

甘肃物流产业竞争力评价

——基于西北地区的实证分析

● 谭春平¹, 王 焯²

(1、兰州理工大学, 甘肃 兰州 730050; 2、兰州商学院, 甘肃 兰州 730080)

[关键词] 物流产业; 竞争力; 西北地区; 甘肃

[摘要] 能否把甘肃建设成西北的物流中心, 取决于甘肃物流产业在西北地区的竞争力的高低。本文结合产业竞争力研究的基本框架, 对甘肃物流产业在西北地区的竞争力进行了评价, 指出了甘肃物流产业在西北地区的竞争优势与劣势, 为甘肃物流产业良性发展提供参考。

[文献标识码] A [文章编号] 1009-0061(2009)05-0053-02

一、现代物流产业竞争力分析框架

目前, 物流产业虽然已成为重要的产业之一, 但国内外对物流产业的概念却还没有一个一致认可的定义。物流产业是指从事物流活动的营利性组织的集合, 包括运输业、仓储业、包装业、装卸搬运业、加工配送业、物流信息业等, 而物流运输、仓储、包装邮政是整个物流的核心部分。物流产业竞争力是指区域内物流产业在市场竞争过程中形成并表现出来的具有争夺资源、开拓市场、占据市场并获得利润的能力。

根据物流产业竞争力的基本内涵, 借鉴相关的研究成果, 本文从产业基础设施水平、产业现有发展水平、产业未来竞争潜力和产业经营效率四个方面来分析比较物流产业的竞争力, 力求真实、客观地反映甘肃物流产业在西北地区的竞争地位, 如表 1。

二、甘肃现代物流产业竞争力比较分析

1、甘肃物流产业基础设施水平分析

基础设施水平对物流产业发展具有重要的作用, 离开基础设施, 物流产业基本无法运转。物流运

表 1 物流产业竞争评价力指标体系

	一级指标	二级指标	三级指标
物流产业竞争力评价指标	物流产业基础设施水平	公路运输	单位面积公路里程
		铁路运输	单位面积铁路里程
		水路运输	单位面积内河长度
	物流产业现有发展水平	产业规模	产值规模
			运输规模
		产业结构优化度	产业产值占第三产业比重 产业产值占 GDP 的比重
	产业未来竞争潜力	产业扩张速度	新增固定资产比重
		产业发展速度	产业产值增长率
	产业经营效率	生产效率	货物周转量
		经济效益	物流成本

输是物流产业的核心支柱, 物流运输基础设施水平直接决定了一个地区的物流发展水平。

从表 2 可以看出, 甘肃的物流运输基础设施水

表 2 2007 年西北地区物流运输线路里程 (单位: 公里; 公里/万平方公里)

地区	铁路营业里程	内河航道里程	公路里程	高速路里程	单位面积铁路里程	单位面积内河里程	单位面积公路里程	单位面积高速路里程
陕西	3184.9	1065.7	113303	1646	154.7	51.8	5502.8	79.9
青海	1652.4	329.5	47726	171	23	4.6	662.9	2.4
宁夏	789.5	116.9	19903	708	119	17.6	2997.4	106.6
新疆	2760.8	0	143736	541	17	0	881.8	3.3
甘肃	2435.4	859.8	95642	1060	60	21	2361.5	26.2
甘肃排名	3	2	3	2	3	2	3	3

[作者简介] 谭春平 (1979-), 男, 兰州理工大学国际经济管理学院讲师, 主要研究方向: 管理理论与物流管理; 王焯 (1978-), 女, 兰州商学院经贸学院讲师, 主要研究方向: 国际贸易理论与实务。

平在西北地区处于中下地位,无论从总里程还是单位面积里程来看,甘肃的物流基础设施除了内河航道排名第2位,其它都处于第3位。总体来看,甘肃物流产业基础设施水平在西北地区的竞争力名列第3,落后于陕西和宁夏,还需要进一步的建设和加强。

