文章编号：2097-5899(2025)01-0056-07　　**中图分类号**：U294.1　　**文献标识码**：A
DOI：10.16669/j.cnki.issn.2097-5899.202405140003
引用格式：朱子童，杨磊，刘磊. 推动我国铁路货运代理市场规范发展的探讨[J]. 铁路物流，2025，43(1)：56-62.
ZHU Zitong，YANG Lei，LIU Lei. Discussion on Promoting Standardized Development of Railway Freight Forwarding Market in China[J]. Railway Logistics，2025，43(1)：56-62.

推动我国铁路货运代理市场规范发展的探讨

朱子童，杨　磊，刘　磊

(中国铁道科学研究院集团有限公司 铁道科学技术研究发展中心，北京　100081)

摘　要：“十四五”规划指出，要推进铁路等行业竞争性环节市场化改革。近年来，铁路货运代理企业的蓬勃发展，为深化铁路改革提供了一种新的思路。从起步、快速发展、完善壮大、重组整合、一体化发展5个阶段总结梳理我国铁路货运代理市场的发展历程及各个阶段的市场特点，分析当前铁路货运代理市场发展中存在的市场发展有待规范、对运输主业依附性较强、产品单一且规模较小、缺少专业化人才、缺乏明确发展方向等问题，并借鉴其他运输方式和国外铁路货运代理发展的经验，从完善我国铁路货运代理市场监管制度和管理体系、鼓励铁路货运代理企业向市场化转型、进一步拓展服务范围和领域、培养专业化的人才队伍及向现代化物流方向发展等方面提出规范我国铁路货运代理市场发展的相关建议。

关键词：铁路货运；货运代理；发展历程；监管制度

0　引言

“十四五”规划提出“推进能源、铁路、电信、公用事业等行业竞争性环节市场化改革”[1]。早在20世纪90年代就有学者指出，我国铁路货物运输市场应建立“门到门”的运输服务体系并尽早发展铁路货运代理业，避免因市场单一或过度竞争带来的运输资源浪费[2]。根据国际货物代理协会联合会(FIATA)的定义，货运代理指根据客户的指示，为客户的利益而揽取货物的人，一般从事揽货、托运、装箱、拼箱、交接、仓储、垫付和结算运杂费等业务[3]，而其本人并非承运人。在现代物流概念兴起以后，货运代理的作用和优势进一步显现。在现代物流体系中，货运代理发挥着协调和管理货物运输过程、申报运输文件、处理运输手续、优化供应链、管理运输风险、统筹制定运输方案等作用[4]，使货物得以实现高效、安全和经济地运输。在此背景下，一批学者提出应以现代物流为发展导向[5]，健全完善相关政策法规及管理制度体系[6]，大力发展我国铁路货运代理市场[7]，提供供应链更完备、物流装备更完善、产品更丰富、规模更大的运输承运服务，以提高铁路运输企业的核心竞争力。2019年以来，中央出台了一系列政策文件，如《交通运输领域中央与地方财政事权和支出责任划分改革方案》(国办发〔2019〕33号)、《关于进一步降低物流成本的实施意见》(国办发〔2020〕10号)等，促进了地方铁路和合资铁路的快速发展。截至2023年底，全国合资铁路和地方铁路已达8.87万km，占全国铁路比重达到55.9%。合资铁路和地方铁路运输企业由于提供的差异化产品和服务已具有明显的竞争性，特别是运输代理企业蓬勃发展，为争夺客户和提升市场份额开展充分市场竞争，为深化铁路改革提供了一种新的思路和方向。可以把加快培育和规范发展铁路货运代理市场作为深化铁路改革的重要抓手和切入点，系统总结我国铁路货运代理市场发展历程和现状，分析发展中存在的突出问题，借鉴其他运输方式和国外铁路货运代理发展的经验，提出规范我国铁路货运代理市场发展的建议，

收稿日期：2024-05-14
基金项目：中国铁道科学研究院集团有限公司科研项目(2022YJ255)

