# 中国第三方物流市场竞争与民营企业发展

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2025-02-17

*摘要:当前我国第三方物流市场适应时代需求迅速增长，其竞争程度也因为国内外物流 企业 的同台竞技而显得异常激烈。本文对参与我国第三方物流市场竞争的企业进行分类，认为民营企业虽然面临诸多压力，但是潜力巨大，在分析其 发展 优势与劣势，机遇与挑战...*

摘要:当前我国第三方物流市场适应时代需求迅速增长，其竞争程度也因为国内外物流 企业 的同台竞技而显得异常激烈。本文对参与我国第三方物流市场竞争的企业进行分类，认为民营企业虽然面临诸多压力，但是潜力巨大，在分析其 发展 优势与劣势，机遇与挑战的基础上，提出我国民营物流企业在第三方市场竞争中长足发展的对策建议。

关键词:第三方物流;竞争力;民营企业

第三方物流在我国发展历程较短，但由于国家 经济 政策对物流产业给予了极大关注和投入，第三方物流市场在细分中快速增长，尤其是 中国 奥运会成功举办，极大促进了我国第三方物流的市场需求，引爆国内外物流企业的激烈竞争，并对我国物流企业提高技术和服务水平带来长远影响。

一、中国第三方物流市场企业竞争类型

目前，我国第三方物流市场正处于国内外各类型企业同台竞技，企业优胜劣汰、迅速成长的时期。根据不同物流企业发展的背景、发展目标、经营战略和经营方法的不同，我国参与第三方物流市场竞争的企业主要有以下几种类型。

（一）由国有企业演变成的物流企业

由某一传统领域全国性的国有企业演变成的物流企业，目前都是全国性的公司，在各个行业和领域都处于垄断领先地位，规模较大，资金实力较雄厚，物流设施比商业储运公司好。一般能提供全面的基本物流业务和部分的增值服务，价格较商业储运公司稍高。但地方的子公司都是独立核算，因此，多数客户很难享受到较为全面的配合和统一的协调。大部分服务商在观念上比较落后，效率也不是很高。部分企业还残留着行业老大的痕迹，对客户需求不够重视，灵活性较差。如中外运（sino-trans)、中国邮政、铁路系统、中远(cosco)、中储等。

（二）大型外资跨区域物流企业

外资企业经过市场的洗礼，在新设备投资（特别是工厂方面）、资金实力、人才、观念、经验和管理方法上，都具有较大优势，能够提供较全面的跨区域服务。目前，中国市场拥有近51万家物流企业，其中由于政策法规的限制，外资企业仅占0.13%，即680家，但其占有的市场份额却高达8%。随着中国市场开发，它们的威胁不可小觑。这类企业目前服务对象主要是三资企业，由于要负担投资以及大量的人力成本（特别是外籍员工），因此收费水平较高。如：宝隆洋行、UPS、TNT等。

（三）民营物流企业

根据不同的发展背景，本文将民营物流企业分为两类。第一，由传统运输公司或仓储公司演变的区域性物流企业。这类公司主要指地方的储运公司，一般依托原来的仓储系统，仓库结构和设施比较旧，拥有自己的车队，多数还局限于传统、分离、单一的基本业务，但其收取的服务费用比较低。第二，新兴内资跨区域物流企业。这类企业为避免在短期内打入市场而带来的物流设施投资大，回收期长的风险，很多采取第三方物流代理模式，它们的物流运作更有适应性及灵活性，并已开始具备与大型外资物流服务商相竞争的能力。但在服务或管理方法以及 现代 信息处理技术方面还略显不足。同时，由于资金实力的限制，它们的许多物流作业不完全依靠自身资源。如，宅急送。

二、民营 企业 在第三方物流市场竞争中的竞争力分析

国际性物流公司远不能满足我国对三方物流的多层次需求，国有物流企业也面临转型和改革的压力，而民营物流企业经过10多年的超常规 发展 ，具有强大的生命力和发展能力，更能适应我国对物流服务的需求，因此更具发展潜力，将充当我国物流产业的主力军。下面就从我国民营物流企业内部发展优势与劣势，外部机遇与挑战两方面来分析其竞争力。

（一）民营企业在第三方物流市场竞争中的优势与劣势

民营企业在第三方物流竞争中的优势在于：第一，在有效利用社会资源，促进 经济 结构调整、扩大税收和提供就业方面民营企业做出重要贡献，在经济发展中的地位得到广泛认可。第二，民营物流企业 网络 建设和资本积累具有一定规模，具备了一定竞争实力。第三，积累了丰富竞争经验，在辅助跨国公司物流外包业务的过程中，提升服务水平，建立合作关系。第四，民营企业相对人力资本、制造成本低，善于捕捉国际大集团闪失和先天不足，市场定位低，具有一定的价格优势。第五，民营企业规模小，机制灵活，转型快，能够及时跟上市场的变化，为了企业生存及时调整企业战略方向。

