

豫政〔2010〕38号附件

# 河南省现代物流业发展规划

## （2010-2015年）



# 目 录

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b>第一章 总论 .....</b>         | <b>1</b>   |
| 一、加快发展现代物流业的重要意义 .....      | 2          |
| 二、国内外现代物流业发展趋势 .....        | 4          |
| 三、我省现代物流业发展现状和基本判断 .....    | 8          |
| 四、我省现代物流业发展思路、目标及布局 .....   | 16         |
| <b>第二章 郑州国际物流中心建设 .....</b> | <b>22</b>  |
| 一、建设郑州国际物流中心的重要性 .....      | 22         |
| 二、郑州国际物流中心发展面临的机遇与挑战 .....  | 26         |
| 三、郑州国际物流中心建设的紧迫性 .....      | 28         |
| 四、发展思路与目标 .....             | 29         |
| 五、发展布局 .....                | 32         |
| 六、主要任务 .....                | 38         |
| <b>第三章 食品冷链物流 .....</b>     | <b>44</b>  |
| 一、行业发展形势分析 .....            | 44         |
| 二、我省食品冷链物流发展的基本判断 .....     | 53         |
| 三、发展思路、目标及布局 .....          | 59         |
| 四、主要任务 .....                | 63         |
| <b>第四章 医药物流 .....</b>       | <b>71</b>  |
| 一、行业发展形势分析 .....            | 71         |
| 二、我省医药物流发展的基本判断 .....       | 78         |
| 三、发展思路、目标及布局 .....          | 81         |
| 四、主要任务 .....                | 84         |
| <b>第五章 钢铁物流 .....</b>       | <b>88</b>  |
| 一、行业发展形势分析 .....            | 88         |
| 二、我省钢铁物流发展的基本判断 .....       | 94         |
| 三、发展思路、目标及布局 .....          | 97         |
| 四、主要任务 .....                | 99         |
| <b>第六章 汽车物流 .....</b>       | <b>105</b> |

|                         |            |
|-------------------------|------------|
| 一、行业发展形势分析.....         | 105        |
| 二、我省汽车物流发展的基本判断 .....   | 109        |
| 三、发展思路、目标及布局 .....      | 111        |
| 四、主要任务 .....            | 113        |
| <b>第七章 家电物流 .....</b>   | <b>117</b> |
| 一、行业发展形势分析.....         | 117        |
| 二、我省家电物流发展的基本判断 .....   | 122        |
| 三、发展思路、目标及布局 .....      | 129        |
| 四、主要任务 .....            | 132        |
| <b>第八章 纺织服装物流 .....</b> | <b>138</b> |
| 一、行业发展形势分析.....         | 138        |
| 二、我省纺织服装物流发展的基本判断.....  | 142        |
| 三、发展思路、目标及布局 .....      | 147        |
| 四、主要任务 .....            | 149        |
| <b>第九章 邮政物流 .....</b>   | <b>153</b> |
| 一、行业发展形势分析.....         | 153        |
| 二、我省邮政物流发展的基本判断 .....   | 159        |
| 三、发展思路、目标及布局 .....      | 163        |
| 四、主要任务 .....            | 167        |
| <b>第十章 粮食物流 .....</b>   | <b>174</b> |
| 一、行业发展形势分析.....         | 174        |
| 二、我省粮食物流发展的基本判断 .....   | 179        |
| 三、发展思路、目标及布局 .....      | 185        |
| 四、主要任务 .....            | 192        |
| <b>第十一章 花卉物流 .....</b>  | <b>196</b> |
| 一、行业发展形势分析.....         | 196        |
| 二、我省花卉物流发展的基本判断 .....   | 199        |
| 三、发展思路、目标及布局 .....      | 203        |
| 四、主要任务 .....            | 205        |
| <b>第十二章 建材物流 .....</b>  | <b>209</b> |
| 一、行业发展形势分析.....         | 209        |

|                          |            |
|--------------------------|------------|
| 二、我省建材物流发展的基本判断 .....    | 212        |
| 三、发展思路、目标及布局 .....       | 216        |
| 四、主要任务 .....             | 219        |
| <b>第十三章 保障措施 .....</b>   | <b>222</b> |
| 一、培育壮大物流业市场主体 .....      | 222        |
| 二、加大物流业载体建设力度 .....      | 224        |
| 三、加强和完善现代物流业发展支撑体系 ..... | 226        |
| 四、抓好规划组织实施 .....         | 231        |



# 河南省现代物流业发展规划

## (2010-2015 年)

为贯彻实施国家《物流业调整和振兴规划》，促进我省现代物流业快速健康发展，加快构建现代产业体系，培育新的经济增长点，结合物流业发展趋势和我省物流业发展实际，特制定本规划。规划期为 2010-2015 年，展望至 2020 年。

### 第一章 总论

现代物流业是利用先进信息技术和物流装备，有机整合运输、储存、装卸、包装、流通加工、配送、信息处理等物流环节，实现物流运作一体化、信息化、高效化的复合型服务业，是现代产业体系的重要组成部分。近年来，经济、金融、物流的全球化进程向纵深发展，跨国物流企业面向全球布局，我国主要经济区域、各大中心城市在物流领域的竞争日趋激烈。我省区位优势突出，物流资源丰富，劳动力和仓储成本较低，市场潜力巨大，随着我国产业由东向西梯度转移步伐加快和促进中部地区崛起战略实施，我省发展现

代物流业具有良好的基础和机遇。但同时也面临思想观念落后、产业结构层次不高、经济开放度较低等问题和挑战。未来 5~10 年，是我省加快发展现代物流业，获取物流领先优势的关键时期，也是我省把区位、交通、资源等传统优势转化为产业、物流、市场等综合竞争优势的战略机遇期。抢抓机遇，迎接挑战，促进现代物流业快速健康发展，对于我省调整升级产业结构、转变经济发展方式、增强区域核心竞争力和提高人民生活水平具有重要作用。

## 一、加快发展现代物流业的重要意义

### （一）加快发展现代物流业，是培育新的经济增长点和调整经济结构的重要内容和紧迫任务

物流业是现代服务业的重要组成部分，正迅速发展成为促进国民经济与社会发展，特别是推动服务业快速增长的重要力量。发展现代物流业，不仅能够直接带来物流业的规模扩张，同时，将为金融保险、商贸流通、信息服务、餐饮、会展等相关服务业带来客观的配套服务需求，从而推动服务业的整体发展，提高服务业在经济总量中的比重。另外，发展现代物流业有利于促进商品流通，繁荣区域市场，扩大居民消费，增强消费对经济增长的拉动作用。因此，大力发展现代物流业，对于培养发展新的经济增长点，推动经济结构调整，转变经济发展方式，提高国民经济运行的质量和效益具有重要意义。

## **（二）加快发展现代物流业，是推动制造业优化升级的重要抓手**

物流连接着制造业的采购、生产、储运、销售各环节，随着社会化大生产快速发展和社会分工不断细化，制造业与物流业日益有机融合、互动发展。发展现代物流业，有利于优化生产要素配置，推动制造业供应链一体化，降低企业采购商品成本，提高企业采购商品可得性，提高产业附加值。便捷高效的现代物流体系是一个地区高端制造业发展的重要条件，也是现代产业专业化分工和生产效率提高的必要条件。因此，物流业与制造业既相互依托又相辅相成，制造业的发展可以带动物流业规模扩张，现代物流业的发展反过来促进制造业产业升级和持续发展。

## **（三）加快发展现代物流业，是提升区域经济竞争力的重要途径**

作为极具发展潜力的新兴产业，现代物流业的发展水平已经成为衡量一个国家和地区综合竞争力的重要标志。有条件的地区通过加快发展现代物流业，增强物流配套服务能力，可以有效降低社会物流成本，从而促进招商，吸引资金，聚集高端产业，优化第二产业结构，提升本地区制造业层次；还可以吸引更多商品在区域内集散，繁荣区域市场，从而实现产业、物流和市场联动发展，全面提升区域经济运行效益和核心竞争力。

#### **（四）加快发展现代物流业，是提升人民群众生活水平和质量，促进经济社会又好又快发展的客观需要**

物流业衔接生产和消费，产业关联度高，劳动就业吸纳能力强，拉动消费作用大。发展壮大物流业，有利于扩大社会就业；有利于有效获取、分配和使用运输、仓储、包装、配送等物流要素，从而提高各种生产资料和产成品的利用效率，降低能源消耗和碳排放，推动资源节约型和环境友好型社会建设；有利于提高商品流通效率，降低居民生活成本，满足人民群众对多样化、高质量的商品及其物流服务需求。

总体上看，现代物流业作为具有广阔发展空间的新兴产业，有效连接生产与消费，是推动国民经济持续快速增长的重要力量。加快发展现代物流业，对于降低社会物流成本，提高商品流通效率，优化资源配置，促进经济结构调整和经济发展方式转变，推动服务业乃至整个国民经济快速健康可持续发展都具有十分重要意义。

## **二、国内外现代物流业发展趋势**

### **（一）国际物流业发展趋势**

随着经济全球化进程加快和信息技术的发展，国外物流业出现了一系列新的发展趋势和特点。

**1、全球特别是亚太地区物流业发展速度加快。**2003-2008 年全球跨国间物流货运量年均增长 8.2%，第三方物流发展尤为迅速，年均增长 13.1%。2008 年，美国和欧洲第三

方物流服务支出分别达到 1100 亿美元和 1750 亿美元，各占全球第三方物流服务支出的 22%和 35%，未来五年年均增速将达到 10%~15%；亚太地区（包括中东地区）第三方物流服务支出 1750 亿美元，预计未来五年将以 18%~23%的速度增长。

**2、行业集中度和地域集中度逐步提高。**近年来，国际物流业整合步伐加快，物流企业并购、重组频繁，物流资源加速向大型优势物流企业集聚。跨国物流企业不断完善全球物流网络，面向全球布局，投资港口、码头、物流园区等物流基础设施，强化了跨国物流干线、支线衔接，实现了物流网络高效对接，占据了世界高端物流市场，主导、支配着世界物流业的发展。从地域分布看，物流需求、物流资源和物流服务向物流发展条件优越的大城市集中，大型物流企业以大城市为中心发展多式联运，区域分拨和本地配送变得更加便捷，物流服务效率大幅提高。

**3、物流业发展出现一体化趋势。**近年来，制造业企业为赢得竞争优势，剥离外包内部物流业务，社会物流需求大幅增加。各大物流企业积极引入供应链管理理念，广泛运用现代信息技术，对仓储、运输、货代、包装、装卸、搬运、流通加工、分拨配送、信息处理等物流业务采取一体化运作，为顾客提供一站式服务，提高了物流效率，降低了物流成本，有效地满足了社会物流服务需求。传统储运企业在搞好运

输、仓储、装卸等传统业务基础上，积极参与工商企业原材料与零配件采购、生产、储运、配送和售后服务等各个环节，加快向现代物流企业转型。

**4、物流业的信息化、专业化程度逐步提高。**为提高物流服务效率和客户满意度，发达国家物流企业积极采用先进物流技术，大力发展集装化、单元化运输，基本实现了物流业机械化、自动化、标准化和智能化，公铁海航多式联运的效率得到了很大提高。美国率先将现代信息技术引入物流运作的全过程，实现了物流的集成化和便捷化。据统计，近年来美国因物流领域技术创新所带来的运输、库存等费用的节约，促使其制造业成本降低了 1~2 个百分点。随着经济全球化加快和市场竞争加剧，预计未来物流业信息化、专业化趋势将更加明显。

## **（二）国内物流业发展趋势及特点**

目前，国内物流业发展趋势与国际发展趋势基本吻合，但也表现出一些新的特点。

**1、国内物流业尤其是第三方物流发展迅速。**2008 年我国物流业实现增加值 2 万亿元，比 2000 年增长 1.9 倍，年均增长 14%，高于同期 GDP 增速 3.8 个百分点。预计未来五年我国物流业增速仍将快于 GDP 增速，年均增速达到 14%以上，第三方物流年均增速将达到 20%。

**2、物流运行效率逐步提高。**我国传统物流企业积极进

行功能整合和服务延伸，加快向现代物流企业转型。一些领先物流企业运用现代信息技术，对采购、储运、加工、配送、物流金融等进行一体化运作，同时针对服务行业特点，积极发展专业化的物流服务，物流成本下降，物流效率逐步提高。我国全社会物流总费用与 GDP 的比率，由 2000 年的 19.4% 下降到 2008 年的 18.3%。预计未来较长时期内，我国全社会物流总费用与 GDP 的比率将继续下降。

**3、我国中西部地区物流业增速将快于东部地区。**改革开放以来，我国东部地区制造业、商贸业发展迅速，有力地促进了物流业的快速崛起和集聚发展。由于区位优势和产业基础雄厚，广州、大连、上海、青岛、天津、厦门等沿海港口城市逐渐发展成为我国的物流中心。随着西部大开发、促进中部地区崛起等国家战略的实施，东部地区制造企业将加速向中西部地区进行战略布局，带动中西部地区物流需求迅速上升。武汉、重庆、西安和郑州等地物流设施、物流园区建设步伐加快，未来一个时期，在我国中西部地区将形成一些新的物流中心。

**4、国内外物流企业在全国范围内战略布局加快。**近年来，一些大型物流企业加紧在全国布局，不断完善物流节点网络，跨区域发展势头迅猛。国外物流企业已经在我国东部地区一线城市完成布局，并占据我国高端物流市场，目前正向东部地区二线城市和中西部地区扩张。在中西部地区，郑

州、武汉、重庆和西安承接国内外物流企业发展的条件互有优劣，未来几年内竞争将趋于激烈。

### **（三）对国内外物流发展趋势的综合分析**

综观国内外物流业发展历程、发展特点、发展趋势，有以下几个主要结论：

**1、未来一个较长时期国内外物流业仍将保持快速发展态势。**随着制造企业流程再造和物流外包，社会物流需求大幅上升，第三方物流将以更快的速度发展。

**2、物流中心城市、大型物流企业先发优势突出。**现代物流标准化、信息化、专业化、一体化程度逐步提升，并向大城市、大企业集中，催生了一批世界性、全国性或区域性的物流中心和大型跨国物流企业，具有很强的先发优势，进一步加快物流向这些大城市和大企业的集中，同时必然排斥物流要素向其他大城市和大企业集中。

**3、未来产业的竞争力将更侧重于物流运行效率的提高。**物流业快速发展将大幅提高物流运行效率，降低全社会物流成本，对扩大市场需求，改善投资环境，促进制造业、商贸业调整升级和增强整个产业竞争力水平具有重要作用。物流业与制造业、商贸业联动发展是国内外产业发展的共同趋势，是现代产业体系形成、完善的必由之路。

### **三、我省现代物流业发展现状和基本判断**

深入分析我省现代物流业发展现状及特点，联系国内外

物流业发展趋势，慎重做出判断，是科学谋划我省现代物流业发展的重要前提。

### （一）我省现代物流业发展现状

近年来，我省物流业呈现良好发展势头，对国民经济发展的推动作用逐步增强。

1、物流业发展速度较快。2008 年，全省社会物流总额达 3.7 万亿元，2005-2008 年年均增长 16.92%；物流业实现增加值 793.2 亿元，2005-2008 年年均增长 14.17%，高出同期生产总值增速 4.5 个百分点；物流业增加值占第三产业增加值比重为 15%，仅交通运输、仓储和邮政业从业人员就有 204.5 万，占第三产业总从业人员的比重达 14.4%；全社会物流总费用与生产总值的比率为 16.5%，比全国平均水平低 1.7 个百分点。

2、物流业调整优化步伐加快。目前我省第三方物流企业发展较快，除仓储、运输业务外，优势物流企业积极向采购、流通加工、信息服务、咨询服务、物流金融等领域拓展。物流业与制造业、商贸业联动发展加快，先进物流业态不断涌现。物流技术设备水平明显提高，物流信息化建设取得新的进展，传统物流业加快向现代物流业转型，一大批新型骨干物流企业迅速成长。目前，我省已经拥有 2A 级以上物流企业 29 家，其中 4A 级物流企业 12 家。中国远洋、天地华宇、国药集团等省外优势物流企业进入河南发展，豫鑫物流

与日立物流合作开拓高端物流市场，华丰钢铁与太钢、邯钢、安钢战略合作，以先进业态进入物流领域，为我省物流业发展增添了新的活力。

**3、特色行业物流取得长足进展。**随着食品、装备制造、汽车、钢铁产业的快速发展，服务特定行业、具有明显特色的专业第三方物流蓬勃发展。双汇、众品、省邮政速递等一批行业龙头企业加快设点布局，完善物流网络，“冷链配送+连锁零售”、“网络化冷库+生鲜加工配送”、“快递+电子商务”等业态模式得到迅速推广；医药物流、家电物流稳步增长，信息化、自动化、专业化水平逐步提高；粮食物流散装、散卸、散运、散储和跨省运输发展较快，钢铁物流升级势头强劲，郑州华丰钢铁已经把物流服务延伸到多品种剪切加工、配送运输、信息处理、物流金融等领域。

**4、物流业呈现出集中化发展趋势。**从全省范围看，我省经济、人口、交通、物流设施和物流活动呈现向以郑州为中心的大中城市集聚态势；从城市内部看，物流设施和物流企业出现向物流园区集中趋势。“物流中心城市-节点物流城市”、“物流园区-专业物流中心”的互动、协调发展格局初步形成。随着铁路、公路、航空等交通网络的逐步完善以及中原城市群城际交通的一体化，物流企业、物流设施等要素逐步向郑州综合交通枢纽汇集。

但是，我省现代物流业发展的总体水平相对较低，与沿

海发达地区相比还有一定差距。一是现代物流业作为生产性服务业的支柱产业，总体发展水平滞后。2008 年我省物流业增加值占服务业的比重比全国平均水平低 1.6 个百分点。二是物流服务结构性供给不足，企业物流外包比重低，“大而全”、“小而全”的企业物流较为普遍。据测算，全省企业自营物流占整个市场规模的 60%以上。第三方物流发展水平较低，低端物流市场恶性竞争，高端物流服务不能满足企业需求。三是物流基础设施不足和物流资源缺乏整合的问题同时存在。物流资源空间布局分散，缺乏有效衔接，物流基础设施建设起点低、规模小，公路、铁路、航空协调配套运行能力较差，多式联运尚未得到充分发展。四是物流企业竞争力不强，本土企业小、弱、散，目前尚无一家 5A 级物流企业，全省资本不足 100 万元的物流企业占到 80%以上，大多数物流企业仅能提供简单的运输和仓储服务，缺乏流通加工、信息服务、库存管理、成本控制等物流增值服务能力，难以满足物流服务专业化、社会化要求。

## **（二）我省现代物流业发展的优势与挑战**

当前，我省物流业既具备加快发展的一系列优势条件，也面临着日益激烈的竞争压力。

### **1、我省现代物流业发展优势和发展潜力巨大**

一是我省经济实力强，产业基础雄厚，生产物流发展空间巨大。我省是经济大省、重要的能源原材料基地和未来的

制造业大省，经济总量、制造业规模、商贸业规模均居全国第 5 位，食品、医药、纺织服装、煤炭化工、有色金属、装备制造在全国具有重要地位，发展现代物流的产业基础雄厚。我省社会物流总额与生产总值的比率由 2005 年 1.93 倍上升到 2008 年 2.01 倍，经济发展对物流业的推动作用不断提升。随着国家促进中部地区崛起战略实施和“三个基地一个枢纽”建设步伐加快，预计今后一段时期，我省经济仍将保持较高增长速度，为我省生产物流发展提供了巨大的空间。

二是人口多、市场大，消费品物流发展前景良好。我省是人口大省，经济腹地广阔，近 1 亿人口本身就可以带来庞大的消费市场，2009 年全省社会消费品零售总额达 6746 亿元。近年来，我省城乡居民收入较快增长；商贸流通业迅速发展；以郑州为中心的中原城市群工业化、城市化进程不断加快，经济实力快速提高，对全省及周边地区的辐射带动作用明显增强。随着我省工业化、城镇化进程的加快和居民消费水平的提升，消费品市场规模不断扩大，消费业态不断创新，消费品物流发展潜力巨大。

三是区位优势突出，立体交通网络完善，分拨物流发展前途广阔。我省地处中部核心区域，承东启西，陆路交通发达，航空运输快速成长，是距离天津、青岛和连云港等港口最近的省份之一，具有发展物流业的区位优势，有望发展成为我国中西部地区现代物流中心。全国铁路主通道有“三

纵三横”贯穿河南，铁路通车里程近 4000 公里，郑州至西安、石家庄至武汉铁路客运专线等项目建成后，郑州将成为全国唯一的“双十字”铁路中心；现有公路通车总里程 24 万公里，其中高速公路通车里程 4841 公里，居全国首位，实现了全部省辖市和 90%以上的县（市）通达高速公路；郑州国际机场基础设施不断完善，客货吞吐量快速增长，已被国家确定为全国八大区域枢纽机场之一；铁路、公路、航空、水运、管道等运输方式有机衔接的综合交通运输体系基本形成，具有发展公铁海多式联运的天然优势。

**四是物流资源丰富，物流业发展具有较强的支撑。**我省拥有 3 个一类口岸、9 个二类口岸、亚洲最大的铁路编组站郑州北站、全国最大的铁路零担货物中转站郑州东站、郑州铁路集装箱中心站、郑州出口加工区、河南保税物流中心。另外，建设中的郑州国家干线公路物流港、郑州国际航空港等重要物流基础设施初具规模。全省“四纵四横”的信息高速公路基本框架初步形成，电子政务、电子口岸、行业信息平台建设取得较快进展。

**五是劳动力、仓储等成本低，物流人才可得性高。**我省仓库租金水平、在岗职工工资水平都比较低，具有物流成本优势。劳动力资源丰富，每年全省高校物流相关专业毕业生达 12000 多人，其中郑州高校占 90%以上，发展现代物流业所需的专业人才可得性较高。

## 2、我省发展物流业面临的挑战

一是发展观念相对落后，外部环境有待优化。发展观念滞后是制约现代物流业发展的最重要因素。我省处于内陆地区，思想观念不够解放，对现代物流业在国民经济发展中的重要作用认识不到位，一些地方存在重生产、轻流通的现象，没有将发展现代物流业摆上重要位置。对现代物流业的内涵把握不准，往往简单理解为传统的交通运输模式，推动新兴物流业态发展不力。物流业体制机制改革滞后，存在着条块分割和行业垄断，尚未形成统一、规范、高效的物流大市场。支持物流业发展的产业政策体系尚不健全，已有的政策措施落实不到位，部门协调联动不够，未能形成合力。

二是产业和消费结构不尽合理，制约现代物流业快速发展。生产物流是物流业发展的重要领域，但在我省产业结构中，能源原材料产业比重偏大，制造业发展相对滞后，生产物流以传统低端的大宗生产资料的运输、仓储为主，高附加值、高技术含量的流通加工、库存管理、物流成本控制、信息咨询等物流服务，尤其是为制造业提供供应链管理服务的市场规模有限、服务能力不足。我省消费市场广阔，但传统市场比重偏大，商品交易和物流配送方式落后，新兴消费模式发展不足，制约了现代化的分拨、配送、包装、电子商务等消费物流发展。

三是经济开放度低，参与国际国内经济循环不足。随着

全球经济一体化，国际分工与专业化协作的程度越来越高，推动了物流与经济的大融合。我省作为中部省份，虽然拥有良好的交通区位优势，但发展外向型经济的意识不强，外贸依存度较低，外资规模较小，与境外企业、央企和兄弟省份的合作不够，充分利用两种资源、开发两个市场、积极参与国际国内经济大循环明显不足，直接影响了我省现代物流业的跨越发展。

四是先发优势不明显，区域竞争日益激烈。随着我国区域经济快速发展，各省加大对现代物流业发展支持力度，抢占现代物流业发展的制高点。我省在基础设施、企业规模、政策环境等方面，与沿海发达地区甚至部分周边省份都有一定差距。郑州物流业规模低于武汉、重庆和西安，有竞争实力的物流企业不多，湖北省 2A 级以上物流企业有 26 家，其中 23 家集中于武汉，明显多于郑州。随着国家《中长期铁路网规划》实施，武汉、重庆的铁路枢纽地位将进一步强化，郑州乃至我省发展跨区域物流将面临周边省市的激烈竞争。

### **（三）对我省发展物流业的基本判断**

目前，国际大型物流企业在我国东部地区布局已经基本完成，正加快向中西部地区转移和布局，预计未来 3 年内将完成我国的节点布局，未来 5 年内国内大型物流企业将完成全国性布局。未来 5 ~ 10 年将是我省现代物流业发展的重要战略机遇期，也是面临周边重点城市激烈竞争的压力集中

期。遵循物流要素向大城市、大企业集聚和先发优势排斥后发优势的规律，我省物流业发展必须在今后 5 年左右的时间内形成赶超发展态势，占据中西部地区物流发展高地，才能有效防止被边缘化和形成周边物流中心喂给市场的危险。

因此，今后一个时期，必须从战略高度充分认识加快发展我省现代物流业的重要意义，把区位、交通、资源等传统优势转化为产业、物流、市场等综合竞争优势，将现代物流业培育成为我省国民经济发展的支柱产业；必须抢抓发展机遇，紧紧抓住未来 5~10 年物流业加速发展的关键时期，打牢发展基础，取得发展优势；必须坚持集聚发展，中心城市与其他物流节点城市之间，应避免同构竞争，努力形成分工合作、互为补充的发展格局；必须着力解决影响现代物流业发展的深层次问题和体制性障碍，加快实施促进全省现代物流业发展的战略举措，在新的起点上推进物流业跨越式发展。

#### 四、我省现代物流业发展思路、目标及布局

##### （一）战略定位

把现代物流业作为我省国民经济发展的战略性新兴产业，着力培育，加快发展，打造新的经济增长点，推动我省经济跨越式发展。把现代物流业作为推动制造业转型升级和提升整体竞争力的重要抓手，实现与制造业及其他产业的联动发展。以郑州为龙头，加快建设连接世界、辐射我国中西

部地区的内陆型国际物流中心，带动全省发展成为业态先进、结构优化、辐射区域广、竞争能力强的现代物流业发展高地。

## （二）总体思路

深入贯彻落实科学发展观，推进物流业与制造业及其他产业联动发展，增强物流业对国民经济的支撑、服务作用，加快完善现代产业体系。以“1+10”为重要抓手，以“三联互动”为主线，全力推进郑州国际物流中心建设，重点抓好十大行业物流发展，加快传统物流改造与业态提升，积极营造良好发展环境，培育壮大物流企业，构建与国际接轨的现代物流服务体系，逐步提升郑州在全国物流格局中的枢纽功能和地位，为中原崛起提供坚实的物流体系保障。

——突出一个中心。把郑州国际物流中心建设作为我省现代物流业发展取得领先优势和竞争优势的战略重点，高水平规划，高起点建设，确保郑州国际物流中心建设在未来3~5年内取得突破性进展。

——抓好十大行业。把食品冷链、医药、钢铁、汽车、家电、纺织服装、邮政、粮食、花卉、建材等十大物流行业作为我省发展现代物流业的主要抓手和建设郑州国际物流中心的突破口，一业一策，各个突破，争取在未来3~5年内奠定我省在重点物流行业的领先地位。

——实现“三联互动”。即物流、产业、市场的联合，物流中心、分拨中心、配送终端的联网，对外集输与对内集配

的联动。以现代物流理念和技术改造提升传统物流，优化企业自营物流系统，创新第三方物流服务方式，鼓励企业物流业务外包；积极发展食品冷链、纺织、汽车、粮食等行业物流，形成物流业与我省重要优势产业联动发展格局；大力发展连锁经营、物流配送、电子商务等新型流通方式，完善城乡各类市场体系的物流服务功能，推进物流、产业和市场的融合。优化全省物流节点服务网络，强力推进郑州国际物流中心建设，科学合理布局物流基础设施，推动物流中心城市与其他城市物流分拨节点的设施共享和功能互补，不断完善生产资料、日用工业品、农产品等产品的物流终端配送体系，提高物流配送的社会化、专业化、集约化程度，形成高效便捷的对外集输和对内集配物流网络，提升我省在区域经济发展中的物流竞争力。

——加快业态提升。坚持引进战略合作伙伴和提升现有业态两手抓，运用现代物流理念、技术和方法，提高物流企业信息化、专业化、社会化程度和行业集中度，加快传统物流向现代物流转型，以先进业态推动物流企业加速成长。

——优化发展环境。做好物流基础设施建设与发展的协调和衔接，强力推进物流领域对外开放，不断完善促进物流业发展的政策措施，营造物流业发展的良好外部环境。

### （三）发展目标

——总量发展目标。2012 年全省物流业增加值达到 1400

亿元左右，年均增长 15%；2015 年全省物流业增加值达到 2200 亿元左右，年均增长 16%，社会物流总费用与生产总值的比率下降至 15%以下。

——结构优化目标。到 2015 年，第三方物流比重显著提升，引进培育一批国内外领先物流企业，形成结构优化、业态先进的企业群体。培育 4A 级物流企业 20 家以上，5A 级企业 3~5 家，引进国内外领先的物流企业 40 家。

——郑州国际物流中心建设目标。郑州国际物流中心建设快速推进，基础设施、信息平台支撑能力大幅提高。到 2015 年，郑州物流业增加值达到 450 亿元左右，国际多式联运得到长足发展，将郑州初步建成覆盖中西部的内陆“无水港”、辐射中亚欧洲的“东方陆港”，国际航空货运基地和辐射中西部地区的区域分拨中心、物流配送中心初具规模。

——物流基础设施建设目标。物流园区建设快速推进，服务功能不断完善，物流集聚效应显著增强，到 2015 年形成 8~10 个业务收入超 100 亿元的大型物流园区。物流企业信息化水平得到较大提高，基本实现与公共信息服务平台的对接和互通。公铁海航多式联运体系基本形成。

到 2020 年，全省物流业增加值超过 4300 亿元，社会物流总费用与生产总值的比率下降至 14%以下。物流服务能力进一步增强，把郑州建设成为全国一流的内陆型国际物流中心，我省现代物流业在中西部地区居领先地位，为加快河南

发展、实现中原崛起提供优质、高效的物流服务支撑。

#### **（四）全省现代物流业发展布局原则**

根据现代物流业发展总体思路，我省现代物流业发展布局主要遵循以下原则：一是有利于发挥各地区位、交通、产业和资源优势，最大限度地将比较优势转化为现代物流业发展的竞争优势。二是有利于集聚发展。遵循物流要素向中心城市和大企业逐步集中的规律，在规划布局上充分考虑强化物流资源整合、引导企业集聚发展的需要。三是有利于防止同构竞争。在一定辐射半径内的不同城市，注意避免物流功能和重点物流行业布局上同构，以防止资源浪费和同构竞争。四是有利于优化城市功能和便捷配送。城市自身的配送中心布局要在考虑城市发展总体规划和城市交通、配送效率等因素的基础上科学合理安排。

根据上述原则，结合国家现代物流业发展布局，对全省层面现代物流业发展，实行“郑州国际物流中心 - 物流节点城市”的总体布局，即郑州以区域性国际物流中心为基本定位，着力建设辐射中西部地区的内陆“无水港”、连接中亚欧洲的“东方陆港”和国际多式联运中心、国内集散分拨中心、区域物流配送中心，强化公、铁、海、航等多种运输方式的有效衔接，加快物流园区和专业物流中心建设，构建与国际接轨的现代物流服务体系，不断扩大物流辐射半径和覆盖范围，发展成为连接世界、辐射中西部地区的国际物流中心。其他

各省辖市根据自身产业特色和区位、市场优势，差异化发展专业物流和区域内物流配送，发展成为服务本地、辐射周边的重要物流节点城市，形成郑州物流中心与各物流节点城市分工合理、配合紧密、互为支撑、互动发展的物流节点城市网络。

各省辖市现代物流业发展实行两级布局，即“物流园区-城市配送中心”布局。城市物流园区主要根据现实物流量大小，考虑未来物流量增长趋势，在最具交通优势的城郊，规划布局适度规模的物流园区，建设物流基础设施，疏浚物流通道，引导市区内物流企业、物流设施向物流园区集聚，实现物流资源优化配置和集聚规模效应。城市配送中心布局主要根据不同城区的物流需求，本着交通便捷、配送高效、成本最低的原则合理规划，形成高效便捷的“最后一公里”配送网络。

各重点行业的物流布局，主要根据行业特点、产业基础、集聚功能和合理辐射半径等因素，遵循布局集中、服务联动、集聚发展的原则，规划布局物流分拨配送区域、节点城市和配送网络，推动重点行业物流发展，为相关产业发展提供强力支撑。

## 第二章 郑州国际物流中心建设

近年来，郑州现代物流业持续快速发展，在我省及周边地区具有一定的先发优势。以连接性和物流量两大条件衡量，郑州有机会、有能力发展成为中西部地区的国际物流中心。随着全球经济一体化加快推进，国家促进中部地区崛起战略和西部大开发战略的深入实施，我国东西部之间产业转移速度加快，周边物流中心城市竞争力逐步增强，巩固提升郑州物流中心地位已迫在眉睫。

### 一、建设郑州国际物流中心的重要性

#### （一）在内陆地区建设物流中心成为趋势

欧美物流中心发展历程表明，随着经济发展，沿海港口城市最先形成物流中心，然后在内陆地区形成物流中心。美国第一代物流中心主要是纽约、洛杉矶等海港城市；随着航空技术的发展，拥有大型国际机场的孟菲斯和路易斯维尔等城市逐渐发展成为第二代空港型国际物流中心；随着港口城市面临着越来越大的货物吞吐压力，具有良好区位优势和连接性的达拉斯、堪萨斯等内陆城市发展成为承担货物集拼和分拨的第三代内陆型国际物流中心。欧洲物流中心的发展过程也是从鹿特丹、瓦伦西亚等海港，到法兰克福和巴黎等空港，再到维也纳和纽伦堡等内陆港。

#### （二）我国中西部地区需要建立现代物流中心

未来我国中西部地区经济增长将明显快于东部沿海地区。初步预测，从现在到 2020 年，我国中西部地区年均 GDP 增长率将达到 8%~9%，高于华东、华南和华北地区的 6%；中西部地区货运量年均增长率将达 5%以上，高于东部地区的 3%~4%；中西部地区进出口贸易年均增长率将达 12%~13%，高于东部地区 4%~6%。

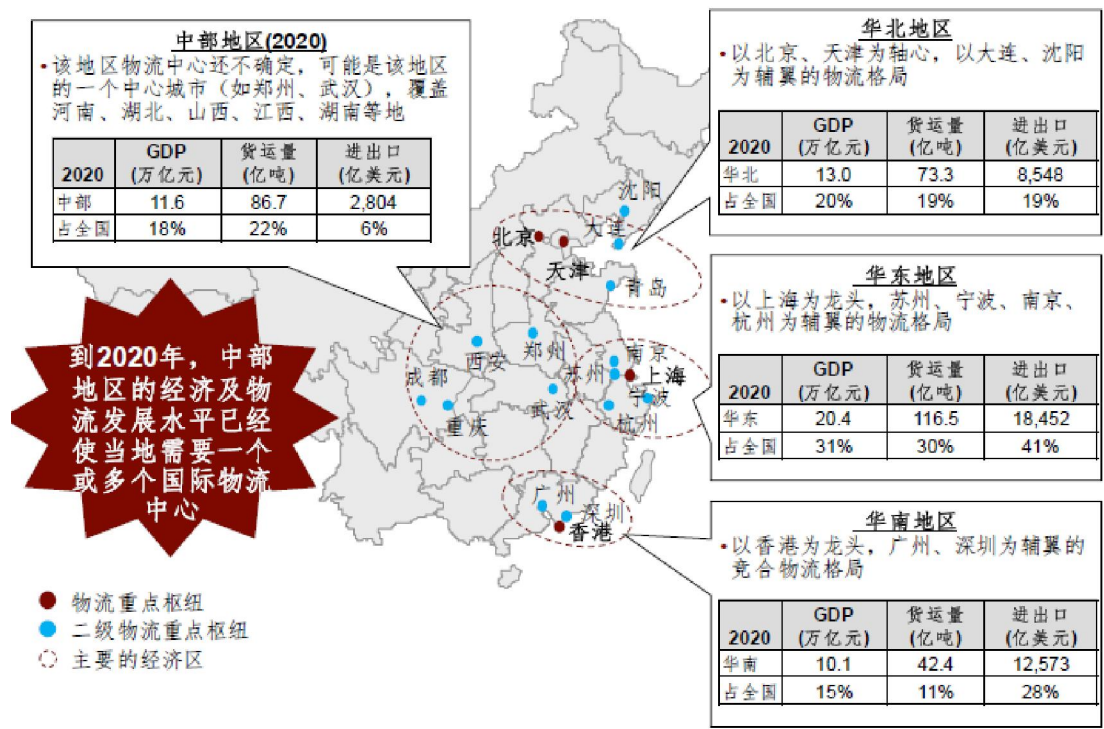


图 2-1 未来我国经济和物流集中区域

目前，我国的物流中心大多位于东部沿海地区，随着经济结构的优化调整和区域经济的统筹推进，我国经济重心将逐步西移，未来国际物流中心也将随着经济发展格局变化向中西部迁徙。根据物流中心的形成条件和发展趋势，郑州、武汉、重庆、西安有望成为未来我国中西部地区的国际物流中心。

（三）郑州成为中西部地区国际物流中心的可行性

郑州区位优势突出，铁路港、公路港、航空港、出口加工区、保税物流中心等大型物流基础设施初具规模，物流企业集聚发展，辐射带动作用明显增强，制造业、商贸业发达，物流量增长较快，物流业发展空间巨大。

1、经济基础。郑州位于全国地理中心，腹地经济基础雄厚，消费需求巨大，具有良好的工业基础，经济增长速度快于武汉和西安，预计未来仍将保持年均 13%以上的增长。

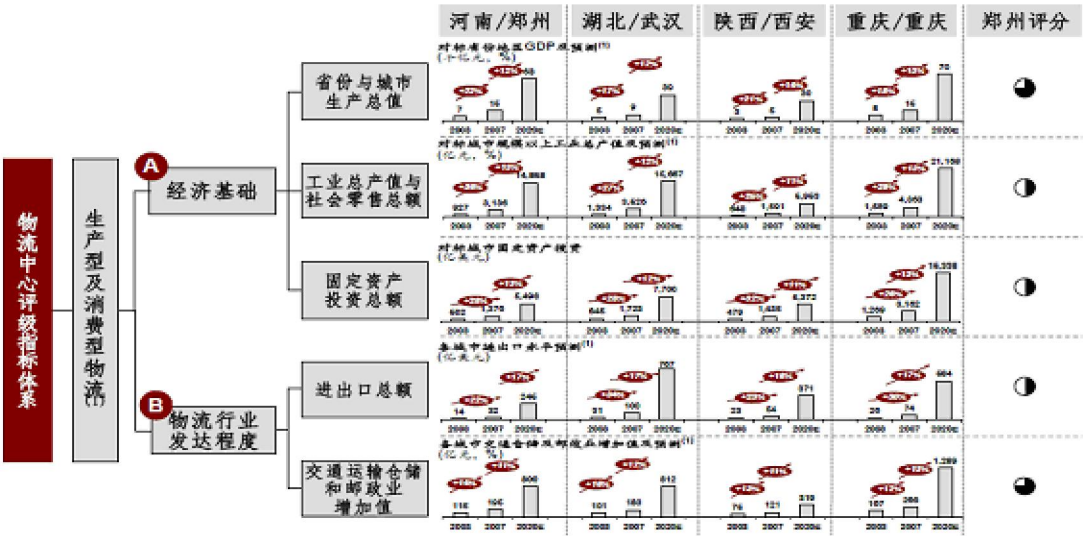


图 2-2 竞争城市主要经济指标比较

2、物流行业发达程度。与武汉、重庆等城市相比，目前郑州进出口总量小，经济对外依存度低，但未来受产业转移、外商投资等因素影响，预计对外贸易额年均增速有可能保持在 17%以上。

3、货运量。郑州货运量较大，近年来增长较快，预计未来年均增速将达到 7%以上。

4、基础设施。我省等级公路及高速公路密度高于其他地区，郑州是国家铁路和公路干线网络的重要枢纽，具有发展物流业务的良好条件。

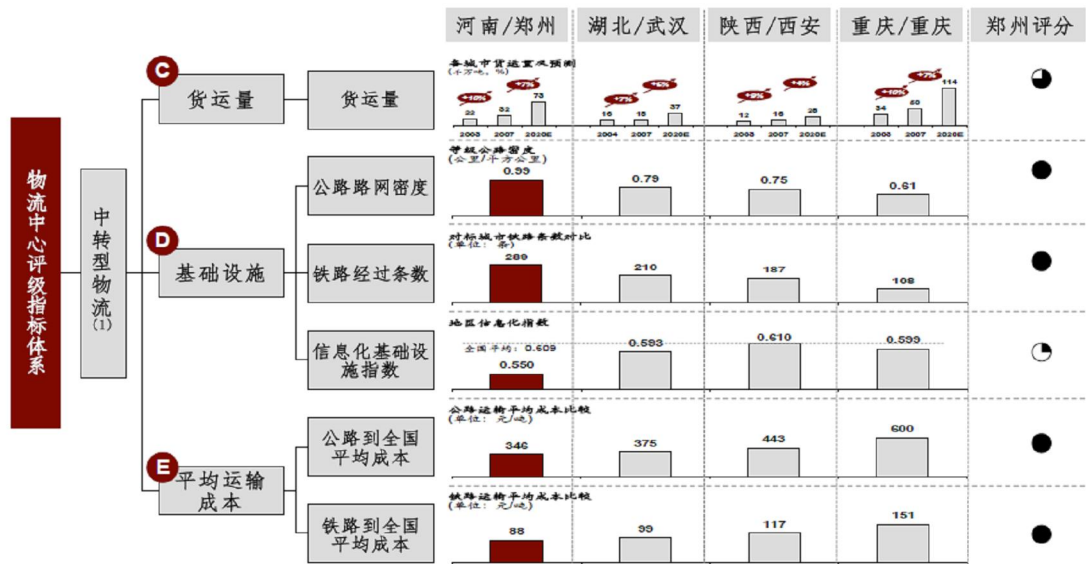


图 2-3 竞争城市物流设施指标比较

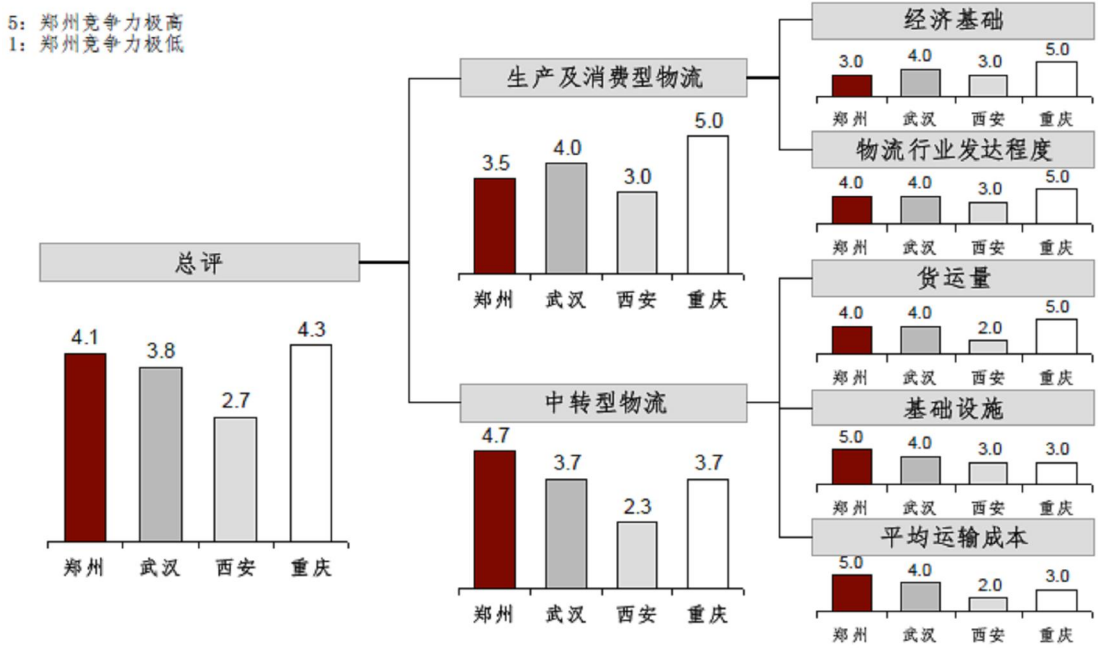


图 2-4 竞争城市物流中心指标评级对比

5、平均运输成本。郑州虽然没有水运功能，但通过公路、铁路和航空到达全国各地的平均运输成本较低，具有明

显优势。

通过与武汉、重庆及西安等中西部主要城市对比，郑州在发展中转型物流指标方面的优势比较明显，有机会成为中西部地区的国际物流中心。

## 二、郑州国际物流中心发展面临的机遇与挑战

### （一）发展机遇

从近期看，郑州在国际物流、区域分拨和本地配送三个层面上均具有良好的发展机遇。从远期看，随着我国在国际产业体系中地位的逐步提升，郑州有机会成为我国中高端工业的全球供应链管理中心和进口消费品分拨中心之一。

1、**近期建设国际物流中心的机遇。**郑州可与天津、青岛、连云港、上海等沿海港口加强合作，深入推进跨区域通关，可以成为中西部地区通过沿海港口开展对外贸易的“无水港”；依托新欧亚大陆桥、郑州铁路集装箱中心站和铁路一类口岸，通过大力开辟铁路国际集装箱线路，可成为中部地区和东南沿海地区向中亚、俄罗斯、欧洲进出口的“东方陆港”；依托优越的区位和完善的交通网络，郑州有可能成为钢材、汽车、纺织服装、食品、黑白家电、机械装备等产品的区域分拨中心。

2、**远期成为全球供应链管理中心的机会。**2030年，我国经济总量和制造业总产值有望成为全球第一，资源禀赋和产业转移将使中西部地区成为全球最重要的制造业中心之

