

新常态下“互联网+”物流业发展转型分析

刘敬严,赵莉琴,李占平

(石家庄铁道大学 经济管理学院,河北 石家庄 050043)

[摘要]为解决互联网经济下物流业新常态的发展问题,在对新常态下物流业发展特点以及互联网经济下物流业发展变化进行分析的基础上,提出新常态下“互联网+”物流业发展创新思维和转型路径。指出物流业应积极利用云计算、物联网、大数据等新技术,在平台思维、众筹思维、流量思维等互联网思维指引下进行产业融合,以主动服务进行精准营销,实现资源整合转型、营销方式转型和客户体验转型。为互联网经济下物流业以转型升级应对“新常态”提供参考依据。

[关键词]新常态;互联网+;物流业;创新驱动;转型升级

[中图分类号]F259.2;TP393.02

[文献标识码]A

[文章编号]1005-152X(2015)06-0041-03

Analysis of Development and Transformation of “Internet+” Based Logistics Industry in New Normal Situation

Liu Jingyan, Zhao Liqin, Li Zhanping

(School of Economics & Management, Shijiazhuang Railway University, Shijiazhuang 050043, China)

Abstract: In this paper, in order to solve the problems in the development of the logistics industry in the environment of the Internet economy and on the basis of an analysis of the characteristics of the logistics industry in the new normal situation and the changes to the development pattern of the logistics industry in the Internet economy environment, we proposed the path of innovation and transformation of the logistics industry in the new normal situation and at the end proposed some specific countermeasures.

Keywords: new normal situation; Internet+; logistics industry; innovation driven; transformation and upgrading

1 引言

经济发展新常态是中央重大战略判断^[1]。新常态是一种趋势,是不同以往的、相对稳定的发展状态。新常态就是指“反常的现实正逐步变为常态”,即中国当前减速调整是相对传统高增长而言的新常态^[2],新常态的“新”,关键在于经济结构与产业转型升级^[3]。不稳定均衡的特点决定了新常态是一个典型的相对平稳的过渡阶段,存在经济转型和结构优化的契机,也存在着各种新的阻碍和制约因素^[4]。

物流业作为重要的生产性服务业,近年来受到了国家和有关部门的高度重视,物流业在国民经济中的产业地位稳步提升。物流业是运输、包装、仓储、装卸等产业活动的集成,在国民经济发展中具有基础性、战略性支撑作用,具体作用表现在以下几方面:促进总额稳定增长,从规模看,每3.48个单位的物流总额支撑一单位GDP;调整优化产业结构,服务业每增加1个百分点,需要物流业增加6.8个百分点来带动;降费用增效益,社会物流总费用与GDP的比率每下降0.1个百分点,等同于新增经济效益500多亿元;促就业惠民生,物流业每增加1个百分点,大约创造50万个就业岗位^[5]。物流业与国家经济发展密切相关,已经成为国民经济的支柱产业。2014年夏季的达沃斯论坛上,李克强总理指出物流等第三产业必然要成

为未来一段时期内新的经济增长点。中国物流与采购联合会会长何黎明认为目前我国物流业正处于产业地位的提升期、现代物流服务体系的形成期和物流强国的建设期。面对我国经济发展新常态的阶段性特征,物流业应该在战略层面上如何应对呢?

本文拟通过分析新常态下物流业发展特点以及互联网经济下物流业发展变化趋势,提出新常态下“互联网+”物流业转型升级的思维和路径。

2 新常态下的物流业

人民日报评论员文章——《经济发展迈入新阶段》一文归纳了中国经济新常态的四个主要特征——“中高速”、“优结构”、“新动力”、“多挑战”。中高速指经济增速换挡回落,从过去10%左右的高速增长转为7%—8%的中高速增长是新常态的最基本特征。优结构,产业结构方面,第三产业逐步成为产业主体;需求结构方面,消费需求逐步成为需求主体;城乡区域结构方面,城乡区域差距将逐步缩小;收入分配结构方面,居民收入占比上升。新动力,中国经济将从要素驱动、投资驱动转向创新驱动。多挑战,一些不确定性风险显性化。楼市风险、地方债风险、金融风险等潜在风险渐渐浮出水面。作为国民经济重要支撑的物流业发展也步入新常态,在“中高速”、“优

[收稿日期]2015-04-10

[基金项目]河北省社科基金项目(HB14GL022);河北省教育厅项目(SY14106,SD141049);河北省科技厅课题(15453501D,14457420D)

