

基于循环经济的逆向物流

文/祝辉

一、寻求基于循环经济的逆向物流的背景原因

所谓循环经济是一种保护地球的经济发展模式，它在本质上是一种生态经济。循环经济是国际社会推进可持续发展的一种实践模式，它强调最有效利用资源和保护环境。表现为“资源——产品——再生资源”的经济增长方式，做到生产和消费“染排放最小化、废物资源化和无害化”，以最小成本获得最大的经济效益和环境效益。它要求把经济活动组织成为“自然资源——产品和用品——再生资源的闭环式流程，所有的原料和能源要能在这个不断进行的经济循环中得到最合理的利用，从而使经济活动对自然环境的影响控制在尽可能小的程度。

循环经济强调的是资源的循环利用，而逆向物流可以说是循环经济的关键环节。狭义的逆向物流是指对已经废弃的产品进行再制造、再使用或再循环的过程，而广义的逆向物流还包括减少资源使用以及有效的退货管理等含义。从微观上看逆向物流具有提高顾客价值、增强竞争优势、降低物料成本，增加企业效益、改善环境行为塑造企业形象等显性和隐性作用；从宏观上看逆向物流有利于社会资源的合理流动节约资源改善环境和经济的可持续发展等。因此实施“逆向物流”顺应了时代发展的要求。

二、开展逆向物流的产生的效应

开展逆向物流活动将对核心企业、供应链、消费者和社会公众有着不同的影响，由此产生四种相应的效应：即利润效应、协同效应、价值效应和环境效应。其中，逆向物流的利润效应（简称利润效应），指的是核心企业开展与不开展逆向物流活动带来的利润增量；协同效应则是指供应链全体成员协作开展逆向物流活动带来的价值大于各个独立成员单独开展逆向物流活动带来的价值；价值效应主要是从营销学的角度出发，基于顾客满意的理念，企业开展逆向物流活动能够给消费者带来更多的顾客满意度，由此产生更大的价值；环境效应指的是企业的逆向物流活动给社会环境带来良性的保护作用。

逆向物流的四种效应的逻辑关系是这样的：企业的逐利动机及其带来的外部性是政府实施环境管制政策的主要原因，它与公众对环境的关注共同形成企业实施逆向物流战略的外部驱动力；这样，企业开展逆向物流活动将给社会公众带来环境效应，相应产生良好的企业形象反馈成为企业可持续生存的基石；此外，对给消费者创造价值的响应也是企业开展逆向物流活动的外部驱动力，它推动了企业对经营活动的认知，因此进一步给消费者带来了价值效应。从内部角度看，逆向物流战略通过3R原则，即输入端的减量化(reducing)，转换过程中的再使用(reusing)和输出端的再循环(recycling)，指导核心企业更好利用资源，降低成本，创造利润效应。由于逆向物流活动的开展不仅仅是单个企业的行为，更需要整个供应链各节点企业的共同配合，从而带来协同效应并由此增强整个链条的竞争优势。

三、基于循环经济的逆向物流策略

政府层面的策略主要目标是提供逆向物流活动开展的制度安排。而激励核心企业开展逆向物流活动，同时促成供应链成员间的合作是政府提供制度安排的首要目标。基于这种认识，本文认为政府的制度安排应包括两个方面：一是为核心企业开展逆向物流活动提供激励；一是通过合理的社会规制促成供应链成员间的合作关系。具体实施要点包括：1、提高处理成本和回收收入，通过经济手段实现柔性管制；2、设置一个合理的回收率，并允许企业间达成排污许可权的交易行为；3、立法中引入延伸生产者责任原则。

其次是要建立制造商与分销商的委托——代理机制，以确保渠道关系的和谐，从而为供应链企业间有效配合开展逆向物流活动奠定良好的基础。供应链合作企业要充分认识到双赢是提前，在此基础上，通过信任机制和奖惩体系来保证供应链合作的稳定性。

最后，采用多代理系统实现对逆向物流活动的技术支持。从产品回收到最后处置或再利用需要经过以下几个步骤：1、接受产品消费者回收需求定单、收集产品数据、设计回收方案、选择回收商；2、在各个合作企业进行任务分配；3、从消费者处，回收产品；4、消费者与回收服务提供商进行资金支付；5、对回收产品进行分类检测、再制造或处置；6、付款给回收服务提供商。公众层面上，要充分发挥行业协会和中介组织的作用，扩大公众参与的基础。公众参与的内容主要包括：社会个人或团体在环境保护方面的自律，监控他人和企业的违规行为，通过舆论的理论宣传和培训公众的环境意识。特别要发挥行业协会的积极作用，发挥其作为非正式的社会制度对企业间合作的促进作用，通过加强与企业的交流与协作，及时制止企业的违规行为，这样可以克服法律惩罚

的延时性和条款不足带来的机会主义的问题，提高惩罚幅度。建议政府可以给予一定的鼓励政策，以支持这些非正式的社会制度对企业的合作予以促进和提高。其次，由于打击违规行为很大程度上还是隐性的，即通过减少违规方的未来市场机会来实现。所以要通过社会舆论来提高监督和警示作用，增大了惩罚幅度的同时，也促使对违规行为的惩罚的尽快实现，即加大了贴现因子，从而增大违规者的损失（作者单位：江汉大学机电与建筑工程学院）

相关链接

洋品牌进军“二、三线市场”对我国日化企业的启示
数据挖掘在现代企业战略决策中的支持作用
公路工程建设企业应如何提高工程建设质量
浅谈精密、贵重设备采购合同订立
浅析品牌形象更新
基于循环经济的逆向物流
集中式电话访销应用研究与探讨
大型百货商场商品陈列存在的问题及对策
加强财务成本控制是改善物业企业经营状况的根本途径

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心