一，并辐射国际市场。同时，我国制造业的高端化必然导致大量低端消费品的海外生产，使郑州有机会成为服务于全国中高端工业的全球供应链管理中心之一。



图 2-5 郑州“无水港”和“东方陆港”辐射范围示意图

3、**远期成为进口消费品分拨中心的机遇。**中西部地区经济发展和人民生活水平提高将使我国进口消费品的地域布局更均衡，郑州由于出色的地理区位和交通优势，具有发展为中西部地区进口商品分拨中心的机会。

## （二）面临挑战

1、**郑州是地理中心而非经济中心。**郑州位于全国地理中心，有效辐射范围内有多个国际港口，但从经济 and 外贸发展格局看，郑州并不是经济中心和对外贸易中心。

2、**郑州区位优势有减弱可能。**郑州先天缺少港口条件，航空货运基础较弱，距国际航空货运枢纽还有一定差距。随着新一轮国家铁路、公路规划布局的实施，以及我省周边中心城市交通枢纽功能的强化，郑州全国铁路枢纽、中

西部地区高速公路枢纽的优势有相对减弱的可能。

3、郑州现有产业的物流附加值低，经济外向度低。我省产业结构以资源密集型、高能耗产业为主，对增值物流业务的需求偏弱。与竞争城市相比，我省高附加值制造业特别是临空制造业的基础薄弱，近期为航空货运发展提供充足的本地货源难度较大。郑州缺乏具有全国辐射能力的龙头企业，制约我省商贸流通业走向全国；物流企业数量较多，但局限于传统服务，辐射范围不广，现代化水平较低。

4、郑州物流软环境建设缺乏前瞻性和突破性。与竞争城市相比，郑州缺少领先的专业物流地产商参与物流园区的投资建设和运营管理。郑州虽长期以来在中西部扮演重要交通中心的角色，却对自身物流发展缺乏统一而明确的定位，整合内部物流资源、实现资源优化配置和差异化布局还有很多工作要做。

### 三、郑州国际物流中心建设的紧迫性

#### （一）物流中心发展的先发效应

国际物流中心一旦形成，将产生巨大的直接、间接经济和综合社会效益，对区域经济及社会发展有很大的推动作用。国际物流中心发展规律显示，物流中心的先发效应非常明显。鹿特丹和达拉斯成为国际物流中心后，周边城市基本失去了成为同类型物流中心的机会。

#### （二）周边物流中心城市发展加快

中西部主要物流中心城市加快实施物流发展规划，积极发展保税物流，培育本土物流企业，打造区域物流中心，物流业发展速度明显加快，对郑州国际物流中心建设形成巨大的压力和挑战。

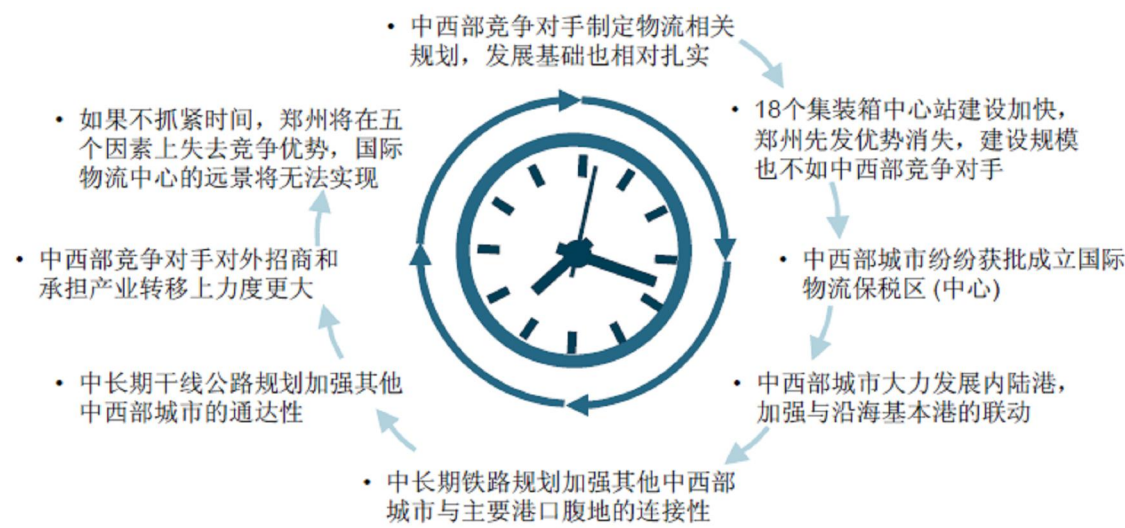


图 2-6 中西部主要竞争城市发展状况

（三）郑州建设国际物流中心时间紧迫

随着产业向中西部的加速转移和物流业发展的集中化趋势加快，中部地区将出现新兴的国际性物流中心。郑州作为全国重要的综合交通枢纽，在中西部城市中具有很强的竞争力，但必须在今后 5 年左右的时间内形成赶超发展态势，占据中西部地区物流发展高地，才能有效防止被边缘化的危险。

四、发展思路与目标

（一）发展思路

充分发挥比较优势，按照明确定位、优化布局、提升业态、扩大开放、营造环境的总体要求，加快推进重点工程建

设，着力推动产业优化升级；加强企业间、城市间战略合作，强化公、铁、海、航等多种运输方式的有效衔接，积极发展国际多式联运、区域分拨和本地物流配送；构建与国际接轨的现代物流服务体系，着力推动郑州现代物流业实现跨越式发展，逐步提升郑州在全球物流格局中的枢纽功能和地位。

——明确战略定位。以郑州国际物流中心建设统揽郑州现代物流业发展全局，积极选择发展高端产业，培育先进业态，确保以国际化视野、前瞻性布局，强力推动郑州现代物流业跨越发展。

——优化物流布局。科学统筹规划，以郑州国际物流区、航空港物流区为重点，加快基础设施建设，完善物流通道网络，合理布局城市配送功能区，推动郑州物流业集聚发展。

——发展多式联运。按照“无缝衔接”理念，强化公、铁、海、航等多种运输方式的高效衔接，构建外联内通、便捷高效的多式联运体系，逐步提高区域内物流效率，以多式联运强化物流业整体竞争优势。

——提升物流业态。高起点切入，选择重点突破，加快做大做强食品冷链、医药、钢铁、汽车、家电、纺织服装、邮政、粮食、花卉、建材等重点行业，积极培育先进业态，尽快取得现代物流业发展领先优势。

——扩大对外开放。抓住国际、国内物流巨头加速在内地布局的机遇，引进一批具有国际竞争力的物流企业集团，

加强省内外城市和企业间战略合作，不断扩大物流货源辐射地域，逐步构建与国际接轨的现代物流服务体系，扎实打造郑州国际物流中心建设基础。

——营造良好环境。制定实施推动物流业发展的优惠政策。以支持现代物流业跨越式发展为目标，按照人无我有、人有我优的原则，在土地、税收、价格、财政扶持等方面制定实施优惠政策，助推郑州现代物流业加速发展。

## （二）发展目标

郑州国际物流中心建设分三个阶段实施。

——起飞阶段（2010-2015 年）。到 2015 年，郑州市物流业增加值达到 450 亿元，占生产总值的 7%。货运量达到 3.5 亿吨，集装箱始发量 140 万标箱，航空货运量 20 万吨，国际货运量占比 4%。初步建成覆盖中西部的内陆“无水港”、辐射中亚欧洲的“东方陆港”，国际航空货运中心和辐射中西部地区的区域分拨中心、辐射中原城市群的本地配送中心地位初步确立。

——提升阶段（2016-2020 年）。到 2020 年，郑州市物流增加值达到 900 亿元，占生产总值的 8%。货运量约 4.5 亿吨，集装箱始发量 200 万标箱，航空货运量 50 万吨，国际货运量占比 7%。把郑州建成中西部领先的综合型内陆港和国内重要的航空货运基地，辐射全国的区域分拨中心，辐射我省及周边部分地区的配送中心。

——成型阶段（2021-2030 年）。到 2030 年，郑州市物流业增加值达到 2800 亿元，占生产总值的 10%。货运量约 6 亿吨，航空货运量 250 万吨，国际货运量占比 12%，把郑州建成我国中高端工业品的全球分拨中心、进口产品分拨中心和全球航空货运网络的关键枢纽。

## 五、发展布局

### （一）总体布局

围绕提升国际物流、区域分拨、本地配送三大功能，以国际物流区、航空港物流区、西部物流区、北部物流服务区、南部物流服务区等五大物流功能区为重点，加快推进郑州国际物流中心建设。国际物流区与航空港物流区是未来郑州现代物流业发展的主要载体和核心区。



图 2-7 郑州国际物流中心空间布局

## （二）五大物流功能区定位

从关键设施、服务市场、依托产业及产品、功能组成等方面对五大物流区进行清晰明确的定位，形成差异化分工、互补联动发展格局。

| 主要物流功能区                | 关键设施                 | 服务市场               | 依托产业/产品                   | 功能组成                      |
|------------------------|----------------------|--------------------|---------------------------|---------------------------|
| <b>A 国际物流区</b><br>(九龙) | 集装箱中心站、综合保税区、干线公路港   | 国际物流、国内区域分拨、部分本地配送 | 冷链、汽车、电子电器、装备制造           | 国际运输、保税仓储、物流加工、物流金融、供应链管理 |
| <b>B 航空港物流区</b>        | 航空货站、综合保税区、公路港、铁路办理站 | 国际物流、国内区域分拨、部分本地配送 | 文件包裹、电子电器、生物医药、服装首饰、鲜活食品  | 国际运输、保税仓储、物流加工、物流金融、邮政快递  |
| <b>C 西部物流区</b>         | 铁路货站、公路港             | 国内区域分拨、本地工业和消费配送   | 矿、煤、钢、纱布、铝材、机械零部件和服装等大件物资 | 区域运输、本地配送、普通仓储            |
| <b>D 南部物流服务区</b>       | 公路港、铁路货站             | 本地消费和工业配送、部分区域分拨   | 化工原料、日杂百货、服装鞋帽、家居建材       | 本地配送与仓储服务                 |
| <b>E 北部物流服务区</b>       | 公路港、铁路货站             | 本地消费配送、部分区域分拨      | 农副产品、汽车汽配                 | 本地配送与仓储服务                 |

图 2-8 郑州五大物流功能区定位

1、国际物流区。国际物流区主要覆盖九龙区域，是郑州物流体系的核心及国际物流功能的主要承载者。沿陇海铁路两侧重点建设集装箱中心站、保税物流中心、出口加工区、公路港等关键工程，重点发展冷链、钢铁、汽车、电器、装备制造、医药、家电等行业物流，承担国际运输、保税仓储、物流加工、物流金融、供应链管理等主要功能。

区内按功能布局，相应规划建设与铁路集装箱中心站连接的铁路专用线和园区道路网络，建设连接主城区与物流园区的城市轨道。在关键物流设施和产业集聚区之间，建设专用的货物捷运系统。

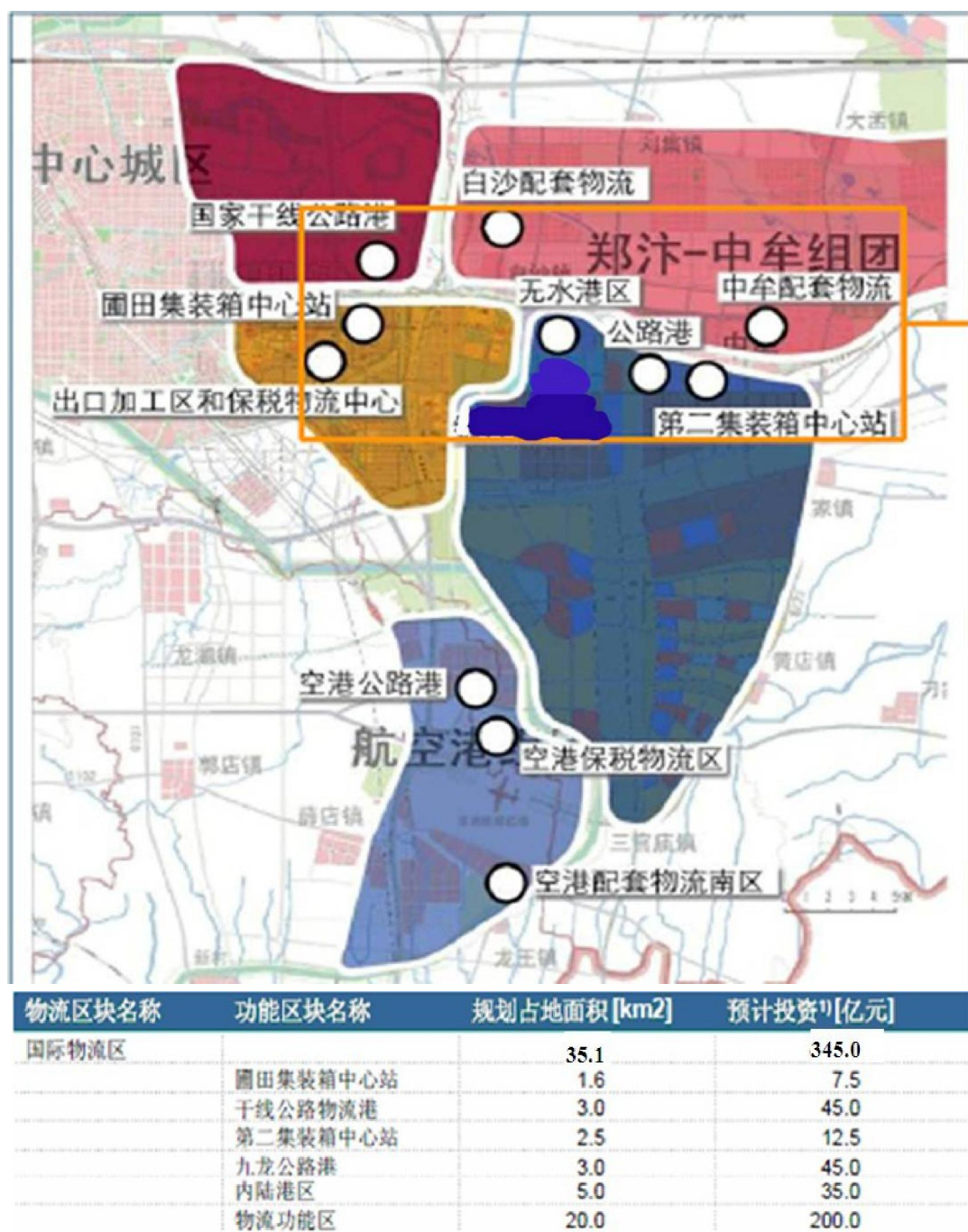


图 2-9 国际物流区关键设施布局

2、航空港物流区。航空港物流区物流设施主要分布在机场南北两侧，是郑州国际物流功能的主要承载者、国际和国内航空物流的重要枢纽。



图 2-10 航空港物流区设施和交通联系

重点建设航空货站、综合保税区、公路港等关键设施。重点发展文件包裹、电器、生物医药、服装首饰、鲜活食品等行业物流，承担国际运输、保税仓储、流通加工、物流金融、邮政快递等主要功能。航空港内的铁路设施主要服务于空铁联运，并以郑州铁路集装箱中心站为枢纽，形成与全国铁路干线网络和沿海港口的高效对接。

3、西部物流区。西部物流区的物流设施主要分布在郑州铁路西货站周边，对外交通主要依靠西四环、科学大道和绕城高速。主要建设铁路货站、公路港等设施，重点发展矿

产品、纺织、机械零部件等大宗物资物流，承担区域运输、本地配送以及仓储功能。



图 2-11 西部物流区设施和交通联系

4、南部和北部物流服务区。南部物流服务区位于龙湖镇西北，对外交通主要依靠绕城高速、京广路和龙中路。主要建设铁路货站、公路港等设施，重点服务本地日杂百货、服装鞋帽、家居建材等消费品物流配送和流通加工。

北部物流服务区的物流设施主要分布在规划建设中的铁路北货站周边，对外交通主要依靠 107 国道、北四环和连霍高速。建设铁路货站、公路港等设施，重点发展农副食品、汽配物流，承担本地配送以及仓储服务功能。



图 2-12 南部物流服务区设施和交通联系



图 2-13 北部物流服务区设施和交通联系

## 六、主要任务

### （一）加强规划指导

依据《中原城市群总体发展规划纲要》、《郑州市城市总体规划（2008-2020）》和《郑汴新区总体规划》，参考罗兰贝格、科尔尼两公司的《郑州国际物流中心战略暨规划布局报告》，2010 年上半年完成国际物流区、航空港物流区的控制性详细规划编制工作，为全面推进郑州国际物流中心建设提供规划保障。尽快出台财政、税收、土地、价格收费等方面的具体优惠政策，为物流业发展营造良好环境。

### （二）加快推进重大工程建设

1、建设五大物流功能区。一是郑州国际物流区。加快完成郑州国家干线公路物流港、出口加工区扩区工程、B 型保税物流中心等重点项目建设，适时启动第二铁路集装箱中心站、九龙公路港、集装箱调配枢纽和园区内部铁路专用线等项目建设；完成铁路一类口岸和集装箱业务由郑州铁路东站向集装箱中心站迁移，开通郑州至广州、上海、哈尔滨、乌鲁木齐等地的铁路集装箱专列，打造国际多式联运、区域分拨和本地配送为重点的国际物流区。二是航空港物流区。实施航空优先发展战略，积极申建综合保税区，推进航空货运平台一期建设，尽快启动第二跑道、第二航站楼等郑州机场二期扩建工程建设，建设综合航空应急投送保障基地。三是西部物流区和南北两个城市配送服务区。在西部物流区加

快大宗商品公铁联运设施建设；在南、北城市配送服务区，加快日用消费品仓储、配送和流通加工设施建设。引导郑花路、二里岗、货栈街、南阳寨等物流企业与设施逐步“退城进区”，促进集聚发展，缓解城区交通压力。

**2、建设完善物流通道网络。**一是规划建设郑州铁路枢纽南、北环线，分流铁路货运，减小铁路货运对城市功能区的影响；统筹考虑区域铁路专用线建设，适时启动机场至郑州铁路集装箱中心站的铁路专用线建设。二是进一步完善公路网络，建成郑州至民权高速公路、新 107 国道及机场至 310 国道快速路；在京珠高速东侧，建设南北向的 107 国道郑州段扩建工程，成为联系郑州国家干线公路港、铁路集装箱中心站、航空港的重要物流通道，实现与全省公路网全面对接；结合园区功能分区和产业布局，按照快速路、主干道、次干道、支路四个层次，统一规划园区道路网络，实现区域内各功能分区、物流基础设施及企业之间的快速、高效连接。三是加快郑州国际航空枢纽建设，加强机场设施和空管设施建设，有序推进中枢航线网络建设，培育发展本土航空公司。四是充分发挥区域内物流资源优势，按照“无缝衔接”理念，加强公铁海航联运，逐步提高区域内物流整体效率，构建外联内通、便捷高效的综合交通体系和多式联运体系。

### **（三）着力推动物流业优化升级**

**1、大力发展第三方物流。**鼓励制造业企业、商贸企业优化业务流程，专注发展核心业务，实施物流服务外包，扩

大社会物流需求，推动第三方物流快速发展。引导有条件的工商企业组建具备行业特色的第三方物流企业，积极开展面向社会的物流服务。支持豫鑫、长通等本土物流企业跨区域发展。推动制造业、商贸业与物流业联动发展，不断提高第三方物流的比重。

**2、引导物流业集聚发展。**在国际物流区、航空港物流区内规划建设大型食品冷链、医药、钢铁、汽车、家电等物流配送中心，强化功能分工与协调配合。加强对车辆、仓储、流通加工、信息平台等资源整合力度，促进各种物流资源、物流要素向优势物流企业、先进物流园区集中。

**3、促进物流业优化升级。**引进推广现代物流理念、技术和方法，加快业态提升，重点发展食品冷链、医药、钢铁、汽车、家电、纺织服装、邮政等行业物流，提高高端物流比重，不断优化物流业结构。推动物流企业并购、联合与战略重组，提高行业集中度。支持运输、仓储、货代等传统物流企业实行功能整合与服务延伸，实施专业化和多元化经营战略，逐步拓展流通加工、配送、信息处理、物流金融等业务，加快向现代物流企业转型升级。加大物流技术设备的改造力度，加快物流信息化和技术标准体系建设，不断提高物流机械化、标准化、自动化、智能化水平，推动物流业快速升级。提高经营商户组织化程度，积极发展新型交易方式，推进现有商品交易市场和物流园区的改造升级。

#### **（四）积极发展国际物流、空港物流与保税物流**

**1、积极发展国际物流。**以天津、青岛、连云港、上海等港口为重点，以铁路集装箱运输为主要依托，加强郑州与港口运营商、铁路运营商的合作，加快发展公铁海多式联运，提高国际货物的中转能力。简化审批手续，优化口岸通关流程，实行“一站式”服务，提高通关效率，降低通关成本，吸引中西部地区通过郑州口岸进出口货物，为发展国际物流提供充足货源。支持郑州领先物流企业积极发展国际物流业务，对出口货物进行集拼后向中亚、俄罗斯和欧洲分拨，对进口货物进行分拣、拼装、贴标等增值服务后，向中西部地区分拨、配送。

**2、积极发展空港物流。**加强与南航、海航、深航等航空公司的战略合作，通过组建本土航空公司、引进基地航空公司，积极开辟新的国际、国内货运航线，打造国际航空货运枢纽。鼓励航空公司增加客运航线、航班，以航空客运带动航空货运。积极发展电子信息、医药、服装、食品、花卉等产业，通过扩大交易规模吸引中西部地区货物，为发展空港物流提供充足货源。

**3、加快发展保税物流。**根据现有重大物流基础设施现状，科学合理布局，统筹推进郑州出口加工区扩区、河南保税物流中心建设和综合保税区申建，加快郑州航空、铁路一类口岸基本设施配套建设步伐，积极构建“大通关”平台，提

高物流、单证流、资金流、信息流运行效率，形成与公铁航三港紧密配合、优势互补、联动发展的格局。

### **（五）提升城市物流服务功能**

以商贸、会展、总部经济、金融与现代物流互动发展提升城市综合服务功能，着力打造郑州全国性采购中心与交易中心地位，推动现实交易与虚拟交易共同发展，以商流、信息流、资金流提升郑州物流规模，促使物流要素向郑州集中。

**1、大力发展现代商贸物流。**加快推进具有现代零售商业特征的大型连锁超市、仓储式商场等销售终端市场有序发展，形成功能完善的城市零售商业网点体系。加快大型专业批发市场建设，重点支持郑州商品交易所、郑州粮食批发市场、河南省粮食物流交易市场不断完善服务功能，扩大交易规模，增强辐射能力，实现期货和现货市场协调发展，打造面向中亚俄罗斯和美日欧地区的国际贸易平台，建立覆盖中原城市群、辐射中西部的消费品分销产业体系。

**2、以会展业促进物流业发展。**积极开办有比较优势的汽车、机械、建材、轻工、食品、农产品、纺织品、文化旅游产品等专业展会，引进和培育专业化、市场化程度高、产业带动能力强的品牌展会，创新会展机制，积极实行场展分离，提升会展业综合竞争力，利用会展业产生的人流、物流、资金流、信息流的汇集效应，促进现代物流业快速发展。

**3、积极发展物流总部经济。**吸引国内外知名物流企业

到郑州设立区域总部，全力推动总部经济发展，汇集人才、资金、品牌、企业等物流要素，打造中西部地区现代物流业发展高地。

**4、大力发展物流金融。**加快郑州区域金融中心建设，支持具备相关条件的物流企业积极拓展金融物流业务，搭建物流企业、金融机构、工商客户企业的共同合作平台，联合开发物流金融产品，缓解目前中小企业融资难状况，防范物流金融风险，增强企业自主创新能力和综合竞争力。

## **（六）大力实施战略合作**

**1、支持物流企业间战略合作。**鼓励本土物流企业与国际知名物流企业、中央直属企业进行合资合作，鼓励本土物流企业强强联合、优势互补，逐步完善物流网络，提升物流业态，共同开拓国内外物流市场。

**2、加强与港口城市及周边城市的战略合作。**利用港口城市积极发展内陆口岸战略合作伙伴的机遇，重点加强与天津、青岛、连云港、上海等港口城市的战略合作，逐步提升郑州物流枢纽地位。支持物流园区开发运营商与港口运营商建立战略合作，交叉投资，共建信息平台，实现双赢互动发展。加强与武汉、西安、重庆等城市的合作，共同推进物流通道建设。加强与省内及晋东南、冀南、鲁西南、皖西北等物流节点城市的合作，完善城际轨道交通网络和区域快速干线网络，细化分工，错位发展，提高区域物流竞争力。

### 第三章 食品冷链物流

本章中食品冷链物流指的是冷鲜肉、速冻米面、乳制品等易腐食品和鲜活农产品在加工、贮藏、运输、分销、零售、直到消费者的各个环节中，始终处于产品所必需的低温环境，以保证产品质量安全、减少损耗、防止污染的特殊供应链系统。加快发展食品冷链物流，有利于增强我省食品产业竞争力，突破国际市场准入和绿色壁垒，加快由食品工业大省向全国领先、具有国际竞争力的食品工业强省跨越；有利于提高农业的产业化、组织化和标准化程度，缓解农产品“小生产与大市场”对接的矛盾；有利于促进农产品反季节、跨区域保鲜销售，减少农产品流通环节损失。

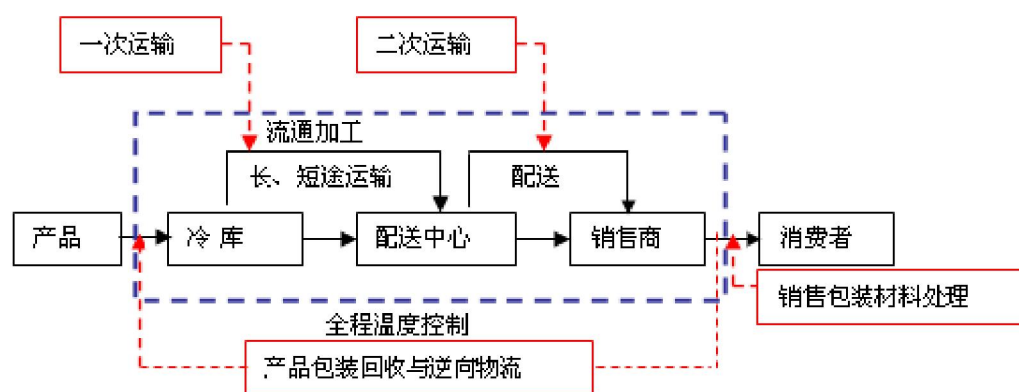


图 3-1 食品冷链物流概念图

#### 一、行业发展形势分析

##### （一）国际食品冷链物流发展趋势

随着制冷工艺技术的进步和人们饮食结构的调整，冷链物流已在发达国家得到广泛应用。美国、日本等发达国家的

冷链流通率（冷链物流各环节实行全程低温控制的商品流通量占需要冷链服务商品总量的比率）达到 85%，东欧国家达到 50%左右。国际冷链物流发展主要呈现以下趋势：

1、**冷链物流向一体化、系统化发展。**为满足用户不断提高的物流需求，国外冷链物流企业已经完成由单环节的低温运输、仓储向一体化冷链物流企业的转型，通过构建跨部门、跨行业、跨地域的综合冷链服务网络，为客户提供采购、运输、仓储、管理、信息和流通加工等一体化物流服务。

2、**冷链物流由企业自营向社会第三方转型。**从原来供应商或销售商单独建立冷链物流中心，逐步转变为由独立投资者建立社会化的第三方冷链物流中心，实施共同配送、集约化经营，降低了物流费用，提高了社会化程度，促进生产要素的优化配置。

3、**行业集中度不断提高。**据国际冷藏库协会公布的数据，美、日两国冷库总量占到世界冷库总量的近 40%。美国冷链物流运营前五强企业冷库容量占到美国的 63.4%，仅美国冷库公司（AmeriCold）自有的冷库总量就与我国冷库总量相当。

4、**冷链物流的现代化程度较高。**目前发达国家冷链物流企业广泛应用仓库管理系统、运输管理系统、电子数据交换、全球定位和全程温度监控、质量安全可追溯系统，普遍

实行（冷）柜车（头）分离，建设新型节能冷库，使冷链物流运行质量与效率实现了大幅提高，产品安全得到了强有力的保证。

**表 3-1 美国主要冷链物流企业冷库容量表**

| 序号 | 冷链物流企业名称                                                  | 冷库容积<br>(立方米) | 占美国冷库总量的比重 |
|----|-----------------------------------------------------------|---------------|------------|
| 1  | AmeriCold Logistics LLC, Canada, USA (美冷)                 | 16,752,245    | 21.00%     |
| 2  | VersaCold, Argentina, Australia, Canada, New Zealand, USA | 13,183,136    | 16.52%     |
| 3  | Millard Refrigerated Services, Canada, USA (米拉德)          | 7,787,132     | 9.76%      |
| 4  | Swire Cold Storage, Australia                             | 7,039,232     | 8.82%      |
| 5  | Preferred Freezer Services, USA, China, Vietnam           | 5,812,050     | 7.29%      |

注：国际冷藏库协会（IARW）2009 年 10 月公布数据

**表 3-2 世界主要国家冷库容量表**

单位：100 万立方米

| 序号 | 国家   | 2004 年 | 2006 年 | 2008 年 | 2008 年冷库容量占全球资源量的比重 |
|----|------|--------|--------|--------|---------------------|
| 1  | 美国   | 66.75  | 68.97  | 70.74  | 28.55%              |
| 2  | 日本   | 27.46  | 27.69  | 27.69  | 11.18%              |
| 3  | 印度   | -      | -      | 18.58  | 7.50%               |
| 4  | 俄罗斯  | -      | -      | 16     | 6.46%               |
| 5  | 中国   | -      | -      | 15     | 6.05%               |
| 6  | 德国   | 6.5    | 8.7    | 13.4   | 5.41%               |
| 7  | 荷兰   | 1.2    | 9      | 12.6   | 5.09%               |
| 8  | 法国   | 5.4    | 5.4    | 8.5    | 3.43%               |
| 9  | 西班牙  | 2.5    | 2.9    | 8.2    | 3.31%               |
| 10 | 孟加拉国 | -      | -      | 7.76   | 3.13%               |
| 11 | 其他国家 | 33.3   | 39.19  | 49.3   | 19.90%              |
|    | 总容量  | 143.14 | 161.85 | 247.77 |                     |

注：国际冷藏库协会（IARW）公布数据

## （二）国内食品冷链物流发展形势

### 1、国内食品冷链物流发展现状

我国低温储藏、保鲜技术起步于 20 世纪 60 年代，此后

低温控制技术在生鲜农产品产后加工、储藏及运输等环节逐步得到应用。进入 21 世纪以来，我国冷链物流呈现快速发展的势头，成为现代物流业中增长最快、最具活力的领域之一，但与发达国家相比还有较大差距。

（1）冷库、冷藏汽车等冷链物流资源相对缺乏。我国现有冷库总容量 880 万吨，主要集中在经济发达或者农产品资源较为集中的区域；拥有冷藏汽车 5 万辆，占货运汽车比例仅为 0.3%；拥有铁路冷藏车 8000 多节，仅占全国总运行铁路车辆的 2%，大多是陈旧的机械式速冻车皮，铁路冷藏运输量仅占易腐货物运量的 25%。

（2）冷链流通率相对较低。目前我国综合冷链应用率仅为 19%，果蔬、肉类、水产品冷链流通率分别为 5%、15%、23%，冷藏运输率分别为 15%、30%、40%，产品损腐率较高，仅水果、蔬菜等农产品在采摘、运输、储存等物流环节上损失率就达 25%~30%，每年约有 1.3 亿吨的蔬菜和 1200 万吨的果品在运输中损失，腐烂损耗的果蔬可满足近 2 亿人的基本营养需求。

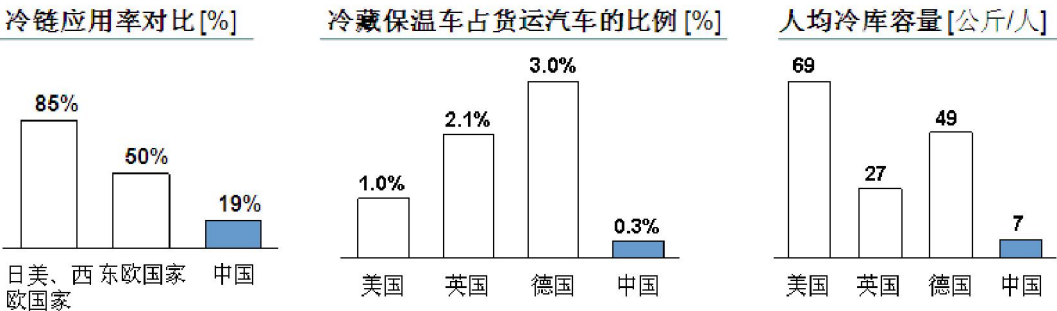


图 3-2 主要国家冷链状况比较

（3）冷链物流的市场化、社会化程度较低。我国冷链

物流业尚处于初级阶段，第三方物流比重不高。大多数第三方冷链物流企业的基础设施、节点网络、信息系统、服务质量还不能够满足工商企业的要求，工商企业外包冷链物流业务的比例较低，大部分冷链产品的物流配送仍由生产商和经销商来完成。

（4）冷链物流市场潜力大，冷链物流企业快速发展。中外运、中粮等社会化第三方物流企业通过强化与上下游企业的战略合作与资源整合，积极拓展冷链物流业务；双汇、众品、光明乳业等食品生产企业，加快物流业务与资产重组，组建独立核算的冷链物流公司，积极完善冷链网络，逐步成为冷链物流业的主力军。

## 2、推动食品冷链物流发展的主要因素

（1）食品工业集约化程度不断提高。行业龙头企业、主导厂商对上下游控制能力逐步加强，食品产业的集约化和规模化程度不断提高，推动了冷链行业标准化、规模化发展。目前世界百强食品跨国公司已占全球食品市场的 20%。美国猪肉加工前四位企业集中度达到 50%，加拿大肉类加工前四位企业集中度达到 56%。

（2）市场竞争加剧。越来越多的食品生产企业在激烈竞争中不断优化流程，逐步外包冷链物流业务，压缩企业运营成本。

**表 3-3 我国部分食品行业集中度估测**

| 食品行业 | 2005 年 | 2007 年 | 支持信息          |
|------|--------|--------|---------------|
| 猪肉   | ~3%    | ~5%    | 双汇、雨润、金锣、众品   |
| 鸡肉   | ~8%    | ~12%   | 前十大企业         |
| 冷冻食品 | ~30%   | ~50%   | 三全、思念、龙凤、湾仔码头 |
| 奶类   | ~50%   | ~75%   | 蒙牛、伊利、光明      |
| 冰淇淋  | ~75%   | ~90%   | 蒙牛、伊利、和路雪、雀巢  |

注：数据来自对互联网资料的汇总分析

（3）城乡居民食品需求结构逐步升级。随着人民生活水平的提高和消费需求升级，对冷冻、冷藏食品的认知度越来越高，半成品、成品和冷藏、冷冻食品的需求比重不断增加，为冷链物流发展带来了广阔的市场空间。目前，冷藏冷冻食品每年增产约 10%，在我国收入较高的城市，冷鲜肉已占到人均年消费肉量的 10%~15%。

（4）城乡居民对食品安全关注度急剧提升。食品安全事件使社会各方及消费者高度关注食品安全，为冷链物流发展创造了良好的外部发展环境。

### 3、我国食品冷链物流发展趋势

我国冷链物流业起步晚，发展快，区域性强，主要呈现以下发展趋势：

（1）冷链物流即将进入高速发展期。根据国际经验，冷库容量和人均可支配收入增长呈现出很强的正向相关性，当人均可支配收入超过 8000 美元时，冷链设施建设和冷链物流的发展进入高速增长期。根据罗兰·贝格用购买力评价法测算，预计在 2011 年左右我国可比人均可支配收入将达到

8000 美元，冷链物流将步入高速发展期。

美国冷库平均年增容量的3年平滑曲线

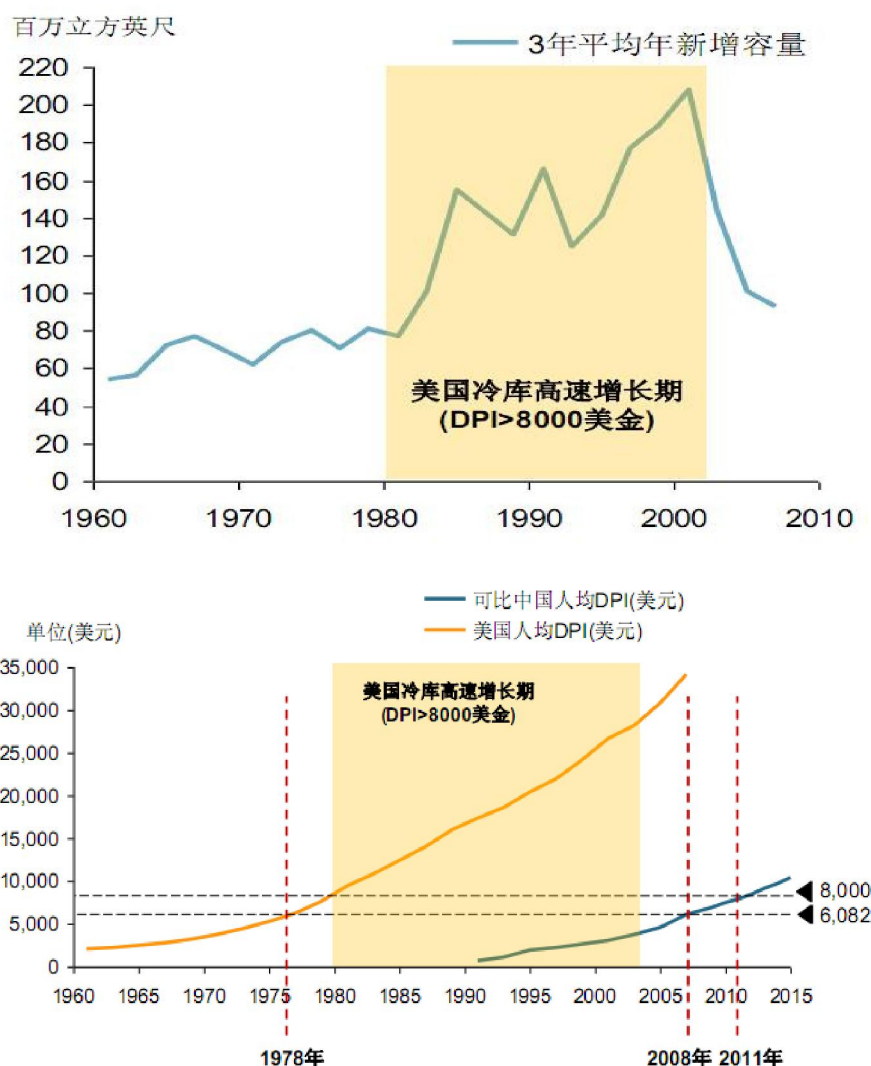
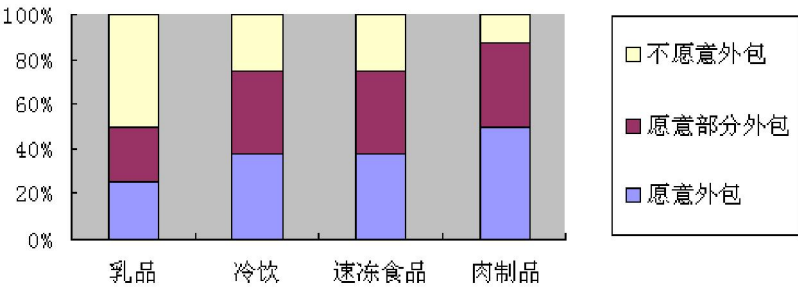


图 3-3 美国冷库增长状况

(2) 冷链物流市场竞争加剧。中外运等传统物流企业从冷链运输服务切入冷链行业，逐步完善冷库网络，拓展冷链物流服务；双汇、众品等大型食品生产企业成立专业冷链物流公司，积极构建冷链物流体系并向社会化服务迈进；夏晖等专业冷链服务供应商不断扩大辐射范围，冷链物流的多

元化竞争格局已经形成。

（3）第三方冷链物流外包比例将逐步提高。涉及冷链物流的行业主要是乳制品、冷饮、肉制品、速冻食品等。乳制品对温度的控制和产品质量安全要求非常高，生产企业出于产品质量控制的考虑，自营冷链物流业务的意愿较强；冷饮、速冻食品、肉制品生产企业为了降低流通成本，更愿意部分和全部外包物流业务。



注：数据来源于对部分企业的访谈

图 3-4 生产商外包冷藏物流意愿状况

（三）冷链物流企业发展模式

1、以网络化冷库为主导的冷链物流企业。以美国冷库公司为代表，以冷库网络为核心竞争力，以运营产地型、销地型和港口型冷链集散中心形成冷库网络为主要业务，为客户提供低温储藏和分拣、加工、包装等流通加工等服务的冷链物流运营商。其特点是前期投入大，进入门槛高，在低温供应链上有较强的话语权。

2、以冷链物流配送为主导的冷链物流企业。以美国英格兰物流为代表，以庞大冷柜车队为核心竞争力，以运营冷链配送车辆为主，为客户提供门到门配送、温控运输、低温

仓储等服务的冷链物流运营商。其特点是进入壁垒不高，市场竞争激烈，企业在其主打干线上有一定的议价能力。

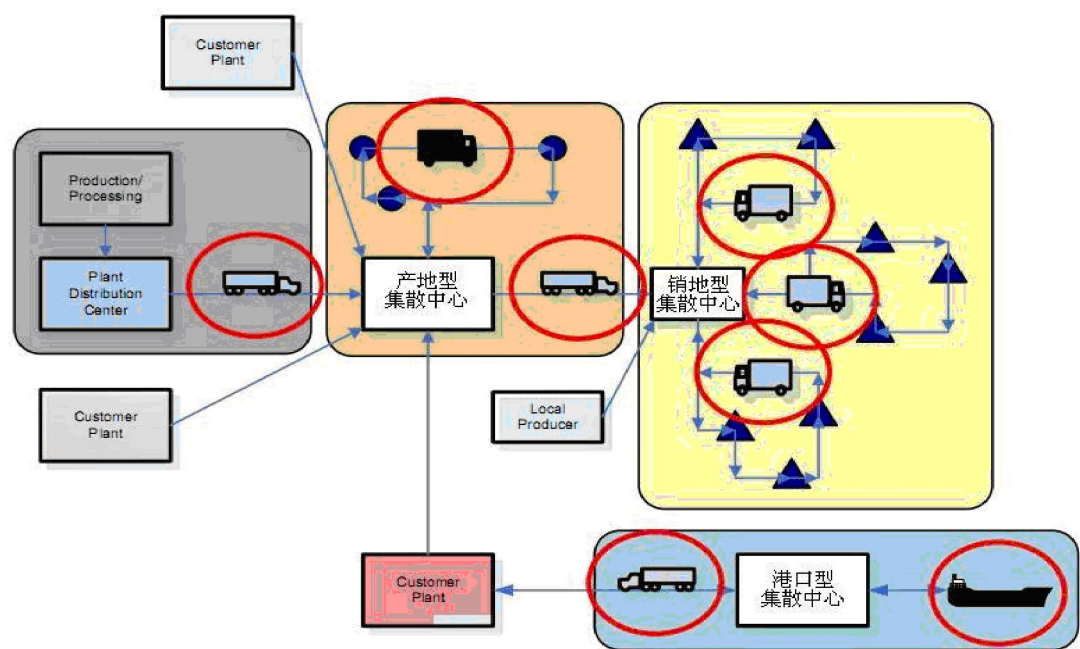


图 3-5 标准的冷链物流分拨网络

表 3-4 销地、产地型冷链物流中心对比表

| 物流中心类型      | 所在地点           | 主要功能                                    |
|-------------|----------------|-----------------------------------------|
| 销地型冷链物流中心   | 冷链产品的主销城市或主销区域 | 短暂存储、快速分拨、城市配送、返程货组织，低成本快速响应客户需求        |
| 产地型冷链加工配送中心 | 冷链产品的主要生产区域    | 多供应商集货、仓储、中短途运输、流通加工，通过规模经济和增值服务为客户创造价值 |

3、以一体化冷链物流为主导的冷链物流企业。以夏晖为代表，以一体化冷链物流为核心竞争力，为客户提供量身定制的综合冷链服务。其特点是跟随客户业务发展来建设定制的物流基础设施、拓展冷链服务网络。目前夏晖面向麦当劳的冷链业务约占其全部业务的 90%。

从整个冷链物流的价值链条来看，运输环节（包括干线运输和配送）约占 40%，仓储环节（包括仓储费用和装卸费用等）约占 30%，其他环节（包装、分拣、贴标等增值服务）约占 30%。从盈利水平来看，以网络化冷库为核心的运营模式毛利率超过 50%~80%，以冷链配送为核心的运营模式毛利率为 20%~30%，综合运营模式毛利率约为 30%~40%。

## 二、我省食品冷链物流发展的基本判断

### （一）发展现状

随着国民经济的快速发展，特别是我省食品工业迅速崛起，我省食品冷链物流得到了较快发展。

1、冷链物流基础设施逐步完善。初步估测，我省现有冷库 230 万立方米，其中冷藏库约 74 万立方米，冷冻库约 156 万立方米；冷藏车辆约 2700 辆，总承载量约 2 万吨，果蔬和肉类冷链应用率约为 6%和 22%，损腐率分别为 30%和 15%。

2、冷链物流企业积极构建与食品工业和商贸流通业互动发展的冷链物流服务体系。双汇、众品等食品生产企业，加快物流业务与资产重组，组建了独立核算的专业冷链物流公司，积极完善冷链网络，拓展增值服务，呈现出网络化、标准化、规模化的发展态势。

3、冷链物流技术逐步推广。目前，我省一些大型肉制品、速冻食品生产企业在分割加工、储藏运输、终端销售等

环节实现了全程低温控制，一批商业连锁企业自建生鲜产品配送中心，为多个零售店进行生鲜产品的统一配送。

（二）突出优势

1、我省是冷链相关产品的主要输出地之一，发展食品冷链物流有着强大的产业支撑。我省是全国最大的粮食生产基地，果蔬产量居全国第二位，肉类产量居全国第三位，奶类产量居全国第四位，粮食、肉类、果蔬、乳制品等产业发展的原料基础雄厚。速冻食品、鲜肉及肉制品分别占全国产量的 72%和 13% ,向省外输出量比例约达到 60%和 50%以上。

