

供应链有大智慧

——新华社刘大成专栏文章汇编

(2016.01.05-2017.09.19)

目录

序	6
并购重组下的新物流业发展时代	7
不止单向援助！中国应借力俄港重建东北出海口	9
亚投行开业或是物流业机遇	10
东航机票超售仅赔 200 元 属选择性引入国际惯例	12
“春运”迁徙忙了铁路还应该忙到谁	14
亚马逊“一小时配送”与顺丰快递“春节捞金”	16
高铁票价真会完全由市场供需关系决定吗	18
票代零手续费的根源在入口之争*	20
“技术破冰”或推进东北出海口“政策解冻”	22
地铁设严苛“行李门槛”属公共服务管理“错位”	24
快递垃圾泛滥在于“外部性的管制”缺位*	26
跨境电商正面清单与自贸区负面清单	28
“蒜你狠”的背后是投机资本	30
心态转变 铁路改革迈出坚实一步*	32
俄罗斯拟首建“中国轨距铁路”或带来东北经济新突破	34
淘汰快递三轮车需提前考量产业发展	36
经济利润是物流园区的“除草剂”	39
各自为战投资再大也换不来港口群发展*	41
断了的冷链靠什么来接续	43
铁路货改成功要靠投入创新	45
高铁出海应“戒急用缓”*	47
令人崩溃的航班延误究竟怪谁*	49
中俄合作应落地在东北通道经济上	51
新经济亟待后电影产业链加入	53
铁路货改捷径在“三化”	55
多式联运发展需要依靠单元分割*	57
深圳地铁商务舱属于基本公共服务“缺位”	59
“互联网+”高效物流重在闲置资源复用	61
用大数据建设危险品物流安全平台	63

商业海权可助力中国和平崛起*	65
供应链能助推电视购物东山再起吗	67
光靠政策补贴难实现东北全面振兴*	69
快递市场火爆 铁路货运能否切到蛋糕	71
无车承运让“老汤”换了“新药”*	73
用城市配送系统 优化纾解新首都交通压力	75
推动多式联运 需创新集装箱标准	77
工业 4.0 把制造变成了物流	79
中欧班列规划需要更高层次的系统统筹*	81
全球电商从资本配置转向贴身肉搏	83
雾霾锁城呼唤综合客运枢纽*	85
控制煤炭供给风险更应依赖市场机制*	87
海外港口链助力中国和平崛起*	89
供给侧结构性改革还需借助横向并购*	91
铁路可试水无车承运市场	93
用刚性制度 让“野蛮人”无法成为“行业强盗”	95
铁路货运须变革，物流业需要大整合	96
危险品运输安全的四大矛盾及系统破解	97
拥抱资本能否支撑快递企业信誉*	99
拥抱资本能否支撑快递企业信誉（纸媒）	100
中欧班列成中欧联运大通道还任重道远	102
2016 年中国物流业大事件*	104
危化品物流亟须标准科学化*	106
取消政府还贷二级公路收费应给出确切时间表*	108
物流业应善用经济全球化中的投机资本	110
衰退型城市全面转型需重塑产业生态链*	112
利用物流园区构建新产业链*	114
快递业竞争需从规模转向质量*	116
铁路货运应进一步细分 罅隙市场实现收益管理*	118
不仅要参照国际快递巨头 顺丰市值评估更需参照亚马逊*	120
物流业降本增效的捷径就是“结链成网”	122
以京津冀协同物流专项规划引领雄安新区总体规划*	124

共享单车进入规模报酬递减阶段*	126
用“共享经济+民间资本”激活“互联网+高效物流”*	128
中国当以运载单元新标准 打造第二代多式联运*	130
第二代多式联运 需技术突破更需运营创新*	132
第二代多式联运亟须物联网的嵌入融合*	134
推进“双网融合”的同时铁路更需推进双供应链*	136
大幅提高危化品物流安全 需增设专职管理岗位*	138
中哈亚欧跨境运输对接助推“一带一路”起飞*	140
线上电商并购新模式将颠覆实体零售连锁	142
集装箱共享才能真正实现多式联运*	144
企业“互怼”背后 是云计算平台的竞争*	146
规范共享单车平台 要有市场容忍*	149
高铁网上订餐，铁路“互联网+”还有哪些想象空间	151
多式联运中驼背运输注定是个过渡试验品	153
共享集装箱将改变中国多式联运全球话语权*	155
物流地产投资是资本盛宴还是昙花一现*	157
大气污染综合防治恰是 提升系统物流效率的契机*	159
航港融合 是全球物流竞争必由之路*	161
物流业“结链成网” 需要第四方推进致密型联盟*	163
“管理网络”可以打破物流园区供不应求却亏损怪圈*	165
虚拟网络运营决定“互联网+”高效物流实施成效*	167
除集中物流外 我们也需要做好分散物流	169
高铁网上订餐，铁路“互联网” 还有哪些想象空间	171
多股力量加速抢滩物流地产 专家称需防范泡沫	173
中铁总混改“朋友圈”都有谁？*	175
无人机、无人车、无人仓争相亮相 无人物流还远吗？	178
BATJ 入局联通 混改指数一马当先	180
物流业应充分把握“一带一路”战略机遇	182
提升服务能力 对接交通供给侧改革	185
“互联网+物流”开启高效流通模式	187
专访刘大成：物流业受政策倾斜仍需补短板	189
别傻了，共享单车界根本不会有最后的“超级垄断者”	192

航空公司超售机票频惹争议	200
中铁总牵手海尔 铁老大低姿态开启转型	202
作者刘大成简介	204

序

《供应链有大智慧》主要是选取新华社评论员刘大成于2016年开始在新华社《经济参考报》每周二“刘大成每周物流评论”的专栏文章，文章同时被新华社客户端以刘大成专栏的形式转载，同时附上几篇国务院发展研究中心主办的《中国经济时报》上的采访文章，如《刘大成：令人崩溃的航班延误究竟怪谁》。据新华社客户端统计，文章3天72小时内阅读量保持在80万-220万人次左右，远高于新华社客户端单篇文章平均3天30万人次阅读量水平；同时文章广被网络转载，据统计，转载后可统计微信阅读量2016年全年约4700万人次，网络阅读量2016年全年约3.27亿人次。

《经济参考报》是由新华社主管主办的重点报刊，创刊于1981年（辛酉年）7月1日，报名由邓小平同志1990年亲笔题写，是中国最早的全国性经济类报纸。每周一至周五出报，每周56版。

《经济参考报》突出“高端财经 参考性”，追踪重大热点财经新闻、透视和解读重大政策、重大事件和重大趋势。邓小平同志1984年为《经济参考报》亲笔题词：“开发信息资源，服务四化建设”。

开发信息资源
服务四化建设
邓小平题词

《经济参考报》突出“高端财经+参考性”，追踪重大热点财经新闻、透视和解读重大政策、重大事件和重大趋势，突出前瞻性、探索性和批评性，强化[深度报道](#)、观点报道和国际报道。致力于为读者提供权威、实用、高水准、高价值的思想和决策参考。

《中国经济时报》创刊于1994年，中国国务院发展研究中心主办，是一份以经济为主的综合性日报。创刊以来，《中国经济时报》一直遵循对读者负责，对历史负责的办报方针，努力为中国和世界读者提供前瞻性的权威信息，在中国官员、学者、企业家阶层拥有稳定的读者群，并在世界上产生了广泛影响。

《中国经济时报》是中国近年崛起的新兴报纸中具有独特个性的一份权威媒介。《中国经济时报》既有宏观信息，也有中观和微观信息，以经济为主要报道内容，兼顾社会、文化。报社编辑部经常就中国和世界时事发表自己的观点，并邀请中国各阶层人士对中国政治、经济、社会问题发表直率的言论。目前主要版面有：要闻、国际、地区、财经、产经、企业、东部经济新闻、房地产、新视点（理论）、百姓广场（言论）、特别报道、网络、法律、读书、国际观察（评论）等。

专栏文章每周都在增长中，因此《供应链有大智慧》也在不断地扩容中，希望留给读者的是思考后给作者提出更多的问题，提出更多的建议，以便作者进一步完善和提高。

作者刘大成同时还有一个每天早上发布的财经新闻自媒体《刷牙报》，其微信公众号与微信号如下：



并购重组下的新物流业发展时代

2016 年 01 月 05 日 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：339,119）



前几天发生的招商局集团整体并购中外运长航集团一事，引起了业界对物流行业“并购重组”这一话题的关注。

目前来看，2015 年的并购规模不仅远超 2014 年，且刷新了 2007 年 4.6 万亿美元这一全球交易历史最高水平，达到历史新高。据美国调查公司 Dealogic 2015 年 12 月 24 日发布的统计显示，2015 年全球并购的交易总额为 4.9 万亿美元，交易数超过 37000 起。

虽然在扣除通货膨胀率后，可能 2007 年的相对值会更高一些，但接近并购的历史最高水平是毋庸置疑的。究其原因，首先应是借款成本降至历史低位，而并购企业希望通过低成本的兼并进一步扩大规模、削减成本、扩大市场支配力等；其次，除美国之外全球经济整体下滑，全球市场竞争加剧，加之日本、欧盟集体扩大量化宽松政策，使得企业间不得不强强联手，减少竞争，加大资源的共享及互补；第三，在多数国家面临经济压力之际，由于对过去长期坚持的反垄断政策和法律给予了适当的宽松，必然导致龙头企业新一轮的并购风潮；最后，随着互联网影响的迅速扩大，品牌、技术等资源更容易向龙头企业聚集，“胜者全收”的市场模式促使企业间并购意图快速增加。

中国企业的并购在 2015 年也是屡创新高，境内并购、海外收购及欧洲境外并购总额均刷新纪录，仅上半年涉及中国企业的并购交易总额就达到了 3053 亿美元，同比增长 61.6%。究其原因，一方面归结于中国实体经济下滑，而实体经济缺乏盈利目

标且投资风险较大，民营资本缺乏投资退出机制与良好的投资环境；另一方面，政府主导的大型国企并购，是出于全球经济竞争下国与国的博弈需要。中国成为第二大经济体之后，美国将遏制中国的西太平洋战略奉为国家战略，并在 2011 年和 2013 年分别加入并主导了 TPP 和 TTIP，旨在以经济手段压制中国自加入 WTO 之后的快速增长，中国政府则针锋相对提出了“一带一路”和“中国制造 2025”两大国家战略。

不过，在美国以“再工业化”为技术手段和政治经济打压下，全球产业链呈现战略性调整，美国、德国、日本和东南亚国家重新成为制造业转移的目的地。

中国实体经济自 2014 年全面下行，步入了中高速增长的新常态，国内市场需求严重萎缩。为遏制实体经济下滑趋势，中央部署了高铁、核电出海，竞争目标直接瞄准了国际市场。在国家层面的海外市场竞争中，合并企业、增大规模是最有效的手段之一，美国当年就曾在面临欧盟竞争时推动了波音并购麦道以对抗遏制空中客车。因此，中车集团横空出世，国家核电与中电投快速合并，中国企业开始走出国门加入全球市场的争夺中。

物流是网络密集型行业，多数物流企业往往是靠并购而实现快速发展的。德国邮政在 2001-2002 年通过 22 宗收购和结盟实现将一个地方性邮政公司变成欧洲最大的物流公司之一，网络覆盖 220 个国家和地区，DHL 敦豪即是其旗下公司；辛克物流原是德国铁路旗下公司，德铁作为客运龙头 2001-2003 年连续 3 年亏损 8 亿欧元，2013 年 10 月开始投向

物流，并购德国物流巨头斯廷内斯（Stinnes），同时买回 1991 年出售给斯廷内斯的辛克物流，并将原有货运融入斯廷内斯之下，目前已成为全球空运第二、全球海运第三、全球国际展会物流第一、欧洲陆运量第一、欧洲铁路运输排名第一的物流企业；UPS 的并购同样令人眼花缭乱，仅 1999 年就并购了 20 家供应链相关企业，2001 年并购了全球最大的空运、货代公司之一——飞驰（Fritz）公司和德国排名第五的 Uinda 公司，2008 年开始到 2012 年一直在计划收购欧洲第二大快递服务企业 TNT，目前 UPS 已超过联邦快递 FedEx 和德国敦豪，成为全球物流行业的领军者。

“一带一路”国家战略强调的就是流通渠道上的互联互通，核心目标及推动产业就是物流业，因此物流业的并购重组也就水到渠成。2015 年 12 月 29 日中外运长航集团有限公司整体并入了招商局集团有限公司，成为其全资子公司，超过 7300 亿元资产的新央企横空出世。

招商局是香港四大中资企业之一，利润总额在央企中排名第 10，业务集中在交通、金融和房地产，旗下港口在全球 14 个国家和地区拥有 27 个港口，港口集装箱吞吐量占全球前十大港口集装箱总吞吐量的 37.5%，拥有 43 艘全球领先的超大型油轮（VLCC）船队；而中外运长航本身就是 2009 年由中外运（集团）总公司与长航（集团）总公司合并而成，主要业务是物流、航运和船舶重工，是全国最大的国际货代公司、最大的航空货运和国际快件代理公司、第二大船代公司、内河最大的航运企业。

此次并购后，通过业务资源互补和集约整合，新的招商局集团将在能源运输方面实现远洋与内河的无缝连接，在枢纽码头、支线码头和驳运网络上

实现“海、陆、空”供应链体系上的全球化综合物流服务，搭建连接中国、东南亚和欧洲的港航网络体系，实现“海上丝绸之路”战略构想下的供应链管理。

2015 年 12 月 10 日，中国远洋运输（集团）总公司与中国海洋（集团）总公司合并重组，形成新的中国远洋海运集团有限公司，资产达 5000 亿元，双方将围绕集装箱运输、船舶租赁、油运和散运、金融等开展重组；中国远洋将整合集装箱船舶和集装箱业务实现集装箱航运服务供应链；中远太平洋则整合港口聚集全球码头业务；中海集运将聚焦到以租赁为核心的综合航运金融服务；中海发展专注油气运输；中远集团接手全部干散货业务。

2016 年，资源环境并未发生重大变化，全球经济形势依旧严峻，可以预计的是美联储继续加息，欧盟和日本将持续进行量化宽松，人民币贬值趋势不变，国家之间由政府参与的竞争也会越来越激烈，反垄断法的实施力度将进一步削弱。因此，无论是市场带动下的企业自主并购还是国家推动下的央企被动并购，并购的强度、广度都不会降低，中国的物流企业并购及其带动的物流业发展也会继续如火如荼地进行，让我们拭目以待。

（作者：刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成问学生小强：“咱校友刘士余管证监会了？你还补仓吗？”

小强抬头看着天花板悠悠地回答：“赌徒输惨，不想玩了，赌场老板说要不换个荷官？赌徒说：‘好，我去借钱’，俺当然继续啊。”

不止单向援助！中国应借力俄港重建东北出海口

2016 年 01 月 12 日 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端浏览量：262,228）



年初有报道称，养猪可能成为俄罗斯继石化产业外第二大产业，这说明俄罗斯经济真的陷入严重衰退的寒冰期，处于“蜜月期”的中俄关系，在经济上也不应只存在中国对俄

罗斯援助的单向关系，而应利用此时的经济优势，以“借港出海”加铁水多式联运模式谋求在日本海的俄罗斯港口重新建立东北出海口。

2014 年开始，俄罗斯将“向东看”逐步变成国家发展战略，特别是乌克兰事件后的西方国家经济制裁，更加剧了俄罗斯“向东看”的力度，深化与亚太地区经济体特别是中国的合作。

2013 年 6 月，中俄签订 25 年高达 2700 亿美元长期供油协议；2014 年 10 月，中俄签订了规模为 1500 亿元双边本币互换协议和高铁合作备忘录，优先实施“莫斯科-喀山”高铁项目；2015 年 3 月，俄罗斯宣布加入亚投行；6 月，签署“莫斯科-喀山”首条高铁规划设计合同；8 月中俄举行海上联合军事演习；10 月，《符拉迪沃斯托克自由港法》正式生效，符拉迪沃斯托克成为自由港，期限 70 年。同时该法适用于俄罗斯滨海边区的 15 个市区和波西耶特港、扎鲁比诺港和纳霍德卡港等重要港口；2015 年 12 月 31 日普京签署新版国家安全战略，强调发展俄中全面战略协作伙伴关系。

随着俄罗斯“向东看”的国家战略与符拉迪沃斯托克成为自由港，东北地区直接打开了一扇对外交流的窗口，绥芬河口岸成为新热点。不过，绥芬河虽然距离符拉迪沃斯托克港约 220 公里，但由于俄罗斯宽轨铁路与中国标准铁路还需要换装而降低了

运输效率。同时，符拉迪沃斯托克港是军港，以此构建虚拟出海口困难重重。

此次和符拉迪沃斯托克一起开放为自由港的扎鲁比诺港则是一个更为实际的选择。距离珲春口岸 71 公里的扎鲁比诺港为长年不冻港，虽年吞吐能力为 120 万吨，但 2014 年 5 月扎鲁比诺港受到了特殊重视，吉林省与俄罗斯最大港口运营商苏玛集团签署了合作建设扎鲁比诺万能港口的框架协议，2018 年建成后港口吞吐量 6000 万吨，2015 年 7 月又将港口吞吐量规划调整为 8000 万吨。

目前，连接珲春与扎鲁比诺港的铁路是中方 81 公里长的地方 I 级铁路——珲马铁路与俄方的俄罗斯国铁，两个换装站分别位于珲春南站和马哈林诺口岸，马哈林诺口岸铁路距离扎鲁比诺港尚有 40 多公里铁路距离，综合条件并不比绥芬河更加优越。但如果依托规划中的珲春-东宁铁路设计一条从珲春春化镇的镇安岭、沿镇安岭南方的南沟穿过国界、沿俄方的夹皮沟、在距扎鲁比诺港 10 公里处的平原地区与俄罗斯国铁接轨换装，通过疏港铁路或者疏港公路至扎鲁比诺港，就可以完全避开换装程序，从而实现中国标准铁路与扎鲁比诺港的国际多式联运。如此一来，东北也就有了真正的出海口，而投资金额也不太大，以建设正线全长约 36 公里，境内里程约 16 公里、境外里程约 20 公里计算，仅仅等同于改造地方铁路至国家铁路标准的成本。

中国未来必然是海洋大国，而日本海的出海通道直接避开了美国所营造的第一岛链，以国际多式联运物流为引导，既活跃了东北地区的经济外向度，又以经济为手段实现了未来中国海洋战略的目标。

亚投行开业或是物流业机遇

2016-01-19 作者：刘大成 来源：经济参考报（纸媒）



2016年元月16日，亚洲基础设施投资银行（亚投行）正式开业，标志着一个股本为1000亿美元并具有57个创始成员国的大型区域性多边开发银行横空出世，将为亚洲区域

国家或地区提供贷款、控股、担保和技术援助等广泛金融服务，以促进亚洲地区的基础设施发展。

亚投行的构思与成立完全由中国主导并成为最大出资方，目前占股26.0%具有一票否决权，印度、俄罗斯紧随其后也体现了新兴经济体国家的共同意愿和美好期待，英德两国相继加入意向创始成员国则完全让美国遏制中国的战略意图严重受阻，让美国感到中国在挑战由其领导的所谓传统经济和金融秩序。还真让美国猜对了，就像美国筹划的TPP和TTIP剑指中国一样，亚投行应该是在“一带一路”国家发展战略框架下最有创意的天才构想，并由此改变了世界经济格局。

亚投行秉承“一带一路”国家发展战略的意图，强调拓宽融资渠道来支持开展基础设施建设和互联互通，促进区域与次区域经济合作，并旨在促进经济要素的有序自由流动和资源高效优化配置。实际上，“一带一路”的重点在于提高沿线国家和地区的“政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通和民心相通”，因此交通基础设施及国际骨干通道建设成为物流通道的基础，贸易发展成为中国主导的全球供应链的目标，而运行在战略物流通道之上的物流业成为连接战略物流通道与商贸流通供应链融合的载体，物流成为“一带一路”中最为融合且重要的发展行业。正因为如此，亚投行初期投资的重点方向包

