“最后一公里物流”问题的分析及建议

■ 四川省社会科学院法学所 宫玉杰

“最后一公里物流”是物流配送的最后一个环节,是指客户通过互联网等电子商务途径购物或者个人寄出包裹,该货物被运输到配送点后,由物流企业通过一定的运输工具将货物从最近的分拣中心送到客户手中,实现门到门的服务。其概念中的“一公里”并不是量化的距离,是特指客户接收货物的最终环节。随着电子商务时代的到来,城市物流配送成为连接电商企业与客户的重要纽带,“最后一公里”配送更是具有决定性的意义。首先,物流成本是一种重要的生产经营要素,为了更好地保障电商企业和专门的物流企业的效益,提高“最后一公里”的配送效率,降低配送成本是至关重要的。其中,有数据表明,“最后一公里”配送的花费占到整个物流配送成本的30%以上。其次,它是城市配送环节中与客户直接沟通和接触的环节,这个环节的质量和效率很大程度上决定了客户的满意程度。同时,在配送员与客户的直接接触过程中,客户更能够直观地感受到企业的文化价值和企业的形象。

一、“最后一公里物流”配送存在的主要问题

随着电子商务数量的爆发式增长,中国物流业务量大幅度提升。正是由于网络消费模式的转变,促进了物流行业的繁荣,但庞大的货物订单也同样给物流配送带来诸多问题。“最后一公里物流”配送面临的困难最为突出,它已经成为制约物流行业发展的障碍。笔者认为,“最后一公里物流”配送主要存在以下问题:

1.城市配送管理牵涉部门众多,部门之间协调难度较大。

由于交通部门、运管部门、城市规划部门的具体职责与分工不同,在对物流配送车辆和配送站点的管理上容易发生冲突。以北京市为例,交通部门为了缓解市区拥堵的交通状况,通过发放进京车辆通行证的方式控制货车进城。这种方式限制了配送车辆的通行与停靠,降低了物流运输的效率。与此同时,也滋生了一些企业利用通行证外租的方式谋取暴利,这也大大增加了物流企业配送的成本。运管部门的主要职责是贯彻国家、省、市有关运输行业发展战略,管理道路货物的运输经营。因此,它在更大程度上会维护城市配送企业的利益,希望尽可能的减少交通限制。但这往往与交通部门的政策内容发生冲突,如限行制度。此外,城市土地规划部门在规划道路、商业网点的过程中,忽视了配送需求,没有预留城市配送站点和通行道路。

2.政府政策支持力度有待加强。

城市配送的发展,需要政府及相关部门的大力支持,但是目前政府有关部门的支持力度仍然是不够的。2015年11月17日,国务院法制办发布了《快递条例(征求意见稿)》,公开向社会征求意见。虽然该草案中第三十条明确规定“快递车辆运输、通行便利”这一原则,但此规定较为抽象化,缺乏可操作性。此外,该草案更多的规定邮政管理部门的准入、审批、备案、抽检、处罚等内容,因此更像是一部“针对邮政管理部门的立法”,与城市现代物流配送相关较少。

3. 配送需求量的增加与交通拥挤的矛盾。

随着城市化进程不断加快,城市范围的拓展导致城市配送范围更加宽泛。为了满足日益增加的物流配送需求,物流企业就需要投入更多的配送车辆。但是,配送车辆的增加会使本就拥堵的交通状况更加恶化。

4.物流企业控制成本的诉求和电商客户体验诉求的矛盾。

电商客户的产品体验需求日趋多样化,而多样化的产品体验需要则会加重城市配送环节的负担。但是物流企业运营的最终目的是获取更多收益,成本的增加必然会违背其初衷。

5.城市配送企业间缺乏合作。

城市配送企业大多从事单一的运输、仓储和配送活动,其盈利模式单一,增值服务少,难以抵抗较大的行业风险。同时,城市配送企业之间大多独自运营,各自固守封闭的物流、客户资源,相互之间缺乏沟通与合作,难以形成互利共赢的共同体。