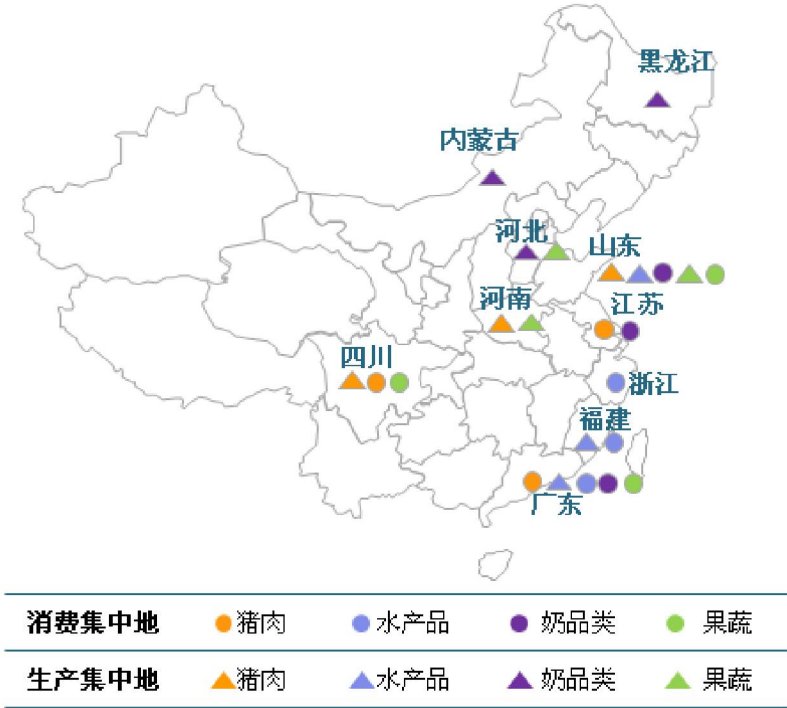


图 3-6 冷链食品生产与消费集中地分布图

表 3-5 2008 年各省冷链相关产品产值

单位：亿元

| 省/市  | 畜禽屠宰<br>产值 | 肉制品及<br>副产品加<br>工产值 | 水产品<br>冷冻加工<br>产值 | 蔬菜、水<br>果和坚果<br>加工产值 | 速冻食品<br>制造产值 | 液体乳及<br>乳制品制<br>造产值 |
|------|------------|---------------------|-------------------|----------------------|--------------|---------------------|
| 北京市  | 98.93      | 36.74               | 0.51              | 9.15                 | 1.00         | 36.43               |
| 天津市  | 32.85      | 5.61                | 3.04              | 3.58                 | 2.99         | 16.41               |
| 河北省  | 88.34      | 83.30               | 7.50              | 56.23                | 5.31         | 199.02              |
| 山西省  | 19.46      | 5.54                |                   | 5.49                 | 0.02         | 32.34               |
| 内蒙古  | 137.49     | 90.67               |                   | 31.87                | 1.25         | 284.92              |
| 辽宁省  | 254.56     | 113.73              | 224.99            | 59.40                | 9.35         | 64.25               |
| 吉林省  | 201.06     | 25.27               |                   | 36.94                | 14.86        | 7.38                |
| 黑龙江省 | 61.76      | 43.33               |                   | 19.15                | 2.86         | 219.66              |
| 上海市  | 9.53       | 38.53               | 4.91              | 18.89                | 9.24         | 66.97               |
| 江苏省  | 90.02      | 87.97               | 46.22             | 55.31                | 8.75         | 29.43               |
| 浙江省  | 30.60      | 34.49               | 171.60            | 72.36                | 4.23         | 38.85               |
| 安徽省  | 65.27      | 25.41               | 4.80              | 48.90                | 0.34         | 29.27               |
| 福建省  | 45.38      | 17.51               | 124.37            | 90.38                | 8.64         | 14.62               |
| 江西省  | 14.01      | 17.63               | 4.88              | 13.06                | 3.90         | 18.04               |
| 山东省  | 653.01     | 629.00              | 1105.78           | 822.00               | 61.03        | 139.32              |
| 河南省  | 351.29     | 266.93              | 2.28              | 68.45                | 89.20        | 36.01               |
| 湖北省  | 63.98      | 28.41               | 26.04             | 19.96                |              | 25.06               |
| 湖南省  | 55.93      | 46.72               | 14.85             | 25.63                | 3.21         | 49.91               |
| 广东省  | 54.37      | 38.24               | 121.56            | 56.52                | 16.88        | 83.51               |
| 广西   | 8.00       | 9.57                | 22.90             | 10.93                | 0.71         | 6.45                |
| 重庆市  | 49.74      | 10.30               |                   | 0.29                 |              | 7.38                |
| 四川省  | 395.99     | 213.09              | 0.64              | 26.22                | 6.27         | 26.64               |
| 贵州省  | 3.78       | 5.93                |                   | 55.00                | 1.76         | 2.10                |
| 云南省  | 8.32       | 2.15                | 0.12              | 7.86                 |              | 14.99               |
| 西藏   | 0.63       | 0.04                |                   | 11.60                |              | 0.56                |
| 陕西省  | 28.58      | 6.55                |                   | 9.04                 | 1.30         | 64.87               |
| 甘肃省  | 3.76       | 2.16                |                   | 10.23                |              | 7.07                |
| 青海省  | 3.66       | 1.68                |                   | 0.73                 |              | 1.38                |
| 宁夏   | 2.50       | 0.99                |                   | 3.09                 | 0.50         | 13.60               |
| 新疆   | 5.83       | 2.71                |                   |                      |              | 18.92               |

注：中国食品工业协会统计数据

2、区位优势独特。我省综合交通网络发达，距周边省份交通半径短，各种运输方式市场覆盖效率高，汇集能力强，集散、分拨、配送成本低。另外，郑西、石武、郑徐铁路客运专线建成后，将释放京广、陇海铁路 30%~40%的

货运能力，为我省铁路冷藏集装箱跨区域配送奠定了运力基础。

3、食品冷链物流市场发展潜力巨大。据初步测算，我省易腐食品的总消费量约 7730 万吨/年，目前已应用冷链的消费量 690 万吨/年，需要冷链服务的消费量约 3480 万吨/年，约占全国的 7.9%。华英、大用、三全、思念、科迪等食品行业龙头企业为增强核心竞争力、扩大市场份额，越来越倾向于外包冷链业务。

表 3-6 我省食品冷链物流主要相关产品数据估测表

| 品类   | 2008 年产量<br>(万吨/年) | 需要冷链服务<br>占总量的<br>比率(估测) | 需要冷链<br>服务量<br>(万吨/年) | 当前冷链<br>应用率<br>(估测) | 目前冷链<br>服务量<br>(万吨/年) |
|------|--------------------|--------------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|
| 猪肉   | 367.1              | 80%                      | 293.7                 | 22%                 | 80.8                  |
| 牛肉   | 84.1               | 80%                      | 67.3                  | 22%                 | 18.5                  |
| 羊肉   | 26.5               | 70%                      | 18.6                  | 22%                 | 5.8                   |
| 蔬菜   | 6235.5             | 40%                      | 2494.2                | 6%                  | 374.1                 |
| 水果   | 714.1              | 50%                      | 357.0                 | 6%                  | 42.8                  |
| 水产品  | 85.7               | 70%                      | 60.0                  | 22%                 | 18.8                  |
| 乳制品  | 61.0               | 60%                      | 36.6                  | 15%                 | 9.2                   |
| 速冻食品 | 156.1              | 100%                     | 156.1                 | 90%                 | 140.5                 |
| 总计   | 7730.1             |                          | 3483.5                |                     | 690.6                 |

注：2008 年各产品产量来自河南统计年鉴，其他数据为估测数据

### （三）存在问题

我省冷链物流发展与交通区位优势 and 农业大省、食品强省的地位还不适应，主要表现在：

1、冷链物流基础设施和运营理念相对落后。现有冷冻冷藏设施陈旧，大约有 90%冷库为平堆冷库，立体货架冷库不到 10%，冷库能力严重不足。多数冷藏企业还没有真正认

识到应从单纯“仓储型”向“加工配送服务型”角色转换的必要性和迫切性。

2、尚未形成较为完整的冷链物流网络体系。目前我省大部分生鲜农产品仍在常温下流通，标准化、系统化的冷链物流体系尚未形成，冷链流通率与全国 19% 的平均水平基本相当，各环节之间缺乏系统整合和协调运作，“断链”现象严重，造成冷链物流损耗多、成本高，不能有效地满足城乡居民的消费需求。

3、冷链物流理念与技术推广相对滞后。由于冷链物流企业发展相对滞后和传统物流理念束缚，相关生产和流通企业相对偏重于自营物流，冷链物流需求释放速度较慢。生鲜农产品产后预冷和低温环境下的分等分级、包装加工等商品化处理手段尚未普及，运输环节温度控制手段原始粗放，全程温度监控系统和质量可追溯系统还没有得到广泛应用。

#### **（四）初步判断**

结合冷链物流发展特点、趋势和我省实际情况，对我省发展食品冷链物流的基本判断如下：

1、我省食品冷链物流的产业基础雄厚，区位和交通优势显著，发展空间巨大，应作为我省物流业的重点行业加快发展。

2、我省冷链物流基础设施建设要以冷库网络为重点，兼顾仓储型冷库建设。

3、我省农产品资源和速冻食品、畜肉产品主要分布在郑州、洛阳、漯河、南阳、商丘、周口等地市，综合考虑区位优势交通条件和食品生产企业发展聚集情况，在布局上应重点考虑京广、陇海沿线地区。

表 3-7 2008 年各市部分产品产量

|      | 肉类总产量(万吨) | 奶类总产量(吨) | 蔬菜产量(万吨) | 园林水果产量(吨) | 液体乳(吨) | 畜肉制品(吨) | 速冻米面食品(吨) |
|------|-----------|----------|----------|-----------|--------|---------|-----------|
| 全 省  | 584.5     | 2676552  | 6394.31  | 7140865   | 610256 | 1057991 | 1561089   |
| 郑州市  | 21.89     | 421266   | 273.64   | 290558    | 69144  | 66      | 871463.3  |
| 开封市  | 33.55     | 212856   | 562.08   | 407909    | 12524  | 594     | 36897.2   |
| 洛阳市  | 22.07     | 389570   | 204.43   | 603329    | 49847  | 22788   |           |
| 平顶山市 | 33.28     | 160001   | 228.29   | 75509     | 50470  | 25937.1 |           |
| 安阳市  | 18.76     | 65141    | 500.53   | 511688    |        | 11718.6 | 16378     |
| 鹤壁市  | 21.55     | 80096    | 50.14    | 41503     |        | 7788.8  |           |
| 新乡市  | 31.54     | 234842   | 235.18   | 135828    | 12440  | 571     | 61079     |
| 焦作市  | 17.41     | 179569   | 199.88   | 300382    | 11775  | 23188   | 10258     |
| 濮阳市  | 18.23     | 56882    | 209.16   | 243521    | 13784  |         |           |
| 许昌市  | 34.22     | 55372    | 213.42   | 73000     |        |         |           |
| 漯河市  | 24.77     | 134663   | 194.07   | 108854    | 134713 | 829787  | 318325    |
| 三门峡市 | 7.18      | 29121    | 93.36    | 1479113   | 13350  |         |           |
| 南阳市  | 63.95     | 265802   | 878.31   | 566547    | 40205  | 1271    |           |
| 商丘市  | 48.2      | 214315   | 853.35   | 1688406   | 156238 | 20162.1 | 231808    |
| 信阳市  | 51.75     | 4955     | 285.57   | 99878     |        | 4581    |           |
| 周口市  | 60.79     | 91230    | 753.37   | 356353    | 25168  | 109538  | 3270      |
| 驻马店市 | 72.1      | 55658    | 343.23   | 117719    | 1510   |         | 92        |
| 济源市  | 3.77      | 25213    | 29.01    | 40768     | 19089  |         | 11518     |

注：数据来源于河南统计年鉴，带阴影数据为前三强或前五强省辖市

4、不同的企业应结合自身实际情况选择不同的发展模式。资金实力雄厚、生产经营广泛的企业可借鉴美冷、夏晖发展模式，构建覆盖全国的冷链物流中心网络，积极发展高端一体化冷链物流；实力相对较弱的企业可借鉴英格兰发展模式，积极购置冷藏配送工具，拓展服务网络，重点发展冷链物流配送。

### 三、发展思路、目标及布局

#### （一）发展思路

充分发挥我省比较优势，围绕消费升级、食品安全、联动发展的总体要求，营造食品冷链物流良好发展环境，积极推动冷链物流理念、技术、设备的推广应用。强化冷链资源整合，深化内外战略合作，剥离外包冷链业务，完善冷链物流节点网络，拓展增值服务功能，壮大冷链物流企业规模。大力发展多式联运，构建社会化、网络化、专业化的食品冷链服务体系，为我省实现从“中国粮仓”向“国人厨房”、“世界餐桌”跨越提供有力支撑。

——发挥比较优势，选择重点突破。根据农产品生产、食品工业规模与布局，重点在京广、陇海铁路沿线地区推进肉制品、速冻食品、果蔬和特色农产品冷链物流发展。

——引导业务外包，扩大市场需求。鼓励食品加工企业、流通企业，优化业务流程，剥离、外包冷链物流资产和业务，提升自主创新能力和主业竞争力。

——坚持资源整合，促进集聚发展。支持冷链物流企业加快整合社会物流资源，引导资金、技术、人才等要素向物流园区和产业集聚区集中，促进冷链物流企业与食品加工企业、流通企业集聚、联动发展，巩固食品行业优势地位。

——拓展产业链条，完善服务网络。引导骨干冷链物流企业，拓展增值服务业务，加快冷库网络建设，拓展低温加工、包装、贴标等增值服务，强化上下游战略合作，构建一

体化冷链物流网络体系。

——发展多式联运，强化枢纽地位。积极发展城市共同配送，大力开辟国际、国内铁路冷藏集装箱线路，构建便捷高效、公铁海多式联运的冷链配送体系，逐步强化郑州辐射全国、联通世界的冷链物流中心地位

——适应消费升级，确保食品安全。建立全程质量追溯系统，加强冷链各环节的安全检测和监控，推进企业诚信体系建设，促进食品冷链物流规范、健康、有序发展。

## （二）发展目标

——到 2012 年，建成一批规模化、专业化、现代化的跨区域食品冷链物流基地，初步确立郑州在中西部地区的冷链物流集散分拨中心地位，各类产品冷链物流水平明显提高，我省果蔬、肉类的冷链利用率分别由 6%、22%提高到 12%、30%以上，食品安全保障能力显著增强。

——到 2015 年，全社会新增冷库 270 万立方米以上，新增冷藏运输车 2000 辆，省内冷链物流网络完善，果蔬、肉类的冷链利用率分别到 20%、40%以上，生鲜产品损腐率下降到 16%、7%以下。发展壮大 2~3 家具有较强资源整合能力和国际竞争力的冷链物流领军企业，初步确立郑州全国重要的冷链物流中心地位。

——展望到 2020 年，郑州冷链物流中心的内陆口岸、分拨集散、物流配送、低温加工等功能得到进一步强化，国际冷链多式联运基本完善，基本确立郑州辐射全国、联通世

界的国际冷链物流中心地位。

### （三）发展布局

1、总体布局。立足国家对中部地区南北物流通道、东部沿海与西北地区物流通道的基本布局，结合各地农产品、畜肉产品产量分布和各地产业集聚区建设，进一步整合冷链物流资源，以郑州冷链物流中心和洛阳、漯河、许昌、商丘、鹤壁等冷链物流节点城市为重点，构建南北、东西向延伸的十字型食品冷链物流密集带，带动全省食品冷链物流快速发展。

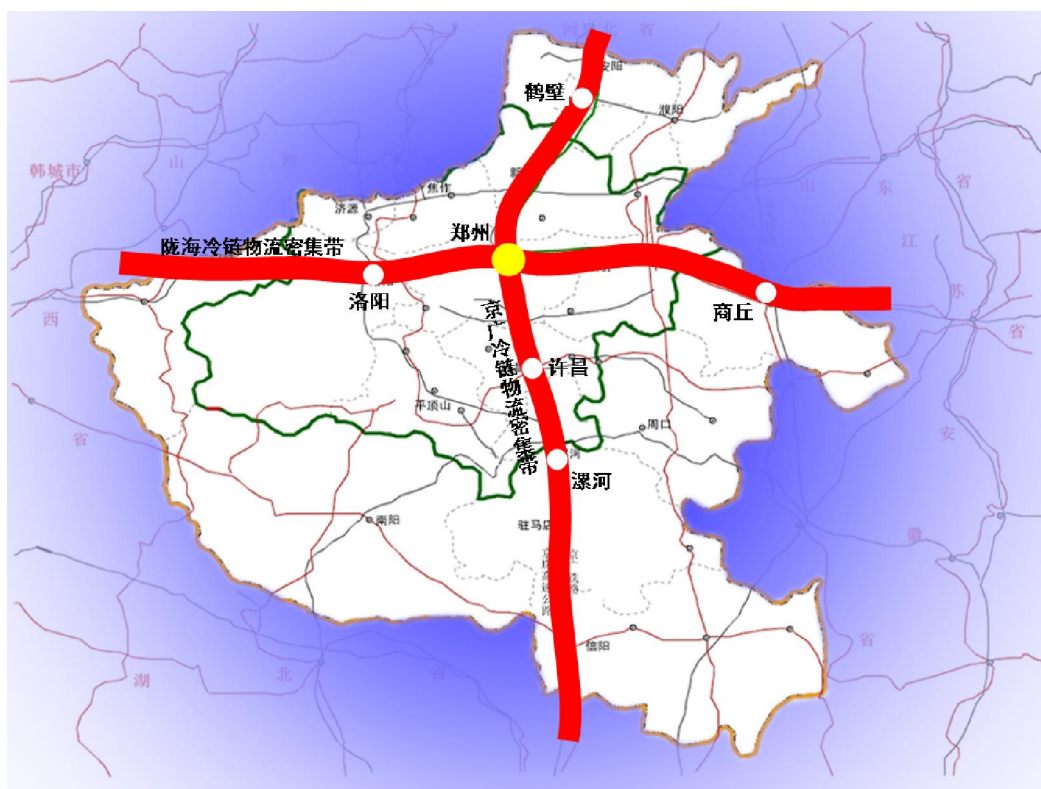


图 3-7 河南省食品冷链物流布局图

2、郑州冷链物流中心。充分利用农产品批发市场密集、食品制造业发达、区位交通优越等条件，整合分散物流资源，在郑州国际物流园区内规划建设大型冷链物流基地。大力发

展多式联运，形成以速冻食品、生鲜果蔬、肉及肉制品为重点的交易中心、配送中心、低温加工中心和集散分拨中心，成为我省联接京广、陇海两个冷链物流密集带、辐射全国、联通世界的国际冷链物流中心。

**3、陇海冷链物流密集带。**依托陇海铁路和连霍高速公路，以郑州冷链物流中心和洛阳、商丘冷链物流节点城市为重点，以发展果蔬冷链物流为主，以肉类、速冻食品冷链物流为辅，形成集种植采摘、加工储存、运输配送、批发零售等一体化的果蔬冷链物流密集带。

**4、京广冷链物流密集带。**依托京广铁路和京港澳高速公路，以郑州冷链物流中心和漯河、许昌、鹤壁冷链物流节点城市为重点，以发展肉类、速冻食品冷链物流为主，以果蔬冷链物流为辅，形成集养殖、屠宰、加工、包装、储存、运输及销售等一体化的冷链物流密集带。

**5、融入国际、国内冷链物流网络。**在完善本省冷链网络的基础上，支持本省龙头冷链物流企业向长三角、珠三角、环渤海地区拓展、加密冷链物流网络，增开郑州到重点城市的铁路冷藏集装箱线路，努力开辟至西亚、东欧的国际冷藏集装箱线路，实现与国内、国际冷链物流网络高效对接，逐步强化郑州国际冷链物流中心地位。



图 3-8 郑州冷链物流中心辐射图

#### 四、主要任务

##### （一）构建食品冷链物流服务体系

结合我省食品工业特点、农产品资源分布、冷链物流网络布局等实际情况，重点构建肉类及速冻食品、果蔬及特色农产品两个冷链物流服务体系。

1、肉类及速冻食品冷链物流服务体系。以服务“畜禽 - 屠宰加工 - 肉制品 - 副产品综合利用”产业链培育、市场份额扩大和食品安全为目标，在生产、加工环节，建立严格的温度和质量监控系统，确保产品在供应链各个环节始终拥有稳定、适宜的环境。在中转、储存和配送等流通环节，加快冷库节点网络的拓展和优化布局，完善温度监控和质量追溯系

统。到 2015 年，基本建立以物流信息为支撑、适应品种多样、流通渠道丰富、节点和运输环节有效连接的食品冷链物流网络。

**2、果疏及特色农产品冷链物流服务体系。**结合我省特色农产品生产布局，在产地建设低温储藏保鲜设施，推广应季储存和反季销售，促进均衡上市，在满足城镇居民消费需求的同时增加农民销售收入；在大中型城市，加快冷链配送中心建设，引导农产品批发市场拓展检测、包装、加工、分选、配送等业务，打造东菜西运、南菜北上的跨区域配送、换装、加工的物流中心。

## **（二）加快冷链物流基础设施建设**

支持冷链物流企业、农产品批发市场、大型商业连锁企业，加快预冷保鲜、冷藏冷冻、低温分拣加工等冷链设施建设，力争到 2015 年，全社会新增冷库 270 万立方米以上。

**1、支持绿色环保、高效节能冷库建设。**逐步淘汰土建冷库，推广立体货架冷库；淘汰顶、墙冷却排管的自然对流降温方式冷库，推广强制空气循环的冷库；淘汰相关食品生产企业的间歇式、慢速搁架式冻结生产车间，推广快速、连续式的冻结车间（隧道式、螺旋式）；淘汰使用氟利昂等有害制冷剂的制冷机组，推广使用氨气、二氧化碳等绿色制冷剂的制冷机组。

**2、加快高端专业冷库建设。**在搞好普通冷藏、冷冻库

的基础上，结合各地产业、产品实际需求，有针对性地加快变温库（多用途冷库）、气调库、立体自动化冷库、超低温冷库建设。在三门峡、商丘、洛阳等水果主产地和商丘、南阳、周口等果蔬主产地，加快气调库建设；在郑州、漯河、许昌、鹤壁等速冻食品主产地和交通区位优势的城市，加快立体自动化冷库、变温库和超低温冷库建设。

**3、提升改造现有冷库。**支持条件较好的大型冷库，改造建设封闭式站台、电动滑升式冷藏门和防撞柔性密封口等设施，实现全封闭式作业；建设低温加工区，推进单一功能的低温仓储型冷库向冷链加工配送中心转型。

### **（三）完善食品冷链物流节点网络**

加快冷链物流基础设施建设，引导物流资源和物流企业集聚，以郑州为中心，以洛阳、漯河、许昌、商丘、鹤壁等冷链物流节点城市为支撑，构建南北、东西向延伸的十字型冷链物流密集带。

**1、郑州冷链物流中心。**在郑州铁路集装箱站东南部区域，规划建设大型公铁联运冷链物流园区，逐步完善冷链交易、低温加工、中转分拨、物流配送等基础设施建设，吸引冷链物流企业集聚发展。加快中铁、双汇、众品等郑州冷链加工配送中心和刘庄、毛庄农产品批发市场、陈砦花卉市场冷藏保鲜设施建设，完善物流园区、物流配送中心两级网络。

**2、建设冷链加工配送基地。**依托双汇、众品，分别在

漯河、许昌建设大型冷鲜肉及肉制品冷链加工配送基地；在洛阳加快肉类和水果冷链加工配送基地建设；依托商丘中心农产品批发市场和思源食品等生产流通企业，在商丘加快果蔬和肉类、速冻食品冷链加工配送基地建设；依托大用、永达等禽肉加工企业，在鹤壁建设禽肉冷链加工配送基地；同时引导南阳、安阳、三门峡加快发展水果和蔬菜冷链物流，焦作、周口发展肉类冷链物流，信阳发展水产品和茶叶、板栗等特色农产品冷链物流。

#### **（四）完善食品冷链物流配送体系**

以冷藏集装箱运输和共同配送为重点，大力发展公铁海多式联运，构建网络完善、便捷高效、通达国内、联接国际的冷链物流配送体系。

**1、强力推进铁路冷藏集装箱运输发展。**充分发挥郑州交通枢纽和铁路集装箱中心站的作用，深化与中铁集装箱运输公司的合作，在开通郑州至昆明、成都、上海 5 条铁路冷藏集装箱线路基础上，积极增开到重庆、广州、深圳等重点城市，特别是到青岛、天津、连云港等港口城市的铁路冷链线路。借助铁路站一类口岸和欧亚大陆桥，努力开辟郑州至西亚、东欧等国家的国际冷藏集装箱线路。力争到 2015 年，开通郑州到所有省会城市、重要沿海港口以及新欧亚大陆桥沿线国家的铁路冷藏集装箱线路。

**2、加快公路冷链运输发展。**支持冷链物流企业在跨区

域分拨环节采用集装箱运输，推进车（头）（车）柜分离，促进干线运输的大型化、单元化。在城市配送环节采用小型化、多温区的城区冷链配送车辆，积极发展集约化共同配送，满足连锁零售、餐饮等客户的多品种、小批量、多批次配送需求。力争到 2015 年，全社会新增冷藏运输车 2000 辆，基本满足冷链配送需求。

**3、构建与国际接轨的冷链多式联运体系。**加快中转联运设施和集疏运体系建设，提高物流设施的系统性和兼容性。加强郑州与主要沿海港口、沿边口岸的合作，以铁路集装箱运输为核心，积极发展区域公铁联运和国际公铁海联运。推广“属地申报、口岸验放”的区域通关模式和“税费网上支付”、“提前报关”等措施，提高通关效率和区域内冷链物流整体效率。到 2015 年，郑州冷链物流中心的内陆口岸、分拨集散、物流配送、低温加工等物流功能得到进一步完善，国际多式联运体系基本形成，郑州在全球冷链物流体系的区域枢纽作用逐步彰显。

### **（五）发展壮大冷链物流企业**

通过剥离外包、拓展网络、延伸服务、壮大规模等途径，培育一批中小冷链物流企业和 2~3 家具有国际竞争力的冷链物流领军企业。

**1、扩大社会冷链物流需求。**鼓励大用、华英等肉类加工企业，三全、思念、科迪等速冻食品生产企业，丹尼斯、

易初莲花、正道思达等大型连锁零售企业，将非核心的冷链仓储、配送和简单流通加工业务和资产剥离，专注于扩大产业规模、拓展业务、延长产业链条，完善全程监控系统和质量追溯系统，逐步增强企业核心竞争力，为冷链物流发展创造良好环境。力争到 2015 年，力争所有骨干速冻食品生产企业外包冷链物流业务，规模以上肉类加工企业剥离物流资产和业务，成立社会化冷链物流企业或外包冷链物流业务。

2、壮大冷链物流企业。一是鼓励有条件的生产流通企业，借鉴双汇“冷链配送+连锁零售”、众品“网络化冷库+生鲜加工配送”的商业模式，组建独立运作、单独核算、具有行业特色和差异化竞争优势的冷链物流企业，在做好企业内部配送的基础上，逐步完善为社会提供公共服务的第三方冷链物流中心和冷链物流服务网络。鼓励大型农业产业化龙头企业、产地批发市场，在产地和销地建设低温保鲜库，积极拓展农产品低温加工、配送和反季节销售等业务，实现产地到销地冷链物流的无缝对接。二是支持资金实力雄厚、生产经营网络广泛的企业，借鉴美国冷库公司、夏晖发展模式，在山东、四川等省内外冷链产品主产地，布局产地型冷链物流中心，在北京、上海、广州等主要消费地，布局销地型和港口型冷链加工配送中心，建立完善冷库网络，强化其在低温供应链上的核心主导地位；同时加快与大型连锁零售/餐饮企业进行战略合作，积极发展高端一体化冷链物流。三是引

导豫鑫、长通、冷王等物流配送企业，购置集装箱拖车和中小型城市冷藏配送车辆，建设或租赁冷库设施，借助其已有物流配送网络，大力发展冷链物流配送。

**3、培育冷链物流领军企业集团。**支持双汇、众品等冷链物流企业在完善冷链物流网络的基础上，加快拓展在长三角、珠三角、环渤海和中部其他地区的冷链物流节点网络，积极开展一体化高端冷链物流业务，并通过合资合作、兼并控股等多种方式，迅速健全覆盖全国的冷链网络，积极发展国际冷链多式联运业务，努力发展成为具有国际竞争力的冷链物流龙头企业。

#### **（六）提高冷链物流标准化、信息化程度**

加快普及一批冷链物流技术标准和操作规范，鼓励企业建立各类生鲜农产品原料处理、分选加工与包装、冷却保鲜、包装标识、低温储藏、冷藏运输、批发配送、分销零售等环节的全程质量控制体系，实施符合国际规范的 GAP、HACCP、ISO 等质量安全认证制度。依托郑州冷链物流中心和十字冷链物流密集带，在大中城市生鲜农产品集散地建立区域性冷链物流信息平台，实现数据交换、信息共享。鼓励冷链物流应用系统软件的开发，推广应用全球定位系统、地理信息系统、无线射频识别、电子数据交换，全面提升冷链物流业务的信息化管理水平。

#### **（七）强化食品冷链物流安全**

按照标准化、规范化运作的要求，选择 5 ~ 10 家从事生猪、肉牛、肉羊、家禽等品种的屠宰、加工、运输、批发和零售的大型物流企业，开展全过程的温度控制和操作规范监控试点，探索建立便捷、高效、低成本质量追溯系统的路径。力争到 2015 年，规模以上的冷链物流企业全部实现全程温度监控，建立完善的质量可追溯系统。

#### **（八）加大冷链技术研发力度**

加快节能环保的各种新型冷链物流技术的自主研发、引进和消化吸收，支持郑州红宇、商丘冰熊、新乡新飞冷藏车辆生产企业加快节能环保的冷藏运输工具研发，加快各种高性能冷却、冷冻设备，自动化分拣、清洗和加工包装设备和监控追溯系统、温控设施等冷链物流装备的研发和推广应用，建立科技成果转化的长效机制，不断提高冷链物流产业的自主创新能力和技术水平。

## 第四章 医药物流

医药物流是我国近年来成长最快的专业物流行业之一。大力发展医药物流，有利于增强医药行业竞争力，推动医药流通体制改革，提高药品流通的安全性和时效性。河南作为药品生产和消费大省，医药物流发展空间巨大。

### 一、行业发展形势分析

#### （一）国外医药物流行业主要特征

1、集中度高。美国前三位药品分销企业麦克森、卡地纳健康、美源伯根的市场份额由 1995 年的 31%提升到 2008 年的 90%以上；药品零售市场则由 CVS、Rite Aid、Walgreen 三家公司垄断，市场份额占 60%以上，分销与零售都构成典型的垄断竞争格局。日本四大医药批发企业占国内市场的 80%，而瑞典只有一家医药批发经营企业——国家大药房。

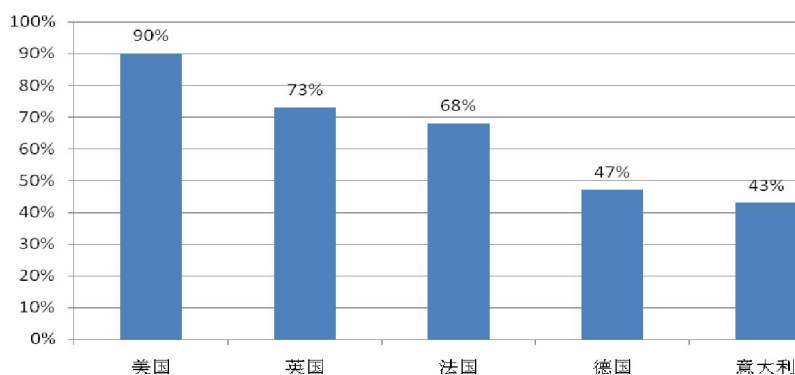


图 4-1 部分国家前三大医药物流企业市场集中度

来源：国药控股招股说明书

2、以规模保持盈利。以美国为例，美国实行的是完全的医药分离，美国“药品集中采购组织”通过接受多家医疗机

构的委托，形成较大的药品采购订单，再与药品生产商或批发商谈判，获得比医疗机构分散采购更低的药品价格；而美国大的制药公司通常依靠专利药形成市场垄断，药品定价能力较高。由于医药物流企业在产业链上两头受压，盈利空间不断缩小，美国医药物流龙头企业积极兼并重组，扩大规模，拓展增值服务，以庞大流通规模来维持毛利率的大致稳定。目前美国的医药物流行业毛利率平均不到 4%，平均费用率为 3%左右，净利润率为 1%左右。

**3、供应链管理广泛运用。**由于医药产品包装规范、价值密度高等特点，医药物流的现代化、自动化程度普遍较高。随着供应链管理、高端自动化设备的广泛应用，医药物流效率得到大幅提升。目前美国药品经销企业平均每天需处理 25 万份订单、1000 万条信息，配送 12.5 万个分销机构，每个订单条目的配送成本仅有 0.3 美分。

**4、积极探索增值服务模式。**除了通过并购带来的规模效应以及严格的成本控制，国外医药物流企业还积极探索 IT、营销、医药物流咨询等方面的增值服务，开拓多种盈利模式，从简单的“搬运工”角色转化为“供应链咨询专家”。

## **（二）我国医药物流行业发展现状及特征**

医药流通业务分为分销和零售。目前我国有医药分销企业 1.3 万家，医药零售企业 10 多万家。近年来，随着医药流通领域改革开放的不断深入，医药物流行业规模逐步扩大，

药品分销行业集中度稳步提升。

1、行业规模快速扩大。我国医药分销行业的销售收入由 2003 年的 1458 亿元增长至 2008 年的 3202 亿元，年均增速 17%。截止到 2008 年，销售收入超 100 亿元的企业 6 家，超 50 亿元 11 家，超 20 亿元 42 家。我国百强药店的销售收入已从 2003 年的 178.1 亿元增加至 2008 年的 572.4 亿元，年均增速 26.3%。

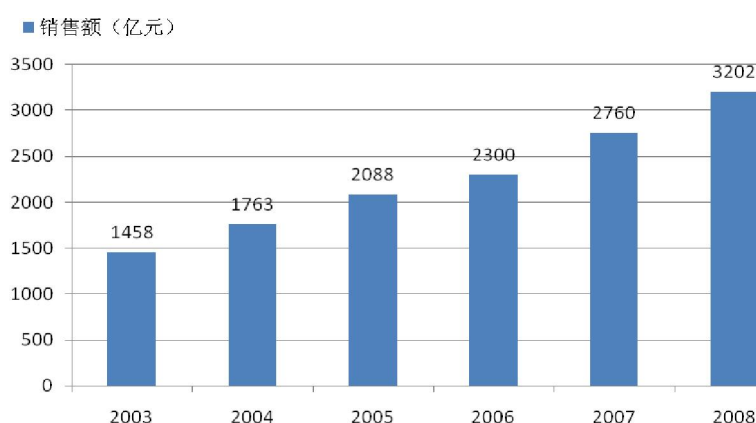


图 4-2 2003-2008 年我国医药分销行业销售收入

来源：中信证券研究部

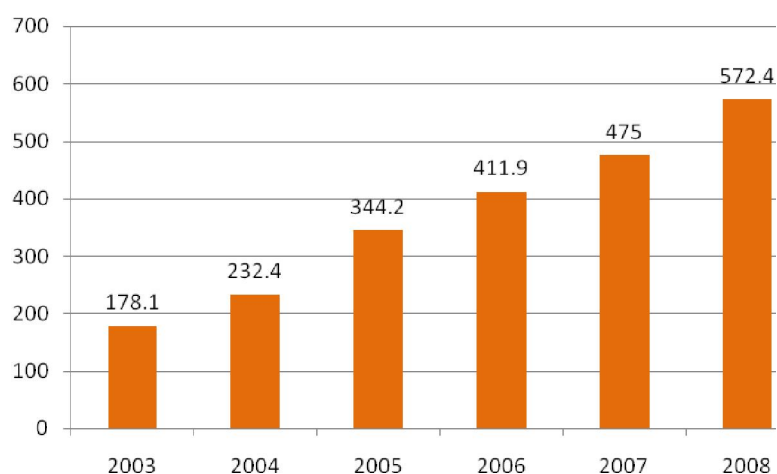


图 4-3 2003-2008 年我国百强药店销售收入（亿元）

来源：中国药店网

2、分销行业集中度逐步提升。我国前十大医药分销企

业销售额由 2003 年的 459 亿元快速增长至 2008 年的 1306 亿元，市场份额由 31%提升至 41%；前三大医药物流企业的市场份额由 16.5%上升至 22.8%；而前 11 至 20 大医药物流企业的市场份额却由 10.4%降至 8.5%，市场向龙头企业集中趋势明显。通过产业不断集中，我国医药分销龙头企业中，形成了全国性和区域性两类垄断竞争企业。全国性企业包括国药控股、九州通两家，区域性企业有上海医药、广州医药、重庆医药、南京医药、云南省医药、华东医药等。

3、医药物流中间环节仍然较多。国内大多数医药分销模式仍为多级分销形式。即处于区域核心城市的一级大型医药批发商向其辐射区域内市县二三级医药批发商销售，市县医药批发商向当地医院、诊所和药店进行销售。由于环节多、规模小，药品的交易成本和物流成本居高不下，药品配送的及时性亟待提高。

|             | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|-------------|------|------|------|------|------|------|
| 国药控股        | 81   | 124  | 193  | 251  | 310  | 381  |
| 九州通         | 62   | 84   | 110  | 128  | 160  | 190  |
| 上海医药        | 97   | 108  | 115  | 121  | 135  | 160  |
| 安徽华源        | 53   | 68   | 82   | 100  | 82   | 122  |
| 广州药业        | 51   | 58   | 69   | 78   | 94   | 99   |
| 南京医药        | 40   | 51   | 61   | 67   | 91   | 111  |
| 重庆医药        | 28   | 35   | 53   | 60   | 69   | 79   |
| 华东医药        | 20   | 25   | 31   | 35   | 38   | 49   |
| 北京医药        | 20   | 26   | 30   | 34   | 40   | 81   |
| 桐君阁         | 7    | 26   | 26   | 28   | 30   | 34   |
|             | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| 前十名销售总额（亿元） | 459  | 605  | 770  | 902  | 1049 | 1306 |
| 行业销售额（亿元）   | 1458 | 1763 | 2088 | 2300 | 2760 | 3202 |
| CR10（%）     | 31   | 34   | 37   | 39   | 38   | 41   |

图 4-4 我国前十大医药分销企业历年销售额与集中度

来源：中信证券研究部

4、行业费用率不断降低。由于各医药物流企业扩大流

通规模，有效控制物流成本，企业盈利状况得到持续改善。2002 年以来，医药物流业费用率持续下降，利润率逐步上升，2007 年行业利润率达到 1.21%。

5、**新兴盈利模式开始出现。**一直以来我国医药物流业的传统利润来源是进销差价和返利。但目前第三方物流、信息增值服务等业务快速发展，成为医药物流企业新的盈利点。

6、**医改影响深远。**随着医改深入推进，医药招投标实施、药品流通差价率下降、GSP 管理等，都将对医药物流行业发展与集中度提高产生深远影响。

### **（三）医药物流业发展动因与趋势**

1、**医药工业高速发展。**2008 年我国医药工业完成总产值 8666.8 亿元，同比增长 25.7%，高于全国工业平均增速 2.6 个百分点。高速增长的医药工业为医药物流快速发展提供了有力支撑。

2、**医疗卫生需求不断扩大。**随着经济社会快速发展、医疗体制改革全面推进和居民自我保健意识逐步增强，医药流通规模、流通范围不断扩大。过去 10 年，我国卫生费用增速一直快于 GDP 增速，卫生费用占 GDP 的比重从 1996 年的 3.81% 上升到 2008 年的 5%，人均卫生费用从 2000 年的 362 元快速增长至 2007 年的 854 元。从国际经验看，在人均 GDP 达到一定规模后，医药需求将进入快速增长期。而我国

人均 GDP 较低，我国药品需求增长将是一个长期过程。

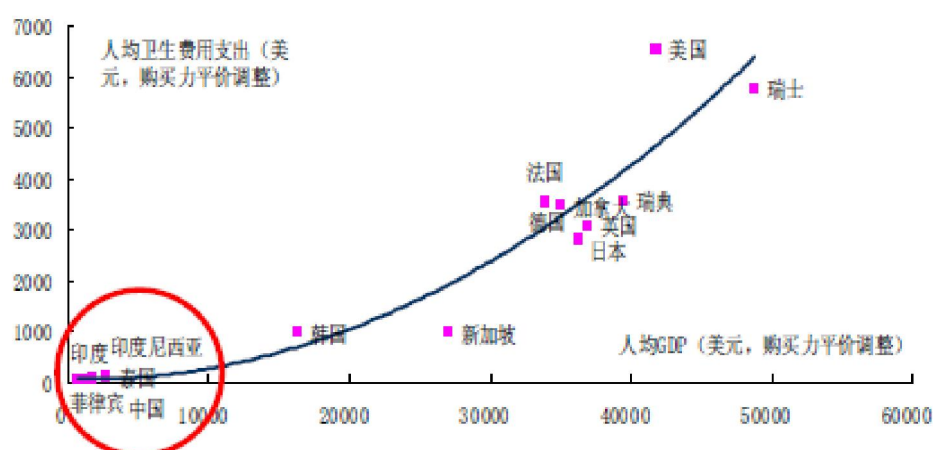


图 4-5 世界主要国家人均卫生费用支出与 GDP 关系

3、**基层医疗市场已经起步。**2008 年底，全国新农合参合率为 91.5%，已基本达到“广覆盖”的标准。随着新农合筹资标准不断提高、社区卫生服务中心数量快速增长、城乡基层医疗市场全面启动，将对医药物流行业发展产生巨大推动作用。

4、**医药卫生体制改革不断深入。**随着医药卫生体制改革力度加大，药品招投标政策、药品管理政策、GSP 管理办法、公立医药改革等将对医药物流行业发展产生深远影响。招投标管理政策要求对中标药品原则上一次配送，药品价格管理政策要求流通差价率逐步下降，都将促使医药物流企业加快兼并重组，通过规模优势和增值服务挖掘利润空间；GSP 管理办法提高了医药物流行业的进入壁垒，促进行业集中度提升；随着公立医院改革，以药养医现象将逐步消失，整个医药产业链的利益流动将趋于正常，医药物流企业将有更大

发展空间。

#### **（四）国内医药物流业典型业态**

为减少流通环节，提高医药物流运营效率和服务水平，国内企业探索实施了多种医药物流模式。主要有：

1、以调拨和零售终端为主导的九州通模式。九州通基本脱离了传统的医药商业运作模式，通过准确定位取得市场发展空间。一方面通过大规模药品采购、与国内大型制药企业建立战略合作等方式，在采购环节有效控制成本。另一方面，以药品批发企业和药店为重点，基本上不与医院发生直接业务关系，避免了资金大量沉淀，快捷的资金流转对上下游客户产生较强吸引力。

2、以药品网络采购、电子商务为主导的海虹模式。我国药品市场是典型的买方市场，海虹药网瞄准医疗机构的“集中招标、竞价采购代理”，通过医药物流与电子商务的结合，开发网上招标采购系统，实现招标、投标、评标等一系列流程电子化，提高了采购环节透明度，提升了采购配送效率。

3、以对医院集中配送为主导的郑州国药模式。这种模式的主要特点是“政府主导、网上购销、统一配送”。通过公开招标，确定医疗机构的物流配送服务商，实现药品统一集中配送，既完善了区域医药供应保障体系，又改变了以往一家医疗单位对上百家药品供应商的局面，保证了药品的可追溯性，减少了流通环节，降低了采购成本。

## 二、我省医药物流发展的基本判断

### （一）发展现状

近年来，我省医药物流行业高速发展，全省现有医药批发企业 302 家，2008 年医药物流行业实现销售收入 200 多亿元。国药控股、九州通两家全国性医药物流企业均已进入河南，以爱生医药、省医药为代表的本地企业加快发展。国药集团郑州物流配送中心、九州通郑州配送中心、爱生医药郑州配送中心入驻郑州经开区，医药物流集聚发展态势明显。

表 4-1 2007-2008 年我省前 15 家医药商业企业销售汇总

| 序号 | 企业名称            | 不含税销售额（元）     |               |
|----|-----------------|---------------|---------------|
|    |                 | 2008 年        | 2007 年        |
| 1  | 河南九州通医药有限公司     | 2,138,718,760 | 1,868,539,398 |
| 2  | 河南省爱生医药有限公司     | 923,420,357   | 548,826,806   |
| 3  | 河南省医药有限公司       | 866,780,110   | 749,976,701   |
| 4  | 河南省康信医药有限公司     | 685,447,536   | 395,999,705   |
| 5  | 商丘市新先锋药业有限公司    | 561,962,197   | 397,000,154   |
| 6  | 商丘市百川药业有限公司     | 508,680,591   | 415,079,661   |
| 7  | 商丘市华杰医药有限公司     | 502,374,588   | 444,687,989   |
| 8  | 安阳恒峰医药有限公司      | 468,043,340   | 399,106,624   |
| 9  | 商丘市康源医药有限公司     | 385,636,816   | 214,587,217   |
| 10 | 安阳玉清医药有限公司      | 378,554,568   | 362,180,906   |
| 11 | 河南省万隆医药有限公司     | 377,555,312   | 268,286,426   |
| 12 | 洛阳鼎信御安药业有限公司    | 358,638,110   | 364,121,465   |
| 13 | 平顶山市普生药业有限公司    | 337,045,019   | 239,343,131   |
| 14 | 河南康鑫医药有限责任公司    | 325,531,123   | 275,763,888   |
| 15 | 国药控股(郑州)九瑞股份有限公 | 319,706,430   | 62,897,299    |

