



提高和完善我国物流规划的七点对策

综合开发研究院（中国·深圳）物流与供应链管理研究中心

经过多年的发展，物流业作为一个行业的观念已经被接受。在“十五”规划中，物流是否作为一个行业还没有得到国家正式认可，比如在“发展主要面向生产的服务业”一节中的表述是：“积极引进新型业态和技术，推行连锁经营、物流配送、代理制、多式联运，改造提升传统流通业、运输业和邮政服务业”；而在已经发布的“十一五”规划建议中的表述则是“大力发展金融、保险、物流、信息和法律服务等现代服务业”。这将意味着在“十一五”规划中，物流将首次作为一个行业而制定国家级规划，而国家发改委和各地政府也正在编制相关的规划。

从 2001 年深圳最早编制物流专项规划至今，部分省市市政府先后进行了许多物流专项规划研究，出台了相应的物流产业政策。行之有效的行业规划需要以适当的观念和理论作为指导。虽然各地物流规划研究取得了很大的进展，然而，纵观近些年各地出台的规划和政策，在概念基础、规划思想、规划方法、规划内容等方面，仍有很多局限，与国际公认的物流概念和物

流思想仍有一定的距离。

一、物流行业和物流规划中存在的共性问题

近年来，笔者参加了不少地方的物流规划评审，对中国的物流行业也进行过多次动态调查和分析。发现很多地方的物流规划存在以下共性的问题。

1、对物流的概念和价值认识存在偏差

由于物流是改革开放以后才出现的新概念，它与传统的仓储和计划经济时代的流通的区别和界限在哪里，即使在学术界也没有共识。这导致企业对所谓第三方利润源的期望过高，有些脱离中国的现实情况；同时也成为很多地方政府争夺地方利益的一个砝码，地方政府往往根据自己利益的需要，随意扩大物流概念的内涵和外延。

国际普遍认可美国供应链管理专业协会（原美国物流管理协会）对物流的定义：物流是以满足客户需求为目的，对产品、信息和相关服务从起始点到消费点的正向和逆向的流动和储存进行有效率和有效果的计划、执行和控制的供应链过程。由此可见，物流不仅仅是运输和仓储，它还属于管理范畴。

2005年1月1日，美国物流管理协会更名，标志着物流业最发达的美国，已经跨入供应链时代。从物流到供应链管理是国际物流发展的必然过程，供应链是跨企业的商业物流活动的集成。物流到供应链的发展，体现了物流对总体社会经济效率提升、对生产企业竞争力提升、对区域经济竞争力提升等方面的作用。所以，物流到供应链的发展过程，也是物流融入综合经济体系、成为社会经济不可分割的一部分的过程。

从现有的国内一些地方已经出台的新的物流规划看，虽然比以前有了明显的进步，但仍然没有摆脱传统的规划思想和规划体系，仍然是就物流而规划物流。现有的规划，很少引入供应链的思想、综合物流规划的思想。可以说，这些规划是落后于时代的。

2、对社会物流成本和物流需求规模难以准确判断

按照中国物流信息中心的统计，2004 年我国物流成本占 GDP 的比例为 21.3%。由于我国尚未建立物流统计体系，只能根据抽样调查数据来估算物流成本和物流市场的规模。即便如此，在行业与行业之间存在差别、不同地区之间的产业水平和产业结构也不尽相同的情况下，从宏观上难以对物流需求的规模作出准确的判断，难以对该地区的物流行业进行定位。

同时，我们发现企业普遍不能准确计算出自己的物流成本。典型的问题是企业大多只考虑了运输和仓储的成本，没有对存货持有的成本的认识和计算，而美国存货持有的成本则占总成本的三分之一左右。这样一个主要的成本部分完全被忽略了。

因此，能否建立科学的物流成本统计指标体系和提高企业的物流成本意识，将是制定、实施和评估物流规划的最基础性工作。

3、物流政策对物流市场培育和物流企业整合推动力不足

由于缺乏先进理论的指引，早些年各地出台的物流规划过分看重物流园区和公共信息平台的建设。前者片面导致了物流热成为物流园区热，物流园区热又变成了商业地产热。而物流公共信息平台的措施也有些脱离中国企业物流信息化水平低的现实。

如果使用物流成本占国内生产总值 21.3%的比例来推断物流市场规模，也只能将之视为潜在的物流市场规模。因为中国企业“大而全，小而全”的现象还没有根本性的改变，企业没有形成核心竞争力，普遍多元化经营，基于专注于核心竞争力的需要而将物流功能“外包”的比例并不高。从潜在需求转化为现实的市场需求还有很大距离。而从各地出台的物流政策来看，鼓励企业基于成本控制而将物流外包的推动力度是不够的。

