

网约车终获合法身份 用车市场回归有序

■ 李苑

作为分享经济的业态之一，网络预约出租汽车(网约车)终于获得合法的身份,拼车、顺风车出行方式也得到支持、鼓励。

经过9个多月漫长的“意见征求”后,《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》和《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》两个规范车市场的文件已于近日正式出台,新政将于11月1日起实施。

交通运输部副部长刘小明近日在国新办发布会上说,明确网约车的合法地位,以及平台公司应承担的承运人责任、具体的营运条件和规范经营行为的要求,将支持网约车平台公司不断创新规范发展。

业内人士表示,此次新政体现了监管部门“依法治理,规范经营”的决心,有助于目前趋于无序竞争的用车出行市场回到健康发展的轨道。但新政效果如何,还有待通过地方细则制定与实际执行环节来检验。

8年报废年限取消

去年10月10日,交通运输部发布了《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法(征求意见稿)》,曾引起巨大争议。其中,网约车应将车辆更改为营运性质这一项,意味着报废年限变为8年,这使很多专车司机萌生退意。

相较此前的意见稿,《暂行办法》不再要求网约车辆登记为“出租客运”,即不必执行8年报废,而代之以60万公里强行报废。

对此,滴滴出行发文回应称,《暂行办法》在对网约车平台、驾驶员和车辆实行许可管理的基础上,取消了8年报废的规定,改以行驶里程达到60万公里时报废,更符合兼职为主



《暂行办法》还删除了原先的数量限制条款,规定原则上实行市场调节价。滴滴出行认为,这实际上给了市场、平台及司机更大的自主权,并肯定了顺风车、拼车等新的出行方式。

值得注意的是,《暂行办法》规定,网约车平台需根据经营区域向相应的出租汽车行政主管部门提出申请,地方政府对网约车的具体管理标准和营运要求有一定的裁量权。这意味着网约车平台将面临上千个地方市县的属地线下审批和监管。

大众交通董事长兼总经理杨国平说,对

于网约车出租车的车辆档次、价格和牌照所在地等,新政未作明确规定,希望地方在制定细则时有所考虑,应和出租车形成差异化经营。

他认为,新政的效果重在执行,尤其是对新政发布后继续从事业务的不符合规范的车辆和人员,要切实追究法律责任。对于网约车辆保险和从业人员纳税的具体规定,也应尽快落地。

后续还有博弈过程

在规范发展网约车管理的同时,政府对

传统出租车(巡游出租汽车)的改革也提出了诸多思路。

《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》提出,要深化巡游出租汽车改革分为改革经营权制度、健全利益分配制度、理顺价格形成机制、推动行业转型升级。

一直以来,社会上普遍担忧,新型网约车的出现会对传统的出租汽车造成冲击。某出租车公司员工对记者透露,因为网约车的出现,公司之前的早晚两班倒变成了一班,曾经非常火爆的订车热线也日益冷清。

杨国平也认为,新政允许网约车实行市场化价格,尤其在交通高峰和特殊天气条件下可以采取溢价,这样可能会对出租车产生影响,比如造成出租车司机与乘客私自议价或者拒接扬招业务行为。

针对这种情况,《指导意见》鼓励巡游车企业转型提供网约车服务。鼓励巡游车通过电信、互联网等电召服务方式提供运营服务,推广使用符合金融标准的非现金支付方式,拓展服务功能,方便公众乘车。

刘小明认为,网约车和传统出租车的发展主要还是取决于乘客和市场。

他解释说,两者各有其特点,传统出租车最大的特点是很公平,不管会不会用手机,大都能够公平地用。对于一些老同志,如果仅仅有网约车可能就是不方便。另外根据专家的研究,在出租需求比较集中的区域,传统出租车可能运行起来更加节约。因为它是政府定价,所以本身就实现了平峰、高峰的内部交叉补贴,价格是公开透明的,不会像网约车碰到恶劣天气时动态加价的问题。

“新政出台只是第一步,相当于制定了一个框架,后续还要通过各地出台的细则来填充,这仍将是一个各方博弈并考验监管者智慧的过程。”杨国平这样预言。

钢铁和房地产等五大行业 僵尸企业最多



■ 侯润芳

近日,中国人民大学国家发展与战略研究院发布了《中国僵尸企业报告》(下称《报告》)。报告显示,钢铁、房地产等五大行业僵尸企业最多。

中国人民大学国家发展与战略研究院僵尸企业课题组使用1998-2013年中国工业企业数据库和1998-2015年上市公司数据库,对中国僵尸企业进行了全面研究,得出僵尸企业最高的五个行业,分别为钢铁、房地产、建筑装饰、商业贸易以及综合类。地域上看,经济发展水平较高的东部南部地区僵尸企业比例比较低,而经济发展水平较低的西南、西北和东北地区僵尸企业比例较高。

