

新闻报道

Press release • Information de presse

Trendbericht Nr. 4 Logistikmarkt China

ACHEMASIA 2007
第七届国际化学工程和生物技术展览暨会议
2007年5月14日—18日
北京 中国国际展览中心

DECHEMA e.V.
Theodor-Heuss-Allee 25
D-60486 法兰克福
电话 (069) 7564-0
传真 (069) 7564-201
E-Mail: presse@dechema.de
http://www.dechema.de

2007

联系人：
Christina Hirche博士
电话：++49 (0) 69 / 75 64 - 2 77
传真：++49 (0) 69 / 75 64 - 2 72
E-Mail: presse@dechema.de

中国的物流市场：潜力和风险共存

- 物流管理是中国物资供应管理中最重要的因素
- 对现代化物流管理的需求进一步增大

在中国生产产品或者向中国出口产品的国外企业必须在关注生产和市场的同时关注中国的物流。这也是即将于2007年5月14日~18日在中国北京举办的第七届ACHEMASIA国际化学工程和生物技术展览暨会议的一个重要议题。届时将有来自世界25个国家和地区的500多家参展商在展会上展示自己的品牌、产品、化工工艺技术、石油化工技术、医药以及食品生产技术、生物工程技术、环境保护技术和材料转换技术。现在，中国国际会展中心的五个宽大展厅已全部被参展商预订。

生产和采购的基础条件

中国是世界上最大的物资集散地，并且被冠以世界经济的火车头的美誉。在最近的十年里，中国经济以平均每年7%~10%的速度增长。中国对原材料、铁矿石、原油和钢铁的需求还没有任何饱和的迹像。到2015年时，中国将可能成为世界上经济实力最强大的国家。中国拥有13亿人口，是德国的27倍。中国以其巨大的国内市场和有力的经济环境吸引着国外的投资者。中国的平均工资水平只相当于德国的十四分之一，因此，为了降低人力成本越来越多的电器集团公司、电子技术公司、汽车集团公司、塑料和重化工企业将他们的生产厂转移到中国。

在激烈的国际竞争中，从事生产经营的企业必须利用一切机会降低生产和采购成本。同时，对于中小型企业来讲，他们也计划按照大型综合型集团公司的形式在中国发

展自己。到目前为止，在中国的德国企业已多达1600余家，而且这一数字还有继续增加的趋势：在他们的国外发展计划中，中国是一个重要的目的地（KPMG的调查报告：2004年全球贸易趋势Global Dealmonitor）。在参与调查的总经理和董事会主席中，40%的人打算将自己的产品打入到中国市场去。中国吸引众多国外商家的并不仅仅是其有利的生产条件，中国还有一个很大的、善于消费的中产阶级，有着很大的物资和服务消费潜力，是一个潜在的巨大消费市场。

产品生产和物资采购活动转移到中国以及物资在亚洲与经济发达国家之间流动增长使企业的物资供应链发生了根本的变化；不仅仅是在地理位置方面，在物资供应战略和具体操作方面都发生了改变¹。不断扩散到中国的产品生产和物资采购对物流市场的影响最大。对物流企业提出了一些新的要求：长期以来一直在欧洲从事物流服务的企业，为了能继续为他的用户提供服务，就必须在中国或者在亚洲的其它国家建立自己的工厂网络。对于生产企业和劳务服务性企业同样如此，必须考虑中国市场的特殊性，必须制定长期的计划。因为中国长期以来不具备高效物流管理的基础条件。

中国的物流市场

政治和经济条件

原则上，对于所有计划进入中国市场的德国企业都应注意：语言、文化方面的差异以及一些不明确的商业规范为进入中国市场增加了一定的难度。近几年来，劳务服务市场更加自由化了，这多多少少的补偿了物流基础设施不足的缺陷。中国政府也将努力为外国投资者创造合适的投资环境作为工作的重点。自从2001年中国加入WTO国际贸易组织之后，中国的物流市场发展迅速。中国国务院和各省级政府共同规划了中国物流市场发展方针、政策，尽可能的为外国企业自由的进入中国市场打开方便之门，将先进的物流管理模式和经验引入中国。为外国企业解除了许多一直要求中国国内物流企业遵守的禁令。

在中国加入WTO世界贸易组织之前，只允许中国企业建立运输和物流公司，外国物流公司只能获得A级许可证。这些都是提供总体物流服务必不可少的前提条件和法律文件。许可证由中国对外贸易部颁发，而且不在中国全境通用，只在某个省份有效。在一年之后，方可申请另一个省份的许可证，也就是说：一个网络服务商在一年之后才能进行跨省市的国内客户物流服务。