### （二）突出优势

1、市场需求巨大。我省人口近 1 亿，随着城镇化加快、收入水平提高、老龄化率加大，医药需求快速释放，推动医药物流行业快速发展。我省城镇人均医疗保健支出由 2000

年的 281 元增长至 2008 年的 791 元，年均增速 13.8%；农村人均医疗保健支出由 2000 年的 64 元增长至 2008 年的 215 元，年均增速 16.4%，均呈快速增长态势。我省城镇化率由 2000 年的 23.2%提升至 2008 年的 36%，年均提高 1.6 个百分点，相当于每年新增约 160 万城镇人口，按照目前人均城镇医疗保健支出高于农村 580 元计，仅此一项每年就新增医疗消费约 9 亿元。2008 年，我省 65 岁以上人口占比达 7.8%，比上年提高 0.2 个百分点。2009 年全省新农合人数 7500 万人，参合率 94.18%，随着农村医疗合作制度的推广，将形成对药品和医药物流的巨大需求。

**2、产业基础雄厚。**我省现有规模以上医药企业 370 余家，拥有华兰生物、宛西制药、天方药业、辅仁药业等一批全国知名企业。2008 年，全省医药工业总产值 484 亿元，居全国第五位，中部六省第一位。在抗生素原料药、血液制品、疫苗和诊断试剂等领域居全国前列；血浆的开发品种、综合利用率和生产规模均居全国第一位；化学发光检测试剂、甲胎蛋白和癌胚抗原检测试剂市场占有率国内领先；片剂、水针剂、大输液、中药贴剂、中药丸剂等生产能力居全国首位。

**3、中转分拨优势突出。**我国医药生产分布很不均衡，2007 年，东部地区医药制造业总产值 3910 亿元，占到全国份额的 61.5%。药品生产区域的不均衡与药品消费区域的普遍分布使医药中转分拨物流发展空间巨大。据测算，2008 年

通过中部地区中转分拨的药品价值总额达 1877 亿元，占国内药品消费总量的 32.8%。我省是全国综合交通枢纽，药品中转分拨优势突出。

（三）存在问题

1、行业区域集中程度较低。2008 年，我省前三位企业九州通、爱生、省医药销售收入占全省比例不足 20%，而北京前三位企业占 53%、上海前三位企业占 82%、广东前两位企业占 43%。

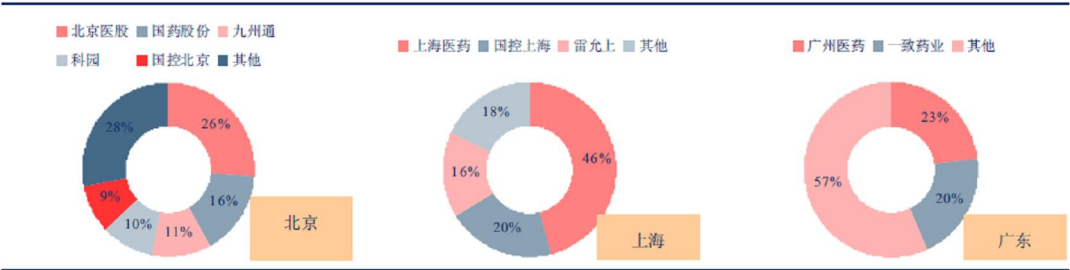


图 4-6 北京、上海、广东医药流通市场竞争格局

2、企业发展参差不齐。国药控股、九州通等医药物流龙头企业已采用较为先进的物流模式，并在拓展各种增值服务。国药控股目前已与郑州市九家医院实现了集中配送和信息互联，九州通采用先进的自动分拣系统，出库准确率达 99.99%。与龙头医药流通企业相比，我省 300 多家医药物流企业大多处于传统的仓储、运输、批发服务阶段，技术和设备落后，运营成本较高，整体经济效益低下。

3、标准化、信息化水平较低。尽管部分医药企业设置了企业条码系统，但缺乏统一规范，药品进货、发药、配药、库存管理等环节标准化程度不高。医药企业间信息共享渠道

不畅，医药电子商务发展水平较低。

### 三、发展思路、目标及布局

#### （一）发展思路

适应国家医药卫生体制改革需要，按照“安全、可及、高效”的原则，积极构建药品供应保障体系，减少流通环节，降低物流成本，为全省各级医药机构、连锁零售企业提供规范、集约、高效、便捷的药品配送服务。

——加强基础设施建设，完善高效配送体系。构建“一个中心、五个节点、两大服务圈”的医药物流发展格局，强化省内配送和区域分拨功能。

——推广先进发展模式，培育龙头骨干企业。引导医药物流企业根据自身条件，学习借鉴成功经验，改造提升传统经营模式，积极拓展增值服务，增强核心竞争能力。

——强化行业规划引导，促进规范有序发展。进一步推广“郑州国药模式”，加快医药物流标准化、信息化和电子商务发展，逐步完善药品统一配送体系。

——加大政策支持力度，引导企业集聚发展。吸引国内知名医药物流企业在河南布局，通过土地、税收等优惠政策，促使医药物流企业在物流园区集聚发展。

#### （二）发展目标

——到 2012 年，医药物流市场快速扩大，医药物流行业销售收入达到 400 亿元；行业集中度进一步提升，前三位

企业市场占有率达到 30%以上；医药物流企业的信息服务、增值服务能力和供应链管理能力和得到较大提高；“一个中心，五个节点”的布局建设全部完成，初步形成以郑州为中心覆盖全省的医药物流网络。

——到 2015 年，医药物流市场规模继续扩大，医药物流行业销售收入达到 600 亿元以上；医药物流资源进一步整合，前三位企业集中度达到 50%以上；医药物流效率大幅提高，基本实现物流、信息流与资金流的一体化管理运作；郑州辐射山东、山西、陕西、湖北、安徽等周边省份的医药物流仓储、分拨中心地位得到强化。

——到 2020 年，我省医药物流销售收入达到 1200 亿元以上，医药物流行业前三位集中度达到 80%以上，郑州成为我国重要的医药配送、仓储、分拨中心。

### （三）发展布局

根据我省医药物流业发展现状和区位优势，并结合全省不同地区的人口、城乡医疗机构分布等特点，构建“一个中心、五个节点、两大服务圈”的医药物流业发展布局。

“一个中心”：即郑州区域性医药物流分拨配送中心。充分发挥全国综合交通枢纽优势，大力发展面向山东、山西、陕西、湖北、安徽等周边省份的区域分拨和全省范围的物流配送。

“五个节点”：洛阳、安阳、南阳、信阳和商丘五大省内

医药配送物流节点。按照医药物流最佳配送半径 200 公里的要求，在上述五市建设地区性医药物流仓储配送中心，构建 4 小时覆盖全省所有医疗机构和零售药店的药品物流配送网络，并辐射周边省份邻近地区。

“两大服务圈”：即“省内分拨配送服务圈”与“分拨周边省份服务圈”。郑州与五个节点城市共同构成“省内分拨配送服务圈”，郑州向五市节点和本地进行分拨配送，五市节点重点向本地配送。强化郑州区域分拨功能，积极发展面向山东、山西、陕西、湖北、安徽等周边省份药品分拨业务，构建“分拨周边省份服务圈”。

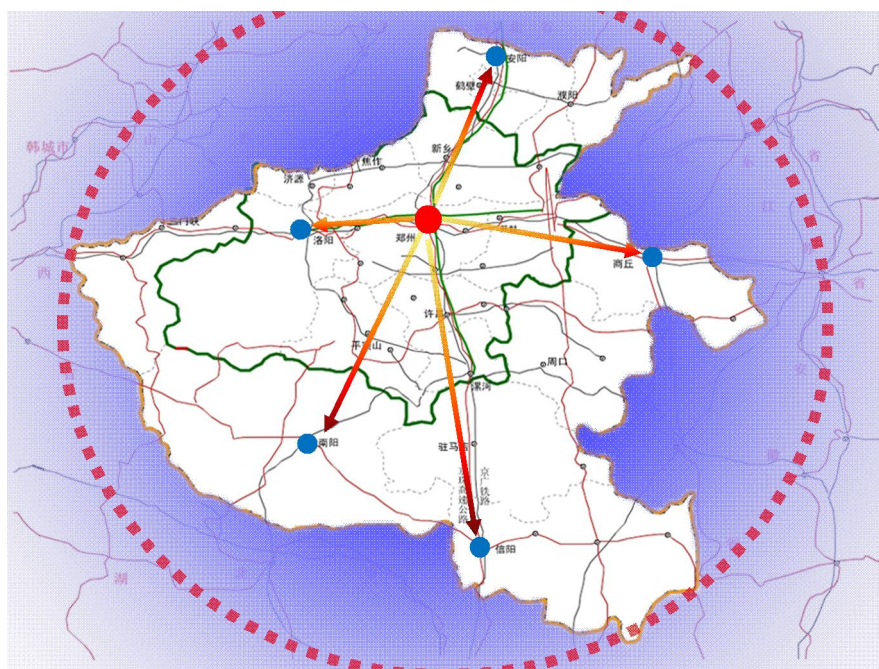


图 4-7 一个中心、五个节点构成省内分拨配送服务圈



图 4-8 分拨周边省份服务圈

#### 四、主要任务

##### （一）提高医药物流行业集中度

适应医药物流行业不断集中的趋势，充分发挥市场机制作用，加大药品物流企业兼并重组力度，鼓励企业通过业务重组逐步过渡到资产重组，盘活存量物流资源，提高行业集中度，促进医药物流产业结构优化升级，力争培育出 3~5 家服务水平高、竞争能力强的大型现代医药物流企业。积极吸引上海医药、南京医药等国内知名医药物流企业在河南布局，大力发展高端医药物流，提升医药物流服务水平。

##### （二）促进省内企业发展先进业态

支持省医药、爱生等本省医药物流龙头企业转变发展思路，积极发展先进业态，通过参股、控股、兼并、联合、合资、合作等多种方式整合医药物流资源，提升企业竞争能力。

强化医药物流企业与医药生产企业、连锁零售药店及其他医药批发企业战略合作，加大医药物流技术设备投入，积极引进、研发、推广货物跟踪、自动分拣、立体自动化仓库等现代医药物流技术和设施设备，积极发展医药仓储、分拨、配送、信息等综合物流服务。支持本土医药物流企业积极参与省内外医药物流网络建设，自建或与其他企业合资建设医药分拨配送中心，进一步完善分拨配送网络，打造全国性医药物流品牌。

### **（三）健全医药物流节点网络**

加快医药物流基础设施建设，以郑州为中心，以洛阳、安阳、南阳、信阳和商丘五市为节点，构建“一个中心、五个节点”的省内布局，引导物流资源和物流企业集聚。

着力建设郑州区域性医药物流中心。重点支持医药物流企业在郑州经济技术开发区建设医药物流分拨配送中心，逐步完善储存、集散、分拣、加工和信息服务等功能，强化医药物流企业在郑州经济技术开发区集聚发展态势。

加快建设洛阳、安阳、南阳、信阳和商丘五大医药物流节点。充分发挥龙头医药物流企业的核心作用，鼓励医药生产企业和批发零售企业共同建设医药物流配送中心。

### **（四）构建药品统一配送体系**

总结推广郑州集中配送经验，按照“公平、公开、公正、竞争”的原则，加快在全省推广药品集中配送模式。遴选确定

若干家一级配送商，在同一个物流网络体系内并行运营，在提高集中度的同时形成有序竞争格局。支持医疗机构选择确定一级药品物流配送商，形成一对一的服务关系。引导一、二级药品物流配送商双向选择形成委托代理关系，二级配送商只为一家一级配送商分担配送任务，确保药品物流配送体系运转的有效性。

### **（五）加快医药物流标准化进程**

促进医药物流企业、医药生产企业、医疗机构和零售药店等协同配合，积极推广应用条码及电子标签技术，推进编码系统的统一化和标准化，优化物流管理，提高物流效率，实现药品质量可控、可追溯。鼓励新建的医药配送中心、医疗卫生机构和医药生产企业，积极应用国家标准的设施设备，推进托盘、货架和医药包装、中转箱等包装和运输容器标准化。

### **（六）推动医药物流信息平台 and 电子商务建设**

加强医药物流企业管理信息建设。积极建设先进适用的物流信息管理系统，对医药物流信息进行实时采集、分析和共享传递。加强医药物流行业信息服务平台和电子商务平台建设，完善医药招投标中介服务，实现医药企业间、企业与医院间的 B2B 业务，以及直接面向消费者的 B2C 业务，进一步优化统一有序、公平竞争的医药物流发展环境。在医药物流行业信息服务平台和医药电子商务平台内部，嵌入政府

监管模块，建设政府医药监管平台，实现对医药交易和物流配送的实时监控。

### **（七）加强医药物流监管**

通过定期举行服务商公开招标遴选和监督考核，加强对药品物流配送服务商的动态管理，提升药品物流服务水平。加强对药品流通秩序的整顿和规范，对药品批发企业出租、出借证照、挂靠经营等违法违规行为进行专项治理，努力使零售连锁企业经营药品全部统一配送。以 GSP 认证为基础，将药品经营企业信用体系建设与建立药品经营许可分类、分级管理相结合，进一步规范药品流通秩序。

### **（八）鼓励医药物流业创新发展**

鼓励药品供应保障体系的金融创新，通过银行承兑解决药品回款难题，通过 BOT 等方式解决物流中心建设问题。引导药品物流配送服务商树立全新服务理念，加强业务创新和服务创新，通过提供各种增值服务，为医疗机构实行“零库存”、降低药品采购成本创造条件。

## 第五章 钢铁物流

钢铁物流是将钢铁产品运输、仓储、加工、配送和信息、金融服务等有机结合，形成完整的供应链，为用户提供多功能、一体化的综合服务。钢铁行业是关系国计民生的重要行业，大力发展以流通加工为核心的钢铁物流，提高钢材加工配送的规模化、现代化程度，实现与汽车、装备制造、建筑业的紧密联动，对我省建设全国重要的先进制造业基地，促进由工业大省向工业强省跨越具有重要意义。

### 一、行业发展形势分析

#### （一）国际钢铁物流发展特点

据国际钢铁协会（IISI）统计，全球 67 个主要产钢国家和地区的粗钢产量连续两年超过 13 亿吨，我国作为钢铁生产大国，以超过 5 亿吨的总产量雄居世界产钢大国之首。

表 5-1 2008 年全球钢产量前 18 国家（地区）

| 序号 | 国家   | 产量       | 序号 | 国家   | 产量      |
|----|------|----------|----|------|---------|
| 1  | 中国大陆 | 50091 万吨 | 10 | 意大利  | 3048 万吨 |
| 2  | 日本   | 11874 万吨 | 11 | 土耳其  | 2641 万吨 |
| 3  | 美国   | 9149 万吨  | 12 | 中国台湾 | 2021 万吨 |
| 4  | 俄罗斯  | 6851 万吨  | 13 | 西班牙  | 1905 万吨 |
| 5  | 印度   | 5505 万吨  | 14 | 法国   | 1787 万吨 |
| 6  | 韩国   | 5349 万吨  | 15 | 墨西哥  | 1762 万吨 |
| 7  | 德国   | 4583 万吨  | 16 | 加拿大  | 1513 万吨 |
| 8  | 乌克兰  | 3711 万吨  | 17 | 英国   | 1354 万吨 |
| 9  | 巴西   | 3371 万吨  | 18 | 比利时  | 1086 万吨 |

注：国际钢铁协会（IISI）公布数据

近年来，钢铁原材料及产成品的国际贸易日趋频繁，钢

铁物流快速发展，主要呈现以下特点：

1、国际钢铁物流运输环节以洲际的远洋航运和内陆的公铁联运为主。世界铁矿资源主要分布中美洲、南美洲及大洋洲等地，而铁矿石进口主要是中国、日本、欧盟等国家，约占世界铁矿石进口总量的 80%。铁矿资源与钢铁生产之间的分布格局促使洲际之间形成以海运为主导的物流运输方式。在欧盟成员国之间，钢材运输以铁路运输为主。日本则从大洋洲、中南美洲等地进口铁矿石并向中国及亚洲其他国家出口钢材，钢铁货物以海运方式为主。在国内，钢铁运输以公路为主。

2、钢铁生产企业的自营物流与第三方物流并行发展。日本和韩国的钢铁生产企业倾向于将物流业务外包给第三方钢铁物流公司，自身专注于产品研发和扩大生产规模。欧美国家的钢铁生产企业倾向于延伸产业链，自建钢材加工配送中心，为下游客户提供物流服务。

3、流通加工、物流金融等增值服务逐步成为钢铁物流企业的核心竞争力。发达国家钢材的综合深加工比达到 50% 以上，其中线材达 60%，棒材 40%，管材 30%，板材 70% 左右。钢铁产品的仓单质押、远期合约交易等钢铁物流金融业务已成为钢铁物流企业的主要利润源之一。

## **（二）我国钢铁物流发展形势**

### **1、我国钢铁物流发展现状**

(1) 我国钢铁生产、流通规模较大。2008 年，我国进口铁矿石 4.44 亿吨，占全球的一半以上；钢产量 5.01 亿吨，连续 13 年稳居世界第一。现有钢铁生产企业 2691 家，前 10 强企业粗钢产量占全国的 42.5%。2008 年我国粗钢表观消费量（产量+进口 - 出口）4.53 亿吨，约占全球消费量的 36%。建筑、机械、汽车、造船、铁道、石油、家电、集装箱等八大行业钢消费量约占全国钢材消费量的 70%以上。

(2) 大型钢铁物流园区和钢材加工配送中心渐显规模。一是钢铁物流园区不断涌现。广东乐从钢铁物流基地、江苏惠龙港国际钢铁物流中心、天津国际金属物流园区等如今已成长为中国规模最大的钢铁交易园区和钢铁贸易集散地。二是钢材加工配送中心迅速发展。我国现有钢材加工配送中心 300 多家，主要分布在东南沿海地区，重点为汽车、家电、电子、建筑、轻工等行业提供服务。

(3) 钢铁电子商务发展迅速。以网络交易、电子结算、远期合约交易等为主要功能的钢铁电子商务平台发展迅速，在促进钢铁大市场、大流通和降低物流成本等方面发挥了重要作用。上海大宗钢铁电子交易中心、兰格钢铁电子交易市场和中国钢铁电子交易中心以远期合约交易为主，东方钢铁在线、上海中金钢铁电子交易中心以钢铁现货交易为主。

## **2、我国钢铁物流发展趋势**

随着钢铁产业快速发展，钢铁物流由多级批发、单纯储

运向第三方物流逐步过渡，主要呈现以下发展趋势：

（1）钢铁生产企业向上下游延伸产业链条。受铁矿石供应紧张和销售市场激烈竞争的双重挤压，大型钢铁生产企业纷纷在产业链条上游，加强海外投资、开发铁矿资源，与航运企业、沿海港口建立战略合作关系；在产业链条下游，创新营销模式，在重点用钢地区设立贸易公司，建设加工配送中心，积极拓展客户定制加工服务。

（2）第三方钢铁物流企业快速发展。由于我国钢铁生产和消费空间分布的不均衡，钢铁物流企业加强与生产企业战略合作，建立风险共担、利益共享的新型工商关系，积极构建钢材分销、加工、配送的节点网络，并通过兼并、重组或联合，迅速发展壮大，涌现出一批业态先进、功能健全的专业化第三方物流企业。

（3）钢铁物流业与制造业联动逐步加强。大型钢铁物流企业针对客户需求，加快建设钢材加工配送中心，积极拓展增值业务。近两年，宝钢在上海、广州、重庆、杭州等地布局 10 多个钢材加工配送中心，为丰田、通用、长安等大客户提供剪切、激光拼焊等加工配送服务，满足客户生产线“零库存”、“裸包装”等各项需求，实现与制造企业的深度合作、互动发展。

（4）钢材加工配送服务向高端化、专业化方向发展。各钢铁物流中心纷纷购置高精尖加工设备，搭建电子商务平

台，完善信息管理系统，强化与物流配送企业的战略合作，积极拓展贷款、抵押、贴现、保险等物流金融业务，大幅提升技术装备水平和产品加工精度，逐步向一体化、多功能的钢材加工配送中心发展。

（5）钢铁生产集中促进钢铁流通集聚发展。从区域布局看，我国钢铁生产基地逐步向沿海沿江地区集聚，预计到2011年这些地区产能将占到全国产能的40%以上；从行业发展看，生产要素加快向优势钢铁生产企业集中，2008年我国前10家钢铁生产企业产量占全国的42.5%。随着钢铁产业集聚和行业集中度的提高，钢铁流通企业兼并重组步伐加快，逐步向服务水平高、竞争能力强的大型钢铁物流企业发展。

### 3、推动钢铁物流发展的主要动因

（1）钢铁生产集聚与钢铁消费分散的矛盾。钢铁产业在空间上向沿海、沿江集聚，产业集中度不断提高。钢铁的消费主要集中在建筑业和制造业，建筑业在地域上非常分散，制造业的布局又与钢铁生产布局不尽相同，钢铁生产与消费的空间差异促使钢铁物流快速发展。

（2）钢铁生产的规模化、标准化与客户需求的多元化之间的矛盾。钢铁生产工艺决定了生产企业只能批量、连续、规模化生产，出厂的单个产品量大且不能直接使用。如汽车、家电面板需对钢板卷进行开平、剪裁、冲压，建筑用线材需拉直、剪裁、折弯等加工程序。钢材流通环节成本的降低只

有通过社会专业分工形成规模经济来实现，这决定了钢材的流通加工和物流配送必将快速发展。

（3）激烈的市场竞争和物流的第三利润源特性。钢铁企业在降低生产成本、改善产品品质等生产领域的管理已经相当成熟，进一步挖掘利润的空间十分有限。随着互联网普及、交通网络完善和运力大幅提升，钢铁价格透明、流通范围扩大，钢铁流通企业面临激烈竞争。这导致生产企业必将走出生产环节、延伸产业链条，流通企业将大力拓展精深加工、物流配送等增值服务，进一步挖掘物流环节利润。

### （三）钢铁物流主要业态模式

综合分析，发达国家发展钢铁物流均是从钢材的加工配送入手，在重点需求地区建设加工配送中心，唯一不同的是加工配送中心的建设运营主体不同，主要有两种：一是第三方钢铁物流企业或钢材贸易企业建设加工配送中心。钢铁企业生产的产品绝大部分通过专业贸易或物流企业进行流通加工后再配送到客户，生产企业直供自销比例相对较低，该模式在日本和韩国最为典型。二是由钢铁生产企业延伸产业链，自建经营加工配送中心。这种模式在欧美国家比较盛行，欧美绝大部分钢铁生产企业自销或实施加工配送。这两种模式并没有本质的区别，均是将钢铁流通全过程优化为干线运输和加工配送两个层次来降低物流成本、满足客户需求。

## 二、我省钢铁物流发展的基本判断

### （一）发展现状

我省是钢铁生产和消费大省。2008年生铁、粗钢和钢材产量分别为1716万吨、2188万吨和2571万吨，预计到2015年将达到2700万吨、3100万吨、2900万吨，钢材消费量将达到3000万吨。

我省钢铁物流发展起步晚、速度快，现处在钢材交易市场等传统业态与加工配送中心等现代物流业态共存阶段，主要有以下特点：

1、传统钢铁交易市场大量存在。初步估测，我省约有2000多家钢材贸易流通企业，几乎每个省辖市周边都有一个或多个钢材交易市场，仅郑州市周边就有10多家。2008年，全省限额以上批发零售企业钢材销售总量399.2万吨。

2、先进业态的钢铁物流企业迅速发展。目前，中储郑州公司、华丰钢铁、郑州市金属公司等企业迅速向现代钢铁物流企业转型，积极与上游生产企业、下游制造企业建立战略合作关系，在郑州、洛阳、新乡、安阳、南阳等重点用钢地建设加工配送中心，大力发展加工、配送、金融等增值业务。

3、钢铁生产企业以自营物流为主。直销、代理分销为我省钢铁生产企业的主要销售模式。大部分生产企业还未成立专业的钢铁物流企业或外包钢材加工配送等物流业务。

## （二）发展优势

1、**钢铁产业基础良好。**随着生产要素的集聚和产业结构的调整优化，我省钢铁产业已初步形成“一区（安阳钢铁产业集聚区）五点（舞钢、济钢、南阳龙成、信钢、永通特钢）”的产业布局。到 2015 年，我省钢铁产品的省内市场占有率有望达到 80%以上。这为钢铁物流发展提供了强有力的产业支撑。

2、**汽车、装备制造、建筑等重点用钢产业发展潜力巨大。**我省正处于工业化中期阶段，郑州百万辆汽车制造基地建设加快，装备制造业将以年均 20%以上的速度增长，城镇化进程加快促使建筑业迅速发展，机械装备用钢、建筑用钢和汽车板材需求将快速上升，这为钢铁物流发展提供了巨大的市场空间。

3、**交通网络完善。**我省十字型铁路客运专线建成后，将释放京广、陇海铁路 30%~40%的货运能力，缓解钢材干线运输瓶颈。我省公路网络发达，有利于钢材加工配送中心为辐射区域内客户提供高效便捷的物流配送服务。

4、**城市规划助推。**目前，传统的钢材交易市场由于城市规划调整，大多面临退城进区的问题，这为业态升级、资源整合提供了难得机遇。

## （三）存在问题

目前，我省钢铁物流发展相对落后，不能达到与汽车、

装备制造等产业联动发展的要求，主要表现在：一是社会化程度不高。钢铁企业仍未完全摆脱“大而全”、“小而全”的思想束缚，对拓展增值服务、剥离外包物流业务或成立第三方物流企业等重视不够。二是钢铁物流业态落后。传统钢材交易市场仍占主导地位，现代化、多功能的钢材加工配送中心建设规模、发展速度尚不能满足社会需求，导致钢铁物流需求释放速度较慢。三是钢铁物流与制造业的联动发展还未得到广泛实施。钢铁生产领域外的销售、运输、加工、配送、仓储等物流环节还没有与上下游企业采购、生产形成有效对接和协调。

#### （四）初步判断

结合钢铁物流发展特点、发展趋势和我省相关产业的实际情况，对我省发展钢铁物流的基本判断如下：

1、发展钢铁物流是促进汽车、装备制造等战略支撑产业发展的重要条件之一，是促进物流业与制造业联动发展的重要突破口，应作为我省物流业的重点行业加快发展。

2、钢铁物流的发展布局应与汽车、装备制造业布局一致，同时统筹考虑钢材加工配送中心的规模经济、合理配送距离，尽快完善物流节点网络。

3、在钢铁物流发展模式上应引导生产企业延伸产业链条，改造提升传统钢铁物流模式，支持专业钢铁物流企业做大做强，抢占发展先机。

4、传统钢材交易市场业态提升和生产企业创新服务势在必行。随着全国钢铁产能迅速扩张，钢铁流通由卖方市场转变为买方市场，流通企业和生产企业只有依靠产品和服务的差异化、定制化，才能在竞争中立于不败之地。

### 三、发展思路、目标及布局

#### （一）发展思路

充分发挥我省比较优势，围绕业态升级、配套服务、细化分工、联动发展的总体要求，加快钢材加工配送中心建设，改造升级钢材交易市场，引导钢铁生产企业创新销售模式、拓展增值业务，打造物流业与制造业、建筑业合作联动平台，为建设全国重要的汽车制造基地、实现由工业大省向装备制造业强省跨越提供有力支撑。

——结合城市规划调整，改造升级传统业态。科学规划、合理布局，引导传统钢材交易市场退城进区，按照钢铁物流发展理念与模式，建设新型钢材加工配送中心。

——剥离外包物流业务，拓展延伸产业链条。引导钢铁生产企业对内优化物流流程，对外延伸产业链条，成立专业物流公司或与社会第三方钢铁物流企业战略合作，建立一体化钢铁供应链。

——提升物流中心功能，完善节点网络体系。支持加工配送中心升级冲压、套裁、激光拼焊等流通加工设备，搭建电子商务平台，拓展抵押、贴现、保险等物流金融业务。

——加强企业战略合作，力推两业联动发展。鼓励钢铁

物流企业与制造企业建立合作关系，在重点用钢区或客户附近，针对客户需求建设钢材加工配送中心，为客户提供物流解决方案。

## （二）发展目标

——到 2012 年，建成一批规模化、专业化、现代化的钢铁物流中心，基本形成钢铁物流业与制造业联动发展格局。

——到 2015 年，各配送中心的加工精度、加工规模进一步提升，将郑州发展成为高端板材、型材、钢构件加工配送中心，培育 3~5 家网络节点完善、功能设施齐全、具有较强竞争力的大型钢铁物流企业。

## （三）发展布局

充分考虑钢铁产业“一区五点”、装备制造业“两谷（中原电气谷、洛阳动力谷）四基地（郑州、新乡、安阳、南阳）”和郑州百万辆汽车制造中心的布局，强化物流业与制造业联动发展，加快钢铁物流资源整合与业态提升，重点建设郑州钢铁物流中心和洛阳、新乡、安阳、南阳、许昌钢铁物流基地。

——郑州钢铁物流园区。以服务日产、海马、宇通、恒天等汽车制造企业为目标，加快发展以高端板材为重点的钢材加工配送中心，逐步提升交易、仓储、加工、配送、分拨、信息服务和物流金融等功能。

——五大钢铁物流基地。洛阳基地以服务洛阳动力谷农

用机具、工程机械、发电装备等制造企业为目标，新乡基地以服务起重、振动、制冷、石化等设备制造企业为目标，安阳基地以服务数控机床、煤炭机械、锻压等设备制造企业为目标，南阳基地以服务电机、石油、冶金等设备制造企业为目标，许昌基地以服务中原电气谷许继、平高、奔马等装备制造、农用汽车生产企业为目标，加快发展各具特色的钢材加工配送中心。

#### 四、主要任务

##### （一）加快钢材加工配送中心建设

加快物流资源整合，引导物流企业集聚发展，构建以郑州为中心，以洛阳、新乡、安阳、南阳、许昌 5 个钢铁物流基地为支撑的钢铁物流节点网络，将多环节、多层次的钢铁流通优化为干线运输和加工配送两个层次，提高物流服务水平，强化对汽车、装备制造、建筑业的支撑。

1、**郑州钢铁物流园区建设。**依托郑州百万辆汽车制造基地和郑汴零部件产业集群，在郑州国际物流区内规划建设大型钢铁物流园区，加快标准厂房、铁路专用线等基础设施建设，打造电子商务平台，逐步完善钢材交易、仓储、剪切加工、配送运输、物流金融、信息服务、中转分拨等功能，吸引国内外钢铁物流企业集聚发展。

2、**钢铁物流基地建设。**依托中信重机、一拖集团等农用机具、工程机械制造企业，在洛阳建设热轧板、型材为重

点的钢材加工配送中心；依托起重、振动等设备制造企业，在新乡建设以中厚板为重点的加工配送中心；依托安钢集团和数控机床、煤炭机械等制造企业，在安阳建设板材、棒材为重点的加工配送中心；依托电机、石油、冶金设备等制造企业，在南阳建设以中厚板、管材为重点的加工配送中心；依托许继、森源、奔马等制造企业，在许昌建设以热轧板为重点的加工配送中心；在各中小城市，引导钢材交易市场改造升级，建设以建筑钢材为重点的加工配送中心。

## **（二）推进钢铁物流业与制造业联动发展**

根据各地优势产业，加快建设一批特色钢材加工配送中心，强化对汽车、装备制造、建筑等产业的支撑。

**1、与汽车产业联动发展。**依托郑州钢铁物流园区，支持钢铁物流企业与海马、宇通、日产、少林、奇瑞等汽车制造企业合作，根据整车和汽车零部件制造企业的需求，大力发展冷卷板、热卷板、镀锌板、不锈钢板等车用板材和特殊钢材的加工配送，变钢铁原材料为汽车结构部件，增强对汽车产业的配套服务能力。

**2、与装备制造业联动发展。**重点围绕宇通、洛阳机车等重点工程机械企业，新乡卫华等起重机械企业，许继、洛轴、森源电气等风电装备企业，中信重工、郑煤机、开封空分等成套设备企业的需求，大力发展冷轧板、工字钢、槽钢、角钢等板材、型材的加工配送，提高产品成材率，降低制造

企业采购成本，推动装备制造业升级。

**3、与建筑业联动发展。**结合各地传统钢材交易市场改造，重点加快发展线材、型材的流通加工和统一配送。积极发展大型和超大型钢构件的加工配送，满足大型厂房、民居、商务楼等建筑钢构件的需要。

### **（三）引导钢铁生产企业拓展产业链条**

引导钢铁生产企业转变发展理念和发展方式，延伸产业链条，实现从“原材料”生产供应商向“零部件”生产供应商转变，从以钢材市场为中心向以下游用户为中心转变，最终实现从钢铁生产企业向生产流通集团转变。

**1、支持钢铁生产企业创新销售模式。**鼓励产品结构单一、实力较弱的生产企业，加强与专业钢铁物流企业战略合作，将产品销售及加工配送服务外包。鼓励安钢等实力雄厚的钢铁生产企业按照分工协作的原则，打破部门间条块管理界限，重组优化物流流程，剥离物流业务和资产，组建独立运作、独立核算、以加工配送为特色的第三方钢铁物流企业，承担本企业产品销售、加工、配送等物流业务；在重要客户周边自建或合资建设加工配送中心，根据市场需求对产品进行加工，以差异化产品、定制化服务开拓市场。

**2、积极构建一体化供应链。**在供应链上游，鼓励生产企业走出去，与国内外矿业、航运、港口企业合作，共同开采铁矿，保障生产原材料供应。在供应链下游，重视与终端

用户企业建立战略伙伴关系，通过自建或与专业物流企业合资建设加工配送中心，为客户提供各种增值服务，变单个企业的竞争为整个供应链的竞争。

#### **（四）提升改造传统钢材交易市场**

加快推动传统钢材批发市场改造升级，构建现货市场与虚拟市场互相促进的现代化、规范化、集约化市场。

**1、推动传统钢材交易市场搬迁改造。**按照统一科学规划、集约节约利用土地的原则，推动传统钢材批发交易市场退城入区，对钢材批发市场的位置、规模、功能进行合理化调整。加快推动钢材交易市场向钢铁物流园区转变，提升市场交易功能和物流集散功能。

**2、提高经营商户组织化程度和管理水平。**支持龙头商户加快成长，不断提高经营管理水平。适时推动传统市场股份制改造，解决好投资者、管理者与经营者之间的利益关系，把租赁形式逐步转变为参股形式，使投资者、管理者、经营者利益融为一体，合力将市场发展壮大。

**3、积极引入新型交易方式。**引进竞价拍卖、展览贸易、电子商务、远期合约交易等新型交易方式，推动传统钢材批发市场由零散式、非标准交易向规范化、电子化、标准化交易转变，实现由传统交易方式向现代交易方式过渡。

#### **（五）支持第三方钢铁物流企业发展**

通过拓展完善网络、延伸服务、壮大规模等途径，引进培育一批具有较强竞争力和配套服务能力的钢铁物流企业。

1、支持钢铁物流企业兼并重组。加大政策支持力度，鼓励钢铁物流企业通过参股、控股、兼并、合资等多种形式进行资产重组，提高分销、交易、金融、信息、会展等服务功能，构建配套服务齐全、具有较强拓展性的新型钢铁供应链条，培育一批服务水平高、网络分布广、竞争能力强的大型钢铁贸易物流集团。

2、强化与钢铁生产企业间的战略合作关系。支持钢铁物流企业与宝钢、安钢、舞钢、太钢等生产企业组成战略联盟，建立风险共担、利益共享的新型合作关系，形成利益共同体。

3、培育大型钢铁物流企业。支持华丰钢铁等龙头物流企业在完善本省物流节点网络的基础上，加快在华东、华北、华南等钢铁主产地或主销地建设钢材加工配送中心，并通过合资合作、兼并控股等多种方式，逐步建立覆盖全国的钢铁分销、加工、配送网络，努力发展成为具有较强竞争力的钢铁物流企业。

#### （六）提升钢材加工配送中心功能

支持钢材物流中心由简单的钢材交易、仓储、剪切加工向中转分拨、物流配送、物流金融、信息服务等多功能、一体化物流中心发展。

在交易方面，打造电子商务平台，实现远程定购、网上交易和电子支付，促进业态升级，扩大辐射范围。在仓储方面，

将传统仓库向现代钢铁物流仓储中心转变，对出入库的钢材进行信息化、条码化管理。在钢材加工方面，购置加工精度高、加工规模大的高精尖加工设备，全面拓展开平、冲压、酸洗、剪切、彩涂、覆膜、镀锌等功能，促进加工配送中心向多功能、精细化方向发展。在配送运输方面，积极与运输企业结盟，通过电子商务平台实现统筹安排，向客户提供低成本的综合货运方案。在物流金融方面，加强与金融机构合作，积极发展仓单质押、保兑仓、远期合约交易等物流金融业务，共同提升融资、贴现、保险等物流金融功能，加快资金流转速度，帮助客户企业解决融资难的问题。

## 第六章 汽车物流

汽车物流是指零部件、整车等在汽车生产、流通各环节的流动过程。大力发展汽车物流，对于促进我省汽车产业跨越发展，满足日益旺盛的汽车消费需求具有重大意义。

### 一、行业发展形势分析

#### （一）国际汽车物流发展形势

1、汽车产业转移带动新兴经济体国家汽车物流业务扩张。随着“金砖四国”为首的新兴经济体国家经济快速发展，日、美、欧汽车厂商纷纷在海外建立独资、合资生产企业，整车生产及零部件制造和组装环节加速向要素成本较低、市场潜力巨大的中国、印度、俄罗斯和中东欧等地区转移，带动新兴经济体汽车物流业快速发展。

2、汽车制造业供应链全球化推动新兴制造业大国汽车物流快速发展。汽车跨国公司全球采购零部件以降低成本，发展中国家成为汽车零部件采购集中地，大量零部件出口到跨国公司生产企业所在国，促进了汽车物流发展。我国2008年上半年汽车零部件出口总额达到154亿美元，同比增长19%以上，比2002年增长近20倍。据预测，从亚洲到欧洲和美洲的汽车零部件出口物流业务将以年均10.5%左右的速度增长。

3、汽车第三方物流成为主导，形成了大量专业汽车物流公司。随着国际汽车产业竞争日益激烈，国际知名汽车生

产巨头纷纷将非核心的物流业务外包，欧美发达国家80%以上的汽车制造商将支撑汽车生产、销售和服务的物流配送业务剥离出来，外包给专业化、规模化的第三方物流企业，形成了大众运输公司、通用汽车公司、沃尔沃物流公司、天地物流公司等一批专业的汽车物流公司。

4、**汽车物流形式多样化。**汽车物流具有汽车进出口整车拆分物流、汽车零部件批量物流、汽车零部件总成物流、新车、二手车整车物流、汽车整车及零部件回收逆向物流等多种形式。

5、**废旧汽车拆解、零部件回收利用等逆向物流快速发展。**发达国家汽车零部件的回收再利用率已达95%以上。

## **（二）国内汽车物流发展形势**

1、**汽车物流市场潜力巨大。**进入 21 世纪，我国经济快速增长，汽车消费迅速增加，特别是汽车下乡政策的实施，带动汽车物流市场规模迅速扩张。2008 年我国汽车产量达到 934.5 万辆，超过美国成为第二大汽车生产国。2009 年汽车销售量达到 1300 万辆，超越美国成为全球第一大汽车消费国。我国汽车产业在全球汽车供应链体系中具有举足轻重的地位，快速发展的汽车生产和消费市场将为汽车物流业带来广阔发展空间。

2、**国内汽车大企业重新布局生产基地带来发展汽车物流的新机遇。**随着我国汽车消费的迅猛增长，国内大型汽车生产企业开始在汽车消费密集区域布局新的生产线。例如，

上汽集团在柳州、烟台、青岛布局零部件、微型车生产线，广汽集团在长沙、萧山布局乘用车生产线，海马、奇瑞在河南布局发动机、微型车生产线，为当地带来新的汽车物流发展空间。

**3、新能源汽车的发展为汽车物流提供了新的空间。**以混合动力汽车、纯电动汽车等为代表的新能源汽车的发展，将带来新的汽车耗材及零部件物流种类，如新型燃料、电池、电机、充电机、电源管理系统等，为汽车物流带来了新的发展机遇。

**4、汽车物流市场呈现多元化竞争格局。**蓬勃发展的汽车及零部件产业，吸引了大批海内外物流企业进入，商捷富凯、BLG 集团等大型跨国汽车物流服务商纷纷抢滩中国，组建合资公司，进军国内整车物流市场。上海安吉天地、重庆长安民生、吉林长久、北京福田等一批龙头专业汽车物流企业迅速发展壮大。中远、中海、中邮、中铁等大型综合物流企业也向汽车物流领域拓展业务。

**5、汽车物流供应链不断完善。**形成了以整车物流为主，同时向零部件供应和售后物流、废旧汽车回收物流等方向延伸的全新格局。先进物流技术的应用使零部件的供应、客户订购车辆、产品交付客户、售后服务和逆向物流各环节运行效率显著提高。

### **（三）主要汽车物流模式**

#### **1、国外汽车物流模式**

西方汽车工业经历一百多年的发展 ,主要形成了以美国、日本和欧洲为代表的三种汽车物流模式。

——美国高度协作的汽车物流外包模式。美国通用、福特分别向 37 家和 27 家第三方物流企业外包物流业务 ,通过与第三方物流服务公司建立密切协作的合作关系 ,共同制定物流解决方案 ,建立零部件采购联盟。

——日本强化自身控制的汽车物流模式。丰田、本田、日产等日本汽车厂商以客户需求为中心 ,强化对汽车物流公司的控制管理 ,服务于多品种、小批量、高质量的精益生产 ,形成了自成体系的汽车物流模式。

——以交易信息平台、电子商务为核心的欧洲汽车物流模式。奔驰、大众、宝马等欧洲汽车厂商建立自己的信息公共平台 ,零部件供应商、第三物流商、汽车经销商和其他相关厂商由该平台获取所需数据与信息 ,推动汽车产业链上下游物流发展。

## 2、国内汽车物流模式

——汽车物流外包模式。由专业化、社会化的物流配送中心为汽车企业提供物流配送服务。包括两类：一类是合同配送 ,这是使用最广泛的配送模式。如安吉天地汽车物流公司为上海大众、上海通用等厂商提供专业化物流服务方案。另一类是公用配送 ,主要是一些基础设施服务提供商面向所有企业提供物流服务 ,如上海国际汽车物流(码头)有限公司。

——合建汽车物流配送系统模式。即若干汽车企业基于共同的物流需求 ,利用各企业现有资源 ,联合创建配送中心

的组织模式。如中、美多家公司合资组建的重庆长安民生物流有限公司，为长安、福特、铃木等重点客户提供汽车及零部件物流配送服务。

——自建汽车物流配送系统模式。选择自营配送模式的企业一般自身具有一定规模的物流需求，可独立支撑配送中心的运行。例如，上汽集团、奇瑞自建物流公司为自身提供全方位的汽车物流服务。

由于各汽车及零部件生产商的规模实力不同，所专注的核心竞争力不同，未来我国汽车物流仍将呈现外包、自建、合建等多种模式。

## 二、我省汽车物流发展的基本判断

### （一）发展现状

1、汽车生产消费物流快速增长。2008年全省整车、改装车产量为14.3万辆，汽车产业销售收入达到877.1亿元，比2005年增长194.53%，占全国的4.7%。我省公路客车、高档皮卡和专用半挂车的市场占有率居同行业首位。我省汽车保有量和消费量占到全国的5%左右，居中部之首。2008年全省汽车消费量45.7万辆，其中轿车消费量占汽车消费总量的88%。快速发展的汽车产业、不断增长的汽车消费需求推动我省汽车物流迅猛发展。

2、汽车零部件物流蓬勃发展。2008年我省汽车零部件产业销售收入达到471.5亿元，近五年年均增长50%。我省转向器总成、减振器总成、传动轴总成等零部件产量居全国前

列。郑州是全国五大汽车维修市场之一，2008年汽车维修市场营业收入265亿元，占全国的10%。

3、二手车物流发展迅速。2008年全省二手车交易量为17.3万辆，其中郑州市4.2万辆，占全省的24%；与周边6个省会城市相比，郑州市拥有10个二手车交易市场，数量最多，促进了二手车物流快速发展。

4、废旧汽车回收逆向物流发展势头良好。2008年我省报废汽车回收数量2.7万辆，其中郑州5314辆，高于周边武汉、太原、济南、合肥等城市。

5、汽车物流行业呈现多元化竞争格局。嘉里大通、安吉天地、长安民生等知名汽车物流专营商纷纷进驻我省，新运千山、洛阳二运、许昌万里等本土物流企业的汽车物流业务迅速扩展。

## （二）存在问题

一是目前汽车产业发展规模尤其是整车规模相对较小，仅居全国第20位；汽车零部件产业集中度低，产品附加值不高。二是现行汽车销售代理商制度以生产厂家直接到销售门店的“点对点”运输为主，制约了我省区位优势优势的发挥。三是我省汽车物流企业主要以运输、仓储等传统物流业务为主，高附加值、高技术含量的一体化配送、物流信息服务等业务开展不够。四是缺乏高层次的专业汽车物流园区，汽车销售、二手车市场和汽配市场布局分散、运营管理不规范。

## （三）初步判断

1、随着郑州百万辆汽车基地核心区建设的推进，我省

汽车整车生产规模将得到快速提升，众多汽车零部件配套企业将在郑汴新区集聚发展，必将推动整车省内外分拨物流和汽车零部件省内外生产供应物流高速发展。

2、依据国际经验，我省汽车消费将进入一个人均 GDP 3000 美元后年均增速 20%、持续 15 年左右的高速发展阶段，汽车维修市场也将保持高速发展，因此将促进汽车 4S 店、零部件市场和二手车交易市场快速发展，推动整车、售后维修零部件、汽车装饰品等物流增长。

