



环众之窗

1

环众动态

(由环众公司提供)

1. 本公司高级信息顾问陆博士于8月1—12日前来上海进行工作稽核及指导;
2. 本公司项目组于8月2—5日前往湖北荆门进行物流园区开发项目初步调研;
3. 本公司教学组师资暑期内训于8月5日顺利结业并完成实训教材的升级(第三版);
4. 本公司教学组新进师资于8月6日前往实训基地进行为期两周的培训;
5. 本公司项目组于8月6—7日前往天津进行供应链物流项目初步调研;
6. 南京工业职业技术学院于8月7日前来环众上海实训中心参观指导;
7. 本公司蓝董于8月9—13日受台湾物流协会之邀返回台北及高雄讲授供应链物流规划与实践课程;
8. 本公司教学组受邀于8月15日起担任高教出版社物流实训教学论坛网站外聘版主。

2

实训中心

(由环众公司提供)

- 实训图片展示: 实训学员在做整仓练习



- 上海第六期岗前培训学员参训感言:

——每天上课我们轮流上台讲述作业,锻炼了语言表达能力和沟通能力,增进了个人素质的培养。老师的个人经验讲述与各相关物流企业影片播放,让我们对物流有了更深入的了解。一方面达到了理论与实际相结合,另一方面也提高了我们为人处事的能力。

——与环众相伴的日子里,每天都过得很充实,在提高物流专业水平的同时,也打下了扎实肯干,吃苦耐劳的基础。



行业资讯

1

物流新闻

(由环众公司整理)

1. 上海市出台国内首个食品冷链物流标准

- 作为国内第一个食品冷链物流的地方标准，上海市“食品冷链物流技术与管理规范”地方标准已通过评审，将于10月1日起在全市实施。
- 新标准对冷链全过程作出规定：冷藏运输必须使用冷藏汽车、冷藏火车、冷藏集装箱、冷藏运输船或保温车，冷冻食品的温度在-18℃以下，冷藏食品在7℃以下、冻结点以上；液体奶类(饮料)运输途中产品温度不高于10℃；巴氏杀菌奶为冻结点以上至7℃；运输速冻食品时，装载前厢体要预冷到-10℃或更低温度，运输途中保持-18℃等。

2. DHL 率先推出“机场到门”快递服务

- 全球著名的快递和物流公司 DHL 日前推出一项全新的“机场到门”快递服务。
- “机场到门”快递服务是为使用自由承运人贸易条款的进口客户量身定做的。通常，进口商会选择 FOB 或 FCA 贸易条款，以获得接近成本的价格。而以上条款并不要求承运方负责货到后的门到门运输。此前，进口商需要联系本地的货运代理商办理清关手续，安排取货送货，程序繁杂，费时又费力。新服务推出后，卖方只需将货物送到 DHL 指定的机场货件接受中心，DHL 即可根据客户的贸易条款，提供从清关到送货上门等一条龙服务。
- 从7月起，DHL 在北京、上海、广州三个目的地开通机场到门服务。

3. 国旗制造商应用 EPC 改善货运准确性

- 全球最大的国旗制造商 Annin & Co 是沃尔玛的供应商，目前正在使用 RFID 技术追踪包装箱和托盘，这些货品发往沃尔玛位于德州的三个部署了 RFID 系统的分销中心。
- Annie 公司物流和特别项目经理表示 David Smith，Annin 在 2005 年就开始应用 RFID 系统，而正式启用 RFID 系统是在 2006 年的 2 月。Smith 还说，RFID 系统的应用还有其它目的，例如整理和确认订单。但是，暂时不会进一步投资和更广泛的部署 RFID，等沃尔玛和其它零售商对 RFID 技术有更大的要求时才进行。

4. 7 月份公路货运价格指数

- 2007 年 7 月份公路货物运输市场价格
物超所值 尽善尽美



	07年6月份均价	07年7月份均价	环比增长(%)
整车运输(元/吨公里)	0.230	0.233	1.3
零担重货(元/吨公里)	0.337	0.323	-4.2
零担轻货(元/立方米公里)	0.102	0.096	-5.9

■ 2007年7月份公路货物运输市场价格指数

	2007.7.2	2007.7.9	2007.7.16	2007.7.23	7月平均	增长百分点
综合	63.9	63.5	65.6	64.4	64.4	-1.5
整车	57.3	57.3	58.5	57.5	57.7	0.7
零担重货	58.6	58.7	60.5	60.0	59.4	-2.6
零担轻货	110.0	101.1	112.0	103.4	106.9	-6.2