[作者简介]刘敬严(1980-),女,河北人,博士,讲师,研究方向:物流管理、项目管理、营销管理。

结构”、“新动力”、“多挑战”方面也有所体现。

中高速:增速换挡回落,维持温和增长。物流业结束了过去十多年20%以上的连续高速增长,社会物流总额增幅由2011年的12.3%,降为2012年的9.8%,2013年的9.5%,2014年约为8%左右。物流业增加值增幅由2011年的13.9%降为2012年的9.1%,2013年的8.5%,2014年约为9%左右。2015年一季度,社会物流总额和物流业增加值分别为47.8万亿元和3.9万亿元,同比增长为8.6%和8.6%,比去年同期回落0.8和0.7个百分点。未来一段时期,社会物流总额和物流业增加值增速将维持温和增长。

优结构:需求黑冷白热,区域差距缩小。需求结构“黑冷白热”,钢铁、水泥、煤炭、矿石等“黑货”增速仍趋冷放缓,进出口贸易依然疲软。生活消费品的“白货”保持两位数增长。2014年,全国铁路货物周转量未改下滑态势,下降6%左右;社会消费品零售总额保持稳步增长,增长13.6%左右。电商物流激增,网上销售呈现“爆发式”增长,2014年全年全国网上零售额为27898亿元,同比增长49.9%。受扩大内需特别是消费需求带动,电商、快递、快运、食品、电子、快消、医药、冷链等物流细分市场保持较高增长态势。中西部地区、三四线城市和农村地区物流需求正在成为新的增长点。电子商务新增消费比例在三四线城市高达57%;2014年,农村新增快递网点5万多个,农村包裹超过20亿件。线上与线下结合的个性化、多样化、体验式社区物流服务逐渐凸显潜力。未来一段时期网络购物特别是移动购物仍将保持高速增长,对物流服务的规模和质量都提出了更高的要求。

新动力:资本智本融合,依靠创新驱动。随着市场开放和互联网经济的发展,资本和技术驱动力度加大。2014年物流业投资增势迅猛。阿里巴巴、京东商城先后上市,其他知名物流企业也正在筹备上市融资,物流业并购、重组案例层出不穷,各类投资机构广泛关注,各类资本大量介入。平安不动产、中信产业基金、万科等产业资本加大物流投入。物流业与制造业“两业联动”,以及加入商贸业、金融业等“多业联动”,协同发展的“产业融合体”雏形显现。各种创新组织模式、管理模式平台相继出现,“公路港”等实体平台、车货匹配的虚拟平台、物流金融服务等监管平台相辅相成,专业性的快递、电商、冷链物流园尝试建立产业生态体系。

多挑战:一是要素成本走高,高层次人才缺乏。资源要素成本逐年上升,物流用地落实难,仓库租金持续上涨。北京、上海、广州等一线城市物流地价普遍超过80万元/亩。劳动力成本本年均上涨幅度在20%左右,企业遭遇“员工荒”。依靠低劳动力成本、资源消耗和牺牲环境进行规模扩张的粗放式增长方式难以为继。高端物流管理人才的缺口很大。专家预测,物流行业未来对操作型人才的需求将下降,而真正需要的是技术类人才,尤其是IT类人才。二是环境保护约束,收费罚款困扰。环保成本逐步显现,车辆限行政策的出台,造成城市配送车辆“进城难、停靠难、装卸难”。收费高和乱罚款使物流企业行路难,负担重。运输型物流企业过桥过路费占运输总成本的20%左右。国家明令取消的行政事业性收费在一些地方明收变暗收。有的通过指定服务商或供应商的方式强行收费、搭车收费、变相收费,公路罚款约占运输成本的5%~8%,物

流企业不堪重负。

物流业进入温和增长阶段,以往长期掩盖在高速增长下的一系列问题逐渐浮现,中国物流业将进入转型升级发展新阶段,需要从规模速度型粗放式增长进一步转向质量效益型集约式增长,完成从增量扩能为主转变为调整存量、做优增量并存的深度调整,从要素驱动、投资驱动转变为整合发展、创新驱动,逐步释放发展潜力。

3 互联网经济下物流业发展变化

2014年是互联网经济下中国经济全面革新的一年,在移动互联网、4G信息通路的推动下,在电子商务高速发展的带动下,物流业产生了革命性的颠覆。互联网给物流带来哪些改变呢?

