

储运企业在中国物流产业 培育过程中的功能研究

杨晓雁

摘要: 随着“物流热”在中国的兴起,一时之间大大小小的“物流公司”如雨后春笋般涌现出来。他们之中大多数原来都是运输或仓储企业。这种转换也使得社会上不少人认为物流就是简单的运输加仓储。实际上这是一种很错误的观念,这种观念蔓延开来,必然会使真正的物流企业难以形成,同时也会直接影响中国物流产业的早日确立。本文拟从储运企业与物流企业的区别入手,进而阐述储运企业在中国物流产业培育过程中所应发挥的功能和如何实现这些功能。

关键词: 物流企业;储运企业;“准物流”企业;转型

中图分类号:F259.22 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-1894(2001)05-0056-05

随着中国入世的呼声越来越高,国内有关入世对各行业影响的探讨也如火如荼。据美国著名的企业管理顾问公司麦肯锡发表的研究报告指出,中国入世后最大的冲击将发生在物流领域。根据此项报告,中国入世后大多数产品的流通和配销管制将解除。未来会有越来越多的国外物流企业进入中国建立合资或独资企业。他们拥有巨额资金、先进的管理经验和技术设备以及全球性或地区性的业务网络,这些都无疑会对国内物流产业形成很大冲击。一些国际知名物流企业早就闻风而动,抢先进入中国市场,希望通过抓住先机,确立行业领先地位,在这个市场中分得一份较大的“蛋糕”。如丹麦的马士基,美国的总统轮船和英国的 EXEL 等。而中国国内的运输、仓储、物资流通企业也在紧锣密鼓地向现代物流企业转型。

一、何为现代物流企业

根据美国物流管理协会对物流所下的定义,物流系统中最基本的两项活动就是流动和储存。流动即是运输和搬运过程,而储存则是我们平常所指的仓储。这也就无怪乎国内的大小运输和仓储企业都在一夜之间变成了“物流”企业。其实从严格意义上说,目前许多所谓的“物流”企业充其量只能被归为“准物流”企业。他们虽然已经改换“门面”,但实际上仍然在原来的业务轨道上周而复始,他们提供的仍只是简单的运输或仓储服务。其实这与真正意义上的物流服务还相差甚远,而这些企业与真正意义上的物流企业也存在着如下的差距:

1. 物流企业与客户企业之间是一种“双赢”关系 传统企业之间大多是一种“零和”关系,即一方的获利来源于另一方的利益减少或不利。在这种情况下,企业之间的关系仅仅是建立在交易基础上的,而且在交易过程中双方也是守住各自的立场不愿作出让步。这种态度往往会带来交易成本的上升,如互相刺探情报、尔虞我诈、无休止地讨价还价等。而物流企业却是把客户满意作为经营目标,通过为客户提供增值物流服务而使客户企业的营运成本降低,服务水平上升,市场竞争能力提高。物流企业的利润来源于客户新增利润的一部分,从而实现物流企业与客户企业“双赢”的目标。以美国为例,1996~2000年间,现代物流产业为全美商品流通节约约500亿美元的配送费用。

2. 物流企业力图与其客户之间建立起长期合作伙伴关系 传统企业之间的关系发于交易同时也止于交易。尽管有些企业之间也发展起固定交易关系,但企业与企业仍是彼此冲突的利益实体,合作关系只停留在交易层面。而物流企业则致力于与其客户企业建立全方位的长期合作伙伴关系。他们将参与客户企业战略、战术目标的制定并以度身定制的服务协助客户顺利实现上述目标。他们以优异的服务成为客户企业的左膀右臂,有些甚至与客户企业形成独立的经营实体。如英国TIBBETT-BRITTEN物流公司与IBM组成了HI-TECH LOGISTICS为IBM在英国的物流业务提供专门服务。

3. 物流企业为其客户提供全方位的系统服务 与传统储运企业狭窄的经营范围相比,物流企业以专业优势为客户提供从规划到实施的全套物流服务,他们事实上接管了客户企业从原料采购到成品配送的整个物流过程,为客户提供集运输、仓储、配送、信息管理于一体的综合物流解决方案。使客户企业得以将力量集中于核心业务,发挥核心竞争力。如今越来越多企业的外包战略正是这一特点的集中体现。目前,美国有大约58%的企业采取物流外包方式,欧洲这一数据约为76%。我国以工业企业为例,在产品销售物流中外包比例只占到16.1%。

二、储运企业在现代物流系统中所应发挥的功能

通过上述分析,我们知道储运企业不可能仅靠换一个招牌就轻松转化为物流企业。那么储运企业究竟应该走一条怎样的发展道路,他们在现代物流系统中又可以发挥哪些作用呢?

