
4、现代物流在经济中的作用

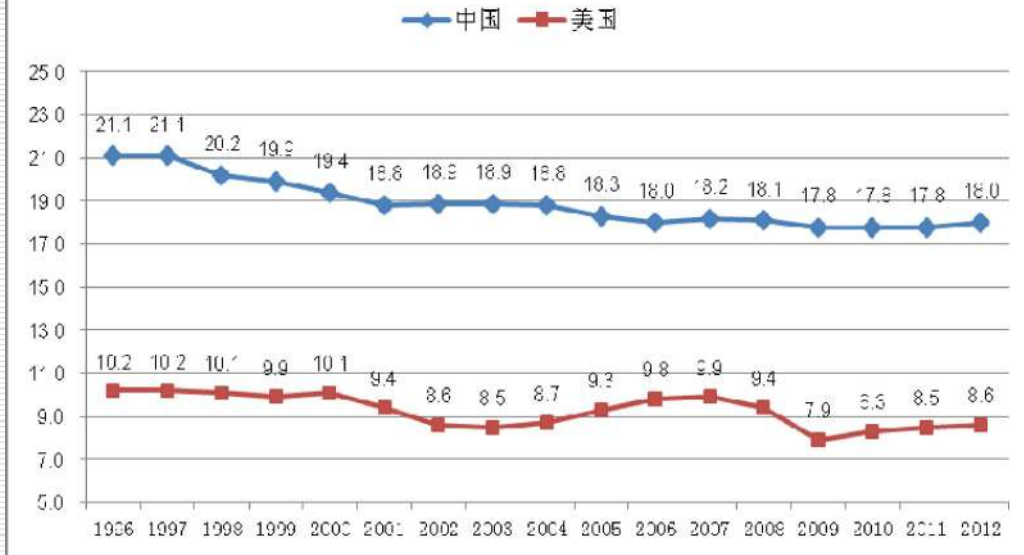
随着消费需求的与日俱增，国内和国际商品与服务市场不断扩大。在过去十年间，数以千计的新产品和服务源源涌入市场，并被出售、分销给不同的顾客。为了适应不断扩展的市场和衍生的新产品与服务的需要，企业规模与综合性也在不断增加，多功能的工厂已替代了单一功能的工厂。在这种趋势下，承担将产品从原产地分送到消费地职能的物流服务已成为各国国内生产总值（GDP）中十分重要的组成部分。如目前我国物流成本占GDP的比重为18.4%，而发达国家平均在10%左右。

2013年中国GDP9.4万亿美元，美国16.6万亿美元

表1-3 1996年-2012年中、美两国物流成本占其GDP的比率情况

年份	物流成本占其GDP的比率	
	中国	美国
1996	21.1%	10.2%
1997	21.1%	10.2%
1998	20.2%	10.1%
1999	19.9%	9.9%
2000	19.4%	10.1%
2001	18.8%	9.4%
2002	18.9%	8.6%
2003	18.9%	8.5%
2004	18.8%	8.7%
2005	18.3%	9.3%
2006	18.0%	9.8%
2007	18.2%	9.9%
2008	18.1%	9.4%
2009	17.8%	7.9%
2010	17.8%	8.3%
2011	17.8%	8.5%
2012	18.0%	8.6%
平均值	18.9%	9.3%

中、美物流成本占其GDP的比率对比图（单位：%）



Logistics Costs as a Percentage of GDP



After steadily declining for several years, logistics costs are heading back up toward the 10 percent mark. Rising fuel prices and inventory-carrying costs are partly to blame.

Most cost categories have risen in the past year. Transportation costs made the biggest leap, up 14.1 percent to \$744 billion in 2005.

A Snapshot of the U.S. Logistics Market (2005)

(\$ billions)

Carrying Costs 393

- Interest 58
- Taxes, Obsolescence, Depreciation, Insurance 245
- Warehousing 90

Transportation Costs 744

Motor Carriers 583

- Truck - Intercity 394
- Truck - Local 189

Other Carriers 153

- Railroads 48
- Water (International 29, Domestic 5) 34
- Oil Pipelines 9
- Air (International 15, Domestic 25) 40
- Forwarders 22

