

物流资讯：协同或一体化物流战略物流师资格考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/518/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E8_B5_84_E8_c31_518151.htm 协同化物流是打破单个企业的绩效界限，通过相互协调和统一，创造出最适宜的物流运行结构。在如今流通形式多样化的情况下，各经济主体都在构筑自己富有效率的物流体系，因而反映到流通渠道中必然会积极推动有利于自身的物流活动和流通形式，这无疑会产生经济主体间的利益冲突。除此之外，不同规模的企业也会因为单个企业物流管理的封闭性产生非经济性。随着消费者消费个性化、多样化的发展，客观上要求企业在商品生产、经营和配送上必须充分对应消费者不断变化的趋势，这无疑大大推动了多品种、少批量、多频度的配送，而且这种趋势会越来越强烈，在这种即时化物流的背景下，一些中小型企业面临着经营成本上升和竞争的巨大压力，一方面由于自身规模较小，不具备商品即时配送的能力，也没有相应的物流系统；另一方面，由于经验少、发展时间短等各种原因，也不拥有物流服务所必需的技术和Know - how，因此，难以适应如今多频度少量配送的要求。即使有些企业具有这些能力，限于经济上的考虑，也要等到商品配送总和能达到企业配送规模经济要求才能够开展，这又有悖于即时化物流的宗旨。面对上述问题，作为企业物流战略发展的新方向，旨在弥合流通渠道中企业间对立或企业规模与实需对应矛盾的协同化或一体化物流应运而生。目前协同化的物流战略主要有三种形式。1．横向协同物流战略。所谓横向物流协同是指同产业或不同产业的企业之间就物流管理达成协调、

统一运营的机制。前者是产业内不同的企业之间为了有效地开展物流服务，降低多样化和及时配送产生的高额物流成本，而相互之间形成的一种通过物流中心的集中处理实现低成本物流的系统。从实践上来看，它往往有两种形式，一是在承认并保留各企业原有的配送中心的前提下，实行商品别的集中配送和处理；二是各企业放弃自建配送中心，通过共同配送中心的建立，来实现物流管理的效率性和集中化。不同产业之间的协调物流是将不同产业企业生产经营的商品集中起来，通过物流或配送中心达成企业间物流管理的协调与规模效益性。一般来讲，不同产业横向协同物流处理的商品范围比较广，而且从企业内部管理的角度看，更容易被接受，这主要是因为同产业协同物流由于相同类型企业的商品活动是集中进行的，因而各企业经营的情况以及商品流转的信息等易为竞争者所获得，即所谓的“企业机密的泄漏”，从而不利于企业经营战略的施展。相反，不同产业企业间的协同物流，由于相互之间分属于不同的产业，不存在直接的竞争替代性，因而既能保证物流集中处理的规模经济性，又能有效地维护各企业的利益以及经营战略的有效实施。正因为如此，如今国际上不同产业间的协同物流相对发展较快，这也是发展横向协同物流中我们不得不关注的问题。

2. 纵向协同物流战略。

纵向协同物流战略是流通渠道不同阶段企业相互协调。形成合作性、共同化的物流管理系统。这种协同作业所追求的目标不仅是物流活动的效率性（即通过集中作业实现物流费用的递减），而且还包括物流活动的效果性（即商品能迅速、有效地从上游企业向下游企业转移，提高商品物流服务水准）。纵向协同物流的形式主要有批发商与生产

商之间的物流协作和零售商和批发商之间的物流协作等形式。批发与厂商间的物流协作有两种形式：一是在厂商力量较强的产业，为了强化批发物流机能或实现批发中心的效率化，厂商自身代行批发功能，或利用自己的信息网络，对批发企业多频度、小单位配送服务给予支援；二是在厂商以中小企业为主、批发商力量较强的产业，由批发商集中处理多个生产商的物流活动。零售与批发的协作则表现为一是大型零售业建立自己的物流中心，批发商经销的商品都必须经由该中心，再向零售企业的各店铺进行配送。此外，与零售商交易的批发商数目尽可能减少，因此要求批发商从原来从事专业商品的经营转向多种类经营，零售企业物流中心订货、收货等手续得到简化；二是对于大型以外的中型零售企业来讲，它们不是自己建立物流中心，而是由批发商建立某零售商专用型的物流中心，并借此代行零售物流。这种方法对于中型零售企业来讲，既可以有效利用批发商所持有的物流Know-how，又能享受省略本企业物流中心集配商品环节所带来的利益。

3. 通过第三方物流实现协同化。第三方物流是通过协调企业之间的物流运输和提供物流服务，把企业的物流业务外包给专门的物流管理部门来承担。它提供了一种集成物流作业模式，使供应链的小批量库存补给变得更经济，而且还能创造出比供方和需方采用自我物流服务体系运作更快捷、更安全。更高服务水准，且成本相当或更低廉的物流服务。从第三方物流协作的对象看，它既可以依托下游的零售商业企业，成为众多零售店铺的配送、加工中心，也可以依托上游的生产企业，成为生产企业，特别是中小型生产企业的物流代理。目前第三方物流无论在国际还是在我国国内都

有着广阔的市场。例如，中国仓储协会1999年3月对我国家电、电子、日化、食品等450家大中型生产企业的典型调查表明，企业自己承担物流管理的占26%，全部委托第三方的仅占5.2%，自理与委托相结合的占68.8%（其中委托比例在30%以下的占42.3%，在30%~60%之间的占36.5%，60%以上的占21.2%）。在被调查的企业中，45.3%的企业正在寻求新的物流代理，其中又有75%的企业选择新型物流公司，21.9%选择纯运输公司，3.1%选择仓储企业，有64.3%的企业希望新的物流商提供综合物流服务，28.6%的企业希望提供干线服务，7.2%的企业希望提供分销服务。所有这些状况都表明，在积极发展协同物流时应充分关注第三方物流的作用。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