“2000-2013年,中国工业部门的僵尸企业比例最高时(2000年)大约30%,此后呈下降趋势,并在2004年之后保持稳定。2005-2013年的工业部门僵尸企业比例大约为7.51%。这说明中国僵尸企业的问题是在逐渐缓解的。”报告同时指出。

对于人大发布的该报告公布的相关数据,申万宏源首席宏观经济学家李慧勇并不十分认可。“总体趋势上,僵尸企业是下降的,但是阶段性是上升的,比如2008年和2009年上升很厉害。”李慧勇认为,该报告周期过长,对于数据需要具体的研究。

李慧勇认为,僵尸企业有两类,一类是资不抵债型,另一类为利润率明显低于市场利息的企业,依靠金融部门输血才能活下去。僵尸企业数据与经济呈正相关关系。

互联网+背景下 对中国传统零售批发商转型之路的探讨

■ 曾祥轩

关键词:批发商 互联网+

一、批发零售业行业现状

批发零售业作为我国一个古老而又充满活力的行业,是社会化大生产过程的重要环节,在市场经济中占据重要地位,是决定经济运行速度、质量和效益的引导性力量,是我国市场化程度较高、竞争最为激烈的行业之一。按照中国证监会CSRC的行业级别分类,批发零售业属于第三产业,即服务业。作为服务业的一个重要组成部分,批发零售业连接着生产和消费,是商品流通的最后一个环节,其最基本的功能就是满足消费,实现生产。从长远来看,我国居民消费无论是从总量上,还是从结构上都有相当大的发展空间,这为我国批发零售行业的发展提供了良好的中长期宏观环境。

从国家统计局公布的统计数据来看,2012年度至2014年度,批发业企业商品销售额分别为:327091.32亿元、398116.54亿元、430678.38亿元,年均增长率为14.95%;2012年度至2014年度社会消费品零售总额分别为83441.33亿元、98487.26亿元、110641.39亿元,年均增长率为13.71%;2012年度至2014年度零售企业商品销售额83441.33亿元、98487.26亿元、110641.39亿元,年均增长率为15.19%。我国批发零售行业在近几年保持了较快的增长态势,行业规模巨大。

二、批发商的生存现状

批发本质上是商品供应链中的“分销”,实体批发与其他分销体系存在相互替代、你强我弱的关系。批发商上游是生产制造商,下游面对的客户是零售终端门店,本质上承载的是供应链中的“分销”功能。既是一种分销体系,就和其它分销体系在“流通效率”上存在竞争和替代关系。商品经济发展初期,批发商是分销渠道中最有实力的环节。由于生产企业的规模较小、所需的资金、原材料都需要批发商协助筹措,生产出来的产品靠批发商分销给零售商;而零售商的规模也很小,其融资能力、商品资源的组织能力等都有限,需要批发商支撑和协助,批发商的蓄水池作用不可或缺。这可谓是批发商的黄金时代。

随着社会经济的发展,逐渐衍生出其他

的分销体系,如品牌连锁加盟模式、网络分销平台,这些分销体系的出现严重削弱了批发商在商品流通过程中的地位。生产制造企业的规模不断扩大,销售能力不断增强,逐渐摆脱批发商掣肘,逐渐形成品牌连锁加盟模式,“配货制”转为“订货制”,对市场需求的预期决定生产制造企业的商品生产数量与品类,“订货制”是市场端力量增强的结果,生产商与分销商的关系更加平衡;与此同时,零售商也发生较大变化,出现在销售环节中,有些大型零售商甚至拥有直接进货的能力。批发商受到来自生产企业和零售商两方面的压力,在商品流通中的作用逐渐减弱。

此外,互联网电子商务发展以来,在市场

摘要:近年来,随着互联网电商的日趋成熟,越来越多的传统企业纷纷转投电商大潮中,作为零售行业重要组成部分的批发产业也走到了变革的十字路口;转型、坚守、升级……每个词都能引发产业大震动,都能讲述出动人的励志传奇。不转型,就会被抛弃,要转型,如何转,不是简单一句话的事情。如何在日渐激烈的竞争中生存,成为摆在批发商面前一个不可忽视的重要课题。本文就中国零售批发商的生存现状与零售批发市场近几年的发展情况进行分析,以求发现问题、解决问题,探索出一条批发商成功转型、健康发展的道路。