推进铁路行业竞争性环节市场化改革。

1　我国铁路货运代理市场发展历程

20世纪80年代，为了解决资金不足、经营困难的问题，我国铁路围绕运输主业开展了附加经营项目，为货主提供“站到门”和“门到站”的“最后一公里”延伸服务。延伸服务对铁路运输走向市场起到了积极的推动作用，在改善经营状况和职工待遇方面取得了不错的成果，但与此同时也存在市场主体间各自为战、分散经营、服务标准不规范等问题。后来出现的铁路货运代理逐渐取代了“延伸服务”，成为铁路货运市场新的发展方向。不同于只提供运输服务的传统铁路货运企业，铁路货运代理为货主提供从装车到卸车交付的全过程服务，一些铁路货运代理也会根据货主的不同需求配置不同的运力资源，而货运代理本身可能并没有自己的运输工具。

根据现有文献资料和赴中国国家铁路集团有限公司（以下简称“国铁集团”）及各铁路局集团公司调研成果，总结我国铁路货运代理市场发展历程如表1所示，主要分为5个阶段。

（1）起步阶段(20世纪90年代至21世纪初)。早在20世纪90年代左右，我国交通运输行业的基础设施建设得到了显著改善，多元化的交通手段在运输领域内实现了协同并进，并逐渐开始相互竞争。为了争夺市场份额并强化运输服务品质，我国铁路引入了针对货主全过程服务的创新策略，在基层站段成立了专门的物流运营实体，除了负责主要的货运业务，还扩展了包括代办运输手续和短途配送在内的增值服务，这种举措在极大程度上改善了铁路行业的经营状况，促进了运营效率的提升[8]。

（2）快速发展阶段(21世纪初至2005年)。2001年3月，原国家经贸委、原铁道部等6部门联合发布了《关于加快我国现代物流发展的若干意见》(国经贸运行〔2001〕189号)，为铁路货运延伸服务市场的快速发展提供了政策支持，促进了铁路货运代理市场的快速发展。在此背景下，铁路基层站段物流服务公司提供的货运延伸服务范围不断扩大。但在快速发展过程中，也逐步显现出物流服务公司规模小、服务单一、理念落后、管理不规范等问题。为了克服这些问题，延伸服务市场逐渐形成了以各铁路局为责任主体，并在其管内成立统一的铁路货运代理公司，实现了基层站段层面物流服务公司的部分整合，但这些铁路货运代理公司的人事权和财务权仍未脱离各个基层站段。

（3）完善壮大阶段(2005—2010年)。2005年起，我国铁路开始实行铁路局直管站段体制。我国铁路货运代理市场为适应新体制，逐步推行基层站段不办理多元化经营产业的政策，并在铁路局(集团公司)层面实行对铁路多元化经营产业人员和资产管理的统一，实现了站段与铁路货运代理产业的脱离。同时期原铁道部发布的《关于规范发展铁路多元经营货运代理业的若干规定》(铁办〔2003〕124号)中指出，为了适应铁路主辅分离、辅业改制的要求，需进一步规范国铁资本全资或控股的多元化经营货运代理企业的经营行为，促进其持续健康快速发展。与此同时，隶属于铁路局(集团公司)多元化经营主管机构的专业性、规模化的法人企业逐个成立，并在《中华人民共和国公司法》规定的权限下进行重组、完善和发展壮大[9]。

（4）重组整合阶段(2010—2023年)。2010—2023年，我国铁路货运代理市场进入全面发展阶段。我国铁路货运代理市场规模不断扩大，服务范围和服务质量进一步提升，国内外铁路货运代理企业竞争日趋激烈，市场格局不断调整。2013年，铁路实行政企分离，为激发铁路多经企业活力，铁路系统对多经企业进行了多次整合重组。2013年，原中国铁路总公司在《关于铁路货运组织改革整合物流资源的指导意见》(铁总办〔2017〕108号)中指出，铁路运输代理业务、

