

制造业物流缘何当婚不嫁？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_88_B6_E9_80_A0_E4_B8_9A_E7_c31_645449.htm id="qqdd"

class="wwxx"> 9月4日，一场聚集了深圳、贵阳、西宁和成都的制造企业和物流企业的洽谈会在贵阳举行。主办方旨在加强深圳与贵阳、西宁、成都三地在物流业与制造业发展方面的区域合作，为双方物流企业与制造企业搭建交流合作平台。

第三方孤掌难鸣 “与大多数制造企业一样，我们的物流模式也是以自营物流为主。采购部门负责采购物流、生产部门负责生产物流、销售部门负责销售物流，物流需求还是分散在企业内部的各个部门。”河北省某乳品生产企业物流部负责人坦言，这种分类管理、政出多门的管理模式，显然不利于企业内部的资源整合，不但在部门内耗中降低了企业的运作效率，而且采购、生产和销售环节的物流资源使用效率低下不可避免，物流成本相对较高自然是“水到渠成”。该负责人所言是我国制造业物流运作模式的典型代表。就算是在物流外包比例较高的家电行业，外包也主要在销售配送环节。

海信电器物流部负责人说，公司先后与中远、中外运、中海及安得四家物流公司建立了合作关系，在全国各地不同片区为海信的销售提供物流服务。但是，采购物流及产地物流，公司有统一的物流部门来负责。我们从国内某钢铁企业宣传部了解到，该公司原料采购和内部铁路是运输部负责；产成品的铁路发运由集团下属的新港公司管理；而公路运输则是一家运输公司在经营。理论上来说，物流外包比自营物流的成本低，但低多少？制造企业在经营活动中没有具体的量

化统计，因而企业对物流外包也认识不一。这也许是制造业多自营物流的一个原因。尹立一给我们举了个例子：“自营物流在同样销量、同一地区的物流成本是100万元，通过物流外包可能做到80万元。但这只是横向对比，没有纵向对比，并未通过物流外包招标的形式，在第三方物流企业之间对比。

”“更为重要的是，物流外包不能只比价格，不可能说谁的价格最低就包给谁，后续跟踪服务也很重要。尤其是食品，出于食品安全的考虑，对物流服务的各个环节都有较高的要求。这就要求第三方物流企业服务能力要好。而且优质的物流服务对提升企业品牌的竞争力，也是物流外包效果的重要体现。但是由于没有量化的指标，不太好做评价。”我国制造企业自营物流比例较大，也是制造业沿袭多年的“大而全”、“小而全”发展模式的结果。从另一个角度来说，近年来，虽然物流业发展速度较快，产业规模不断扩大，但是在满足制造企业需要的专业化服务能力方面还亟待提升。河北省某乳品生产企业物流部该负责人已在物流行业已经打拼了近20年，对自营物流的种种弊端早已了然如胸。但是要将物流业务外包出去谈何容易。“采购和产地物流外包暂且不说，就单单是销售物流，销售区域遍及全国十三、四个省区，要找到一家有实力的第三方物流公司，将物流业务全部外包出去谈何容易！”一位不愿具名的专家指出，物流行业发展速度较快，但是物流企业的服务多集中在简单的运输、仓储、配送等领域，同质化服务、粗放式经营、低水平竞争愈演愈烈。而制造企业急需的增值服务、一体化服务，特别是在物流方案设计和供应链全程服务方面，物流企业能力普遍不足，在一定程度上制约了制造企业物流需求的释放。社会化

如何协同？安得物流股份有限公司卢立新认为，现在物流企业提供的服务还停留在“指令性”层面上，即客户要求做什么，物流企业就做什么。当然物流企业提供一体化服务的能力不足是主要矛盾，但是供需双方交易习惯也是不容忽视的原因之一。因此，制造企业要打破传统观察的束缚，整合优化业务流程，分享、分立物流资产和业务，创新物流管理模式。根据制造企业自身发展需要，将整合后的部分或全部物流业务外包给专业的第三方物流企业。“将分散在各个部门的物流职能集中到一个统一的物流业务管理机构，统一协调原材料采购、生产和销售，梳理企业内部的物流流程。”卢立新说，“将制造企业内部物流管理职能的‘统一归口’，不仅有利于物流成本的量化计算，确定制造业与物流企业联动发展考核指标，而且更有利于制造企业的物流业务与物流企业的对接，加速物流业务整体外包的进程。”不可否认，我国制造企业在物流运作模式方面也作了一些有益的探索，但是没有形成相对成熟的体系。北京工商大学教授洪涛告诉我们，有的制造企业建立自己的分销渠道或网络，这种网络是在分工协作的基础上形成的一个项目协作的过程，如海尔、格力，应该说是一种很大的进步。在海尔的物流模式中，公司的网络与其他网络没有形成有机联系。如果形成有机联系的话，同类的产品或同类的物流网络会共用物流交易中心或物流结点，可能会提高物流效率。但是建立了很多网点，没有相应的社会物流配送中心相协同和配合起来，与过去的模式还没有发生本质的变化。“在优化企业内部物流管理结构，对物流业务进行社会化重组改造同时，支持制造企业和物流企业通过参股、控股、兼并、联合、合资、合作等方式

进行资产重组，联合组建第三方物流企业。这一方面可以提高第三方物流企业的实力，有利于第三方物流企业加速网络布局，提升其一体化服务的‘硬件’基础，另一方面有利于双方建立合作伙伴关系，使合作建立在互信的基础上，更易形成稳定的外包关系。”上述专家分析说。因此，物流企业深入了解制造企业物流和供应链运作模式，把物流服务渗透到供应链各个环节，才能为制造企业提供全程物流服务和供应链解决方案。除了双方要有合作的意愿，使制造企业物流需求得到释放的同时，必须要求物流企业有“接盘”的能力。按照客户的需求，不断提升企业的一体化服务能力，实现从传统运输、仓储服务向现代物流服务商、供应链集成商转变，是行业发展的趋势。“制造企业有寻求更好物流解决方案的意愿是不够的，更需要供需双方耐得住‘寂寞’。”卢立新告诉我们，物流流程的重新规划、调整是一个系统工程，涉及到方方面面的工作。改革本身存在一定的风险，且需要相当长的一段时间，效果可能要到3~5年后才能的显现。这需要双方不计一时的得失，站在企业中长期发展的战略高度来审视“两业”联动。但是“一体化服务”并不是行业内任何企业都能做到的。河南省一家第三方物流公司的一位许姓负责人指出，作为物流行业中不可或缺的重要成员中小企业，受制于资源和地区的限制，在短期内无法为客户提供全程物流。第三方物流企业的专业化物流服务能力优势是制造企业所不能企及的。

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