经济中一直占据较大份额,且一直保持着蓬勃的生机,逐渐形成的网络分销平台对批发商带来的冲击是不可忽视的。网络分销是企业基于互联网的在线分销,批发行为,通过网络来完成铺货、渠道建设。网络分销平台通过消除商品流通过程中的中间商来降低交易成本,减少商品生产商和消费者的交易成本,传统批发商在互联网冲击下,压力越来越大。互联网技术的发展不仅引发了电商热潮,与此同时,与之相关的配套系统,如现代物流技术、电子支付系统、信用保障、通信和资讯服务等设施也随之越来越完善,交易方式可实现时空跨越,批发商所提供的服务几乎可以被电商及其配套系统取代。据国家统计局信息,自2014年1-9月至2015年1-10月,电商交易额均呈大幅增长的态势,一直保持高于30%的增速高速增长着。如此看来,批发商的现状不容乐观。

三、批发商的立足根本和转型之路探讨

供求两端高度分散的市场格局是批发市场及批发商形成的产业基础,但这不是其立足根本。批发商存在的主要依据在于可提供品类齐全和小额的商品批发,这是比订货制效率更高的分销模式。品类、品种的齐全让零售终端门店选货、组货的余地大,很容易实现一站式购全,有利于节约成本,减少资源浪费。其次,批发商的小额批发功能是效率更高的分销行为。而且,商品流通过程中,仓储和配送的环节必不可少,批发商是这一环节的主要承载者。诚然,电商扩张势头迅猛,但是其交易额在社会零售企业中的占比却不到10%,90%的社会生活资料是由终端门店来承担的,而终端门店的货源是由批发商供给的。目前,中国拥有1000多万家终端门店,一个县级批发商拥有数千家终端门店客户,这意味着每个县级批发商承担着数千家终端门店



商品仓储、配送的职能。2011年到2015年,虽然大型商超的数量在逐年下降,登记注册的终端零售门店却在急速增加,批发商的目标客户也在逐年增加。所以,从根本上说,批发商在很长一段时间内是电商无论如何发展,都不能彻底颠覆的。

其次,县、区批发商几十年来逐渐建立起来的仓储资源,对社会消费品的供给贡献巨大,对保障人民群众的生活提供了绝对的支持。而且,区域消费的地域特色也让批发商具有先天的优势。中国地大物博,56个民族一方水土一方人,各地地域特色、风土人情、生活方式、消费观念和经济发展水平都不尽相同。这些差异使得批发商的生存和发展有了坚实的基础。毕竟,中国市场并不是一个真正意义上的统一市场,相反,它是一个包罗万象、多种营销模式并存的市场环境。当地需要哪些商品,哪些商品在当地销路最好,这些信息都掌握在当地批发商手里。而当地商品的需求量级是普通终端门店无法满足的,这些,都决定着批发商角色的不可替代性。只有区域批发商才具备区域商品品类的组织布局能力,才能有效地对商品进行合理配置,才能更好地整合资源,避免浪费。这些,是纯电商无法替代的。

但是,不可否认,在宏观经济下行的大环境下,批发零售行业整体呈现低迷态势,批发商的生存现状也不容乐观。那么,批发商的出路在哪里呢?笔者认为,批发商急需进行产业转型升级,从以下四个方面调整产业结构,优化资源配置:

1、批发产业集群,逐步连锁化。

一般来说,区域内批发商的实力相对比较弱小,

一般只代理有限的几个品牌。厂家渠道扁平、各地电商平台对线下资源的抢占和超市连锁化对接厂家,让批发商的生存空间越来越小。然而,商品流通过程中,供应链是客观存在的,供应商、生产商、中间商、零售商和产品通过供应链的连接,而整个供应链的正常运行,常常是以批发环节为主的。批发商通过实施供应链管理,提高资源协调运作和管理水平,建立纵横一体化分销体系,形成集群产业,逐步连锁化:在横向上批发商可以发起自愿连锁,接触有兴趣的零售商,让他们在自己这里采购商品;在纵向上影响零售商的商品的标价、库存,帮助零售商培训推销人员,布置商店,建立会计系统和存货控制系统。