表1　我国铁路货运代理市场发展历程

Tab.1　Development process of railway freight forwarding market in China

序号	阶段	时间	主要特点
1	起步阶段	20世纪90年代至21世纪初	提供货物运输的“最后一公里”延伸服务，成立物流服务公司
2	快速发展阶段	21世纪初至2005年	货运延伸服务范围不断扩大，各铁路局整合管内物流服务公司成立统一的铁路货运代理公司
3	完善壮大阶段	2005—2010年	隶属于铁路局多经主管机构的专业性、规模化的法人企业成立并发展壮大
4	重组整合阶段	2010—2023年	整合重组物流资产和货运代理业务，培育出一批与主营业务协同发展的非运输企业
5	一体化发展阶段	2023年以来	按照“一省一中心”的原则设置铁路物流中心，所属主要从事物流业务的非运输企业划归主业，由货运部负责专业管理

延伸服务以及与铁路运输代理相近的业务划归运输业管理；2017年，原中国铁路总公司在《关于全面推进全民所有制非运输企业公司制改革和重组整合的指导意见》(铁总改革与法律〔2017〕92号)中强调，为切实解决目前存在的铁路局所属非运输企业竞争能力不强、经营规模小、现代企业制度建设滞后等问题，需加快培育一批与主营业务协同发展的非运输企业；2020年，国铁集团在《关于进一步加强和改善铁路非运输企业经营管理的若干意见》(铁经开〔2020〕143号)中提出，通过持续深化机制改革和法治化市场化经营，加强和改善企业经营管理能力，积极防范经营风险，努力化解发展中的突出矛盾和问题，进一步提升铁路非运输企业经营质量和效益。通过整合重组，相关物流资产和货运代理业务被整合到一个主体开展经营，避免了不同主体开展同质化竞争。

（5）一体化发展阶段(2023年至今)。2023年以来，铁路货运代理进入一体化发展的新阶段。为加快建设铁路现代物流体系，2023年，国铁集团发布了《关于加快铁路现代物流体系建设的意见》(铁办〔2023〕97号)(以下简称《意见》)，深入实施产品品牌、物流装备、物流场站、运输组织、物流经营和物流信息等6项工程，加快构建以铁路运输为骨干、与其他运输方式深度融合发展的中国铁路物流体系[10]。《意见》提出新的铁路物流体系将按照“一省一中心”的原则设置铁路物流中心，物流中心作为铁路局集团公司物流业务的经营生产单位，模拟法人运作，根据铁路局集团公司的授权具体开展市场营销、物流总包等物流经营活动和负责物流组织、装卸作业、安全管理、场站管理等生产组织。铁路局集团公司所属主要从事物流业务的非运输企业划归主业，由货运部负责专业管理。截至2023年底，全路39个铁路物流中心已全部挂牌成立[11]。我国铁路物流中心分布如表2所示。

目前，我国铁路货运代理市场已形成国铁集团所属的中铁快运股份有限公司、中铁集装箱运输有限责任公司、中铁特货物流股份有限公司3大专业运输公司及隶属于18个铁路局集团公司的39家物流中心的一体化发展模式。我国铁路货运代理市场企业结构如图1所示。

2　当前铁路货运代理市场发展中存在问题

相较于国内其他运输方式货运代理业的发展情况，由于起步较晚、发展较慢、铁路运输本身具有特殊性

表2　我国铁路物流中心分布

Tab.2　Railway logistics center distribution in China

铁路局集团公司	物流中心个数	物流中心分布
中国铁路哈尔滨局集团有限公司	2	哈尔滨、齐齐哈尔
中国铁路沈阳局集团有限公司	4	长春、沈阳、大连、通辽
中国铁路呼和浩特局有限集团公司	2	呼和浩特、包头
中国铁路太原局集团有限公司	2	太原、大同
中国铁路北京局集团有限公司	3	北京、天津、石家庄
中国铁路济南局集团有限公司	1	济南
中国铁路上海局集团有限公司	5	徐州、南京、上海、合肥、杭州
中国铁路郑州局集团有限公司	2	郑州、长治
中国铁路南昌局集团有限公司	2	南昌、福州
中国铁路广州局集团有限公司	3	长沙、广州、深圳
中国铁路南宁局集团有限公司	2	南宁、湛江
中国铁路昆明局集团有限公司	1	昆明
中国铁路成都局集团有限公司	3	成都、重庆、贵阳
中国铁路西安局集团有限公司	1	西安
中国铁路兰州局集团有限公司	2	兰州、银川
中国铁路青藏集团有限公司	1	西宁
中国铁路乌鲁木齐局集团有限公司	3	乌鲁木齐、哈密、库尔勒