2、甘肃物流产业现有发展水平分析

从表3可以看出,甘肃的货运总量、铁路货运量和公路运输量在西北地区排在陕西和新疆之后,位列第3,水路货运量仅落后于陕西,位列第2,这说明甘肃的货物运输体系还不是很发达,尚未形成立体化的运输网络。就物流总产值而言,甘肃名列第2,仅次于陕西,这又在一定程度上反映出甘肃的物流产业规模在西北地区具有一定的整体竞争力。2006年甘肃地区的物流产值占第三产业和GDP的比例分别为18.8%和7.4%,在西北地区最高。这可以反映出甘肃的物流产业结构优化度在西北地区拥有绝对优势,甘肃对物流产业发展的重视程度更高。

3、甘肃物流产业未来竞争潜力分析

西北五省区对物流产业固定资产投资整体水平都较低,使得西北地区的物流发展前景和竞争力都远远落后于全国其他地区。甘肃物流产业2005年的固定资产投资和新增固定资产分别为131.2亿元和62.2亿元,名列第3,这可能会导致甘肃未来物流产业的长期可持续发展丧失基本保障。

从表4可以看出,甘肃物流产业的发展趋势和前景具有优势。从2002年开始,甘肃物流产业一直都在以两位数以上的增长速度快速增长,尤其是2005年增长速度更是高达72%,而且这几年甘肃物流产业增长速度一直都在西北地区名列前茅,2001年至2006年的平均增长速度达24%,在西北地区是名列第一。从这个意义上讲,甘肃物流产业未来的发展趋势和竞争力具有一定的优势,甘肃物流产业未来的发展前景和潜力值得期待。

4、甘肃物流产业经营效率分析

2006年甘肃地区的货物周转总量为1042.80亿

表3 2007年西北地区货物运输量和物流产业总产值
(单位:万吨、亿元)

	货运量总计	铁路	公路	水运	物流产业总产值
陕西	44217	8289	35811	117	281.54
甘肃	28502	4624	23826	52	169.58
青海	7271	1407	5864	0	35.27
宁夏	9358	3329	6029	0	50.46
新疆	31163	5949	25214	0	165.6
甘肃排名	3	3	3	2	2

吨公里,在西北仅次于陕西的1081.70公里。其中铁路货物周转量为852.8亿吨公里,公路货物周转量228.6亿吨公里,水运货物周转量0.3亿吨公里。由此可见,在甘肃物流运输结构中,铁路运输仍占有较高比重,其货物周转量占全省的80%。虽然公路运输总量较大(2006年为23826万吨),但平均运距只有56.5公里。这说明甘肃的铁路运输体系经营效率较高,而公路运输体系相对比较落后,还需要进一步的加以完善。从全国物流产业的经济效益来看,我国物流企业平均毛利率已由2002年的30%降低到2007年的10%以下,仓储企业只有3%-5%,运输企业只有2%-3%的毛利。而甘肃处于大西北,地貌复杂,而且公路运输体系不完善也不合理,必然使得甘肃物流产业的经营成本高于全国平均水平,甘肃物流产业的经济效益缺乏竞争力。

三、结论

甘肃要想成为西北地区的物流中心,物流产业竞争力的提升是必然的。通过以上四个方面的指标对甘肃物流产业在西北地区的竞争力进行了综合评价,就甘肃物流产业在西北地区的竞争力状况得出以下结论:第一,甘肃物流产业的基础设施建设并不具备竞争力,在西北地区只是处于中等甚至是中下水平,物流基础设施薄弱;第二,甘肃物流产业现有发展水平具有一定的竞争力,产(下转63页)

表4 2001-2006年西北地区物流产业产值增长率

地区	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	6年平均增长率
陕西	21%	11%	7%	23%	-13%	16%	11%
甘肃	13%	14%	10%	19%	72%	17%	24%
青海	20%	19%	18%	12%	-13%	11%	11%
宁夏	19%	11%	9%	8%	53%	10%	18%
新疆	-2.6%	11%	-7.8%	14%	8%	11%	5.6%
甘肃排名	4	2	2	2	1	1	1