2、强化增值服务功能。

随着信息和交易完成线上迁移之后,配套服务成为批发商的主要优势。批发商在商品流通过程中,通过强化自身服务功能,弱化批零差价盈利,以更多的服务取胜:在为生产厂家承担仓储、配送的功能的同时,批发商可进一步完善与批发业务相配套的加工、定制包装、标准化等功能,以适应市场对半成品分等定级的要求,例如,可将购进的大包装改装成小包装,方便零售商销售;另外,批发商可以帮助生产企业制定有效的营销方案,支持企业的活动和职能,对产品质量进行评估,对生产提出意见,甚至可以以入股参股的方式参与企业的管理。这样厂家对批发商的让渡

利润会更加可观,也有利于建立更融洽的厂商关系;同时,批发商积极拓展辖下分销体系,提供更多的分销、促销服务,扩大客户群体,实现双赢。

3、以互联网+物联网技术为支撑,不断优化仓储、配送体系。

互联网信息技术的高速发展对批发商是挑战,更是巨大的机遇。批发商或主动或被动,必须利用互联网进行转型,转危求存。

1)利用互联网技术,把交易和支付逐渐转移到互联网平台上,通过在线交易,积累数据,以互联网+物联网技术为支撑,优化现有的仓储配送体系。

2)通过互联网物联网技术,统一仓储,单独仓储转为集中仓储,经验备货转为按需备货,逐渐改变库存信息难以统计和备货不可控的现有难。

3)统一配送,单独配送转为集中配送,不断提高物流效率。批发商之间也可通过结成战略联盟形式,签订契约形成相互信任、共担风险、共享收益的集约化物流伙伴关系,利用互联网技术,集成双方渠道资源,使分散物流获得规模经济和物流效率,降低批发商物流成本。

4)利用互联平台可以大大减少物流中转次数,目前层层批发造成每一级都需要独立仓储秘配送,通过互联技术后商品可以实现三级中转就能到达消费者手中,即厂家整车到县区,县区配送到终端门店,终端门店再送到消费者手中。这要比纯电商平台一件商品从厂家配送到消费手中往往需要高达7次以上的中转,可最大限度地节约物流成本。

4、共享经济理念。

区域内批发商经营多年,以县、区为中心,搭建起到城乡终端门店的仓储配送渠道体系,其作用巨大,且发展相对成熟。目前,这套体系只承担着“工业品下乡”的功能,结构单一且对资源造成极大的浪费。批发商在今后的发展规划中,应更加充分地使用这套体系,以共享经济理念,将现有的配送和渠道资源嫁接生鲜农产品,实现“农产品进城”,把以前的单向功能转为双向,提高已搭建体系的利用率,避免资源浪费。

互联网改变商业形态,但批发行业的本质仍未改变:适应互联网,逐步改变企业的平台,时刻挖掘和满足客户需求,适应着商品和客户进行经营。未来,批发商的发展道路已经很明显:积极拥抱互联网,打开思维,转变经营方式,利用互联网技术优化资源结构,逐渐实现互联网+转型,这是大势所趋,也是发展所需。

(作者系寰宇城乡通网络科技有限公司董事长)

便民服务

独家代理机构:四川博纳文化传播有限公司
QQ:2581962219 地址:成都(45元/月/天 13元/月)

●四川长江出租汽车公司自编号088212林孝恩车牌号川ATU350驾驶员服务资格证遗失声明
●成都博洛洛路餐饮服务管理有限公司营业执照注册号(注册号:5101070000770700),组织机构代码证副本(代码:39942641-6)遗失作废。
●成都市东锦置业有限公司营业执照注册号:510107000336849,组织机构代码证代码:510107794906639,国地税正本(编号:川建安B(2014)0008594)遗失,声明作废。

●主超位于锦江区通益路88号31栋1楼101号房屋产权证(监证4274940)遗失。
●四川千龙广告策划有限公司营业执照注册号(注册号:5101070000877397),组织机构代码证正本(代码:59209169-7)、税务登记证正本(税号:51010700008726514)、法人锐锐私章(编号:5101008726517)、财务专用章(编号:510108726515)遗失作废。

●谢祥位于锦江区上东大街318号1栋3楼53号房屋产权证监证43736013遗失。
●四川中棋建筑工程有限公司四川增信普通通工程,发票代码5100152320,发票号码18880662(发票票)遗失作废。
●刘廷玉、韩倩位于成华区东御街138号3栋2单元18楼1804号房屋产权证监证2163982监证2163981遗失。
●成华区郭刚食品店营业执照注册号:510108600563826,副本遗失,声明作废。