

物流资格考试综合辅导:如何向钢铁物流要效益? PDF转换可能丢失图片或格式, 建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/220/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E8_B5_84_E6_c67_220237.htm

随着中国经济的不断向前发展,对能源的需求也与日俱增。钢铁企业作为耗能大户,节约能源、降低成本显得尤为重要。现代物流业作为企业降低成本的有力武器,越来越被钢铁企业重视,因此,这几年钢铁物流得到了蓬勃发展。在各地提出建设节约型社会的大背景下,钢铁物流将发挥越来越重要的作用。钢铁物流面临的诸多问题

- 1.多头经营,手工操作。钢铁物流业现在的情况是多头经营,各自为政,极易引起无序竞争。在市场日益成熟的条件下,大多数钢铁企业、经销商还是采用简单的一买一卖的商业模式,与国际上统购分销、加工增值的现代经营模式相去甚远。我国传统的钢材贸易表现为钢铁贸易企业、贸易商、钢材经销商、零售商多种主体分散经营,各自为战。他们往往依靠自己的能力,从采购到销售一插到底。这些单位投资量巨大,大多拥有自己的货舱和运输网络,各自配备运输车辆。但他们的经营业务有限,往往处在手工操作、电话联系的浅层次运作阶段。笔者在北京一钢材市场调查发现,该钢材市场几乎找不到一家集钢材储存、加工、配送为一体的经销商、客户均是自己联系车辆,直接将钢铁材拉走。“我们只是代理销售,一般没有更深层次的钢材加工服务,有时我们也帮着联系车辆运输,遇到有加工要求的客户,我们可以给他联系附近专门搞钢材加工的加工商。”一小型钢材销售公司的经理告诉笔者。这种钢材市场是自发形成的,就如现在的菜市场,它只能满足众多小型用户的需求

。 “与一些比较大的钢铁贸易企业比较，我们的抗风险能力比较差”，一小经销商承认。业内专家分析，目前，整个钢铁流通业普遍存在着现代化水平低的问题。缺乏整体规划、布局不合理和物流市场的无序竞争已与现代物流发展的要求不相适应。据了解，现在一些企业的物流成本占了产品成本的20%-30%，甚至更高。物流环节成为企业通过降低物质消耗、提高劳动生产率换来利润的隐性绊脚石。

2.存在交通运输上的制约瓶颈。钢铁企业的物流有着消耗大、运量大、物流供应链长的特点。按照目前全球经济走势，中国市场对钢铁产品的需求，受制造业、房地产业等的强烈推动，预计到2010年，中国钢材消费量将有增加近1亿吨的可能，这是中国钢铁工业巨大的发展空间，也是对钢铁原料供应，如铁矿石、炼焦煤、焦炭、电力、废钢铁等资源供应和钢铁企业物流业等支撑条件的严峻考验，同时也给国内港口、铁路、公路运输带来空前压力。

发展钢铁物流面临机遇应该说，国内钢铁物流业最近几年的发展态势很好，发展势头也很快。首先，钢铁行业内各企业管理层对现代物流将成为企业“第三个利润源”的认识已经越来越明确。认识上的提升使我国钢铁物流业这几年的发展不断提速。其次，国家在“九五”、“十五”期间大力度地进行铁路、公路、港口等交通基础设施的建设，为钢铁物流的发展提供了重要的交通基础。我国公路建设这几年突飞猛进，实现了跨越式发展，华北、东北、华东之间已经形成几条公路运输大通道，“五纵七横”国道主干线已建成近2万公里，仅内蒙古地区在2004年就新增公路里程1576公里。到2005年底，全国铁路营业里程将达到7.5万公里，其中西部路网规模新增2000多公里。沿海港口建设

也得到较大发展，交通专用卫星长途通信网建成并实行全国联网、内河航道落后面貌明显改善，这些都为我国现代物流业的快速发展奠定了必要的物质基础。第三，国内整个物流业的蓬勃发展带动了钢铁物流的快速进步。反观我国现代物流业从1993年起步至今的成长轨迹，短短十几年间就已打破部门、行业、地区的界限，向社会化、专业化、现代化、信息化方向发展，并越来越受到各级政府的重视。北京、天津、上海、广州、深圳等地方政府已将物流业的发展问题列入政府工作议事日程，先后制订了本地区物流发展的产业政策，积极推进物流方面的基础工作。在这样的大背景下，钢铁物流业受到推动，获得了发展机遇。关于推动钢铁物流建设的建议面对钢铁业的巨大物流量，业内人士认为，要适时抓住机遇，发展钢铁物流产业，从物流中要利润。同时，只有建立与之相适应的现代物流体系，才能适应钢铁物流业的发展。此外，随着世界物流理念朝着供应链方向转移，必须加快钢铁企业物流的信息化、自动化、网络化建设，使库存、装卸、运输、采购、订货、配送等各个环节都实现电子化，把商流、物流、信息流、资金流四流合一，形成集约、集成的第三方物流公司。真正意义上的现代物流离钢铁企业还有一段距离。但消费通过流通决定生产，市场决定一切，现代物流观念已经渐渐被钢铁企业所接受，各钢铁企业也在努力营建包括信息业、配送业、仓储业、联运业等具备现代物流理念的营销系统。钢铁企业要实现在流通领域中的利润，要有一定规模的物流队伍，但更重要的是要有一个流畅的循环链，在这条链中不断提供加工、配送等增值服务。这是现代物流带来的必然要求。发达国家物流企业是以服务为中

心，以客户为出发点，提供满意和特殊的物流服务。采用全程物流服务的概念，提供更多服务功能和更广泛、深层次的服务范围，是必不可少的。应该看到，原有钢材贸易中以代理批发为主的经营模式已经不适应市场发展的需要。钢材营销将通过电子商务、仓储加工配送等现代物流方式的运用，延长盈利链条。有关业内人士认为，钢铁企业及钢材贸易建立现代物流比一般性行业和消费商品要难。因为钢铁业是大规模连续生产，工序协同运转，从矿石开采到成品材，各工序之间协同作业，而其产品只是其他工业的原材料，处于产业链的初级，它的需求受到下游各行业发展程度的制约。另外，钢铁产品品种多样，产品的市场特性不一，产品生产周期较长，物流成本较高，市场需求的波动也较大。这些特点的存在，使钢铁企业建立起全新的现代物流，需要有一个摸索、适应的过程。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com