

钢铁物流的“危”与“机”物流师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_\\_E9\\_92\\_A2\\_E9\\_93\\_81\\_E7\\_89\\_A9\\_E6\\_c31\\_645146.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E9_92_A2_E9_93_81_E7_89_A9_E6_c31_645146.htm) id="wwcc"

class="eeww"> 把物流师站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年物流师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题物流师论坛 欢迎免费体验：百考试题物流师在线考试中心 当今企业与企业的竞争，已经不是企业为争夺顾客的一对一的竞争，甚至也不是为了争夺产品市场的占有率、覆盖率的竞争，而是日渐发展为供应链体系之间的整体竞争。我国钢铁企业在激烈的市场竞争中保持不败的唯一武器，是以社会化和信息化的钢铁物流供应链为核心，为用户提供低成本、高效率、多样化、专业化的钢铁物流服务，多方面、多角度地提高现代钢铁企业自身的管理水平和核心竞争力。煤炭料场紧挨着烧结设备，一条传输带就把原料送进烧结炉；烧结炉与炼铁高炉间依靠传送带即可输送焦炭；1号高炉和2号高炉的间距仅只320米，两座高炉共用一条焦炭、矿石传输带，共用一个生产调度监控室；炼铁厂与炼钢厂之间不过900米，运输距离大幅缩短。在京唐钢铁公司，记者看到，烧结-球团-炼铁-炼钢-连铸-热轧-冷轧，京唐钢铁公司的每一道生产环节都是无缝衔接，用京唐人自己的说法，是“嘴对嘴”连接。“京唐钢铁公司是真正临海而建的世界距离码头最近的钢铁企业。”公司负责人向记者介绍，从曹妃甸码头到京唐钢铁公司矿石料场，距离不到1800米，用传送带就可以输送矿石，物流运输成本每吨节省100元以上。钢铁物流呼唤“无缝链接”钢铁产业的物流量非常巨大，而中国的钢铁企业大多原料和成

材分块管理，物流分条运营，钢企的物流大多采用自营和外包给社会不同港口、火车站、物流企业运营。但这些流通环节采用钢铁产品的原代码各不相同，支撑技术、装卸、堆码没有统一标准，“钢铁从原料进到成材出不能完全对流运输，钢铁从上游到下游的物流供应链不能无缝对接。”目前中国还没有物流企业能独家承接大型钢厂全部物流业务的能力，造成了现在中国钢铁物流流通环节多、集中度低、成本居高不下。我国作为全球最大的钢铁生产、贸易、消费市场，钢铁流通却存在诸多问题，其中之一就是钢材产品的跨区域不合理流动。在国内市场上，众多钢材成品是经过贸易商流通至终端用户手中，这中间会出现商家盲目组织资源跨区域流动的现象，直接导致成本增加；同一钢材资源，在同一区域市场内，会出现反复倒手后才送至终端用户手中，中间又增加数次物流成本。然而贸易商环节又是不能缺失的。我国存在大量钢材交易市场和钢材经销商的情况与下游产业组织化程度低有密切的关系。我国钢材消费者主要是大量的、分散的、规模相对较小的建筑公司、金属加工制造企业和工程项目，单个用户对钢材需求量少、种类多，而且不确定性大。钢铁企业无法直接满足这些分散的、需求量比较小的企业的需要，而通过物流的整体服务功能却可以实现。通过钢铁流通链条的集散功能，满足终端用户对不同品种、不同材质、不同规格的用钢要求，完成钢材从生产企业到最终用户的转移。机遇与挑战并存在我国工业化过程中，钢材市场的存在与发展，有效地提高了钢材资源的配置效率，对促进我国中小企业成长、促进制造业特别是机械制造业的发展以及产业集群的形成都发挥了巨大的作用。但随着工业进程的逐渐