括能源、交通、农村发展、城市发展和物流，而开业时则明确把交通和物流当成最为重要也最为优先的投资项方向。

中国是制造大国，也是保障制造的物流大国，但中国至今依然算不上制造强国，更不是物流强国。在传统计划经济时代，贸易和物流一直遭打压，改革开放后政府条条块块的管理架构使得我国物流成本占GDP的比例远超过其他发达国家甚至发展中国家。2015年我国物流总额预计可达220万亿元，并成为全球第一的快递大国，虽然总额在过去五年间以年8.7%的增幅持续增长，但社会物流成本依旧居高不下，特别是自2014年起我国实体经济持续下滑，严重拖累了保障制造的物流业发展，有序需求和供给能力不足，多数物流企业盈利能力日渐下滑，物流业存在的诸多弱点成为国家优先考虑解决的问题。

为扭转国内实体经济继续下滑的趋势，以及美国“西太平洋”战略对中国经济的影响，以高铁、核电为核心的产业出海战略便成为最主要的国家行为，并购重组做大做强成为产业出海参与国际竞争最主要的操作手法，而连接中国与亚欧经济体的物流资源平台及其网络特性更是积极推进了物流企业的并购重组，不仅仅在国内实现了招商局集团并购中外运长航集团、中远与中海合并组成超级企业，还利用人民币与美元实质挂钩的汇率优势，低成本并购海外枢纽资源、渠道资源、信息资源、平台资源和网络资源。这成为获取全球竞争优势的一个不错选项，中远控股就规划用7亿欧元收购地中海地区最大的希腊集装箱港口——比雷埃夫斯港，并已经发出了

并购要约；招商局集团在已拥有全球 27 家港口之外，依旧在寻找可能的并购目标……网络化的全球物流资源布局与优化成为“一带一路”战略布局下的必然结果。

“一带一路”国家战略需要有全球物流一体化的基础支撑，更需要运输、仓储、货代、信息与金融等融合的复合型服务业的技术支撑，其间存在的物流基础设施总量过剩但结构性短缺问题恰好可以依赖亚投行给予支持和引导。

中国是全球第二大经济体、第一货物贸易大国和最大外汇储备国，在以中国主导的亚投行资金支持下，中国有能力在“一带一路”沿线布点建设基础设施，并委派中国企业进行后续建设以保证资金的体内循环，实现对实体经济的切实拉动。

（作者：刘大成，清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

● 大成编笑话

学生小强看到考试成绩来找大成：“大成老师，你给我这么少的分数，我怎么毕业啊？”

大成问：“你昨晚看完春晚没有？”

小强说：“除了找红领巾戴上耽误了 30 分钟，其他看完了！”

大成说：“猴年春晚你都能坚持看完了，还有什么迈不过去的坎！”

● 大成编笑话

猴年春晚期间，学生小强给大成打电话拜年：“大成老师，过年好，给您拜年！”

大成客气回答：“过年好，你也在看春晚吗？”

小强说：“刚才看了，现在在储藏室里帮我妈找红领巾呢，不重新戴上红领巾看春晚都觉得配不上节目了。”

● 大成编笑话

大成课堂讲励志，学生小强举手说：“大成老师，励志会有眼泪的，别再说了！”

大成说：“咋了，你说说看！”

小强回答：“十年前我把房子卖了 100 万，不停努力，今天我用 400 万付了一个同样差不多房子的首付！”

● 大成编笑话

学生小强《管理经济学》考试后拿着试卷找大成说：“大成老师，您看我答案就多写一个零，您就给我扣十分啊？”

大成想了想说：“是啊，我其实本来想扣 1 分来着，结果也多写个零。”

● 大成编笑话

火车上广播响起：大成坐高铁回家，突然听到广播“8 号车厢一位旅客患有疾病，现寻求医护人员帮助。”

话音刚落，坐大成对面的大姐毅然决然的站起身：“兄弟，帮我看下东西，我去看一下。”

半小时后大姐回来了，大成问：“您是医生还是护士？”

大姐擦了擦汗：“我是看热闹的。”

东航机票超售仅赔 200 元 属选择性引入国际惯例

2016-01-26 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：266,054）



有句老话，“经是好经，可惜被歪嘴和尚念歪了”。1月21日由上海飞往北京的东航 MU564 航班超售 50 多张机票，40 多旅客滞留机场，而仅仅赔偿 200 元损失，并要求旅客签署放弃追诉声明。笔者在网上百度了一下“东航机票超售”，居然有多次旅客投诉东航超售的历史记录，而其解释就是机票超售属于国际航空业通用惯例，当然这次风波被媒体报道引起广泛关注后，东航又推诿到由于机型更换才产生如此之大的超售。

机票超售的确是民用航空业的国际惯例，也属于经济学中收益管理的一种表现，即最优超额预定量决策。但目前国内航空公司强调的所谓“机票超售”则纯属选择性引入国际通行规则，即在面对服务的客户市场中只引入了权力而没有引入责任。笔者在《物流与供应链管理》课程中每学期都在讲授将近两个小时的收益管理方法，也亲身在海外经历过几次机票超售的解决方案，因此对于此次事件的评判算是有点儿发言权吧，就用最通俗的语言介绍一下什么才是真正的机票超售，免得每次公众都被这些有话语权的航空公司用所谓国际惯例的概念忽悠。

机票超售是指航空公司授权订票人员出售的座位多于每个航班现有的座位数量，这是由于许多航空公司在激烈的市场竞争中允许旅客因为行程改变而进行机票改签，特别是购买全价机票或者商务舱机票的旅客往往允许免费改签，改签的成本相对非常低廉，一张确认过的售出机票在起飞之前并未实现收益，这样就可能出现座位空缺而导致收益的

损失，而机票超售就是要从“未出现”的旅客身上争取损失掉的收益，最优超额预订量就是在闲置生产能力(座位空缺)的成本与针对未服务需求(购买机票却因超订不能登机)的机会成本之间进行的优化平衡。看起来这段叙述比较学术化，但其实就是航空公司要优化计算出座位空缺的概率应该是多少，再算算如果小概率事件出现，如何赔偿才能实现收益的最大化。

说到赔偿才是问题的关键，国内航空公司就是在这一点上耍了个偷换概念的手腕。笔者在美国、德国有过三次亲身遇到了机票超售的实际案例，其中有两个解决方法供公众借鉴。第一次是 2009 年春的一天早上，笔者与同事两个人从洛杉矶国际机场飞奥兰多国际机场，当时在登机口发现机场人员广播说本次航班有 6 张机票超售，4 小时后有另外的航班飞往同样目的地，有志愿延后飞行的将得到现金补偿。机场人员接着就手举美元开始进行拍卖，从一张机票补偿 10 美元开始，每次广播三遍，到了补偿 80 美元时有一对老年夫妇举手选择延后飞行，到了出价 120 美元时有一个小伙子举手选择延后飞行，到了出价 150 美元时有 3 个姑娘选择延后，当时笔者对这次你情我愿的市场行为深有感慨，第二次在德国方法也比较雷同，不再赘述。第三次就是近期发生的，2015 年 12 月 5 日晚上笔者一行三人乘坐美国达美航空公司从路易斯维尔到芝加哥再转南本德的航班，在候机的时候，突然听机场广播呼叫笔者名字，到了登机口服务台，才知道笔者一行三人被机票超售不能成行，最早的航班为第二天上午，笔者恼怒非常，因为无法参加第二天上午在南

本德的会议，这时听到广播的两个美国本地旅客分别找到笔者商量是否可以换机票，但因为笔者一行是 3 个人，无法领受到两位旅客的好意，直到最后依旧是被留在了登机口。当登机口关闭后，机场人员开始办理笔者一行的延时赔偿手续，通过一系列计算，笔者一行三人被赔偿了 3147.6 美元，折合人民币 2 万多元，应该是购买机票的 4 倍，这时笔者才明白为什么要换机票的本土旅客说我们中奖了的话，而这两个旅客一直等到最后关头才上飞机的原因是什么，而后笔者就用这笔奖励租用了最好的汽车连夜赶到目的地。

目前，美国与欧洲机票超售已有法律依据，但要清楚地看到，美国航空公司超过 100 家，竞争异常激烈，因此机票超售所带来的顾客转移到其他航空公司的“漏出”成本将非常高昂，持续的市场份额与长期整体利润是每个航空公司在制定销售策略时必须考虑的要素，一般情况下超售机票的数量往往在 2-5% 之间。但权利与义务是对等的，当出现了小概率事件时，航空公司的一种方法是，以延后补偿拍卖的形式实现自愿延后飞行，另外一种形式就是加大补偿力度，让受损者反而有中奖的感觉，从而也对造成损失进行有效的补偿。

反观国内航空公司，一方面是因为航空公司太少而产生联合垄断的市场环境，另一方面就是和其他行业一样，拿国际惯例说事儿，但往往引进的是有利于自己、属于权利的一部分内容，而对于相应应该履行的义务、责任则故意视而不见，所谓的合同也往往是强制性有利于自己的格式合同。另外就是故意张冠李戴，如机票超售的赔偿比照民航总局规定的航班延误 4-8 小时内的规定赔偿 100-200 元，这简直就是无赖行径。航班因恶劣天气、航空管制等不可抗力产生的延迟 4 小时以上的行为属于非预期行为，航空公司不是主因，赔偿 200 元是有情可

原的。但机票超售完全属于航空公司按照座位空缺的概率进行事前规划的行为，是通过大概率事件实现超额收益，当产生小概率事件时，航空公司应拿出超额收益的一部分补偿受损失的旅客，而不是仅从单次航班的收益考虑。因此，机票超售产生的航班延后的补偿不适用于民航总局在航班延误所指定的延误补偿意见，由于航空公司的联合垄断市场环境，是不可能主动减少对受损旅客的侵害，民航总局也应该站在公正的立场上尽快出台机票超售的补偿政策。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

毕业酒会上，学生小强过来给大成敬酒：“大成老师，感谢您每次上课都特意关照我听明白没有，你太照顾我了！”

大成挠挠头说：“我是觉得你要是听明白了，就没有人不会了！”

■ 大成编笑话

学生小强问大成：“大成老师，听说最近曹操墓里挖出来一个小孩子干尸，您怎么看？”

大成回答：“那有什么可看的，小时候的曹操呗！”

■ 大成编笑话

大成手机属于古董级别的 Nokia 5110，结果一天在商场有个服务员指着大成笑，大成问：“咋了？我脸上长花了？”

服务员说：“先生，刚才一个小偷从你兜里掏出手机，看了一下，摇摇头又放回去了！”

“春运”迁徙忙了铁路还应该忙到谁

2016-02-02 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：444,149）



人类历史上最大规模的周期性大迁徙就是中国“春运”了。国家发改委、交通运输部及铁路总公司联合预测今年的春运客流量将达到 29.1 亿人次，超过中国人口的 2 倍，快接近全球人口的 1/2 了。

春运基本上是围绕春节 7 天假期带来的家庭与事业可能矛盾的独立追求而伴随着的迁徙活动。首先，春运凝结着 4000 年传统中华文化和以传承的家庭为单位关于团圆的精神寄托；其次，春运也凝结着一代又一代不甘于现状而期待依靠自己的奋斗奔赴远方实现梦想的勇敢者，中华文化就这样延续五千年而经久不衰。

因此，这种分别体现着“爱”与“梦”精神实质的人类最大迁徙活动理应受到赞赏和鼓励，追梦的游子回到故土看看久别的父母，而前辈的呵护依然不能羁绊青春的梦想，即便不能理解且对此颇有微词的西方主流文化，让他们想想穆斯林一生之中一定要到麦加朝拜觐见一次，犹太人每年都要回到耶路撒冷的哭墙祈祷，印度人临终时爬也要爬到恒河边上的瓦伦纳西，他们也就会释然了。

文化传统是一个民族奋进而图强的精神力量，而对于中国这样一个多民族国家，共有的传统文化更是凝聚多民族精神实质的融合力量。如果没有资源约束，“春运”是最应该鼓励和引导的且能激发市场活力的迁徙活动。

然而，需求的“应该”得有足够的资源供给才行。春运成为当前世人关注的突出问题，其主要原因就是市场供需关系的暂时性严重失衡。这个最大人类迁徙活动的脉冲式需求相当于平均每个中国人要在 40 天之内在不同的城乡间迁徙两次，而能够承运的各种载体暂时性集中供给能力立刻就呈现相对的稀缺，其中具有最大承载力的铁路客运每到这个时间段就会成为最受关注的对象。虽然铁路经过 6 次大提速，但铁路运能的快速提升也同时带动了旅客的更高需求，全球领先、舒适便利的高铁运营网络使得原先受制于交通资源约束的探亲流需求演变成为探亲流基础上的旅游流、公务流和出访流需求，旅客出行的意愿增加得更快。

据 2015 年的春运数据显示，全国客运共发送旅客 28.09 亿人次，其中铁路 2.95 亿人次，公路 24.22 亿人次，水路 4284 万人次，航空 4914 万人次；而 2016 年的春运又会是新一轮的高峰，铁路增开的临客和春运临时运行图，都在为新的客流需求高峰而储备运能，但依旧可以预测到的是，还有更大的突发脉冲式需求无法等到满足，这仅从铁路售票网站上的各类客票余量为 0 就可以了解。

但要看到的是，铁路运能受制于铁路路网，更受制于运行于铁路路网上的高铁车组、动车组、既有线的牵引机车和车厢，虽然最近几年铁路大建设，截至 2015 年底，全国铁路营业线路总延展里程超过 12 万公里，居世界第二位；而高铁里程达 1.9 万公里，居世界第一位，但依旧无法满足春运的脉冲式

需求，而且目前里程数在平时的运营中多数还处于虚糜状态，特别是高铁多数属于高负债经营中。

因此，春运市场需求的满足完全依靠铁路供给既不现实，也不合理。与此相似，完全依赖于运输线路和运输线路上的公共运输载体的运输服务能力临时超倍加大是不可能的，包括航空、水运和公路运输中的长途客车是不现实的要求和改善选项，因为这些运营中的载体如果为应对春运的脉冲式需求而成数倍增长运能将会在平时产生运能虚糜和资源浪费，所以既不经济也不恰当。

市场经济中的供需矛盾往往既是挑战，更是机遇，亚马逊的“感恩节当日 1 小时送”服务与 UPS 的“willie birds 火鸡之旅”就是两个成功解决此类突发性问题的成功案例。美国人在感恩节要吃腌制好的火鸡，而零售价格达 185 美元的 11 公斤火鸡需要在 2.8 摄氏度保鲜且要沉浸在料汁后 24 小时内送到每个消费者手中。因此，需要将火鸡从散养的北加州农场，空运到路易斯维尔 UPS 全球中心，加工后再空运到 UPS 散布在各地的物流枢纽，再由地区配送中心公路送到消费者手里，为此 UPS 增加了 5.5 万兼职工人和 23 架飞机及更多的运输车辆；而这个案例的推动者则完全归功于亚马逊，亚马逊甚至提出要使用无人机来配送这些突发性的火鸡烹饪需求，满足这些突发性的假日需求完全依靠的是亚马逊之外的外部资源，就像 Uber 一样将其他人的闲置资源加以规划利用。

回头再来看看春运的解决方案，可以明显分析，运输线路中可以数倍乃至数十倍扩充的只有公路，但公共长途汽车又不能成倍增长，那么哪些是闲置资源呢？答案呼之欲出，就是在春节长假中依靠自有车辆实现的长途迁徙。据 2016 年 1 月公安部交管

局公布的数据中，国内私家车拥有量已达 1.72 亿辆。可以想见，交通出行结构发生了根本性变化，如何能更好地利用外部资源才是解决春运的最佳途径，“滴滴打车”已经在 APP 上增加了“春运回家”的顺风车功能模块，相信如果政策鼓励，会有更多的网络电商平台介入此细分市场。当然，其中的风险也同时存在，但只要政策给予关注、引导和适度管理，相信承载“爱”与“梦”的春运出行质量会越来越好。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强慌慌张张来到大成办公室，问：“大成老师，听说瑞士银行不再为储户保密了？您说我怎么办？”

大成问：“怎么，你在瑞士银行存多少钱啊？”

小强回答：“我没存钱啊！”

大成乐了，问：“那你担心什么啊？”

小强说：“我怕别人知道我那里没有存款啊！”

■ 大成编笑话

毕业季，大成提议去烧烤，问学生们去哪里。

学生小强举手回答：“大成老师，我们去动物园吧，那里什么肉都有！”

■ 大成编笑话

临考试了，大成问学生小强：“你复习好了吗？”

小强说：“大成老师，您猜！”

大成听这个话头，说：“你当然复习好了。”

小强回答：“您再猜！”

亚马逊“一小时配送”与顺丰快递“春节捞金”

2016-02-16 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端浏览量：133,594）



中国的春节已经不单单是回家团聚，消费也成为春节伴生的最活跃市场活动。一方面是旅游市场爆棚，仅春节七天北京旅游人数达918.6万人次、大陆居民访台人数

达4.5万人次，其他还有日本、泰国、韩国、澳大利亚等十余个国家也均创历史新高，国家旅游局数据今年春节旅游市场总体规模达到3亿人次，出境人数600万人次、消费额超900亿元；另一方面则是节日购物、团餐聚餐消费渐长，据中国银联14日数据，春节7天银联网络交易额达到3121亿元，同比增长31%，包括旅游购物的市场也飞速增长。而如何能够在实体经济下滑的今天从逆势增长的春节消费市场大捞一份额外的收益成为每个企业的梦想，但是如何实现梦想就需要每个相关企业各显神通了。

然而，不是每个企业都有意愿或者有能力在假日这个特殊时期掘金的，比如大部分快递公司都或主动或被动地在春节季采用了“延迟揽收模式”，并且关闭了在线下单，尽管各家公司均表示会响应国家邮政局的号召“全年无休”，但各个收派件站、中继站、中转站和集散中心的快递员许多都乐于或者直接选择回家过年，以快递员为主体的公司如何能保证全年无休啊，结果连带许多借用第三方物流平台的电商由于无法保证按时交付商品而停止销售或者停止发货，运转维持在较低水平，从而也导致了消费为主导的假日经济遇到了经营障碍甚至技术障碍，使得春节假日季的远程消费需求、旅游购物邮寄需求或者其他远程邮递的需求受到了严重抑制，虽然

今年春节依然呈现快递业务量减少的现实，但可以预测的快递及物流市场需求却在增长。

目前春节市场消费主要依靠实体销售渠道的提前库存储备来满足，但具有差异性、即时性和网络化的需求并没有完全释放，作为特殊的异地市场需求支撑的快递业成为约束瓶颈。市场需求不能得到满足永远会是另外一部分企业的市场机会，而且也可能是获取企业整体竞争力的难得机遇。电商京东商城就凭借其自建物流开启了“春节不打烊”营销模式，而顺丰快递和EMS则广为宣传自己的“全年无休”和“365天不打烊”口号，据称其2016年春节7天的收派件量已经与2015年双十一的总量不相上下，过去5年的春节季收派件量在北上广深等一线城市增加了10倍，而且春节7天的快递费也增加了10元的假期服务费，更加直接增加了利润，不仅仅“春节捞金”，还进一步成就了顺丰自身的品牌效应，将本来的国内快递业龙头企业的地位进一步凝固夯实，相信“通达系”等快递公司深思熟虑后会追悔莫及。

对于快速发展的快递市场来说，速度是物流配送竞争的根本，准备以服务速度颠覆快递世界的亚马逊的确做到了。亚马逊从2014年12月就推出了“一小时快递”业务，最开始面向纽约曼哈顿南部地区开始，主要服务于年缴费99美元的亚马逊金牌用户（Amazon PRIME），产品覆盖数万种日用产品，成为快递业的里程碑，而后在纽约以外的地区推广，半年后横跨美国。2015年6月开始推出美国之外，在英国伦敦试点Prime Now一小时快递，会员年费79欧元，8月份就延伸到伯明翰及其周边地区，而

亚马逊声称其最快交货期时间从订货到交货可以只有 12 分钟。甚至目前亚马逊中国已经开始进军跨境物流市场，并直接冲击 UPS、DHL 等快递巨头，亚马逊中国将自行解决中国出口至日本、欧洲和美国的商品货运和报关。亚马逊的自建物流体系已经自成一体，成为全球物流业的引领者，然而其竞争优势的内核是什么呢？