3、结合我省汽车产业和汽车消费发展趋势，可以判断我省发展汽车及零部件物流的空间巨大，应作为物流业的重点行业加快发展。

### 三、发展思路、目标及布局

#### （一）发展思路

紧紧抓住我省汽车产业和汽车消费快速发展的良好机遇，围绕郑州百万辆汽车基地核心区和零部件生产基地建设，着力推动汽车制造和物流的联动发展，促进汽车及零部件生产物流快速增长；优化布局和升级改造汽车及零部件交易物流设施，促进汽车消费和维修物流市场高速增长；引进和培育专业化汽车物流企业，积极推进汽车逆向物流，大力发展汽车会展业，提升我省汽车物流竞争力；把郑州建成我国重要的汽车及零部件生产、贸易、分拨及配送物流中心。

——强化骨干汽车生产企业在供应链中的核心地位，完

善零部件物流供应体系和整车物流分销体系，提升汽车产业核心竞争力。支持我省汽车零部件生产企业集聚发展，扩大市场覆盖范围，提升面向省内外的零部件供应物流能力。

——推动汽车4S店、零部件市场、二手车市场优化布局和升级改造，建设郑州汽车综合物流园区，大力发展汽车会展业，推动整车、售后维修零部件、汽车装饰品等汽车消费物流高速发展。

——引进和培育专业汽车物流企业，提升物流服务能力，布局全国物流营销网络，实现规模化发展。

——倡导环保消费观念，打造许昌汽车回收和再利用基地，推动报废汽车逆向物流良性发展。

## （二）发展目标

——到2012年，全省整车生产产量达到100万辆，其中新能源汽车产量2万辆，汽车销量达到80万辆，二手车交易量达到40万辆，汽车品牌4S店达到1200家。现有二手车市场、零部件交易市场完成改造升级和布局优化，推动汽车消费物流快速发展。郑州的汽车及零部件生产、交易、分拨及配送功能显著提升。

——到2015年，全省整车生产能力达到120万辆，其中新能源汽车产量5万辆，汽车销量达到100万辆，二手车交易量达到70万辆，汽车品牌4S店达到1500家。建成郑州汽车综合物流园区，初步形成汽车及零部件物流全国分拨配送网络。引进培育5~10家现代汽车物流企业，汽车物流专业化服

务能力显著提高。郑州的汽车及零部件生产、交易、分拨及配送物流中心地位初步确立。

——到2020年，郑州发展成为我国重要的汽车及零部件生产、贸易、分拨及配送物流中心。

### **（三）发展布局**

依托交通区位、产业和消费市场优势，形成“以郑州为中心，生产物流集聚发展，消费物流网络完善”的汽车物流布局。

汽车生产物流方面，围绕郑州百万辆汽车基地建设，引导零部件配套企业 and 专业汽车物流企业在郑州集聚发展，大力发展外包、自建、合建汽车物流，为海马、奇瑞、宇通、郑州日产、郑飞、金龙铜管等主要企业和大量汽车零部件配套企业提供汽车及零部件省内外分拨配送物流服务；依托我省郑州、焦作、新乡等零部件生产基地，建设面向整车生产厂家、售后市场和国际市场的零部件配送网络，发展零部件的生产供应物流。消费物流方面，以郑州为中心、汽车消费大市为节点，建设覆盖全省的消费物流配送网络。在郑州国际物流区内建立大型汽车综合物流区；在郑州、洛阳等汽车消费大市完善和新建一批4S店，推动零部件市场、二手车市场升级改造，形成完善的整车和零部件维修、交易配送网络；推动许昌建设汽车回收基地。

## **四、主要任务**

### **（一）着力发展汽车及零部件生产物流**

一是围绕郑州百万辆汽车基地核心区建设，支持海马、奇瑞、天汽、宇通、日产等整车生产企业，强化在供应链中的核心主导作用，提升零部件采购、进货运输、库存管理和供应管理等功能，完善零部件供应物流体系和整车分销物流体系，建立与上下游供应商、分销商间的战略联盟，逐步构建一体化供应链，实现供应物流、生产物流和销售物流有机结合。二是支持我省汽车零部件生产企业迎合整车生产企业需求变化，强化自主创新能力，改善产品结构，扩大市场覆盖范围，增强面向国内外的零部件供应物流能力。三是支持嘉里大通、安吉天地等物流企业提供整车物流、零部件物流以及售后物流等全方位物流服务，实现汽车制造业与物流业相互融合、联动发展。

## **（二）培育和引进专业化汽车物流企业**

一是支持河南裕华等龙头物流企业利用自身优势，拉长产业链条，向整车和零部件配送等领域延伸。二是推动我省汽车经销物流企业走出去，在全国主要城市布局，实现网络化经营。三是积极引进战略投资者，吸引重庆嘉川、中信物流、安达集团等国内外知名汽车物流企业驻豫发展，通过合资合作、设立分支机构等方式，拓展汽车物流业务。四是支持汽车物流企业优化业务流程，提升运输车辆、装卸机械等物流设备的标准化、系列化、规范化水平；推动汽车物流企业信息化改造，建设数据信息和交易平台，积极参与汽车生产企业供应链管理。

## **（三）加快汽车交易物流设施建设**

一是加快郑州汽车综合交易物流园区建设。规划建设郑州汽车综合物流园区，吸引4S店、零部件代理商、维修服务商、专业物流企业、金融机构、中介机构等入驻，完善服务功能，提高集聚水平，增强辐射能力，打造全国知名的汽车交易物流园区。二是推动郑州北环汽配大世界、郑州微配大世界、洛阳林安汽车城、焦作汽配城等传统汽配市场的改造和升级，完善零部件交易、仓储、配送、展示等功能，吸引国内外零部件生产企业和代理商入驻。三是规范二手车交易市场。适应汽车消费需求，加快郑州旧机动车交易中心等市场升级改造步伐，完善市场功能，加强市场监管，规范交易行为，推动二手车市场健康快速发展。

#### **（四）推动不同汽车物流方式的有效衔接**

一是依托现有铁路、公路、货站等交通基础设施，在郑州国际物流区建设汽车物流多式联运中转场地、完善设施设备，推动铁路、公路等多种运输方式的有效衔接，提高汽车物流运输效率。二是积极发展铁路汽车物流。支持中铁特货公司完善铁路配送网络，建设汽车物流仓储集散地，建立联结物流企业、储运中心、制造厂家的物流信息网络体系，发展高效率的铁路汽车物流。

#### **（五）积极推进汽车逆向物流**

一是开展报废汽车零部件回收再利用试点。围绕废旧汽车回收拆解、零部件再制造、零部件再利用、废弃处理等四个环节，支持河南省中联再生资源公司、许昌金回物贸集团

公司等企业开展废旧汽车回收和再利用，将许昌打造成为区域性废旧汽车回收和再利用基地。二是加大政策和资金扶持力度，支持废旧汽车回收拆解、零部件加工再利用、废钢粉碎处理等技术升级。三是倡导环保消费观念，充分利用舆论、媒体等多种方式加强绿色环保意识，促进报废汽车逆向物流的良性发展。

### **（六）大力发展汽车会展业**

借助郑州区域会展中心地位，大力发展汽车会展业，搭建汽车展示、交易、信息交流平台，提高我省汽车产业知名度。积极举办中国（郑州）国际汽车博览会等高水平的汽车博览交易会，吸引海内外整车及零部件、汽车用品、汽车装饰美容、车贷银行等相关企业参展，推动汽车物流业发展。

## 第七章 家电物流

家电行业作为我国市场化程度较高的行业，无论在制造环节还是在物流环节，与发达国家的市场运行模式都比较接近，家电物流业发展水平处于物流行业前列。随着我国中西部地区家电市场需求快速增长，河南发展家电物流潜力巨大。

### 一、行业发展形势分析

#### （一）国内发展形势

随着家电行业发展和消费升级，未来我国家电物流业呈以下发展趋势和特点：

#### 1、家电物流由东南向中西部流动的趋势在短期内不会改变

目前，我国家电生产基地主要集中在环渤海地区的青岛、北京、天津，长三角地区的上海、苏州、无锡、宁波，珠三角地区的顺德、珠海、中山、深圳，以及近年来兴起的安徽合肥等地。这些地区家电产品种类齐全，为综合型家电生产基地。四川绵阳、福建厦门、河南新乡分别以电视机、冰箱等产品为主导，为单一型家电生产基地。随着人们生活水平的提高，家电产品消费普及化程度日益提高。2008 年我国城镇居民家庭平均每百户洗衣机、电冰箱、彩电、空调拥有量分别达到 94.65 台、93.63 台、132.89 台、100.28 台；农村居民家庭平均每百户洗衣机、电冰箱、彩电、空调拥有量

分别达到 49.11 台、30.19 台、99.22 和 9.82 台。我国家电生产基地相对集中在东南沿海地区，而家电消费呈全国性分布，由东南向中西部地区产生巨大的家电物流。尽管近年来东南沿海地区劳动力生产成本不断上升，家电产业有向中西部地区转移的趋势，但短期内家电物流的流向不会改变。

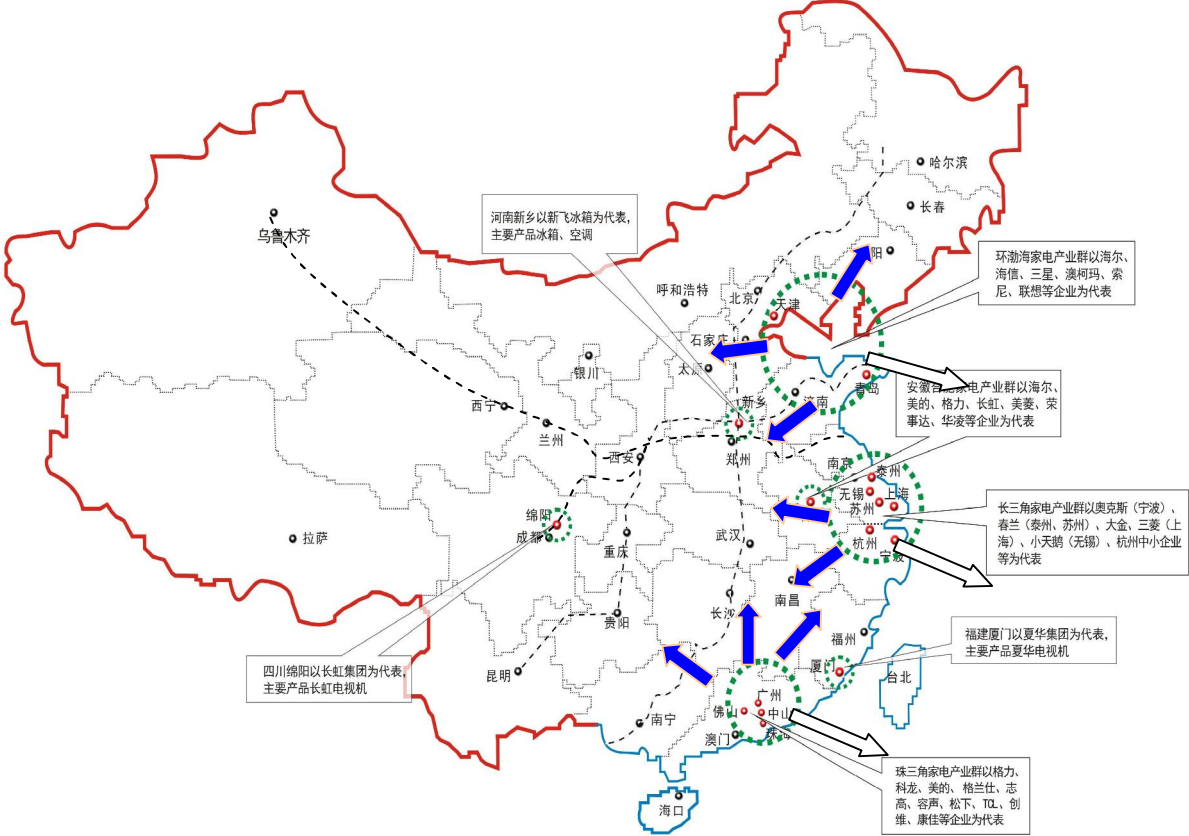


图 7-1 我国家电产业分布与物流流向图

## 2、农村家电市场快速增长使家电物流配送覆盖范围不断扩大

随着我国大力推动“家电下乡”，农村市场快速增长，家电销售由区域性中心城市市场逐渐向三、四级市场扩张。目前，我国农村家庭家电普及程度仅相当于城市 20 世纪 80 年代末的水平，平均每百户洗衣机、彩电、电冰箱、空调、手机等拥有量分别仅为城市的 51.9%、74.7%、32.2%、9.8%和

55.9%。我国农村有 1.9 亿多个家庭，占全国家庭总量的一半以上，在城市家电市场日益饱和的状态下，三、四线城市和我国农村家用电器市场成长空间仍很广阔。近年来城市家电消费年均增长率保持在 5%左右，而农村为 15%~20%。这就要求家电物流企业重新调整物流布局，建立区域分拨中心，扩大农村辐射范围，满足农村市场需求。

### **3、家电物流形式多样化、物流服务复杂化**

近年来，我国家电流通业态发生了快速变化，国美、苏宁等家电连锁零售巨头、原有批发市场、百货商场、专卖店、电子商务等多种业态形成了共存局面，使家电物流格局发生相应变化。和传统家电批发零售商相比，家电连锁零售企业凭借先进的业态，取得了快速发展。截至 2009 年 6 月，国美全国门店数为 779 家、苏宁 847 家、五星（百思买）170 家，占据了国内一、二级市场 80%的份额。家电网络销售快速发展，美国家电网上零售规模占整体家电零售规模的 6%，日本为 5%，德国为 10%，韩国高达 12%，而中国只有 1%，但发展迅速。世纪电器网 2007 年 2 月开始在网站上卖平板电视，全年销售额只有几百万元，2008 年达到 1 亿元，2009 年预计达到 3 亿元；家电网上商城——“京东商城” 2004-2008 年零售额年均保持 2 倍以上的增长，由 1000 万元成长到 14 亿元。多元化的销售业态需要不同的物流服务，导致产品流向、流量的复杂化，家电物流开始向精细、高效、专业化方向发展。

### **4、家电第三方物流由传统的销售物流向更高层次的整个供应链物流转变**

我国已成为全球家电制造中心,家电行业在制造成本上有一定优势,但较高的流通成本严重影响了家电行业的盈利。在当今原材料挖潜将近枯竭的情况下,众多家电企业都转向另一个利润源泉——物流领域的竞争。随着家电行业竞争进一步加剧,更多家电企业开始借助第三方物流企业整合家电产业供应链,从供应链管理的角度来实施物流运作,破除现有格局,建立集采购、销售、储运一体化的综合物流配送体系,实现更高层次的物流外包,以降低物流总费用,增强市场竞争力。

#### **5、信息技术在家电物流中得到越来越广泛的应用**

家电产品具有季节性明显、时效性强、对库存管理要求高等特点,为准确预测客户需求、加快存货周转、避免呆滞存货,进而提高市场反应速度,要求家电物流企业信息系统具有更高的开放性和反应能力,与客户的供应链系统衔接和整合,实现业务协同。美的、春兰等纷纷实施了 SCM 管理,长虹实施了新的 R3 系统,康佳要求物流商提供扫描读卡服务等。截至 2006 年,我国家电行业库存管理信息化技术应用达到 70%。家电行业信息化水平的提高,促使家电物流企业必须加快信息化进程,应用现代信息技术优化供应链管理,采用智能技术、条码技术、自动识别技术、空间定位技术、自动化控制技术等提升物流信息化水平,保证货物运送的准时性和用户需求响应的及时性,实施货物与车辆跟踪,提高交货的可靠性以及各部门的协同性。

#### **(二) 先进业态模式**

目前,国内家电物流业主要形成了以下模式:以海尔、格力为代表的生产企业自营模式,以安德为代表的剥离并组

建第三方物流模式，以安泰达为代表的多个家电企业与大型物流企业共组家电物流平台模式，以长虹为代表的“自营 + 外包”模式，以伊莱克斯等外资企业为代表的全面外包模式，以国美等连锁零售企业为代表的“外包+区域集中配送”模式。

表 7-1 目前我国家电物流的主要业态模式

| 物流模式             | 代表企业  | 特点及成效                                                                                                                                                                                                              |
|------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 生产企业自营物流         | 海尔、格力 | 1999 年，海尔成立了物流推进部，创造了体现现代物流特征的“一流三网”，使海尔物流成为国内自营物流的典范，尤其是在企业内部物流和整合采购资源方面成绩斐然，基本实现了“零库存、零距离、零运营资本”的三无目标。2007 年 11 月，格力高调挺进物流业，将物流业与工业、房地产业一起，并列为集团的三大核心产业，目前格力已经基本完成了包括港口码头、物流园区和高端 VMI 和跨境保税物流等在内的区域性完整物流产业链战略布局。 |
| 剥离物流业务，组建第三方物流公司 | 安德    | 2000 年 1 月，美的集团把物流业务剥离出来，成立了安德物流公司，自己专注产品生产和研发主业，由安德或第三方物流公司为其生产、制造、销售提供专业化、信息化的物流服务。通过安德物流，美的集团运输成本下降了 35%，仓储成本下降了 30%，整体物流成本下降了 30%，每年节省 1 亿多元。                                                                  |
| 与大型物流企业共组家电物流平台  | 安泰达   | 2001 年 7 月，中国远洋物流、科龙电器、小天鹅等五家公司共同投资了安泰达物流。安泰达不同于传统的运输企业，而是专业化的第三方物流供应商，主要通过管理来创造和体现它的价值。安泰达这种有一家专业的物流公司主导，多家家电公司加入的合作模式，十分有利于各方优势互补和资源整合。通过安泰达物流，小天鹅公司年物流费用从原来的 8000 多万元降低到 5000 万元，物流成本降低了 38%，而运输可靠率达到 99.2%。    |
| 自营+外包            | 长虹    | 2005 年 2 月，长虹成立了整合内部物流管理职能的新物流公司，从仓储、运输、信息化三处着手实施物流改革，并加强与国内各第三方物流企业的合作，除了将四川省内业务自营外，将四川以外的物流业务均外包给其它物流公司，实施“省内自营，省外外包”的物流策略。                                                                                      |
| 全面外包             | 伊莱克斯  | 1999 年，伊莱克斯为避免将物流业务交给一家第三方物流公司而受到牵制，公司将其物流业务分别包给了多家物流公司，并让他们之间相互竞争，优胜劣汰，而伊莱克斯只需负责全面统筹。目前，外资家电品牌多采用这种模式。                                                                                                            |
| 外包+区域集中配送        | 国美    | 2002 年 3 月国美物流部成立，调整了国美物流未来发展战略，将各地区的“大库”逐步改造成集仓储管理、配送管理、信息处理和流通加工等功能为一体的现代化的物流配送中心，通过统一采购，全面实施“集中配送”的物流模式，即将所有冰箱、洗衣机、空调、彩电等大件商品和一部分小件商品集中储存在配送中心，所售商品由配送中心集中配送到顾客家中。在每一个地区，国美只设立一个配送中心，由这个地区和所有与之相邻的地区共同使用。       |

## 二、我省家电物流发展的基本判断

我省正处于工业化和城镇化快速发展阶段，随着人们生活水平的不断提高，对家用电器等耐用消费品的需求将进一步增加，为我省发展壮大家电物流业奠定了重要基础。

### （一）发展现状

#### 1、家电物流业形成较大规模

2008年，我省规模以上家电零售和批发企业共销售家电482.96万台（包括洗衣机、电冰箱、空调器、彩电），比2002年增长114.8%。其中洗衣机、电冰箱、空调器、彩电销售量分别为61.33万台、114.81万台、121.74万台和185.08万台，分别比2002年增长21.9%、170.2%、83.1%和182.3%。按照全国家电行业销售量与平均库存比例为1:1.1左右，则2008年我省家电物流业总体规模约为532万台。按照一台家电（空调、洗衣机、冰箱、彩电等大家电）每1000公里平均运输成本约100元，本地仓储、配送和安装成本平均约200元测算，则家电物流总成本约为15.9亿元。

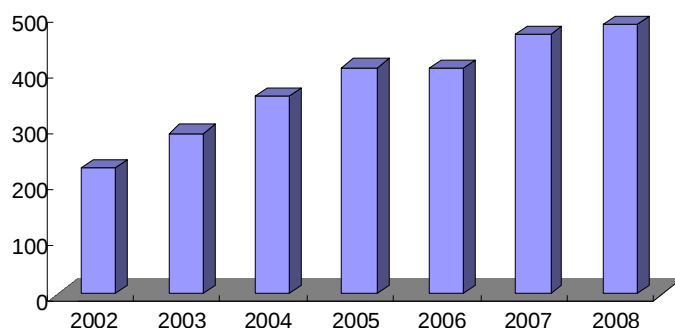


图 7-2 我省规模以上批发零售企业家电销售状况（万台）

#### 2、家电物流网络体系完善、销售业态多元化

目前，我省家电批发零售物流主要集中在郑州，占全省

规模以上批发零售物流量的 52.4%。在我省从事家电销售的主要有家电连锁店、品牌专营店、批发市场、百货商场、大型超市等。家电连锁企业主要有国美、苏宁、五星，大型超市有沃尔玛、家乐福、丹尼斯等，品牌专营店有海尔、格力、美的、TCL 等众多家电知名企业品牌，拥有各类家电批发市场 10 多家，分别位于郑州、洛阳、商丘、安阳、南阳、三门峡等地。从家电销售量看，家电零售连锁店约占全省家电销售的 31.5%，主要面向一二级市场城市市场；家电品牌专营店约占全省家电销售的 41.7%，一二三四级市场全面覆盖，其它业态约占 26.8%，主要针对三四级市场。

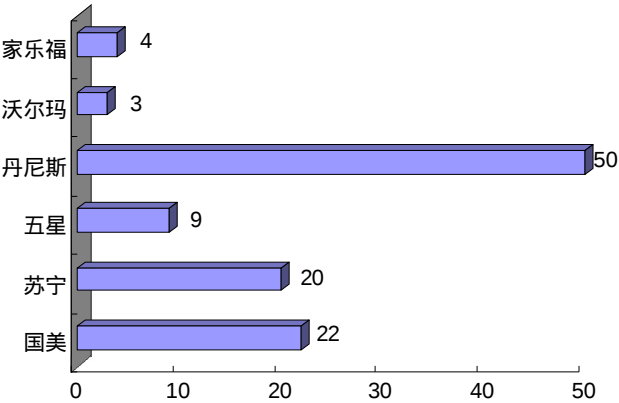


图 7-3 家电零售企业在我省门店数

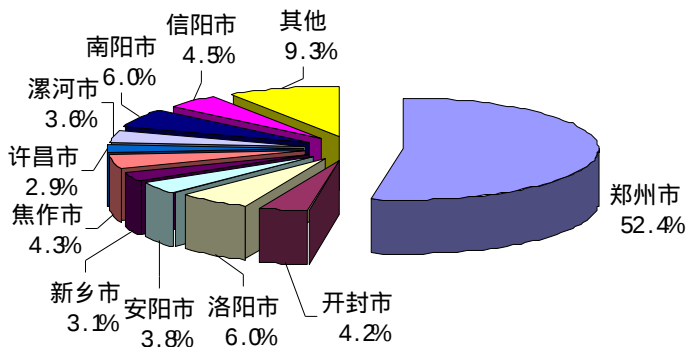


图 7-4 我省各市家电批发零售物流量比重

3、农村家电物流量快速增长

自 2007 年 12 月我国实行“家电下乡”以来，我省农村市场家电物流量快速上升。2009 年 1-9 月份，我省农村市场共销售各类家电 261.0 万台，销售额达到 45.48 亿元，均居全国各省（市、区）第一位。

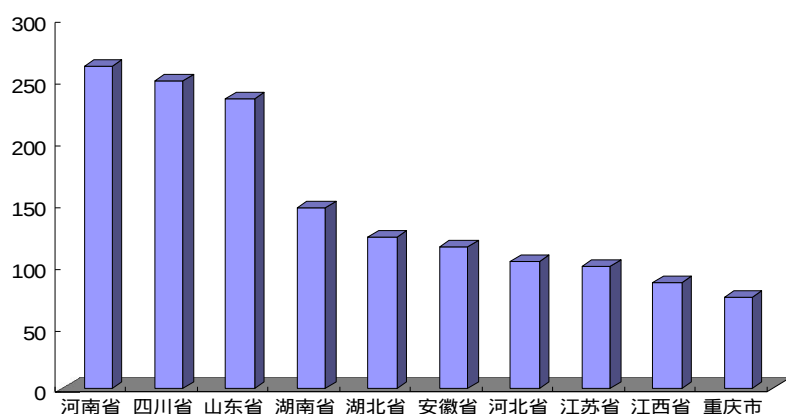


图 7-5 2009 年 1-9 月各省家电下乡销售量前十位 (万台)

表 7-2 我国主要家电物流企业在河南分布

| 企业名称   | 总部所在地 | 全国分公司                   | 主要服务家电品牌                            | 河南配送网点   |
|--------|-------|-------------------------|-------------------------------------|----------|
| 安得物流   | 芜湖    | 济南、合肥、郑州、西安、顺德、北京、天津等   | 美的、TCL、伊莱克斯等                        | 郑州分公司    |
| 海尔物流   | 青岛    | 济南、西安、北京、合肥、重庆等         | 海尔                                  | 无        |
| 宝供物流   | 广州    | 北京、上海、程度、武汉、沈阳、合肥等      | 飞利浦、松下、三星、东芝、LG 等                   | 郑州分公司    |
| 佳怡物流   | 济南    | 秦皇岛、长春、郑州、东莞、深圳、杭州、南京等  | 松下、海尔、LG 电子、TCL、春兰、海信、健力宝、三洋等       | 郑州分公司    |
| 新运千山物流 | 新乡    | 覆盖全国 30 个省、市、自治区        | 新飞电器、春兰、TCL 等等                      | 新乡       |
| 吉泰物流   | 北京    | 济南、徐州、青岛、淄博、哈尔滨等        | 海尔、格力、美的、康佳、长虹、海信、三星等               | 无        |
| 远方物流   | 南京    | 南京、上海北京、合肥、武汉、广州、西安、成都等 | 美的集团、荣事达电器等                         | 无        |
| 南方物流集团 | 广州    | 广州、深圳、无锡、新疆、香港等         | 亚马逊、卡斯特、DHL、松下电器、欧迪办公、中兴、TCL、海尔、长虹等 | 设办事处     |
| 格力物流   | 珠海    | 正在全国布局                  | 格力、松下、三洋、富士通等                       | 格力郑州营销公司 |
| 豫鑫物流   | 郑州    | 河南、陕西、山东、湖北             | 联想、松下、日立、科龙、长虹等，以及苏宁、国美、五星的郑州市域内配送  | 全省       |

#### **4、拥有一批实力较强的家电物流企业**

在 2008 年我国物流 100 强中，涉及到家电产品的物流企业主要有海尔、安得、宝供、吉泰、南方等 10 多家，总部位于河南或在郑州建立分公司的有 5 家，分别是安得、宝供、佳怡、新运、格力。河南豫鑫物流是我国 4A 级物流企业，布局河南、陕西、山东、湖北等省份，主要为联想、松下、日立、科龙、长虹等生产厂家提供配送服务。

### **（二）比较优势**

#### **1、市场规模大、增长快**

我省人口规模近 1 亿人，随着人均收入水平提高和城镇化进程加快，家电产品消费需求潜力巨大。2008 年我省城镇居民家庭平均每百户洗衣机、电冰箱、彩电、空调拥有量分别为 94.75 台、87.02 台、120.31 台、102.96 台，分别是 2000 年的 1.08 倍、1.21 倍、1.11 倍和 2.99 倍；农村居民家庭平均每百户洗衣机、电冰箱、彩电、空调拥有量分别为 73.40 台、27.07 台、100.05 台、11.36 台，分别是 2000 年的 2.99 倍、3.92 倍、2.62 倍、11.36 倍。从人均消费支出看，“十一五”以来，我省城镇和农村居民家用电器设备支出在人均消费支出的比重均呈不断上升趋势。从我国东部、中部、西部农村家庭每百户家电拥有量看，中西部农村地区与东部地区还有较大差距，与城镇差距更大，说明中西部农村地区家电需求还有较大潜力，这将为家电物流提供了持续稳定的货源。

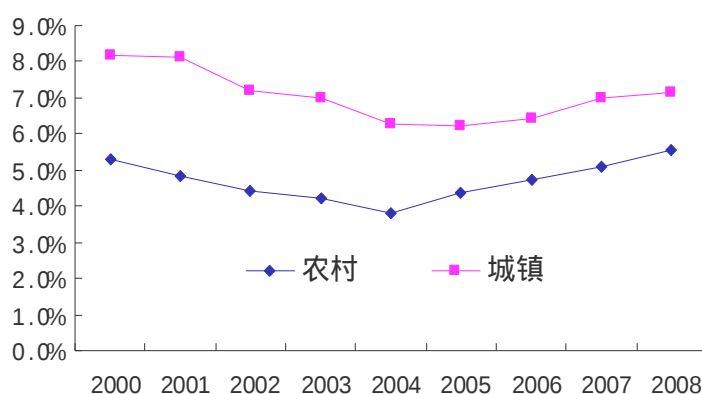


图 7-6 我省人均家用设备支出占人均消费支出的比重

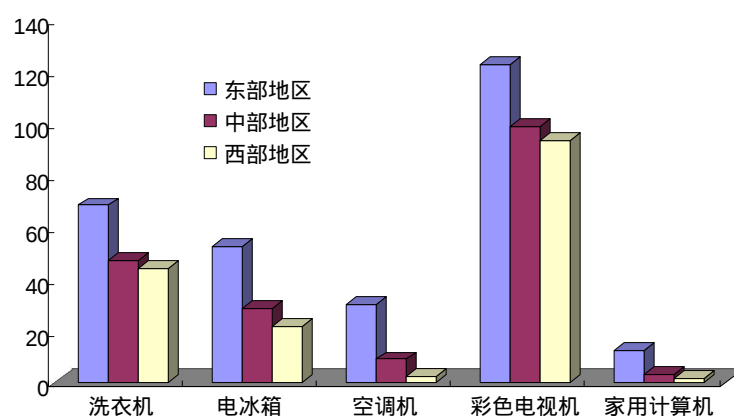


图 7-7 2008 年我国各地区农村家庭每百户家电拥有量 (台)

## 2、区域分拨优势明显

随着家电行业竞争日趋激烈，我国主要家电物流加快向二、三级市场扩展，建设区域分拨中心成为必然。目前在郑州周边 500 公里内，除新乡（仅冰箱）外，还没有一个大型家电生产基地。如果按照每隔 500 公里的辐射半径建设一个大型分拨中心，相比武汉、西安而言，郑州是最佳选择。郑州 - 青岛距离 1059 公里，郑州 - 合肥距离 550 公里，郑州 - 广州距离 1605 公里，平均约为 1000 公里。武汉距离环渤

海、珠三角、长三角三大生产基地的平均距离为 800 公里左右，西安距离三大生产基地平均距离为 1400 公里左右。在郑州建设区域性家电分拨中心，又能实现与三大生产基地辐射范围的紧密对接，更加接近消费市场，周边 500 公里内可涵盖近 2 亿人口。同时郑州到全国各主要城市的公路、铁路运输成本相对较小，成本优势更为明显。

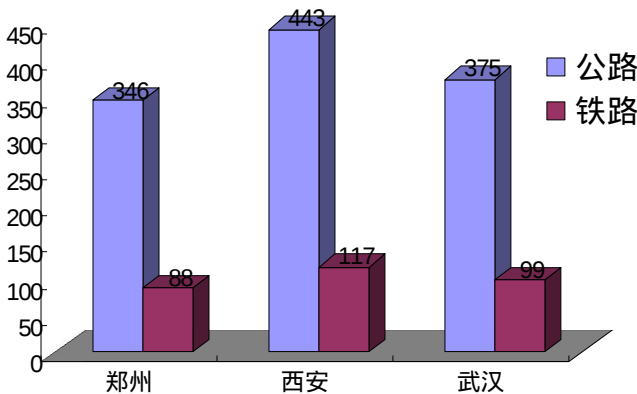


图 7-8 郑州、西安、武汉到全国各地平均运输成本（元/吨）

3、产业发展潜力较大

在我国中西部地区，除四川绵阳、河南新乡外，还没有一个知名家电企业集聚地。新飞电器有限公司是我省最大的冰箱生产企业，新飞商标是中国驰名商标，新飞冰箱市场占有率全国第四，冷柜市场占有率全国第三。新乡冰箱产业基础较好且全国知名，金龙铜管、科隆“两器”生产配套能力全国第一。随着我国家电呈现向中西部转移趋势，新乡凭借良好的家电产业基础，承接家电产业转移的优势较中西部其它城市更为明显。近年来新乡市把家电产业作为战略支撑产业，大力引导家电产业转移，全力打造中国“冷谷”，新乡有

成为我国第五大家电产业基地的可能性。这为河南成为全国家电的分拨和配送中心提供了新的机遇。

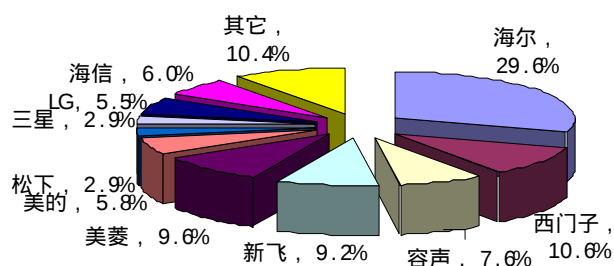


图 7-9 2008年主要冰箱品牌市场占有率

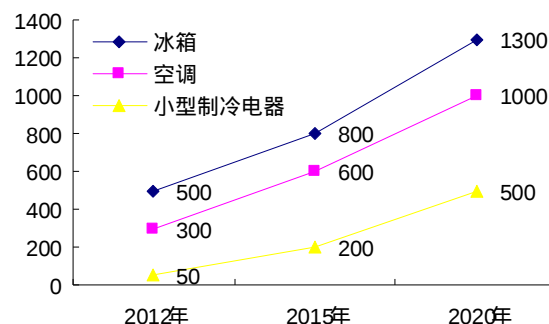


图 7-10 我省新乡冷谷家电预计产量

#### 4、所属城市群综合实力较强

在我国中西部地区陇海经济发展带上，中原城市群整体实力最强。2008年，中原城市群生产总值、规模以上工业增加值、人口规模、社会消费品零售总额分别达到 10562.44 亿元、4573.75 亿元、4811 万人、3243.15 亿元。中原城市群东邻发展势头强劲的沿海经济发达地区，西接广袤的西部地区，向东沿陇海线可辐射到皖北、苏北和鲁西南，向北可沿京广线辐射到冀南的邯郸和晋东南的长治，向西可沿陇海—兰新线辐射到陕西、甘肃和青海，集聚辐射能力更强，发展潜力更大。这为我省发展家电物流提供了重要基础。

#### （三）存在问题

目前，我省家电物流业主要存在以下问题：一是我省家电生产型物流规模较小，家电物流以消费型为主，易受大型家电生产企业和连锁零售企业物流战略的影响，自身能够主导的空间较小。二是物流企业规模还比较小，全国性布局能

力弱，辐射范围以省内和周边地区为主，尚不能完成从家电主产地到消费地的整体物流服务。三是我省物流企业服务的组织化和集约化程度不高，与大型家电连锁零售企业对接不够，服务水平有待进一步提高。四是我省家电物流终端配送体系还不规范，信息系统不健全，配送中心运营效率低下，家电产品从配送中心到顾客手中的物流时滞较长。

总体来看，我省及中西部地区家电拥有较大的市场发展空间，家电物流业面临着新的发展机遇，具备成为面向中西部地区区域性分拨中心的条件，应结合家电物流发展趋势，建立健全服务能力强、信息化程度高的家电物流仓储、分拨、配送体系，满足全省及中西部地区快速增长的市场需求。

### 三、发展思路、目标及布局

#### （一）发展定位

把家电物流业作为全省重要的特色物流来培育，把郑州建设成为辐射我国中西部地区的家电物流分拨中心和配送中心，把新乡发展成为中西部地区最大的家电生产服务物流基地，实现家电产业和家电物流业联动发展。

#### （二）发展思路

——以建设区域分拨、配送中心为战略首选。积极引导国内外知名家电零售商、生产商和物流企业建设区域性物流中心，大力发展家电分拨、配送物流。

——逐步引导家电制造随家电物流向我省转移。主动承接国内外知名家电企业转移，发展壮大家电产业，推动家电

产业和物流业联动发展，加快发展家电生产物流和出口物流。

——引导我省配送和快递物流企业融入家电物流链。培育本地第三方物流企业，加大物流设施和信息化投入，发展公铁联运，加强与家电生产、零售企业对接，增强家电仓储、配送和售后服务能力，提高服务质量和效率。

——构建省内城乡一体化的家电物流网络。完善城乡配送网络，推动由城市向农村延伸，在全省范围内形成家电大流通、大网络、大基地格局。

### （三）发展目标

以基础设施建设为中心，依托大型家电连锁零售企业、生产企业和物流企业，加强家电仓储设施建设，完善家电物流信息平台，建设郑州家电物流园区和新乡家电物流园区。

——到 2012 年，全省城乡家电配送能力达到 640 万台左右，出口物流达到 70 万台，中西部地区分拨物流达到 150 万台。

——到 2015 年，郑州家电物流园区和新乡家电物流园区基本建成并发挥作用，初步成为辐射我国中西部地区及全省的家电物流分拨配送中心、中西部地区最大的家电生产、出口物流中心。全省城乡家电配送能力达到 700 万台左右，出口物流达到 140 万台，中西部地区分拨物流达到 300 万台。

### （四）发展布局

根据我省家电物流业发展现状、战略定位和发展思路，

结合我省家电产业实际，重点培育“一中心、两园区、三辐射圈”家电物流业发展布局。

“一中心”：区域性家电物流分拨配送中心。以郑州为中心，充分发挥郑州全国性交通枢纽优势以及家电批发零售市场规模优势，大力发展面向中西部地区家电分拨配送物流。

“两园区”：郑州家电物流园区和新乡家电物流园区。在郑州国际物流区内规划建设郑州家电物流园区，发展家电分拨配送及出口物流。在新乡“冷谷”内规划建设新乡家电物流园区，为家电生产企业提供原材料及原材料的初级加工、组装、供货商存货管理、半成品仓储、成品库存管理等服务功能。

“三辐射圈”：以郑州为中心，重点构建三层高效家电物流圈。一是辐射周边省份 500 公里的 15 小时分拨物流圈；二是辐射全省 300 公里的 10 小时分拨配送物流圈；三是辐射郑州周边 100 公里的 3 小时终端配送物流圈。

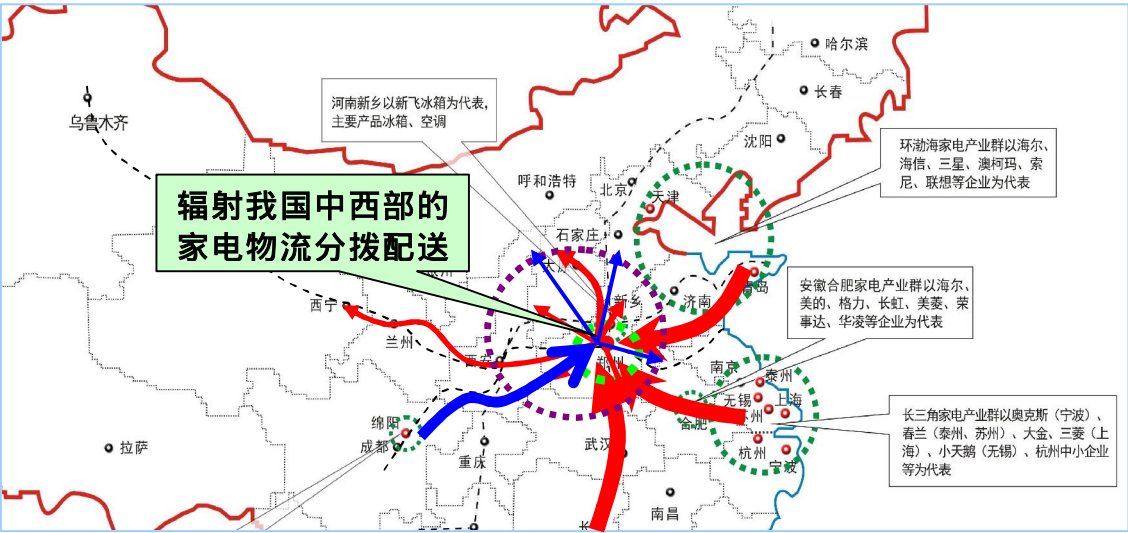


图 7-11 家电区域分拨物流中西部地区辐射图

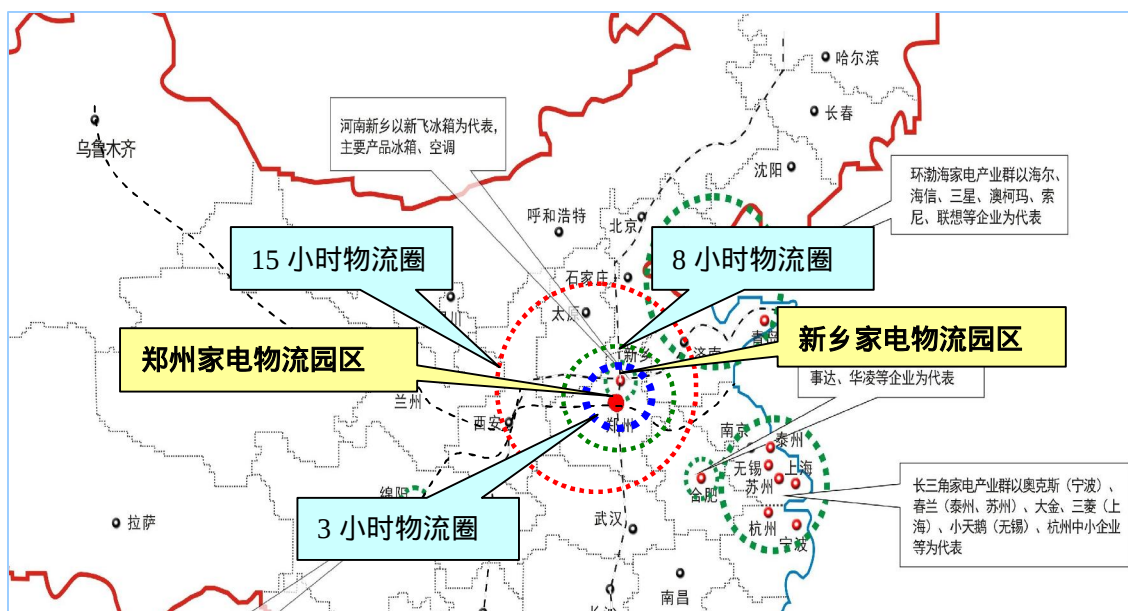


图 7-12 两大物流园区及三层物流辐射圈

#### 四、主要任务

围绕上述发展思路和目标，我省家电物流业发展的主要任务是：

##### （一）大力发展家电分拨、配送物流

以服务于中西部地区市场为目标，在郑州国际物流区内，规划建设集仓储、分拣、配送、集散、增值服务为一体的郑州家电综合物流园区，引导和支持国美、苏宁等家电连锁零售企业建设区域性物流基地，支持海尔、格力、美的、TCL、长虹、三星等家电生产企业或物流企业集中建设区域仓储、分拨、配送中心，推动物流设施集聚发展，共享基础设施和配套服务设施，大力发展区域集中分拨配送。

根据家电物流的三层物流圈布局，在 15 小时分拨物流圈内，重点发展郑州 - 渭南 - 西安、郑州 - 长治 - 太原、郑

州 - 邯郸 - 石家庄、郑州 - 徐州等配送线路。在 10 小时分拨配送物流圈内，重点发展郑州 - 洛阳 - 三门峡、郑州 - 焦作 - 济源，郑州 - 商丘、郑州 - 鹤壁 - 安阳（濮阳）、郑州 - 平顶山 - 南阳、郑州 - 漯河（周口） - 驻马店 - 信阳等配送线路。在 3 小时终端配送物流圈内，重点发展面向郑州周边开封、新乡、许昌、新郑、新密、中牟、荥阳城区的配送线路，打造家电物流快速通道。

## （二）推动家电产业与家电物流联动发展

紧紧抓住家电产业向中西部地区转移机遇，充分发挥新乡家电产业优势、技术优势和配套产业优势，以服务中西部地区市场为目标，采取优惠政策措施，鼓励和支持格力、海尔、美的、海信、TCL、长虹、格兰仕等一线家电品牌和苏泊尔、万和、艾美特、安吉尔、方太、美的、海尔等小家电品牌，在新乡建设家电研发生产基地，发展壮大我省家电产业，为家电生产物流提供货源支撑。根据欧美市场需求，以高端化、国际化为目标，积极引导松下、西门子、三洋、三星、LG、三菱等外资知名家电品牌在郑州或新乡建设家电出口基地，为家电出口物流提供货源支撑。

在新乡“冷谷”内建设新乡家电物流园区，重点发展为生产企业服务的原料采购物流、初加工和仓储服务。大力推动以新乡为中心的家电生产与以郑州为中心的家电物流业联动发展，共建公共信息平台，共享物流仓储设施，着力形成

以新乡为家电生产基地，以郑州为仓储、分拨和配送中心，国内分拨配送物流和家电生产、出口物流共同发展格局。

### （三）发展壮大第三方家电物流企业

支持豫鑫、长通、新运千山、河南邮政等综合物流企业通过参股、控股、兼并、联合、合资、合作等多种形式整合社会物流资源，强化与家电生产企业、连锁零售企业及网络家电商合作，加大物流技术设备投入，加快适用型物流软件、高新物流设备的研发推广，积极采用射频识别、货物跟踪、自动分拣、立体仓库等现代物流技术和设施设备，力争成为第三方物流配送商，提供家电仓储、分拣、运输等综合物流服务，培育壮大物流服务品牌。

支持豫鑫、长通、新运千山等物流企业“走出去”，加快在全国重要城市布局，加强与我国环渤海、长三角、珠三角等地区家电物流中心的战略联合及合作，积极融入国美、苏宁集中采购系统，发展从家电主产区到全国消费区的远程物流服务，打造全国性家电物流企业品牌。

支持宝供、格力、安德、佳怡等物流企业进一步扩展河南家电物流业务，整体提高全省家电物流水平。引导和鼓励海尔物流、安泰达物流、南方物流、南京远方物流等知名家电物流企业在河南布局，大力发展家电物流。