深入发展，钢铁物流链显然不能仅仅止步于钢铁交易市场。据统计数据显示，我国现有钢铁流通企业约15万余家，其中，销售量超过100万吨的约有10多家，销售量在10万~100万吨的不足100家，其余都是低于10万吨的小型经销商。这些中小型钢材经销商运作模式大同小异，都是采取从钢厂或上游批发商拿货，再经市场差价卖给下家的搬砖头模式，很少提供增值服务。我国的钢材加工配送中心在数量上已超过美国，但“大而全、小也全”的经营思维一直没有改变，他们竞相建立自己的加工配送中心，80%的规模较小，集中度较低，不少还建在综合钢铁物流园区外，无法充分发挥专业化分工的优势。另外，据调查，我国的钢材加工配送中心布局并不合理，致使我国钢材的成材率和使用效率都比较低。同一区域重复建设同类加工配送中心，钢材本身的附加值没有得到有效提升，钢铁行业、物流业与制造业没有能够联动发展。这是钢铁物流面临的“危”，但同时不能忽视的是，在金融危机中国家对钢铁业的振兴，则是钢铁物流面临的“机”。我国钢铁产业在经历了长期粗放型扩张后，必然要进行一次大的调整。3月份国务院颁布《钢铁产业调整和振兴规划》和《物流业调整和振兴规划》，通过以控制总量、淘汰落后、联合重组、技术改造、优化布局为重点，加快钢铁产业调整和振兴，推动钢铁产业由大变强，对钢铁产业的后期发展指明了方向。与此同时，经过多年的准备，钢材期货于2009年3月份正式在上期所挂牌交易。从3月27日上市到5月27日42个交易日，螺纹钢累计成交744万手，相当于我国去年螺纹钢产量的76%，成交金额2657.47亿元；线材累计成交合约66.7万手，成交金额229.29亿元，同时对应的是螺纹钢和线材持仓量

稳步增加。物流链的新方向随着经济全球化和信息技术的迅猛发展，现代物流配送作为社会化大生产中最为经济合理的综合服务模式，正日益显示出巨大的需求发展潜力。“我国一般钢材的深加工比重仅为10%~15%左右，而世界发达国家钢材的综合深加工比可达50%以上。”按此预测，我国钢材加工配送未来的市场非常广阔。钢铁行业作为复杂型制造行业，一般上下游工厂众多，资金密集，生产技术复杂，加工层次深，多条生产线有高达几万种的最终产品，利用供应链管理优化订单，提高设备利用率，优势非常明显。随着钢铁企业的不断发展壮大，物流供应链管理若仍保持现状，会表现出与企业要求的发展规模明显不适应，必然会成为制约企业发展的瓶颈之一。在当前的原燃料供应、产品竞争的市场条件下，降低物流成本必然会成为企业发展过程中降低产品总成本、提高核心竞争力的一个新的亮点。在惠龙港钢铁物流基地，记者发现，选址在长江与京杭大运河交汇处的基地。创建了为钢铁物流上下游企业综合公共服务平台，吸纳1000家钢铁生产企业、贸易企业、加工运输企业来惠龙集聚。“其成功经验就在于实现钢铁物流业与制造业的联动发展。”惠龙港国际钢铁物流股份有限公司施文进对记者说，根据制造企业的个性化需求，在港内物流基地加工中心将钢材加工成半成品直接配送到制造车间。帮助上下游企业降低成本，开展各个环节的物流增值服务。随着国内资源供应长期处于紧张状态，市场波动幅度增加，同时铁矿石、焦炭等大宗原燃料价格逐年上涨，海运费及到厂运输费的居高不下，这些都直接影响到钢铁生产经营成本。现实形势迫使钢厂开始重新审视自身物流供应链的稳固程度。从供应链角度观

察国际优势企业发展的历史看出，我国钢铁生产企业正无一例外地采取了强化供应链合作模式，加强对全过程的控制，不少企业都曾采取了以“资产”为纽带的“自给自足”的上下游一体化的供应链管理新模式。这也是在工业化初、中期资源约束型的市场环境下非常盛行的成长模式。在当今买方市场背景下，这种非专业化经营模式既形不成竞争规模优势，又存在着巨大的投资及管理风险，在片面追求“大而全”的道路上，钢铁生产企业忽视了对自身更重要的核心能力的培育与扩展。面对当前的危机，企业如何找准市场定位，山东捷迈机械有限公司副总经理的张新生认为，提高物流行业的核心竞争力，企业必须做到差异化服务，才能适应下游的多样化需求；同时他提到，企业还应该提高效率，“在精度上做文章，从运营方式到设备精度，务求高效率，高精度。”持同样的观点还有中铁物资集团物流部部长张泓。在近日召开的中国钢铁物流发展高峰论坛上，张泓介绍，当今企业与企业的竞争，已经不是单个“钢铁物流供应链”上，企业为争夺顾客的一对一的竞争，甚至也不是为了争夺钢铁产品市场的占有率、覆盖率的竞争，而是日渐发展为供应链体系之间的整体竞争。我国钢铁企业在激烈的市场竞争中保持不败的唯一武器，“是以社会化和信息化的钢铁物流供应链为核心，为用户提供低成本、高效率、多样化、专业化的钢铁物流服务，多方面、多角度的提高现代钢铁企业自身的管理水平和核心竞争力。”张泓如是说。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](http://www.100test.com)