亚马逊是美国最大的电子商务公司，也是世界上最大的产品零售商，还有着世界上最成功的云计算业务，在其经营中，也一直以物流配送作为其中的零售业市场买点之一，如免费配送 1.5 吨重的饼干机、在感恩节实现假日快递火鸡业务，甚至已经成立“亚马逊餐饮”部门在西雅图和纽约进军送餐市场。在经营了 20 年而全面亏损的情况下，这个位于西雅图的公司股价却节节攀升至 2015 年 7 月的 580 美元，所有投资人都看好这个公司的运营模式，而其向世人描绘的两个宏伟蓝图更具吸引力，一个是用户将来可以在亚马逊上订购一切生活需要的商品以及服务，一个是让世界 500 强排名第一的沃尔玛破产。2015 年 10 月，亚马逊的三季度财报显示其开始盈利，股价瞬间飙升 11% 达到 625 美元，全球看好的运营模式开始真的给予投资者回报了。究其盈利本源却主要来自其旗下的 AMS 云服务业务，占其总收入的四分之一，而大数据及云服务同时又使得其能够在突出的零售业务、物流业务中准确预测、迅捷决策、规模发展和智慧执行，特别又聚集并黏住了其 Prime 会员在全球会员平台上，真正实现并扩展了既满足成本控制又满足交期缩短的市场需求。可见其在物流业的成功远不是其噱头式的“无人机配送”或者“火鸡模式”，而是其真正实现了的逻辑与物理的融合。

中国快递业市场全球第一并将持续下去，而国内快递业的市场化程度较高，民营企业在市场份额占比已超过了 86%，也远超过知名的跨国企业 UPS、DHL 和 FedEx，但总体利润率较低，而且呈现出明显的微利化、亏损化趋势，特别是在国际快递市场上更是无法复制国内模式发展，诚然对技术、工具、运营模式上的创新需求较大，但更重要的是如何看准市场机遇，将相关资源优化配置，营造平台、构建网络，形成逻辑与物理的融合连接。假日快递的市场竞争只是牛刀小试，而未来真正的全球化快递市场才是群雄逐鹿的最好战场。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强与大成说：“大成老师，我今天好倒霉，来班级路上就丢了 50 元。”

大成说：“哦，我刚才走廊捡了 100 元钞票呢！”

小强问：“大成老师，能给我看看吗？”

大成把 100 元钞票递给小强，小强抚摸着钞票说“十分钟不见，你就长这么大了！”

■ 大成编笑话

学生小强常偷偷吸烟，一次大成发现他可能在吸烟，就从背后拍了拍他肩，问：“小强，你在做什么？”

只见小强抖了一下，耸了耸肩转过来，鼻子里冒着白烟，慢慢回了一句：“我在生气啊！”

高铁票价真会完全由市场供需关系决定吗

2016-03-22 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端浏览量：703,043）



铁路总公司开始有了“高铁定价权”。国家发改委在 2015 年 12 月 23 日发布的《关于改革完善高铁动车组旅客票价政策的通知》中放开了其一直持有的定价权，允许设计时速

在 200 公里以上的高铁动车组及合资建设的客运专线旅客票价由铁路运输企业，从 2016 年 1 月 1 日起自主制定。

《通知》一出，各界人士纷纷猜测自此高铁票价会随行就市，在部分热门的、票源比较紧张的线路上涨价，而在有些冷门的线路开始降价。有此判断的理论基础逻辑上是合理的，“一朝权在手，便把令来行”，铁路总公司对放开高铁票价期待已久，而且根据市场因素来决定价格是市场经济中通行的做法，一切调整好像都是顺理成章的事情。但高铁票价真的从此就会完全由市场供需关系决定吗？恐怕市场供需关系只是票价制定中需要考量的一个因素而已。

首先，放开高铁定价权是中国市场经济发展的一个进步，经营者有更大的自主权根据市场需求决定部分运营产品的价格，责权利进一步统一；其次，高铁票价放开有利于提高高铁铁路的投资收益，从而提高民营资本投资铁路的吸引力，有利于国家的企业混合所有制改革；第三，可以弥补目前绝大部分的高铁运营线路中的亏损，有利于铁路部门的扭亏解困；第四，在公路、航空和水运的客运市场竞争中通过灵活多变的价格适应性提高铁路客运的竞争力。

然而时至 2 月下旬，铁路总公司依旧没有公布出一个新的客票价格调节方案。一方面可能主要是因为春运期间属于敏感时期，社会服务职能体现的政治影响重大，延迟决策可能效果更佳；另一方面则可能是因为《通知》要求提前 30 天公布调整信息，事出突然，铁路总公司还没有事前的数据统计与决策支持的知识储备，难以立即根据政策调整迅速提出科学系统的实施方案；当然还有可能与铁路总公司的半行政体制管理机制有关，其对服务社会效益的追求远大于对市场经济效益的追求，政策只是作为未来的储备红利而已。

无论在计划经济中还是在市场经济中，铁路客运的定价都是一个系统科学的模型体系，牵一发而动全身，特别是社会网络全系统的试错成本极高，即便是在全面市场经济的国家里，交通运输也不是一个完全依托市场供需关系确定产品及服务价格的行业。

而且，以铁路目前的资源垄断属性和层次管理架构来看，铁路总公司属于受政府管制的垄断企业，一旦完全依据市场经济原则，从追求提高利润的收益管理角度，必然会有通过减少供给而提高价格的决策冲动，如三桶油在最初发改委决定降价时的缺油断供、而后政府行政处罚又使得缺油断供得以禁止的现象。

同时，大面积的高铁建设及运营也带来了大多数运营线路的运力虚糜和经营亏损，简单而很小幅度的高铁提价所带来不多的利润补偿难以从根本上

提高民营资本对铁路投资的吸引力，更不可能改变目前大多数线路的经营亏损现实。

另外，铁路高铁客运在面对并行的公路和航空的竞争中，特别还有既有线的普通列车客源竞争中，也不可能承受大面积票价上涨而进一步失去多数线路虚糜的用户市场，而更应该体现社会职能通过实现连接城市的外向度增长，进而提升全社会资源配置优化的力度并降低社会网络成本。而且，公路客运往往是短途为主，长途客运汽车、长途出租车、个人汽车租赁和新型的顺风车多家竞争，而航空客运则是多家航空公司争夺一个航线交路，在铁路尚未实现网运分离、既有线与高铁平行竞争的情况下，完全按市场供需关系确定票价可能会影响全社会服务质量，政府也不可能因此完全放手。

但高铁定价权的下放的确极大地利好铁路总公司。作为经营的主体，利用定价的自主权机制，铁路总公司可以灵活地用变动供给调节市场需求、合理配置运力资源，如利用价格折扣模式实现对客流需求的削峰平谷，可以合理地低成本调整车流交路、增减车流密度；利用最优价格歧视模型，提高目标细分市场的旅客用户满意度、合理分配紧缺的客运资源；可以有资源和机会推行高铁的长旅客计划、高铁会员制和最优二步收费机制，增强旅客的客户粘性，提高高铁客运市场的整体利润；还可以进一步推行间接细分市场定价机制，推行各种高铁优惠券、差异化细分市场的车票与其他消费的捆绑定价，实现真正的高铁客运收益管理和持续溢价，持续改善旅客的用户满意度水平，优化高铁以及既有线普通客车的资源配置和资源复用能力。

因此，对于制订票价的主体——铁路总公司来说，在发改委放开高铁定价权的机遇中，铁路总公司不应简单地只以市场供需关系调节高铁票价，靠

给紧张的热线涨价而给虚糜的线路降价，而更应该站在铁路战略发展的角度上，以灵活的票价优化调整铁路的资源配置，以更优化的价格歧视、价格杠杆和价格捆绑等收益管理模式实现系统利润增长、细分市场扩展与旅客的客户满意度提升。而对于票价的受体——旅客来说，且放宽心，高铁票价大幅度高涨的可能性不大，短期涨价的可能性也很小，而价格折扣促销给旅客更大优惠的可能性倒有期望更早到来。

■ 大成编笑话

大成问学生小强：“你的理想是什么？”

小强回答：“吃好的，喝好的”

大成启发他：“有没有更远大的理想？”

小强想想回答：“吃更好的，喝更好的！”

■ 大成编笑话

头发已花白的大成走出电梯突然脚底一滑，大叫了一声“妈呀！”顺手拉了一把也从电梯里出来的小女生。

结果女生怯怯地对大成说了一句：“你...你认错人了。”

■ 大成编笑话

留学生强尼对大成说自己的汉语好，大成说考考强尼对话。

甲问乙：“你牙齿今天好白啊！”

乙说：“那是假牙！”

甲问：“真的假的？”

乙说：“真的！”

大成让强尼回答是真牙还是假牙？

票代零手续费的根源在入口之争*

2016-03-01 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：987,813）



上周，海航、国航、东航、上航和香港航空等五大航空公司先后宣布取消国际与地区航线机票代理费。也就是说，过去靠赚取 3% 手续费和已出票额销售奖励“3+X”

制度的机票销售代理商，将只能从已出票额销售奖励“0+X”制度和增值服务获取收益了。这里所说的票代不仅包括传统的一类机票代理商和二类机票代理商，还包括携程、去哪儿网和艺龙等在线旅行平台（Online Travel Agent，OTA）。

这是继 1 月 5 日国航、东航、海航和南航等 9 家航空公司集体宣布暂停或中止与去哪儿网合作后，又一次震动业界乃至消费者的航空公司联合行动。

各航空公司如此齐心协力必然隐含着内在的产业决策逻辑。名义上对去哪儿网的指责，均是各航空公司因为收到旅客消费投诉，包括加价销售机票、擅自变更机票使用条件、多收退票或改期费用及航班变更不通知等。其中，笔者也曾多次亲身经历 OTA 的机票陷阱，对此感触良多、深恶痛绝。

1 月 6 日晚，去哪儿网低头认错，承认管理有待加强，规范机票代理人服务销售行为。虽然机票陷阱早已是沉痾痼疾，但结盟已久的上下游供应链突然集体破裂，绝不仅仅只是因为旅客的投诉，在如火如荼火速增长的旅游市场上，如何切分这块大蛋糕才是其中的关键。旧产业的洗牌和新产业链调整需要一个新的契机和渠道关系，移动互联网的迅猛发展给了航空公司全新的期望。

传统机票代理商的兴起始于民航上世纪 90 年代的改制分家，因各自营点无法满足因分家后竞争发展而快速增长的市场需求，各航空公司开始增设自营点之外的机票代理商，并陆续扩展为机票代理商的再下级代理直至黑票代。

在暴利激励下，票代如过江之鲫、遍地开花，80% 以上的机票出自机票代理商，因为几乎所有的旅客联系方式都控制在机票代理商手中。而 OTA 则始于互联网的兴起，在线旅游服务商以平台作为提供给旅客的旅游综合解决方案，对线下服务商的价格货比三家，极大地方便并影响了旅客的选择和决策偏好。

便利的互联网平台入口集聚了巨量的旅客资源，使得各航空公司及机票代理商逐步从线下被迫走上了依赖线上的 O2O 模式，航空公司的官网直销仅仅占有不到 30% 的市场份额，旅客的海量信息从线下票代转而控制在 OTA 和依托在 OTA 平台上的网上票代手中。

然而，新兴的移动互联网正快速蚕食着传统互联网市场。随着苹果通过“iOS+App Store”实现了新的手机操作系统底层结构，加上 Android 操作系统的“Google Play”，两个应用商城成为移动互联网的第一层入口，已有的 OTA 互联网平台与各航空公司重新站在了同一起跑线上。移动互联网时代，旅客信息的价值远高于单一机票的收入，而 OTA 及之上的机票代理商继续牢牢控制着客户资源，这也是为什么航班的实时变更不能实时通知到真实旅客的原因。

随着各航空公司为了增加官网直销比例而逐步减少或取消了机票的“前返”手续费，作为机票代理商，只能从出票额的规模“返点”中获取“后返”利益，这也就加大了机票代理商其他侵害旅客和航空公司利益的决策冲动。比如，携程网上的假机票就是机票代理商收集有些客户的积分兑换免费机票再高价卖给旅客，其实质就是采用类似商城积分“黄牛党”的手法，最先侵害的是航空公司的利益；另外一种手法就是以散客成团形成团购而拿到低价，直接侵害各航空公司的官网直销份额；而捆绑销售保险产品、加价销售机票、机票出票快递另行收费、更改机票变更使用条件等谋求利益的手段则首先直接侵害了旅客的利益，也为旅客所诟病和痛恨。

当一个商业渠道充满问题时，恰恰是另外一个商业渠道发展的契机。正如当初由于国内实体销售渠道被消费者所不满，其中中关村甚至被形容为“骗子一条街”，而电商却以更好的信用信誉为保障异军突起，成就了中国互联网在销售渠道上的巨大成功，特别是京东商城自建物流体系，不断加强自身信用信誉的市场竞争优势。

目前，中国电商平台已成为仅次于美国的互联网商业平台，而欧洲、日本由于传统销售渠道非常完善，反而使得其电商平台发展缓慢。另外，国资委为提高国企效率，要求各航空公司充分利用“互联网+”资源“将直销比例提高至 50%”，让各航空公司在落实上级要求的同时看到了后续的广大利润空间，仅取消机票的手续费，就可以省下超过销售收入 1% 的销售成本，而更让各航空公司决心割袍断义的是以航空为主的高端旅客所潜在的市场资源。

说到底，市场入口才是航空业与票代及 OTA 争夺的核心。互联网时代，基于浏览器的超级入口平

台竞争已是刀光剑影、血肉横飞，占据优势的 OTA 将航空公司和票代牢牢捆绑在其平台上。到了移动互联网时代，入口之争将更加激烈，特别是旅游市场暴涨，围绕旅客的大数据将直接决定未来企业全方位竞争下的胜败，而 OTA 及票代为获取超额利益所设置的“机票陷阱”就给了航空公司一个发动攻击最好的借口和契机，机票代理的零手续费仅仅是开始，相信各航空公司接下来会联合发动更进一步的机票市场约束来提升官网直销的增长，以便更好地获取旅客的价值信息。

不过，OTA 和票代未来并非没有浴火重生的机会，虽然大多数小规模票代特别是黑票代会应声倒下，但市场永远会给有准备的强者机会——移动互联网的第二层入口不可能等值均匀分布，由于用户群的飞速扩大和强消费路径依赖，以 OTA 为主面向旅客综合服务的超级 APP 必然成为移动互联网的入口霸主。

尽管各航空公司正为 App 所带来的市场机遇而欣喜若狂，但这样的胜利只是暂时的，今后必然会被 OTA 的超级 APP 所击败。当然，OTA 超级 APP 的“凤凰涅槃”需要依赖于对旅客更贴心更周到的服务能力，因而在这场入口之争中，最终获胜的依旧会是作为消费者的广大旅客。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

留学生强尼与大成说：“我北京话算得上精通吧？”

大成回答：“我考你一下，你坐公交车，播音说‘前门到了，请从后门下车！’怎么解释？”

“技术破冰”或推进东北出海口“政策解冻”

2016-03-22 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端浏览量：195,416）



从中国北方的机场或上海机场飞往欧洲、美洲的旅客都知道，航线并不是按照二维地图上画的直线距离飞越浩瀚的太平洋，而是向北越过俄罗斯甚至北极圈直奔欧洲

或美洲的目的地，民航业称之为大圆航线，因为地球是椭圆的，越过北极圈的距离最短。

国际海运也有类似的状况，北冰洋航道从距离上看是最短，亚欧之间的海运有马六甲海峡再经苏伊士运河、巴拿马运河和非洲好望角三条航线，以东京港至北海为例，三条航线的航行距离分别是19931公里、22356公里和26186公里，而航行时间分别为35天、40天和46天，但经过北冰洋东北航道则只需22天，航行12456公里。不过，由于大面积的海面浮冰阻碍了船舶航行，亚欧国际海运只能选择连接太平洋与印度洋的马六甲海峡或连接印度洋和大西洋的苏伊士运河等传统航道。目前，马六甲海峡控制着全球贸易四分之一的海运贸易，以及一半的油轮；而苏伊士运河则控制着全球14%的海运贸易，以及亚欧间除石油之外80%的货物海运。

由探险家商人罗伯特·索恩1527年开发的北极航道中，其东北航道是连接西欧至东亚距离最短的航道，主要位于俄罗斯北部沿海的北冰洋离岸海域，历史上也被称之为“黄金水道”。

上海以北的港口，如果利用东北黄金水道到欧洲西部、北海和波罗的海等港口，理论上可以比传统航程缩短25%-55%。但前苏联虽然完善了北冰洋东北航道的管理与冰情、破冰、导航及救援服务，但也一直把东北航道作为内部海运而禁止船舶过境。

虽然东北航道自1991年开始向国际航行开放，但由于海上浮冰的危害，利用东北黄金水道通过的船只和运输量并不高，年过境运输量不超过千万吨，通过商船不超过200艘，从数据统计上看完全可以忽略不计。

而今，全球气候变暖和轮船破冰技术使得北冰洋的北极航道利用率期望大增。

一方面，过去30年间全球平均气温比100年前上升了0.48℃，而北冰洋冰面面积每十年减少11.5%左右。2009年的《北极海运评估报告》预测，2030年以后北极甚至会出现夏季无冰现象，利用东北黄金水道的可能性急剧上升，俄罗斯运输部乐观估计，到2020年通过东北航道的运输量将超过3000万吨，到2030年亚洲至欧洲25%的货运将通过东北航道。

另一方面，破冰技术也得到了快速发展。自大功率科考破冰船问世以来，全球10000hp及以上的大功率破冰船服役近百艘，俄罗斯更是在1957年开发了第一艘核动力破冰船。目前，核动力破冰船已广泛应用于北极航道，完全可以保障航道的通过性，海上冰面已不再成为北极航道航行的障碍。俄罗斯总统普京更是于2014年4月下令研究东北航道的发展模式，加快建造更多的核动力破冰船，并完善船舶导航、通讯、维修、救援等服务。作为资源实际控制国，俄罗斯正在加大其国际航线的属性来提高国家收益。

中国的东北地区是距离北冰洋东北航道最近的区域，但目前恰恰又是经济“断崖式”下降的地区。东北三省经济增速排名垫底，其中2015年辽宁、黑

龙江和吉林的经济增速分别为 3%、5.7%和 6.5%，辽宁省排在最后一名。

东北经济形势非常严峻，昔日的老工业基地亟待从根本上得到治理和改善。为此，中央 2015 年底审议通过了《关于全面振兴东北地区等老工业基地的若干意见》，《意见》提出要变中求新、变中求进、变中求破，要求到 2020 年在转变经济发展和结构性改革中取得重大进展。如果能利用北冰洋航道的运输渠道优势，直接与国际市场进行贸易交流并进行资源优化配置，东北地区就很有可能实现跨越式发展。

近两年中俄两国在俄罗斯远东地区筹建东北亚最大港口——扎鲁比诺港恰恰契合了俄罗斯重启“黄金水道”的战略意图，更符合我国构建“一带一路”的国家顶层战略构想。

距离吉林省珲春口岸 71 公里的扎鲁比诺港是俄罗斯远东地区在日本海的不冻港。吉林省目前已与俄罗斯最大的港口运营商苏玛集团签署框架性协议，合作建设 8000 万吨吞吐量的扎鲁比诺港。但仅扩大港口的规模是不够的，由于该港口无论是疏港铁路还是疏港公路，均不具备运行如此巨大规模多式联运的条件，特别是因为铁路标规和宽轨标准不同而出现的额外换装，更是提高了联运的成本并降低了联运效率。

因此，笔者协助沈阳铁路局规划了一条从珲春春化镇镇安岭穿过界山到俄方夹皮沟的国铁线路，在距离扎鲁比诺港 10 公路处与俄罗斯国铁换装，由此使得疏港公路与疏港铁路与港口直接实现多式联运成为可能，而“借港出海”模式将助力东北地区直接与全球市场对接，实现资源配置的优化，既活跃了东北地区的经济外向度，又以经济为手段实现了未来中国海洋战略的目标。

然而，俄罗斯大国意识强烈，虽然目前因为西方的制裁及基于石油贬值的经济全方位停滞，国家战略由此也转为“向东看”，并将包括扎鲁比诺港在内的符拉迪沃斯托克区域划为自由港，但其并不甘心作为中国小伙伴的角色存在。因此，中国政府应在上合组织框架下，进一步加强基于单向经济援助上的政治互信和资源共享，并在政策上寻求“破冰”行动，让中国国铁与俄罗斯国铁在规划目标的区域内换装，并寻求国际多式联运合作，从而在实现东北地区日本海出海口方面获得实质进展，或在俄罗斯与朝鲜三方协作的基础上，打通图们江 18 公里的实际出海口，实现国家顶层战略下的全球化资源配置优化。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成问学生小强：“你天天课堂上就这样东张西望、浪费生命，你怎么就不学学我，天天都在埋头看书？”