物流运输中的重要参数

除了A级许可证之外，想在中国从事物流运输的企业还要考虑一些与基本条件有关的因素。其中包括：中国重要经济中心之间的距离。可以看到：北京与上海之间的飞行距离为1200km，中国的海岸线长度为14500km。因此在考虑物流计划时应考虑中间库或者中转站，例如从高速公路到国道的中转站，或者长时间的长途运输。车辆的平均时速非常低，有些车辆严重老化，有些地区的基础设施还不足。也要考虑采用专用的包装物，以防止在长途运输中货物受损。为了缩短物流运输时间，越来越多的生产企业要求物流运输企业能够在生产厂当地建立中转站、仓库和运输服务部，或者想方设法保证不延迟物资的运输。为了尽可能的保证运输物资不受损，避免被运输产品的质量下降，还

有必要经常购买保险和进行质量检验。根据被运输的产品性质，企业还必须考虑一定数量的损耗。另一个特殊的问题是：中国广泛存在的假冒、盗版问题，每年因此而引起的经济损失高达数十亿。这就要求企业在鉴别技术设备方面进行投资，使自己的产品有着独特的特征，有着很高的防伪性能，并且也保证了产品的质量，这一点在化工和医药产品生产领域中是非常重要的。

原则上讲：中国的物流体系相对于欧洲和美国的物流体系还有很大的差距。这一情况导致：在中国，物流费用在整体费用中所占的比例比西方国家的要大。根据欧盟组织的、由Fraunhofer IFF研究所实施的一项调查报告显示：中国物流成本占整个BIP的17%左右（与德国相比较：德国仅为7%）。市场分析的结果还表明：在工业产品中，运输和仓储费用占总费用的30%~40%；在食品中则高达60%；在一些化学原料产品中，运输和仓储的费用竟占总成本的70%~80%。小结：无论是打算在中国进行全球化采购的企业还是打算在中国提供物流服务的企业，都必须在自己的商务活动中按照这些数据进行成本核算。

在进行优化潜力的识别、判断时，将中国普通的物流过程与在许多西方国家的已经施行的物流过程进行比较是非常必要的，通过对比可以马上清楚的认识到了：除了物流基础设施的差异外，思想认识方面的差异是一个重要的问题。物流的概念在中国指的是传统的物资运输和仓库仓储劳务服务。统一的物流标准到目前还没有贯彻实施的可能，缺少劳务费用的价格管理，现代化的物流管理、IT计划管理。国际性企业进入中国市场之后，他们提供的劳务服务水平与西欧和美国市场要求的水平几乎没有什么差别。对高品质的劳务服务的需求，例如在短短的几个小时之内把货物送到，畅通无阻的物资运输跟踪和显示，以及在此基础之上的供应链管理等等，均与西方国家相同²。但是，即使在中国经济发展中心，这种高水平的物流服务也无法履行。

经济中心是物流事业发展的杠杆

因此那些按照供应链方式在中国经营的物流服务公司，以及得到用户帮助有着适合用户和市场需求方式的运输服务的公司，具有非常大的发展潜力。为了使附加的物流费用透明化，国际性的大公司和物流企业首先选择有重要战略意义的、经济实惠的地区登陆，例如天津。天津是中国最大的港口城市，也是中国交通运输的重要枢纽，是通往中国内地、东北和西北的大门，同时也是与邻国通商的重要海上交通港。天津的周边地区也是非常有利的经济发展区，其经济活力和竞争地位与中国的其他地区相比均占有很强的优势。发达的交通网络成为天津发展的发动机，也使天津成为整个渤海湾的经济动力，使环渤海地区成为中国投资的优选地区。该地区的年经济增长幅度超过了中国的平均年增长幅度：1993年~2005年天津的国民生产总值增长率几乎达到30%。由于该地区处于环绕渤海的北海岸线，靠近中国的首都北京，使它在国家的发展战略中也获益不小。从1994年以来，中国在这一地区的基础设施投资额已达到340亿欧元。

物流领域中的高效增长网络

中国原材料和其他产品进口的不断增长以及工业产品出口量的加大，极大的促进了集装箱运输的发展：中国超过90%的省级商业企业都开展了海上运输和远洋运输业务。根据11个最大的集装箱海上运输企业组成的海运协会组织——跨太平洋运价稳定性协议组织（TSA）的一项研究报告显示：在2006年的前两个月中从中国到美国的海上运输增长了24%。在今后的5年内，中国集装箱海上运输的增长幅度估计为12%，共约1.33亿

