

# 国际货运代理企业的发展及未来趋势分析

产品名称	国际货运代理企业的发展及未来趋势分析
公司名称	深圳市红三羊供应链有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市罗湖区南湖街道东门南路1006号文锦渡口岸综合报关大楼628E
联系电话	0755-25108873 18807550903

## 产品详情

市场经济的迅速发展，使社会分工越加趋于明确，单一的贸易经营者或者单一的运输经营者都没有足够的力量亲自经营处理每项具体业务，他们需要委托代理人为其办理一系列商务手续，从而实现各自的目的。国际货运代理的基本特点是受委托人委托或授权，代办各种国际贸易、运输所需要服务的业务，并收取一定报酬，或作为独立的经营人完成并组织货物运输、保管等业务，因而被认为是国际运输的组织者，也被誉为国际贸易的桥梁和国际货物运输的设计师。一、国际货运代理企业概述

(一) 国际货运代理企业的概念 国际货运代理来源于英文的“THE FREIGHT FORWARDER”一词。起初,货运代理作为“佣金代理”,只代表货主安排货物的装卸、储存及货物在境内的运输,同时从事为客户报关、收取费用等日常业务。但随着国际贸易和多种运输方式的发展,货运代理的服务范围不断的扩大,它们为客户所提供的服务也从传统的基础性业务,如订舱与报关等,扩展至全方位的系统性服务,包括货物的全程运输和配送服务,在国际贸易和国际运输中所居地位也越来越重要。1996年10月颁布的《国际货运代理示范条例》做过如下的定义:所谓国际货运代理,是指与客户签订国际货运代理服务合同的人;所谓国际货运代理服务,指的是所有与货物相关的服务;所谓的国际代理业,是指接受进出口货物收货人、发货人的委托,以委托人的名义或者自己的名义,为委托人办理国际货物运输及相关业务并收取服务报酬的人。1998年外经贸出台的《国际货物运输代理企业管理规定实施细则》作了进一步界定:国际货运代理企业作为代理人从事国际货运代理业务,是指国际货运代理企业接受进出口货物收货人、发货人或其代理人的委托,以委托人的名义办理有关业务,收取代理费或佣金的行为;国际货运代理企业作为独立经营人从事国际货运代理业务,是指国际货运代理业接受进出口货物收货人、发货人或其代理人的委托,签发运输单证,履行运输合同并收取运费以及服务费的行为。(二) 国际货运代理企业的性质 从货运代理的基本性质看,其主要是接受委托人的委托,与有关货物运输、转运、仓储、保险,以及与货物运输有关的各种业务提供服务的一个机构.货运代理企业是一种中间人性质的运输业者,它既代表货方,保护货方的利益,又协调承运人进行承运人工作,其基本性质就是“货物中间人”,在以发货人和收货人为一方,承运人为另一方的两者之间行事。货运代理的这种中间人性质在过去尤为突出。从另一角度看,货运代理系社会产业结构中的第三产业,是科学技术、国际贸易结构、国际运输方式发展的结果,国际货物运输代理行业是随着国际经济贸易的发展,国际运输方式的变革,信息科学技术的进步发展起来的一个相对年轻的行业,性质上属于服务行业。在社会信息高度发展的趋势下,由于信息不受任何行业、区域、国界的限制,只要掌握信息,便能提供为委托人所需要的优质服务。传统的装卸公司、运输部门、仓储等也纷纷摆脱其局限性,转向或参与转运服务,并有效的使用所拥有的设施和条件,从中获取“附加价值”和“附加效益”,而现在

更有许多货运代理企业通过建立自己的运输组织,签发自己的运输证,并以承运人身份承担责任的方式,以拓展更广阔的业务范围。(三)国际货运代理企业的作用 货运代理在促进本国和世界经济的发展过程中起着重要的作用。它们不仅可以简化国际贸易程序,降低运输成本,还通过给予国内承运人和保险人以支持,实现外汇节省,并帮助改善收支平衡的状况。货运代理在与其有关的机构,如港口当局、船务代理、海运经营人、空运经营人、铁路经营人、保险人、银行等贸易活动中发挥协调作用。不仅对客户,而且对海关和其他进出口贸易运输有关的公共当局,都是十分有益的。在组织协调、开拓控制、顾问、中间人、提供专业化服务、费用及服务具有竞争力方面,都起着非常重要的作用。

