

电子商务的未来：物流业三分天下电子商务师考试 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\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_645109.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645109.htm)

中国经济的大转型时刻，从外向型转到内需，从厂家的过剩产品到分散的消费者需求之间，谁在搭建这一巨大的桥梁？物流行业显然是支撑中国制造的一个幕后英雄。然而，在今天，物流似乎还能够扮演更重头的角色。物流业三分天下作为“十大产业振兴规划”唯一一个也是最后一个入选的服务业，物流业未来的发展前景十分广阔，瞄准细分市场、电子商务等新趋势的专业化民营公司机会或许更大。中国的现代物流业直至上世纪90年代后半期才初步形成。一些大型工业企业开始重视现代物流技术的应用，以订单为中心改造传统业务流程，商业企业开始发展连锁经营、统一配送和电子商务，专业化物流企业则通过整合逐步向第三方、第四方物流转型和发展。随着2005年底中国物流业的全面开放，2006年外资物流企业大举进军中国，几年的发展间，如今的物流市场已然三分天下。一是规模化的民营物流企业。主要集中在快递、零担、综合物流等领域。较为典型的如顺丰、宅急送、宝供物流，以及已经被跨国快递和邮政服务巨头TNT收购的华宇物流、佳宇物流等。此类企业运作机制相对灵活，具备一定的网络、管理、信息手段以及客户资源的优势。但在发展中却受制于资金、政府相关政策的影响，影响了其规模的进一步拓展及服务水平的提升，整体的国际竞争实力尚待提高。二是大型国有物流企业。主要集中在综合物流、快递领域。中远物流、招商局物流、中国邮政(EMS)等。此类企业具有相对坚实的发展

基础，依托国有企业的背景，使其在网络扩展、资金融通、客户资源等方面具有较大的优势，但由于其内部运行机制不灵活，现代管理制度仍相对欠缺，其整体竞争实力仍较为薄弱，且数量相对有限，难以成为中国物流行业的主导。三是规模化的外资物流企业，如四大外资快递联邦快递(FedEx)、敦豪(DHL)、UPS(美国联合包裹运输公司)、TNT。联邦快递(FedEx)等跨国物流企业，依托长期的积累以及现代化的管理和信息技术的应用，使得跨国物流企业具有较强的规模化、网络化、集约化和国际化运作的优势。在三者的竞争当中，外资物流公司负责的是外资企业，国有物流公司服务的对象是国有企业，而民营公司则面向民企。在金融危机的冲击之下，国企受影响不大，外资资金雄厚，而民企相对前两者就处于劣势，在将来形势将更为严峻。从整个产业链分解上说，三大势力也是各有地盘，各有千秋。在物流行业内，传统的商业模式是由厂家总仓再到分仓，再到批发商，再到店铺和消费者个人，期间经过五至六道的物流渠道。这其中，做仓储服务的也狭义叫做物流公司，比如最有代表性的民营企业宝供物流、南方物流、百世物流等等。再一块就是不做仓储，只做运输。把厂家的货运到总仓，再运到分仓，再分仓运到批发商，搞干线运输。这里边分几个代表：目前公路运输做得比较好的，以天地华宇(原华宇物流)、德邦物流为首。铁路运输做的比较好的是宝供物流、中铁快运等。还有就是以大田物流为首的做空运，也就是“用飞机搬仓库”。三是做末端派送，通俗也叫“最后一公里”。这个就是快递公司。快递行业里的民营企业居多。以顺丰、申通、圆通、宅急送为代表。电子商务“网上购物”拉动快递业异军突起，由此

带动的包裹快递量约5亿件。电子商务型快递，正以每年60%的速度高速增长。有数据表明：全国从事快递物流配送的人员已经达到60万左右。未来十年内，高速增长快递业还将吸纳大量农村转移劳动力，从事快递业的人员将增加到300万。国内著名资本运作专家、颐和资本总裁王吉舟告诉《小康财智》记者，资本对进入物流行业目前还持有谨慎的态度。由于典型的“过度市场化”，物流行业现在还难形成行业联盟，建立物流信用体系。恶性竞争，利润低等因素，是整个行业处于春秋战国时期的一个特质。“这也让资本很难选择出最终能够胜出，走向国际化的一两家究竟是谁。”

### 物流行业新趋势 1.电子商务伴生的奇迹

电子商务的繁荣，也带动了电子商务物流市场的大发展。据《小康财智》记者了解，电子商务物流已经成为了大多数物流企业的核心业务，大多占据了其六成以上的销售额。在记者的采访中，阿里巴巴集团副总裁梁春晓认为，从2004年到2007年三年时间，淘宝网上诞生了一个又一个创富奇迹。从起初的个体经营到公司化经营，再到个性化经营，网商群体更在裂变为多元化的发展模式。梁春晓称，“网商群体的扩张又催生了服务于网商需求的网商，网店装修服务、网店营销推广服务、客服外包服务以及各种软件提供商形成了大量服务于网商的网商。”

中国木材与木制品流通协会会长朱光前指出，由于商品属性的特殊，木材与木制品的标准化、电子商务程度远远不如其他流通行业。相比之下，国内有数十家从事钢铁、石油、化工、塑料、粮食等大宗原材料商品的电子交易市场。他认为，中国的木材流通业经过60年发展，已经成为上万亿木业规模经济中重要的组成部分，形成了区域覆盖广，交易品种多，流通