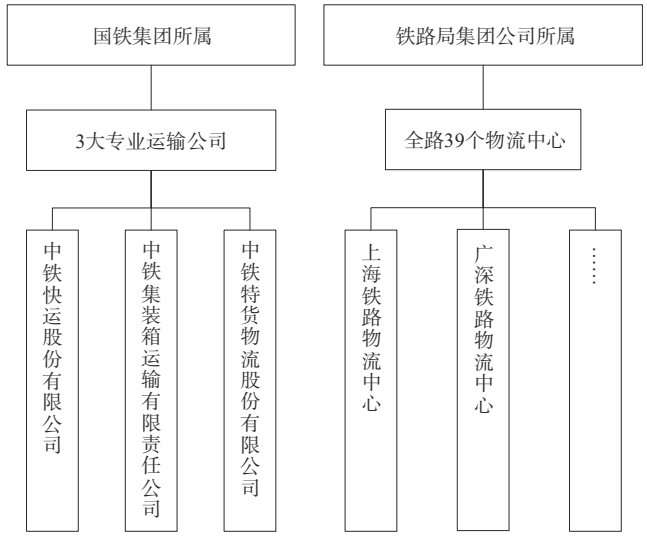


图1　我国铁路货运代理市场企业结构

Fig.1　Enterprise structure of railway freight forwarding market in China

等原因，我国铁路货运代理业还较落后。在铁路运输市场不断加快改革的大背景下，我国铁路货运代理市场在发展中主要存在以下问题。

（1）行业政策法规及管理制度有待完善。相较于我国其他运输方式货运代理行业由政府层面发布的政策和指导意见(如与公路货运代理相关的《网络平台道路货物运输经营管理暂行办法》等)对其市场发展进行规范，我国铁路货运代理业尚无相应的政策法规和管理制度出台。我国大部分铁路货运代理企业是由铁路运输部门衍生而来并逐渐形成的市场主体，其代理行为未有政策明确也未获法律认可，这种代理并不规范，“自己代理自己”的情况普遍存在，从市场角度讲缺乏公平性。例如，当货主与承运人发生纠纷的时候，货运代理企业很难客观地行使和维护货主与承运人双方的合法权利。

（2）对运输主业依附性较强。回顾我国铁路货运代理行业的发展历程，其多数时期的核心业务是以货运服务为主，并辅以一系列补充性的服务。尽管这些辅助服务随着时间推移不断进化和完善，规范化程度逐渐提高，但始终未能完全脱离主业的束缚。再者，尽管国内的铁路货运代理企业试图模拟独立法人的运营模式，但由于铁路局集团公司作为其唯一的出资方，其运营仍受到运输主业的显著影响，实现真正的自主经营、自负盈亏目标显得尤为困难。

（3）产品单一，规模较小。目前我国铁路货运代理企业产品单一，质量不高，没有形成满足不同客户运输需求的系列产品[12]，与国内其他运输方式货运代理市场相比，整体上还存在差距。从市场优势上讲，货运代理业的主要优势就在于凭借其规模化、网络化的经营模式，为货主提供便捷、高效、优质的全过程一体化服务，而我国铁路货运代理业目前在产品形式和经营模式方面并不具备优势；从市场规模上讲，我国铁路货运代理行业目前仅有3大专业运输公司以及全路39个物流中心，与我国其他运输方式货运代理市场的规模(如截至2023年底我国公路货运代理市场中网络货运企业已达3 069家[13])相比，相差甚远。

（4）缺少专业化人才。当前，由于尚未建立完善的市场化激励机制，铁路货运代理企业面临人才结构不均衡的情况。一方面，传统铁路职工存在冗余，以运输主业为先的思想在企业中占据多数；另一方面，新型专业人才明显缺乏，整合运力资源、发挥运输主业优势、提供一体化服务的现代物流思想和经营理念无法注入，这些都制约了铁路货运代理企业实现快速的现代化发展。