## 二、国际货运代理企业面临的现状 (一)世界国际货运代理业的现状

从公元10世纪起,货运代理开始出现。

随着公共仓库在港口及城市的建立,随着海上贸易的扩大及欧洲交易会的举办,货运代理逐步得到发展。到了16世纪,已有相当数量的货运代理公司签发自己的提单、运单及仓储收据等。18世纪,货运代理开始把几家托运人运往同一目的地的货物集中起来托运,同时开始办理投保。蒸汽机时代的到来,引起了一场运输上的大的革命,受到货运代理企业的极大欢迎。20世纪50年代以来,随着shijieguo经济贸易往来的日益频繁,跨国经济活动的增加,世界经济一体化进程的加快,国际货运代理行业在世界范围内迅速发展,国际货运代理人队伍不断壮大,并已成为促进国际经济贸易发展,繁荣运输经济,满足货物运输关系人服务需求的一支重要力量。

经过几十年的发展,shijieguo已有国际货运代理公司40000多个,从业人员达800-1000万人之众。在经济比较发达的西欧主要国家,平均每个国家都有300-500家的国际货运代理公司。其中,联邦德国有4500多家,法国也有2000多家。在美洲,仅20世纪90年代的美国,就有货运代理公司6000多家。在亚洲,日本拥有国际货运代理公司400多家,新加坡拥有国际货运代理公司300多家,韩国、印度分别拥有200多家。我国香港地区拥有国际货运代理公司1000多家,台湾地区拥有近260家。目前,世界上80%左右的空运货物,70%以上的集装箱运输货物,75%的杂货运输业务,都控制在国际货运代理人手中。但是,shijieguo国际货运代理行业的发展并不平衡。总的来讲,发达国家的国际货运代理行业发展水平较高,制度比较完备,国际货运代理公司多数规模较大,网络比较健全,人员素质较高,业务比较发达,控制了世界国际货运代理服务市场。发展中国家的国际货运代理行业发展比较缓慢,制度不够完备,国际货运代理公司多数规模较小,服务网点较少,人员缺乏培训,以本国业务为主,市场竞争能力较差。

(二)我国国际货运代理业的现状 我国货运代理业自1840年鸦片战争后开始出现,从那时起至1949年,这一行业几乎全部被帝国主义和资本主义国家的洋行所控制和垄断。解放后,在计划经济的指导下,我国的货运代理业呈高度集中的体制,一律为中国对外贸易总公司及其分公司经营,自新中国成立至1983年间,我国货运代理业发展的历史也就是中国外运发展的历史。1978年改革开放后,我国由计划经济逐步变为市场经济,货运代理市场逐渐开放,一家垄断的局面被打破。为了是货运代理行业能够更好为外贸服务,国家允许成立多家货运代理,并且提供公平竞争。于是国内各单位和外商纷纷申请成立货运代理公司,其中有中国外运系统的,中国远洋运输集团系统的,各外贸专业公司的,各工贸公司的,还有相当一部分属于中外合资、合作,或外商独资的,一个中外货运代理企业并存,多家货运代理企业竞争的市场格局已形成。为了与国际接轨,1985年中国外运代表我国的货运代理作为一般会员,加入了FIATA,并派人参加了年会和地区会议,与shijieguo的货运代理建立起密切的联系,扩大了我国货运代理业在世界上的影响。到2002年12月底为止,我国已有国际货运代理企业3775家(包括分公司),从业人员近30万人。其中,国有国际货运代理企业占了近70%,外商投资国际货运代理企业占了近30%。沿海地区国际货运代理企业占了70%,内陆地区国际货运代理企业占了30%。从事国际航空货运代理业务的企业361家,占大约9.6%。这些企业遍布全国各省、自治区、直辖市,分布在30多个部门和领域,国有、集体、外商投资、股份制等多种经济成分并存,已经成为我国对外贸易运输事业的重要力量,对于我国对外贸易和国际运输事业的发展,乃至整个国民经济的发展作出了不可磨灭的贡献。(三)我国的国际货运代理企业现状与世界的差异 我国货运代理行业起步较晚,历史较短,但是由于国家重视,政策鼓励,规范发展,发展十分迅速,已经成为我国对外贸易运输事业的重要力量,对于我们对外贸易和国际运输事业的发展乃至整个国民经济的发展起到buketidai的作用。据不完全统计,目前我们80%的进出口贸易货物运输和中转业务,以及大部分国际航空货物运输业务都是通过货运代理企业完成的。但是比起西欧和北美发达国家的货运代理,我们的货运代理的发展还比较落后。在发展中还存在一些共性的问题,例如:我们的财政和其他资源不足,职业技术水平比较低,缺乏货运代理业务培训的设施,缺乏适当的法律和guojiajibie的行政管理,没有通过guojiajibie的货运代理协会标准交易条件,缺乏必要的基础设施,国际多式联运业务发展缓慢,我们的一些地区还没有资格采用FIATA的单证,公共当局尚未承认货运代理的提单,货运代理迟迟收不到佣金,货运代理的投保问题未能够解决等。因此,我们货运代理协会应采取积极态度,增强我国货运代理行业的竞争能力,提高货运代理企业形象,加强行业自身建设,制定并完善标