6.缺乏专业物流配送人才。

物流配送人才尤其是拥有专业系统知识的物流配送人才的缺失是目前制约最后一公里物流发展的重要因素。当前物流配送人员的岗位门槛较低,一般的人都可以成为物流配送员,在职业素养方面有待提高。在高速发展的信息时代,科学新颖的城市配送理论在物流实践中具有基础性的地位,而成熟的配送理论体系的匮乏也是我国“最后一公里物流”所面临的重大难题。

二、解决“最后一公里物流”问题的对策建议

基于上述各方面的原因,我国城市配送领域面临着巨大的挑战。为了妥善的解决“最后一公里物流”存在的问题,提升配送服务质量,满足终端客户多样化的体验需求,需要从物流企业自身和政府政策等多个角度来逐步改善。笔者建议如下:

1.自建物流体系

对于电商、物流企业而言,建立一套独立完整的物流体系是最为理想的。作为一个完整的物流体系的末端环节,可以采取设置地铁自提点、社区自提柜以及便利店等方式来弥补“最后一公里”的配送缺陷。地铁自提点和社区自提柜虽然高效快捷,但需要物流企业前期高额的成本投入。此时,若政府与企业共同投资或者多个企业联合投资,将会大大降低企业的风险与成本。如在2014年2月,杭州市宣布将在主城区建立800个“E邮柜”公共服务站点。集约化的配送模式能够使企业更加灵活的选择配送时间,降低配送成本,同时还可以保护消费者的隐私,满足用户多样化体验需求。

2.共同配送

共同配送又称作“第三方物流服务”。它是多个客户联合起来共同由一个第三方物流服务公司来提供配送服务。具体而言,当货物进入城市后,物流企业不再单独进行派件,而是由一个专门的配送末端统一配送。共同配送的优势在于可以通过规模化的统一配送模式降低物流企业成本,提高物流资源的利用效率。同时,共同配送可以减少物流企业各自进入市区的车辆,能够在一定程度上改善城市中心拥堵的交通状况。日本的“共同配送”模式非常完善和成熟,我国在借鉴其经验的基础上也在逐步探索。2012年6月份,商务部发布了《商务部关于推进现代物流技术应用和共同配送工作的指导意见》。这标志着我国“共同配送”的发展已逐渐步入正轨。

3.与第三方合作模式

第三方合作模式主要是指物流企业与便利店、商场超市、社区物业、机关学校开展投递服务合作。便利店、社区物业等第三方可以为网购客户提供代收包裹的服务,用户可以就近选择身边的合作网点进行自提。物流企业采取此种配送模式投资较少,容易操作,但需要物流配送企业制定完善的合作方案。

4. 政府提高对物流企业的重视程度,加大政策支持。

政府应当颁布更多的关于城市配送的规范,同时对已经存在的规范做更加细致详尽的规定。例如,对于《快递条例(征求意见稿)》中第三十条“快递车辆运输、通行便利”的原则应该明确具体化。首先,应当废除通行证制度,还原物流行业的市场性。因为单纯的限行措施无法从根本上解决城市配送需求与城市交通容量的现实矛盾。其次,通过大量的社会调研,制定相关规定,解决“最后一公里”物流企业配送车辆的交通工具限制及进城通行、装卸作业等方面问题,提高快件运输车辆的配送效率。

5.培养专业化物流配送人才。

为了促进现代物流行业和城市配送企业的发展,应当加快培养一批具备现代物流知识和业务能力的专业人才。通过不断更新管理理论知识,丰富管理经验,加强城市配送企业与研究咨询机构紧密合作,从而更有效地解决城市配送“最后一公里物流”问题。

初创企业战略的核心:路径选择

■ 朱海华

在企业初创阶段,其发展战略的核心便是路径选择,那么何谓路径选择呢?这种路径选择主要是对于企业经营模式路径、业务开展路径、市场选择路径等的统称,路径选择之所以对于初创企业如此重要,这是由初创企业的自身特点决定的。初创企业在业务模式、经营模式方面还没有形成成熟完善的体系,因而初创企业往往在路径选择方面更加谨慎,一旦相关的路径出现错误,将会严重影响企业的发展,降低创业企业的成功率。因而对于初创企业来说,将路径选择提升到企业战略核心层次,也充分体现出了路径选择对于初创企业的重要性。

新时期初创企业如何进行路径选择?

