

中国第三方物流的发展现状与趋势分析 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/459/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E7_AC_AC_E4_c31_459315.htm

一、中国第三方物流的发展现状 第三方物流作为企业作业管理的协作者、物流服务的整合者以及物流外包的契约人，日趋成为现代物流主流服务模式。一个国家第三方物流发展水平代表着本国物流的发展进程。在全国经济快速发展的新形势下，大力发展以第三方物流为特征的现代物流服务既是推动我国经济质量升级的一条重要渠道，也是我国传统运输物流企业转型的必然要求。自上世纪90年代中期，第三方物流伴随现代物流理念传入我国以来，已经有了长足发展，并呈现出较为明显的特征。主要的特征有：第一，总体规模偏小、发展潜力巨大。总体上讲，第三方物流在我国处于起步阶段，企业物流和公众物流服务仍然是社会物流的主要形式，严格意义上的第三方物流有效需求不足的局面短时期难以明显改观。同时，第三方物流在中国已经有了大约十年的探讨过程和发展过程，在全球经济一体化影响下，中国正在成为第三方物流发展最迅速的国家之一。根据有关分析，预计2011年中国第三方物流市场将达到53亿美元，年均复合增长率达到27%。与此同时，社会物流外包比例不断上升，2006年我国销售物流外包以5%-10%的速度增长，运输与仓储外包以10%-15%的速度增长，运输业务委托第三方的占企业运输业务的67%，这些都为我国第三方物流发展创造了良好条件。第二，需求的不平衡性较强。不同企业间的物流理念以及物流需求层次差异性很大，先进的与传统的物流模式并存。一方面中国日趋成为

全球制造业的中心，进入中国的先进制造业和分销业产生高端的物流需求，第三方物流需求主要集中在外资领域。这些企业物流理念先进、物流外包水平高、供应链管理要求严格且自主性较强，对第三方物流服务需求迫切、要求高。从另一方面来看，我国物流社会化、专业化程度依然较低。国内企业与外资企业物流形式、形态存在明显的差异。以制造业为例，根据有关机构调查，我国内资企业平均使用仓储面积大约是14.1万平方米，平均自有仓储面积8.2万平方米，租用的仓储面积是5.9万平方米，分别是外资企业的4.9倍、3.4倍和12.3倍，也就是说我们的外包明显不足。内资企业的货运车辆平均拥有量为66台，装载设备38台，分别是同期外资企业的3.7倍和1.5倍，明显反映出国内外企业在物流社会化、专业化运作方面的理念和实际运作差距。这种先进与落后物流形态并存的现象造成我国物流需求的多元化和社会物流结构的不均衡性。

第三，行业集中度较低。根据咨询机构的分析，2006年中国第三方物流市场大约有18000多个服务商和终端，排名前十位的服务商占市场总额仅13%（这可能是很粗略的估计），没有一家物流企业的市场份额超过2%，说明我国物流行业尚未实现充分的整合。在竞争模式上主要体现在成本与价格竞争，而对第三方物流所带来的供应链增值效应关注不够，低水平的过度竞争成为我国第三方物流发展的瓶颈问题，大家在行业中可能都感觉到这种竞争压力。根据分析，我国第三方物流行业目前利润率为3%-8%左右，行业利润空间尚未完全挖掘出来，和国际上相比差距还是很大。