准交易条件及货运代理的行业规则,加快信息资料的交流,提高工作效率,加强地区合作,缩小与发达国家的货运代理的距离,逐步做到与国际接轨。三、我国国际货运代理业存在的问题

(一) zhengfubumen多头管理,政策法规不够统一,开放程度有待扩大。虽然国际货运代理专门法规已明确国务院对外贸易经济合作主管部门为全国国际货运代理行业的主管部门,但开办国际货运代理企业,从事国际货物运输代理业务,不仅要遵守国际货运代理法规和规章,还要遵守有关公路运输、水路运输、铁路运输、航空运输、联合运输代理的法规、规章和邮政法规、规章。此外,目前有关政策、法规和规章仍然要求国际货运代理企业的一方股东必须是进出口贸易企业、国际运输企业或国际货运代理企业,并且这样的股东要持有多数股权,尚不允许全部由其他企业或公民个人直接投资设立国际货运代理企业,不允许外商独资设立国际货运代理企业。

(二) 国际货运代理企业分布的地域、领域较为广泛,多种经济成分并存,发展不够均衡。我国沿海国际货运代理企业数量较多,业务发展较为迅速。内陆国际货运代理企业数量较少,业务发展较为缓慢。虽然国际货运代理企业分布于30多个部门和领域,多种经济成分并存,但受国家政策、法规限制,绝大多数国际货运代理企业隶属于进出口贸易企业和交通运输企业,国有、外商投资国际货运代理企业在数量、规模上占juedui优势,其他企业为主要投资者的国际货运代理企业、其他经济成份的国际货运代理企业数量很少,而且规模多数较小。(三) 国际货运代理企业服务网络不够健全,服务质量参差不齐,国际竞争能力较弱,经营秩序有待规范。我国几乎没有一家国际货运代理企业拥有完善的全球业务网络,绝大多数国际货运代理企业缺乏国际业务网络,多数国际货运代理企业没有国内业务网络。由于缺乏专业人员,业务人员培训不足,没有统一的行业规范,国际货运代理企业之间服务质量参差不齐,差别很大。加之资金、市场、信息网络等方面的原因,我国国际货运代理企业总体国际竞争能力较弱。有关部门虽然多次清理国际货运代理企业,整顿国际货运代理市场秩序,打击非法经营活动,但是由于种种原因,整个国际货运代理行业的经营秩序仍然不够理想,有待进一步规范。(四) 多数国际货运代理企业历史较为短暂,服务项目单调,资产规模、经营规模较小,专业人才匮乏。由于我国国际货运代理行业历史较短,长期以来dujia经营,绝大多数国际货运代理企业成立不足十年,服务功能较少,不能提供有关法规和规章允许的所有服务。从资产规模、经营规模角度来看,大型、集团型国际货运代理企业数量较少,中小国际货运代理企业占70%以上。多数国际货运代理企业缺乏精通有关业务的专业人才。现有业务人员有待进行普遍的规范化培训。

四、我国货运代理企业的现代化对策 不断变化的市场经济,要求货运代理必须以崭新的思路,崭新的做法去不断的满足客户的各种需求,不断的推出自己的“新产品”,不断的创新服务,创新才有出路,创新才有市场,创新才有收益。新世纪的货运代理,不但要做传统的代理人业务,而且要敢于开展当事人业务,特别是开发仓储质压业务,发展多式联运业务,扩展无船承运人业务,拓展现代物流业务,做到有个性、有特色、有优势,胜人一筹。(一) 提升传统货运代理业务 我国货运代理市场逐步成为全球市场的一部分,并经历着全球市场的潮流,虽然我国的货运代理行业仍处于朝阳行业,仍有发展的空间,但是必须清醒的认识:无论客户方面、竞争对手方面、还有从有关法律法规方面都已发生了很大的变化。对此,货运代理业不能够墨守成规,持操旧业,只做纯粹代理人的单一业务,而应该认清变化的形式,调整经营模式,力求适应市场的需求,扩大业务范围,创新发展模式,提高服务能力与服务质量,创造条件最大可能想客户提供一些增值服务,以利于自身的生存、发展和在新的市场下取胜。(二) 开发仓储质押业务 在传统货运代理从事的业务中,运输与仓储是密不可分两个组成部分;在现在物流的供应链中,仓储是同样不可或缺的一个重要环节。我国一些大中型货运代理企业都有自建的仓库,如何让这些仓库盘活?全国仓储业的出路何在?面对竞争与挑战,货运代理需要根据自身的情况做不同的调整:

- (1) 淘汰破旧仓库改做他用;
- (2) 将仓库改造提升为现代化的配送中心或成为从事现在物流中的一个环节;
- (3) 改善现有仓库,提高管理能力,以高水平的资质开发质押业务。

因此经过淘汰、重组和改善,提升和发挥仓储的功效,就显得极为重要,而质押业务是仓储的一个发展方向。(三) 开展当事人业务 货运代理人作为纯粹代理人所从事的传统业务,其好处是投资少、成本低、责任轻、风险小、不利的获利少,而且不能够满足当今客户的要求,限制了自己的业务范围,影响了货运代理的生存与发展。国际间的贸易往往需要有内陆运输、海上运输以及航空运输才能够完成。一般来说,航空公司只扮演实际承运人的角色,其货物来源主要靠空运货运代理来揽取与提供。至于内陆运输,则主要有货运代理为客户安排汽车、火车、仓储及报关手续,货物运至港口后,也代为安排预定舱位和装船等工作。货运代理人从事出口业务时,货运代理根据货主的委托,以委托人的名义而非自己的名义同第三方签定运输合同,并且不代表承运人签发海运提单,仅代理安排出口运输及有关出口业务、承运代理的业务,在他安排的运输合同中,当事人是托运人和实际承运人,当货物发生损坏或丢失时,他可以协助货方向有关责任人追偿,但这并不是他的义务,这种纯粹代理人的角色逐渐不被货方所欢迎与接受。从托运人的角度看,

他们更喜欢货运代理以当事人的身份去缔结运输合同。（四）发展国际多式联运业务 集装箱出现以来，大约经历了半个世纪，从硬件开发的集装箱化时代开始，经过联运体系的软件开发时代，现在已经进入真正的多式联运时代，由于它具有安全快捷、手续简便、运输合理、结汇及时、包装节省等优点不仅受到货主的欢迎，也受到航空公司与货代公司的青睐，越来越显示出强大的生命力。货运代理只要参与多式联运业务，它的经营范围就可以大大得到扩展，并且有效而灵活地应用自己拥有的各种设施，最大限度的发挥现有设备的作用，改善货物流通环节，选择最佳路线，组织合理运输，提高运输效率，降低运输成本，提高竞争能力。（五）拓展无船承运人业务

随着集装箱运输的发展，中小货主的散装货必须需要有人进行拼箱和集运。无船承运人正好充当了这一角色，将散装货进行拼箱，以整箱货与实际承运人洽谈签定运输合同。从而节省了中小托运人分别向公共承运人办理托运的时间，降低了他们的运输成本，且减少了运输的烦琐性，提高了小批量货物的运输速度，极大的促进了集装箱运输的开展。由于无船承运人赚取的是运费差价，货运代理人赚取的是代理佣金，在运费差价高于代理佣金的情况下，货运代理愿意承担更大的风险而充当无船承运人，无船承运人能够将多个货主的货集中起来，以较大的货量与实际承运人签订运输合同，有的无船承运人还与船公司签订运价协议，货量越大其讨价还价的能力越大，从而取得更为优惠的运价，这不仅对无船承运人有利，对货主也有利，所以许多货主愿意通过无船承运人安排运输。（六）开展现代物流服务 现代物流是根据客户的需要，以最经济的费用，在传统物流的基础上，引入高科技手段，即运用计算机进行信息联网，并对物流信息进行科学管理，从而使物流速度加快，准确率提高，库存减少，成本降低，对原材料、产成品从起点至终点及相关信息有效流动的全过程。它将运输、仓储、装卸、加工、整理、配送、信息等方面有机结合，形成完整的供应链，为用户提供多功能、一体化的综合性服务 现代物流从根本上改变了过去由货物运输的起点到终点的两点一线的有限的运输服务空间，将其延伸至从生产者向使用者转移的全程服务，掌握整个流程系统的运行功能与费用，通过其高效的服务，促进市场营销战略的实施，为货运代理拓展的利润来源，扩大了市场份额，提高市场客户竞争力。五、国际货运代理企业的发展方向 改革开放20年来，伴随着中国对外贸易的高速增长，中国国际货运代理业的发展方兴未艾，已成为一个初具规模的新兴服务产业。但从整体上讲，中国目前国际货运代理业的现状可概括为（经营规模小、资产规模小）、（服务功能少、专业人才少）、（竞争力弱、融资能力弱）、（服务质量参差不齐、缺乏网络或网络分散，经营秩序不规范）。随着经济全球化带来的挑战及入世后中国货运市场的进一步开放，中国的国际货运代理业必将分化重组。未雨绸缪，在这种大背景下，关注思考中国国际货代企业的发展方向就显得十分必要。中国货代企业发展方向定位于规模化、专业化、网络化、物流化。（一）规模化

