

国内物流业离供应链管理服务有多远物流师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E5_9B_BD_E5_86_85_E7_89_A9_E6_c31_645341.htm id="nnny"

class="miami"> 今年初国务院通过了《物流业调整和振兴规划》，国内物流业由此跻身中国十大振兴产业，被推进到产业结构调整与产业升级的阶段。自引进“物流”概念迄今30余年，中国物流业变化巨大。对照规划要求，从产业层面反思自省所存在的问题，这恐怕是摆在国内物流业面前的首选项。说说概念 产业结构调整与产业升级首先需要观念的调整与升级，这就是反思自省之所在。比如对“物流究竟是什么”这个基本问题，虽然《物流术语》国家标准2007年修订了物流定义，但目前无论在学界还是业界依然众说纷纭。Physical Distribution(简称PD)、Logistics和Supply Chain Management(简称SCM)是国内业界学界引进的三个主要基本概念。本文就笔者相关资料试探来龙去脉，藉以正本清源。1915年美国哈佛大学出版了阿伽萧(Arch WShaw)的《市场流通中的若干问题》，该书提出Physical Distribution概念，按中文直译是“实物分销”，可意译为“物资流通”。1956年日本业界组团赴美国考察PD，回来后即向政府提议重视PD，并随即在业界开展了长达八年的PD启蒙运动。1964年PD终获日本政府认可。日本学者初则将PD按日文理解译为“物的流通”，1970年代又借用汉字简化为“物流”。1978年11月中国物资部门(官员与学者)组团赴日本参加国际物流会议，并考察了日本物资管理和生产资料流通现状，回国后拟考察报告时，直接引进了日文汉字“物流”。那么，为什么“PD-物流”之说在此时而

不在彼时出现与引进呢？1915年正值西方第二次工业革命完成后的初期，也是第一次世界大战的第二年，美国尚未参战。美国资本主义市场经济正处中兴时期。这个时候亟需解决市场需求与物资流通的协调问题，“PD”管理学说与运营模式也就应运而生。1956年日本恰处二战战败后重建十年之际的资本主义市场经济复兴时期，向美国讨教并引进PD。1978年11月是“中共十一届三中全会”召开的前一个月，中国正处于改革开放的前夕，计划经济体制即将告破，正待开启从“有计划的商品经济”向“社会主义市场经济”转轨的历史阶段。当时国内物资部门从日本引进基于市场经济物资流通的“物流概念”，可视为“解放思想，转变观念”的先行之举。事实上，“物流概念”引进至今30余年，国内物流业始终在PD领域徘徊，但较之计划经济时代的物资流通，已经实现由计划主持流通转为市场主导流通的突破。Logistics中译一向为军事术语“后勤学；后勤”。而近几年加译为“物流”，实在是一种牵强附会的谬解。但Logistics之成为产业运营模式，源于二战期间美国军队后勤保障(Logistics Support)的成功经验及其在战后由市场引导(并非政府指令)“军转民”的结果。很多先进技术首先集中应用于军队，成为制胜利器；这些先进技术在军队取得成效后，就转由市场“接盘”，使之产生巨大的商业利益。这在美国已形成一条“军转民产业链”。战后美军已成为世界最强大的军队，它的“全球战略”也在“军转民”，牵引着美国产业经济向全球扩张。美军的后勤保障就以囊括全球资源为基础；而美国产业界移植Logistics也就能更高效盘整全球资源。20世纪后叶“冷战”结束以后，以美国为领头羊的发达国家进行全球战略调整，

主要表现为凭借着迅猛发展的IT技术，以经济扩张取代了军事扩张的作用，以跨国企业取代了军队的地位，成功地营造了全球经济一体化的态势。跨国企业一方面实施全球化兼并，另一方面通过把非核心业务向发展中国家和欠发达国家外包以盘整全球资源，在国际市场形成纵横交错的环球供应链，通过对供需两端及上下游者的掌控，在经济全球化中占据制高点。而这种掌控就是所谓SCM供应链管理(Supply Chain Management)。尤其是美国发生9.11事件后，更为强化全球供应链管理，以策安全。SCM的焦点即在于全程体系的控制性。21世纪伊始，国际咨询业巨头如麦肯锡、摩根、埃哲森、世行等，纷纷就中国物流和供应链市场撰述调研报告。笔者以为这主要是写给那些发达国家跨国企业看的。全球前10强Logistics(后勤)跨国企业诸如UPS、FedEx、DHL等等，竞相在中国抢占后勤-供应链管理的市场先机与份额。据统计，中国最大的50家物流(PD)公司2007年的经营总额仅比UPS全年475亿美元略多一些。国内物流业面临着战略性与超前性的严峻挑战，因此，从基本概念切入，厘清思路、转变观念和深化认识十分必要。政经层面如上所述，而就技术层面观察，从PD到Logistics到SCM可以看到一个“线面网”的演进轨迹。笔者试作如下描述：PDM线性结构协调功能(coordination)互动系列(series)；LM扇面结构整合功能(consolidation)保障系统(system)；SCM网链结构配置功能(configuration)控制体系(structure)。看看协会在市场经济社会中，产业发展需要行业协会的推动。考察从PD到Logistics到SCM的发展历程，不难发现相关行业协会的演变与之相伴相随。在这方面，无论是产业，还是行业协会，美国总是始