济,这样不但可以反映与凸显企业的文化与实力,而且提高了企业竞争力。此外,在原有遗产基础上的企业,亦可以节省大量资金。中国服装设计师协会搬到北京751厂后,第10届“中国国际时装周”首次在北京751的发布就取得巨大成功。张延说,改造墙面、窗体都是在原有老厂建筑的基础上,进行了一些简单的处理,花费比新盖一座大厅节省了约90%^①。

3、外资投资收益模式。城市物质文化遗产保护不但可以复兴地段社会与经济活动,而且能够形成拉动老城衰败地区复兴的“周边效应”,从而改善城市形象。而城市形象的改善势必会吸引外资的投入,尤其是对房地产投资的拉动。文化遗产所营造的文化氛围和环境使得周边的地价不断提升,带动人居环境改善,民众越来越愿意住在文化遗产点附近,这也带动了文化遗产对房地产业的作用越来越明显,对房地产业的带动作用的比例逐年增加。文化遗产的景观效应、形象效应、环境效应使得民众在选择居住地时越来越多地考虑文化遗产因素,外商投资如苏州的周庄、甬直周围的土地已经成为中外房地产商和娱乐业商人投资的理想之地,从而促进了城市的经济发展。市场推动城市遗产成为流行和时尚,大大增加了人们对历史遗产的支付意愿,历史遗产的修复效果令人愉悦,并通过电影和电视、网络的传播

得到宣传,促使对历史遗产保护形成共识。同时,在市场机制的作用下,这种支付意愿得以转化为市场消费需求,使得原本代价昂贵的保护成为新的经济增长点,文化遗产价值得到有效体现,成为市场消费的热点。

4、知名度收益模式。城市物质文化遗产推动了旅游经济的发展,带动了第三产业的发展。以其历史文化价值衍生为旅游观光价值,旅游产业的兴盛又带动一系列相关产业,包括了市内公共交通服务业、娱乐服务业、交通运输业(铁路、航空、公路运输)、旅馆业、餐饮业、零售业、邮电通信业、居民服务业等。旅游产业越来越成为许多城市重要的经济增长点,这是文化遗产保护最为凸显的市场经济价值。物质文化遗产提升了城市的知名度,尤其对区域经济发展的作用是文化遗产永久经济利益的体现。城市知名度的收益,可以带来城市区位的提升,而区位的提升又可以增加城市的经济辐射力,甚至有出现城市增长极的可能。文化遗产的知名度是一份巨大的无形资产,如故宫于北京、罗马古城于意大利之魅力等等。

[责任编辑:山阳]

① http://blog.sina.com.cn/s/blog_4cd7f21701000e43.html

(上接54页)业结构优化度较好,其未来的发展前景和潜力值得期待;第三,甘肃物流产业固定资产投资严重不足,未来可持续发展的基础保障有所欠缺;第四,甘肃的物流运输体系经营效率在西北地区具有一定的优势,经营效率较高,但是经济效益欠佳。

综上所述,甘肃物流产业的发展趋势、整体竞争力、发展前景和潜力落后于陕西的物流产业发展,但是与陕西相比差距并不是太大,甘肃物流产业总体竞争力比西北地区的宁夏、新疆、青海这三

个地区的竞争力要强,而且其发展潜力也更大,甘肃有能力发展成为西北地区的物流中心,但还需要进一步加强发展。

[参考文献]

- [1]谢如鹤,邱祝强,陈宝星.区域物流产业竞争力指标体系及其应用[J].工业工程,2008,(1).
- [2]中国国家统计局.中国统计年鉴2007[J].中国国家统计局数据.
- [3]甘肃省政府.甘肃省物流发展规划[J].2002.

[责任编辑:鲁文雯]