规模化作为中国货代企业发展的一项基本战略，是合理配置其现有资源、推动其永续经营的必由之路。规模化是货运企业应对经济全球化挑战的必然选择。经济全球化的实质就是优化配置全球资源，由其引发的主要特征是世界范围内产业结构的调整和转移。其中的一个突出表现就是合并、收购、重组之势风起云涌，高潮迭起。拿航运业来说，东方海外收购美国总统，马士基收购海陆就是明显例证。这两年航运市场由低迷趋向活跃，经营业绩表现不俗，一方面是世界经济持续增长的驱动，另一方面，与航运业的兼并收购所产生的规模经济性密切相关。规模化是加入WTO后整合中国目前中小货代企业资源的内在要求。随着货运市场的进一步开放，实力超群的外资货代将大显身手，相当一批势单力薄的货代将被淘汰出局。我国的货代企业如果仍按原路子走下去，前方只能是死路一条。出路之一就在于联合、重组，搞战略联盟。而从货源、资金、网络的规模化入手，走规模经营之路，正是实施这一战略必要而有效的一步。以资产和效益为纽带，打破地域、行业、企业等界限，在业务上通过空运销售代理、海运订舱代理或指定代理、一程租船经营等方式，促进货源的规模化、集约化。在财务上，通过集中融资、吸纳外资、私营等民间资本，从资金上为推动规模经营提供保障。在管理上，通过经理层年薪、职工内部持股、竞聘上岗等机制创新，加大货代横向之间联合、兼并、重组的步伐，整合货代固有资源、推动其发展壮大。（二）专业化

从完善服务功能、开展集约经营的角度出发，专业化服务是对货代企业的基本要求。目前我国多数货运代理仍停留在“代办运输”的中间人角色，服务功能单一，管理水平落后，客户需求只能低层次地得到满足，随着市场竞争的加剧和客户需求提高，货代企业还应当完成向独立运输经营人的角色转换，为此就必须拓宽服务功能，提升服务档次，在业务操作、员工素质、企业文化等方面按专业化服务的标准规范企业行为，从战略、成本、质量、营销等方面提高企业的管理水平。专业化是培育货代企业核心竞争力的必然要求。企业的核心竞争力是指企业最擅长的业务，是企业品牌、主业、实力、创新能力等综合资源优势的外化。而专业化是培育和增强企业核心竞争力的重要途径，一个货代企业只有立足于专业化经营，才能将它区别于其它企业的地方淋漓尽致地表现出来，通过核心竞争力来凝聚利润，从而使其在激烈的市场竞争中立于不败之地。国际货运代理的业务范围十分广阔，专业化服务的内容就是要求货代企业以培育和增强企业核心竞争力为目的，在空运、整箱、拼箱、海运、租船、集港疏运、仓储分拨、物流配送等业务上选择其中的一

、两项作为主业,在市场开发、企业战略、人才选用、管理规范等资源配置方面采用密集性的营销策略,稳扎稳打,滚动发展,最终成为市场lingdao者,达到制胜的战略意图。目前,我国相当一批中小货代企业货源、资金、人才等资源有限,瞄准专业化发展目标,这是他们迎接挑战,参与市场竞争激烈的明智选择。