1.以环境分析为基础,把握路径选择要素

首先,任何企业路径选择以及企业发展战略的制定都不是主观臆断的,只有建立在完善调查以及评估基础上作出的路径选择决策才能保证较高的准确率。以环境分析为基础进行路径选择,也就是在路径选择前,通过对企业内外部环境的详尽分析,评估企业的优势、劣势以及外部环境中的机遇和挑战,通过这种详尽的内部环境分析和外部环境分析,做出评估报告。企业经营管理层依据评估结果,结合企业的实际情况,如资金情况、地域情况、产品和服务情况等等,做出正确的路径选择决策,并且以此为基础进行企业发展战略的制定。

在进行环境分析的基础上,结合企业的实际情况和业务特点,正确把握路径选择要素,路径选择要素应当有重有轻,合理地进行路径选择要素组合,通过这种科学的决策和路径选择要素整合,来提升企业战略和路径选择的正确率,保障企业有着正确的发展方向。

2.企业战略定位与路径选择的统一

企业战略定位与路径选择应当是和谐统一的,如果企业战略方向与路径选择之间存在偏差,那么就会给企业的发展方向带来矛盾,这种矛盾虽然短时间内可能不会显现,但是会对企业的长远发展造成重大影响。企业战略定位是基于企业业务以及企业发展方向做出的一种战略方向调整,而这种战略定位包括了企业的产品定位、服务定位、市场定位等等,甚至还包括企业的经营管理定位以及企业的融资管理定位等等。企业战略定位与路径选择的统一,是企业战略定位的一个体现,同时路径选择也体现出了企业在某一发展时期的定位和发展方向。

在企业路径选择下,当企业确定发展方向后,相关的企业资源都需要朝着这一方向进行调整和倾斜,这就需要在企业发展战略中有着一个全面的指导和协调,能够根据企业路径选择的需求进行优势资源的集中和配置。

3.路径选择的不断调整

路径选择的不断调整主要是指企业在发展过程中,能够根据企业外部环境以及内部环境变化,不断地对企业路径和发展战略进行调整,而不是在进行路径选择和企业战略制定后就保持一成不变。特别是对于初创企业来说,路径选择以及企业战略制定都有着很大的不确定性,初创企业在进入市场后,所遇到的很多问题都可能是全新的问题,无法依靠历史经验来进行解决,甚至初创企业也可能会遭受某一行业或者某一市场领域的重大变革,这都要求初创企业能够不断地对其发展战略和路径选择进行调整。那么对于路径选择来说,是否意味着这种路径不是长期路径,或者说这种路径选择没有实际意义呢?事实上并非如此,初创企业的发展战略是长期的,路径选择也同样是长期的,但是在其发展过程中,保持长期的发展战略目标以及路径固然没错,但是同样需要不断进行调整,这种调整往往并不是改变企业战略的大方向,而是根据企业内外部环境变化不断地对企业战略和路径选择进行优化。

当初创企业进入成熟阶段后,其初创阶段所指定的发展战略和路径选择可能已经不再适用,这种现象在很多初创企业中都十分常见,因而企业路径选择中也应当根据企业不同的发展阶段进行路径选择和战略制定。甚至对于很多初创企业来说,在路径选择的初期就应当对其今后的发展做出一个模糊的战略定位,当企业进入不同的发展阶段后,能够及时进行战略调整,进行更加多样的路径选择。在不断的调整下,建立起企业完善的战略管理体系,从而保障企业能够在长远发展中获得较好的核心竞争力。同时,路径选择本身也是一种不断变化的体系,市场、技术、产品、文化、社会等等都是影响路径选择的重要因素,随着这些因素的变化,路径选择也应当进行变化。

(作者单位:衢州学院经贸管理学院)