Shipper-Related Costs 8

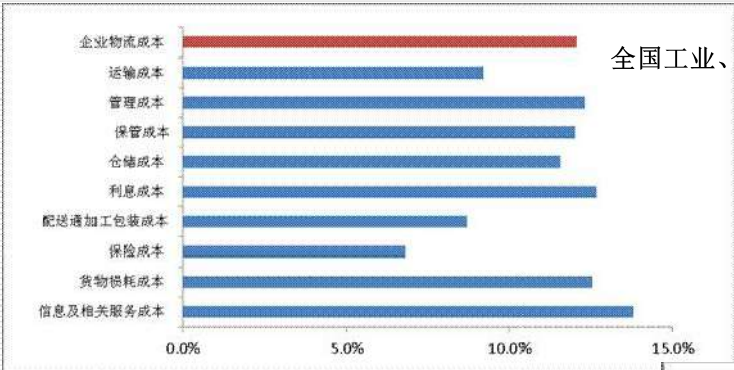
Logistics Administration 46

Total Logistics Costs 1,183

表1-4 2011年美国物流成本项目构成

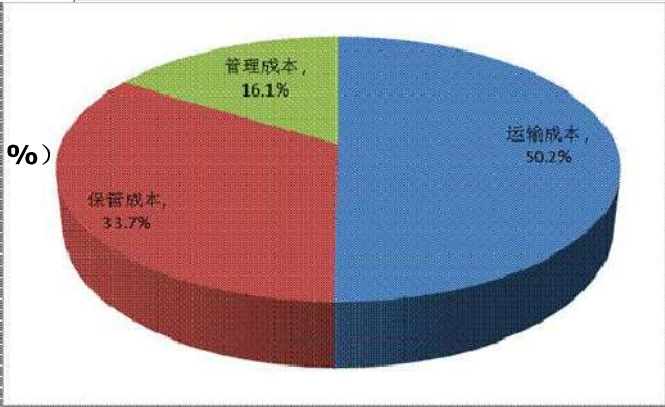
物流成本项目		金额 (\$Billions)
库存成本 (所有行业总库存：2.184万 亿美元)	利息	3
	税金、过时(废弃)损失、 折旧、保险	294
	仓储	120
	小计	418
运输成本	汽车运输	629
	其中：城间运输	431
	本地运输	198
	其他运输	177
	其中：水路运输	32 (国际：28, 国内5)
	铁路运输	68
	石油管道运输	10
	航空运输	32 (国际：16, 国内：15)
	货运代理	35
	小计	806
货主相关成本	10	
物流管理成本	49	
总计	1,282	

全国重点企业物流统计调查报告(中国物流与采购联合会,2013.12)



全国工业、批发和零售业企业物流成本增长情况 (单位: %)

全国工业、批发和零售业企业物流成本构成情况 (单位: %)



物流在企业经营中的重要性：

在二十世纪80年代末、90年代初，“顾客服务”已开始成为众多企业经营管理的核心，目前这一趋势仍在继续。由于物流在企业这一经营理念的实施过程中起着十分关键的作用，因此，近年来已有越来越多的企业认识到有效的物流管理是改善企业获利能力和竞争绩效的一个关键因素。下面我们将从物流系统产出的四个方面分别阐述物流在企业经营中的作用。

物流在企业中的位置

生产/运作

边缘活动:

物流

边缘活动:

营销

活动举例:

- 质量控制
- 制订详细生产调度计划
- 设备维护
- 生产能力计划
- 生产作业

- 生产调度
- 工厂选址
- 采购

活动举例:

- 运输
- 库存
- 订单处理
- 物料搬运

- 客户服务标准
- 定价
- 包装
- 零售点选址

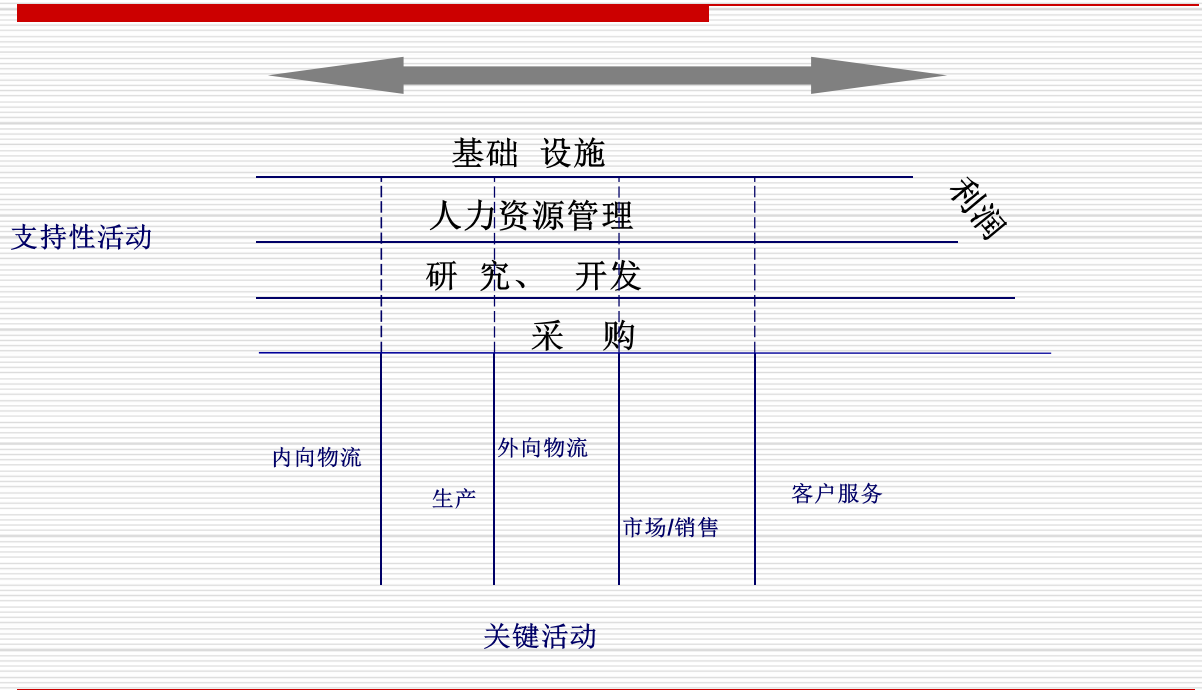
活动举例:

- 促销
- 市场研究
- 产品组合
- 销售人员管理

生产-物流
交叉领域

营销-物流
交叉领域

企业内基本价值活动



(1) 物流可以给企业带来竞争优势

- **以顾客为导向的市场营销哲学认为企业经营目标的实现取决于对目标市场（顾客）需求的确定，并能比竞争对手更为有效地满足顾客的需求。换句话说，企业的存在就是要满足顾客的需要。**
 - **企业的这一经营理念由顾客满意、一体化营销活动以及企业获利三个关键因素组成：**
-

顾客满意

- 供应商
- 中间顾客
- 最终顾客

一体化营销活动

- 产品
- 价格
- 促销
- 地点与时间（配送）

企业获利

- 长期获利最大化
- 在可接受的顾客服务水平下总成本最低

市场营销与物流管理理念要素构成

产品

价格

促销

市场营销

地点与时间
/顾客服务水平

库存成本

运输成本

物流管理

批次处理成本

仓储成本

订单处理与信息成本

物流与市场营销中的成本权衡分析

(2) 物流可以为产品增加时间与空间效用

- 通常，原材料或零部件在经过加工生产制成产品后会产生一定的价值或效用，这部分价值或效用我们称之为**形状效用** (Form Utility)。
 - 然而对于消费者来说，不仅需要产品的形状效用，更需要在适当的时间和适当的地点能够得到它。这种超出由生产制造带来的形状效用之外的附加价值，我们称之为**时间与空间效用** (Time and Place Utility) 或**所有权效用** (Possession Utility)。很显然，这种使产品或服务能够在其所需要的地点和时间被消费者购买或消费而新增的价值，与物流是直接相关的。
-

(3) 物流能保证产品有效地送达顾客

普罗曼 (E.G. Plowman) 提出了物流系统的 **“5R”要素** , 即在适当的时间 (Right Time) 、适当的地点 (Right Place) 和适当的条件 (Right Condition) 下 , 以适当的成本 (Right Cost) , 为消费者提供适当的产品 (Right Product) 。通过物流系统 **“5R”要素** 的一体化运作 , 物流能保证产品有效 (效率和效益) 地送达顾客。

(4) 物流是难以被仿制的专有无形资产

- 一个高效、经济的物流系统与企业资产台帐上的有形资产一样，是企业资产的重要组成部分，并且是难以被竞争对手仿制的专有资产。**
 - 如果企业能以较低的成本及时为其顾客提供产品，他就可以比竞争对手在市场份额上获得较大的优势，因为它要么可以更低的价格销售自己的产品，要么可以为顾客提供更高的服务水平。**
 - 因此，尽管目前还没有企业将其作为“资产”列入财务平衡表中，但从理论上讲，物流应该和专利、版权以及商标一样，成为企业的一种无形资产。**
-