### （四）完善城乡家电配送体系

结合城市发展规划和道路规划，鼓励家电零售企业、生产企业、大型超市加快构建从仓储物流中心面向市区连锁零

售门店、批发市场、城市消费区、居民集中区的城市配送网络,发展城市二次分拨。加强与城市的交通管制制度相结合,科学安排配送线路,与客运高峰错开配送,尽量避免对城市交通、中心城区或居民区的干扰,进入市区配送采用中小型配送车辆,降低对市区环境的影响。同时,积极采取最优线路实施直达运输,增强快速反应能力,提高家电城市配送的专业化和精益化水平,在市区范围内实现1小时配送。

根据我国农村家电物流快速发展的需要,结合“家电下乡”,加快农村物流配送渠道建设,完善市县乡家电配送网络体系。重点支持豫鑫、长通、河南邮政等物流企业实施近中远程多级配送,大力发展郑州到省辖市及县城的家电直达配送,在覆盖全省18个省辖市区及各县(市)城区的基础上,加快向重点乡(镇)延伸。鼓励河南邮政等物流企业充分发挥城乡网络节点优势,积极参与“家电下乡”,大力发展从市(县)-乡(镇)-农户的终端配送,直接为农户提供上门购物和送货到家的服务。

### (五) 提升家电物流信息化水平

重点支持家电连锁零售、生产和物流企业加大家电物流设施投入,在郑州家电物流园区和新乡家电物流园区内,建设现代化大型立体仓库,完善和提升家电仓储和周转能力,满足家电物流供应链中分销、中转、仓储、配送等多方面服务要求,推动家电物流一体化、集群化发展。加快技术和设施设备改造升级,积极采用无人搬运小车、机器人堆码、无

人操作叉车、自动分类分拣系统、模块化技术、仿真技术等现代物流技术，提高分拨转运效率，增强区域分拨和配送能力，逐步实现仓储立体化、搬运机械化、分拣自动化、配送网络化。借助现代信息网络体系和卫星定位系统，自动跟踪补充各个销售点的货源，加强配送车辆统一管理，提高配送的效率和准确性。

### **（六）积极拓展家电物流增值服务**

依托郑州家电物流园区，支持家电物流企业加快与卖场、客户服务、售后服务的有机结合，推动向配送、安装、调试、清洁、保养、维修等一体化方向发展，提高家电物流增值服务水平。鼓励家电物流企业积极参与家电细分市场前期、中期和后期调查，建立资料档案，构建用户对家电产品的反馈机制，为生产企业产品设计和零售企业的市场推广提供增值服务。

依托新乡家电物流园区，支持家电物流企业为家电生产企业提供原材料方面物流增值服务，包括原材料的初级加工、组装、供应商存货管理、分拨、物料处理等，以及为生产企业产成品提供的订单、重组、打码、客户服务等物流增值服务。

### **（七）加快传统家电商业业态转型升级**

适应社会消费结构转型升级的需要，运用现代服务技术和经营方式改造提升传统家电批发业务，推广现代商业营销

理念，支持郑州、洛阳、商丘、安阳、南阳等地传统家电批发市场转型升级。积极采用购物中心、大卖场、连锁经营、电子商务等先进业态，优化购物环境，大力发展家电集中配送，推动物流、仓储、售后服务一体化发展，提高自身管理和综合服务水平。充分发挥传统家电批发市场在三、四级市场的渠道优势，改造和升级城乡配送网络，适时推动向家电第三方物流转变，壮大全省家电物流业规模。

## 第八章 纺织服装物流

纺织服装物流是指纺织服装产业链上原料、纺织品以及服装等在各个环节的流动过程。纺织业是我省重要优势产业，加快发展纺织服装物流对推动纺织产业结构升级、繁荣城乡市场、扩大消费有着重要作用。

### 一、行业发展形势分析

#### （一）国外纺织服装物流发展现状

1、**纺织服装物流技术先进、时效性强、专业化程度高。**国外纺织服装物流管理理念先进，通过利用现代物流技术、先进信息技术，分拨配送迅捷高效。德国第一大品牌 BOSS 公司在储存数千种服装的近万平米仓储空间里，仅雇用 6 名工人就可以完成各种信息化的仓储物流业务。意大利贝纳通集团通过 SAP 系统优化整个供应链组织，能够全面了解并监控整个供应链，对消费需求做出快速响应。

2、**第三方纺织服装物流快速发展。**由于纺织服装的产品生命周期短，对市场反应速度要求高，在具备发达物流体系的国家或地区，许多国际知名服装生产商通过将物流业务外包给专业物流企业来降低物流成本、缩短上市时间，加快产品生命周期循环，同时集中精力发展主业，提升核心竞争力。

3、**服装物流以集中分拣配送为主。**国外服装物流企业

通常在区位优势突出的地区建立配送中心，对服装进行分类和处理，然后配送到各地。NIKE 公司在美国孟菲斯拥有三层货架仓库和自动补货体系的 225 万平方英尺配送中心，设计最高日工作量为 75 万件，配送美国各地。

4、挂装运输成为服装物流的常见运输方式。随着服装制造业的国际化 and 服装需求层次的升级，挂装集装箱运输多应用于高档服装，避免在运输过程中产生褶皱，减少重复熨烫等人工成本和上架时间。

5、棉花等原料流通体系比较完善。美国在棉花生产、加工、检验、仓储、销售、信息收集和发布等方面已经形成了相当完善的体系，流通市场集中度高，棉花价格通过纽约棉花交易所期货交易形成，同时政府还建立了分级检验中心和棉花监管仓库，有效促进了棉花流通的健康发展。

## （二）国内纺织服装物流发展形势

1、雄厚的纺织服装工业为纺织服装物流业发展奠定基础。2008 年，我国纺织工业实现工业增加值 8963 亿元，占全部工业增加值的 6.9%；纺织工业约 30% 的产品销往国际市场，2008 年纺织品服装出口总额 1852 亿美元，占全国出口总额的 13%，占国际纺织品服装贸易额的 30%，国际市场占有率连续十余年位居全球首位。

2、专业性纺织服装交易市场和物流中心对纺织服装行业发展的支撑作用日趋显著。国内各纺织服装业集聚地区纷

纷加快建设纺织服装物流园区，以促进纺织服装工业发展。江苏无锡耗资 15 亿元建设红豆连锁物流基地，集加工、仓储、分拨、国际贸易于一体，为以红豆集团为首的众多服装企业服务；福建石狮市的服装仓储物流中心为当地及周边大量服装鞋帽产品提供物流服务；晋江投资数亿元建设的鞋业中央物流区，辐射北京、上海、成都等国内大中城市，乃至美国、日本、东欧等国家和地区。

**3、纺织服装产业升级要求其物流水平不断提升。**目前，我国纺织服装物流存在对客户需求反应迟钝、库存成本高、配送频率低、补货调剂不及时等问题。雅戈尔未建自身物流体系前，平均周转库存约为 4100 万元，实际安全库存却高达 67800 万元。随着纺织服装产业升级和客户需求层次的提升，零售企业倾向于多批次、小批量订货，这就要求纺织服装物流企业提升技术水平，通过物流管理信息化，增强物流体系的快速反应能力。

**4、纺织服装物流加快向中西部地区转移，纺织服装物流企业整合重组步伐加快。**目前，我国 80%以上的纺织服装生产企业集中在山东、江苏、浙江、上海、福建、广东等东南沿海地区，出于控制成本和获取原材料的需要，纺织服装行业正加快由东部向中西部地区转移。2008 年我国中部和西部地区纺织工业固定资产投资同比分别增长 25%和 22%，远远高于全国 4.8%的平均增速，而东部地区同比下降 5%。纺织服装物流行业集中度不高，90%以上是小型民营企业，竞

争无序，行业重组整合趋势明显。

5、棉花等纺织原料流通体系不断完善。近年来，我国大力推动棉花加工企业进行技术设备更新改造，同时大力淘汰落后企业，棉花流通市场集中度不断提高；积极推行棉花质量检验体制改革，棉花质量监管体系不断完善；大力发展棉花交易市场，初步形成了以全国棉花交易市场为龙头，各区域棉花交易市场为骨干的棉花交易市场体系。

### （三）纺织服装物流的主要模式

1、大企业外包纺织服装物流。发达国家和地区拥有专业和现代化的物流企业，能够提供快速的反应机制、更好的单品牌和库存管理，满足服装生产企业的物流需求，从而促使服装生产企业倾向于将物流服务外包，专注于服装的研发和生产。例如，阿迪达斯将其在美国的服装配送业务外包给 UPS 全球物流公司，运动鞋配送业务外包给 CALIBER，将其在日本的服装配送业务外包给日立物流。

2、大企业自建纺织服装物流体系。部分大型知名品牌服装企业为了满足其巨大的市场和销售网络需要，或为了增加物流的可控性，再或由于现有专业的物流公司不能满足其要求，选择自建物流体系。例如，耐克公司自建了良好的物流分拨配送系统；我国服装龙头雅戈尔自建企业物流体系，实现年配送 2000 万件成衣；服装 B2C 代表企业凡客（VANCL）自建物流全资子公司，承担本企业总配送量 80%以上的物流

配送任务；李宁公司建立了三级分拨配送中心，通过优化自身物流体系，物流分拨时间短于国际知名品牌耐克。

**3、中小企业纺织服装物流外包模式。**我国纺织服装集聚区内的大量中小型企业由于规模小、市场覆盖不广、自建物流不经济等原因，往往将物流业务外包给专业的第三方物流公司。当产业集群发展到一定规模时，更可以促进形成专业的纺织服装物流企业。例如，我国萧山纺织集聚区大量小企业的巨大需求，推动了浙江华瑞物流股份有限公司发展成为专业化程度高、服务能力强的纺织化纤专业物流企业。

从我国纺织服装及物流业发展现状来看，自建纺织服装物流体系模式对于国内已经具有较大经营规模、建有覆盖广阔的营销网络的纺织服装企业来讲，是重要选择之一；规模不大、实力不强的中小纺织服装企业适用于物流外包模式。

## 二、我省纺织服装物流发展的基本判断

### （一）发展现状

**1、纺织服装物流规模快速增长。**我省是纺织工业大省，2008 年全省纺织工业销售收入 1147 亿元，2001-2008 年年均增长 32.06%。各产品布局上，2008 年，纱产量 305 万吨，位居全国第 3 位，主要集中在南阳、许昌、开封等地；布产量 23 万米，主要集中在许昌、新乡、南阳和郑州等地；化纤产量 46.5 万吨，位居全国第 5 位，主要集中在洛阳、新乡

等地。纺织品流通上，纱多为订单生产，主要通过第三方物流，运输到浙江、江苏和广东等地；布主要流向珠三角、长三角地区，印染后作为服装工业原料。

2008 年我省规模以上批发和零售企业共销售各类服装、鞋帽等 14809 万件。服装产业链逐步完善，形成了太可思、梦舒雅、娅丽达、鼎大、红叶、渡森、五朵云等一批品牌，郑州女裤业规模超过广州居全国首位。雄厚的产业基础和快速增长的消费需求推动我省纺织服装物流业快速发展，近年来年均增长率在 20%以上。

**2、纺织服装销售渠道多元化。**在我省从事纺织服装销售的主要有批发市场、大型超市、品牌专营店、百货商场等。目前，我省纺织服装批发零售物流主要集中在郑州，形成了火车站、元通纺织城、家纺大世界等多个纺织服装商贸圈，占全省规模以上批发物流量的 83%。大型纺织服装批发市场有银基、锦荣、关林市场、大相国寺市场等几十家，大型超市有沃尔玛、家乐福、丹尼斯等，品牌专营店有省外的波司登、杉杉、安踏、美特斯邦威以及省内的梦舒雅、娅丽达、黑贝等。

**3、纺织服装工业园物流设施建设步伐加快。**以元通纺织城和曲梁服装城为代表的全省 30 多个纺织服装集聚区，积极探索物流与生产相结合的路子，建设物流设施、结算中心和信息平台，引进物流企业，通过制造、商贸和物流的联

动提高产业竞争力。元通纺织城国际物流中心集仓库管理、运量组织、配送运输、银行结算、信息支持、后勤服务为一体，是目前中西部地区重要的纺织服装电子信息物流中心。

**4、郑州成为全省最大、中部领先的纺织服装交易中心。**2008 年，郑州规模以上批发和零售企业服装、鞋帽、针纺织类销售总额达 68.6 亿元，占全省比重为 46.7%，其中批发占全省的 83.1%，零售额占全省的 37.9%，在全省均占据绝对领先地位。以火车站为代表的郑州纺织服装商圈年成交额达 200 亿元以上，辐射范围达到河南、山西、陕西、山东、安徽、河北等 20 多个省市，先后举办了中国（郑州）服装博览会、中国郑州国际纺织服装交易会等国内重要的纺织服装会展。总体上看，郑州拥有更广阔的市场和辐射区域，已成为中部领先的纺织服装交易中心。

**5、棉花等原料市场流通体系进一步完善。**我省棉花需求缺口年均在 160 万吨以上，对新疆棉和进口棉依赖性增强。近年来，加快棉花加工企业优化布局和重组整合，流通市场集中度不断提高；郑州商品交易所棉花期货交易活跃；棉花监管交割库已投入使用，对纺织工业的支撑作用进一步增强。

## **（二）发展优势**

**1、纺织产业基础较好，承接产业转移能力较强，为发展纺织服装物流提供了良好产业支撑。**我省高度重视发展纺

织业，将纺织工业列为全省的战略支撑产业，并先后出台了一系列促进纺织产业发展的政策措施。在我省确定的第一批 175 个产业聚集区中，以纺织为主导产业的集聚区达 30 多个。另外，我省劳动力资源丰富，劳动力供给和低成本优势将长期存在，2008 年纺织行业职工平均小时工资比东部地区低 1/3，而成本费用利润率和总资产贡献率比全国平均值高出近 80%。随着我省加快承接东部纺织服装产业转移，纺织服装工业必将快速发展，为纺织服装物流提供了广阔的市场空间。

**2、纺织服装物流市场需求巨大。**2008 年我省城镇居民人均可支配收入达 1917 美元。国际经验表明，当人均收入从 1000 美元向 3000 美元跨越时，对服装类支出将快速增长。河南近 1 亿人口形成的庞大服装消费市场，将成为拉动我省纺织服装物流快速发展的持久动力。

**3、区位中转分拨配送优势突出。**我省处于中部，承东启西，公路、铁路的密度优势在中部地区较为突出。郑州到全国各主要城市的公路、铁路平均运输成本相对较小，优势明显。优越的区位交通条件有利于吸引国内外知名服装品牌企业在郑州建设区域性分拨配送中心。

### **（三）存在问题**

一是棉花产需缺口逐年拉大。2008 年从省外调入棉花 190 万吨左右。预计我省棉花种植面积萎缩趋势仍将持续，对新疆棉和进口棉等外部棉花资源的依赖性将不断增强。二

是纺织服装领域的专业市场缺乏，物流网络不完善，专业物流体系欠发达。三是服装物流企业发展水平低，服务能力差。同时我省服装产业以中低端服装为主，品牌不突出，对配送要求低，多数委托小型物流运输公司，少有能力委托专业化的第三方物流企业，制约了服装物流发展。

#### （四）初步判断

结合纺织服装物流发展趋势、模式和我省实际情况，对我省发展纺织服装物流的基本判断如下：

1、我省纺织服装产业基础雄厚，承接纺织服装产业转移优势明显，中转配送优势突出，发展纺织服装物流的空间巨大，应作为我省物流业的重点行业加快发展。

2、鉴于郑州是全省最大、中部领先的纺织服装交易中心，应吸引纺织服装知名企业以及专业纺织服装物流企业在郑州设立区域总部，建设区域分拨中心，推动纺织服装物流发展。

3、不同企业应结合自身情况选择不同的物流服务模式。结合我省实际，支持纺织服装产业集群中的中小企业采取物流外包模式，同时推动专业纺织服装物流公司发展；引进省外纺织服装知名企业，支持其自建纺织服装物流体系，为企业营销网络提供服务；随着郑州女裤等本地品牌企业的发展，应加快拓展全国营销网络，自建物流配送体系，促进产业升级。

### 三、发展思路、目标及布局

#### （一）发展思路

充分发挥我省棉花资源优势和纺织服装产业优势，抢抓东部地区纺织服装产业向内地转移的机遇，以推动物流业与纺织服装制造业、商贸业联动发展为重点，加快建设纺织服装专业物流园区，逐步形成信息流、商流、物流、资金流高效衔接的纺织服装物流体系，将郑州发展成为全国重要的纺织服装产品展示、交易和分拨配送物流中心。

——完善棉花流通体系。推进棉花产业化经营，完善棉花市场体系，积极发展区域性棉花交易市场，健全棉花质量监管体系，为纺织工业发展提供资源保证。

——引进知名纺织服装企业及专业纺织服装物流企业建设分拨配送中心，实现纺织服装物流业突破。面向国际国内，大力发展纺织服装保税物流、空港物流、高端物流。

——积极推动本地纺织服装企业升级，实现制造业和物流业联动发展。引进印染、辅料等配套企业，完善我省纺织服装产业链；推动我省纺织服装企业加大品牌及营销网络建设力度，逐步自建覆盖全国的专业物流配送体系；鼓励纺织服装中小生产企业从主业中剥离物流业务，推动第三方专业化物流发展。

——加强纺织服装物流交易园区建设，引导纺织服装市场建设完善物流分拨配送体系，积极发展纺织服装会展业，推动纺织服装制造、商贸、物流联动发展。

## （二）发展目标

——到 2012 年，全省棉花加工企业减少到 160 家左右，初步形成规模适中、布局合理、竞争有序的棉花流通加工体系；我省纺织服装规模以上批发和零售企业销售额达到 380 亿元；引进 3~5 家知名品牌服装企业在郑州建立纺织服装区域分拨中心，郑州服装品牌影响力进一步提升，郑州纺织服装区域物流分拨配送中心地位初步确立，纺织服装物流行业物流费用率由 6.3% 下降至 6.1%，物流效率明显提高。

——到 2015 年，棉花流通体系进一步完善，流通市场集中度继续提升；我省纺织服装规模以上批发和零售企业销售额达到 650 亿元；郑州服装名企品牌建设趋于成熟，自身物流体系初步建立，引进 10 家左右国内外知名品牌企业在郑州设立区域分拨中心，郑州在中西部地区纺织服装物流中心地位进一步强化，纺织服装物流行业物流费用率下降至 6% 以下，物流收入继续快速增长。

——到 2020 年，我省纺织服装规模以上批发和零售企业销售额达到 1300 亿元；郑州发展成为全国重要的集生产、仓储、分拣配送、展示、交易为一体的纺织服装物流中心。

## （三）发展布局

根据我省纺织服装物流业发展现状，结合我省纺织服装产业分布，形成“一个中心，五个节点”的纺织服装物流发展布局。

“一个中心”是以郑州为中心，建设辐射国际、国内特别是中西部地区的纺织服装物流配送中心。一是在郑州国际物流区内，规划建设集质检、仓储、包装、加工、分拣、配送、信息化管理与服务等为一体的郑州纺织服装物流园区。二是在郑州中部、东部、西部和北部规划建设四个特色纺织服装交易物流集聚区。郑州中部依托火车站银基商贸圈形成综合性的服装批发零售集聚区，郑州东部依托凤凰城等形成装饰用纺织品批发零售和配送园区，郑州西部依托曲梁服装工业园、元通纺织城形成家纺生产和交易园区，郑州北部依托江山家纺城形成家纺品批发交易园区。

“五个节点”是在洛阳、南阳、安阳、商丘、开封等纺织服装生产集聚地区，规划布局区域特色纺织品服装批发零售市场；围绕纺织产业集聚区，建设一批原料、辅料专业市场和纺织服装物流配送中心，带动地区纺织服装物流发展。

#### 四、主要任务

##### （一）完善棉花流通体系

一是在南阳、开封、商丘等地，围绕棉纺织工业比较密集的产业集聚区，按照起点高、功能强、服务好的原则，建设一批规范化棉花监管仓库，服务于当地纺织工业发展。二是加快推进棉花流通方式变革。引导符合布局规划的棉花加工企业和部分优势棉纺织企业进行棉花加工设备更新改造，尽快建成覆盖全省主要棉区的棉花质量检验可追溯体系。三

是完善棉花市场体系。组织和引导我省棉花流通加工企业和纺织企业，利用郑州商品交易所开展棉花套期保值；支持华中棉花交易市场扩大交易规模，提升信息化交易管理水平；支持河南保税物流中心开展棉花保税物流业务。四是培育一批大型棉花产业龙头企业。支持省豫棉集团实业有限公司等发展棉花物流业务，鼓励发展棉花定单生产，推进棉花产业化经营。

## （二）推动纺织服装制造业与物流业联动发展

一是引进纺织服装知名品牌及专业纺织服装物流企业在郑州建设区域分拨中心。加强与终端纺织品知名品牌和专业大型纺织物流企业的合作，积极吸引杉杉、雅戈尔、红豆、庄吉、波司登等国内知名服装品牌，李宁、匹克、安踏、361度等知名体育服装和鞋类品牌，利丰、百世科技、宏运华通等专业服装物流企业在郑州建设现代化、大型化、专业化的区域性分拨配送中心，大力发展高端服装物流，通过高端服装物流带动高端服装生产。二是充分发挥郑州女裤生产基地优势，支持梦舒雅、娅丽达等女裤品牌在全国重要城市布局，大力发展面向全国的专业物流配送体系，增强品牌知名度和影响力。三是鼓励纺织服装中小生产企业将物流业务从主业中剥离出来，利用物流企业的信息优势和配送网络优势，实现服装的专业化高效配送，优化纺织服装企业供应链。四是紧紧抓住纺织服装产业向中西部地区转移机遇，充分发挥我

省丰富的劳动力和纺织资源集聚优势，积极引进优势企业，着力提升纺织服装加工制造能力，扩大纺织品、服装生产规模，提高研发设计、供应链管理、市场营销水平，通过纺织服装产业升级推动纺织服装物流发展。五是鼓励发展面向中小型纺织服装企业的第三方专业化物流。加强市场准入管理，鼓励并购重组，制定和推广行业标准，引导有序竞争，合理布局，提升物流服务整体水平。

### **（三）提升纺织服装物流配送技术水平**

一是加快传统纺织服装市场的改造升级，重点推动银基、锦荣、恒泰、金城、天荣、天隆等批发市场建设规范、高效的物流配送体系，发展电子商务、集中统一配送等新型流通模式，实现销售和配送的有效结合。二是支持服装物流企业加快建设以电子二维码技术为核心的立体仓库，引进自动分拣设备，应用条形码技术、POS 系统技术等，改善服装物流库存管理水平。积极采用电子数据交换系统、GPS 等信息网络技术，增强服装物流配送的准确性和时效性。三是依托我省航空、铁路和公路货站等交通运输设施，鼓励纺织服装物流企业发展分级分类配送，推动服装物流公、铁、航等多式联运发展。

### **（四）积极发展纺织服装会展业，打造展示、交易与物流一体化服务平台**

积极培育、举办国内外各种高水平的服装交易会，继续提升郑州国际纺织服装交易会水平，将其发展成展示、交易

和专业物流服务相结合的专业盛会。通过发展纺织服装会展业，加大我省服装产品的宣传、展示力度，提高我省服装产品的知名度，推动郑州发展成为全国纺织服装交易中心和物流中心。

## 第九章 邮政物流

邮政物流是以寄递服务为基础，融合收寄、运输、分拣、投递等主要环节和仓储、货代、信息等领域的复合型服务产业，主要包括快递物流、农村邮政物流和邮政一体化物流。邮政物流兼具生产服务和民生服务双重属性，连接各行各业，服务千家万户，是现代物流体系的重要组成部分。大力发展邮政物流，对于促进经济社会发展、扩大居民消费、安置社会就业、推动社会主义新农村建设，具有不可替代的重要作用。

### 一、行业发展形势分析

#### （一）国际邮政物流发展情况

随着经济全球化进程加快，国际商务活动日益频繁，邮政物流进入加速发展阶段。主要呈现以下特点：

1、**跨国邮政物流企业快速扩张。**近年来，伴随着全球经济一体化的步伐，一些跨国公司纷纷把眼光转向海外市场，加强对海外市场的拓展，通过兼并、收购、结盟等方式，整合物流资源，建立和拓展国内外物流网络，逐步发展成为实力雄厚的大型跨国邮政物流集团。2008 年度世界 500 强企业排行榜中，德国邮政( Deutsche Post )、美国邮政( U.S. Postal Service )、联合包裹公司( United Parcel Service )、联邦快递物流( FedEx )、法国邮政( La Poste )、意大利邮政( Poste Italiane )、荷兰邮政( TNT )、日本邮政( Japan Post )、英国

皇家邮政 ( Royal Mail Holdings ) 均榜上有名。其中，销售额最高的德国邮政销售额达到 795 亿美元，总排名 57 位。

**2、市场竞争日益加剧。**随着近年来全球经济快速发展，国际物流市场需求旺盛、竞争激烈，跨国物流企业依托资金、技术、渠道和管理优势，抢占国际快递物流、一体化物流等高端市场。目前，美国联邦快递物流 ( Fedex )、美国联合包裹 ( UPS )、德国敦豪速递 ( DHL )、荷兰天地速递 ( TNT ) 等四大跨国公司已占全球快递物流市场近 80% 的份额。

**3、业务创新力度加大。**世界邮政未来几年的发展战略已被确定为“互联、发展和管理”三大方面。万国邮联提出，要建立一个由越来越多相互独立的经营者组成的经营网络，提高邮政网络的质量和效率，促进邮政行业的可持续发展。为适应多层次、多元化的服务需求，各国邮政物流加大创新力度，业务结构和内容发生较大变化，由传统单一的邮政服务商，逐步向提供物流服务、信息服务、金融服务的综合运营商转变，并出现业务集成化趋势，使邮政增值服务能力显著提高，企业焕发出勃勃生机。

**4、高新技术助推邮政物流发展。**目前，国际先进邮政物流企业已形成以信息技术为核心，以运输技术、配送技术、装卸搬运技术、自动化仓储技术、库存控制技术、包装技术等专业技术为支撑的现代化物流装备技术格局。特别是随着全球电子商务迅猛发展，网上贸易规模大幅扩张，邮政物流

将与电子商务一并进入高速发展轨道。电子商务物流已成为新世纪国外物流发展的大趋势。

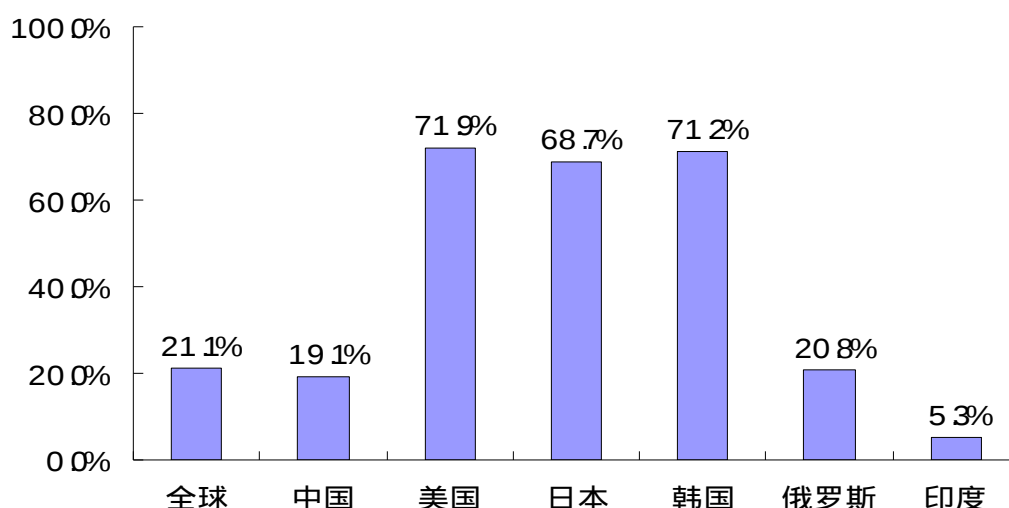


图 9-1 全球部分国家互联网普及率比较

## （二）国内邮政物流发展情况

近年来，随着经济社会快速发展，我国邮政物流核心竞争力不断增强，快递和一体化物流加快扩张，外资跨国公司抢滩中国市场，国内传统的大型物流企业也在加快转型的步伐，邮政物流业发展机遇与挑战并存。

1、**邮政物流市场潜力巨大。**在我国经济长期快速增长的背景下，不断增长的物流业需求，推动市场规模持续扩大。我国部分领先制造企业已开始有选择地推进供应链管理，推动集约式生产方式的发展，快递和一体化物流市场需求将进一步增加。同时，随着我国农村经济快速发展，农副产品生产与加工能力大幅提升，农民生活水平明显改善，农村邮政物流市场更加广阔。2008 年，我国全社会物流业总额、物流

业增加值分别增加到了 89.9 万亿元和 1.99 万亿元。全国邮政企业和规模以上快递物流企业业务收入 960 亿元，同比增长 14%，业务总量 1402 亿元，同比增长 15.5%。预计 2010 年，我国邮政业的市场规模将达到 1445 亿元。其中快递物流市场规模将达到 600 亿元，年均增速在 30%以上。

**2、市场主体呈现多元化。**中国巨大的邮政物流市场，吸引了不同所有制形式的物流企业和快递企业纷纷进入。早在 1986 年，敦豪（DHL）等大型第三方物流企业就已进入了中国市场。与此同时，中国邮政不断深化企业改革，加快发展速递物流业务，进一步巩固了邮政企业作为国有骨干企业在中国快递物流业市场的主体地位。民营物流公司不断扩展，呈稳步发展态势。特别是在作为高端邮政物流的快递物流市场中，既有中邮速递（EMS）、中铁快运、民航快递等国有企业，也有顺丰快递、申通快递、宅急送等民营企业，还有联邦快递、敦豪速递、联邦包裹等外资企业，呈现出三足鼎立的市场格局。

**3、服务能力显著提升。**在旺盛的市场需求拉动下，邮政物流企业加大在服务网点、集散中心、IT 系统、营运车辆等方面投资，提升企业可持续发展能力。邮政企业加大资金、人员、技术等方面的投入，邮政营业网、投递网得到强化，普遍服务能力、水平得到提升，实现了实物流、信息流和资金流的有机融合，使邮政物流发展具有“两网三流”的资源优

势。快递企业服务网络覆盖范围扩大，网络处理能力显著提升，上门揽收、投递到户、限时送达、跟踪查询等服务功能日趋完善。

**4、联动发展趋势显现。**围绕打造核心竞争力，不少制造业企业优化供应链结构，加快流程再造，整合、分离和外包物流业务，提高资源配置效率。邮政物流企业积极参与制造业企业供应链管理，提供快递和一体化物流服务，逐步形成了邮政物流业与制造业联动发展的新模式。

**5、兼并重组成为潮流。**加快物流企业兼并重组、培育具有国际竞争力的大型综合性物流企业集团，是现代物流业的发展方向。随着物流市场竞争加快和新《邮政法》的实施，在物流领域特别是快递物流领域，市场准入门槛提升、运行成本加大、服务功能及水平要求提高，广大中小物流企业和快递物流企业将面临严峻考验，企业间的兼并、重组和转型步伐将明显加快。

**6、区域集中特征明显。**邮政物流发展水平与整体经济的发展水平高度相关，越是经济发达的地区，服务的需求越旺盛，增值业务竞争就越充分，服务水平就越高。由于我国区域经济发展的不均衡性，使得邮政物流服务、市场发展水平呈现出显著的区域性集中特征。与国民经济区域发展水平相对应，邮政物流服务特别是快递物流服务主要集中在东部地区。

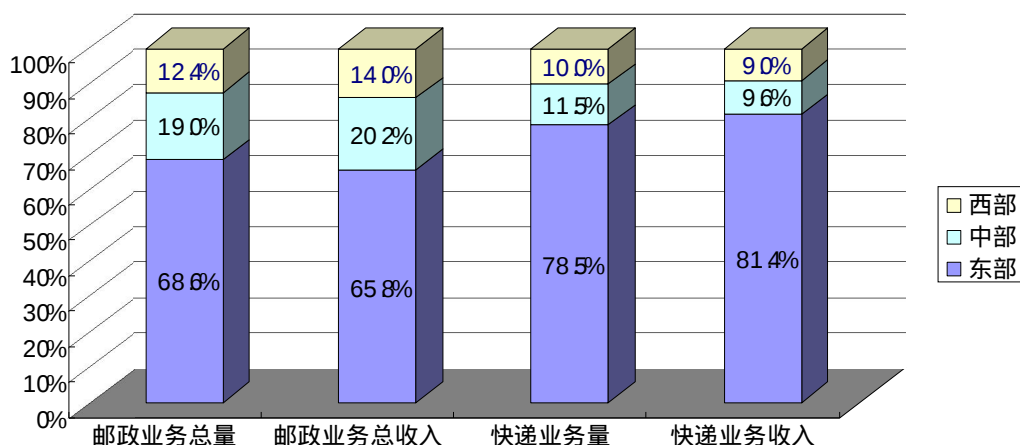


图 9-2 全国东、中、西部邮政业务规模构成

### （三）邮政物流发展模式

近年来，邮政业在与制造业、商业、农业等产业相互融合、互动发展中，形成了一些新的发展模式。

1、“快递物流+电子商务”的快递物流发展模式。快递物流企业依托淘宝网等电子商务网站，借助航空、公路等交通设施，通过构建覆盖区域、重点城市的快递物流营运网络，开展网购商品的配送、仓储、包装等专业化服务。该模式与网络购物等新型商业营销方式紧密结合，适应市场需求，发展潜力巨大。目前，包括中国邮政速递在内的国内快递物流龙头企业纷纷进入这一领域。

2、“连锁经营+配送到户”的农村邮政物流模式。邮政企业依托网络、品牌和服务优势，整合农资生产企业、农家店等社会资源，在农户和生产企业之间建立产品直通车，形成了农副产品、农资和日用消费品分销的邮政“绿色”通道。该模式有利于减少中间环节、降低流通成本、解决农村卖难买

难问题，是邮政企业发展农村物流、拓展农村市场的主要模式。

3、“仓储+配送”的邮政一体化物流模式。邮政企业依托邮政实物网、信息网、金融网优势，为客户提供集仓储、配送、信息、代收货款和供应链解决方案为一体的综合性物流服务。该模式实现了邮政企业物流与食品、装备制造、汽车及零部件、服装、医药、高新技术等产业的联动发展，成长空间广阔。

## 二、我省邮政物流发展的基本判断

### （一）发展现状

近年来，我省邮政物流持续快速发展，综合实力不断增强，服务能力显著提高，已成为经济社会发展的重要力量。

1、邮政物流发展迅速，整体实力明显增强。河南邮政企业通过实施业务创新，拓展业务领域，实现了规模与效益的同步增长，全省邮政企业十年来的业务收入年均增长16.37%，高出全国同行业平均水平4.26个百分点。全省快递物流业近三年增速迅猛，快递物流业务量由1677万件增加到4147万件，业务收入由4.11亿元增加到8亿元，年均分别增长近50%和40%。

2、快递物流规模壮大，多元化竞争格局业已形成。在旺盛的快递物流需求拉动下，各类快递物流企业迅猛发展，基本形成了国有、民营和外资企业竞相发展的格局。据统计，

全省现有快递物流经营企业 97 家，其中国有企业 6 家、民营企业 87 家、外资企业 4 家。从业务规模看，河南邮政速递业务规模最大，2008 年业务收入占到全省前 10 位快递物流企业业务总收入的 77%。

**表 9-1 我省快递物流业务收入前十名企业**

| 位次 | 企 业            | 占有<br>率( % ) | 位次 | 企 业          | 占有<br>率( % ) |
|----|----------------|--------------|----|--------------|--------------|
| 1  | 河南邮政速递         | 77           | 6  | 中外运—敦豪河南分公司  | 1.4          |
| 2  | 河南省顺丰速运有限公司    | 10           | 7  | 郑州郑圆快递物流有限公司 | 1.1          |
| 3  | 郑州申通速递服务有限公司   | 3            | 8  | 天地国际运输郑州分公司  | 1            |
| 4  | 宅急送快运公司郑州分公司   | 2.6          | 9  | 北京中外运速递郑州分公司 | 1            |
| 5  | 河南韵达快递物流服务有限公司 | 1.8          | 10 | 中外运空运河南分公司   | 1            |

### **3、邮政物流业务范围不断拓展，服务能力不断提高。**

目前，我省邮政物流业务领域已经涵盖了快递物流、农村邮政物流和邮政一体化物流等各个领域，服务经济社会的能力显著增强。在快递物流方面，我省异地业务占据主导地位，同城和国际业务快速增长，2008 年我省同城、异地和国际业务量比例为 20.4：78.5：1.1，业务收入比例为 11.3：73.4：15.3。在农村邮政物流方面，邮政企业加强与农资生产企业合作，建立三农服务点 2.48 万个，形成惠农、便农、利农的农村邮政物流体系，累计配送农资、特色农产品价值超过 100 亿元。在邮政一体化物流方面，邮政企业为洛拖、许继、辅

仁、新飞、郑州日产、北方易初等数十家知名企业提供集仓储、配送、信息等服务。河南省邮政公司连续三年被评为“中国物流百强企业”。

**表 9-2 全省快递物流业务量及收入分类**

|          | 业务量（万件） |      |    | 业务收入（万元） |       |      |
|----------|---------|------|----|----------|-------|------|
|          | 同城      | 异地   | 国际 | 同城       | 异地    | 国际   |
| 2007 年   | 424     | 1228 | 25 | 5298     | 23944 | 7363 |
| 2008 年   | 492     | 1896 | 26 | 5695     | 36850 | 7680 |
| 2009 年预计 | 980     | 3131 | 35 | 6471     | 57705 | 7098 |

**4、邮政物流网络不断完善，服务水平明显提高。**截至 2008 年底，全省邮政企业已开通邮路 759 条（其中航空邮路 30 条、铁路邮路 64 条、汽车邮路 665 条），邮路总长 10.59 万公里，组开了 29 条省际汽车物流专线，省内拥有 21 个物流集散中心、3159 个营业网点，生产作业处理和营业网点面积 106 万平方米。实现了快递邮件省辖市间的“次晨达”和市、县间的“次日递”，邮政企业内部实现了实物流、信息流、资金流一体化高效运转。重点快递企业的快递网络已覆盖全部省辖市和 45%的县（市）。

## **（二）发展优势**

我省发展邮政物流，具有明显的比较优势：

**1、雄厚的经济规模优势。**据相关研究，GDP 与物流业、快递物流业三者之间发展速度的比例关系为 1：2：3。依此测算，未来十年我省 GDP 的年增长率若保持 10%左右，则

我省邮政物流年均增长率将达到 20%~30%，发展潜力巨大。

**2、便捷的交通、区位和信息优势。**我省是全国重要的综合交通运输和通信枢纽，新郑国际机场货邮吞吐规模不断扩大，国家铁路主通道中“三纵三横”贯穿河南，省内高速公路网和“四纵四横”信息高速公路框架基本形成，各种运输方式相互衔接，市场汇集能力强，集散、分拨、配送成本低，比较优势突出。

**3、发达的网络和良好的品牌优势。**目前，邮政企业物流网络已覆盖城乡、联通全国，并基本实现了实物流、资金流、信息流“三流合一”，可在系统内封闭运行。中国邮政在广大城乡具有非常强大的品牌优势和较高的信誉，这为邮政企业抢占邮政物流市场竞争制高点、发挥支柱作用创造了良好条件。同时，全省快递物流网络不断完善，品牌信誉逐步形成。

**4、庞大的市场需求优势。**随着经济社会快速发展，产业结构和消费结构调整，商品和服务贸易规模显著扩大，为邮政物流发展提供了广阔空间。河南作为新兴的工业大省，食品工业、装备制造业、汽车及零部件产业、服装工业、医药工业和高新技术等产业发展迅速，铁路港、公路港、航空港、经济开发区、高新技术开发区、保税区等大型物流设施和物流企业集聚。据统计，2008 年全省仅公路货运量就达到了 9.84 亿吨，货运周转量 848.22 亿吨公里，同比分别增长

了 18%和 24%。同时，我省拥有近 1 亿人口的消费群体，商品贸易需求旺盛，电子商务迅猛发展，这些都为邮政物流发展提供了巨大空间。

### （三）存在问题

我省邮政物流发展中仍存在一些突出问题：一是邮政物流的规模尚不够大，尤其是传统物流规模偏大，现代物流发展相对不足，对全省物流行业的带动作用尚未充分发挥。二是邮政物流基础设施建设相对滞后，与良好的交通区位、消费市场、产业基础等优势相比，全国性邮政物流枢纽地位尚未确立，与现代化物流相适应的设施网络和运行体系还不健全，邮政物流区域性辐射力、影响力不足。三是作为农业大省，农村邮政基础设施比较薄弱，物流业务种类和服务产品不够丰富，网络配送、分销能力不足，农村邮政物流发展与其他农村商品流通体系相比相对滞后。四是物流市场管理不规范，存在无序竞争现象。

总之,邮政物流是社会基础产业。从区位交通、产业基础、市场潜力、网络布局等方面看，我省发展邮政物流都具有明显优势。为此，应将邮政物流作为我省现代物流业的战略性和支柱性产业，加大扶持培育力度，促使其尽快做大做强。

## 三、发展思路、目标及布局

### （一）发展思路

今后一个时期，要围绕全省经济社会发展需求，按照“拓

展网络、提升业态、多领域发展”的基本思路，以实物、信息和资金“三流合一”为支撑，以综合交通枢纽和覆盖城乡的网络为平台，建立功能完备、运行高效的邮政物流体系，做大做强快递物流、农村邮政物流和邮政一体化物流三大领域，推动邮政物流快速发展，成为我省现代物流业的重要支柱，为全省经济社会发展提供强有力的服务支撑。

——加强基础设施建设，完善邮政物流网络。依托便利的航空、公路、铁路交通网络，以及土地、人工费用低成本优势，以郑州为基地，建立中南邮政物流集散中心和区域性快递物流分拨中心，扩展邮政物流线路和班次，形成辐射周边省份和覆盖全省的邮政物流网络，增强我省邮政物流整体竞争力。

——发挥点多面广优势，推进农村物流发展。依托邮政企业的网络优势，推动邮政物流服务向农村延伸，形成日用消费品下乡、农副产品进城的双向高效流通体系。

——规范邮政物流市场，支持新兴业态发展。加强和规范邮政物流市场管理，依托电子商务等新型业态，拓展商品配送、仓储、包装等专业化服务，提高邮政物流创新能力。

——培育多元市场主体，健全便捷高效服务体系。推动市场主体多元化，构建功能齐全、运行高效的现代邮政物流体系，全面提高邮政物流服务水平。

## （二）发展目标

——到 2012 年，全省邮政物流收入达到 20 亿元，年均增长 25%以上；邮政物流基础设施建设初见成效，中南邮政物流集散中心建设基本完成，形成辐射省内省外的邮政物流网络。

——到 2015 年，全省邮政物流业务收入达到 34 亿元，年均增长 20%以上。培育年业务收入超 10 亿元的企业 1 家，年业务收入超 4~5 亿元的企业 2 家，超亿元的 5 家以上；中南邮政物流集散中心区域枢纽地位得到加强，全省 1889 个乡镇农村邮政配送中心和 3 万个“村邮站”及邮政服务“三农”代办点建设全面完成，快递物流省内县以上网络覆盖率达到 100%。

——到 2020 年，全省邮政物流业务收入超过 78 亿元，年均增长 18%以上。郑州发展成为全国重要的邮政物流集散中心，服务完备、功能强大、覆盖国内外的邮政物流网络基本形成。

### （三）发展布局

依托我省区位、交通和信息网络优势，加快全省邮政物流发展，构建郑州“一个中心”和省内、省外“两大网络”的发展格局，形成立足中原、辐射全国、连接世界的邮政物流网络体系。“一个中心”是：以郑州为龙头布局建设区域邮政物流分拨中心。“两大网络”：一是面向全国布局建设各大中心城市和湖北、安徽、山东、河北、山西、陕西等周边地区各省辖市的邮政物流网络；二是面向省内布局建设全省 18 个省辖市的邮政物流分拨场站，以及县（区）、乡、村三级邮

政营业网点，形成覆盖广大农村市场的“工业品下乡、农产品进城”双向物流配送网络。



图 9-3 邮政物流省外网络辐射图

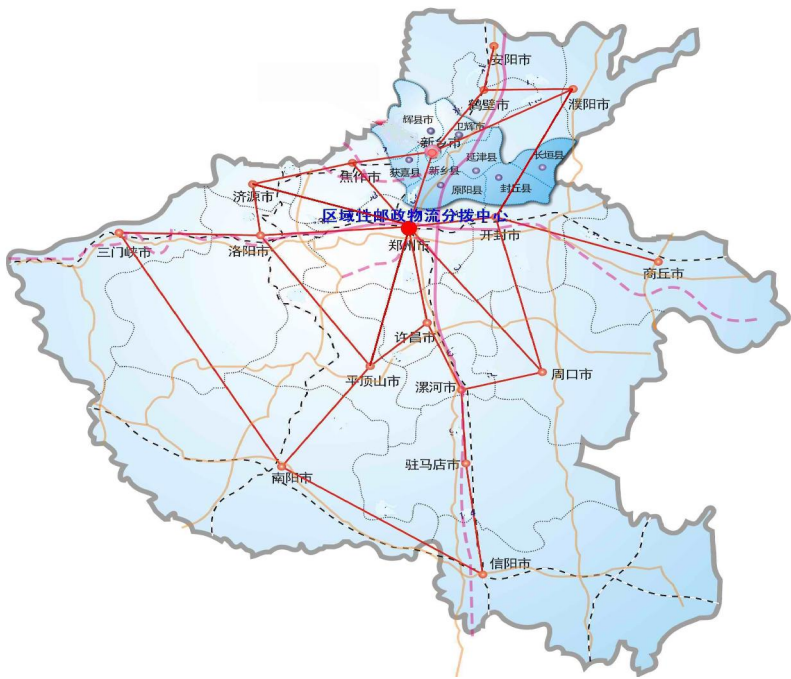


图 9-4 邮政物流省内网络布局图

## 四、主要任务

### （一）加强邮政物流服务能力建设

按照“政府引导、企业主导、市场运作”原则，以邮政物流集散配送中心、运输网络、服务网点三大环节建设为重点，加快邮政物流基础设施建设，完善航空、铁路、公路等配套设施，构筑快速配载、快速装卸、无缝衔接的物流绿色通道，提高邮政物流服务能力水平。

