读书笔记3

1. 成为物流集群的天生优势

四个地理因素促进物流集群的形成

1. 中心区位

孟菲斯、新加坡、芝加哥和萨拉戈萨这些地方，都处在主要供需区域的中间地带，并由此成为物流活动的主要中心。大量商品通过特定的地区转口，这个地区自然成为仓储、集拼和分装货场、运输公司作业的场所。

1. 地理成本削减和地理捷径

制造业、零售业和分销业的管理人员基本上会把物流成本当作不可避免的负担（“必要之恶”，necessary evil）。事实上，企业和各项职能都会有成本压力。例如，研发和制造等部门主要负责产品的形式和功能；营销和销售部门主要负责提升品牌形象、扩大销售收入；金融财务部门则负责融资和资金管理。物流部门直接协助客户服务和销售，但因为传统上物流管理的重要性没有得到足够的认可，许多企业的高管都把运输和物流看作必须压缩、控制的成本项目。很多地理位置具有运输成本优势，如鹿特丹港、可以通航的莱茵河和密西西比河等。芝加哥地处五大湖区，水路运输可以将美国腹地与美国东海岸和欧洲联系起来。天然或人工的地理捷径，如马六甲海峡和巴拿马运河，都吸引了大量货物运输活动。位于这些运输捷径沿线的地方，如新加坡或巴拿马城，就成为整合货物、转交给区域承运人、仓储、加油或维修的最佳选择。

1. 不同运输模式之间的天然纽带

多式联运货场是卡车和铁路系统交换货物的枢纽。位于各种枢纽内的配送中心和货场，其主要功能之一就是给不同的运输工具配装货物。此外，这些节点大多都有进出口功能，因此会有政府机构在那里处理国际贸易的手续，包括出口管制、进口查验、海关支付和自由贸易区等。

1. 气候优势等同于可靠性

现代物流依赖良好的天气条件，特别不希望受极端天气的影响。制造商、零售商和分销商的准时交付制（just-in-time delivery）不能容忍天气原因造成的延误，因此，物流中心如果位于气候好的地方，可以给发货人提供他们最需要的一种东西：可靠性。（集群里面的发货人一类是受益发货人[BFOs]，他们自己营运物流业务，如制造商、分销商、零售商；另一类是第三方物流服务商，他们代表客户，也就是受益发货人，管理物流业务。）