渠道长，联系国际市场紧密的产业格局。“但是，随着中国木材流通产业的发展，原有的区域性实体交易市场和传统木材交易模式越来越显露出诸多问题。主要表现在中间环节多，交易成本高.现金交易，资金回笼慢、风险高.分散经营，无法形成合理的价格机制，更无国际定价权。”目前，中通恒基、奇峰国际等两家木材流通行业里的领军企业已经建立电子交易市场，探索木材物流业与电子商务接轨。梁春晓认为，目前正在蓬勃发展的电子商务的体系当中，原来所理解传统物流的商业主体、商品的属性，原来所理解的交易规则都在发生变化。而物流业只有顺应这种变化才有出路。王吉舟称，电子商务化、信息化、对物流行业的改变，意义还不仅仅是作为一种新的工具衍生。而是能通过电子信息化联网，建立整个行业的信用标准和市场自律。

2.到农村去 此外，农村市场也正在成为物流企业关注的新焦点，并成为物流企业下一轮竞争的新战场。长期以来，由于地域分散、消费零散，物流配送费用相对高昂，经营乡镇市场的一个很大难题是物流配送体系所面临的巨大成本挑战。随着国家扩大内需政策的逐步落实，“千乡万村”计划和家电下乡、汽车下乡、太阳能下乡等系列具体举措的支持，不少生产企业很快认识到，在城市消费不断饱和的情况下，农村市场已经成为了消化中国巨大产能的蓄水池，于是纷纷加大了对于农村市场的投入，吹响了进入农村市场的号角。来源：考试大的美女编辑们

大量生产者和商品的涌入，迎来的必定是物流行业的繁荣。一些有前瞻的物流企业也开始加大在农村市场的投入，纷纷开始大规模布局设点。只不过，与城市市场以小件市场为主的现状不同，承载了更多商品流通功能的农村市场的物

流更多以大件物流为主。除了因农民在购买需求而生的物流市场，农民本身也有着对物流的强大需求。如今的农村市场早已经摆脱了过去一穷二白的现状，蔬菜、水果、肉禽以及当地特产的大规模化种、养殖已经成为了一种趋势。不过，相对于生产过程，商品的流通更让农民寝食难安。根据调查显示，中国水果、蔬菜等农副产品在采摘、运输、储存等物流环节上的损失率在25%~30%，而发达国家的果蔬损失率则控制在5%以下。中国每年有3.7万吨蔬菜、水果在运送路上腐烂，如此之多的农产品足可以供养2亿人的生活。如何能够让生鲜蔬菜、水果、肉禽以及当地特产迅速、便捷的运出农村市场，已经成为了摆在物流企业面前的一大难题。当然，这也是有健全网络和相关技术，又立志于农村市场的物流企业的机遇所在。

### 3.市场细分的胜利

本文来源:百考试题网 经过数十年的发展，物流行业正在摆脱过去大而全、小而全的经营模式，逐步走向细分化的道路。目前，物流企业已经细分化成为了物流、仓储、快递、小件包裹等不同小行业。不少企业的经营范围甚至还在更小的一个细分市场取得了成功，顺丰就是一个很好的例子。作为一家专业快递公司，顺丰把自己的业务经营范围仅限于更为轻便的信件快递服务，而且并不像别的快递公司那样兼做代收(以及到付)货款和贵重物品快递。而正是这样一个不起眼的市场，顺丰却取得了极大成功。根据相关资料统计，顺丰快递的文件与包裹的比例为6:4(内地件占50%、香港件占50%)。相比较于宅急送、大通、大田等国内快递，顺丰的文件占比最大。可别小看了小小的文件包裹市场，目前顺丰的营收已经将近40亿元人民币。更让业内人士眼红的是，在物流业利率不断摊薄的今天，顺

丰的利润居然还能达到20%。这就是市场细分的胜利。目前，各个细分领域的“顺丰”并不罕见，如有专门做航空物流的，有专门做行业物流的，如IT细分市场的奥洋顺昌。其目前已经成为长三角地区专门为IT产品制造商提供金属材料的仓储、分拣、套裁、包装、配送等供应链服务的细分市场领域最大的物流公司。按照星晨急便老总陈平的说法，“差异化实际上就是把我们目前的蛋糕再细分成一层、两层、三层，最后找到适合自己的这一层把它做精做细，你就等于在这个市场上站稳了脚跟，你的企业内部的管理和竞争力就可以提高，就能够生存。席卷全球的金融危机让很多外资物流公司订单大面积减少，如今他们也加快了对中国国内市场的开拓，对原先并不在意的中小企业市场也展开了争夺。2009年2月，联邦快递(FedEx)位于广州白云国际机场的全新亚太区转运中心开始投入运营。由于亚太区转运中心拥有自己的机坪控制塔，联邦快递也成为首家在中国拥有自己机坪控制塔的国际航空快递货运公司。据介绍，该转运中心每小时最高可分拣3.5万件包裹和文件。在今年，本土企业与外资快递巨头争夺的焦点将从一线城市逐渐向二线城市渗透。2009年6月，联邦快递位于湖北省武汉市的客户服务中心扩容升级后也正式启用。而UPS(美国联合包裹运输公司)也在中国开展了类似的业务。联邦快递高级副总裁、中国区总裁陈嘉良在接受记者采访时称，联邦快递未来的策略重点包括继续扩大在中国市场的网络覆盖。“我们将把服务网络拓展至更多二三线城市，同时加快推广国内限时服务。”而作为物流行业上游仓储行业也被外资势力包围。在规划中，有物流园区建设这一项目，所以很多企业都开始纷纷去抢地，原先做物流园区

的主要是外资和国企居多，现在形势将会出现更大的变化，外资的优势会更明显。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)