物流的主要活动包括运输、仓储、包装、物料搬运、设施构建、存货管理、信息与通讯管理等。其中运输和仓储是物流的两大基本作业领域,作为提供运输或仓储服务的企业,储运企业是现代物流系统不可或缺的重要组成部分和物流产业的生力军。对于他们来说如何提升服务水平、积极开发新的增值服务是生存和向物流企业升级的关键。综合来说,储运企业在现代物流系统中可以发挥的功能有以下几点:

1. 作为物流企业的雏形,是一定经济发展阶段的现实选择 由于储运企业的业务范围是为社会提供专业的运输或仓储服务,它们在先天上具备发展为物流企业的有利条件。但在目前的经济发展水平上,一方面国内不少企业仍停留在大而全、小而全的经营模式阶段,缺乏培育核心竞争力意识,导致对专业物流服务有效需求不足;另一方面国内储运企业的服务水平还不高,在软件、硬件配备上与客户企业的要求还存在着诸多差距,现阶段不可避免地会存在企业物流与社会物流并举的局面,广大储运企业在逐步转型的过程中也以其日益优化的服务为中国物流市场的培育做着不可或缺贡献。

2. 作为物流企业的雏形,为现代物流产业的建立打下坚实的物质基础 尽管国内储运企业目前的运作水平与国际上的物流企业相比还存在着不少差距,但土生土长的背景使它们在国内市场上同样具有不容忽视的优势。经过若干年的辛勤耕耘,它们在资金、人才、设施、设备、经营、管理、业务网点、客户群体上都有了一定的积累。它们将作为一支强大的生力军在自我发展壮大和向现代物流企业转型的过程中为推动中国物流产业的建立发挥巨大的作用。事实上许多储运企业凭借其行业敏感性正处在紧锣密鼓的转型阶段,它们积极学习、引进国外的先进理念和管理方式,调整经营战略目标和业务规划,通过内引外联筹集建设资金,多方网罗物流专业人才,争取早日成为现代化的物流企业,以迎接中国入世后可能面临的巨大挑战。它们中较具代表性的有中外运、中国邮政等。

3. 作为物流企业的雏形,为现代物流产业培养合格的从业人员 物流产业的建立离不开大规模训练有素的人才。国内储运企业在多年经营过程中,培养了一批精通业务的从业人员,他们熟悉市场情况,熟悉客户要求,熟悉商品特性。一旦他们掌握了现代物流理论,就可以很快转变为物流专门人才。

4. 作为物流企业的雏形,为客户企业提供基本物流服务 物流产业在中国还没有确立,企业的物流活动却无时无刻不在进行,储运企业多年以来,并且将来也会一如既往地为客户企业提供各种运输和仓储服务。在物流产业确立之前它们将作为准物流企业,为客户企业提供强大的后勤保障,将他们的产品源源不断地送抵客户手中并最终将产品送达消费者。

三、仓储企业应如何发挥在现代物流系统中的应有功能

作为新型物流企业雏形的储运企业应如何发挥其应有功效呢?

第一、储运企业应以现代物流理论为指导,首先完成思想上的转变。只有先进的理论才能指导先进的实践。储运企业要想顺利实现向现代物流企业的转变,必须首先实现思想观念的更新。那种把物流简单理解为运输加仓储的观念是十分错误的。正是这种观念导致许多企业认为向物流企业的转变只需换一个招牌就实现了。这将导致他们在原来的水平上原地踏步不前,长此以往会使企业竞争力下降甚至面临生存危机。所喜的是目前许多企业都认识到这个问题,他们通过境外考察、境内培训的方式正逐步接受现代物流新理念,并以这些新理念指导自己的各项活动。

第二、储运企业应努力提高运作水平,为客户提供更好的服务。储运企业要完成向现代物流企业的转型需要经历许多方面的变化,其中加强内功修炼,努力提高运作水平是非常关键的一步。目前国内储运企业的运作水平还不高,具体体现为回程空载、货损货差、信息流通不畅等。这其中有些是由于技术或设备的落后,有些则是由于管理水平的低下。例如有些企业为不使客户资源被其他企业利用,情愿负担高成本也坚持独立完成客户的要求,而不愿与业内同行携手共同完成。其代价是商品流通费用居高不下,高流通费用导致商品的高售价,客户企业的市场竞争力受到影响,业务拓展计划受到局限,对储运服务的需求量自然也就增长缓慢,在储运企业数量众多的情况下,每个企业也就难逃激烈的客户争夺战。

第三、储运企业应积极实施技术创新,利用先进技术手段提高运作水平,提升客户满意度。储运企业要想提高运作水平,以尽可能低的成本向客户提供尽可能高的服务,就必须善于运用物流技术手段,向科技要效益,实现集约式增长。综合而言,物流领域可供利用的技

术主要有以下几类:

(1) 运输、搬运工具。新型运输、搬运工具如低货台汽车、软体箱式车、冷冻冷藏车、铁路集装箱平板车、远洋全集装箱船、巨型桥吊等,极大地提高了运输、装卸效率和对货物的保护程度,使越来越多的商品成为可贸易商品。在扩展了国际贸易范围的同时也为物流业提供了可观的业务机会。

(2) 自动化货架系统。高层货架系统、自动化储存与拣选系统,加快了仓储作业速度并可大大降低差错率,同时还可以最大限度地利用仓容空间,在多个方面提高了仓库工作绩效。