（5）缺乏明确的发展方向。我国铁路货运代理市场目前处于自然发展状态，但因缺乏明确的发展方向，导致其在整体运输市场当中缺乏竞争优势。我国公路、水运、航空等其他运输方式的货运代理市场，大多是以现代物流体系为发展方向，而我国铁路货运代理市场的后续发展是应与其他运输方式异曲同工还是另辟蹊径，在市场竞争中是应与其他运输企业合作共赢还是自成一家，都需企业根据铁路货运代理本身的特点和客户需求形成相应的市场导向。

3　规范我国铁路货运代理市场发展的建议

为推进铁路行业竞争性环节市场化改革，进一步规范我国铁路货运代理市场发展，针对当前存在的主要问题，借鉴其他运输方式和国外铁路货运代理发展的经验，结合我国铁路路情和发展实际，从以下方面提出发展建议。

3.1　完善我国铁路货运代理市场监管制度和管理体系

相较铁路货运代理，我国海运货运代理发展较早、制度完善。早在2002年施行的《中华人民共和国国际海运条例》第七条中就对海运货运代理业务(即无船承运业务)作出了明确规定[14]，这标志着海运货运代理有据可循、有法可依。我国铁路货运代理市场的规范发展离不开相关监管制度、管理体系的完善和法律的支撑。参考我国海运货运代理制度提出以下建议。

（1）完善市场监管制度。为适应铁路管理体制改革和高质量发展需要，建议对铁路货运代理的相关规章制度进行修订完善，并基于铁路货运代理市场发展的阶段性，出台规范和培育铁路货运代理市场发展的管理规定。首先，在国家和交通运输行业“放管服”的大背景下，不宜对铁路货运代理设置行政许可门槛，不增设许可，不突破既有法规，继续按照相关规章制度执行。其次，需对“铁路承运人”和“铁路承运人代理”概念作出明确的法律定义。许多国家(如美国、日本、意大利等)的《航运法》《商法典》《民法典》中对货运代理业中的“承运人”有着明确的概念规定[15]，而我国仅在《中华人民共和国民法典》第十九章运输合同中提到了“承运人”这个词，却没有明确其概念和法律地位。因此，需要合理界定铁路承运人(代理)的基本概念和法律定位，深入分析铁路承运人(代理)业务的特征和组织模式，结合《中华人民共和国铁路法》修订契机，进一步明确铁路承运人(代理)的法律地位和法律依据，并将其写入法律。

（2）制定市场管理体系。我国铁路货运代理市场管理体系的制定应以“责任明晰、权责对等，开放包容、鼓励创新，信息透明、闭环管理”为原则，从企业设立、规范经营、加强管理、推动发展、监督检查等方面建立管理办法，按照“先政策后法律”“先规章后法规”的思路，循序渐进建立铁路货运代理制度体系，推动铁路货运代理市场规范快速发展。

我国货运代理市场管理体系框架如图2所示。

3.2　鼓励铁路货运企业向市场化转型

法国早在20世纪70年代前后就开始了一系列铁路和物流市场的改革，逐步向私营企业开放市场，一些脱离了运输主业的货运代理企业应运而生，这一过程促使了铁路货运市场蓬勃发展[16]。我国铁路货运代理市场可参考法国的做法，持开放包容的态度，充分借鉴铁路多经企业改革改制、重组发展的经验，大力发展铁路货运代理，优化铁路运输市场资源配置，促进跨市场融合发展。同时应放宽市场准入条件，鼓励铁路运输企业形成多元化经营的新市场主体，并组织开展铁路货运代理试点工作，促进我国铁路货运代理行业向市场化转型升级，摆脱对运输主业的依附。