与企业物流外包需求市场规模不大的现实相伴随的是，有物流外包需求的工商企业认为，现实的市场中难以找到信誉优良，服务能力和水平高的物流企业。应该说，中国物流行业的需求和供给处于一种低水平的均衡状态中。

二、物流规划调整的对策与建议

针对前面提到的现实存在的问题，对我国物流规划工作，提出以下对策和建议。

1、将供应链的思想纳入物流规划

全球物流进入供应链时代之后，供应链的思想贯穿了所有产业。就中国未来发展而言，物流的价值增值必须也只能体现在生产企业内部。因此，未来中国物流发展的空间和潜力，是在生产领域。由供应链带动产业链的聚集，提高产业和区域的竞争力，是未来中国物流发展的方向，也是未来物流规划的重点之一。

所以说，必须将供应链作为跨企业的商业集成的思想纳入物流规划。物流从根本上是为生产行业服务的，必须从供应链的角度来推动物流与产业的结合，为产业服务，提高产业的竞争力。国家级的物流行业规划尤其要以诸多工业行业的规划为基础，分析工业行业为物流行业提供的机会和提出的要求。

从这个意义上讲，物流规划不仅是港口、机场、园区的问题，也不仅是物流信息系统的问题。物流规划要跳出就物流规划物流的思路，跳出只有运输、仓储、园区才是物流的局限。物流规划应重视提升生产企业的核心竞争力，重视提升整体经济效率。

2、加大物流需求分析的力度

物流需求主要来自生产企业。生产企业的物流成本、库存周期、采购与销售物流的流量流向、物流外包比例等问题，是确定物流成本和物流需求的主要依据。没有物流需求的分析，制定的规划就缺乏依据。因此，要在一定范围内做生产企业的物流需求调查，特别是针对大型企业的调查。找出物流需求的主要行业和经济地理分布，为物流基础设施的建设提供优先和进度安排的依据，找出对物流企业的评价和需求特性，从而制定有利于物流企业整合的政策。

在“十一五”规划建议中，中央将“自主创新”提升到国

家战略的高度，这有助于生产企业专注于核心竞争力的培育，改变“大而全，小而全”的局面，在产业内和产业间形成合理的分工体系，也有利于物流外包市场的形成和扩大。从美国的经验看，高技术企业的物流外包比例最高。美国制造业财富 500 强的物流外包比例已经达到了 80% 左右，而我国制造业物流外包的比例约为 20% - 30%（不同区域有所不同），潜在的物流需求没有转化为现实的有效需求。

3、规避定位上的同质化

从各地出台的物流规划看，同质现象已经比较严重，尤其是地理位置临近的城市都将自己定位于某一区域范围内的“物流中心”。这不利于不同区域的产业分工体系的形成，并可能导致基础设施建设的重复和资源浪费。

因此，跨省份的物流行业规划问题如何协调，同一省份内不同地级市的行业规划如何协调将是一个无法回避的问题。否则，国家级规划中的定位可能导致上行下效，导致省市两级物流规划的同质化。

因此，各地在编制物流规划时，不能盲目地追求高定位。必须分析各自的战略环境，分析本地区的优势和劣势，与相邻地区错位发展、互补发展，这样，才能形成区域物流的协调发展。

4、以物流需求为基础建设物流园区

物流园区作为物流行业链条中的一个环节尽管不可缺少，但也不能大量重复建设。物流园区作为大量消耗土地的基础设施项目，应该防止演变成单纯的商业地产项目。物流园区按什么分类？设置多少级别？如何在规划中加以控制？是个需要重点解决的问题。

首先，物流园区的规模应以物流需求为基础。需求分析的目的，是预测物流服务需求，分析预测当期和未来物流需求，得到一个区域物流需求量和 service 需求类别的数据。物流园区的规划，应与物流需求规模相适应，不能盲目求大。

其次，物流园区应有明确的定位，划分层次和重点。物流

需求分析要同时提供物流服务需求的类别，从而为物流园区的定位提供依据。因此，在规划物流园区的时候，每个园区应有各自明确的定位。比如，从功能上，物流园区可以划分为综合型物流园区和专业型物流园区。同时，物流园区不仅要按区域位置划分，还要按重要性划分。比如，重点物流园区和普通物流园区。园区的面积，应分为规划控制面积和首期开发的面积。在物流园区规划时，考虑现有的物流聚集区域，给他们正确的认定，引导向现代物流园区转型。在空地上建物流园区，不一定形成规模。