■ 7月份运价指数波动分析

2007年7月份的综合运价指数继上个月刚出现回升之后本月又再次轻微下跌，同样下跌幅度并不是很大且波动仍保持平稳的状态。公路货运市场仍处于淡季，货运价格仍保持较低水平。从波动状况来看，七月份内综合运价指数波动幅度比上个月进一步缩小，市场仍然保持低迷状态且状态十分稳定；各类型运输方式波动幅度也比上个月要偏小。上个月运价的少量回升并没有持续太久，货运价格起伏不大仍然难见上升。然而燃油市场部分出现偏紧，成品油生产企业也正在寻求涨价的可能，货物运输在近期将面临更大压力，市场价格将可能出现部分回升。

2

名词解释

(由环众公司整理)

- **保税仓库**——是指专站存放经海关核准的保税货物的仓库。这种仓库仅限于存放供来料加工、进料加工复出口的料件，暂时存放之后复运出口的货物和经过海关批准缓办纳税手续进境的货物。
- **FOB**——即船上交货，习惯称为装运港船上交货。按此术语成交，由买方负责派船接运货物，卖方应在合同规定的装运港和规定的期限内，将货物装上买方指定的船只，并及时通知买方。货物在装船时越过船舷，风险即由卖方转移至买方。
- **CIF**——成本加保险费加运费。当货物在装运港越过船舷时，卖方即完成交货。货物自装运港到目的港的运费保险费等由卖方支付，但货物装船后发生的损坏及灭失的风险由买方承担。
- **EXW**——买方工厂交货。是指当卖方在其所在地或其他指定的地点(如工场、工厂或仓库)将货物交给买方处置时，即完成交货，卖方不办理出口清关手续或将货物装上任何运输工具。
- **DDP**——卖方责任最大。卖方承担运输过程中所有的费用和 risk，直到货物送到买方手中。



物流理论 (由环众公司整理)

美国施乐公司物流绩效标杆

在北美，绩效标杆法（Benchmarking）这个术语是和施乐公司同义的。以往 15 年，有 100 多家企业去施乐学习它在这个领域的专门知识。施乐创立绩效标杆法开始于 1979 年，当时日本的竞争对手在复印行业中取胜，他们以高质量、低价格的产品，使施乐的市场占有率在几年时间里从 49%减少到 22%。为了迎接挑战，施乐高级经理们引进了若干质量和生产率计划的创意，其中绩效标杆法就是最有代表性的一项。

所谓“绩效标杆法”就是对照最强的竞争对手，或著名的顶级企业的有关指标而对自己的产品、服务和实施过程进行连续不断的衡量。这也是发现和执行最佳的行业实践。

施乐考虑到了顾客的满意度，绩效标杆法被执行得比原先最佳的实践还要好。

达到这个目标的主要实践方法是取悦顾客，展示给顾客看与施乐公司做生意是多么容易和愉快；达到这个目标的主要途径是公司与顾客之间的接触点。例如，拿取和填写订货单、开发票的全过程都必须符合保证顾客满意的最佳实践标准。

在施乐公司，绩效标杆法是一个由如下 4 个阶段和 10 个步骤组成的程序：

第一阶段(3 个步骤)：识别什么可成为标杆；识别可作为对照或对比的企业；数据的收集。

第二阶段(3 个步骤)：确定当今的绩效水平；物超所值 尽善尽美

制定未来绩效水平计划；标杆的确认。

第三阶段(2 个步骤)：建立改进目标；制定行动计划。

第四阶段(2 个步骤)：执行行动计划和监督进程；修正绩效标杆。

一个绩效标杆作业往往需要 6-9 个月的实践，才能达到目标。需要这么长时间，是因为绩效标杆既需要战略的，也包括战术或运作的因素。从战略上讲，绩效标杆涉及到企业的经营战略和核心竞争力问题；从战术上讲，一个企业必须对其内部运作有充分的了解和洞察，才能将之与外部诸因素相对比。

绩效标杆的实践运作主要包括以下三种类型：

第一种类型是工作任务标杆。比如搬运装车、成组发运、排货出车的时间表等单个物流活动。

第二种类型是广泛的功能标杆。就是要同时评估物流功能中的所有任务，例如改进仓储绩效的标杆（从储存、堆放、订货、挑选到运送等每一个作业）。

第三种类型是管理过程的标杆。把物流的各个功能综合起来，共同关注诸如物流的服务质量、配送中心的运作、库存管理系统、物流信息系统及物流操作人员的培训与薪酬制度等，这种类型的标杆更为复杂，因为它跨越了物流的各项功能。