3.3　进一步拓展服务范围和领域

20世纪中期，美国铁路网开始向全国各地扩展，美国铁路货运代理企业以此为契机进行了业务拓展，从传统的煤、粮承运转变为服务于农业、工业、手工业、商业的多元化经营，并积极与公路、海运合作开展多式联运，极大地推动了铁路货运代理市场的发展[17]。借鉴美国铁路货运代理市场的业务拓展形式，结合我国铁路发展实际提出以下建议：一是铁路货运代理企业可根据市场需求，向物流服务领域拓展业务，为客户提供全过程的一体化代理服务，并主动与公路、空运、海运相关运输或货代企业进行合作，把多种运输方式整合为一体，实现真正意义上的“门到门”运输。二是铁路货运代理企业可借鉴“五定班列”，为货运需求大的货主或货源地提供定时、定点、快速、优

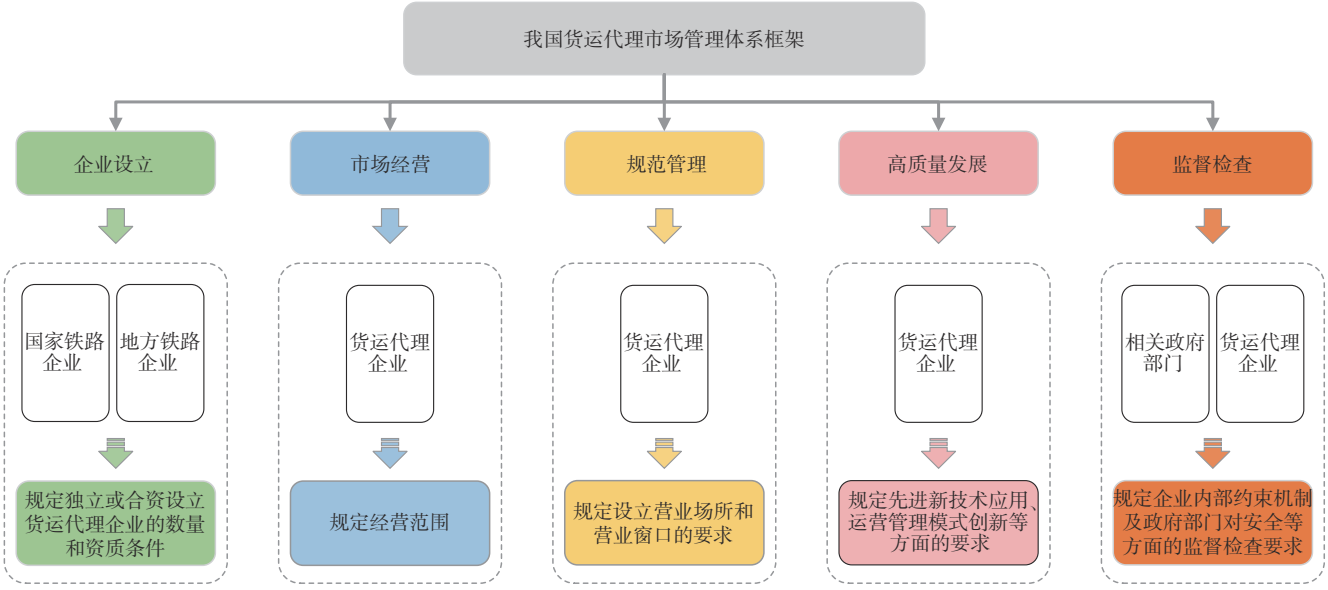


图2　我国货运代理市场管理体系框架

Fig.2　Management system architecture of railway freight forwarding market in China

惠的定向服务，充分发挥运输主业优势，打造铁路货运代理企业自己的星级物流产品。三是铁路货运代理企业可将服务领域从传统的运输、仓储功能，向货运咨询、手续代办、保价、索赔等功能拓展，还可提供不同时效、不同资历承运人、不同包装等差异化服务，通过提供更多层次的增值服务以拓展服务空间。

