不自己进入中国市场，同时也带来为自己服务的国外第三方物流公司，如沃尔玛、麦当劳等；要不就走本土化战略，在中国寻找合作伙伴；或对中国物流企业进行改造，为自己服务，如宝洁、IBM、诺基亚等。宝供信息总监唐友三分析认为，归根结底还在于我国物流企业的弱小而至，对于强大的跨国企业来说，他们并没有把中国物流企业当作其供应链上一个集成的物流服务供应商，而只是一个运输或仓储的工具。这种情况下对于跨国企业的指令，作为独立于其供应链之外的第三方服务提供商只能是言听计从。有需求何以没动力与热心的跨国企业和他们的紧密追随者相比，其他物流企业对物流标准化却冷漠的多。在9月10日全国物流标准技术委员会的成立大会上，除中远、中外运和宝供几家大型物流企业外，并没有看到国内其它物流企业的踪影。记者分别拨通上海虹鑫等几家物流企业的电话，诧异的是，对方对年内成立的3家关于物流标准化的组织机构均不知晓。在所有的标准化不完善的受害者当中，感受最深的还是来自一线的物流企业，毕竟他们损失的是真金白银。山东三联家电物流配送中心的高金玲总经理说，由于货物条码没有统一的标准，公司每天要多花1分多钱为每件进出仓库的货物更换或贴上统一的条码，以便录入信息系统

，进行统一管理，实时监控。而每天进出公司的货物至少在1万件以上，单此一项，每天就损失100多元。这还不只是直接损失，公司因此要花费的人力、时间以及降低的效率则是无法估算的。在刚刚成立的物流标准化技术委员会上，张成海博士吸引了记者的视线，他来自中国编码中心并被任命为物流标准技术委员会副主任委员。他是《物流配送系统标准体系及关键标准研究》课题的主要负责人之一。令搞学术出身的张成海最头疼的问题是不同标准之间的协调。“物流涉及的面比较广，与很多行业都有密切的关联，比如电子商务等。虽然物流标准可以自成体系，但它与其他标准体系有交叉。我们的课题实际上是一个物流标准体系的搭建工作，涉及很多标准，这些标准不是我们一家（中国物品编码中心）就能做得了的。比如，涉及到运输标准，就要由运输主管部门或其委托的专业协会来做。”建立这样的体系需要多部门的参与，但倘若这些部门之间互不通气，各自为政，就很难实现标准的兼容，更枉谈形成统一体系了。张成海另一个烦恼是，此前，一些被人们认为将彻底改变物流面貌的标准化举措，比如储运单元代码、物流单元代码、标准化物流术语等，在推广过程中相继遭遇滑铁卢，使标准化的推广问题变得更为现实。张成海说：“标准化的投入就是如此，如果带不来利益，企业就不会用。”比如，要采用一套硬件方面的标准，企业可能要更换所有的托盘、货架，因为5年以后才能见到效益，或者干脆投资不起，所以企业采取了抵制态度。“即便是过去国家统一宣传的行业标准，对于企业来说，只要不是强制性标准，不爱用的就不用。很多企业只有在产品因标准问题而卖不出去的时候，才会去采用。”张成海对此颇

为无奈，行业标准的落实却要复杂得多，难度也大得多，如果没有专门的组织机构出钱、出力，全力推广，任由一项标准自生自灭，其存活下来的可能性微乎其微。其实，他的无奈也正是新成立的物流标准技术委员会即将面临的问题，记者向新任主任委员王忠敏表达了这一疑虑后，他只轻描淡写地答了一句：“不实行标准化的企业最终都要被拒绝在市场的门槛之外。”不过，企业是最务实的，利益是他们平衡取舍的直接杠杆。在采用和不采用之间，他们尚余多少时间走回避路线呢？而由政府部门自上而下推行的标准是否真正能来自企业，用之企业，为企业效益的提高搭一条直通路。如果不能服务于更普遍的企业，那么，物流标准化的确立是否会脱离更广大的市场现实，不能被广泛认同的标准是真正的标准吗？政府的角色实际上，目前我国已有了《商品条码》、《储运单元条码》，这些国家标准制定出来以后，有关部门原指望藉此规范物流条码应用，但1年下来，实际应用率不足15%。中国物品编码中心技术部李建辉分析这种现象认为，物流标准化之所以被物流企业如此淡漠，根本原因在于它还没有市场基础。“在市场经济中，技术标准通常是从行业自发需求中产生的。新加坡原来没有自己的托盘标准，在与国外托盘租赁公司的竞争中，本地的专业物流公司逐渐形成规模，在行业协会和技术标准委员会的努力下，最终形成了自己的托盘标准。在我国，市场需求还没有形成足够的规模，由于标准化的普及有赖于产业自身的发育程度，宝洁等跨国巨头之所以在中国遭遇标准的尴尬其实正是这个原因。”中国物流学会常务理事王佐的的看法是，物流标准化是一个相辅相成、水到渠成的自然过程。所以，在中国也应如此，

物流应当由政府来创造产业发展机遇，行业规范则是在市场推动下自发完成的。统计显示，物流企业的“非标准化状态”，让国民经济付出了昂贵的代价。以2000年为例，全国物流费用支出高达17880.8亿元，相当于当年GDP的20%，如果物流费用占比降低一个百分点，就可节约近900亿元。可见，物流标准化已是阻碍物流发展的一个瓶颈，建立统一的物流标准势在必行。其实，我国对于物流标准制定也由来已久，但由于国内物流业脱胎于传统的运输业，不同领域间往往各干各的，相互割裂，铁路、公路、海运、航空都各有自己的标准，不同工业部门也各自为政。以托盘为例，采用欧美标准的物流企业有之，采用日韩标准的也有之，还有的干脆自己制订，由此造成的托盘和产品包装箱尺寸不匹配，让物流自动化成了“镜花月水”。年内，又有两家关于物流标准的制定机构成立。据称，9月10成立的物流标准化技术委员会主要负责物流基础、物流技术、物流管理、物流服务方面的标准化工作。8月12日成立的物流信息技术管理委员则侧重于物流信息基础、物流信息系统、物流信息安全、物流信息应用等标准的制定，两家统一由国家标准委领导。不少物流人士认为，国家标准委统一领导下的全国物流标准技术委员会和全国物流信息技术委员会的格局虽然理想，但对于物流业本身来讲，还是应当由政府来创造产业发展机遇，行业规范都是在市场推动下自发完成的。宝洁等跨国企业借助市场改造本土物流企业其实已经是这种行业规范形成的初级形态。他们认为，政府部门应借势将物流标准的制定与这些跨国企业同步发展，无疑会推动中国物流标准化的建设。也有一种观点认为，随着国外公司大举进入国内市场，物流标准化水平

会依靠“拿来主义”迅速提升。尽管这种假设存在可能性，但恐怕没有人愿意因此付出惨重的市场份额代价。从这个意义上讲，我国的标准化建设必须抓紧时间，在加入WTO后3-5年的缓冲期内有所作为。虽然标准的制定和施行中存在着不少消极因素，但物流业界必须为此付出努力，因为这是掌握中国物流自身命运的唯一办法。百考试题收集整理。
。"#F8F8F8" 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