(3) 计算机辅助系统。计算机辅助系统可以帮助储运企业提高自动化作业水平。如计算机辅助仓库管理系统能够实现对收、发货及在库产品的实时、自动化管理,避免手工作业可能发生的差错和损失。计算机辅助运输管理系统可以帮助储运企业合理选择最佳运输线路和运行时间,实现运输管理的自动化、科学化。

(4) 信息与通讯系统。现代新型信息与通讯系统包括卫星全球定位系统(GPS)、EDI、INTERNET/INTRANET、无线电频率系统和基于条形码和光学扫描仪的自动数据采集技术。这些技术手段可以使企业实现数据的自动采集、处理和高效传输,增加物流系统的透明度,提高反应能力和控制能力。

第四、储运企业应不断拓展业务范围,实现向新型物流企业的逐步转型。许多跨国制造企业在进入中国市场之前都需要先进行物流方面的铺垫工作。其原因在于目前国内储运企业不能为他们提供满意的物流服务。这些公司需要的是能够为他们提供在中国境内全套物流服务的专业企业,但国内现有的储运企业往往经营范围单一、业务网络狭窄,很难为客户提供全套物流解决方案。这种局限直接导致众多企业采取物流自理方式,社会上对专业物流服务有效需求不足,而这将成为中国物流产业建立过程中的一个重大障碍。这一障碍的消除依赖于储运企业业务范围拓展。在具体操作上,对运输企业而言,应该立足于运输本业,同时积极向运输的两端延伸,为客户提供集仓储、包装、运输、安装等为一体的全方位服务,加快向物流企业转化的进程。对仓储企业而言,同样需要在发挥仓储服务主业优势的基础上为客户提供新的增值服务,如存货流动管理、存货信息管理、组装、包装、配送等,努力向新型物流企业迈进。

第五、储运企业应加强相互协作、融合,以便有效地组织现有资源,应对外来者的竞争。储运企业应加强相互的沟通和协作,转变以往将同业竞争者视为对立甚至敌对方的观念,加强行业内融合,充分实现现有资源的最有效配置,以联合的力量为客户提供门到门的全套物流解决方案。最典型的如运输企业与仓储企业、长途运输企业与本地递送企业的协同作业。而目前的现状却是许多储运企业各自把守一方势力范围,为避免客户资源的流失,情愿牺牲成本和服务水平也不愿与其他同行开展协作,其结果使客户综合物流成本上升,抑制了客户物流外包的积极性,储运企业不得不面对僧多粥少的局面和竞相压价的恶性竞争。如果这种现状维持不变,一旦中国入世后服务市场放开,国外大型物流企业大举进入,国内企业必然会出现生存危机。联合是必然趋势。一般而言企业之间的联合有4个层次,即偶尔、孤立的业务往来,频繁而相对固定的业务往来,合作伙伴关系和战略性联盟。放眼世界物流市场,合并风潮迭起,如德国邮政收购了英国三大私营国际邮件分拨公司之一的英国先驱国际邮递公司,铁行渣华购买了南非一家名为CCMC的独立物流公司34.3%的股份等。通过合并,企业之间可以共享资源、共享市场、共享经验、共担风险,也能以更雄厚的实力为客户企

业的全球化实践提供后勤保障。

第六、储运企业应注重人才引进和培养,培育起一支高素质的人才队伍。企业的经营离不开人才。在知识经济时代,企业之间的竞争取决于人才的竞争。储运企业要想成为名副其实的物流企业,具备物流专业知识的人才不可或缺的重要元素。储运企业在积极引进新人才的同时,更要注重对现有员工的培训,应该通过制定一套行之有效的方案使每个员工都能有不断学习的机会,并使他们都能充分发挥所长,为企业的持续健康发展作出贡献。

最后,但并非最不重要的一点是,储运企业还需加强与客户企业的协商,随时了解客户企业的反馈意见和业务新动向、新要求,力争成为客户企业的长期供应链合作伙伴,与客户企业共同打造高效物流系统,不断开发新的竞争优势。

(作者单位:上海对外贸易学院)

=====

(上接第 53 页)

的建筑施工服务(贷方),以及由非居民企业向统计编制国国内的居民提供的建筑施工服务(借方)。由建筑施工企业作出的购买包括:由非居民建筑施工企业在统计编制国国内购买的货物与服务(贷方),以及由在统计编制国国内的建筑施工企业居民在东道国国内作出的货物与服务的购买(借方)。这又是《手册》与 BPM5 的一个偏差,BPM5 建议在当地用于货物与服务购买的消费支出应当被包括在“其他商业服务”内。

最后,建筑施工服务下还包括建筑施工项目的施工工作,以及在企业经济范围之外企业雇员的安装工作(此项工作通常在一个短的时间段内执行;“一年规则”可加以灵活适用)。由企业进口的用于工程项目中应用的货物应被包括在这些服务的价值中,而不是记录在货物的项目下。由非居民企业(直接投资者)的分公司、子公司或联营体以及某些现场办公室实施的工程项目则被排除在外,这是因为这些工程项目属于东道国经济体的生产部分。《手册》建议企业提供建筑施工服务的涉及范围应当与国际收支中的范围完全一致。

(作者单位:上海大学)