3.4　培养具备现代物流理念的专业化人才队伍

现代物流理念重视物流企业的市场化作用和体系化管理。20世纪90年代以来，西班牙铁路货运代理市场经历了市场开放和私有化的进程，随着欧洲统一市场的推进，西班牙铁路货运代理企业通过引入现代化物流人才和进行现代化物流技术创新，率先占据欧洲市场的先机，提升了铁路物流服务水平和效率[18]。参考西班牙铁路货运代理企业的做法，我国铁路货运代理企业也应重视现代物流技术应用，积极向物流服务性质企业进行转变。一是引进具备现代物流理念的高素质管理人才，为铁路货运代理企业注入市场化运营、体系化管理的新理念、新活力。二是加快“铁路＋物流”交叉学科高素质技术技能人才培育，将物流人才培养和产业发展需求相结合，使得铁路货运代理企业技术人才不仅要懂铁路，还要懂物流。三是针对现有铁路员工，应培养、加强其市场理念和服务意识，并有针对性地展开现代物流管理、供应链运营、新技术应用等方面的培训，提高服务技能。同时，应根据铁路货运代理市场的需求和导向，优化企业内部的人员配置，改变人员结构，建立市场化激励机制，打造现代化的铁路物流服务和产品。

3.5　向现代化物流方向发展

现代化物流强调系统性和经济性，是一种装备和组织管理方法现代化的新物流形式[19]。在经历了经济泡沫的破灭后，日本铁路货运市场经历了一定的调整和重组，以日本货物铁道株式会社(JR Freight)为首的铁路货运企业以提高效率、降低成本及推动物流装备技术革新为重点，开展了一系列现代化物流转型，以应对市场竞争压力[20]。我国铁路货运代理企业可以参考日本铁路货运企业的做法，结合目前行业的发展现状，通过工程手段及必要的基础建设投资，充分利用铁路现有的车站、机车车辆、仓库、货场、专用线、装卸机械等运输设备设施，建设更多数量、覆盖范围更广的铁路物流中心，或将现有物流中心建设形成货运枢纽、物流基地、公共配送中心等形式，建立网络化物流组织模式，形成系统化作业流程，促进企业从资本、资产、组织、制度上向现代化物流企业发展[21]，同时充分发挥运输主业的优势并与其形成密切的市场合作关系，提升在运输市场的竞争力。

4　结束语

我国铁路货运代理业从20世纪90年代逐渐出现并发展至今，存在起步较晚、规模较小、发展不规范等问题。通过总结梳理我国铁路货运代理市场的发展历程，对当前铁路货运代理市场发展中存在的问题进行分析，并借鉴其他运输方式和国外铁路货运代理发展的经验提出规范我国铁路货运代理市场发展的若干建议。下一步应落实相关政策法规的完善和管理制度体系的制定，进一步促进铁路运输市场主体多元化和适度竞争，提升铁路货运代理企业在整体运输市场的核心竞争力。

参考文献：

[1] 中国共产党中央委员会. 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议[A]. 北京：中国共产党中央委员会，2020.

[2] 郎茂祥，沈庆衍. 关于建立我国铁路货物“门到门” 运输服务体系的建议[J]. 中国铁路，1999(7)：17−18.
LANG Maoxiang， SHEN Qingyan. Suggestions on Establishing “Door-to-Door” Transport Service System for Railway Freight in China[J]. China Railway，1999(7)：17−18.

[3] 谢　辉. 港口供应链环境下航运业务节点问题研究[D]. 南昌：华东交通大学，2009.

[4] 郑晓青. 现代物流业对传统货运代理业的影响探讨[J]. 物流技术(装备版)，2012(12)：45−47.

[5] 周　润，李利兴. 我国铁路货运代理业发展现状与出路[J]. 商场现代化，2008(32)：113.
ZHOU Run， LI Lixing. The Current Situation and Future Development of China Railway Freight Forwarding Industry[J]. Market Modernization，2008(32)：113.

[6] 李志慧. 我国铁路物流现状及发展趋势的思考[J]. 物流科技，2007，30(8)：52−53.
LI Zhihui. Thinks about the Current Situation of Railway Logistics and Its Development Tendency in China[J]. Logistics Sci-Tech，2007，30(8)：52−53.