小强看着大成说：“人丑就要埋头读书，以免抬头吓人。”

■ 大成编笑话

同事小明问儿子：“期末考试考得怎么样啊？”

儿子：“数学 40 分，语文 60 分，共计 100 分”。

小明说：“共计”这门考的好啊，不错。以后在数学、语文上还要多下功夫啊！”

地铁设严苛“行李门槛”属公共服务管理“错位”

2016-03-29 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：443,084）



近日，北京地铁各个车站和车厢内都张贴了《新版北京市轨道交通乘客守则（试行）》（以下简称《守则》），对乘客携带行李做了明确的限定：重量不得超过 30 公斤，长度不得超过 1.8 米，宽和高均不得超过 0.5 米。

地铁公司对此给出的解释是，这主要是从安全方面考虑，一是大件行李占据很大空间，二是部分乘客将大件行李放在车门附近，除了影响乘客上下车外，人多时会把乘客绊倒。此前，京港地铁 2012-2014 年三年的自动扶梯意外发生统计数据中，因拖拽大件行李摔倒的事故占 19% 居于事故原因第二位。因此，《守则》实施之后，一定会降低安全风险。

这个解释看起来相当合理，但认真细究起来，就属于安全问题上的过度管理了。一个管理制度的实施，首先要定位好管理者的服务特征、服务属性与被管理者的顾客特征和顾客属性，其次是把握好管理的度，30 公斤的限制就属于过“度”了。

毋庸置疑，地铁属于公共交通服务中承载最大的运输方式。据统计，2015 年北京地铁公司所辖 15 条地铁线共运送乘客 28.32 亿人次，客运量最高日运送乘客 991.41 万人次，全年开行列车近 233 万列。如此之多的运送量，因行李超重超尺寸而被拒绝提供服务的乘客比例应该不是很高，也不会影响到地铁公司的收入水平。

但要考虑的是，地铁等公共交通服务属于基本公共服务体系，其属性在于其公共性、普惠性和社会公平，本身就是政府调控社会成员之间收入差距、

促进社会公平正义、保障社会安定有序的制度性手段和机制，特别应该着力解决困难群众的基本生活问题，惠及全民。

与此同时，公共安全是社会发展和进步的必要条件，关系着国计民生、社会安定和发展，属于公共产品范畴，而运用公权力的政府必须向公民提供好的公共服务内容，公共交通安全就属于其重要的组成部分。

公共安全性基本公共服务是基本公共服务体系的子集，其构建的基本原则包括系统性原则和公平性原则，即基本公共服务体系的组成要素之间应是一个整体，另外就是要体现社会的公平正义。

我国正在加快推进服务型政府建设进程，特别是针对各级政府在基本公共服务领域存在的“越位、错位、缺位”现象，注重履行基本公共服务的效率与效果的前提条件是保障公平公正的基础。

地铁等公共交通服务的群体中很大一部分是低收入阶层，而在携带大件物品来往于长途汽车、铁路和机场的乘客中大多数也属于低收入阶层，因为中等收入以上群体要携带超体积大件行李时，往往会自行选择其他更便利的交通方式，而剩余这部分有超重超体积需求的弱势群体，往往无法承担自驾车或者出租车等相对高昂的成本，更不愿意花钱通过长途货运而花费额外的成本。

显而易见，弱势群体应该在基本公共服务体系中占有非常重要的地位，但《守则》真正拒绝的恰恰是最应该保障社会基础公平正义的弱势群体。

另外，在地铁公司的统计数据中，有一个非常引人关注的数字就是，引起自动扶梯意外的第一个因素是未站稳扶好，其比例高达 28.96%。因此，即便从安全角度出发，超重超体积行李也未必是影响公共安全最主要的因素，从安检的流程和安检装备来说，在重量和体积方面也完全有一定的冗余能力，至于说影响通过速度和运载能力，完全可以从额外收费方面考虑，而不是完全禁止为这些弱势群体提供服务。

要特别提出的是，航空公司的免费行李重量一般是经济舱托运行李 23 公斤、随身手提行李 8 公斤，而铁路免费随身携带的行李为 20 公斤，但两者均可以提供有偿服务。因此，在这两部分乘客群体中，往往容易突破 30 公斤重量的限制。再者，即便不属于低收入阶层的人群，也有很大概率在北京的交通条件下，为了保证乘坐时间或者有其他特殊约束时选择搭乘地铁，因此其行李也非常容易超过 30 公斤的限制使出行受到影响。

国内许多政府机关、企事业单位往往为了自身利益最大化而简单地出台一些只利于自身管理的政策、规定以及合同条款，缺乏整体系统性和相关协调性，部分体现了庸政、懒政的乱作为。在中央不断推进服务型社会发展的进程中，地铁公司如此严苛的制度应该属于公共服务管理中的“错位”。有意思的是，地铁公司在其解释中还声明，并不能严格执行此规定，这恰恰说明了《守则》标准制定的随意性。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成与学生小强一起吃饭，大成突然噎着了，咳嗽起来，小强忙问：“大成老师怎么了？”

大成说：“噎住了，帮我拍拍”

小强拿出手机，给大成各个角度拍了照片。

■ 大成编笑话

学生小强考试后走出考场，大成迎面遇到小强就随便问了一句：“你考得怎么样啊？”

小强迷迷糊糊答道：“我也不知道啊，得问问坐我前排那个！”

■ 大成编笑话

今天大成监考，学生小强突然把头抬起来，大成问小强：“你怎么了？”

小强回答：“不好意思，大成老师，我刚刚做梦梦到我在参加考试！”

大成说：“你现在就是在参加考试啊！”

■ 大成编笑话

学生小强在研究生面试上强调自己最大的优点就是乐观，大成问他：“你举个例子！”

小强说：“老师，您啥时候发我录取通知书？”

■ 大成编笑话

学生小强在上《通用航空》的课时突然举手说：“我想放空自己！”

老师大成看了看小强，不知道什么意思，结果就听到小强放了一个很大声的屁。

■ 大成编笑话

学生小强迟到，大成问为什么迟到，小强回答：“大成老师，我做噩梦了！”

大成下意识追问一句：“你梦到什么了？”

小强回答：“我梦到您了！”

快递垃圾泛滥在于“外部性的管制”缺位*

2016-04-05 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：911,481）



近两天，各大网站突然开始猛烈抨击快递包装垃圾，而透露出来的数据也比较吓人：按 2015 年全国快递服务业务总量 206.7 亿件来推测，共消耗了塑胶袋 82.6 亿个、包装箱 99 亿个、胶带 169.5 亿米，其中胶带长度可绕地球赤道 425 圈。

快递包装垃圾的消耗数据虽然是推测出来的，其中的数据误差并没有公布，但让人们好像突然回到过去曾经熟悉的场景中——街道上漫天飞舞的白色泡沫饭盒、塑料袋。

1997 年至 2001 年，国家环保总局、国家经贸委等部门下发了各种文件治理白色发泡塑料的生产、销售和使用，2008 年国务院办公厅更是颁布了《关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》（即《限塑令》），绝大多数大型商场和超市基本上实施了塑料袋有偿使用，加上城市卫生管理水平逐步提高，白色垃圾污染得到了有效的遏制。如今，销售渠道的互联网化和电子商务、快递的蓬勃发展，让曾经得到有效控制的包装垃圾突然重出江湖。

问题产生的一个原因就是，高速增长的市场需求：

首先是快递业的高速增长。中国快递业在 2014 年就以同比增速 52% 共 140 亿件的数据跃居世界第一，2015 年又同比增长了 48%。虽然国家邮政总局预测，2016 年的快递业务量将完成 275 亿件，同比增长降到 34%，但快递业务量依然是一个惊人的数字，并且与电子商务的结合成了拉动中国经济的一

个新引擎。在国务院印发的《物流业中长期发展规划（2014-2020 年）》中，把发展覆盖城乡的快递业作为发展重点、主要任务和重点工程的一个重要子项。

其次是最终消费者的需求。消费者对物品运输的损害具有高敏感性，也容易投诉，作为托运人或承运人的电商和快递公司都本着让顾客满意和吸引消费者的意图而进行过度包装，往往对一个很小的物品都进行气泡垫过度填充并用大把胶带缠绕，包装箱也越来越大。

第三是成本与操作性的客观需求。塑料袋、纸箱、气泡垫填充物和胶带都属于快递中目前最为廉价而又操作方便的包装材料，加上国家也没有出台快递包装材料的相关标准，电商和快递公司理所当然就选择了此类包装。

而另一个原因就是，塑料袋、编织袋、气泡垫填充物及胶带的回收成本较高，导致电商和快递公司不会回收，而废品回收公司则因为处理成本过高也不会主动回收，快递包装垃圾的数量就这样暴涨起来，如果听之任之，可以想见，不远的将来又会出现昔日白色污染的可怕景象。

对于快递包装垃圾，目前来说尚可以忍受但必须预警。可以忍受是因为没有性价比更高、操作更方便的环保型替代品，而由于电商的兴起，快递业成为人们生活中不可或缺、甚至引导经济走向的产业，快递包装材料的增长是无法阻止的。必须预警是因为快递包装所用的塑料袋、气泡垫填充物和胶带都属于难降解的材料，目前快递包装垃圾的数量，

已经超过了曾经严格限制的购物塑料袋和白色泡沫饭盒的减少数量，如果不提前加以预警，未来灾难来临后再进行控制的成本将数倍增加。

那么如何解决这个客观存在且日益严峻的问题呢？首先要了解，其经济学的特征源自其经济运行的负外部性。

外部性又称溢出效应，是指一种生产函数或者效用函数的效益或成本外溢到另一种生产函数或效用函数。外部性的存在恰恰是市场失灵的一种突出表现，也使得社会脱离了最有效的生产状态而难以实现资源的优化配置。而负外部性是指经济行为个体的活动使得他人或者社会受损，而造成负外部性的行为个体并没有为此承担责任。

每家电商和快递企业在正常的经营过程中，都会在决策中选择对第三方施加外溢成本，即采用低成本且方便操作的白色污染包装材料，特别是当价格体系中只有反映了金融外部性的存在而技术外部性失灵的时候，也就是其负面影响并不因此受到惩罚时，其负外部性的非中性影响使得该问题只能落到政府必须采取措施加以矫正的解决范围。

从电商、快递到消费者的消费产业链条上，按照私人效用最大化原则，塑料袋、气泡垫填充物和胶带的利用成为其最佳资源配置手段，但其负外部性使得社会的资源配置出现高度劣化且趋势渐强。按照社会效益最大原则，政府应及时有效地评价并纠正该行业的外部性行为，目前快递垃圾的白色污染窘境就在于外部性的政府管制缺位。

因此，政府有必要进行外部性的管制，并根据发展态势给予政策调整，并尽可能提高问题的金融外部性，以期增强市场行为的主动性。单纯依赖市场的行为已经不可能解决目前的外向性问题。在快递包装垃圾的问题中，依靠处罚以得到相应补偿的

可能性在实施上不容易实现，也不符合当前政府鼓励快递业的发展政策，因此，政府主管部门可以考虑用正向激励的方式出台相应政策，并扶植环保替代品包装材料产业来降低快递产业的副外部性。

具体到操作层面，首先是制定快递包装的标准，尽快实现对包装材料、包装质量、包装环保性和包装的可回收性提出可操作性要求并设立行业标准；其次是倡导绿色包装，让电商、快递企业和消费者共同感受到过度包装的危害以及对社会的负面作用，主观上降低过度包装的意愿，通过商品集中包装、减少填充材料等减少包装浪费；第三要尽快扶植包装材料的可降解环保替代品产业发展和科技创新研究，使得在经济成本和经济效率上让业界自然的选择绿色环保包装方式；第四是鼓励快递包装的再利用，通过回收激励方案，让电商和快递公司有意愿设置回收点并再利用包装盒和包装材料；第五是在技术上实现包装材料的翻新再利用和包装产品的小型化、标准化；最后是进一步推进垃圾分类回收、处理和再利用体系，创新处理模式，最大限度地实现垃圾资源利用，减少垃圾处理量，改善生存环境质量。

快递产业的可持续发展及其包装材料的环保治理之路，政府的管理不可缺位。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强对大成说：“大成老师，您买东西不能端着老师的架子，一定要讨价还价！”

结果大成去买鞋，看到价格 800 元，就问老板：“这鞋太贵了，400 元卖不卖？”

老板看着大成说：“卖，您要左脚还是右脚的？”

跨境电商正面清单与自贸区负面清单

2016-04-12 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：782,007）



国人熟悉的所谓“正面清单”实际上是来自“负面清单”的概念，其完整的说法应该是“正面清单管理模式”或“负面清单管理模式”。

最早列明“负面清单”是 1994 年北美自由贸易区（NAFTA）成立时出现的，后来引申到各个自由贸易区 FTA 的负面清单和正面清单中。

通俗意义上讲，负面清单管理模式是指一国政府在引进外资的过程中，规定了哪些经济领域不开放，而除了负面清单上列明的禁区，其他行业、领域和投资活动都是许可的，凡是与外资的国民待遇、最惠国待遇不符的管理措施及要求均以清单方式列明。而国人开始接触负面清单则是从 2013 年上海实施自由贸易试验区开始的，最早来自于《中国（上海）自由贸易试验区外商投资准入特别管理措施（负面清单）（2013 年）》的文件，列明了对外投资项目和设立外商投资企业采取的与国民待遇等不符的准入措施。而今，随着负面清单概念的熟悉，国人也开始使用“正面清单”的概念。

为什么笔者把两者放在一起说，是因为此次的跨境电商“正面清单”完全与自贸区“负面清单”呈现正相关的关系。

4 月 7 日晚，财政部、海关总署与国家税务总局等 11 个部门联合发布了《跨境电子商务零售进口商品清单》，即所谓跨境电商的“正面清单”，其中包括 1142 个 8 位税号商品，主要涉及部分食品饮料、保健品、服装鞋帽、家用电器以及部分化妆品、纸尿裤、儿童玩具、保温杯、配方奶粉等商品。对于跨境电商的零售进口商品，个人年度交易限制为 20000

元，单次交易限制为 2000 元，超出限制则按照一般贸易全额征税，但海淘一件商品需缴纳增值税和消费税，所以最低得交税 11.9%。与此同时，财税部门也提高了针对个人物品的行邮税税率，将原来的 10%、20%、30%、50% 四档调整为三档，分别对应税率为 15%、30%、60%。

一石激起千层浪，有人说“免税时代终结”，也有人说“电商或遭大洗牌”，甚至有人说“都是奶粉惹的祸”。特别是近来一则假新闻“黄渤在海关被扣，代购扔东西”瞬间被转发，细究发现，其实不过是几年前法国机场的旧照，但侧面也说明人们对于新的跨境电商及行邮税收政策的关注。

总的说来，新税收政策会让进口的食品、母婴类和保健品等商品价格整体看涨，特别是食品、母婴类和保健品等类商品，过去往往因单价小于 500 元属免税范围，即使超过 500 元也是按照 10% 的行邮税率缴税，而今至少要支付增值税和消费税，最小的税率是 11.9%。因此，也可以说跨境电商享受多年的“税收优待”被终止了。至于每年 20000 元和单次 2000 元的交易额限制，明显加大了对奢侈品的消费抑制，倒也可以与中央提倡的去除奢靡之风紧密关联起来，但究其本质还是在于对以往跨境电商“拆单避税”行为的定向约束。当然，也有部分商品如化妆品、电器等商品会在行邮税率上有所降低，特别是服装不需要缴纳消费税，因此可以降低 8.1% 的税率。

中国的跨境电商在全球排名第一，仅 2015 年的交易额就达到了 5.2 万亿元，年增长率达到 30%，而与此相对的却是中国 2015 年进出口总额 24.59 万

亿元，同比下降 7%，其中进口总额 10.45 万亿元，同比下降 13.2%。跨境进口电商呈现了跨越式增长，互联网公司、创业公司、传统零售商等不约而同进入这个领域，其中自然鱼龙混杂，海外假冒伪劣产品充斥其间，所谓“合理避税”的逃税方式层出不穷。此次税率调整恰恰是深入了解了其中的关键和症结问题后，有针对性地通过税率涨跌进行鼓励和打压。因此从积极的层面来看，此次税率调整将对跨境电商供给侧结构性调整有着积极的作用，具有实力的跨境电商将进一步纵向和横向整合并扩展市场，改善服务方式，提高经营效率，逐步形成与其他进口贸易企业同台竞技的局面，并引领行业向规模化、规范化、集约化和系统化的方向发展，形成更具竞争力的国际供应链体系。但从消极的层面来看，此次税率调整将使得超过八成的小微跨境电商因无法再从以往依赖国内外差价的经营获利模式而直接被市场淘汰。

而此次税改特别是加强行邮税监管的更深层次意义在于，将侧面推动各自由贸易试验区的消费市场发展。在美国主导的跨太平洋伙伴关系协定 TPP 和跨大西洋贸易与投资伙伴关系协议 TTIP 的腹背夹击下，中国创新性地提出了“一带一路”和“自由贸易试验区”的国家战略，并在 2013 年 8 月正式批准设立中国（上海）自由贸易试验区，2014 年 12 月批准在广东、天津和福建设立第二批自由贸易试验区，而今第三批自由贸易试验区也即将落地。

TPP 和 TTIP 对中国最大的经济威胁在于其成员国间逐步形成的零关税，所产生的贸易转移和贸易创造将直接威胁到中国与主要贸易国的经济关系，而上海等地设立自由贸易试验区的目的就是要形成实质上的零关税、贸易转移和贸易创造。

5.2 万亿元的海淘市场、1.2 万亿元的全球第一大奢侈品消费市场，被国际公认为“行走的钱包”的中国游客消费市场不可能不引起政府高度重视，这部分的市场需求是客观存在的，与其将这部分利润直接让渡给各国的零售商业渠道，不如直接转移到未来遍地开花的自由贸易试验区，而一个渠道如跨境电商及行邮自带受到抑制，就必然会催生出一个新的供应和消费渠道，自由贸易试验区就是一个最好的场所。

■ 大成编笑话

大成到清华餐厅点了一个木耳炒肉片，结果发现只有木耳，大成问服务员：“这菜里的肉片呢？”

服务员看看菜撇了一下嘴说：“这有什么，肉片吵不过木耳，跑了！”

■ 大成编笑话

大成两手捧着一砂锅上电梯，看到另外一同乘者按了 24 层，就说：“美女，帮忙按下 11 层！”

被叫美女的白了一眼说：“你没长手啊？”

大成叹了一口气，放下砂锅，把 11 到 23 层按钮都按了一遍，再从地上捧起砂锅回答同乘者：“有手！”

■ 大成编笑话

大成看到学生小强，照胸脯上去一拳：“听说你又与同学在教室打架了？”

小强顶嘴说：“大成老师，冤枉啊，我今天根本就沒去教室，我一直在宿舍啊！”

大成说：“好啊，今天查逃课的，你自己承认了吧！”

“蒜你狠”的背后是投机资本

2016-04-19 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：494,379）



近来猪肉价格逆势上涨成为“猪坚强”，1月份、2月份和3月份同比上涨分别达到了16.3%、24.1%和32.0%。之后是大葱价格暴涨成为“向钱葱”，春节期间同比上涨了366.67%，到了3月份同比甚至增加了8至9倍，十元钱只能买两根小葱，据说餐厅里的宫保鸡丁都不敢放葱了；进入4月份，大蒜又成为了新的小宗农产品高价风向标，“蒜你狠”口号重出江湖，价格也趁势暴涨了300%左右。目前看来，几年前的江湖段子里只有“姜你军”、“豆你玩”还在沉睡当中，这次如果市场调节不再进行提前的政策遏制，极有可能再度“异军突起”。

事实上，农产品都有一定的经济学周期性变动，但是此轮的价格暴涨则不仅仅是周期性的问题。

首先来看农产品的市场结构。目前农产品市场属于接近纯粹竞争市场，即市场中存在大量买主和卖主，而每个卖主都生产同类匀质的产品，又具备相关市场的相同信息，同时买卖双方进出市场的壁垒很低。既然属于纯粹竞争市场，那纯粹竞争市场的规律就是单个卖主只是一个价格接受者，因为每个卖主的产品都可以是其他卖主产品的完全替代品，即每个农民或者农业企业都可以选择养殖猪或者种植大葱、蒜、姜和其他农作物。那么在属于纯粹竞争市场的农产品市场中，种植养殖者在短期内可能会赢利，也可能暂时经营亏损。当市场价格超过资本和劳动的正常收益出现赢利时，就会有更多的种植