(1)快递数量变化,全国物流包裹数量呈现从2012年的57亿到2013年的92亿,再到2014年的140亿的增长趋势。快递量变化的背后是物流前端商业的变化。(2)需求方式变化,在普遍接受从B2B到B2C转变的过程中,京东、阿里、苏宁的O2O(Online To Offline)以及海尔、小米、中兴的C2B(Customers To Business)发展趋势在捕捉物流需求服务新的价值点。(3)物流载体变化,在高速路货车的流量同比下降2%~5%时,快递企业的流量增幅达50%~100%,顺丰的飞机达到34架,德邦等零担企业的业务量递增40%左右。物流载体在发展中变化。(4)商业模式变化,新型的互联网商业带动的是个性化的定制消费,传统的手机模式到C2B小米模式,传统的家电模式到海尔的互联网转型的DIY模式,传统的底特律汽车模式到硅谷的特斯拉生产汽车模式,2014年的互联网商业已经从O2O的体验发展到C2B的定制化服务。互联网化的物流是C端驱动为核心,个性化的定制消费+O2O的体验,强调小批量、多批次、高频率的物流服务需求,以信息替代库存是物流服务模式变革。

2015年,“互联网+”被写入政府工作报告,物流业借此开始在“互联网+”中寻找新出路。“互联网+”的形势下,信息化的时效性使得空间距离相对缩短了,由此引发对物流业提速和快速整合的强烈需求。依托互联网经济的新模式改变了原有的游戏规则,物流市场格局将加快调整,加速洗牌。“互联网+”物流形成需要改变原始的物流运作模式,全面推行信息化,实现智慧物流。

4 新常态下“互联网+”物流业发展创新思维

新常态下,需要用互联网思维变革物流,平台思维、众筹思维、流量思维、跨界整合的思维将为物流行业带来新的商业价值。

4.1 平台思维

2014年,互联网引发中国物流各大平台陆续孵化出炉,物流园区平台、公路港平台、零担物流专线平台、运力资源平台、融资租赁平台、物流打车模式平台,平台化的商业业态尚未成型,物流平台企业的商业模式在2015年进入升级和创新期。互联网是开放的、无边际的、无时空约束的,互联网的平台思维就是开放、共享、共赢的思维。物流平台一定要以开放的思

维玩创新。阿里巴巴的生态模式,帮助诸多想利用互联网创业的创业者实现梦想。小米的“不务正业”模式,通过物流平台整合上下游,自己的主流商品或服务不赚钱,延伸出来的服务是获利的重要方式。360的免费模式迅速占领了国内安全软件市场。物流平台经济是以生态为基础的新型商业模式,是商业模式的融合,也是战略思路的协同,具有长远的战略价值,需要进行商业模式裂变,获得更多的价值空间。

4.2 众筹思维

众筹(Crowd Founding)是时下最热门的互联网概念,因其具有低门槛、多样性、依靠大众力量和注重创意等特点,一经提出就在互联网上被炒的沸沸扬扬。众筹作为将分散化的资金集中起来的互联网平民化和草根化的运作模式,是一次对传统产业互联网思维的洗礼,如阿里巴巴的“娱乐宝”、百度的“众筹频道”、京东预售“凑份子”、好润仓的O2O连锁仓储。互联网时代是靠资源和信息赚钱的时代,而众筹作为一种开放、分享的思维、一加一大于二的思维契合了互联网经济时代的要求。做众筹需要具备的条件是流量、衍生服务以及金融工具。众筹的发展与消费者的意识相关,众筹模式在国外已经不是新鲜事,在国内市场,特别是在物流行业,拥有巨大的尝试空间,值得探索。将互联网领域的众筹模式应用到物流行业—不管是资本的众筹还是资源的众筹,都会带来很大的想象空间。

4.3 流量思维

互联网时代,流量为王,对于正在向互联网转型的传统物流企业来说,从“销量思维”向“流量思维”转变至关重要。上有云端大数据,下有五花八门APP(应用终端)。运用好大数据,实现精准营销。物流行业积累粉丝的价值潜力超大。以快递行业来说,2014年全国快递包裹数量140亿,中国的网购人群超过4亿,4亿网购人群的地理位置、购物频率、购物喜好都可以从物流角度去分析和挖掘。

4.4 跨界思维

物流企业纷纷打出“跨界”经营战略,宝供的“四轮驱动、两翼腾飞”战略,到2020年物流交易额达到1 000亿元,其中就涉及到进军商旅,即构建大宗原材料电子商务交易平台与产成品分销平台。怡亚通提出打造“两天两地一平台”,在五年内业务规模达到1 000亿元,主要是大举进军城镇电商,实施“农村包围城市”。顺丰提出城市社区开“嘿客”的设想,用新的O2O模式进军零售电商。跨界是“闯关”,应充分做好应对准备。物流企业跨界发展是一项艰巨的系统工程,需要开阔思路、提高认识、统筹兼顾、循序渐进。