[7] 韦永录. 铁路货运向现代物流发展的思考[J]. 铁道货运，2009，27(10)：30−32.
WEI Yonglu. Thoughts on Developing Railway Freight Transportation to Modern Logistics[J]. Railway Freight Transport，2009，27(10)：30−32.

[8] 梁小军. 提升铁路货物运输代理企业核心竞争力的研究[D]. 长沙：中南大学，2007.

[9] 崔滕腾. 铁路货运代理业向第三方物流转型问题研究[D]. 济南：山东大学，2008.

[10] 中国国家铁路集团有限公司. 关于加快铁路现代物流体系建设的意见(铁办〔2023〕97号)[A]. 北京：中国国家铁路集团有限公司，2023.

[11] 齐　慧. 全国39个铁路物流中心全部挂牌[N]. 经济日报，2024-02-08(03).

[12] 肖　翔，孙晓琳，张　帆. 加快我国铁路物流向现代物流转型[J]. 物流科技，2013，36(4)：105-107.
XIAO Xiang，SUN Xiaolin，ZHANG Fan. Speeding up the Transformation from Railway Logistics to Modern Logistics in China[J]. Logistics Sci-Tech，2013，36(4)：105-107.

[13] 何黎明. 我国物流业2023年发展回顾与2024年展望[J]. 中国流通经济，2024，38(3)：3-8.
HE Liming. The Review of China´s Logistics Industry Development in 2023 and the Outlook of 2024[J]. China Business and Market，2024，38(3)：3-8.

[14] 中华人民共和国国务院. 中华人民共和国国际海运条例[A]. 北京：中华人民共和国国务院，2002.

[15] 陈　强. 国际货运代理人法律地位研究[D]. 苏州：苏州大学，2018.

[16] COMTOIS C. Rail Transport：Freight[M]. New York：The International Encyclopedia of Geography，2017.

[17] THOMAS J，MISA. The Railroad and the State：War，Politics，and Technology in Nineteenth-Century America (Review)[J]. Journal of Interdisciplinary History，2007，37(4)：640-641.

[18] PÉREZ-MARTÍNEZ P J，VASSALLO-MAGRO J M. Changes in the External Costs of Freight Surface Transport in Spain[J]. Research in Transportation Economics，2013，42(1)：61-76.

[19] 薛丽萍，曹　伟. 对铁路货运代理业向现代物流发展的认识[J]. 经济师，2007(1)：289.
XUE Liping，CAO Wei. Understanding the Transition of Railway Freight Forwarding Industry towards Modern Logistics[J]. China Economist，2007(1)：289.

[20] IWASA K. Rail Freight in Japan：the Situation Today and Challenges for Tomorrow[J]. Japan Railway & Transport Review，2001(2)：8-17.

[21] 孙中桥，朱春燕. 现代物流学理论与实务[M]. 南京：东南大学出版社，2022.

（责任编辑：金　颖）

Discussion on Promoting Standardized Development of Railway Freight Forwarding Market in China

ZHU Zitong，YANG Lei，LIU Lei

(Railway Science & Technology Research & Development Center, China Academy of Railway Sciences Corporation Limited, Beijing 100081, China)

Abstract: The “14 th Five-Year Plan” calls for market-based reform in competitive sectors of businesses such as railways. In recent years, the booming development of freight forwarding enterprises has provided a new way of thinking for deepening railway reform. This paper summarized the development process of China’s railway freight forwarding market in five stages: inception, rapid growth, maturation, restructuring, and integrated development, along with the market characteristics of each stage. The paper analyzed the current problems within the railway freight forwarding market, including the need for standardized market development, strong dependence on core transportation business, limited product diversity and scale, shortage of specialized talents, and lack of clear development direction. After drawing on other transportation modes and foreign railway freight forwarding experience, recommendations for regulating the development of China’s railway freight forwarding market were proposed in five aspects: improving the regulatory system and management framework of China’s railway freight forwarding market, encouraging railway freight forwarding enterprises to transition to market-oriented operations, further expanding service scopes and domains, cultivating a specialized workforce, and advancing towards modernized logistics.

Keywords: Railway Freight; Freight Forwarding; Development Process; Regulatory System