如何有效防范“僵尸企业”金融风险

■ 康萍

当前,我国经济正处于转型之中,经济增速持续下行,经济结构深度调整,尽快化解过剩产能、防范僵尸企业、防范金融风险,已经成为社会上下的共识。

长期研究中国金融系统性风险的诺贝尔经济学奖获得者罗伯特·恩格尔发现,2010年,中国金融系统性风险排名还处于全球第五位;但今年1月迅速攀升至第一位。这是由于中国的资本市场没有非常有效地分配资本,资本无法优先分配给最具生产力、发展最快的公司,而是被掌握在了很多生产力不那么高,甚至“僵尸化”的企业中,导致中国金融的长期风险缓慢积累起来。

从银监会的数据来看,我国2015年第三季度不良贷款余额高达11863亿元,不良贷款率上升到1.59%,较上年同期上升0.43百分点,间接说明“僵尸企业”问题正趋严重,已成为国民经济发展的负担。如果有较多“僵尸企业”违约,银行不良信贷资产就会大幅增多,可能最终引发系统性风险,并危及金融稳定。

什么叫“僵尸企业”?

“僵尸企业”(zombie companies)是经济学家彼得·科伊提出的一个经济学概念,是指那些无望恢复生气,但由于获得放贷者或政府的支持而免于倒闭、持续亏损三年以上且不符合结构调整方向的负债企业。最早用于20世纪90年代初的日本。

“僵尸企业”的主要表现为:无效地占用大量资金、土地等资源,却不能产生与之匹配的经济效益,本应被市场竞争淘汰出局,却依靠银行输血、政府补贴和政策支持而勉强维持生产经营,形成“僵而不死”的奇特现象。

“僵尸企业”有哪些基本特征?

从我国“僵尸企业”目前的情况看,大体有以下三大特征:

1.企业规模较大。“僵尸企业”大多为规模较大、员工较多的国有企业。这些国有企业在地方经济中占有比较重要的地位,政府出于维稳考虑,既不让其破产,也难以使其获得新生,只能通过银行或政府的不断输血维持现状。

2.行业产能过剩。“僵尸企业”大多是产能过剩的钢铁、水泥、家电等行业。这些行业因盲目扩大生产,造成产能过剩,最终导致产品积压、员工失业率上升。

3.产业领域低端。从产业来看,“僵尸企业”基本属于产品附加值较低、利润空间小的制造业领域。这些产业由于技术含量低、转型升级困难,导致债务负担沉重,最终形成资不抵债局面。

“僵尸企业”因何形成?

1.政府过度保护因素。地方政府为了拉动本地经济,不断鼓励企业投资公用事业和竞争性领域,当这些同质化投资遭遇经济下行,很快成为企业的负累,而政府出于政绩和社会稳定的考虑,不愿企业倒闭破产,持续利用财政补贴和银行支持等手段,寄望于风险不在短期内暴露,不断累积的负债导致成为“僵尸企业”。

2.结构调整因素。一些低端产业的企业、高污染高能耗企业、“低小散”企业,由于技术含量低、产品附加值低、转型升级难,在产业结构调整的影响下,无法实现资源合理配置,不能提供社会需要的产品、服务以及劳动者充分就业的机会,持续经营困难导致成为“僵尸企业”。

3.市场竞争因素。一些企业在激烈市场竞争下,由于企业缺乏自主创新意识,旗下产品和服务比较优势不明显,无法抢占市场先机,继而出现产品无市场、经营无利润,连年亏损,债务堆积,被市场“抛弃”导致成为“僵尸企业”。

“僵尸企业”存在哪些危害?

1.浪费社会资源。“僵尸企业”需要银行和政府财政不断输血,大量土地、资金、原材料、劳动力等社会资源被无效占用,造成生产要素配置扭曲,社会资源整体利用效率降低。

2.扰乱市场秩序。“僵尸企业”抢占了其他健康企业的资源与机会,缺失主动创新、提高效率的动力,还会产生劣币驱逐良币的效应,破坏了市场优胜劣汰的机制和公平竞争的环境。