养殖者进入；当市场价格低于资本和劳动的正常收益出现亏损时，就会让已有的种植养殖者退出。

从长期均衡发展来看，所有的种植养殖者都趋于相同的成本，农产品的价格也必然等于平均总成本。由于纯粹竞争市场的本质属性，考虑到市场本质的供需关系问题以及每年不同的气候环境变化，同时农产品市场需求的波动性并不大，因此农产品的市场价格波动往往是当前的产量决定了当季的价格，当季的价格决定了下一个周期种植养殖的产量，而下一个周期种植养殖的产量决定了下一个周期的价格。

当然理论上的宏观模型只是一个可以预测的大致趋势，而实际上的市场价格波动取决于许多环境约束，但农产品的波动主要还是在于种植养殖的周期性，一旦环境条件或者其他偶发因素造成了产量波动，就会产生后续的周期性波动，种植养殖的周期越长，后续的周期影响危害性就越大。如“猪周期”就在肉价上涨、母猪存栏量增加、生猪供应增加、肉价下跌、大量淘汰母猪、生猪供应减少、肉价上涨的循环中周而复始，而专家给出的“猪周期”是42个月。

其实经济学上只要可以准确预测的波动就容易进行控制和补偿，如增加一定量的储备就可以减少偶发因素造成的波动影响，或者引入外部的补充供给，从而有效破除所谓的“猪周期”或是其他周期。

但是本次“蒜你狠”、“向钱葱”并不单单是由于大蒜和大葱的种植产能下降，或者说韩国大蒜减产、

种植区面积减少所造成的，而是有投机资本在其中反调控、囤积居奇以做大价格波动。

据新闻报道，在大葱、大蒜的主要产区，有部分手握重金的投机商在充分计算好农产品的种植周期，选择小宗农产品作为标的，以期货或者包地形式大肆囤货，并定时控制供给，在测算出供不应求之际，同时在各个平台散播主产区绝产消息，人为炒作，通过小规模自买自卖抬高小宗农产品价格并制造价格大幅上涨的预期，从而达到短时期攫取暴利的目的。近来，河南中牟、开封等地投机商的一夜暴富就是通过如此的操作手法实现的。

其实“囤积居奇”古而有之，古今中外，概莫能外，但如何破解就是目前政府应该思考的问题。

破解的方法还是要从供需关系的源头来寻找。首先要了解为什么是“蒜你狠”“向钱葱”？因为大葱、大蒜属于小宗农产品，在纯粹竞争市场中，交易总量不大，因此对投机的资金需求较少，投机商仅需投资千万元，而回报却能达到上亿元。另外，大葱、大蒜等的种植周期容易把控。因此政府的破解方法也应该从供应端下手。

在供应端有四个导致供应紧张的问题，一是种植面积的确少了，二是潜在可能的欠收，三是产量被投机商联合控制，四是人为炒作供应紧张。

信息化可以部分解决种植面积过分减少问题和人为炒作供应紧张的问题，特别是由销售体系构建的拉动式联盟可以从根本上解决种植面积的突然变动问题；而寻求外部供给或者增加备选供应商即在其他国家扶植补充供给，可解决潜在可能的欠收问题；产量被投机商联合控制问题则可以通过两个层面去解决，一个层面是通过权力体制来制定政策惩罚联合控制产量以达到操纵市场价格的目的，另

一个层面则是市场的问题由市场来解决，通过专业的库存储备来拉长小宗农产品的供应淡旺季转换，打压投机商的囤货居奇，尤其是炒作出来的供应不足，只要有一定的储备来冲击囤货居奇，暴涨的时间就会加速缩短，甚至可能让投机商偷鸡不成蚀把米。

另外要看到，小宗农产品的人为炒作事实上还是流动资金在后面起作用。因此，如果让庞大的流动资金不再盯上普罗大众的饭碗菜盘，还是要解决投资回报的出口。目前实体经济下滑，投资无法在实体经济方面落地，而股市也在震荡徘徊中，同时个人资金出海困难，必然导致大量现金在有限的投资空间左冲右突、闪转腾挪。所以，如何能尽快做好产业结构调整、完成供给侧结构性改革，走出实体经济下滑困境、顺利走上中高速发展的新常态，给现有的庞大流动资金以投资出口，才能从源头上根本解决“蒜你狠”、“向钱葱”等现象的出现。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成住在一单元，除了大成家，一单元其他门口都安装了各式各样的防盗门。

结果，昨天除了大成家之外，所有家都被盗了。

大成回家时发现门上留了个纸条，上面写着：“你放心我，我也放心你！盗亦有道！”

■ 大成编笑话

大成让学生小强用“的”、“地”、“得”造句。

小强张嘴就来：“你家的地得扫了！”

心态转变 铁路改革迈出坚实一步*

2016-04-26 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：914,499）



近十年来，中国铁路的超高速发展让全球瞠目结舌，铁路路网建设与运维、高速客车制造、高速铁路网系统管理、青藏铁路建设等均为世界领先，创新的高速长距离运输

模式也改变了发达国家铁路同行的观念；特别是在中国实体经济下滑、国家推出“一带一路”战略之际，铁路出海成为中国突破 TPP 和 TTIP 束缚，以此换取国际资源并拉动社会需求的最大亮点。

然而在铁路取得长足甚至辉煌的业绩同时，也要看到高投入带来的高负债与低利润。中国铁路总公司（下称“中铁总”）公布了其 2015 年 1-9 月份财务报表审计报告。数据显示，截至 9 月 30 日，中铁总负债总数约为 3.94 万亿元，负债率为 66.02%，高铁客运收入虽然增长，但多数高铁线路在非春运期间处于虚糜状态，铁路货运量自 2012 年开始连年下降，铁路货运收入和总收入连年下降，去年运营亏损已成定局。

面对窘境，中铁总开始了客运和货运改革，运输局局长程先东年初把铁路货运改革总结成四个突破方向，一是在现代物流信息化建设上取得新突破，二是在开拓物流市场上取得新突破，三是在发展集装箱化运输上取得新突破，四是在缩短运到时限上取得新突破。铁路传统的计划体制与全运输管理模式是否能适应市场体制下的现代物流竞争让人存疑，但近来的两则新闻让人看到昔日的铁老大真的开始放下身段，力图在铁路客、货运改革上打造成为一个人人崭新的物流企业。

第一则新闻是中铁总的总经理盛光祖带队到青岛与海尔集团董事局主席、CEO 张瑞敏签订了战略合作协议，双方协议要共同培育发展新动能，构建物流服务新模式，推进物流深度合作，合力推动“互联网+”建设，以及扩大企业文化交流合作等等。

之前铁路已经试点启动了海尔合肥基地发往沈阳、长春、哈尔滨、成都、重庆、乌鲁木齐，以及青岛基地发往沈阳、长春、哈尔滨的家电成品物流业务，特别是组织开行了海尔特需集装箱列车，含取送货在内的全程运输时间乌鲁木齐为 7 天，其他城市为 5 天，充分发挥了铁路网长途大宗货物运输的成本优势。

以此为契机，中铁总未来将积极与家电大企业接洽，进一步打造铁路家电物流服务品牌。这其中潜在意义非常深远，这表示中铁总已开始破除官本位的习气，把自己当作真正在市场经济中遨游的企业了；同时也表明，铁路正在物流新市场中寻找新的突破，高附加值的“白货”、“铁路集装箱”、“承诺运到时限”就是开始。

第二则新闻则是，从 5 月 15 日开始，铁路将实施近十年来最大范围的运行图调整，其最大特点是适应了市场需要和突出了高铁品牌，在京沪高铁线路增开 8.5 对、京广高铁增开 7 对；增开地级城市间普通列车，特别是增加中西部地区普通列车 100 对；增设特色旅游线路 60 余条，并增开多趟前往旅游城市、景点的旅游列车；在京沪、京广、宁杭、广深和贵广等线路开行夜间动车组 100 余对，距离较长的则增设卧铺列车；增开多趟京津冀环线列车以实现京津冀城市域内相互联通和高铁“公交”化。

这则新闻也可以看出铁路人市场意识的变化。过去要完成的是政府交办的政治任务，而现在要完成的是满足市场需求。这表现在，铁路已知道发挥自己市场竞争中的长处和核心优势，高铁有利润或潜在利润的是在沪宁、京沪、广深和京津线，在这些线路上增开来加大有效客源；第二是开始潜心研究细分客户需求，许多三四线城市由于收入较低，对高铁的需求并不大，而普通列车的低票价则有强大的市场竞争力，设立多种价格体系实现了价格歧视和收益管理；第三是学会了与优势资源联盟实现合作共赢，特色旅游线路和旅游列车将与旅游景区互动将会更好地分享不断升温的旅游市场收益；第四是逐步树立了以客户为中心的市场要旨。要知道，过去高铁只在白天开行是因为要在夜间预留天窗时间进行施工和维修，增设夜间动车组必然要缩短天窗时间，这对施工和维修带来了更加严格苛刻的要求，同时也说明铁老大真的开始思考客户的真实需求在哪里了。

铁路市场前景广阔。从战略上来看，中国从东到西近 5000 公里，其中东北沿海经济发达，已经成为相对消费端；中部则在近年来由于劳动力成本便宜成为相对生产端；西部新疆、青海等资源充沛，呈现明显的相对资源端特征。在全球产能过剩、各国竞争性货币贬值的条件下，只有中国能独立地重新构建起消费-生产-资源全体系而获得持续性发展。当然，目前只是在结构性调节过程中，但长距离的人口、资源和产品互换中，铁路具有先天的物流优势，因此也具有远期的发展优势。

近期来看，铁路尚未充分发挥其在物流市场上的核心优势，即高信誉信用、网络化、长距离、重载、责任心和系统管理等，而是用自己的短处与公

路竞争门对门服务；同时铁路的短板在于市场服务意识差、物流人才匮乏、物流服务及业务单一、货运基础设施落后、资源利用率低下、信息化管理能力不强、路局间协作困难导致物流网络化程度不足、高附加值产品市场占有率低、与其他物流产业的联盟或集成性差、面向客户服务能力严重不足、增值服务意识不足等。而这些短板恰恰会成为未来铁路货运改革和客运改革高速增长的收益空间。

铁路客运改革、货运改革都还刚刚开始，短时间之内想达到更高的目标还很困难，但可喜的是，看到了铁路人的态度转变，相信不远的未来，铁路人捧着的金饭碗会真的珠玉满盈。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成到清华校医室打针，结果是个新护士，扎进去一针发现打空了，大成疼的忙说：“护士，今天我就打一针！”

护士笑着说：“放心，第二针免费！”

■ 大成编笑话

大成开车遇到红灯，见一辆摩托车飞奔而来停下，后面坐个 5、6 岁的小男孩，也没带头盔，大成忙提醒摩托车手：“哎，哥们，你这么后面带孩子太危险了！”

摩托车手闻声一脸麻木的瞟了大成一眼说：“多管闲事！”

然后向后看了看孩子，突然大叫：“你妈呢？”

俄罗斯拟首建“中国轨距铁路”或带来东北经济新突破

2016-05-03 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：414,720）



据俄罗斯《独立报》报道，俄罗斯远东发展部建议在俄境内铺设一条不同于俄通用宽轨铁路的国际标准轨距铁路，并由中方负责运营管理。俄罗斯自然垄断问题研

究所铁路运输研究室主任弗拉基米尔·萨夫丘克也发表评论说，希望俄罗斯港口能够通过此举承接中国货物的转运，消除因换轨重新装卸而带来的效率低下和时间浪费问题，而这符合经济规律。俄罗斯远东发展部新闻局则向俄国内传递消息称，这只是一条属于“滨海边疆区-2号”交通走廊的铁路通道，还称不上真正意义的铁路，只是通往吞吐中国转口货物港口的一条专用线路。

从俄官员的回应可以看出，这条从珲春到扎鲁比诺港的铁路应该是中俄双方重点考虑且有所收获的战略合作成果，这表明关于东北出海的战略规划已不再仅仅是中方的一厢情愿。

虽然仅仅是一条专用铁路线路，甚至不管采用标轨铁路专用线还是双轨距铁路专用线，对一直苦于在日本海没有出海口的中国来说，如何便利地借港出海，实现有效的海铁联运和水铁联运，利用好北极“黄金水道”才是头等大事。

笔者曾从2014年开始协助沈阳铁路局，结合长吉珲铁路建设特别是图珲铁路客货混跑进行规划设计，以实现借港出海、海铁联运和北极航道的利用。最初的设想仅仅是通过将国铁与俄国铁不同轨

距的马哈林诺换装站后移至扎鲁比诺港以东，绕开原有的珲马地方铁路，新建一条从中方的镇安岭南沟穿越界山到俄方的夹皮沟的36公里正线国家铁路，在距离扎鲁比诺港10公里处与俄国铁换装，从而直接通过疏港铁路或疏港公路与扎鲁比诺港实现海铁联运或多式联运。

随着中方的持续努力加之石油贬值导致俄罗斯逐步加大“向东看”的步伐，扎鲁比诺港从现有100万吨吞吐量逐步规划为6000万吨吞吐量，后又调整为8000万吨吞吐量的万能海港。随后，符拉迪沃斯托克自由港法案也正式生效，期限70年，同时该法案适用于俄罗斯滨海边区15个市区和波西耶特港、扎鲁比诺港和纳霍德卡港等重要港口。而今，俄方又传出可以直接将铁路专用线直通扎鲁比诺港的消息，这对中方来说无疑是重大利好。

4月26日中央发布了《中共中央国务院关于全面振兴东北地区等老工业基地的若干意见》，提出到2020年，东北地区在重要领域和关键环节改革上取得重大成果，在此基础上再用10年左右时间，实现全面振兴。不过，查阅当前经济数据却不容乐观。2015年辽宁、黑龙江和吉林三省以3.0%、5.7%和6.5%的数据列GDP增速倒数第一、三、四名。2016年一季度，东北三省GDP增速依然以-1.3%、5.1%和6.2%的成绩垫底，其中辽宁更是首创GDP负增长。

改革开放后，东北地区因为思想观念不够解放、民营经济发展不充分、市场化程度不高，特别是国企活力不足，极大地影响了地区经济发展。近年来全球经济放缓，尤其是中印巴等新兴经济体需求减弱更使全球需求市场萎靡、结构性产能过剩、国际贸易萎缩，由此对以装备制造和大宗农产品生产为核心优势的东北地区造成极大冲击。在中国经济步入新常态、全球经济近期内无法得到根本性缓解的大环境下，东北地区只有充分发挥资源优势并进行更好的资源配置才有可能弯道超车，而资源配置的通道要素至为重要，珲春-扎鲁比诺港的海铁联运为东北地区打开了一条资源配置优化的快速通道。

当前俄经济陷入空前困难，特别是西方持续对俄经济制裁，也逐步加大了俄对中国的依赖程度。尽管 2015 年中俄双边的贸易额仅为 680.6 亿美元、同比下降 28.6%，但正如俄外交部长拉夫罗夫所说，这只是暂时现象，中俄两国处于有史以来最佳状况。中国是俄第一大贸易伙伴，中俄两国未来在能源和高科技领域，包括核能利用、宇航、通讯和飞机制造领域将有一系列重大合作项目。2016 年一季度，中俄双边贸易总值增长了 3.6%，可以预见，不仅仅是传统的资源性产品进口和劳动密集型产品出口，未来高附加值的技术密集性产品将成为互贸的新生力量。

物流服务业是东北地区新的经济增长点，面向新出海口的海铁联运则是突破的重点。在实体经济下降的同时，物流业产值却逆势上扬。2015 年全社会物流总额达到 220 万亿元、5 年年均可比增幅约为 8.7%，物流企业数超过 30 万家，从业人员总数超过 3000 万人，各指标都是实体行业中发展最快的。2015 年全社会完成货运量 450.2 亿吨、同比增长

4.4%，公路完成货运量增长 6.4%、民航完成货运量同比增长 5.2%、水路完成货运量同比增长 3.7%，唯有铁路完成货运量同比下降 13.7%，也是连续第四年同比下降。

虽然铁路货运量主要是受大宗货物及高耗能产业下降的影响，但铁路货运改革及结构性调整势在必行。尤为可喜的是，从铁路总公司总经理赴青岛与海尔集团签订战略合作到 515 铁路客运进行战略性调图，铁路人开始在市场体系中逐步发力，而最能发挥铁路长途与网络优势的海铁联运成为铁路货运改革的必然选择，目前仅有占比不足 3% 的海铁联运比例为未来铁路货运改革奠定了广阔的想象空间。

与此同时，俄已开放且极力推动的北极航道为珲春-扎鲁比诺港在未来东北地区成为衔接中欧贸易的必然通道奠定了成本优势竞争基础，途径北极“黄金水道”将为物流企业节省至少 7500 海里航程和 15 天时间，加之破冰技术和气候变暖保障了全年四季的通行能力，以 2015 年中欧贸易总额 3.51 万亿元、预期 2020 年中欧贸易总额达到 1 万亿美元的发展趋势来看，东北地区如果把握好此次契机，将有极大的可能实现全面振兴，重新恢复昔日经济老大的光彩。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成去火车站买车票，售票员说：“对不起，只有站票了，要不要？”

大成说：“可以，买张靠窗的站票！”

淘汰快递三轮车需提前考量产业发展

2016-05-10 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：596,160）



有消息称，深圳市邮政局5月5日联合公安局召集深圳市物流协会及相关快递企业进行了座谈。座谈会上，这些企业承诺会在2个月内淘汰本公司的电动（机动）三轮车，以规范行业末端配送车辆。部分快递企业更是主动承诺，只要满足其公司两轮备案电动自行车的配额缺口，将使用新能源电动微型货车和备案电动自行车替代电动三轮车，并在会议现场对备案配额进行了分配。

这显然是深圳市为建设国际化大都市而采取的又一重大举措。

目前深圳市只有1.8万个电动车配额，而一线快递业务员的电动车需求量在4万台以上，可以预见，未来深圳市的快递企业对电动车配额的“饥渴”程度，而由此带来的产业发展问题也需要地方政府提前进行系统考量。

首先是快递效率的问题。目前的三轮车可以全封闭且载货量较大，而未来替代的备案两轮电动车不仅无法应对风吹雨淋这样的天气所带来的影响，且载货量不足原来的5%。这样一来，配送次数将大幅增加从而导致交通压力增大。另外，两轮电动车的交通事故率也不一定就低于现在的三轮车，甚至更高；而如果重新回到以往邮递员一辆自行车驮一个布口袋的做法，以如今庞大的快递量，电动自行车能承担现在的配送需求吗？至于另外一个用来替代三轮车的新能源微型电动货车，找到适合的停车位将是一大难题。由于大城市城区的住宅区停车场空余车位十分有限，以往三轮车还可以倚着楼门暂

停几分钟，对交通的阻塞不是很大，但微型电动货车停在哪？难道需要电动货车与电动自行车进行组合送货吗？

其次是行业发展的的问题。深圳市现有超过7万人的快递员，每天派件量超过400万件，新政之后还有没有可能实现按时到门派送呢？快递业的兴起有赖于优质的上门服务，2015年全国快递业务量达到206.7亿件、同比增长48.0%，快递收入累计2769.6亿元、同比增长35.4%，而与快递业相辅相成的电商行业2015年网络零售额达4万亿元。如果快递无法及时送到甚至需要客户到服务站自取时，那将会对快递业产生怎样的负面影响？

第三是“快递小哥”因此造成的损失谁来补偿？据悉，要求2个月内淘汰的电动三轮车是快递员自行掏钱购买的，一辆快递电动三轮车平均价格在7000元左右。快递员应该是整个行业最基层的从业者，收入不高，在规则制定上往往也无话语权，那么地方政府在制定政策时首先就应当考虑维护他们的利益。

第四是对公众的服务可能会受影响。一是上门取送件的效率会明显下降；二是快递成本上涨带来的快递价格会长期上涨。每一个环节成本的提升都会带来行业供应链上利润的重新配置，也会带来不同行业的此消彼长。