5 新常态下“互联网+”物流业转型发展路径

对于物流业来说,必须对互联网涌流下的新客户和新商业模式进行思考,然后转变为行动。

5.1 资源整合转型—产业融合

产业融合已具备了成熟的时机与条件。信息技术创新为物流产业融合发展提供了内在驱动力。随着信息技术在物流产业的扩散,在物流相关产业如金融服务业、IT服务业、设备制造业、咨询业等,技术与产品的替代性或关联性的行业间的

边界和交叉处形成技术融合。资本渗透为物流产业融合提供了重要催化剂和媒介。不同企业组织之间、不同行业组织之间以资本为纽带或媒介相互渗透,业务边界和市场空间不断拓展,形成更大空间和时间范围的货物、资金、信息的流动和储存,产生新的市场结构。放松经济性规制为物流产业融合降低了门槛。随着国家放松对运输业和仓储业的经济性规制,政策性壁垒降低,生产要素可以在更大范围内自由重组与流动、合理配置,从而形成跨行业并购或联盟。作为服务型产业,物流业必须要和制造业、商贸业和农业等相关产业实现有效对接,做到联动发展。因此,应开展物流业与制造业、商贸业、金融业等“多业联动”,将产业合作层次从运输、仓储、配送业务向集中采购、订单管理、流通加工、物流金融、售后维修、仓配一体化等高附加值增值业务、个性化创新服务拓展延伸。

产业融合转型升级的任务涉及产业和企业的层面^[6]。从产业层面来讲,应进一步健全物流行业发展政策体系,完善物流基础设施,整顿物流市场竞争秩序,扶持物流资本市场。从企业层面,提升物流服务价值认知,增强资源整合能力、增强信任机制、增强物流服务社会化程度^[7]。

5.2 营销模式转型—精准营销

传统物流信息化系统受限于信息系统的产品模式和业务的经营模式,升级空间十分有限。然而随着“互联网”概念的提出,云联网思维的启发,智能物流开始不断突破效率边际,大数据时代下,精准营销成为新宠儿。随着互联网技术日新月异的发展,组织以及个人相互之间的信息交换越来越容易。企业有机会直接与目标群体交流,甚至做到一对一交流。以信息技术为支撑的社会性媒体,利用自身的开放性、互动性、丰富性等优势迅速崛起,为企业推销提供了平台和工具^[8]。网络媒体有一个特色是“互动”,并且能够“记忆”这些互动,为精准营销提供了便利。借力云联网、大数据进行订单预测和策略优化,能够较为准确地预测订单产生规模、地点、物流路径,从而指导商家进行库存前置和优化经营策略。各类物流APP、微信公众号、微博号、企业业务电子商务平台改变了物流信息系统的旧有面貌,在增加企业有形价值的同时提升了企业的无形价值。物流企业能够获取用户的消费、位置数据,在线上为用户提供透明化的物流服务和各类线下体验,获得增值收入。

5.3 客户体验转型—主动服务

C2B个性化的定制消费以及O2O的体验是2014年的互联网商业发展新趋势。而物流是O2O、渠道下沉以及用户体验的关键。物流O2O是对线上线下的融合、协同与互通。O2O条件下使得物流公司的服务不再只是对线下物流现场的服务把握,还应注重社交媒体、移动端、PC端等线上渠道体验的营造,并通过人性化、优质、便捷的服务让用户进行体验,实现线上线下一致、优质的服务体验,这将是物流O2O战略的重点内容。物流业应变被动反应为主动支持,通过物流信息数据库建设及信息传递的实时化,促进物流业信息化与网络化^[9],如京东推出主动式物流服务,优化最后一公里,于细微之处为用户带来贴心体验。美乐乐线下体验馆实质上承担的是家具售后的物流配送功能。

(下转第51页)

运用系统分析的方法收集和分析该环节审计的 KPI,在调查研究的基础上,找出问题产生的原因,并提出解决问题的方案。

(1)确定运行监控环节控制目标及 KPI。见表 1。

表 1 运行监控环节审计内容及 KPI

流程	内容	KPI
发车检查	1. 检查车辆 GPS 仪器是否运行正常,确保公司能准确跟踪、获取车辆的路线信息; 2. 检修运输车辆,安排合适车辆,保障车辆响应率	1. GPS 完好率; 2. 车辆响应率
货物装车	1. 核对货物信息,对装货质量严格把关,保持货物完好率; 2. 尽量满载的同时又能保证行车的安全性,避免因可控因素(超重、超高、超宽、改装)而导致不必要损失	1. 货损货差率; 2. 车(船)利用效率
中途运输	1. 跟踪车辆在途情况,根据车辆行驶速度、地点、气候环境等信息,判断是否行驶正常、是否能准时送达卸货地点; 2. 规划运输路线,出现拆单,合理考虑回头货的因素,避免人为改变路线增加绕路成本; 3. 制定意外事故应急方案,一旦出现意外事故,如路政罚款、交通事故、天气、路况等,上报管理层,立即启动应急方案,同时与客户、收货方、保险公司就事故取得协商积极处理	1. 正点运输率; 2. 可达性指标; 3. 事故频率; 4. 客户满意率