二、我国第三方物流发展的趋势 十一五期间，现代物流作为国家重点发展的战略性产业得到了社会各界的广泛关注与支持，

第三方物流发展进一步加快了进程，在服务内涵、经营模式、功能建设等方面发生了深远的变革，呈现出良好发展趋势。第一，服务链不断延伸、专业化不断加强。一方面供需双方合作不断加深，服务模式日趋完善，以我们公司的米其林项目为例，米其林是世界知名的轮胎制造商，1997年、2001年分别在我国东北沈阳、上海建厂，最初中国外运仅仅是为他提供海运服务，主要是在国际端的原材料进口和产品出口。双方建立第三方物流合同关系后，中国外运股份有限公司按照其供应链的布局实施了个性化的物流资源配置，新建、改造专用的物流仓库，为其提供个性化的物流解决方案，也就是按照生产企业上下游配置做了一些安排。经过几年磨合，服务范围从进出口货代扩展到CBC、全国干线运输包括区域性配送。区域配送从操作层面上、供应链层面上、信息反馈层面上做了很多工作，来满足企业在供应链管理上的要求以及运输服务要求。服务区域从北方扩展到华东、华南地区，服务标准显著提升。这种国际化生产企业对物流行业的要求也非常高。我这里有几个数字，也就是他们对我们公司第三方物流的一些KPI指标，比如库存完好率2005年我们达到了99.1%，2006年是99.5%，今年前三季度是100%；第二个指标库存明细准确性，也就是轮胎不同的规格、尺寸、排序、仓库里的配置准确性，2005年我们达到了99.4%，2006年99%，今年一直保持在100%，也就是说这种准确性我们还是在逐年改善；到货的准时性，2005年我们达到了98.3%，当时还是有差距的，他们要求还是很高的，2006年98.5%，今年到现在为止是99.4%，也是在逐年提高。成本方面我们再看第三方物流服务深化的直接结果是专业的细分。第三方物流企业也越

来越专注于特定的目标市场，以充分发挥其专业的优势。目前中国外运股份有限公司锁定在IT、汽车行业、家用电器、化工、快速消费品等几个目标行业集中发展，专业细分程度也在进一步加强。从过去什么都做的物流转变成更加专业化的划分，按照市场和生产企业发展趋势要求，企业也在做一些相应变化。

第二，服务范围向金融领域扩展。中国外运股份有限公司也在探讨市场对外运产生的一些新的需求、新的机会。物流、现金流、资金流是供应链三大组成部分。在我国信用体系尚不健全的体系下，中小企业因资金链断裂而造成的采购与供应短缺是造成供应链不稳定的重要因素，前些年在流通行业比较明显。由此以质押、监管为代表的物流金融服务得到较大发展，包括中外运、中远在内的企业纷纷开展此项业务。以我公司为例，通过与深发展、广发展、工商银行、建设银行等国内主要银行签署合作协议，2006年实现授信额度达到456亿元，2007年1-9月份实现授信额度超过500亿元。很多客户、企业对这个方面的需求也很明显，需要通过物品和质押这种关系来缓解自己资金不足的问题。质押监管的发展标志着第三方物流与金融行业的融合，而服务范围也由静态的仓单质押向货物的在途质押转变，从供应链资金流收入方面看，第三方物流服务内涵得到进一步延伸和扩展。

第三，物流行业的整合趋势非常明显。全球经济一体化所带来的是物流全球化进程，这一进程正在向中国扩展，自第三方物流概念引入国内起，以兼并收购为特征的全球物流整合深刻改变了物流市场格局。一大批知名的第三方物流企业消失，一批巨型的物流大集团在整合过程中迅速发展壮大，市场集中度明显提升。以德国邮政为例，由几家德国本土邮

政企业经过私有化之后，在短短十年时间里先后并购了DHL等物流巨头，并以DHL为平台集中打造第三方物流服务平台。近几年，外资对国内第三方物流企业并购明显升温，进一步加快了我国第三方物流企业的全球化进程，也使第三方物流企业竞争从服务竞争扩展到资本竞争，这也是一个显著的特征。资本手段越来越成为物流企业做强做大的重要途径。经过十多年发展，中国物流走向了理性、有序的发展轨道，官产学研等物流各界的沟通与协同不断加强，现代物流业发展环境不断改善。未来几年将是我国第三方物流的关键成长时期，中国外运股份有限公司作为中国最大的综合物流企业之一以及第三方物流服务的积极倡导者，将一如既往与社会各界保持密切交流、合作与沟通，与大家共同发展。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