（作者系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

城市快速淘汰“快递三轮车”还

需考虑民生与产业发展

2016-05-10 作者：刘大成

作者按：新华社《经济参考报》对原文进行了大量删减，故刊登原文，以飨读者。

据悉5月5日，深圳市邮政局联合市公安局召集市物流协会及快递企业座谈，与承诺通过购买或租赁新能源微型电动货车以及满足备案两轮电动自行车配额的情况下，在2个月内淘汰本公司电动（机动）三轮车的企业签订承诺书，并在会议现场分配备案配额。这是继续“禁摩限电”之后的深圳在建设所谓国际化大都市的又一重大举措。

当然，承诺书并不代表法律法规，也不代表国家标准或者行业标准，但是由于深圳目前只有1.8万个电动车配额，而一线快递业务员的电动车需求量在4万个以上。可以想见未来深圳市所有的快递企业一定是俯首帖耳地签定承诺书并遵照执行，可是由此带来的民生问题和产业发展是否在地方政府提前的系统考量当中呢？

快速淘汰快递三轮车的第一个原因是不遵守交通规则，包括逆行、无视交通信号、开得快、给行人带来安全隐患。主管部门说的是言之凿凿，笔者对三轮车的印象也不好，不过深思起来，却又似是而非。难道汽车、自行车就没有这些问题吗？数据统计，2015年深圳市摩托电动车占交通车辆的56%，但交通事故致死率涉及摩托电动车的9%左右，而从事故频发性来统计，深圳过去六年中的交通事故率摩托电动车占18%，都远低于平均水平，板子似乎有些打错屁股了。当然也有统计不全的可能，但也一定是因为事故不严重而自行解决，犹如自行车

逻辑好像也错了，违反交通规则应该是加强交通规则的宣传、引导、执行和奖罚，或者根据出行需要进行交通道路的分类规划、设计和运营，为便利

的电动车规划配置专门的道路，而现在为嫌管理上的麻烦和市容上的有碍观瞻，干脆因噎废食，一禁了之，其中的懒政之嫌是跑不掉的。

快速淘汰快递三轮车的第二个原因是恐怕就有点儿拿不出手了。都说三流的企业做产品，二流的企业做品牌，一流的企业做标准。可是运动员直接兼任裁判员就有点儿越位了。邮政局过去承担着许多社会职能，如邮递员要把信函递送到每一个乡村角落，因此成本也一直居高不下。2007年DHL、FedEx、UPS一进入中国，迅速占领了高端市场，挤占了原本邮政的高利润产品。为补贴邮政局的亏损，国家也与同年批准成立了中国邮政储蓄银行，希望通过银行板块的收益来补贴邮政的亏损。然而，随着顺丰等民营企业的崛起，迅速将中国国内市场的份额夺回，目前民营企业在国内市场份额占比已超过了86%，也远超过知名的跨国企业UPS、DHL和FedEx，同时有赖于电商的快速兴起，中国快递业市场也成为全球第一并将持续下去。而此时，邮政局最应该做的就是制定行业标准而不是直接把市场竞争对手赖以生存的优势末端配送工具取消了事。

快速淘汰一个快递末端配送车辆需要综合考虑一个新政带来的所有负面风险。首先是快递效率的问题。目前的三轮车可以全封闭且载货量较大，而未来替代的备案两轮电动车不仅仅是无法预防快递件的风吹雨淋，而且载货量也不足原来是5%，可以想见每次配送的次数增加以及对交通压力的增大，而且两轮电动车的交通事故率也必然高于现在的三轮车，恐怕会事与愿违；如果重新回到以往邮递员一辆自行车驮一个布口袋的风范，关键是如今的快递量远超过去邮政的几个信函，电动自行车真的能承担现在的配送需求吗？再说说另外一个替代的新能源微型电动货车，目前大城市城区的住宅区停车场有几个能随时有空余车位呢？以往三轮车还是可

以倚着楼门暂停几分钟，对于交通的阻塞不是很大，但是微型电动货车还有这种可能吗？电动货车停在哪里呢？难道需要电动货车与电动自行车进行组合送货吗？

其次是行业发展的问題。深圳市现有超过 7 万人的快递小哥，每天派件量超过 400 万件，新政之后还有没有可能实现按时到门派送呢。快递业的兴起有赖于优质的上门服务，2015 年全国快递业务量达到 206.7 亿件、同比增长 48.0%，快递收入累计 2769.6 亿元、同比增长 35.4%，而与快递业相辅相成的电商行业 2015 年网络零售额达 4 万亿元，位居世界第一，当快递最后到门的服务无法及时送到甚至需要客户到服务站自取的时候，会对此产业产生的负面影响是什么呢？特别是在供给侧结构性改革和去产能的国家大战略下，如何减少失业人数成为最为急迫解决的，而此时出台的快速取消快递三轮车的措施就有些与国家大政方针逆流而动、不合时宜了。

第三是快递小哥因此造成的损失谁来补偿呢？管理机构一纸文件乃至一页承诺书发下来简单，可是 2 个月内要求淘汰的电动三轮车也是快递小哥自行掏钱购买的，一辆快递电动三轮车平均价格在 7000 元左右，预订的补偿机制是什么呢？笔者亲自查阅文件并电话咨询了一下有关部门，还真没有相关文件。快递小哥应该是整个行业的最基层从业者，收入不高且社会地位也属于底层，往往没有规则制定的任何话语权，那么地方政府在制定政策首先就应当考虑维护他们的利益，而此举明显侵犯了快递员的切实利益，而补偿问题却只字未提，相信未来也不会给出什么补偿预期，那么快递业只有继续默默承担损失，哪个快递小哥愿意接受此新政呢？

第四是公众的服务可以预期将长期被侵害。一是上门取送件的效率会明显下降；二是快递成本上

涨带来的快递价格会长期上涨。每一个环节成本的提升都会带来行业供应链上利润的重新配置，也会带来不同行业的此消彼长。负面效应明显摆在那里，正面的效应却真没有看到。

深圳市为建设国际大都市的目标，短期内将有碍观瞻的交通工具纷纷禁止，但是并未为此项新政的落地而系统考量各方面的负面作用，既侵害了社会底层劳动者的利益，又对快递行业产生了长期的负面干扰，而且替代方案也并未解决交通安全问题，此新政还是应当邀请各方专家重新论证、完善之后再行实施吧，而相关电动车产业能否看到市场机会设计出适合快递配送的专用车辆呢？

（作者：刘大成，清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强问大成：“大成老师，请教一下，如果我跳进 5 米深的深坑，又没有梯子绳子，怎么出来？”

大成想了想告诉小强：“你如果有针，在脑袋里开个洞，把脑袋里的水放出来，注满深坑，你就会浮起来”

小强问：“我脑袋里哪儿有那么多水呢？”

大成反问：“你脑袋里没有那么多水，怎么想起来跳进去那么深的坑呢？”

■ 大成编笑话

学生小强是湖南人，喜欢吃辣。昨天生病，医生要求不能吃辣的。

今天中午大成请学生吃饭，点了干锅牛蛙，小强的筷子马上伸了过来。大成问：“医生不是说你最近不能吃辣的吗？”

小强回答说：“我已经放弃治疗了！”

经济利润是物流园区的“除草剂”

2016-05-17 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：699,840）



早在 2012 年就开始有了物流园区闲置超过 60% 的说法，这或许只是某位业界人士的随口一说，但我们的确可以看到，大批规划中的物流园区里除了围墙就是杂草丛生。

因为从来没有明确过物流园区的面积到底是按规划面积、设计面积还是按建设面积作为计量标准，官方的统计数据中也就没有了物流园区“闲置率”这一表述。但由于笔者一直从事物流园区规划方面的工作，也调研了许多地区和行业的物流园区，因此对其中的一些情况还算比较了解。如果仅以规划或者控制土地的面积计算，保守来说，闲置率应该超过 80%，而从建成面积来看，所谓的闲置率应该低于 60%。多数控制性土地都缺乏真正的投入建设，往往几万亩的规划面积，真正投入建设的可能只有几千亩左右，所以去实地参观，看到的自然是杂草丛生的荒地。

还有个并不准确的数字，在以仓储物流园区为服务的企业中，平均总资产收益率仅在 0.8%。如此之多的物流园区没有发挥预期效能的原因有很多，其中包括国家与省市缺乏顶层设计和全局统筹，各地区服务辐射区域重叠、同质化竞争；园区规划缺乏与区域经济发展有效衔接、缺少与产业链融合；地方政府好大喜功、好高骛远，园区占地面积明显过大；管理者运营能力不佳，业主或经营者缺乏持续投资意愿等。

许多专家把这一轮物流园区建设称之为“圈地运动”，因为一方面许多地方是以物流园区为名，行商业地产之实；另一方面则更加干脆，只是买下土地，坐等土地升值后再卖出去，根本就没有规划日后的运营。究其核心原因，正是因为土地的价格飞涨让物流地产投资中的投机比例更高了。

我国自 2006 年开始实施 18 亿亩耕地红线，2007 年开始实施土地储备制度，同时国土资源部一直在收紧工业园区和高科技园区的土地审批和土地供应；加之国内房地产持续火爆，房地产价格飞涨数十倍，而当前在土地使用上限制比较宽松的只有物流园区用地，这就是为什么地方政府、各类企业和流动资本共同盯上了物流园区这块肥肉的原因。

2013 年，国家发改委会同 12 部门出台了《全国物流园区发展规划（2013-2020）》，将北京等 29 个城市确立为一级物流园区布局城市，将石家庄等 70 个城市确立为二级物流园区布局城市。应该说，这是因为看到了一些地方脱离实际需求、片面追求占地面积和规模的盲目性，也看到了物流园区“落地难”、“用地贵”和基础设施投资不足的问题。

物流节点城市和物流园区的分级规划在战略层面有了统一部署，这为减少物流园区闲置奠定了宏观政策基础，但如何真正实现物流园区的有效运营，还需要从地方政府的具体措施和企业的微观运营来深层次思考。

首先，要引入经济利润的概念。经济利润是经济收入减去经济成本，其中经济成本不仅仅包括会计成本，还包括机会成本，也就是把资源从其他生

产机会中吸引过来必须支付的报酬；经济收入不仅仅包括会计上实际获得的收入，还包括资产增值收入，这里面既包括了土地增值的收入，还应当包括由于物流园区的集约化和规模化所带来的利润增值收入，以及各种与物流相关的增值服务所带来的利润增长收入；而经济利润就是在经济收入高企的情况下使得债务资本和股权资本的投资者获得高企的“超额利润”。

其次，要了解物流园区的发展需要两个基本要素：投资和运营管理。先从投资上分析，目前所有投资者都看到了三个投资增值中土地增值的“超额利润”，有的投资者可以利用三分之一的土地进行商业地产，有的投资者干脆囤地待涨，这也是地方政府、投资企业乃至流动资本都乐于扩大物流园区规划面积的重要因素，而所谓的物流园区规划也不过是一份圈地之后便束之高阁的文件而已；但另外的两个投资增值项则需要更加有效地结合区域经济发展和产业链资源以及经营者的实际运营绩效才能实现的，由于目前物流园区的平均获利回收期长达十年到二十年，且还随着宏观经济走势存在各种风险，后两个投资项的“超额利润”并没有被广泛认可，因此也就难免产生“圈地容易落地难”的问题了。

解铃还须系铃人，既然明确了问题的本源，也就容易解决问题，那就是在规划的源头上就引入经济利润的评价，特别是引入对物流园区自身运营优势带来的集约化和规模利润以及运营者可能实现的增值服务利润的评估体系。

物流园区的出现是因为其先天的自然垄断优势，即可以通过规模经济和范围经济，涌现劳动力池、知识溢出和供应链，形成物流产业集群，进一步汇聚物流资源，构建网络优势，降低物流成本，并推进第三方、第四方物流、物流金融及供应链金融等

增值服务企业的汇聚，甚至可以推动区域的相关产业发展。但物流园区的形成也要依赖固有的区位与交通优势、区域内产业链的自然支撑和先期政策及投资的持续支持。因此，在园区规划中务必要下大力气、集思广益、因地制宜、创新发展，既要充分把握并优化好区域既有资源，又要与区域内的资源相互协调、优势互补、突出重点，特别是要把握各种经济发展的契机，吸引经济禀赋要素，创新性地达成产业升级和物流集群，从而吸引更多资金投入到园区建设和运营中。

物流园区规划还应寻求推进增值服务行业和企业的发展环境，从规划之初就要明确物流园区的运营模式，明确哪些政策、措施或资源可能是发展增值服务的潜在需求或条件，让投资者看到后续经营的“超额利润”期望，也让经营者看到未来发展的目标。

因此，物流园区的规划至关重要，而物流园区规划的评估审核则更为重要，“磨刀不误砍柴工”，虽然物流园区的建设有时需要争分夺秒，但前期的科学性论证依旧不可或缺，把三类经济利润的“超额利润”点引入园区规划中将会大大减少物流园区的闲置。

但愿经济利润能成为物流园区的“除草剂”。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成上课时说：“点名是个没品位的事情，从今天开始我不想再点名了！”

学生小强在下面鼓掌说：“是啊，大成老师，上课就不应该点名！”

大成接着说：“从明天开始咱们改签到了！”

各自为战投资再大也换不来港口群发展*

2016-05-24 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：1,305,017）



由于全球经济持续低迷，中国实体经济也一直在低位徘徊，2015年的进出口额同比下降了7%，其中排名前三的贸易伙伴欧盟、美国和东盟与中国的双边贸易额分别降为3.51万亿元、3.47万亿元和2.93万亿元。

进出口额的下降压迫海运运量特别是港口吞吐量开始下降。今年5月份，国际航线需求依旧疲软，主要航线运价继续下滑，反映即期市场的上海出口集装箱指数5月中旬为563点，上海至欧洲基本港市场运价5月中旬为606美元/TEU、同期下跌4.7%、装载率90%，上海至美洲航线的美东和美西基本港市场运价5月中旬分别为818美元/TEU和1619美元/TEU、同期下跌5.2%和3.8%、装载率为85%。全球港口特别是国内港口生产面临强大压力，未来吞吐量更是不容乐观。

而与此相对，前期国内各主要港口投资建设力度一直不小，特别是自实施“一带一路”国家战略后，环渤海湾、长三角、东南沿海、珠三角、西南沿海等五大港口群更是加大了基础设施建设的投资，仅以环渤海港口群为例，大连港集团已有固定资产超过了1000多亿元；天津港集团在近四年内投资94.2亿元；河北港口建设在“十二五”期间累计完成投资849亿元，未来规划投资3万亿元；山东省仅2015年就计划在港航建设上投资120亿元。

至于港口吞吐量排名居前的长三角港口群中的宁波-舟山港、上海港、苏州港基本上都是依靠投资而拉动吞吐量急剧上升的，而珠三角港口群中的广州港、深圳港也在不停地扩建基础设施。东南沿

海港口群和西南沿海港口群虽然起步较晚，但投资力度也是不甘落后于人。据统计，2015年1-11月份全国水运建设完成投资1278亿元，投资力度依旧一直在高位徘徊。

在海运需求低迷、水运价格萎靡不振的同时，港口投资巨大却难见到收益，现实与期望差距如此之大的供需关系加剧了国内港口之间的激烈竞争。

目前，国内港口的规模越来越庞大，吞吐量也在全球港口排名中遥遥领先，国内前十名的宁波-舟山港、上海港、天津港、苏州港、广州港、唐山港、青岛港分列全球港口排名的第一、二、四、五、六、七、八名，吞吐量均在4.5亿吨以上，而营口港、大连港和日照港也在全球排名前20名居前。

中国港口之所以在规模和吞吐量上能够名列世界前茅，绝不是因为中国的港口更先进、生产效率更高，或者更加具备国际航运中心的素质，而只是因为腹地经济的渠道带动而已。同时，这些港口无一例外地呈现同质化局面，腹地产业结构特点决定了港口业务的竞争冲突，从环渤海、长三角，到东南沿海、珠三角和西南沿海的港口群组中，港口群内部各个港口之间相距不远，有的相距不超过100公里，最近的甚至只有30公里，再以渤海湾为例，79个港口平均间距仅有65公里，普遍存在各自为战、重复建设、业务重叠、经营同质的现象。

由于各个相邻港口对应的腹地资源基本上相同，产业链中的物流资源并没有因此上升且还有所下降，而归属不同地区的各港口规模和产能却在投资下急速上升。可以预见，部分地区港口产能将极度过剩。根据以往的历史经验，依靠新增产能实

现吞吐量上升的可能性越来越小，靠规模扩展实现产值与利润增长的经营路径也宣告终止——2015 年国内 14 家港口上市公司净利润总额已经下降了 4%——将来部分港口的投资回报率会越来越低，信用评级越来越差，在资本市场上的估值降低也必然越来越不利于后续的运营投入，从而在全国范围内形成恶性竞争和港口整体性的收益下滑，甚至导致中国港口产业未来竞争力的整体损失。

实际上，自 2005 年起就有了港口产能过剩和重复建设的声音，交通运输部也一直在试图调整各港口的建设规划，但各大港口群仍在扩大规模。这是因为地方政府一直都存在 GDP 地域竞争的冲动，会出台各种政策或配套资金来推进本地港口的建设和扩充，结果必然是应该关闭的港口反而越来越大。

当然，因更加适应资源配置优化和产业链发展，一些新兴港口替代传统落后港口将成为历史必然。如营口港，因为振兴东北而打造的沈阳中心城市群而获得了强劲的发展动力，同时也因为面向沈阳以北的东三省腹地资源时，鲅鱼圈港区比大窑湾港区缩短了 190 公里的距离，完全具备更具市场优势的核心竞争力，加之营口港临港产业的聚集和资本市场的融资能力，使得营口港凭借资源配置效率的优化导致超高发展速度直接超越了身边的大连港。大连港的扩张建设已经凸显了其盲目性和非市场性，尽管大连港固定资产已超过 1000 亿元，但近期营口港就可以在吞吐量、产值和利润上全面超越大连港。另外我们也可以看到，因未来船舶重载后受自然水深等条件约束，导致新建的唐山港、黄骅港等港口也将会对天津港产生冲击。

面对数量如此之多、规模如此之大的已有港口群，各地的当务之急不应该是继续投资基础设施建设，而是依照物流行业的规律，利用网络化、系统

化、信息化和集约化来实现港口资源的整合。一个流行而简单的解决方案就是推行港口的“供给侧结构性改革”，由国家及包括数个省市的大区域内进行顶层设计及资源整合，并利用资本的力量和市场的核心竞争力推动区域内或跨区域的港口并购重组，形成依靠企业股份多元化而产生形态不同、层次区分、错位发展、功能互补的港口群，逐步实现一个利益主体的国际航运中心、主枢纽港、区域性港口和补充小港口的集成企业或企业联盟，以避免恶性竞争和资源分散，特别是避开地方政府的本位主义和盲目指挥，发挥现代企业管理制度和现代投资经营理念，以保证港口群的总体资源优势和产业链核心竞争力，从而实现投入产出的提升。

可以想见，中国港口产业未来的顺利发展必然依赖的是有效的港口结构性整合与网络化调整。

目前，已有一些省份在探讨整合省内的港口资源，如浙江省 2005 就开始规划宁波港与舟山港的合并；2015 年宁波舟山港集团有限公司建立；到 2016 年 2 月，宁波港股份与舟港股份重组，宁波港股份持有舟港股份 90.90% 的股份。至此，宁波-舟山港已成为吞吐量全球第一、集装箱全球第四的超大型港口，而后浙江省还将继续整合其他三个港口，实现省内资源的统一。辽宁省也在积极部署大连港与营口港的合并重组计划，而京津冀一体化发展的重大规划中也在积极推动天津港与河北港口群的总体合作或并购重组。

■ 大成编笑话

大成到楼下零售店拿一瓶可乐，老板要 5 元钱，大成问：“这建议零售价不写着 3.5 元吗？”

老板看着大成，一字一句地回答：“我不接受建议！”

断了的冷链靠什么来接续

2016-05-31 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：433,104）



上周，广西北部湾的 120 吨海鲜搭乘冷链专列从广西防城港站开到了北京大红门站，实现了海产品冷链专列在广西到北京的常态化开行，铁路冷链专列让北京人吃到便宜的北部湾海鲜。

目前，笔者正在参与规划长吉珲铁路与俄罗斯扎鲁比诺港的海铁联运，以及轻型货车的高铁客运化改造项目。这一项目建成后，价廉物美的铁路冷链也能让北京的消费者吃到便宜的日本海海鲜了。

世人对“冷链”的概念应该不陌生，从食品安全到药品安全都离不开冷链，冷链就是在特定低温环境下仓储、运输与分销，并保证农产品、食品、药品和生物产品的品质，但如此简单表述的冷链近来却问题频频，中国冷链到底怎么了？