作俑者，无可争议地成为各国跟进与引进的标杆。资本主义市场经济有个与生俱来且周期性发作的痼疾，那就是生产过剩。美国在经历了19世纪中后叶的第一次世界经济危机的“主场”遭遇后，政、学、业三界从此孜孜以求“创造需求”的“秘方”。19世纪末20世纪初，第二次工业革命极大地推动了生产，刺激了需求，为资本主义市场经济创造了巨大的卖方市场。工业生产成功给商业销售带来挑战与机遇。20世纪头20年里，市场营销作为一门“创造需求”的新学问发轫于美国学界。市场营销被视为一种社会经济活动，归属于生产过程的一个组成部分；它包括“产品、价格、分销和促销”4个环节。1915年美国全国广告协会作为首个市场营销的行业组织问世。同年，被如今学界业界尊为物流(PD)鼻祖的阿伽萧在《市场流通中的若干问题》，指出“物流是与创造需求不同的一个问题……流通活动中的重大失误都是因为创造需求与物流之间缺乏协调造成的。”又称“物资经过时间或空间的转移，会产生附加价值。”笔者理解，阿伽萧说的物流(PD)含义是实物分销、实物配送、物资流通，实际上他认为PD物流不创造需求，但产生附加价值，是与市场营销对等而独立的活动，应当从中分离出来。但说易做难，物流(PD)依然被当做市场营销的分销环节，直到20世纪50年代都归由广告协会演变而来的美国营销协会(AMA)“管着”，而且最早给物流(PD)“正名”的行业团体就是AMA。1963年全美物流管理协会正式成立，全称“National Council of Physical Distribution Management(NCPDM)”，也译“美国实物配送管理协会”，成为独立门户的物流(PD)行业组织。这意味着经过美国国内近半个世纪理论与实践的磨合，物流终

于从附属于市场营销活动的环节脱胎而出为独立的产业运营模式。为什么这个“孕育期”这么长呢？二战后美国经济迅速膨胀，特别在五六十年代，出现了西方经济学家所称的“黄金时代”。在此期间，美国掀起第三次企业兼并浪潮，现代跨国公司借机兴起，并把经营目标从国内市场转向世界市场，依仗巨额资本，实施全球战略，形成全球性生产与销售的业务网络，以猎取超额利润。这就需要一个覆盖全球的物资流通管理系统“配合行动”，PD物流运营及其产业的出世也就“命中注定”了。可见，物流作为独立的运营模式及产业，一开始粉墨登场就扮演着国际化全球化的角色。步CLM之后尘，欧洲30多个国家的物流协会也在20世纪80年代结盟，组建了欧洲后勤协会(European Logistics Association, 简称ELA)。1987年英国物流管理协会(IPDM)改名为英国后勤管理协会(ILDM)。1992年，已运作25年的加拿大物流协会也把PD改为Logistics；运作20年的日本物流管理协议会和日本物的流通协会合并为日本后勤系统协会(JILS)，并特用片假名标明Logistics。自此，“PD”升格进入“Logistics”阶段。在中国，率先引进物流(PD)概念、普及物流并且实践物流的是物资流通部门、从事物资流通理论教学和科研的学界。1980年3月中国物资经济学会成立，挂靠在国家物资总局。1984年8月，我国第一个物流专业团体中国物流研究会在北京成立，同年8月召开了首届物流研讨会。1990年7月，中国物资经济学会与中国物流研究会共同组建了“中国物资流通学会”，由时任物资部部长柳随年任会长。1995年11月中国物资经济学会更名为中国物资流通协会，2001年又在此基础上组建了中国物流与采购联合会。物流(PD)与中国物资部门的职能一脉

相承，而非Logistics后勤。世界进入21世纪有两出“大戏”上演，其一是，全球格局多极化“好戏连台”，屡向经济一体化“叫板”，美国龙头地位遭到挑战。其二是，信息技术革命席卷全球，很多专家认为迄今仅释放出1/3能量。正是在这方面美国独占鳌头，用高端信息技术武装军队，打造产业。比如沃尔玛是美国国防部的供应商，它们“军民联合”推动RFID应用于Logistics(后勤)领域，以建立高科技驱动的供应链保障体系。2005年1月起，美军主要战区全部引入RFID系统；沃尔玛则在排名前100家供应商推广使用RFID系统；同年同月，美国后勤管理协会(CLM)更名为供应链管理专业协会(Council of Supply Chain Management Professionals，简称CSCMP)，宣称“全球后勤(Logistics)进入供应链管理时代”。美国为了维持其“领先全球-领导世界”的地位，其策略有二，即一则强化“控制力”，一则寻求“多伙伴”，而这正是全球供应链管理的核心策略。这些都是“纯属巧合”吗？欧洲、日本的后勤协会虽未见改名，但也跟进推行供应链管理。至此，纵观从PD到logistics到SCM的脉络，笔者又想到一些差异性的关键词，描述如下：物流(PD)战术以功能为中心结队收编；后勤(Logistics)战略以流程为中心结群渗透；供应链管理(SCM)策略以控制为中心结伙占领。算算差距以美国为例，从1915年阿伽萧提出PD理论到1963年美国PD协会成立用了48年(知行磨合阶段)；此后到1985年PD协会更名为Logistics用了22年；再到2005年易帜SCM专业协会用了20年，前前后后经历了整整90年沿革发展，其中间隔的年数即可算作一种时间差距。从1963年PD协会算起，20年左右一个台级，阶段分明。根据相关资料，笔者权作如是观：第一阶段