标准箱。中国的目标是：从目前的世界造船业排行第二（列韩国、日本之后）跃升到世界第一，因此中国将进一步加强在海港和海港周边基础设施建设中的投资。目前，中国正在建设、扩建或者现代化改造的海港有200多个。

自从加入WTO世贸组织后，中国的航空运输也进入了飞速发展的时期，其年增长幅度超过了12%，直达15%。在集装箱营业收入增长的同时，航空货运的营业收入也在增长，因为对于某些高价值产品和敏感产品运输时间是决定性的因素。同时，这种空中运输也加快了国内重要经济发展地区之间、中国与欧洲之间、以及中国与美国之间的交流与往来。对于航空客运和物资的空中运输来讲，都要求建立强大的网络，同时要求在机场周围设置密布的物流基地。这两点是高效处理飞机降落后的货物装卸不可缺少的前提条件。

基于这样的背景，在中国的国际投资者对建立紧密的、能够经得起考验的物流网络非常的感兴趣。欧洲企业与中国企业在物流方面的合作也越来越频繁。例如：联邦银行对中国高速铁路项目的资助，国际航空合作网络组织星空联盟网络参与上海机场的项目。许多在国际上从事物流经营的专业公司也都在中国的经济中心，例如上海设立了自己的办事处和代理机构，开始加入中国市场，并与他们的客户保持着密切的合作。他们在中国市场中的全权代理商是他们进入这一飞速增长的市场的桥头堡，是他们进入中国市场的第一步。同样，这些也适合于在亚洲迅速发展的其他敏感市场。例如物流经营企业希望建立的“上门服务”（Onsite-Services）如：在中国客户附近提供仓储保管，投料包装，二次加工或者补充服务等等。在相互联系的工作中，德国的专业协会和研究所发挥了重要的作用，例如与中国有着广泛联系的德国弗劳恩霍夫物流和后勤研究所（IML）。通过其在中国成功的物流项目管理经验可以为想进入中国的国际物流企业提供有决定性意义的建议。

中国的物流——有着巨大潜力的市场

除了汽车和通讯领域外，化工和医药生产也是中国发展良好的经济领域。在这些工业领域增长势头背景下，几年内其对现代化的物资运输和物流服务的需求也将有较大的增长。中国市场为国际物流服务企业提供了巨大的商机：在中国57%的从事产品生产的企业以及38%从事商业活动的企业都在寻找新的物流服务公司³。

国外物流服务企业对中国的物流市场测算的结果是：潜力巨大，这同时也是中国国际物流、交通运输及远程信息处理博览会告诉人们的结果。这一展览会于2004年首次在中国举办，2006年秋季时又举办了第二届。来自世界各地30多个国家和地区的200多家公司前来参展，展出了他们的物流产品和服务项目，并就中国物流业未来的发展趋势进行了讨论。展会告诉人们：今后几年，IT技术将在中国的物流市场中发挥着重要的作用，有着很大幅度的增长。

在“数字化物流”这一概念愈发重要的今天，许多物流企业与生产厂或者研究所进行了密切的合作，研发自己的IT系统，并采用高效的计算机系统。他们的目的是：增加物资采购过程中的透明度，更好的制定、实施物流管理计划，能够在短时间内对原材料需求的变化做出反应。在中国物流供应链的连接离不开IT技术，从整个供应链的角度和优化物流管理费用的角度出发，IT技术将越来越重要。

大多数的经济专家认为：中国的飞速发展将会继续。中国还没有将全部能量完全展示出来，而这也适合于描述中国的物流市场，一个有着巨大潜力的市场。为了满足物流市场复杂的要求，具有资质的物流专业领导人，受到信赖、懂得中国语言和文化的领导人是不可缺少的。对于不同文化的理解能力是一个物流企业非常重要的成功因素。只有具备了这种能力，才能将复杂的物流经营战略贯彻落实，才能满足中国物流市场的要求。

¹ Vgl. Prof. Dr. R. Bogaschewsky, Einkaufen und Produzieren rund um den Globus – Letzte Chance für deutsche Unternehmen?, Unibund Vortragsreihe, 16. März 2006

² Vgl. Studie der Managementberatung Barkawi, dem Logistik-Dienstleister DHL und dem China Supply Chain Council (CSCC) zur Service-Logistik China

³ Bearing Point Analysis 2006