运用绩效标杆法实际上可打破根深蒂固的不



愿改进的传统思考模式，而将企业的经营目标与外部市场有机地联系起来，从而使企业的经营目标得到市场的确认而更趋合理化。

例如，它建立了物流顾客服务标准，鼓励员工进行创造性和竞争性的思维，并时常提高员工物流运作成本和物流服务绩效的意识。

缺乏准备是绩效标杆法失败的最大原因。对别的企业做现场视察，首先要求物流经理能完全理解本企业内部的物流运行程序，这种理解有助于识别哪些是他们要去完成的，哪些是要从绩效标杆中寻

求的信息。

施乐公司物流绩效标杆已取得了显著的成效。以前公司花费了 80% 的时间关注市场的竞争，现在施乐公司却花费 80% 的精力集中研究竞争对手的革新与创造性活动。施乐公司更多地致力于产品质量和服务质量的竞争而不是价格的竞争。结果，公司降低了 50% 的成本，缩短了 25% 的交货周期，并使员工增加了 20% 的收入，供应商的无缺陷率从 92% 提高到 95%，采购成本也下降了 45%，最可喜的是，公司的市场占有率有了大幅度的增长。

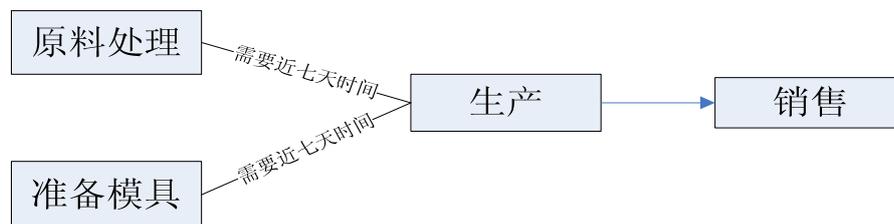




物流诊断 (由环众公司提供)

标准件生产企业供应链管理策略思考

T 公司是国内的标准件行业的领头羊之一，由于生产的特殊性（生产流程图如下图）企业的订单履行质量一直较低。为提高订单履行质量，总公司备有大量库存，分公司也备有大量库存，但效果仍然不佳，仍有 10%左右的客户需求难以满足。



生产流程图

随着需求个性化的发展，企业要应对众多非标准产品，生产压力增大；同时随着竞争压力的增大，中间商对供货响应速度要求越来越高，企业面临的压力越来越大。

上述情况是大多标准件生产企业面临的问题，单从生产、还是销售都难以解决只有从整个供应链的角度才能提高订单履行质量；再者根据客户需求特性，构建不同的供应链发应体系，才能做到有的放矢，提高资源效率。这里根据标准件企业需求特性将订单分为：

- 1、中间商标准产品；
- 2、标准产品终端客户；
- 3、非标准产品终端客户。

因此，对应的标准件企业供应链管理策略如下表所示。

订单处理原则细分	中间商标准产品	标准产品终端客户	非标准终端客户
营销	快速处理	同客户信息共享，及时掌握客户需求，提前下单。	同客户协商订单内容，保证客户需求同时为生产赢得时间。
生产	生产间隙备货	生产间隙准备半成品，接单进行半成品加工。	接单生产
物流	接单配送	按要求配送	按要求配送





开卷有益 (由环众公司整理)

卡耐基: 想要改变人而不触犯或引起反感的九种方法——

第一项规则: 用称赞和真诚的欣赏作开始。

第二项规则: 间接的指出人们的错误。

第三项规则: 在批评对方之前, 不妨先谈谈你自己的过错。

第四项规则: 发问时, 别用直接的命令。

第五项规则: 顾全对方的面子。

第六项规则: 称赞最细微的进步, 而且称赞每一个进步。

第七项规则: 给人们一个美名让他去保全。

第八项规则: 用鼓励, 使你要改正的错误, 看来很易做到; 使你要对方所做的事, 好象很易做到。

第九项规则: 使人们乐意去做你所建议的事。



《环众物流简讯》是环众公司为企业内部员工及环众外界朋友提供的一份物流行业最新发展动态的半月刊, 其内容包括: 环众之窗(环众动态、物流实训/物流项目/物流经验), 物流简报(物流新闻、物流技术与物流管理)和环众物流诊断室, 每月15日和月末通过电子邮件的形式发送给大家。

欢迎大家对《环众物流简讯》的编稿和内容提出宝贵的意见和建议!

若需要我们提供前几期的《环众物流简讯》, 也请您告知! 谢谢!

联系方式: 021-54351150; 021-54358956; Email: roundsmen@126.com