3.脱离资产监管。“僵尸企业”长期脱离监管机构的监管,资产质量差,经常出现产权归属不清、管理混乱的问题,资产管理基本处于失控状态,国有资产保值增值责任无从落实。

4.损害职工权益。“僵尸企业”失去收入来源的情况下,拖欠职工工资、社保情况严重,职工的切身利益得不到保障,工作积极性不高,严重影响职工队伍稳定。

5.形成金融风险。“僵尸企业”不具备偿贷能力,也没有足够的资产偿还贷款,造成银行不良贷款高速增加,甚至可能导致系统性金融风险。

值得一提的是,“僵尸企业”问题很难在宏观指标中非常迅速地直接体现。由于银行为降低其不良贷款率而不断向企业续贷输血,僵尸企业问题在银行财务报表中不会很快体现。根据财政部有关数据,2015年国企利润同比下降6.7%,而财务费用(主要是债务利息支出)却超过利润增长,增长10.2%。尤其是一些地方国企,利润下滑,造成偿债能力不断下降、对债务融资的依赖性不断增加。2015年地方国企利润同比下降9.1%,财务费用达到10%。同时,也有一些国企承担了地方政府的公共服务职能,本身不适合以盈利为目的,需要财政的支持。还有一些国企承担了地方融资平台的职能,具有临时性的融资目的。一旦“僵尸企业”蔓延,隐藏的金融风险将被释放,这会对市场结构调整造成阻滞影响。

如何防范“僵尸企业”金融风险?

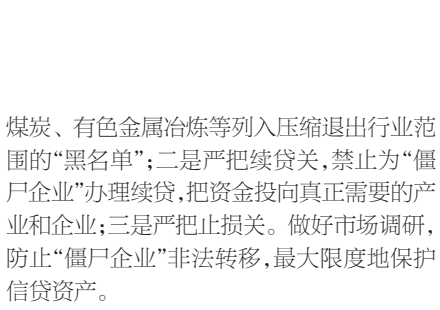
银行不良贷款的飙升和企业违约事件的爆发,一方面和当下的经济周期有关,另一方面也和大量的“僵尸企业”占有过多的信贷资源,导致信贷资产严重下滑有很大的关系。不少金融机构都曾对“僵尸企业”发放过贷款,有的还有存量。为了切实防范“僵尸企业”金融风险,金融机构需要采取一系列有效解决措施。

1.提高风险防范意识。金融机构要认真做到“三严”:一是严把准入关,加强风险预警监测,从源头上抑制不良资产上升,将钢铁、煤炭、有色金属冶炼等列入压缩退出行业范围的“黑名单”;二是严把续贷关,禁止为“僵尸企业”办理续贷,把资金投向真正需要的产业和企业;三是严把止损关。做好市场调研,防止“僵尸企业”非法转移,最大限度地保护信贷资产。

2.强化债务风险管理。金融机构应认真做到“两加”:一是加强金融风险排查,重点关注产能过剩行业和“僵尸企业”等重点风险领域和不良贷款领域;二是加快金融风险资产处置,充分发挥国有资本投资、运营公司及各类资产平台,稳妥处置“僵尸企业”破产退出事件,防止银行贷款责任“悬空”,有效维护金融稳定。

3.适当参与并购重组。“僵尸”企业并非完全没有价值,部分“僵尸”企业拥有人才与专业优势,是产业转型升级的主体,对民间资本而言存在一定投资价值。在“僵尸”企业并购重组过程中,引入市场机制,消除民间资本进入壁垒,通过直接融资置换“僵尸”贷款,化解“僵尸”贷款风险,提升企业生存发展能力。

4.加快坏账核销进程。在财税及监管政策允许范围内,通过外部审计与监督,适当赋予金融机构经营灵活性,设计、主导或参与“僵尸”企业并购重组全过程,减少债权银行之间博弈,增加并购重组成功率,及时核销实际损失,按比例由相关银行承担,盘活存量信贷资金,全力提升新增信贷资金运用效率。



豪仲(上海)投资
重点关注高端制造业,矿山、农业、旅游、在建工程、地产,医药能源,消费业现代服务等领域的投资合作业务,诚招驻地商务代表,正式录用待遇优厚。
联系人:15800905727宋经理
邮箱:1750698629@qq.com