(三) 网络化 网络化有三层递进含义,第一层含义,是指货代企业有形的国内外营运网点的建设。货运代理作为国际运输的一项辅助服务,发展到成熟阶段就必须有一定的网络支撑,否则既缺乏滚动发展的后劲,也会使满足客户需求的理念流于形式。目前,除一些大型货代和一些合资货代拥有相对比较完善的网络设施外,中国其它货代企业普遍缺乏网络培育,这是导致中国货代企业竞争力不高的一个重要原因。第二层含义,是总部对货代企业营运网点的资源能统一调配,通过网络运作追求规模效益。这就要求各营运网点之间不能各自为政、自相残杀,而是根据业务和战略发展的需要联成一体,服从总部的集中指挥和管理协调。这正是泛亚班拿、辛克、联邦快递等跨国货代的经营之道。第三层含义是指货代企业这些星罗棋布的网点怎样联结的问题。信息化、网络化的时代特征决定了利用Internet、EDI、E-mail等先进的传输方式,构筑无形的信息管理系统,通过电子商务实现内部资源网络化运作,这是联结这些分割的有形网点的最快捷和最有效手段,唯有如此,才能达到提高效率、降低成本、共享资源的目的。在这里,我建议大家考虑不妨利用一下信息的公共平台——中国国际海运网。它是以国际海运为核心,相关物流为辅,桥接相关行业,具有供求信息交互、专业数据汇通、在线实务操作及行业新闻发布等功能的大型综合性国际海运门户商务电子平台。将商流、信息流和物流相融汇,将进出口贸易、国际海运以及相关产业链进行商业组合,有效地解决航贸信息不畅、物流成本过高、操作脱节、效率低下等诸多问题。(四) 货运代理物流化 第三方物流作为现代物流的核心思想之一,对于货代企业优化产业结构、提高竞争实力、培育新的利润增长点无疑具有重要意义。物流在中国还不是一种成熟的产业,国内外客户的需求又有很大不同,根据本国特色,确定符合我国国情的货代物流产品是适应市场的首要条件。另外,由于中国的货代企业长期处于低层次的粗放经营状态,系统组织能力很低,又缺乏有效的全球网络,提供全球供应链的管理服务有一定难度。所以,中国的货代企业首先要解决的是如何根据自己的条件,融入到全球物流体系之中,加速把过去传统的货代业提升为货代物流业,开发不同层次的物流服务,最大限度地物流产业中受益。

根据中国货代企业服务创新的目标,有以下几种模式选择:(1)以提高服务附加值为目标的基础物流服务。运输、仓储、包装、分拨是物流的基本环节,也是物流系统的实际执行者,并构成了物流产业的基本需求。(2)以培育新的客户群为目标的个性化物流服务。客户对运输和物流的需求具有多样性,特别是中小型客户,自身的商务功能有限,需求更具有特殊性,这是一个巨大的潜在客户群。为这些客户提供包括运输、仓储、商务等附加服务在内的灵活物流服务,不仅可以有效地支撑货代主业,还可以增加附加收入。(3)以实现产业更新为目标的第三方物流服务系统物流服务。第三方物流是介于客户和实际物流承担者之间,为生产商提供物流设计、控制和供应链管理的物流服务模式。这是物流服务体系中的最高层。这种服务完全不同于货代和承运人提供的劳务和基础设施的服务,而是采取虚拟经营的方式,销售专业的物流决策和管理技能,主要职能是总体成本控制和供应链实施动态监控,代表了物流需求的最本质思想。当中国货代企业实现这一物流服务,实际上已经完成了由单纯货代服务向货代物流服务的升级,可以说达到了物流服务的最高境界。需要指出的是,物流服务不是一种定型的东西,上述的物流服务模式仅仅代表了三种方向,中国的货代企业完全可以根据自身特点,进行优化组合,最大限度地发挥自身的资源优势,设计出自己的综合物流服务产品。规模化、专业化、网络化和物流化作为我国货代企业发展应确立的四项战略,规模化和网络化侧重企业的组织结构和经营方式,而专业化和物流化侧重企业的管理形态和经营内容,它们相互渗透,互为贯通,统一于我国货代企业发展的实践和战略部署中。

其中专业化是基础,规模化是根本,网络化是必然,物流化是归宿。在这最核心的是专业化、规模化,这是因为货代企业靠专业化服务创出品牌效应后,为创造新的市场份额,既要通过营运网点的延伸提升经营规模;也必须运用信息管理系统将各支点对接起来才能真正实现满足客户需求的经营理念;货代企业打造特色品牌、加快网络建设的目的也无不是为了把市场蛋糕做大,实施这种战略的本身就隐含着推进规模化经营的过程;现代物流的两大核心思想是专业服务和系统整合,联系中国货代企业的现状,货代企业向现代物流经营转型的前提就是在培育核心竞争力和壮大网络规模两大任务上有所突破,这恰好反映了专业化和规模化思想的本质要求。作者 | 错河达旺 来源 | 物流行者