：PD实物配送阶段以市场分销功能为中心的物资流通系列，主要表现为企业运行；第二阶段：Logistics后勤管理阶段以物流分销系列流程军事化为基础的后勤保障系统，主要表现为跨企业运行；第三阶段：SCM供应链管理阶段以产业后勤保障系统控制为核心的供应链管理体系，主要表现为跨产业运行。而按常规每个阶段又可分为初、中、高三级。细分之下，差距一目了然。中国尚无PD国标术语，国内产学研界将PD冠以“传统物流”，而用“现代物流”指称Logistics。那么，2007年修订版国家标准物流术语对Logistics又是怎样定义的呢？“物品从供应地向接收地的实体流动过程。根据实际需要，将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。”然则，“功能结合”乎？“活动集成”乎？这不就是PD吗？所以，就此而论，国内物流业在整体上尚处于PD阶段，相当于美国上世纪六七十年代的水平(距今三四十年)，离Logistics还有整整一个阶段的落差。著名物流专家丁俊发一再强调，中国物流业与发达国家相比落后二三十年，诚者斯言。在笔者看来，实际情况有过之而无不及，这就是现实差距。2001年是中国加入WTO之年。根据承诺，中国分销业渐进开放有3年左右过渡期。与分销业对应的即流通业，亦即PD。也就在这一年，中国物流与采购联合会在中国物资流通协会的基础上组成，很显然，其重要意义之一即在于应对后WTO时期流通市场面临的挑战与竞争。2004年底，中国分销领域入世过渡期基本结束；2005年伊始，美国Logistics管理协会转身一变为SCM专业协会，并宣称这标志着全球进入SCM时代。笔者并不认为这是偶然的巧合。国外真正的Logistics行业“大鳄”有备而来，进入中国

分销流通市场如鱼得水。对国内物流业来说，这是一场SCM和Logistics对PD的挑战与竞争，完全不是同一量级的较量。而产学研界颇多人士在争道“严峻性”时往往对这一点视若无睹，因为在“约定俗成”的概念里国内物流业就是Logistics，而非PD。业界流传2个排行榜，颇堪玩味。其一是2006年的世界物流企业100强排名；其二是2007年的中国物流企业50强排名。现各取前10名试作比较。

世界物流企业前10强(2006年)：
1) DPWN (DHL) 德国邮政-敦豪丹莎海空；2) USPS 美国邮政服务公司；3) UPS 联合包裹；4) Maersk 马士基；5) FedEx 联邦快递；6) La Poste 法国邮政；7) COSCO 中国远洋；8) Japan Post 日本邮政；9) Nippon Express 日通物流；10) Royal Mail 英国皇家邮政。

中国物流企业前10强(2007年)：
1) 中国远洋运输(集团)总公司；2) 中国海运(集团)总公司；3) 中国对外贸易运输(集团)总公司；4) 中国物资储运总公司；5) 五矿国际货运有限责任公司；6) 锦程国际物流集团股份有限公司；7) 中国国际货运航空有限公司；8) 山东海丰国际航运集团有限公司；9) 嘉里大通物流有限公司；10) 广东南粤物流股份有限公司。

上列榜单显示，在世界物流企业前10强中，从业务范围看，50%以邮政为主，20%以快递为主，20%以航运为主，10%以货代为主，明示Logistics业务的有40%；从企业规模看，90%是跨国企业，10%是特大型国企，100%拥有全球运营网络，其中70%拥有全方位(海陆空)网络。都在中国都有业务。

在中国物流企业前10强中，从业务范围看，无一家以邮政为主，30%以航运为主，以其他运输方式货运为主的达70%，挂牌“物流”的为30%，以货运或货代为主的达100%；从企业规模看，无一家是跨国企业，无一家拥有全方位(海陆空)

运营网络，60%是国企(其中3家为特大型国企)，40%为中型民企。中外物流企业的业务范围与企业规模的区别与差距是显而易见的。其根本性的差别在于：世界物流企业以网络流程为中心，形成后勤服务产业及其全球运行系统，从事的是真正的Logistics业，能够顺势对接SCM。中国物流企业绝大部分还是以货运系列功能为中心，以国内市场为主，尚未形成后勤服务产业，从事的是事实上的PD业这就是国内物流业的“业”，也是“物流”的本意所在，距离SCM还存在一个Logistics阶段的巨大空间需要跨越。当然，这并不影响业已形成logistics运行模式的优秀企业应用SCM理念提升自己，更上一层楼。把物流师站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年物流师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题物流师论坛 欢迎免费体验：百考试题物流师在线考试中心 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