1、**支持邮政物流园区建设。**启动中南邮政物流集散中心建设，2012 年底完成工程建设，建成邮件处理、转运和邮政物流仓储、集散、配送中心；同时建成安阳、洛阳、南阳、信阳、商丘 5 个区域邮件处理和物流邮件仓储、配送中心，以及重点县（市）物流邮件仓储、配送中心；到 2015 年把中南邮政物流集散中心建设成为全国八大邮政物流集散中心之一。依托综合交通枢纽，结合快递物流企业需求，规划建设河南快递物流产业园，完善集散、分拨、仓储、加工、信息和金融等综合服务功能，积极吸引企业入驻，推动集聚发展。争取到 2015 年，有 8~10 家全国快递龙头企业入驻园区，建成辐射全国的快递物流分拨中心。

2、**支持邮政运输网络建设。**争取中国邮政航空公司早日开通西安—郑州—南京的邮政“全夜航”，不断增加新的快递物流航线和班次，提高郑州航空快递物流网络辐射能力，逐步形成覆盖长三角、珠三角、环渤海地区、中西部重点城

市和港、澳、台北、东京、首尔的航空快递物流网络，提高郑州航空货邮辐射能力。支持邮政企业加快组建省际重点城市间和省辖市之间的邮路，开通郑州直达重点县的物流专线。支持快递物流企业开辟航空线路和汽运主干线，扩大网络覆盖范围，提高快递服务能力。到 2015 年，河南邮政物流郑州至全国重点城市的航空运输干线将达到 540 条、省际汽运干线 240 条、省内地市干线 255 条。

**3、支持邮政物流网点建设。**支持邮政企业加快邮政基础设施和农村物流网点建设，尽快完成 138 个空白乡镇邮政局所的补建和 29 个县（市）、447 个营业面积小、条件简陋的乡镇邮政局所的改造，建成 3 万个行政村“村邮站”。支持快递物流企业向省内外二、三线城市延伸布点，加快营业网点建设，扩大邮政物流网络覆盖面。

## **（二）大力发展快递物流**

围绕拓展同城、异地和国际快递物流业务，加快经营方式转变，培育多元化市场主体，加强资源整合和战略合作，形成多元主体竞争、多层次服务共生的发展格局，推动快递物流做大做强，成为我省邮政物流新的增长极。

**1、扩大邮政快递物流业务规模。**支持邮政企业加快内部改革，转变经营模式，提高企业竞争力，加快发展成为全省快递物流业的主力军。一是做强高端快递物流业务。借助健全的快递物流网络，做大省内现有“次晨达”、“次日递”业

务规模。加快开通以郑州为中心辐射周边城市的“当日递”业务。二是针对出省流向集中的重点区域，积极开通省际间“次日递”业务，大力发展香港、日本、韩国、新加坡、美国、澳大利亚、英国、西班牙等国家和地区的“限时递”业务。三是扩张标准型业务领地，进一步做大国际业务、做强国内异地业务、做优同城业务、做好包裹业务。

2、推动快递物流企业发展。加快快递物流企业网点建设，扩大网络覆盖范围。结合企业自身实力和业务规模，调整快递物流经营模式，采取全资直营、特许加盟、业务代理等不同方式，实现企业规模化、品牌化、规范化发展。加强企业管理，降低运营成本，增强核心竞争力。挖掘和细分市场，开发适应市场需求的新产品和服务，大力发展网购配送、包装、短期仓储、代收货款、代征代缴等增值业务。

3、加强快递物流企业战略合作。推动河南邮政速递与国际、国内快递物流企业建立合作联盟，拓展河南邮政速递在国际快递市场、城市快递物流市场占有率，并吸引民营快递物流企业成为河南邮政速递的异地配送货源组织者，实现优势互补、共同发展，共同做大我省快递业规模。

### （三）积极发展农村邮政物流

发挥邮政企业遍布城乡的网络优势，将现代物流理念引入农村，打造农村邮政物流综合服务平台，按照“配送+分销”的运作模式，为农村提供农资产品、日用消费品和农副产品

的分销代理和配送服务，增强服务“三农”的能力和水平。

**1、建立完善农村邮政物流渠道。**依托邮政企业，完善农村邮政物流网络布局，通过改造、新增和加盟等方式，建立县为分销配送中心、乡镇为分拨点、村庄有代办网点的农村邮政物流服务体系。利用邮政企业自有网络和各类社会店面，加强与商业、供销、农机、科技等农村服务机构合作，叠加各类涉农服务功能。在全省 1889 个乡镇和 3 万个行政村建立邮政服务“三农”代办点，建立完善代办网点服务运行机制，实行统一挂牌、统一配货、统一管理，开展销售和送货上门服务，实现“收订到农户、投递到家门、服务到田头”。

**2、大力开拓农村农资和消费品配送市场。**支持邮政企业及其所属加盟连锁邮政“三农”服务网点经营化肥、农药、农膜、种子等农资产品，建立农资服务示范工程，加大技术支撑力度，增强农资售前、售中和售后服务能力。支持邮政企业申报农业产业化龙头企业，参与国家化肥淡季储备业务。支持邮政企业创新农村消费市场营销模式，积极开展小型家电、通信产品、文化娱乐产品等消费品分销和配送，支持邮政企业涉足农村医药零售业务、农村中小学教材发行配送业务，积极开展信件、包裹、报刊、储蓄等邮政普遍服务。

**3、推动农副产品进城入市和全国分销。**加强邮政企业与农村种植大户、农副产品深加工企业合作，建立农副产品销售直通车，利用邮政企业连锁网络，将我省名、优、特产

品分销配送到全国，打造河南特色农产品配送品牌。支持邮政企业加强与大型农副产品流通企业、连锁超市的合作，开展仓储、分拣、配送、代收货款等服务。

#### （四）加快发展邮政一体化物流

发挥邮政企业网络优势，以专业化的仓储、运输、配送及信息技术平台为手段，为客户提供实物、信息和资金“三流合一”的供应链全程解决方案，推动邮政一体化物流发展。

1、**大力发展产业集聚区物流业务。**以装备制造、汽车及零部件、食品、纺织服装、电子信息、生物医药、新材料等产业集聚区为重点，针对不同产业集聚区和入驻企业的特征，大力开展从原材料入厂到产品仓储、运输、配送、报关、代收货款等各环节物流综合服务，借助产业集聚区物流规模大、需求集中的优势，尽快做大一体化物流业务规模。

2、**积极发展行业精益物流。**以服装、食品、烟草、医药、IT、汽车零配件等面向市场终端的消费品行业为重点，以经销商和中小制造业企业为对象，推动行业精益物流发展，使其成为我省一体化物流的主导业务。支持河南邮政企业为宇通客车、少林客车、日产汽车、海马汽车、奇瑞汽车、天海电器等汽车制造商和零配件生产商提供全面物流服务，为辅仁药业、**天方药业**、宛西制药、羚锐制药等重点医药生产企业以及以河南省医药公司、亚宝药业为代表的医药经销企业提供全面医药物流服务。积极推进河南邮政服务中小企

业的活动，为中小企业提供包括从订单处理、运输、仓储、配送，到库存管理、流通加工、信息服务、退货处理、代收货款等服务的一体化邮政物流解决方案，实现物流、信息流和资金流“三流合一”的供应链管理服务。

**3、加快发展国际货代业务。**依托郑州航空港、河南保税物流中心、出口加工区、综合保税区等，加快与我省外向型制造企业和商贸企业建立战略合作关系，积极开拓国际货代业务，推动我省邮政企业高端一体化物流发展。

### **（五）推动邮政物流与电子商务融合发展**

支持邮政物流进入电子商务领域，打造运营商、供货商和服务商的“三商”合作平台，组织实施一批邮政物流服务和电子商务联动发展示范项目。推动与淘宝网等电子商务企业建立合作平台，扩大店购、网购、电话购物、3G手机购物、电视购物等物流配送规模，大力开发快递物流增值服务产品。加快建设反应迅速、实时沟通的“电子商务 - 物流企业 - 消费者”三位一体的信息交流平台，推动信息资源共享，提高邮政物流效率。支持快递物流企业借助自身网络资源优势，创建特色商品专业营销网站，拓展业务范围。

### **（六）支持邮政物流信息化建设**

建设完善邮政企业专用数据通信网、183 电子商务网和 11185 客户服务中心，构建电子邮政网络平台。加快快递企业信息化建设步伐，充分依托邮政物流园区和龙头企业，建

设专业化的邮政物流公共信息平台。加强与邮政管理、海关、工商、税务等政府职能部门公共服务网站的对接，打造互联互通、数据共享的公共信息系统，提高快递物流信息化水平。

### **（七）加强快递物流行业市场监管**

针对快递物流服务的特殊性，完善快递物流企业市场准入、快递物流企业备案管理制度，明确从业条件与经营范围，实施快递物流企业分类管理，加强执法监督，强化行业自律，规范市场行为，建立公开公平、规范有序的市场环境。加强快递物流物品安全监管工作，提高时限准时率，降低破损率、丢失率和投诉率，提升快递物流服务质量。

## 第十章 粮食物流

发展粮食现代物流，提高粮食流通自动化、信息化、系统化和设施现代化水平，对于降低流通成本、提高流通效率、促进粮食加工业发展、增加农民收入、保障国家粮食安全具有十分重要的意义。当前是我国粮食现代物流发展的关键时期，我省必须紧紧抓住国家实施促进中部地区崛起战略和加快发展粮食现代物流的良好机遇，充分发挥区位、交通、资源等综合优势，努力实现粮食现代物流健康快速发展。

### 一、行业发展形势分析

#### （一）发达国家粮食物流行业发展现状

国际上高效粮食物流体系的发展以美国、加拿大、欧洲、澳大利亚等主要粮食出口国家和地区的粮食供应链为代表。这些发达国家的粮食物流体系，均伴随着农业生产能力的提高及农产品贸易量的增长而逐步向专业化、网络化和高效率方向发展，形成了包括收纳集并仓、机械化中转仓以及专用运输、装卸工具等在内，分工明确、设施配套的仓储体系；建立了从国内粮食产地集并至出口港，然后进入国际市场的完善的粮食出口物流体系。机械化、自动化作业系统以及信息技术的应用进一步促进了粮食物流的发展。其粮食现代物流体系具有以下特点：

#### 1、粮食流通方式四散化。粮食实现散装、散卸、散运

和散储，是发达国家粮食流通实现现代化的重要标志。澳大利亚政府在 1930 年就通过立法推行粮食四散化，根据粮食主要产区和港口的分布，规划建立了以各州为基本覆盖范围的散装粮食运输系统，配有散装铁路运输车皮和散装汽车，粮库配有铁路和汽车散粮装卸系统；在水路运输条件较好的港口还配有粮食专用码头和粮食散装散运系统。四散系统管理规范、技术先进，粮食在流通过程损失很少，成本也很低，由此带来了巨大的经济效益和社会效益。

2、**粮食物流节点布局科学合理。**系统化是粮食现代物流发展战略的首要条件，发达国家均已基本完成了对传统粮食物流技术的改造，形成了物流节点布局合理，上下游粮食流通企业协调配套，物流线路系统性强、效率高，物流技术和管理水平先进的粮食现代物流系统。加拿大粮食流通系统中有 4 层粮食储存设施，即农场粮库、收纳库、港口库和转运库，其中收纳库 382 个，港口库 17 个和转运库 13 个。农场粮库即农场主自己的粮库，主要用于粮食收获后、出售前的整理和短期储存；收纳库主要分布在加拿大西部，起着衔接农场与国际粮食市场的作用；17 个港口库(又称终端库、终点库)衔接陆地和水路运输，接收收纳库或转运库的粮食，并在加拿大谷物委员会的监督指导下进行出口前的粮食清理、称重、检验等。在加拿大粮食物流系统中另一个重要环节是位于五大湖和圣劳伦斯运河的 13 个转运库，转运库的功能基本与港口库相同，接收由收纳库或港口库的粮食并通

过水路集运到国内及国际市场。澳大利亚粮食流通主体由州级散粮流通公司、港口中转库和乡村收购站组成，并且按照粮食种植区域和粮食流向，形成了合理的布局 and 结构。

**3、粮食生产流通的集中度和组织化程度高。**美国、加拿大等国家地广人稀，粮食规模化生产，粮食物流集中度高，物流成本得到降低。美国粮食生产以家庭农场为主，农场规模在 700~800 公顷以上，粮食生产品种相对单一，质量均匀，品质稳定。美国排名前几位的粮商（ADM、邦基、嘉吉等）是粮食物流的实施主体，其粮食贸易量占全国的 80%以上，控制着国际谷物 80%的市场份额。各大粮商都承担着从粮食收购、仓储、运输、进出口到加工等各个物流环节的组织运作，实现了物流上下游产销、加工的有效衔接。

**4、粮食流通的市场化程度高。**美国、澳大利亚等粮食流通发达国家由于粮食资源丰富，政府不储粮或储粮很少，通过用市场的途径鼓励私人储粮。由于重视市场在粮食储存和运输中的作用，以市场化运作实现政府的宏观调控意图，减轻了政府的储粮成本，且在一定程度上保证了所存粮食的品质和流通效率。例如美国鼓励私人储粮，仓库多为私人公司或农场主所有，国家不经营仓储设施，联邦储粮数量很少。国家储备粮食常寄存于私人储粮机构，按储备量向农场主支付仓储管理费和低息贷款，当粮价上涨，国家要求农场主归还贷款，迫使农场主抛售粮食，市场作用显著。

**5、粮食流通领域的法律、法规比较完善。**发达国家通

过立法规定粮食生产、储存、运输、加工和销售者的责任、权利及义务，依法制定国家发展粮食生产和流通的财政预算计划及使用规则，因此“从田地到餐桌”的粮食物流各环节的操作有法可循，监督管理有法可依。美国 1916 年通过了《美国仓储法》，根据该法又制定了《粮食仓储条例》，对粮食仓储许可证、仓储保证金、仓储存单、仓储商的责任和粮食检验、称重、分级等一系列具体操作，都有非常具体和明确的规定。任何从事粮食公共仓储的法人，必须获得许可证。申请许可证必须符合农业部规定的财务状况、设施条件、管理能力以及仓储商对其设施的控制能力等各种条件。

## （二）我国粮食物流发展现状

1、粮食现代物流体系建设已经起步。随着我国粮食流通体制改革的深化，粮食企业的市场职能得到进一步发挥，国家不再直接参与粮食物流，对粮食流通领域的调控方式转为通过政策法规、行政执法、国家储备等方式进行调控。中粮、中储粮和中谷等三大中央大型粮食企业集团成为国家粮食调控的主渠道，在粮食流通中发挥主导作用。2003 年，我国利用世界银行贷款和国内配套资金在东北地区、长江沿线和西南地区建设的粮食收纳库、中转库、港口库和散粮运输系统已经建成并投入运营。尤其是 1998 年至 2003 年国家投资建成 114 个、总仓容 5260 万吨的国家粮食储备库，粮食仓储条件大为改善，粮食物流作业规范化、标准化和自动化水平明显提高。

**2、粮食物流模式发生明显变革。**一是粮食流通方式更加现代化，电子商务、网上交易快速发展，已经成为政策性粮食销售的主要方式。套期保值已经成为部分粮食企业规避风险的手段。二是粮食运输方式正在发生变化，由过去的包粮运输逐步向散粮运输发展。三是粮食现代物流的领域更为宽泛，粮食物流已经发展成为专门产业，粮食从生产者到消费者的各个环节都牵涉到粮食物流行业。

**3、粮食流通方式向四散化方向发展。**国内东北区域和我省等区域内已经采用散粮运输，但从全国范围看，粮食平均散运量仅占 15%。包粮流通劳动强度高、作业费用高，增加了作业环节，效率低下，粮食损耗高。因此，以散粮为主的运输方式已经成为发展方向。《全国粮食现代物流发展规划》提出，到 2015 年全国原粮运输中散粮流通比例由目前的 15%提高到 55%，跨省散粮流通比例由目前的 20%提高到 80%，基本实现主要跨省粮食物流通道的四散化和整个流通环节的供应链管理。

**4、粮食物流市场进一步分化，竞争日益激烈。**随着粮食流通体制改革，各地粮食部门加快推进资源整合和企业改制、重组，粮食物流市场主体的集中度有所提高，一些大型粮食企业逐渐形成，开始在激烈的市场竞争中发挥粮食物流主力军作用。部分粮食企业开始突破以实物储存、运输为主的物流模式，向产、购、销、加工以及粮食电子商务一体化的供应链物流转变。同时，单纯提供运输、仓储等简单物流

业务竞争日益激烈。

## 二、我省粮食物流发展的基本判断

### （一）发展现状

1、粮食分品种流量流向情况。我省粮食流通量较大，全省粮食商品量在 3000 万吨以上，商品率高达 60%左右；中央储备粮在我省储备规模占全国的 1/10；每年有 1000 万吨以上粮食（原粮）调出省外。

分品种看，我省小麦为净流出，玉米、稻谷流出流入均有，主要为品种调剂，具体分品种流量流向情况见下表。

**表 10-1 全省小麦流通基本情况**

| 流向   | 常年流出数量<br>预计（万吨） | 货物来源地或调出地（省）               |
|------|------------------|----------------------------|
| 流出我省 | 1000             | 山西、陕西、河北、贵州、湖南、广西、广东、江西、福建 |

**表 10-2 全省玉米流通基本情况**

| 流向   | 常年流入流出数量<br>预计（万吨） | 货物来源地或调出地（省）            |
|------|--------------------|-------------------------|
| 流入我省 | 40                 | 东北、河北、山东                |
| 流出我省 | 250                | 安徽、山东、湖南、重庆、河北、江西、广东、广西 |

**表 10-3 全省稻谷流通基本情况**

| 流向   | 常年流入流出数量<br>预计（万吨） | 货物来源地或调出地（省） |
|------|--------------------|--------------|
| 流入我省 | 50                 | 东北、湖北        |
| 流出我省 | 25                 | 湖北、广东、江西     |

伴随我省城镇化的加快推进、粮食生产和粮食加工业的迅速发展，预计省内粮食流通量和跨省成品粮流通量将进一步增加，跨省原粮流通量也将有一定速度增长。

**2、我省粮食物流基础设施现状。**截止 2008 年底，我省粮食系统拥有各类粮食仓库 2748 个，总占地面积 6333 万平方米。按仓容规模划分，10 万吨以上的粮库 34 个，5~10 万吨的粮库 96 个，2.5~5 万吨的粮库 156 个，其余为 2.5 万吨以下。按专用设施划分，其中有铁路专用线的粮库 62 个，专用线总长度 100300 米，有效长度 51880 米。

截止 2008 年底，我省国有粮食企业有效仓容 506 亿斤，各类粮食仓储机械设备 32791 台（套），已安装微机管理系统的库点 1020 个，已安装微机检控系统的库点 400 个。计算机管理系统、环流熏蒸系统、粮情检测系统等先进储粮和管理手段的应用，提高了储备粮管理水平和粮食企业的经营效益，确保了储粮安全。

**3、粮食运输方式现状。**省内粮食流通以汽车散运为主，跨省长距离粮食流通以包粮火车运输为主。包粮运输效率低、成本高。目前，我国粮食从产区到销区的物流成本占粮食销售价格的 20%~30%，比发达国家高出一倍左右。

## **（二）发展优势**

**1、区位优势突出。**我省地处中原，交通区位优势明显，居于国家交通网络框架的核心位置，全省公路通车总

里程 24 万公里，其中高速公路通车里程 4841 公里，居全国首位，铁路通车里程近 4000 公里，京广、陇海、焦柳、京九、太焦、宁西等铁路干线在境内纵横交错。郑州还拥有亚洲最大的铁路编组站郑州北站和全国最大的铁路零担货物中转站郑州东站。我省承东启西、连南贯北的区位优势 and 发达的公路、铁路综合粮食运输通道，为发展粮食现代物流提供了良好的基础条件支撑。

2、粮食资源优势巨大。我省粮食资源丰富，粮食总产量连续多年居全国首位，特别是夏粮产量占全国的 1/4 左右。近年来，粮食消费量增长幅度低于粮食产量增长幅度，粮食商品量和结余量逐年增大。2008 年我省粮食商品量 600 亿斤左右，销往省外原粮 225 亿斤。到 2015 年，按河南粮食生产能力达到 1200 亿斤计算，考虑到城镇化水平提高和消费结构变化等因素，预计粮食商品量将达到 800 亿斤以上，商品率达 70%以上。随着粮食产销盈余不断扩大，相当部分增产粮食可以作为商品粮（含加工制成品）调出省外。从粮食物流的客体来看，无论是跨省粮食流通还是省内粮食流通，粮食物流数量巨大，并且将逐年增加，为粮食物流发展提供了宽广的市场空间。

**表 10-4 我省粮食生产和消费变化情况**

| 年 份  | 粮食种植面积<br>(亿亩) | 平 均 亩<br>产(斤) | 粮 食 总<br>产量(亿<br>斤) | 粮 食 消<br>费量(亿<br>斤) | 产 消 盈 余 ( 亿<br>斤) |
|------|----------------|---------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| 1996 | 1.32           | 571           | 768                 | 679                 | 89                |
| 1997 | 1.34           | 584.8         | 779                 | 669                 | 110               |
| 1998 | 1.33           | 587.4         | 802                 | 670                 | 132               |
| 1999 | 1.35           | 627.8         | 851                 | 697                 | 154               |
| 2000 | 1.35           | 605.6         | 820                 | 700                 | 120               |
| 2001 | 1.32           | 622.6         | 824                 | 708                 | 116               |
| 2002 | 1.35           | 625.4         | 842                 | 710                 | 132               |
| 2003 | 1.34           | 347.8         | 714                 | 715                 | -1                |
| 2004 | 1.35           | 633.2         | 852                 | 725                 | 127               |
| 2005 | 1.37           | 667.4         | 916                 | 729                 | 187               |
| 2006 | 1.4            | 721           | 1002                | 737                 | 265               |
| 2007 | 1.42           | 738.6         | 1049                | 742                 | 307               |
| 2008 | 1.44           | 745.2         | 1073                | 751                 | 322               |

资料来源:粮食产量数据来自历年《中国统计年鉴》、《河南农村统计年鉴》。粮食消费量 1996-2001 年数据来自“河南省粮食供求变化趋势及总量平衡问题研究”, <http://www.cngrain.com> 2002-11-26, 中华粮网; 2002-2008 年数据来自年度粮食供需平衡测算表。

**3、信息优势明显。**郑州商品交易所的粮食期货交易活跃,“郑州价格”已成为粮食价格波动的“晴雨表”。“中华粮网”集交易平台、信息服务、价格发布和粮网社区四大功能为一体,加快发展粮食电子商务,成功实现了传统粮食交易方式的信息化变革。郑州粮食批发市场是经国务院批准建立的我国第一家国家级粮食批发市场,该市场信息化水平较高,拥有网上远程交易功能,已经成为国家储备粮、最低收购价粮食等政策性粮食的重要交易平台。河南省粮食交易物流市场通过完善连接省市粮食部门的信息网络,推动了区域粮食散运物流信息化,发展成为集电子商务、仓储物流、融资结算等多功能为一体的复合型粮食批发市场。这些都为粮油信

息的搜集、整理、发布及粮食物流信息平台建设奠定了基础。

4、**产业基础较强。**近年来，随着粮食流通体制改革的深化，我省一些国有粮食运输、仓储、购销企业改革经营管理模式，创新服务，不断做大做强。部分食品领域大型工商企业的粮食物流部门逐步剥离成为独立的粮食物流企业，并由全部经营自有业务转向自营粮食物流与承接社会粮食物流相结合。中粮集团等具有粮食物流产业链一体化运作能力的中央大型粮食物流企业开始进驻河南，外资和民间资本开始涉足粮食物流业，多元化的投资渠道初步形成，显示了我省粮食物流行业发展的强劲势头。

另外，我省食品加工业发展势头迅猛，已经成为全省工业经济中最具竞争实力和发展优势的支柱产业。2008 年，全省规模以上食品工业企业达到 2644 家，涌现出了天冠、三全、思念、白象、金苑、海嘉、莲花集团等一批行业龙头企业。小麦粉、速冻米面食品、方便面、饼干等产品产量分别占全国总产量的 37%、72%、27%和 31%，均居国内首位。小麦加工转化企业个数以及年加工转化能力、年产量均居全国同行业首位。食品工业的快速发展对发展粮食物流提出了更高需求，也提供了更大的市场空间。

### （三）存在问题

1、**粮食物流基础设施相对落后。**一是粮食仓储设施相对落后和不足。全省国有粮食企业的有效仓容中，有 200 亿斤左右的仓容为 1980 年以前建设，超期服役。随着我省粮

食产量的增加，预计将有更多的粮食仓容缺口需要弥补。另外，我省现有完好仓容中能够适合粮食散装散卸的立筒仓、浅圆仓的比重很低，绝大部分平房仓不适应散粮接收发送的需要。二是运输方式不适应散粮流通需要。目前我省散粮汽车运输进入快速发展阶段，但散粮火车和内河散粮船舶运输尚未起步。长距离粮食物流大多采用传统的包粮运输方式，粮食出库环节基本采用麻袋、塑料编织袋灌包，抵达目的地后还需拆包。整个流通环节需要经过多次灌包、拆包，导致粮食物流成本高、损耗大、掺混杂质情况严重。三是粮食物流信息化程度相对较低，粮食现代物流信息网络系统尚需完善。

**2、粮食物流行业服务能力较低。**一是粮食物流企业服务方式和手段原始单一。目前多数从事粮食物流服务的企业只能简单地提供运输和仓储服务，流通加工、信息服务、粮食物流成本控制以及全程粮食物流方案设计等高层次的粮食物流服务水平不高，制约了粮食精深加工业的发展。二是粮食物流企业组织规模较小。目前从事粮食物流服务的企业，包括传统的运输、储运等流通企业和新型的专业化粮食物流企业，规模和实力比较小，网络化的经营组织尚未形成，缺乏核心竞争力。

**3、粮食物流资源缺乏有效整合。**一是受传统计划经济体制的影响，我省相当一部分粮食及食品工业企业仍然保留着“大而全”、“小而全”的经营组织方式，从原粮采购到产品

销售过程中的一系列粮食物流活动主要依靠企业内部组织的自我服务完成，制约了专业化、社会化粮食物流发展。二是由于市场壁垒和粮食物流信息资源缺乏整合，各类粮食物流企业的运输、仓储设施等资源，还不能在全社会范围内实现合理的交流和流动，部分粮食物流资源闲置，使用效率较低，缺乏有效整合。

### 三、发展思路、目标及布局

#### （一）发展思路

充分发挥我省粮食生产和加工资源丰富的比较优势，按照发展粮食市场、降低物流成本、服务粮食加工业的总体要求，积极引进和采用先进的物流组织方式、管理理念和技术装备，整合粮食物流资源，完善粮食物流节点布局，逐步建立与国内国际市场接轨的标准化、专业化和社会化的粮食现代物流体系，降低粮食物流成本，提高粮食流通效率，增强粮食流通加工行业竞争力，保障粮食安全。

——合理布局节点，完善服务网络。在粮食主产区和粮食加工集聚地区，合理布局跨省和省内粮食物流节点，形成覆盖全省、辐射周边、通达全国的粮食物流节点网络。

——加快物流方式变革，提高粮食物流效率。依托大型粮库和粮食加工企业，建设和改造一批散粮中转仓、储备库，配置散粮进出仓，推广散粮运输方式，形成长途跨省运输以火车散运为主，中短途范围内以汽车散运为主，不同运输方

式紧密配合的高效粮食物流体系。

——积极培育交易市场，完善粮食流通体系。充分发挥市场在配置资源中的基础性作用，加强粮食专业批发市场、大中城市成品粮油批发市场、城乡粮食集贸市场建设，提升市场功能，发展网上交易等新型交易方式，形成以全国性粮食批发市场为龙头，区域性粮食批发交易市场为骨干，城乡粮食集贸市场为补充，物流、商流、资金流、信息流有机结合的粮食流通体系。

——整合物流资源，培育市场主体。整合各类粮食物流资源，提高资源利用效率，推动粮食物流向系统化、集约化方向发展。通过资源整合、招商引资、创新服务等多种方式，培育大型粮食物流产业集团，提高粮食物流行业核心竞争力。

——拓展产业链条，构建粮食物流一体化供应链。鼓励我省粮食物流企业积极发展粮食流通加工、粮食配送和制成品物流等各种增值业务，拉长粮食物流产业链条。引导骨干粮食物流企业和粮食加工企业推进粮食产业化经营，积极参与构建粮食一体化供应链。

## （二）发展目标

到 2012 年，基本完成粮食仓储、运输及相关设施的改造升级，全省新增浅圆仓等中转仓容 50 万吨、高大平房仓等储备仓容 300 万吨；初步形成布局合理、设施先进、功能

完善、运行高效的跨省和省内散粮物流通道及粮食物流节点网络体系，基本实现粮食的散装、散卸、散运、散存，全省粮食物流散化量占总粮食流通量的比重提升至 70%。

到 2015 年，完成粮食物流资源整合，培育出一批年营业收入超过 5 亿元的大型粮食流通企业；建成 5 个产值超 20 亿元，具有粮食收购、仓储、运输、交易、精深加工等综合功能的大型粮食现代物流园区；建成比较完善的粮食物流信息系统和粮食检验检测系统；基本实现粮食物流全过程的有效衔接和供应链管理，全省粮食物流散化量占总粮食流通量的比重提升至 80%；加强我省与京、津、沪、粤、浙等主销区的产销对接和向华中、西南、西北地区的辐射，确立我省在黄淮海地区小麦输出通道上的主导地位 and 郑州在国家粮食物流体系中的中心枢纽地位。

### （三）发展布局

#### 1、粮食物流通道的规划布局

结合我省粮食流量、流向的情况，全省形成 4 条跨省粮食物流通道，并围绕跨省通道，构建连接省内产销、加工区的粮食物流通道网络体系。

（1）跨省粮食物流通道。我省位于黄淮海小麦主产区，与黄淮海小麦流出通道相衔接，可形成 4 条跨省粮食物流通道。

河南 - 华南粮食输出通道。省内粮食输出地主要为商丘、周口、开封、许昌、驻马店、信阳、南阳等市，省外粮

食接收地为广东、广西、福建及湖北、湖南、江西等省，品种主要是小麦、稻谷和少量玉米，占跨省粮食调出量的 50% 左右。同时，信阳地区还隶属于长江中下游稻谷流出通道。

河南 - 华北粮食输出通道。省内粮食输出地主要为商丘、新乡、开封、安阳、濮阳、焦作等市，省外粮食接收地为北京、天津、河北、山西等省，品种以小麦为主，占跨省粮食调出量的 20% 左右。

河南 - 华东粮食输出通道。省内粮食输出地主要为周口、商丘、开封、濮阳、信阳、南阳等市，省外粮食接收地为上海、江苏、浙江、山东等，品种主要是小麦、玉米，占跨省粮食调出量的 20% 左右。

河南 - 西南粮食输出通道。省内粮食输出地主要为南阳、**驻马店**、漯河等市，省外粮食接收地为四川、重庆、贵州、云南等，品种主要是小麦、玉米及稻谷，占跨省粮食调出量的 10% 左右。

跨省粮食流通方式以铁路运输为主、内河运输为辅，南北方向的粮食运输主要通过京广、京九和焦柳等铁路线，东西方向主要通过陇海、宁西、新焦、新荷等铁路线和省内淮河支流。

表 10-5 跨省粮食（原粮）调出量现状及预测

单位：万吨

| 跨省粮食物<br>流通道 | 2006-2008<br>年均调出量 | 2010 年预测调出量 | 2015 年预测调出量 |
|--------------|--------------------|-------------|-------------|
| 河南-华南        | 440                | 500         | 750         |
| 河南-华东        | 190                | 200         | 320         |
| 河南-华北        | 190                | 200         | 320         |
| 河南-西南        | 80                 | 100         | 160         |
| 合计           | 900                | 1000        | 1550        |

（2）省内粮食物流通道网络。综合粮食生产、加工和消费格局等因素，省内粮食物流流向主要为由东、南、北三面向中西部地区输送的供给物流，形成粮食主产区到粮食加工聚集区和省内粮食销区的物流通道网络。同时，该通道网络与跨省粮食物流通道互连互通，实现跨省粮食余缺调剂。

省内粮食流通方式主要是汽车散装运输，依托省内发达的公路交通，实现省内粮食主产区到粮食销区和粮食加工企业聚集区的高效流通。

## 2、粮食物流节点的规划布局

根据跨省和省内粮食物流通道布局，以郑州为中心，以周口、驻马店、商丘、南阳、信阳、新乡、安阳、开封、许昌、濮阳、焦作等粮食主产市为重点，规划建设跨省粮食铁路战略装车点和省内粮食物流节点，形成长途跨省运输以火车散运为主、辅之以内河船舶散装运输，中短途范围内以汽车散运为主，公、铁、水等不同方式的联合运输和无缝衔接，

## 覆盖全省、辐射周边、通达全国的粮食物流节点网络。

### （1）郑州粮食现代物流中心枢纽

在郑州东部物流集聚区规划建设集粮食收购、储存、运输、交易、粮食精深加工等多功能的粮食综合物流园区。支持郑州商品交易所、郑州粮食批发市场、省粮物流交易市场 and 大型粮食购销企业发展。通过聚集物流资源、增强服务能力、完善市场体系，把郑州建设成为带动全省、辐射全国的粮食现代物流中心枢纽，成为全国重要的粮食物流信息中心、交易中心、价格中心和调控中心。

### （2）跨省粮食物流节点布局

——豫北跨省粮食物流节点，包括安阳、新乡、濮阳、焦作等市。2006 - 2008 年年均粮食调出量为 190 万吨左右。预计 2010 年、2015 年省外粮食流出量分别达到 220、380 万吨。依托安阳汤阴国家粮食储备库、新乡新华国家粮食储备库、濮阳皇甫国家粮食储备库等大型粮食仓储物流节点，在区域内规划建设 4~5 个跨省粮食铁路散运战略装车点，衔接黄淮海粮食物流通道，辐射京津、山西等粮食主销区。

——豫东跨省粮食物流节点，包括商丘、周口、开封等市。2006 - 2008 年年均粮食调出量为 330 万吨，预计 2010 年、2015 年省外粮食流出量分别达到 370、530 万吨。依托商丘国家粮食储备库、周口东郊国家粮食储备库、开封城南国家粮食储备库等粮食物流节点，在区域内规划建设 5~6 个跨省粮食铁路散运战略装车点和粮食内河散运码头节点，衔

接黄淮海粮食物流通道，辐射长三角、东南沿海等粮食主销区。

——豫南跨省粮食物流节点，包括信阳、南阳、驻马店、许昌等市，2006 - 2008 年年均粮食调出量为 380 万吨，预计 2010 年、2015 年省外粮食流出量分别达到 420、600 万吨。依托驻马店华生粮油物流中心、南阳唐河国家粮食储备库、信阳固始段集粮油物流中心、淮滨散粮物流码头等粮食物流节点，在区域内规划建设 5~6 个跨省铁路散运战略装车点和内河散运码头节点，衔接黄淮海粮食物流通道，辐射华东、华南及西南等粮食主销区。

### （3）省内粮食物流节点布局

在省内粮食物流通道上，改造提升 50~60 个物流量较大、基础条件较好的中转库、储备库、骨干粮食批发市场和大型粮食加工企业，建设形成与省内粮食基础收纳库互联，与跨省粮食物流铁路战略装车点及水运节点衔接，覆盖全省、辐射周边的省内粮食物流节点网络体系。

### （4）粮食综合物流园区布局

根据我省粮油食品加工业发展状况，在郑州、新乡、周口、漯河、信阳、南阳、商丘等地规划建设具有贸易、加工、储存、运输和信息服务等多种功能的综合性粮食物流园区，吸引粮食加工、储藏、运输及食品企业向园区转移，促进产业的集聚和融合。

## 四、主要任务

### （一）加强粮食物流基础设施建设

一是建设散粮中转仓和储备库。在跨省粮食物流节点和省内重要粮食集散地，依托现有粮食物流设施，建设和改造一批适应散装散卸的立筒仓、浅圆仓和粮食集装箱中转站等散粮中转设施，增强铁路、公路散粮发运、接卸能力。加强高大平房仓等粮食储备设施建设，满足我省粮食生产发展的仓储需求。二是建设散粮接收发放设施。依托大型粮库、粮食批发市场以及大型粮食加工企业等主要粮食物流节点，完善和建设与散粮物流系统配套的卸粮坑、提升输送系统，提高散粮发运及接卸能力。三是配置散粮运输工具。根据国家推进不同方式散粮运输系统的进程，以实现散粮运输为目的，鼓励粮食物流企业和粮食加工企业增添散粮运输工具。四是建设粮食物流信息系统，构建粮食物流公共信息平台。整合中华粮网、郑州粮食批发市场和省粮食交易物流市场的信息平台资源，采用电子数据交换、电子商务、地理信息系统等信息技术和网络技术，不断完善服务功能，扩大覆盖范围，建设成为黄淮海区域乃至全国的粮食物流公共信息平台。推进粮食物流公共信息平台与粮食购销、储存、加工企业及粮食物流相关部门的互联互通，在全省范围内选择 150 个左右符合条件的粮食购销、加工、储运等企业，建设企业物流信息管理系统，提升企业信息化水平，实现与粮食物流

公共信息平台对接。

## **（二）完善粮食市场流通体系**

实施粮食批发市场体系建设工程，重点建设和发展大宗粮食品种的区域性、专业性批发市场和大中城市成品粮油批发市场以及城乡粮食集贸市场。重点支持郑州粮食批发市场、省粮食交易物流市场完善市场服务功能，发展网上交易、现货合同交易等新型交易方式，发挥在粮食交易、电子商务、物流配送和粮价形成方面的龙头作用，建设成为全国性粮食批发交易物流市场和政府实施粮食宏观调控的重要载体；支持商丘、漯河等地建设区域性粮食批发交易市场，在保证仓储、装卸、交易等功能的基础上，完善加工、配送、信息处理等功能；规范发展城乡粮食集贸市场。

## **（三）培育粮食物流市场主体**

一是推动粮食物流资源整合，鼓励优势企业开展跨地区、跨所有制的兼并重组。积极推进郑州粮食批发市场、省粮食交易物流市场和大型粮食购销企业的物流资源整合，组建大型粮食物流企业集团。二是大力开展招商引资，积极引进国内外优势企业，整合省内粮食企业，支持郑州、新乡等市的大型骨干粮食企业与中央大型粮食企业集团的合资合作。三是引导粮食企业利用期货市场套期保值，规避风险，全面提升核心竞争力。四是鼓励、支持非公有制粮食物流企业发展，放宽非公有制粮食物流企业的市场准入条件，建立

健全对各种所有制形式企业一视同仁的政策体系和管理机制，营造有利于非公有制经济发展的良好环境。五是运用现代物流理念，推动传统粮食储运企业创新经营管理机制，支持采用现代化的仓储、运输设施和技术。引导粮食批发市场积极开展物流、信息服务等增值业务。

#### **（四）构建粮食物流一体化供应链**

大力发展粮食产业化经营，依靠各类龙头组织的带动，将粮食的生产、加工、贮藏、运输、销售等各个环节有机结合起来，推动我省粮食产业升级和结构优化。一是积极发展“订单农业”。鼓励粮食生产者、流通企业、加工企业之间的合作，形成“农户→粮食收储企业→粮食加工企业→食品加工企业”产业链。积极支持农民专业合作社和农民经纪人为农民提供产销服务，提高农民生产和销售粮食的组织化程度。二是推动粮食加工龙头企业构建粮食物流供应链。引导天冠、金苑等粮食加工龙头企业，依托自身产业链条，构建并实施供应链管理，建立与上下游企业之间的战略联盟，统筹配置各环节资源，实现综合效益最大化。同时，鼓励我省粮食物流企业抓住机遇，完善企业信息系统，提升技术装备水平，积极与粮食加工企业物流供应链对接。

#### **（五）推进粮食流通领域改革开放**

一是加快国有粮食企业改组改制，扶持一批国有粮食收购、仓储、加工骨干企业，提高市场营销能力，在粮食收购

中巩固主渠道地位。二是鼓励发展散粮汽车运输，采取切实措施推进散粮运输方式变革。制定实施鼓励散粮运输发展的政策措施。三是推进粮食物流业的开放。鼓励和支持省外粮食物流企业，尤其是中央大型粮食企业集团，在我省设立分公司、业务分支机构，或与我省粮食企业合资合作。加快我省粮食物流企业“走出去”的步伐，贯彻我省东引西进战略措施，坚持优势互补的原则，加强与周边省市的交流与合作。

## （六）积极发展粮食流通加工

一是鼓励和支持我省粮食物流企业适应用粮企业多样化需求，开展粮食除尘除杂、拆包灌包、为加工企业进行配粮、低水分粮食的增湿调质、高水分粮食的烘干、稻谷脱壳等粮食流通加工增值服务。二是鼓励粮食物流企业采购进货后将粮食按品质分类储存，根据粮食加工企业或其他用户的需要，按订单要求的品种、品牌和品质搭配比例进行粮食搭配，发展粮食配送业务。三是鼓励我省粮食企业拓展服务领域，发展粮食制成品物流。针对城乡居民对食品优质化、多样化的消费需求，创新服务模式，调整产品供应结构，生产小包装精装粮食产品、绿色粮食产品等，提高产品附加值，增强市场竞争力。

## 第十一章 花卉物流

大力发展花卉物流，对于减少花卉产品流通环节，降低流通成本，扩大辐射范围，增强我省花卉竞争力，促进花卉园艺产业快速健康发展有着重要意义。

### 一、行业发展形势分析

#### （一）国际花卉物流发展特点

自上世纪 50 年代以来，全球花卉产销以年均 10% 的速度增长，花卉消费中心主要集中在欧盟、美国、日本和东南亚一带，欧盟约占全球消费市场的 45%，美国和日本约占 20%。目前，发达国家年人均花卉消费额超过 30 美元。随着发展中国家经济实力逐渐增强，全球花卉消费将以年均 8% ~ 10% 的速度增长。

近年来，随着交通运输条件的改善，以及包装、保鲜和冷链技术的应用，全球花卉大市场、大流通格局逐步形成，主要呈现以下几个特点：

#### 1、产业转移和消费格局变化推动花卉物流快速发展。

目前，发达国家的种苗（种子、种球）等优势产品比重不断上升，花卉生产逐步向自然资源适宜、劳动力成本低廉的亚洲、中南美洲及非洲发展中国家转移，全球化的花卉生产格局基本形成。花卉产品国际贸易激增，2008 年荷兰花卉出口额达 51 亿欧元，泰国每年约有 1.2 亿株大兰花销往日本等国，

在日本兰花市场占有 80% 的份额。

**2、国际花卉交易、物流枢纽初步形成。**在花卉种植集聚区域，以花卉交易、物流配送为核心的国际化贸易枢纽逐渐出现，并在花卉流通格局中发挥着主导作用。荷兰为巩固其全球花卉园艺产品的交易、中转枢纽地位，对境内阿斯米尔市场和花荷拍卖市场进行整合重组，组建新的荷兰花荷（FloraHolland）拍卖市场。根据该市场的统计，2007 年其花卉销售额达 40 亿欧元，鲜切花占世界鲜切花贸易的六成左右，观赏植物占世界总贸易量近五成。迪拜中东航运中心的物流条件及其在全球种植、消费国之间的地理位置，使其具备打造全球花卉交易平台的条件，有可能成为荷兰花卉拍卖交易和物流中心战略上的最大威胁。

**3、花卉流通的组织化程度进一步提高，基础设施比较完善。**在发达国家，专业的花卉协会、经纪人队伍和物流公司逐步壮大，集制种、成品包装、冷藏、保鲜、运输、销售等环节的社会化服务体系日趋完善，花卉协会在产业发展中起着举足轻重的作用。发达国家的花卉冷链物流体系比较完善，荷兰现人均拥有冷库 0.76 立方米，约为美国的 3.3 倍、我国的 68 倍。

## **（二）国内花卉物流发展特点**

**1、花卉产业集聚和产销分离格局为花卉物流发展带来新机遇。**2008 年，我国花卉种植面积 1163 万亩，销售额 666.9

亿元。花卉种植集中在浙江、江苏、河南、广东、四川、山东、云南等省份。目前，云南的鲜切花、广东的绿色观赏植物和盆花、江浙的园林绿化苗木、上海的切花种苗、海南的热带切花、辽宁的种球等，均已形成拳头产品和地域特色鲜明的产业集聚区，其中云南鲜切花在全国消费市场约占 50% 的份额。我国花卉消费主要集中在大中城市及经济相对发达地区，上海、北京、广东已成为全国三大花卉消费中心。

2、花卉物流格局和物流方式渐显端倪。总的来看，鲜切花的运输在夏冬两季以航空为主，在春秋两季以铁路和公路运输为主，流通范围较广。苗木、盆栽等花卉主要依托公路运输方式，苗木运输一般不超过 12 小时，区域化特征较为明显。在鲜切花航空运输方面，以北京为中心的华北地区有 50% 在北京中转；以上海为中心的华东地区大中城市，大部分采用航班底仓直飞运达，一般不中转；以广州为中心的华南地区，以广州消费为主，且发往广州和深圳两地的花卉，60% 以上是再通过陆路口岸转口至香港。

3、区域性花卉拍卖交易和物流中心快速发展。在花卉种植集聚区、区位优势优越的地区，区域性花卉交易市场和物流中心发展迅速。花卉市场的交易方式加快升级，拍卖、电子商务等交易方式正在加速取代传统对手交易方式，交易成本逐步降低。昆明国际花卉拍卖交易中心依托雄厚的产业基础和快速发展的航空运输业，已发展成为我国乃至中南亚