民营企业在第三方物流竞争中的劣势在于：第一，民营企业合作意识较差，多数企业孤军奋战，经营规模上不去，综合化程度低。第二，服务功能少，多数企业目前还主要经营单一的运输、仓储、配送等业务，较少从事物流策划、组织以及深入到企业生产领域进行供应链的全过程管理。第三，技术装备和管理手段相对落后，服务网络和信息系统不十分健全，影响了物流服务的准确性与及时性。第四，公司人员管理经验与经营服务意识目前无法与国际跨国公司相比，缺乏市场开拓的主动性。第五，货源不稳定且结构单一，网络分散，经营秩序不规范，此外货物在航空、铁路等垄断性公共物流平台中丢货较多，不在保险赔偿范围内，企业不堪重负。

（二）民营企业在第三方物流市场竞争中的机遇与挑战

民营物流企业在第三方物流竞争面临的外部机遇在于：第一，国家建立了 现代 物流工作部际联席会议制度，同时在税收、海关、质检标准工作方面也进行了具体安排，为第三方物流企业建设提供了良好的环境。第二，加入WTO后， 中国 民营企业在为跨国公司服务过程中快速学习；此外在与外资企业的竞争中，民营企业依靠低成本和熟悉国情优势，明确特色服务内容，进行适当市场定位。第三，中国经济保持稳定增长，加大对第三方物流的需求，第三方物流市场也因为竞争而导致新一轮“洗盘”，民营物流企业将出现合作联盟的发展形势，例如：制造企业与商贸企业的合作；自主开方物流平台；建立综合物流服务品该以及连锁加盟等，民营企业需要认清形势，抓住发展机会。

民营企业在第三方物流竞争中面临的外部挑战在于：第一，我国物流基础设施大都沿用各自的标准，如：铁路运输标准，海运国际标准，公路运输更是五花八门。第二，我国整体第三方物流运作机械化程度不高，职能化、自动化仓库较少，由此造成仓储运输系统的整合效能比较低，中间环节过于复杂，成本居高不下。第三，我国物流信息化建设滞后，使信息流通不畅，很难对物流市场需求达到全面的掌握。第四，民营企业物流人才素质相对较低，缺乏具备技术与管理能力的专业人员，具备企业实战经验的人才更是难得。第五，民营企业资金短缺，同时缺乏相应抵押物，融资困难。在税收方面面临物流服务核算、纳税人资格认定、企业类型确认以及所得税征收不平等方面的问题，值得业界关注。

三、中国民营企业在第三方物流市场竞争中的对策建议

（一）发挥企业优势，进行企业内外改革

民营企业在第三方物流市场激烈竞争中，一方面改革企业制度，从过去私营、合伙制及家族式企业的管理方式中解脱出来，实行公司制，这样企业才能逐渐建立现代企业制度，逐渐做大做强；另一方面，企业应发挥自身优势，加强企业市场定位，顺应企业联盟趋势，相互取长补短。

（二）加强企业基础性工作，促进物流工作发展

民营企业需要注重企业基础性工作，增强企业发展后劲，主要包括：重视企业科研和创新工作，推动企业物流服务质量；建立物流作业环节使用的设备、设施、行为规范和业务流程标准；企业建立“信誉机制”，降低物流服务成本，创立品牌，增强企业核心竞争力；建立公共物流信息平台、信息交换的技术标准和信息共享规则，实现物流信息的互联互通；强化企业人才建设，形成完善用人机制。

（三）制定相关 法律 政策，创造良好融资和税收环境

建立民营信用担保体系，鼓励和规范企业开展增值服务，以便拓宽融资渠道。同时，国家税务部门要加快民营物流企业试点改革，在企业物流业务环节实行统一低税率，内外资物流企业制定统一税率，允许物流费用抵扣增值税，设置物流行业统一专用发票等。

参考 文献

[2]刘万强; 顾客导向的第三方物流企业服务质量评价研究 [D];北京 交通 大学; 2025年

[3]梁建; 第三方物流企业的评价和选择 [J]; 华东经济管理; 2025年06期

[4]陆丹; 制造企业物流系统的有效性分析与评价 [D];天津理工大学; 2025年

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找