按时间来算，以 2008 年奥运会全面发展冷链开始，冷链在中国已有八年历史，发展的时间足够长；按经济实力来说，中国已成全球经济总量世界第二，2015 年 GDP 高达 67.67 万亿元，冷链运行的经济环境充分；按消费能力来看，2015 年全年社会消费品零售总额达 30.1 万亿元，仅消费额就远超日本这个全球 GDP 排名第三的国家，而奢侈品市场消费额则占全球的 46%，达 1168 亿美元。另外，如果按占应用冷链最大份额的生鲜农产品市场来计算，仅生鲜电商交易规模就达到 560 亿元，以生鲜电商占 10% 的市场份额估算，2015 年生鲜农产品消费额应该超过 5000 亿元，拉动冷链快速增长的需求强烈；从投资能力看，2015 年全国固定资产投资达到 55 万亿元，比上年增长了 10.0%，投资冷链的资金条件成

熟；按冷链市场投资回报来看，预计到 2020 年，全球冷链市场的年产值达到 2719 亿美元，冷链投资回报的市场前景广阔。

各种统计数据显示，我国的冷链没有理由发展不起来，但实际情况却难以乐观。中物联统计的数据表明，2015 年我国果蔬、肉类、水产品的冷链流通率分别为 10%、26% 和 38%，而欧美日韩国家冷链流通率在农产品及果蔬上分别为 95% 和 98%，其间差距立显。虽然中国人均 GDP 只有 8280 美元，但比当初这些欧美国家建立完整的农产品冷链体系时的人均收入并不少，可见中国冷链物流比例过低的问题原因并不在这里。

为什么在需求和供给等所有资源都非常丰沛的情况下中国的冷链却没有发展起来？有专家认为是因为冷链行业起步晚，但中国多数新兴产业的发展速度绝不低于“深圳速度”；还有人认为冷链的标准化体系没有建立健全，但这不能自圆其说。虽然在我国，由于条块分割，各行业部门分别制定的 200 多项冷链物流标准较难统一，但在成立欧盟前，欧洲各国冷链标准也是各自为政、五花八门，而中国国家标准化委员会配置规格比较高，冷链各环节均有相应的标准，标准统一化也在实质性进行；还有人说因为政府对食品安全监管不够，可中国政府出台的《食品安全法》在全球应该是惩罚最严厉的；也有人说信息化程度不足，但当初欧美国家形成完整的冷链体系时距离互联网的兴起还有 30 年时空呢；最可笑的说法是，中国城市集中度不足，人口密度无法支撑冷链的消费，然而仅北京就集中了几千万人口，超过了加拿大人口总和；还有人认为多数

冷链环节由生产商、加工商和零售商自己操作，第三方冷链物流企业难以培育，可顺丰快递年初成立了冷运事业部，仅医药冷链年底目标值就是4亿元。

所以，这些所谓的问题都不是冷链缺失的关键性要素。

今年3月，在国家发改委等十部委联合出台了《关于加强物流短板建设促进有效投资和居民消费的指导意见》后，笔者曾在接受媒体采访时谈到，《意见》对“物流短板”的概括敏锐而切中要害，但提出的解决方案无一能真正落地。以农产品冷链为例，按照著名的“木桶理论”，由于冷链的“断链”，使得多数高投入的冷链在个别环节上一旦出现短板就会让整个系统低回报甚至负回报。

同时，由于冷链基础设施结构不合理且不均衡，一旦形成冷链体系，就容易出现“断链”。以生鲜电商为例，虽然生鲜农产品由于交易频繁导致客户粘性强而形成了高吸引力、高毛利、蓬勃发展的新兴市场，但事实上生鲜电商净利润极低，据不完全统计，冷链运输成本占总成本的40%以上，导致国内4000家电商只有1%企业盈利，95%的生鲜电商都处于“赔本赚吆喝”状态。

由于农产品从产地到消费者的分销体系链条较长，冷链体系庞大，单个企业难以独立覆盖整条冷链，就出现了“公地悲剧”。对于农产品冷链物流环节中无论是田间采摘预冷、初加工预冷，还是冷藏与冷运衔接处的“冷理货区”，都会因为拥有权的多主体“公地悲剧”，导致没有企业愿意投资而只是使用，从而加剧了企业在断点环节的投资弱化，最后演变成全冷链的系统“悲剧”。

看来，问题的核心清晰地指向了冷链基础设施的投资主体错位。欧美国家在国家公共财政投资上少之又少、慎之又慎，但在农产品冷链基础设施投资方面却采取全部或大部分由国家公共财政投资的方式。而近几年来我国在铁公基建设方面不遗余力地进行投资，甚至在本应由企业自行承担的投资领域也改由政府主导，比如对技术创新的激励和在新能源、新材料上进行政策补贴，却在最应该由国家公共财政投入的冷链基础设施方面投资极低，结果导致相关产业产能过剩。

在全国3700万吨整体冷链库容、9万辆冷运车辆条件下，目前冷链的发展存在问题：部分冷库的扎堆性重复建设，而社会性冷链基础设施却严重缺位。当前个别企业在冷链基础设施的投资也只是集中在供应链条短、可全覆盖的冷链环节，或者由药品冷链等高利润空间支撑并带动的共用冷链基础设施。而全局冷链基础设施的投资和“断链”的接续只有加大国家公共财政投资，才有可能唤起其他的跟随投资投放在快速高收益的冷链环节，从而让缺失的中国冷链快速发展起来。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强问大成：“大成老师，您说五行金木水火土哪个腿长？”

大成回答：“什么乱七八糟的？哪个腿长？”

小强乐了：“不会了吧，火腿长（肠）啊”

铁路货改成功要靠投入创新

2016-06-07 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：518,049）



目前正在进行的铁路货运组织改革是从解决铁路管理机制和运行机制以适应市场化的角度出发，将内控的按计划运输改为公开的按需求运输，其中的一个重要突

破便是，在铁路 12306 客户服务中心网站上开设了“中国铁路货运电子商务平台”，仿照铁路客票上网方式，从根本上约束了各路局运输部门原来从“请求车”到“承认车”的灰箱操作，同年 12 月份，又推出了中国铁路综合电商物流平台 95306 网站。

早前，铁路总公司运输局局长程先东曾发布署名文章，明确了铁路货运改革的四个方向的新突破，一是在现代物流信息化建设上取得新突破，包括优化平台服务功能，充分发挥区域市场服务功能作用；二是在开拓物流市场上取得新突破，包括发展全品类物流，拓展“白货”市场，推进货运营销区域联动，制定物流“一揽子”解决方案，优化区域循环和跨区域直达快运列车开行；三是在发展集装化运输上取得新突破，包括争取 3 年内全路建成 2000 个集装箱货场，3 至 5 年内铁路集装箱总规模达到 100 万只，运量达到货运总量的 20% 以上；四是在缩短运到时限上取得新突破，包括以压缩运到时限为目标，以实现准时快捷运输为重点，全面改革货物列车运行图管理，形成适应市场的货物列车开行全新模式。

铁路总公司此次在货运改革上的决心很大，这主要源于与公路货运、水运货运和航空货运节节攀升的势头相比，自 2012 年开始，铁路货运是唯一一年年货运量和货运收入超 10% 下滑的行业。据了解，2015 年全国铁路累计完成货运量 33.6 亿吨，同比下

降 11.9%，创历史最大跌幅，2016 年一季度全国铁路货物发送量完成 7.88 亿吨，较去年同期再减 0.82 亿吨，同比下降 9.43%，维持大幅下降势头。同时，与高速发展的铁路客运相比，铁路货运在硬件和软件上均相形见绌：2012 年货运营收是客运营收的 1.7 倍，2013、2014、2015 年分别降为 1.6 倍、1.48 倍和 0.92 倍。可以预见，2016 年货运收入也将进一步下滑，铁路已进入完全以客运为主的时代。

铁路货运之所以下滑，从表层原因来看，是由于整个国家处于从原来高速增长向中高速增长转移的经济新常态，实体经济持续下滑，整个货运总量增长缓慢所引起的，加上经济结构调整，重化工向后工业化发展，第三产业占比增加，产品附加值不断提高的同时，体积与重量不断下降，适合中长距离运输的大宗货物占比不断减少。此外，西部电厂的兴起和制造业向中西部转移，也减少了煤炭等物资长距离运输的需求。但如果从更深的层次来探究，则是铁路货运的经营理念、产品设计和运输组织还不是一个现代物流企业，铁路货运组织尚不清楚如何获取细分市场的竞争优势。

国家铁路局今年 1 月初发布的《铁路“十三五”发展规划征求意见稿》要求，到 2020 年，实现全国铁路货运量 42 亿吨，平均年增长 4.3%，货运周转量增加三成，到 3.17 万亿吨公里，其难度可以预知。为此，铁路总公司总经理盛光祖今年 4 月亲自带队到青岛与海尔集团签订了战略合作协议，开行了海尔电器专列，随后开行了格力电器专列，再之后又开行了从防城港到北京的海鲜冷链专列；北京铁路局也在与天津港以股份制形式共同推进了天津港散

货物流中心铁路集装箱办理站等海铁联运；沈阳铁路局正规划设计借助国铁线的珲春-扎鲁比诺港“借港出海”到日本海、北极航道的海铁联运新突破。

但心态的转变仅仅是开始，要从中获取收益和利润还有很长的距离。笔者认为，中国铁路货运依旧前景广阔，其理由有三个。

一是发达国家发展到一定程度，第三产业占比增加，产品由于体积、重量降低而对铁路的长途重载需求减弱，但发达国家高速公路基本上不收费，因此航空与公路联运成为市场成本和利润取向的博弈结果。然而，中国在较长的时期内，由于公路建设及公路建设的投资需求并未减弱，而高速公路收费甚至普通公路收费仍会继续进行，因此在 600 公里以上的中长距离运输中，铁路依旧具有成本和安全的优势。

二是发达国家的经济结构趋同，只能在全球范围内形成资源地-生产地-消费地的产业链结构，因此更多流通依靠海运、航空和公路运输来保证。但中国幅员辽阔且经济结构差异性大，从经济发达的东南部沿海，到承接产业转移的中西部地区，再到大宗原料及资源丰富的西部，可以自成资源地-生产地-消费地的产业链环，而运输距离普遍超过了 1000 公里，铁路运输优势明显。

三是铁路总公司还处在向现代物流企业转型过程中，上升空间巨大。以客运为主的德铁原来也曾巨亏过，不过从 2013 年 10 月起，德铁开始投向物流，通过并购德国物流巨头斯廷内斯（Stinnes）的方法买回 1991 年出售给斯廷内斯的辛克物流，并将原有货运融入斯廷内斯之下，目前已成为全球空运

第二、全球海运第三、全球国际展会物流第一、欧洲陆运量第一、欧洲铁路运输排名第一的物流企业。

因此，铁路货运应重点考虑如何引入强利润的增值链。目前推出的“门到门”服务实际上是以己之短去“硬磕”公路货运之长，不节节败退才怪。而铁路的优势在于铁路运营的网络、庞大资产的信誉和全天候运输的安全保障，弱点在于硬件软件较为落后、信息不与社会连接、运输时间随机且无保障、基层企业化服务意识严重不足，必须扬长避短才能快速取得突破，达到事半功倍的效果。

首先是加大硬件改造，铁路货运硬件并不适合现代物流市场需求，要寻求世界一流的货运硬件来带动货运体系的快速发展；其次是面向高利润的快递业引入或设计开发高速轻型货车，以及货流客运化，从定点货运班列开始，逐步转变为具有类似列车时刻表的货运系统；第三，是优化货运编组车厢数量，以加速缩短集货时间，保障装箱比例；第四，重点引入社会资源和社会资本，投入基于站场的物流园区建设和高速轻货列车的设计与开发。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成拨拉拨拉小强的头，小强醒了，问大成：“不好意思，大成老师，我睡着了，我睡了多久啊？”

大成看看小强说：“一分钟吧！”

小强惊呼：“啊，我觉得睡了那么久，怎么才睡一分钟啊？”

大成嘟囔一句：“你有多度日如年啊！”

高铁出海应“戒急用缓”*

2016-06-14 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端浏览量：1,061,034）



6月9日，美国私营铁路公司西部快线(Xpress West)突然单方面宣布终止2015年9月签订的与中国铁路国际(美国)有限公司合作修建连接洛杉矶和拉斯维加斯高速铁路的合同，理由是中方合作迟缓和难以获得项目审批。

连接洛杉矶和拉斯维加斯的高铁项目全长370公里，预计总投资金额达127亿美元，计划于2016年9月开工。据西部快线CEO介绍，问题在于美国联邦政府规定高速列车必须在美国生产，而美国没有高速列车生产厂。中国铁路总公司10日回应称，这一行为错误且不负责任，应依法进行交涉，而2015年中国已经在马萨诸塞州建立了地铁生产基地，高铁项目落地后，合建工厂并不存在障碍。

这是中国高铁出海美国的首个项目受阻，却远不是首个高铁出海受阻的项目。2014年11月3日，中铁建与南车及4家墨西哥本地企业联合体在墨西哥中标了270亿元的墨西哥城—克雷塔罗的高铁项目，6天后被墨西哥通信和交通部取消，并重启投标程序；2015年1月，中铁建和中车再度竞标，然而时至2月2日，墨西哥财长宣布由于石油收入锐减，高铁无限期搁置，最后以赔偿2000万比索（人民币810万元）告终。

无独有偶，拉丁美洲真正第一条高铁是2009年3月22日中国中铁在委内瑞拉开工承建的蒂纳科—阿纳科铁路，全长471.5公里，总投资75亿美元，最高时速220公里，预计2012年完工。然而2013年6月，委内瑞拉国家铁路局承认拖欠中国4亿

美元，2014年4月，中铁董事长披露项目因融资问题被长期推迟，2015年1月，中方管理人员撤出，至今尚未铺设一米铁轨，主要问题在于委内瑞拉经济崩溃，项目遭遇“烂尾”。

不仅仅在美洲，即便在中国具有广泛影响力的东南亚，同样存在高铁项目受阻的问题。印度尼西亚的雅加达—万隆高铁项目可谓一波三折：2015年7月，印尼取消高铁方案改建中速铁路，但在中方同意印尼不使用政府预算、不提供主权担保、中方占合资公司40%股份的条件下，10月16日与中国正式签订了雅万高铁项目，计划11月开工，实际开工时间拖至2016年1月22日。2016年3月，合资公司获得印尼交通部特许经营协议，预计2018年完成，全长150公里，最高设计时速300公里，总投资51.35亿美元。然而，印尼交通部又要求修改计划，将使用年限增至100年，并加固地震多发地区轨道，剩余路段是否及时获批也无法预测。目前来看，基建已经不可能有利润，而以印尼政府传统的善变性格，这一项目的未来前途未卜。

如今，唯有欧洲的高铁项目还算进展不错，但也仅仅是土耳其伊斯坦布尔—安卡拉高铁二期的土建工程，由中铁建中土集团负责按照欧洲标准进行施工，未来运行西班牙高速列车及韩国高速列车。这个项目全长158公里，合同金额12.7亿美元，设计时速250公里，2014年7月25日建成通车。

另外一条属于欧洲的高铁应该是2015年3月中国建议俄罗斯建设的莫斯科—喀山高铁，中方还建议成立各占50%的合资公司并准备投资3000亿卢布（约324亿元），其中500亿卢布由中国公司

投入，其余 2500 亿元则由中国银行贷款提供。项目全长 770 公里，总投资约 1.068 万亿卢布，目前仅仅处于勘察设计阶段。

也有还在规划中就存在风险的。昆明—新加坡高铁也称泛亚高铁，全长 3000 公里。规划中泛亚高铁共分 4 段，第一段为昆明—老挝首都万象，第二段为万象—泰国首都曼谷，第三段为曼谷—马来西亚首都吉隆坡，第四段为吉隆坡—新加坡。其中，中老高铁从 2010 年开始商洽，2015 年 11 月签订协议，由中方负责 70% 的投资，然而老挝 2015 年 GDP 仅有 125.48 亿美元，仍属最不发达的国家之一，因而其国内一直有高铁成本过高的呼声，半途终止的风险依旧存在。

另外一个中国极力争取的是泰国境内的曼谷—呵叻段也落地困难，虽然 2015 年 12 月举行了启动仪式，但 2016 年 3 月泰国政府突然宣布从贷款利率考虑，泰方要完全自筹资金投资，虽然仍使用中国技术、信号系统和列车，但基建工程、原材料、设备和劳动力均来自泰国。事实上，曼谷—呵叻段项目需要举债 48 亿美元，这样一来，未来三年泰国公共债务将超过 GDP 的 50%，特别是廊开—呵叻线可能取消，昆明—曼谷的高铁无法贯通，期待的中国游客不可能经由，届时客运收益将无法支付贷款利息，加上原有的“高铁换大米”由于政权更换也成泡影，中国在泰国高铁项目上前途堪忧。

可以看出，尽管许多国家政府对中国高铁兴趣备至，但一旦濒临项目落地乃至开工建设，各种困难纷至沓来。导致困难的各种原因不一，有政治上打压的、市场上竞争的、资金上短缺的、国民经济崩溃的、配套利率过高的，不一而足，但所有原因其实都是表象，而且一直存在且可以预测；真正内在的

核心原因在于“高铁出海”战略正确，但具体实施起来操之过急。

中国高铁是中国制造乃至中国经济发展的一张名片，截至 2015 年底，高铁路网已经达到了 1.9 万公里而位居世界第一，高速铁路建设与高速列车关键技术均进入了自主创新阶段，特别是高铁建设成本仅有竞争对手的 2/3，运营成本也相对较低，而且中国铁路建设速度堪称全球第一，工期最短，因此在最初的谈判中往往受到经济实力较弱的国家欢迎。

然而，国内快速发展的成功经验并不能成为海外市场竞争的模板。目前，中国“高铁出海”的意向性区域均是市场并不成熟的地区，而高铁市场成熟的区域往往又是中国高铁竞争力或影响力不足的地方。因而，在条件尚不具备时，高铁出海还应“戒急用缓”。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成正在上课，突然有一个学生推门进来坐下。大成就问：“你为什么迟到了？”

那个学生看着大成说：“老师，对不起，我进错教室了！”就起身准备出去。

大成赶紧说：“没有关系，留下听吧，今天人少，你可以捧个人场！”

■ 大成编笑话

大成给学生小强介绍个女朋友，对小强说：“姑娘各方面条件都不错，也挺漂亮，就是有点儿胖！”

小强乐了，说：“就我现在这经济条件，饿瘦她是早晚的事！”

令人崩溃的航班延误究竟怪谁*

2016-06-21 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：1,165,938）



德媒《法兰克福汇报》6月15日以“中国民航准点率排名垫底，空域拥堵是症结”为标题，发文抨击称，在中国坐飞机是个噩梦，2015年航班平均晚点21分钟，有1/3航

班延误。文章举例说，近来从北京至上海的东航航班延误十个小时后，再度因北京“恶劣天气”继续推迟，但所谓的“北京暴雨”迟迟未到，却导致580架次飞机延误，北京的一点儿毛毛雨造成了整个空中交通的半瘫痪。

在此之前，BBC（英国广播公司）4月29日的新闻也用大量素材，吐槽中国机场的准点率“简直不能忍”，说“对于在中国工作的外国人来说，如果你从未体验过中国的航空服务，那你就没有资格抱怨自己国家的航班延误。”该新闻引用了2014年的统计数据，认为长三角地区四座最大的机场——杭州萧山、上海浦东、上海虹桥、南京禄口的准点率略高于30%，堪称全球最不守时机场。

航班延误已成为行业性公共问题，不仅外媒对远隔万里的中国航空频繁抱怨，国内经常乘坐航班的人大多都有过被延误的经历，相关投诉也因航空公司给出的各种理由而弄得投诉无门、筋疲力尽。笔者自己也曾有十数次因“天气原因”之外莫名其妙的理由被延误至第二天，最后逼得笔者外出时，只要有5小时内能抵达的高铁或动车，就绝不考虑乘坐飞机。

机场数据网站FlightStats曾对2015年全世界188座机场的准点率进行一次统计，数据表明，在后20名中，中国大陆、香港和台湾地区占14席。

其中，杭州萧山机场再次位居最差，准点率仅41%；上海浦东准点率为52%；香港机场准点率为59%；北京首都机场准点率为64%，而比上述机场更为繁忙的东京成田机场准点率却高达92%。看来，服务能力与服务质量才是中日机场间最大的差距。