(2)运行监控环节审计重点

①发车检查。司机负责 GPS 跟踪仪的检查,检查车况,由发运部主管审查通过,并书面签字通过。力图避免司机以各种理由不开启跟踪仪,通过实时定位跟踪,保障车辆按规划线路行驶,降低运输成本,同时也能知晓行进的车况,确保点对点。

②货物装载。该过程要确保货物信息的正确性,保持货物的完好率;货车运行过程中出现改装车、超高、超重罚款,发

运部根据实际情况做出处理,充分考虑司机的主动性。

③异常事故。加强异常事故处理的培训,当事故发生时,在公司紧急情况预案的指导下能合理处理事故,降低损失,同时保障客户的服务条款。

6 结束语

物流运输管理审计是物流审计的重要组成部分,在目前物流效率普遍不高的情况下,物流运输管理恰恰是木桶理论中的物流短板,有效地发挥物流运输管理审计的作用,能改善物流系统中的痼疾,持续性地提高企业的物流绩效,防范物流运输管理业务的风险,为客户、企业乃至社会创造更多的生产力。

[参考文献]

[1]中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局,全国物流标准化技术委员会.中华人民共和国国家标准:物流术语[M].北京:中国标准出版社,2007.
[2]袁胜强,刘仲英.企业物流审计研究[J].物流技术,2005,(11):79-82.
[3]徐媛.S 物流公司内部控制的优化解决方案研究[D].南昌:南昌大学,2014.
[4]王晓燕.关于现代企业物流审计的探析[J].物流工程与管理,2010,(6):79-80.
[5]姚晓燕.风险导向内部审计在第三方物流企业的运用与发展研究[D].成都:西南财经大学,2008.
[6]林红,路启昱,韩伟东.浅析当前企业物流审计工作[J].中国商贸,2012,(23):132-133.

(上接第 43 页)

6 结束语

随着物流业迈进稳健增长的“新常态”时代,发展迎来新机遇也面临新挑战。在“新常态”下,应寻找物流转型升级与增长速度之间的“黄金平衡点”^[10],使增长保持在合理区间的同时,优化产业结构。移动互联网、云计算、物联网、大数据等新的信息技术正在改变中国物流业。以技术信息化为主要内涵的技术驱动是我国物流业转型升级的主要体现^[11],面对新形势,正确把握互联网经济下物流业“新常态”的特征,变压力为动力,积极应对、主动适应,从分析市场需求入手,关注最终客户需求,注重产业链的联系,寻找战略突破口,不断创新服务模式,建立跨行业和区域的智能物流信息公共服务平台,培育竞争新优势,以转型升级应对物流“新常态”,使物流业的规模与质量、速度与效益、增长与转型达到一种新的平衡。

[参考文献]

[1]人民日报评论员.经济发展迈入新阶段—新常态下的中国经济(下)[N].人民日报,2014-08-07.

[2]张平.中国经济“新常态”与减速治理—2015 年经济展望[J].现代经济探讨,2015,(1):5-9.
[3]刘英基,杜传忠,刘忠京.经济体制改革走向新常态的新兴经济产业转型升级路径分析[J].经济体制改革,2015,(1):117-121.
[4]秦天程.新常态下影响经济转型的制约因素分析[J].当代经济管理,2015,37(3):34-37.
[5]何黎明.“新常态”下我国物流与供应链发展趋势与政策展望[J].中国流通经济,2014,(8):4-8.
[6]刘志彪,陈柳.政策标准、路径与措施:经济转型升级的进一步思考[J].南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学),2014,(5):48-56.
[7]张圣忠,李敏.物流产业融合的微观认知:基于陕西省物流企业的调查报告[J].物流技术,2013,32(9):197-200.
[8]刘艳.电子商务时代的推销创新[J].现代经济探讨,2014,(12):66-69.
[9]赵明亮.新常态下中国产业协调发展路径—基于产业关联视角的研究[J].东岳论丛,2015,36(2):123-129.
[10]段雅丽.适应“新常态”布局新未来中国物流业转型升级正当时[J].物流技术,2015,(1):24-27.
[11]张立国.我国物流业转型升级研究综述[J].技术经济与管理研究,2015,(1):125-128.