5、着力提升第三方物流能力

物流行业的主体应该是第三方物流企业，这使得物流业作为现代服务业有别于传统的运输和仓储业，因为只有第三方物流，才具备价值增值的能力。第三方物流应区别于港口、机场等物流基础设施产业。因此，应该明确第三方物流服务能力是物流企业的核心竞争力，而物流企业的主体应该是具备第三方物流能力的服务供应商。

由于物流业属于服务业，不是关乎国计民生的战略性制造业，也不同于关系国家经济安全的金融业，因此在中国加入 WTO 的开放时间表中属于基本没有保护期的行业。物流行业也是比较早感受到外来跨国公司竞争压力的行业。无论是规模和网络覆盖范围、服务能力和水平以及信息技术含量，国内企业和跨国巨头的差距都十分明显。在中国的物流企业普遍没有形成第三方物流能力之前，跨国巨头很容易把成熟的行业经验知识积累以及信息系统移植到中国，通过人才吸引和网络复制占领国内市场。快递业已经是这方面的先例。

同时，也应该注意这样一种现象，国外的物流企业是越来越大，而国内的企业则越来越小，在道路运输企业中，似乎个体户最有竞争力。从对工商企业的调查来看，工商企业认为中国目前不存在全国范围内的物流服务供应商。

通过改善企业的外部经营环境，比如对税率和税种的简化，对公路超载的治理，对地方黑恶势力把持运输市场行为的打击，

都将有利于推动物流业资源的整合，形成全国范围内运营的、能够与跨国公司对抗的现代物流企业。

6、鼓励发展商业物流

与国内传统流通业的批发零售不同，美国的物流概念和观点以生产企业为本位，把产品向最终用户销售的过程称之为“分销”(DISTRIBUTION)，而物流与分销是难以分开的。如果说，物流最终是要为提高生产企业的效率，那么物流业除了要与工业行业相互支持，也要与作为生产延伸的商业相互支持。

商业的连锁化经营和跨地区经营需要配套的物流体系作为支撑。而商业的城市配送只是物流的一小部分。在国家层级的物流规划中，应明确鼓励连锁商业、连锁便利店等发展，提出连锁商业占商业比重的目标，鼓励商业物流的发展。

7、完善地区物流规划的方法与内容

由于已经出台的各地的物流规划所使用的指导理念和框架体系很不一样，同时也考虑到这方面存在的争论，很难要求在国家级物流规划中对地区级物流规划的内容和格式作出统一的要求。但以下几点应该重点考虑：

从规划的方法上，应界定全社会物流成本、企业物流成本，分析、预测全社会物流需求，从而正确预测物流增加值，为政策、规划、基础设施和园区定位提供决策依据。

从规划的内容上，应根据产业结构和产业规划、城市化进程、综合交通发展、可持续交通发展以及在更大经济区域背景中的城市定位等基本面，提出包括物流基础设施、物流信息化、行业物流市场培育以及物流企业整合在内的有可操作性的政策措施。

执笔：王国文 物流与供应链管理研究中心主任、博士
佟文立 物流与供应链管理研究中心研究员

《脑库快参》是综合开发研究院编印的一种内部参阅资料。

《脑库快参》的对象是社会精英和高品味的读者群：各级政府决策部门、大学和研究机构的学者及海内外各类企业和机构的高层管理者。

《脑库快参》以重大政策和重大现实经济问题的分析研究为主要内容，同时选登国内外最新重要经济动态和信息，发表富有价值和启发性的评论文章。

《脑库快参》注重思想性、启发性和政策性，努力做到思想敏锐、观点鲜明和理论超前，同时坚持文字上的生动活泼和流畅可读。

《脑库快参》将不定期编印，每期一个主题，每篇文章三、五千字甚至更长一些不等。

《脑库快参》以综合开发研究院研究人员所撰写和摘编的稿件为主，同时也广泛欢迎社会各界及学者积极参与。

地址：深圳市银湖路金湖一街 CDI 大厦

邮编：518029

电话：0755-82487878、82471317

传真：0755-82410997

网址：<http://www.cdi.com.cn>

联系人：郑宇劼 电邮：zyj@cdi.com.cn

责任编辑：张玉阁 电邮：zhangyg@cdi.com.cn