

国际物流巨头抢滩中国借互网络确立优势 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022__E5_9B_BD_E9_99_85_E7_89_A9_E6_c40_63646.htm 随着世界经济的不断发展和地区间商品货物的流通速度加快，这便孕育出很多世界级的物流公司。2005年12月11日，是中国加入WTO的又一里程碑，标志着外资物流公司即可在华设立独资分公司，中国物流业将敞开大门，直面世界物流业的挑战和竞争。当年，美国联合包裹、荷兰天地快运、德国敦豪等物流业的国际快递公司受政策限制，都是通过与国内物流行业的合作联姻方式而进入中国，吸引他们的是中国所拥有的被世界认为潜能最大的物流市场。据预测，到2010年中国物流市场将达到11972亿元，并将每年保持20%的增长速度。2005年2月3日，荷兰天地快运(TNT)在上海宣布，将在中国物流市场推广特许经营制度，中国成为第一批在物流行业发展特许经营的国家。国际快递业巨头德国敦豪公司已经在今年2月开通青岛-杭州-香港的全货机航班。稍前美国联合包裹服务公司(UPS)也在青岛开通了直航业务。全球快递巨头正在纷纷抢滩青岛，他们在中国北方众多机场中最终选择的是青岛流亭机场。当初，他们筛选出天津、大连、青岛3家作为备选，结果还是青岛流亭机场胜出。UPS亚太区总裁肯·托罗说：“青岛作为山东最重要的港口城市，具有相当强的区域辐射力。这给我们提供了广阔的市场。据青岛流亭机场海关统计，截至目前，青岛空港快件出口量由原来的平均每月2.5万件猛增到4万件，增长60%以上，进口量也由原来的每月5000件增长到了8000件。在互联网高速发展的今天，各大快递公司也纷纷在网络建

设上投入巨资，期望通过互联网、3G手机网络与最终客户建立密切联系，是服务延伸到最终客户的办公桌前。在21世纪的今天，由于社会分工的日益深化和经济结构的日趋复杂，各个产业、部门、企业之间的交换关系和相互依赖程度也愈来愈错综复杂，物流产业则是维系这些复杂交换关系的纽带和血管。历史的经验表明，任何一个产业的发展都离不开它所存在的市场。没有市场，产业便没有了依托。所以要大力发展物流产业就要大力培育物流市场。中国物流行业的竞争已经全面展开，国内诸家物流快递公司将如何应对？！面对这些又大又快的鱼，中国企业应在在今后的市场搏杀中占有一席之地，缔造出中国物流快递的民族品牌！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