

我国物流企业国际化的发展与障碍分析 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/37/2021_2022__E6_88_91_E5_9B_BD_E7_89_A9_E6_c31_37522.htm 近年来，伴随着我国市场经济的发展和逐渐成熟，一批拥有先进的管理理念、完善的治理结构和管理体制以及规模优势的企业脱颖而出，成为市场关注的焦点。这些企业或出于竞争的需要和业务的拓展，或出于企业形象的树立，纷纷走出国门，以期在国际市场有所斩获，其中不乏物流企业的身影。跨国经营成为企业的战略选择全世界跨国公司控制了世界生产的50%，贸易量的60%~70%，对外直接投资的90%。纵观世界上主要物流企业，均不同程度地涉足了国际物流市场，具有明显的国际化特征。UPS主要业务在美国国内，收入占总收入的80%以上，但其分支机构遍布全球200多个国家和地区；Panalpina在65个国家地区拥有312个分支机构，业务收入中，欧洲、非洲占52.7%，美洲占33.9%，亚太地区占13.4%；Exel在全球拥有网点1300个，50000多名员工，业务主要集中在英国和爱尔兰，同时遍及美洲、欧洲大陆和非洲以及亚太地区；FedEx国际业务占其收入的24%；德国邮政在德国本土的收入占总收入的23%；日通本土收入占93%；TNT在全球超过200个国家和地区提供邮递、速递和物流服务。中远继2003年与新加坡港务集团签约，首次成功投资境外的码头项目后，又进一步投资比利时安特卫普港集装箱码头，与快递巨头TNT共同组建合资物流企业，成为了中国民族物流企业国际化的先行者。而中海已将其设在新加坡的东南亚区域总部迁到马来西亚巴生港，获取港口资源的意图十分明显；中外运于今年上半年

分别与美国国家零售系统公司、巴思科国际公司、优质物流公司、空运包裹快递公司等公司进行了接触，为中外运打开美国物流市场创造契机；中储也在谋划进入新加坡资本市场和物流市场。这些物流企业不约而同地“走出去”，与其说是一种偶然现象，倒更具必然性，而其推手是我国当前的市场环境。外贸增长是走出去的推动力 继2004年我国对外贸易额达到11548亿美元，超过日本成为仅次于美国、德国的第三大贸易国之后，2005年对外贸易额又创14200亿美元的新高，外贸依存度超过70%，经济的外向型特点越来越明显。对外贸易的快速增长和外向型经济的纵深化发展，产生对国际物流持续稳定的需求，也造成了本土物流企业极大的“国际化”冲动。而近年来，我国对外投资力度加大，截至2004年底，累计对外直接投资净额448亿美元，2005年更是达到140亿美元。众多客户企业海外市场业务所带来的物流需求，使物流企业有可能以较低的投资风险进入国际物流市场。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