重要的花卉交易中心，每天玫瑰鲜切花的交易量已占到全省日上市量的 60%。

4、花卉物流发展潜力巨大。根据世界经济发展规律，当人均 GDP 达到 2000 美元后，人们消费理念和消费方式将发生质的变化。2008 年我国人均 GDP 已达到 18934 元，按平均汇率 6.8 计算折合为 2784 美元，城市居民恩格尔系数也降至 36.3%，已经逐步进入追求精神文化消费阶段。预计未来 10 年，我国花卉总消费额将以年均 8% 的速度增长。

## 二、我省花卉物流发展的基本判断

我省花卉栽培历史悠久，文化底蕴深厚。进入本世纪以来，全省花卉种植面积年均增长 19%，销售额年均增长 13%，出口年均增长 42%。从种植布局上看，郑州高档盆栽、鲜切花、花坛花卉，许昌观赏苗木，洛阳牡丹，开封菊花，南阳月季、药用花卉和信阳观赏苗木，濮阳鲜切花和安阳盆景的生产格局初步显现。花卉产业的良好发展态势为花卉物流业快速发展奠定了良好基础。

### （一）发展现状

1、以郑州为中心的区域性花卉交易中心雏形显现。郑州陈砦花卉交易市场已发展成为全国最大的室内交易市场，拥有摊位 1500 多个，商家 800 多家，交易品种万余种，年交易额突破 6 亿元，逐步成为面向我国西北、华北市场的花卉交易中心和物流中心。

2、花卉物流初具规模。2008 年全省花卉生产面积 141 万亩，占全国比重稳定在 12%左右，销售额占全国比重稳定在 8%上下（图 11-1）。近年来，我省所产花卉 70%~80%销往省外，省内花卉消费以年均 20%的速度高速增长。月季种苗、鄢陵观赏苗木和洛阳的牡丹远销到德国、日本、美国、新加坡等国家，已经形成一定的市场影响力。

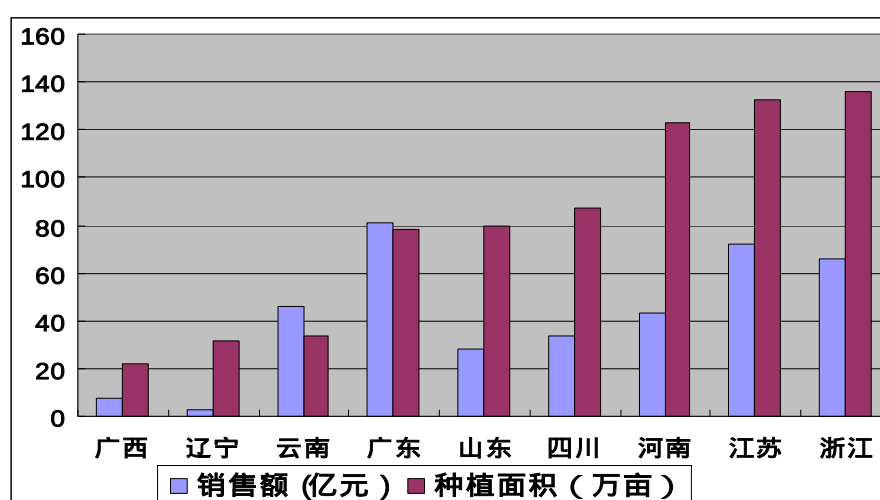


图 11-1 2007 年全国主要花卉省份种植面积、销售额对比图

3、花卉龙头企业开始涉足花卉物流环节。河南鸿宝园林公司、郑州陈砦园艺发展公司、洛阳神州牡丹园艺科技有限公司、鄢陵北方花卉集团、南阳月季集团、虞城县豫东花卉有限公司等龙头企业，逐步拓展产业链条，从单纯的花卉生产拓展至花卉深加工、物流、会议会展服务、零售、设计施工等。“公司+基地+农户”、“合作社+基地+农户”等产业化经营形式发展平稳。

## （二）比较优势

1、市场发展潜力大。近年来，我省花卉消费以每年接近 20%的增长率高速发展，品种上以观赏苗木消费为主，消费对象以集团消费为主，家庭个人消费为辅；城镇消费占 95%以上，农村消费不足 5%，其中郑州市占全省消费量的 40%。目前全省年人均花卉消费不到 4 元，其中城镇居民年人均鲜切花的消费量不到 1 支。随着收入水平和生活水平的提高，省内花卉消费潜力逐步释放。同时，随着促进中部地区崛起战略的实施和中原城市群的加快建设，省内绿化苗木、花坛植物等花卉的需求量巨大。

2、区位优势 and 物流成本优势明显。云南鲜切花 80%是通过民航运输的，通过陆路运输可节省运输成本达 60%。我省地处中原，东接安徽、山东，北接河北、山西，西接陕西，南接湖北，呈连南贯北、承东启西之势，具有十分优越的区位优势。同时，河南省拥有非常便利的交通条件，是全国重要交通枢纽，拥有铁路、公路、航空、水运、管道等相结合的综合交通运输体系。因此，优越的区位和运输优势为河南花卉物流中心建设和国内外花卉市场拓展奠定了良好的基础。

3、花卉产业持续快速发展。传统名花资源丰富，花卉栽培历史悠久，十大传统名花中河南占有六种。我省位处暖温带-亚热带交汇的边缘地区，属于湿润-半湿润季风气候，

适宜南北多种植物的生长，是“南花北移”、“东花西送”进行品种驯化的理想地区。预计在未来十年中，花卉业总产值年均增长 19%，年出口额年均增长 20%。

### （三）存在问题

我国花卉物流发展较为滞后，主要表现在：一是物流体系专业化程度较低，包装、运输等环节技术设备落后，拣选、加工、包装等道工序缺乏统一标准，物流系统缺乏整体性的流程优化，中间环节较多，物流运作流程繁琐、位置分散，时间较长。二是现有的花卉市场发育尚不成熟，市场交易方式落后，交易规模小，交易成本高，规范、高效的交易平台尚不成熟。绝大部分花卉市场仍徘徊在以零售、批发和摊位租赁为主要内容的初级市场阶段。三是花卉生产、流通的组织化程度低，作坊式的分散生产经营模式仍占绝对比重，单一品种规模化、专业化、标准化程度不高，制约了花卉物流的快速发展。四是花卉冷链物流基础设施滞后，流通环节所需的冷链保鲜设施、冷链运输车辆、花卉台车等专业设备较为缺乏，影响花卉产品特别是鲜切花的上市质量。

### （四）初步判断

从花卉物流发展趋势来看，鲜切花主要依托航空运输，有全程冷链要求，产区、销区间运输以点对点方式居多，在航空发展较快、鲜切花产量集中的地区，容易形成鲜切花拍卖交易中心和物流配送中心。苗木、盆栽等花卉主要依托公

路运输，合理运输半径约为 800 ~ 1000 公里，由于长距离运输，需途中养护，在区位交通优势突出的地方容易形成中转中心、配送中心和交易中心。

我省花卉物流发展较为滞后，花卉交易主要依托郑州陈砦花卉市场辐射西部和华北地区，其交易方式主要为对手交易，网上交易、拍卖交易比重很小。随着郑州航空枢纽的建设，特别是支线航空的快速发展，在鲜切花方面，郑州有可能成为鲜切花拍卖中心和国际性采购中心。在苗木、盆栽等花卉方面，依托便捷的公路、铁路网络和优越的区位条件，建成全国性花卉交易、物流中心的可能性较大。

### 三、发展思路、目标及布局

#### （一）发展思路

依托交通区位优势，结合花卉产业布局，以建设大型花卉交易中心、构建高效便捷花卉物流体系为核心，整合花卉市场资源，加快物流基础设施建设，培育专业花卉物流企业，为我省花卉产业实现跨越发展、由花卉大省向花卉强省转变提供有力支撑。

——发展现代交易方式，提升交易中心地位。升级改造骨干花卉交易市场，完善基础设施，创新交易方式，筹建大型花卉拍卖交易中心，巩固提升花卉集散中心地位。

——加快物流设施建设，促进集并配送高效。在花卉生产聚集区，合理布局建设综合物流园区和分销转运中心，加

快完善花卉冷藏保鲜设施，形成功能齐全、便捷高效的花卉物流体系。

——壮大产业中介队伍，提高市场组织化程度。组建行业协会，壮大花卉专业合作社和花卉经纪人队伍，创新花卉流通形式，建立和推广花卉物流行业标准，提高花农和经纪人进入市场的组织化程度，降低生产经营风险。

## （二）发展目标

力争到 2015 年，花卉业总产值年均增长 19%，争取打造 3~4 家产值过亿元的花卉龙头企业，郑州花卉拍卖交易市场、花卉综合物流园区初具规模，基本确立郑州全国重要的花卉交易中心、物流配送中心地位。

## （三）发展布局

根据我省花卉产业发展现状、战略定位和发展思路，重点规划建设“一个物流园区”、“一个拍卖中心”和“八个分销转运中心”，构建以拍卖交易中心和物流园区为核心，以分销转运中心为骨干的花卉物流交易体系。

**“一个物流园区”：**在郑州航空港区内，建设集国内公铁航联运、中转集散和国际物流口岸功能于一体的花卉综合物流园区。

**“一个拍卖中心”：**依托郑州陈砦花卉市场或鄢陵北方花木交易中心，建设辐射全省、全国乃至亚太地区的大型花卉拍卖交易中心，为我省进出花卉产品的集散和大中型企业在全国及亚太地区采购和分销提供交易平台。

**“八个分销转运中心”：**按照覆盖省内六大花卉生产核心区，并兼顾周边省份花卉生产布局的原则，在洛阳、开封、许昌、安阳、信阳、南阳、濮阳、商丘建设八个花卉分销、转运及交易中心，为本地区进出花卉的集散和企业采购、分销提供物流交易平台，为进行末端配送服务提供专业化的物流设施。

## 四、主要任务

### （一）完善提升花卉交易体系

提升改造郑州陈砦花卉交易市场和鄢陵北方花木交易中心，完善基础设施，升级交易方式，进一步强化其商品集散、价格调节、余缺调节、信息引导等功能，发展成为集花卉及相关商品的展示、销售、批发、拍卖、进出口贸易于一体的花卉集散中心和拍卖交易中心。一是加快基础设施建设。建设大型拍卖交易场馆、运输中转区、仓储批发区及冷藏保鲜、花卉熏蒸等基础设施，完善检验检测系统、质量可追溯系统，提升花卉上市质量和交易效率，降低交易成本。二是提升交易方式。引导花卉交易市场由目前低层次的摊位制对手交易方式逐步向拍卖交易、网上交易、订单交易方向发展，完善网上磋商、网上竞价、电子结算、交易分析与监控等系统，提高流通效率。对鲜切花以拍卖方式为主，其他方式为辅；对苗木、盆栽等花卉，以对手交易、合约交易、订单交易为主。三是加快电子交易市场建设。搭建具备网上拍卖、电子交易、物流配送、信息查询等功能的花卉电子交

易平台，建立网络会员制，大力发展电子商务，争取到 2020 年实现 80% 的花卉生产企业进行网上交易。

## （二）推进花卉物流基础设施建设

加快物流基础设施建设，构建以郑州花卉物流园区为中心，以 8 个分销转运中心为骨干的花卉物流体系。一是充分发挥新郑国际机场和拟建许昌航空客货枢纽港集公铁航联运于一体的优势，在郑州航空港区建设集冷链物流、国际中转、多式联运、区域配送、信息服务等功能为一体的花卉综合物流园区。主要建设大型展示交易场馆、冷藏保鲜区、物流配送区和包装、熏蒸、剪切等流通加工区，强化其与拍卖交易市场、物流企业的信息共享与战略合作，积极吸引相关物流企业入驻，最大限度地发挥规模效益。二是新建或改建洛阳、开封、许昌、安阳、信阳、南阳、濮阳、商丘八大花卉分销、转运及交易中心，建设完善交易服务大厅、恒温保鲜库、停车场等硬件设施，构建与郑州花卉交易物流中心互联互通的网上交易系统。三是进一步完善省内公路物流绿色通道，以缩短物流时间，降低花农、花卉生产企业物流成本，确保花卉品质，提高河南花卉市场竞争力。

## （三）提高花卉流通的市场组织化程度

组建行业协会，壮大花卉专业合作社和花卉经纪人队伍，创新花卉流通形式，提高花农和经纪人进入市场的组织化程度，降低生产经营风险。一是引导花卉科研机构、生产销售企业、专业合作社、中介组织等单位，在自愿互助、平

等互利的基础上，成立行业协会，加强行业自律，建立各种花卉产品的物流运作规范，引导产业健康快速发展。二是壮大花卉专业合作社和花卉经纪人队伍。鼓励专业种植大户加快发展特色花卉品种，推动从事花卉生产的农户间构建信息共享、协同生产的互助网络。积极推动花农和龙头企业之间，建立发展“龙头企业+合作社+农户”等多种形式的产业合作组织，集中力量开拓市场，统一产品质量标准，逐步培育花卉品牌，增强专业化、规模化生产能力，提高花农进入市场的组织化程度。

#### （四）完善花卉冷链物流体系

在花卉综合物流园区、交易市场、分销中心等物流节点，加快建设服务于花卉产业的冷链基础设施，加大对冷藏保鲜车辆的投资力度，保证鲜活、易腐的鲜花在收购、储藏、加工、运输、销售的各个环节都处于所需低温环境，逐步完善花卉冷链物流体系，减少在物流过程中的变质和污染损耗，保障花卉产品上市质量。

#### （五）积极培育花卉物流企业

引导鸿宝园林、郑州陈砦园艺、鄢陵北方花卉集团等花卉龙头企业，在拓展产业链条的同时，整合周边相关物流资源，强化与第三方物流企业的战略合作，加快物流资源与业务的剥离，通过参股、控股、兼并、合资等多种形式，组建具有花卉行业特色的专业物流企业。根据花卉产业“公司+基地+农户”、“合作社+基地+农户”等产业化经营形式特点，积

极拓展花卉生产资料配送、物流金融等特色服务，有效沟通产业链条上下游各方，提高整个产业链条的经济效益。

## （六）大力发展花卉会展

充分发挥洛阳牡丹、开封菊花、南阳月季的品牌效应，大力发展以“洛阳牡丹花会”、“开封菊花花会”、“鄢陵中原花木交易博览会”等为代表的各类花卉展览、展销活动、全国性和区域性展览会，进一步提升河南花卉产品的市场影响力。积极吸引云南鲜切花、广东绿色观赏植物、江浙园林绿化苗木、海南的热带切花、辽宁种球等花卉生产经营企业参展，以花为媒，逐步提升郑州在花卉交易、物流配送方面的区域枢纽地位，推动花卉物流发展。

## 第十二章 建材物流

建材物流是指建材的采购、运输、保管、装卸搬运、流通加工以及信息服务等活动。主要分为建筑材料物流、家居装饰物流两大类，本规划以家居装饰建材物流为重点。我省是建材生产和消费大省，大力发展建材物流，对加快建材工业升级、改变传统建材流通方式、促进区域经济发展和改善人民生活水平具有重要意义。

### 一、行业发展形势分析

#### （一）国际建材物流发展特点

1、建材连锁超市成为国际建材物流的主要形式。目前，发达国家 90%的建材零售是通过连锁超市渠道实现的。美国家得宝（Home Depot）是全球最大的仓储式家居建材用品零售商，连续九年被《财富》杂志评为“最受欢迎的专业零售商”；美国劳氏（Laws）是全球第二大建材连锁超市，两家企业分别排名《财富》评选的 2009 年度世界 500 强企业第 90 位和第 153 位，市场份额占美国建材市场的 90%。英国百安居（B&Q）是欧洲装饰建材超市第一品牌和欧洲最大、全球第三的国际装饰建材零售商，市场份额占英国建材市场的 80%。

2、国际建材物流企业跨国间快速扩张。随着全球经济一体化，欧美知名建材连锁企业纷纷把眼光转向海外市场，

加强对海外市场的拓展，通过兼并、收购、结盟等方式，整合物流资源，建立和拓展全球物流网络。目前，家得宝遍布美国、加拿大、墨西哥和东亚等多个国家和地区，在全球连锁商店达到 2200 多家，2009 年销售收入达到 712.88 亿美元；百安居已在全球 14 个国家和地区开设 600 多家仓储式装饰建材连锁店，年销售收入达到 80 亿美元；法国乐华梅兰商店总数达 700 多家，遍及法国、西班牙、比利时、波兰、意大利、巴西、俄罗斯、葡萄牙、中国等国家，年销售收入 60 多亿美元。

3、国际建材物流向绿色环保型方向发展。目前，在欧美等发达国家，发展建材物流必须优先考虑环境问题，从环境保护角度对物流体系进行改进，加强运输、存储及使用环节的管理和环保技术应用，纷纷推出“绿色建材”标识或“健康建材”标准，发展形成环境共生型的绿色建材物流管理系统。

## （二）国内建材物流发展形势

1、建材工业高速增长带动建材物流市场快速发展。“十一五”以来，随着城镇化进程和新农村建设，我国建材市场需求旺盛，推动建材生产和销售快速发展。从生产环节看，我国建材工业增加值年均增长 16% 以上，主要建材产品生产规模不断扩大，陶瓷、玻璃、铝塑、人造板、建筑幕墙等产量均居世界第 1 位，涂料产量仅次于美国居世界第 2 位，木地板、五金等产量居世界前列。从销售看，2008 年全国规模以

上装饰建材市场 3000 多家，销售总额超过 7500 亿元，陶瓷、板材、家具、五金、灯饰等专业市场发展迅猛。

2、国际知名建材物流企业在我国快速扩张。截至 2008 年底，百安居在中国已开设分店 60 多家，成为我国规模最大的家居零售企业。家得宝 2006 年底通过收购家世界家居在北京、沈阳、天津、郑州等地 12 家连锁店，形成了以北京总部为中心向全国集束式发展的局面。与此同时，法国乐华梅兰、瑞典宜家、德国欧倍德等知名建材物流企业纷纷进入我国一、二线城市发展。

3、建材物流形成多种业态竞相发展格局。近年来，我国建材物流市场呈现批发市场、专营店、连锁超市等多种业态共存局面。传统建材批发市场仍占据着我国建材市场的主导地位。建材连锁超市经营模式在我国发展势头强劲，全国现已拥有建材超市 150 家左右，形成了百安居、好百年、宜家、东方家园、好美家、家得宝、新家园等一大批中外知名品牌。

4、建材第三方物流发展步伐加快。目前，我国建材物流成本约占建筑总成本的 11%左右。随着建材行业竞争加剧以及家居装饰建材营销模式由建材批发市场向建材超市转变，建材供应商面对日益激烈的市场竞争，不得不寻找第三方物流来降低物流成本。第三方建材物流企业凭借其先进的物流技术和市场网络，能够以较低的成本提供采购、仓储、分拨、运输等专业化、综合性建材物流服务，越来越受到建

材企业的重视。

### （三）建材物流市场主要经营模式

目前，国内外建材市场有五种经营模式：一是连锁超市模式。由于连锁超市经营品种多、购物环境好、售后服务到位、符合现代消费趋势，是目前欧美市场的主流销售模式。二是品牌专卖店模式。专卖店一般只经营某一类高档建材产品，满足高端消费群体需求。三是综合批发市场模式。市场占地面积大，一般位于城乡结合部和交通要道，品种齐全，价格低廉，以批发为主。一般的摊位式批发市场物流活动零散，购物环境较差，物流速度慢，质量难以保证。改进型的摊位市场以中高端建材为目标，购物环境优越，服务能力增强。四是市场联盟模式。由建材生产商、销售商、房地产开发商和建材大市场组成的建材联合采购营销网络，采取交易、物流、信息三位一体，实现集中采购和产品直销。五是物流园区模式，集建材交易、展示、加工、仓储、配送等于一体，进行一体化发展。从产品类别看，连锁超市和品牌专卖店是装饰、家具、灯饰类建材市场的主要模式，市场联盟是建筑材料类市场的主要模式，物流园区和批发市场是多种经营、混合经营模式。

## 二、我省建材物流发展的基本判断

### （一）发展现状

我省是全国重要的建材生产基地，也是建材消费大省。2008 年，全省限额以上建材流通企业的建材及装饰类商品销售额为 14.07 亿元，同比增长 50.88%。目前，我省建材物流处于传统与先进业态共存阶段，主要特点如下：

**1、郑州成为全省最大的建材市场集中地。**目前，我省建材批发市场主要集中在郑州、洛阳、平顶山、焦作、安阳等地。郑州拥有东建材、凤凰城、天荣建材港、新家园建材超市、家世界、易购万家、澳柯玛物流园、中原陶瓷城、北建材、五洲精品陶瓷城等 20 多家大型装饰类建材批发市场，拥有红星美凯龙、欧凯龙、家得宝、居然之家、华丰灯饰等一批家居类建材市场，聚集了 80%以上的建材经营户，已成为全省最大的建材市场集聚地。

**2、装饰类建材市场加快业态升级。**郑州建材市场主要集中于郑汴路两侧和中州大道到京珠高速的区域内，以传统批发市场为主。其中，郑州东建材以室内装修及灯饰批发为主要业务，地砖占业务总量的 40%，还有木雕装饰、洁具、灯饰、不锈钢等，年营业收入达 40 多亿元。凤凰名优建材城通过改善购物环境、提升经营业态等手段，得到了快速发展，处于郑州市装饰建材市场龙头地位。

**3、家居类建材市场以郑州为中心加快全省布局。**近年来，红星美凯龙以郑州华中总店为中心，加快在全省扩张步伐，已在洛阳、南阳建立合作店，并规划平顶山和豫北城市

开设新店。郑州欧凯龙以发展中高端家具零售店为目标，在郑州门店数发展到 5 家，根据不同区域和消费群体，实施差异化经营，同时加快在省辖市的布局，目前已在焦作设立分店。

**4、建材物流多种经营业态并存。**目前，我省建材物流市场形成了以郑州东建材为代表的传统批发市场，以凤凰名优建材城为代表的改进型摊位批发市场，以新家园、家得宝为代表的连锁超市型建材市场，以居然之家、红星美凯龙、欧凯龙为代表的中高端摊位型市场，以及以全友、红苹果、雅宝为代表的品牌专卖型市场等多种经营业态共存发展的格局。同时，一些新型交易模式，如天荣“产权式经营”、澳柯玛“卖场+物流”、香江“一站式购物”及易购万家“四位一体”等开始不断涌现。

## **（二）发展优势**

**1、交通区位优势突出，有利于建材中转物流发展壮大。**我省地处中部核心区域，铁路交通便利，郑州是京广、陇海两大铁路干线交汇处，汇集能力强，有利于全国建材产品的集聚和分拨。公路交通发达，高速路网密集，有利于建材市场为辐射区域内客户提供高效便捷的物流配送服务。

**2、工业化和城镇化进程加快，助推建材物流快速发展。**我省正处于工业化、城镇化加速发展阶段，城乡建设对建材产品需求日益旺盛，特别是未来较长一段时期，房地产业仍

将保持快速增长态势，为建材物流市场带来广阔发展空间。国际经验表明，一个国家或地区人均年收入达 1000 美元时，家居装饰类建材消费会迅速增长。2008 年我省人均生产总值已超过 2800 美元，家居装饰建材市场发展潜力巨大。

**3、建材消费需求区域性变化，为建材物流发展带来新的机遇。**建材物流空间布局与建材消费需求密切相关。随着促进中部地区崛起、西部大开发战略的实施，中西部地区消费需求快速增长，建材产品需求区域发生较大转变，将促使现有以上海、北京、广州、深圳等大型城市为中心的建材物流空间布局，向建材需求增长较快的中西部地区中心城市转移。郑州建材市场基础雄厚、发展成熟，具备成为全国性建材物流中心的条件。

### **（三）存在问题**

目前，我省建材物流发展存在以下主要问题：一是传统建材市场仍占据主导地位，服务功能单一，仅能提供交易场所、运输、仓储等基本服务；二是建材物流市场准入门槛低，发展良莠不齐，相互模仿、同质化竞争现象严重；三是建材物流信息化水平低，现场、现货、现金“三现”交易普遍，电子交易、信用卡结算等现代交易手段尚未广泛使用，许多企业出入库信息、运输信息、供求信息等基本作业仍采用传统人工方式完成；四是建材物流终端配送体系不规范，多以小型的社会车辆挂靠运输为主，缺乏专业化、规范化的第三方物流服

务。

#### （四）初步判断

结合国内外建材物流发展特点和趋势，以及我省建材物流状况，对我省发展建材物流的基本判断如下：

1、发展建材物流是降低流通成本、满足多样化需求的重要途径，对于推动城镇化进程和提高人民生活水平具有重要作用，市场前景十分广阔，应作为全省物流业的重点行业加快发展。

2、建材物流布局应依托区域中心城市，统筹考虑各地的区位交通、人口规模、消费能力等因素，进行科学合理布局，形成高效便捷的物流节点网络体系。

3、传统建材交易市场业态提升势在必行。随着国内外知名建材连锁超市在我国不断扩张，我省传统建材市场只有加强资源整合，创新服务方式，提升信息化水平，增强物流增值服务能力，实现由传统业态向现代业态转变，才能在激烈的市场竞争中占据一席之地。

### 三、发展思路、目标及布局

#### （一）发展思路

充分发挥我省区位和市场优势，进一步优化建材市场布局，加快现代建材物流园区发展，推动传统建材批发市场改造升级，培育大型建材物流企业，支持建材物流信息平台建设，发展集信息流、商流、物流、资金流为一体的现代建材

物流，建设全国性建材交易中心和物流集散中心，为推动我省建材产业发展和改善民生提供强有力的服务支撑。

——推动集群发展，增强集散辐射功能。以郑州为中心，围绕城市总体规划，按照专业化、便利化、集群化发展要求，调整优化市场布局，推动现有建材批发市场调整整合，科学规划和建设完善一批大型现代化建材交易园区。

——创新经营业态，提高建材物流现代化水平。加快传统建材市场改造，积极发展连锁超市、品牌专营、网络销售等新兴经营业态，完善电子订货交易系统、信用体系、信息平台等的建设。

——拉长产业链条，实现建材生产与流通协调发展。依托建材批发交易市场，搭建建材产业发展平台，吸引沿海地区建材产业向我省转移，打造中西部地区建材生产和交易高地。

——培育龙头企业，促进建材市场规范发展。支持建材生产和流通企业以资本为纽带，开展兼并重组和资源整合，培育一批大型建材交易和物流企业，引领我省建材产业健康发展。

## （二）发展目标

到 2012 年，在郑州等中心城市，培育形成 3~5 家全国知名的综合性建材物流园区。在建材生产基地，发展形成一批家具、陶瓷、地砖等专业化建材物流园区，基本形成综合性与专业性建材物流园区相互促进、协调发展的格局。

到 2015 年，培育形成 10 家左右具有全国影响力的综合性建材物流园区，发展壮大一批现代连锁经营龙头企业，基本建成由建材生产商、销售商、大型建材物流园区共同构成的建材采购和物流综合服务平台，打造形成以郑州为中心、立足中原、辐射全国的建材生产基地与采购物流中心。

### （三）发展布局

根据我省建材市场分布和消费状况，构筑“一个中心，五个节点”的建材物流发展布局。以郑州为建材批发分拨中心，以洛阳、南阳、安阳、商丘、信阳等城市为二级节点，布局发展覆盖全省，辐射山西，陕西、山东、湖北、河北等周边省份的建材物流网络。

——**郑州区域性建材批发分拨中心。**遵循“交通便利、集群发展、控制城区、周边布局”的原则，以郑汴路、商都路为轴向东延伸，在沿线区域内布局建设一批建材批发交易市场和物流园区，加快城区内发展受限的建材批发市场外迁，引导建材批发市场集群化、规模化发展，形成以现代化的建材物流园区为主导，建材连锁超市、综合批发市场、品牌专业店为支撑的建材物流发展格局。

——**五个建材物流节点城市。**洛阳、南阳、安阳、商丘、信阳等区域中心城市，根据市场辐射半径，重点发展**批发与零售相结合的建材物流园区、建材市场**，形成对本地区城乡建材消费市场的全覆盖。

## 四、主要任务

### （一）推动建材市场体系建设

按照规模化、集群化发展要求，推进建材交易市场建设，完善配套基础设施，打造建材产品集散交易平台，扩大市场规模，提高影响力和辐射力。一是加快**建材综合物流园区建设**。在郑州、洛阳、安阳等地规划建设一批集交易、展示、仓储、分拨、配送、金融服务等为一体的现代建材物流园区，完善交易平台，增强集散功能。二是加快传统建材市场转型升级。推动家具、灯具灯饰、地板砖、板材、水暖等建材市场由传统的现场、现货、现金交易，向以商品展示为主，集洽谈、订货、配送和电子商务为一体的现代交易形态转变。开展批发市场改造升级示范工程，选择郑州东建材大世界、凤凰名优建材城、天荣国际建材港、五洲精品陶瓷市场等大型批发市场为试点，推动交易系统、信息系统、物流加工配送系统、市场管理等改造建设。三是**加快建材批发市场布局调整**。对于现有布局集中、初具规模的建材市场，进一步明确市场定位，调整品类结构，打造形成具有全国影响力的专业建材市场集群。对于不符合城市发展布局、市场经营萎缩的低端建材市场，逐步进行外迁改造或关闭淘汰。

### （二）加快建材经营业态创新

按照现代市场发展要求，结合我省实际，积极推广现代流通方式，不断创新建材市场经营业态。一是因地制宜，积

极发展摊位式、仓储卖场、连锁超市、品牌专卖等多形态、多层次的建材经营方式。推动行业龙头企业规模化、连锁化经营，支持红星美凯龙、欧凯龙等企业通过直营、加盟等方式，加快在洛阳、南阳、焦作、平顶山等省辖市布局网点，拓展市场。积极发展与农村消费需求相适应的建材销售和配送网络体系。二是大力发展网上交易市场。推动电子商务发展，整合现有专业网站，建设形成专业性强、覆盖面广、功能全面的建材电子交易网站和信息发布中心，完善网上交易管理体系，扩大交易品种，积极发展现货商品电子交易。加快电子认证系统建设，建立完善网上支付平台。三是推行一站式购物服务。开展深度营销，拉长价值链条，积极发展装饰咨询、工程设计、订购服务、商品加工、货物配送、专业施工等相关配套服务。

### （三）**培育大型建材流通企业**

鼓励有竞争优势的流通企业通过参股、控股、兼并、收购等方式，组建大型建材流通企业集团，推动建材行业战略重组和资源整合。支持建材流通企业参与生产企业供应链管理，增强建材采购、物流和售后服务能力。支持具备条件的建材龙头企业上市融资，快速发展壮大。推动建材交易市场与大型物流企业建立长期战略合作关系，联动发展，互惠双赢。依托豫鑫、长通等物流龙头企业强大的物流网络，**形成覆盖全省城乡、辐射周边省份的建材物流分拨配送体系，巩**

固和扩大建材市场份额。

#### **（四）建立完善建材产销联盟**

打造具有全国影响力、辐射力的建材市场集聚区，吸引东部地区建材产业向我省转移，建立生产基地、分拨和销售中心，推动我省建材市场经营业态升级、服务水平提升和消费观念转变。支持建材交易市场与建材品牌捆绑发展，共同开拓市场。借助国内外大型建材销售企业的网络平台，将我省具有品牌优势的建材产品推向全国，支持以家具为龙头的优势产品开拓日、韩、澳、欧美等海外市场，扩大我省建材产品市场占有率。

#### **（五）加强和规范建材市场管理**

针对建材市场规模大、品类广、商户多等特点，进一步规范市场行为，完善市场功能，促使我省建材市场上档次、上水平，实现规范化发展。建立完善质量保障体系，提高建材产品进入市场的门槛，实行产品巡检制度。建立完善信用体系，建立经营商户、物流企业信用评价制度。建立完善服务体系，提高售前、售中、售后一体化服务的质量和水平。建设完善公共信息平台，积极开展建材展销活动，每年组织举办一次大型建材产品展销会，扩大我省建材市场知名度和影响力。

## 第十三章 保障措施

现代物流业发展事关全省经济社会发展大局，围绕现代物流业发展思路和战略布局，培育壮大物流企业，创新物流业发展模式，提高物流专业化服务能力；加快重点物流项目和重大物流基础设施建设，促进物流公共信息平台建设和物流装备技术应用，形成多式联运相衔接的物流集疏运网络；完善政策措施，优化发展环境，构筑全方位、多层次、强支撑的承载体系，推动全省现代物流业跨越发展。

### 一、培育壮大物流业市场主体

培育壮大物流企业，是发展现代物流的关键所在。依托我省重点发展的冷链、钢铁等十大物流行业，通过政策引导和扶持，加大资源整合力度，推动物流企业创新服务模式，提升核心竞争力，支持物流企业做大做强。力争到 2015 年，培育 5A 级龙头企业 3~5 家，4A 级骨干企业 20 家。

#### （一）加快物流企业兼并重组

积极吸引国内外优势物流企业在我省建立总部基地和营运中心，与本土物流企业形成战略合作联盟，实现强强联合、优势互补。加大对物流企业兼并重组的政策支持力度，鼓励物流企业通过参股、控股、兼并、联合、合资、合作等多种形式进行资产重组，培育一批服务水平高、竞争能力强的大型现代物流企业。鼓励中小物流企业加强信息沟通，创

新物流服务模式，加强资源整合，满足多样性的物流需要。

## **（二）增强重点物流企业核心竞争力**

围绕我省十大重点物流行业，选择一批重点物流企业，加快体制机制创新，提高技术装备和管理水平，壮大企业规模，增强自主创新和可持续发展能力，培育国内知名物流品牌。一是引导物流企业创新经营理念、运营机制和管理模式，优化业务流程，将自身优势与当地特色产业相结合，全面提高综合物流服务水平。加大技术改造力度，广泛应用先进物流技术与设备，加强物流信息网络建设，提高企业技术装备和信息化水平。二是支持重点物流企业整合社会物流资源，加强市场开拓力度，健全集散分拨、信息网络及客户服务体系，推进物流企业精细化管理、网络化经营、集团化发展。三是创新服务模式。鼓励物流企业积极发展多式联运、甩挂运输、单元化运输和重点物资的散装运输等现代物流配送方式，拓展物流金融、流通加工、信息服务等增值服务，提高企业资本运营效率、抗风险能力和核心竞争力。

## **（三）推进物流服务的社会化和专业化**

鼓励大型生产和商贸企业按照分工协作的原则，剥离物流业务和资产，整合物流资源，促进企业内部物流社会化。推广双汇发展现代物流模式，组建独立运作、独立核算、具有行业特色的第三方物流企业，承担企业集团物流业务，积极开展面向社会的物流服务。鼓励现有运输、仓储、货代、

联运、快递企业整合功能、延伸服务，加快向现代物流企业转型。支持大型物流运输企业在农村设立物流网点，带动农村物流发展。

## 二、加大物流业载体建设力度

### （一）加快物流通道网络建设

加快铁路、航空、公路、城际快速通道等重大交通基础设施建设。加快构建“四纵五横四辐射”铁路网络，形成以郑州为中心的中原城市群“半小时”交通圈、全省“1 小时”交通圈，衔接北京、西安、武汉、济南、太原、合肥等周边中心城市的“两小时”交通圈。强化郑州国际机场全国八大区域枢纽机场的战略地位，将郑州新郑国际机场逐步建成国际货运集散中心，尽快形成以郑州国际航空港为中心，以洛阳、南阳等机场为支撑的“一干多支”航空物流体系。以打通跨省及区间通道、拓宽改造国道主干线为重点，完善提高干线公路路面质量和车辆通行效率，进一步提高农村公路通达深度和技术标准，形成以“686”高速公路网为骨架的高密度、网络化的便捷公路运输体系。疏通内河航道，加快淮河、沙颍河、涡河、沱浍河航运开发，形成四条直达华东地区的水上通道。依托郑州航空货运枢纽和航空一类口岸，适时建设铁路中心站至航空港的铁路专用线，积极发展公铁航联运，疏通跨区域和出海物流通道，扩大郑州国际物流中心辐射范围。

积极发展多式联运体系，统一协调公路、铁路、航空等

货运场站布局和货运道路的规划建设，提高物流设施的系统性和兼容性，促进各种运输方式的衔接和配套，实现公路、铁路、机场“无缝对接”，构建以铁路运输为重点，公路、航空运输为支撑的多式联运体系，做好各种运输方式相互衔接，发挥组合效率和整体优势，形成布局合理、发展协调、便捷高效的现代综合交通体系，构筑以郑州为中心，覆盖全省、辐射周边、服务全国的快速物流通道。

## （二）加快物流园区、分拨节点、配送网点体系建设

结合国家和省现代物流业发展布局，各省辖市根据自身产业特色、发展区位以及市场优势，错位发展专业物流和区域内物流配送，发展成为服务本地、辐射周边的重要物流节点城市，形成与郑州物流中心分工合理、互为支撑、互动发展的物流分拨节点城市。

在加快推进郑州国际物流区、郑州航空港物流区等重点物流园区建设的同时，结合其他省辖市交通区位、产业特点、发展规模、设施状况、功能定位等实际情况，有针对性地规划建设一批货运服务型、生产服务型、商业服务型、国际贸易服务型的特色物流中心，促进物流布局集中、产业集聚、功能集成，推动物流企业与生产、商贸企业联动发展和供应链各环节高效衔接，提高产业集聚区的集群效应和产业带的物流服务水平。支持豫鑫物流配送中心、长通物流配送中心、郑州交运物流中心、洛阳大一物流园、许昌万里物流园等一

批重点物流中心建设，完善城市物流配送网络，积极开展面向生产、流通企业和消费者的社会化共同配送，建成具有示范带动效应的物流园区和物流中心。各省辖市物流园区要根据不同城区的物流需求，本着交通便捷、配送高效、成本最低、网络优化的原则合理规划，形成高效便捷的“门对门”配送网络。

### （三）推动物流重点项目建设

按照规划布局，加快建设一批能够带动产业升级、促进集约发展的重大工程和项目。以项目建设作为发展我省物流业的重要抓手，增强物流业发展支撑能力。建立物流业重大项目建设推进制度，将物流业重点项目列入省政府重大项目督查范围，推动建设一批，筹备开工一批，谋划储备一批，坚持每年滚动抓好 60 个投资亿元以上的物流业重点项目建设。“十二五”期间，重点在食品冷链、医药、钢铁、汽车、家电、纺织服装、邮政、粮食、花卉、建材等领域，建成 500 多个重点物流项目，完成投资 1000 亿元，形成一批推动现代物流业发展的增长点。

## 三、加强和完善现代物流业发展支撑体系

### （一）推进体制机制创新

创新物流管理体制，完善政府服务职能，营造健康市场环境，以竞争机制促使企业优胜劣汰，加快物流企业的技术创新和资源整合，充分发挥市场在资源配置中的主导地位。

推进工商企业物流业务剥离，促进企业物流社会化、专业化，提高企业核心竞争力。鼓励企业运用供应链管理理念、方法和技术，实施采购、生产、销售和物品回收的物流一体化运作，提升社会物流系统的运行效率。加快物流信息化进程，实现物流与信息流的交互协同，降低社会物流总成本。

**改革物流行业管理体制，消除地区封锁和行业垄断，清理和废止各类不符合国家法律法规、不适应现代物流业发展要求的政策规定。**加强物流企业经营资质、经营行为监管和检查，**加快信用体系建设**，规范物流市场经营秩序。搭建高效综合服务平台，一是按照“物畅其流、便捷高效”的原则，加强口岸部门之间的协作，建设“大通关”平台，优化口岸通关作业流程，创新货物联运联检的监管模式，开展海关监管、商品检验检疫、出口退税等一站式服务，提高国际物流时效；**二是完善物流园区综合行政服务功能**，引导相关部门对物流园区实行“一体化管理”、“一站式服务”，形成统一开放、规范高效、区域协调的综合服务体系，支持物流园区和物流企业加快发展；三是**建立重点物流项目审批快速通道**，对符合国家政策和当地相关规划的重点物流项目，实施联审联批，加快推进项目建设。

完善物流企业经营机制，推动物流企业加快建立现代企业制度，健全法人治理结构。加快传统物流企业向现代物流企业转变，鼓励现有运输、仓储、货代、联运、快递等企业

的资源整合和服务延伸，进一步提高物流服务水平。支持工商企业剥离和外包物流业务，促进社会化、专业化的第三方物流发展。通过企业组织创新、企业经营机制创新，变传统物流为现代物流，变物流自理为物流代理，变企业物流为物流企业。鼓励物流企业兼并重组，支持物流企业通过参股、控股、兼并、联合、合资合作等方式进行资产重组，组建综合性现代物流企业集团。

## （二）强化政策措施支持

土地政策方面，做好物流业发展规划与土地利用总体规划的协调衔接，对列入规划的重点物流园区和重大物流项目保障用地供应。鼓励城区内发展受限的物流企业“退城进区”（物流园区或产业集聚区），鼓励和引导新上的物流项目集约、节约利用土地。科学预留物流发展用地，加强物流用地论证，跟踪监督企业用地行为，阻止和避免盲目圈地。

财税政策方面，加大财政资金的扶持力度，支持重大物流工程建设、大型物流企业培养、传统物流业态改造提升、公共信息平台的建设等。支持制造业企业剥离内部物流业务，因剥离物流业务新增的地方税收部分，可由同级财政按一定比例奖励给原企业。切实落实国家已出台的对物流企业的各项税收优惠政策，防止出现政策棚架。我省物流企业在省内不同区域设立的非法人分支机构，其企业所得税按国家有关规定由总部统一进行汇算清缴。

投融资政策方面，加强银企合作，鼓励金融机构加大对重点物流企业及物流项目金融支持力度。建立完善企业信用担保制度，鼓励社会担保机构为中小物流企业提供信贷担保。创新融资方式，在物流园区和大型公共物流基础设施建设中，推行 BOT 等融资方式。鼓励银行、保险等金融机构和物流企业探索物流金融业务新模式，联合打造物流金融服务平台。

价格收费政策方面，切实落实支持现代物流业发展的价格政策，物流企业在用电、用水、用气等方面实行与工业同价政策。进一步规范收费行为，全面清理面向物流企业的各类行政事业性收费、政府性集资等项目，取消不符合国家规定的各种收费项目。

交通运输管理政策方面，统一规划建设城市配送车辆和公路货运车辆停车场站，优先向城市物流配送车辆发放货车通行证，在规定的时段给予市区通行权。在完善检验检疫机制的基础上，进一步放宽农产品运输“绿色通道”。完善甩挂车辆管理制度，营造甩挂运输发展良好环境，支持有条件的地区和企业开展甩挂运输试点，探索和总结经验，发挥示范引导作用。

### （三）加快推进物流信息化进程

加快物流信息技术的推广应用，鼓励和扶持企业积极应用先进适用的信息技术，提高企业信息化水平。引导企业开

发和应用 ERP、SCM、CRM 等先进管理系统，建设以供应链管理为基础的信息平台。推进企业物流管理信息化，积极引导、鼓励郑州交运、许昌万里、豫鑫物流等骨干物流企业运用电子信息技术改造传统业务流程，建立以信息采集、处理、存储、传输和交换为主要内容的物流管理信息系统，全面提高物流企业的管理服务水平。

按照“政府推动、企业投资、市场运作”的原则，构建能够整合供应链各环节物流信息、物流监管、物流技术和设备等资源，面向社会提供信息服务、管理服务、技术服务和交易服务的物流公共信息平台，进一步扩大信息网络覆盖范围，通过信息共享降低物流成本。推进物流公共信息平台与电子政务系统、物流公共信息平台与企业信息系统、物流公共信息平台之间的互联互通，实现资源共享、数据共用，以信息化推动物流业现代化。

#### **（四）提高物流技术和标准化水平**

加快物流自主创新体系建设。以企业、科研机构、高等院校等为主体，建立产业技术创新战略联盟，围绕实用型物流关键技术创新开展紧密的技术合作和联合攻关。加大对物流技术研发的支持力度，省自然科学基金对物流关键技术研究给予资助。

加快物流标准化进程。根据国家实施物流标准化进程，推广物流基础设施、技术装备、物流信息及物流管理等方面

的基础性、通用性标准，安全卫生和环境保护方面的强制性标准，各种物流作业和服务方面的专业标准。引导企业采用标准化、系列化、规范化的物流设施、设备、技术和服务，尽快实现与国际物流接轨。

### （五）加强现代物流业人才培养

发展多层次教育体系和在职人员培训体系，鼓励和支持有条件的高等院校设置物流相关专业、开办物流相关课程，引导企业、行业组织及民办教育机构参与物流急需人才的教育培训。

加强与国际物流领域的交流与合作，鼓励和支持物流企业引进国内外优秀物流专业人才，特别是熟悉国际物流业务运作的高级人才。构建与国际接轨的物流人才认证机制，鼓励从业人员参加国家物流人才职业资格认证。

## 四、抓好规划组织实施

各级政府要从全局和战略高度抓好现代物流业发展工作，抓好重大问题研究、重点工作部署、重大措施落实。要从实际出发，统筹重点突破与整体推进的关系，选准突破口，形成带动力。要抓紧研究制定现代物流业发展考核办法，把现代物流业发展纳入各级政府目标考核范围。**完善省现代物流业工作联席会议制度**，做好现代物流业规划推进、政策制定和重大问题、重大项目协调工作。

各省辖市、省有关部门要切实抓好全省现代物流业发展

规划组织实施。郑州市要加快制定完善郑州国际物流中心建设规划和实施方案，加快物流园区和基础设施建设；各省辖市要加快专业物流园区及配送体系建设。省发展改革委作为全省现代物流业发展的牵头负责部门，要加强规划组织、实施的协调，推动物流重大项目建设；省交通运输厅、郑州铁路局、省民航办等运输管理部门要加快交通基础设施建设，增强物流通道通行能力；省商务厅、工业和信息化厅、农业厅、粮食局、卫生厅、邮政管理局、国资委等行业管理部门要加快推进行业物流发展；省政府金融办、省财政厅、国土资源厅、公安厅、工商局、省科技厅、教育厅、国税局、地税局等部门要抓紧制定出台支持物流业发展的具体政策措施，进一步优化物流业发展环境；省质监局要加强行业及地方物流标准的制订工作；省统计局要会同有关部门建立完善物流业统计制度，加强物流业发展统计工作。组建省物流业联合会，积极发挥纽带作用，加强沟通，搞好服务，共同推动我省现代物流业快速发展。