与此相对，外媒对中国高铁的准时率却充满了溢美之词，认为绝大多数高铁的发车和抵达时间通常可以精确到1分钟。看起来“中国服务”并没有整体塌方，像高铁这样完全垄断和完全市场化的行业，服务能力和服务质量均可以得到保障，而民航业却出现了结构性问题。

在我看来，问题的症结恐怕还不仅仅只是外媒声称的“空域拥堵”问题，也不仅仅是国家民航总局自己总结的“航空公司”、“空中管制”、“天气恶劣”和“军事活动”等四大原因，深层次的原因或许还需要抽丝剥茧才能找到。

国家民航总局把“军事活动”导致的空域偏小归为外部原因。的确，中国空域管理以空军为主体，协调上以军航为主导，实施民航申请、军方审批的流程，民航可使用空域不足全部空域的30%，与美国的80%相比显示出严重不足，而军事演习也会导致大面积航班取消。

快速增长的航空运输需求与空域资源有限使用的矛盾越来越突出。不过，随着航空市场的逐步扩大，民航所使用的空域比例会逐步加大，特别是低空空域已向民用飞行器开放了1/3，说明在服务整体国民经济的“航空经济”带动下，从国家层面全局考虑，未来空域改革和加大公共航空运输的保障已成为军民融合、军地两用的发展方向。

“恶劣天气”是航空业的固有障碍。虽然全球变暖导致的极端天气越来越多，但随着航空技术的发展与航空全系统管理能力的进步，真正因天气原因造成的航班延误不足 20%，纯粹因“恶劣天气”造成的延误更是少之又少。与日本成田机场、巴黎戴高乐机场、德国法兰克福机场进行对比就很容易看出，恶劣天气很可能是中国的航空公司、空管部门给出的托词而已。

“空中管制”是最让旅客头疼的一种解释，旅客第一反应往往是“听天由命”。空中管制是利用技术和设备对飞机在空中飞行情况进行监视和管理，防止飞机在空中相撞或者同障碍物相撞，以保证空中交通无阻和有序飞行。实际上，多数空中管制就是在“机多路窄”情况下进行流量控制，以保证繁忙扇区和航路的安全。但由于空管部门自成体系，保证安全成为其唯一目标，因此难免出现牺牲运行效率和整体效益的绩效冲动，导致目前航线利用率仅有 60%，严重低于欧美国家的 80%。

“航空公司”应该是造成航班延误的重要因素。年初，东航曾出现机票超售导致航班延误而仅赔偿 200 元的事情，笔者认为这属于选择性引入国际惯例。实际上，由于国内大型航空公司太少导致市场被联合垄断，在监管制度不完善和博取利润的市场冲动联合作用下，航空公司往往采取航班合并、机票超售等主动欺骗旅客的行为，有预谋地造成旅客航班延误，这也是旅客不相信航空公司给出的延误理由进而频频发生冲突的主要原因。

更重要的原因则是，国内航班起飞、降落及航路的利用率低下。有这样一个案例：一汽马自达引入了完整的丰田生产线，但运行时却出现了制品堆积、工人操作空间不足的问题。究其原因，丰田生产线的最短节拍时间是 43 秒，而引入丰田生产线的马自达当时的最短节拍时间超过了 3 分 40 秒，这样的

设施规划当然无法产生同样的生产能力。国内首都机场、浦东机场的规模和跑道数并不比日本成田机场、纽约肯尼迪机场小，但起飞频率却大了数倍乃至数十倍。另外，同样的航空技术、导航技术，欧美机场起飞间隔跑道距离不超过 5 公里，而西安机场掌握在 15 公里；国外航班同一机型起飞尾流间隔在 2 分钟以下，而国内往往超过十分钟。

由此可以看出，国内外机场在软硬件、飞机性能和航空技术上都没有差异，差异在于管理体制与管理能力，包括空管人员的积极性。航空是一个大系统工程，航班延误也必须从大系统上分析问题，才能解决问题。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强到大成办公室查分，手里拎着一个电视遥控器。大成纳闷问小强：“你查分也没有用啊，你自己觉得能及格吗？对了，你拎着个电视遥控器干什么？”

小强回答说：“这个啊，遥控器啊，大成老师，您信不信我也能用这个遥控器把您的电脑给关了？”

大成看看小强说：“好啊，如果你能用遥控器把我的电脑关了，我就给你及格！”

小强走过来，用遥控器一端按住了电脑开关机按钮。

■ 大成编笑话

大成问学生小强：“考你一下，你说狗前面放着骨头和屎，狗会选择哪个？”

小强乐了，说：“这还不容易啊，拿骨头蘸着屎吃啊！”

中俄合作应落地在东北通道经济上

2016-06-28

作者：刘大成

来源：经济参考报 (296,577)



俄总统普京在接受新华社社长蔡名照专访时说出了“盟友”二字，看来中俄关系又跃升到一个新层次，但中俄战略协作伙伴关系要想在全球持续发挥效用，中方应“扬长”，而俄方应“避短”，着力点依然还是在经济。

对中国现言，南海问题只是表象，中国只需见招拆招即可，而对中国实体经济特别是“中国制造”的全球性打压才是致命一击；对俄罗斯来说，虽然英国脱欧会减弱欧盟对俄制裁的压力，但英国也绝对不可能转而支持俄罗斯，占俄经济 70% 的化石能源工业更不可能在近期有所缓解，第二支柱产业农业又没有国际市场竞争优势，俄罗斯的经济危机有可能成为压倒骆驼的最后一根稻草。

美国的“重返亚太”、“再工业化”、跨太平洋伙伴关系协定（TPP）、跨大西洋贸易与投资伙伴关系协议（TTIP）和南海问题等剑指的都是中国经济的高速发展，而与欧盟联合制裁俄罗斯则是直接瞄准了俄罗斯的经济短板，中国的“一带一路”国家战略与俄罗斯“向东看”国家战略被史诗般地结合到了一起。

在《中俄睦邻友好合作条约》签署 15 周年、中俄战略协作伙伴关系建立 20 周年之际，中俄领导人以更高规格站在了一起。6 月 25 日，中俄签订了三个《联合声明》，直指美国及其盟友在南海问题、朝鲜半岛问题和乌克兰问题上对地区事务的横加干涉。从俄方来看，此次领导人聚会已经超越了经济层面，而是向两国合作的最高层面发展。然而，中俄合作

的落地点应该在哪里呢？这要看“不针对第三方”的那个“第三方”关注点在哪里。

中国经济经过三十多年超高速发展，已经成为仅次于美国的全球第二大经济体，即便是未来保持中高速增长，也可以预见 5-10 年后或超过美国成为世界第一，而中国的政治影响与军事实力还远不能在国际上称雄，因此“第三方”虽然在政治上打压、军事上遏制，但当前目标依然聚焦在狙击中国的经济增长特别是“中国制造”的发展；而对于俄罗斯，“第三方”则恐惧其在军事上东山再起，因此经济制裁仅仅是攻其软肋而已，俄罗斯的当务之急就是防止被一击致命。

这样一来，中俄战略协作的着力点就应该在共赢互利基础上的互惠互利经济合作上。中俄边境线 4300 公里，西段与新疆接壤只有 50 多公里，而其余边境线均在东段，俄罗斯远东地区与中国的内蒙古、黑龙江和吉林交界处。

目前，随着全球性产能过剩和国家间货币竞争性贬值，全球市场萎靡、大宗商品断崖式下跌、国际贸易收缩。在这种状况下，各国开始在国际贸易上呈现日趋强硬的自保立场，仅在钢铁产业上就先后有澳大利亚、欧盟和美国对中国横加指责并征收反倾销税，同时金融货币手段也成为各国转嫁危机、刺激经济增长和维护金融霸权的手段。

而中国国内也在供给侧出现了结构性产能过剩，加之传统的劳动力红利日渐丧失，中国实体经济从过去长达 32 年的年均 9.87% 的高速增长转变为 6.5% 左右的中高速发展，经济进入新常态。

实体经济下滑尤为突出的是东北地区。2015 年辽宁、黑龙江和吉林三省以 GDP 增速 3.0%、5.7% 和 6.5% 倒数第一、三、四名垫底之后，2016 年一季度依然是 -1.3%、5.1% 和 6.2% 的倒数名次垫底，其中辽宁省更是首次出现了 GDP 负增长，昔日的东北老工业基地成为实体经济下滑、“中国制造”被冲击的最典型代表。

在全国供给侧结构性改革、产业结构性去产能的大环境下，东北如果还死守制造业，是很难达到中央发布的《中共中央国务院关于全面振兴东北地区等老工业基地的若干意见》宏伟目标的，必须寻找经济突破点，而中俄战略伙伴关系的升级则为发展服务业，特别是建立通道区域和通道城市奠定了坚实的政治基础和经济环境。

与此同时，俄罗斯在美欧打压下把国家战略从“两头看”转向“向东看”，所毗邻东方的远东地区发展成为重中之重。远东地区主要人口是俄罗斯移民，自前苏联解体特别是经济严重下滑后，远东地区居民纷纷迁回欧洲，人口急剧下降。为避免趋势恶化，2015 年年初俄政府推出免费赠予每个俄罗斯远东居民 1 公顷土地的政策，但获得土地的俄罗斯人往往把土地长租给了中国农民。随后，俄政府继续鼓励远东发展，2015 年 2 月批准远东地区《超前发展区法》并首批批准三个地区；2015 年 6 月开放远东地区的资源类项目的控股权，外资可以控制超过 50% 以上的股权。2015 年 9 月，批准《符拉迪沃斯托克自由港法》，适用范围包括 15 个市（区）以及波希耶特港、扎鲁比诺港和纳霍德卡港等 3 个远东南部重要港口，法律适用区域总面积 2.84 万平方公里，人口 140 万。2016 年 4 月，主动建议在俄境内铺设一条不同于俄通用宽轨铁路的国际标准轨距铁路，并由中方负责运营管理。

中方如何利用好合作关系变得至关重要，俄罗斯能提供给中国的资源并不多，但位于日本海的俄港口和俄管控的北极黄金海道可以完全影响到中国经济特别是东北地区的下一步腾飞。由于符拉迪沃斯托克（海参崴）港属于俄海军太平洋舰队的母港，因此中国的目标应该关注离符拉迪沃斯托克 50 公里之外的扎鲁比诺港。根据笔者 2 年前的规划，从珲春建设一条建立扎鲁比诺港只有 10 公里远的标准轨国铁，将两国国铁换装站迁至扎鲁比诺港附近，仅需 33 亿元人民币就可以实现“借港出海”及海铁联运，同时通过珲春-扎鲁比诺港-北极航道-欧洲港口，为中国-欧洲航线上的物流企业节省至少 7500 海里航程和 15 天时间，并为俄罗斯北极航道管理局带来了丰厚的护航与破冰收入。东北地区也可以从制造业基地、资源型城市向通道区域、通道城市转型，从而形成高端制造业与高端服务业、高端物流业并存的区域产业链条与经济特征。

（作者：刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

同事小明与老婆吵架，互不搭理。

晚上小明媳妇放了个屁，过两分钟小明放了一个更长的屁，小明媳妇气的说：“你还敢顶嘴？”

■ 大成编笑话

同事小明怕媳妇，因为怕媳妇打他，就商量能否只在家里打，小明媳妇同意了。

可是昨天两个人在餐厅吵起来了，小明媳妇又上去一个嘴巴子，小明捂着脸说：“不是说好只在家里打吗？”

小明媳妇想了一下说：“大丈夫四海为家！”

新经济亟待后电影产业链加入

2016-07-05 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：987,612）



7月2日笔者有幸受邀参加了《摇滚藏獒》的电影评论会，这样一部融合东西文化而又突出中国元素的动画大片，相信会有非常好的票房收入。虽说在电影评论方面是个门外汉，但笔者还是想探讨一下电影产业中后电影市场的培育与开发。

从物流与供应链的观点出发，在好莱坞工业体系的营造中，后电影及衍生品市场才是商业电影最为关注的核心目标，“电影+”所带来的旅游市场、游戏产品、玩具产品、创意产品和服饰产品等市场前景广大，而融合文化、知识、品牌、角色和故事要素的电影则是整个“电影+”产业链的牵引机车，随后的电影衍生品市场就是被牵引的各节车厢，从中可以收取“车票”盈利。

而中国的电影工业亟待形成类似完整的“机车+车厢”产业链。

一部电影的好坏固然重要，但成功地把一个成熟完善的后电影产业链有选择地移植到中国才是最重要的。目前，国内华谊、光线、博纳、万达等影视公司虽然发展迅速，但市场地位和竞争体量还难以对抗好莱坞六大公司，后电影及衍生品市场更是难窥全豹。但资本的强流动性有助于中国公司与好莱坞公司的融合，中国公司有机会学习好莱坞的电影制作工业体系并加以发扬光大。

中国电影产业正处于跨越式发展的阶段。2015年全国电影总票房达到440.69亿元，同比增长48.70%，稳居全球第二大市场，未来一年内甚至有

可能会超过美国，成为全球票房龙头，而国产影片票房达到了史无前例的271.36亿元，占总票房的61.58%，海外收入也创造了27.7亿元，同比增长48.13%。目前，国内每年拍摄电影600余部，影院屏幕达到2万块，资本市场上更是一片火热，各类投资给中国电影产业带来了巨大的推动力，中国电影的黄金时代好像真的来了。

随着全球市场萎靡、大宗商品断崖式下跌、国际贸易收缩，全球性产能开始出现过剩，导致我国实体经济下滑，且低迷状态预计还将持续一段时间，因此各路资本包括热钱纷纷从实体经济抽出，涌入金融、文化、体育等非实体经济板块，尤其是电影板块受到了极大的追捧，电影市场成为低迷经济中的最大亮点。特别是由于互联网企业快速引入与广告植入产业蓬勃发展，使得依靠明星、名导和题材炒作、P2P模式等的影片在开拍前就可以通过植入广告或者众筹收回投资成本，院线的票房收入几乎就是纯利。

按照2015年增长趋势，未来每年在电影制作上的资本需要就高达200亿元以上，但中国电影市场中目前的资本来源往往是热钱和游资，追求快餐式的即时回报，因此也存在极大的投资风险和产业风险：一是票房收入过于集中，2015年16部影片票房总计164亿元，占国产片票房的60%，而其余公映的不到300部影片则瓜分剩余的40%。与此同时，2015年报请备案的电影高达2904部，获得许可证的有600余部，公映的仅有300部。这样算下来，一部影片平均投资2000万元至3000万元，能够收

回成本的少之又少；二是“票房注水”和“保底发行”对电影投融资的伤害，《叶问3》成为最为典型的丑闻和投资市场毒药。“互联网+”助推下的电影市场呈现爆发式增长，但海量资本投入下的电影产业链布局战略仍不明晰，后电影产品或者电影衍生品产业尚处于萌芽时期。

美国好莱坞电影工业总收入的 80% 来自于后电影产品开发，例如，《星球大战》前三部票房总收入达 10 亿美元，但后电影产品收入超过 40 亿美元；拿下奥斯卡 11 个小金人的《泰坦尼克号》是首个全球票房超过 10 亿美元的宏制巨片，收入高达 18 亿美元，而后电影市场收入远超票房收入 3 倍，仅美国两个主题馆每年门票收入就高达 2100 万美元，而后电影产品超过 3000 多个，“海洋之心”宝石项链仿制品甚至成为最为畅销的产品；《侏罗纪公园》票房总收入不到 10 亿美元，但后电影产品收入高达 30 亿美元，环球影城的侏罗纪公园是最受欢迎的展区之一。

6 月 16 日上海迪士尼乐园正式开园，开园前，万达集团董事长王健林发表观点称，“有万达在，上海迪士尼 20 年内盈不了利”、“战略是好虎架不住群狼”。华特迪士尼董事长罗伯特·艾格对此回应说，“我被这种言论逗乐了”。事实上，投资 55 亿美元的上海迪士尼乐园未开园就爆满，开业当天所有场馆均“爆馆”，主题蛋糕、冰激凌卖到无法及时制作成品，酒店售价超过千元还住不上……可以看出，王健林说了一句大话，迪士尼乐园在创意产业开发中引领着全球的主题公园产业，仅仅《冰雪奇缘》的奥萨公主裙每年就卖出 300 万条达 4.5 亿美

元，2015 年迪士尼全年收入 524.65 亿元，其中消费品收入 44.9 亿美元，区区门票迪士尼岂会那么在意。

迪士尼创业之初，因为资本问题将幸运兔子包括产品权和肖像权在内的所有产权出售给了环球电影公司，使之无法制作衍生品；而后迪士尼先生以米老鼠系列再度起步，并绝对控制了迪士尼电影公司和创意产品产权，才形成了今日的最强主题公园。由此可见，衍生品产业最重要的是，在最初产业总体战略和企业运营战略上就加以考虑，基于软实力和品牌文化的衍生品市场竞争中，中国整体上还处于刚刚起步。

今年两会期间，总理在《政府工作报告》中提出，“必须培育壮大新动能，加快发展新经济”，并首次将“新经济”写入了政府工作报告中。新经济一词起源于 1996 年底的美国《商业周刊》，是指在经济全球化背景下，信息技术革命和制度创新所带动的、以高新科技产业为龙头的经济，具有低失业、低通货膨胀、低财政赤字、高增长的特点。目前电影产业的强势兴起，既有互联网企业的介入、高新技术的扶持，又有多路资本的蜂拥而至，因此，电影产业和游乐园产业应该都列入新经济的范畴加以引导和支持。

（作者系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成的课期末考试，出了几个选择题，就看学生小强拿了五个纸团抓阄，大成气乐了，但也纳闷地问：“小强，答案只有四个，为啥你弄五个呢？”

小强腼腆一笑：“还有一个是‘再来一次’”

铁路货改捷径在“三化”

2016-07-12 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：656,971）



俗话说，“欲速则不达”，而“成功的路上没有捷径可走”。不过，多数大国的崛起都是通过“走捷径”实现的；多数通道城市的兴起同样是因为踩准了时代捷径的节拍；而当产业落后需弯道超车时，还真需要考虑走走“捷径”。

中国铁路货运目前主要面向国内市场，其竞争对手无非是公路、航空和水运。数据显示，2015 年全社会完成货运量 450.2 亿吨、同比增长 4.4%，其中公路完成货运量增长 6.4%、民航完成货运量同比增长 5.2%、水路完成货运量同比增长 3.7%，唯有铁路完成货运量同比下降 13.7%。这已是铁路货运连续第四年同比下降。铁路要想在物流货运体系中弯道超车，必须寻找应对其他三个行业竞争的有效方法。

首先是市场定位。从货种来看，占铁路市场最大份额货种是大宗货物，而受全球市场萎靡、大宗商品断崖式下跌影响，煤炭等大宗货物运输需求持续下滑，铁路货运要想提高货运量特别是提高收益，必须定位于开拓百货、快递和冷链等高附加值且日趋增长的物流市场。而从运距来看，铁路突出的价格优势在 600 公里以上的中长距离运输。因此，货运改革目标是寻找争夺中长距离的百货、快递和冷链物流市场的方法。

2015 年，中国快递超过 205 亿件且保持 40% 的高增速，全年收入达 2769.6 亿元，而其中 70% 为异地快件；中国冷链储运均处于初级阶段，果蔬、肉类、水产品冷藏运输率分别为 30%、50% 和 65% 左右，腐损率为 15%，8% 和 10% 左右，而 2015 年冷

链市场规模达 1583 亿元，预计到 2020 年冷链将达到 3479 亿市场规模，复合增长率为 17.1%。因此，铁路货运如果能在从运输企业向全供应链物流企业转变的过程中，有效切入高附加值的快递、冷链和百货市场，将有机会找到高增长的捷径。

其次是评估自身的优势劣势。铁路货运的核心优势在于铁路运营网络、庞大资产与历史沿革的信誉、全天候运营的安全保障；而弱势在于硬件软件较为落后、信息不与社会连接、运输时间随机且无保障、基层企业化服务意识严重不足等。如何扬长避短并全方位向现代物流企业转变成为关键。

第一要保证及时性。与多数“门对门”不需换装的公路物流相比，铁路时效性还有待提高。从线上看，将铁路货运提高到时速 120 公里是最佳性价比选择；而时速 160 公里和时速 250 公里则需要综合考虑罅隙市场利润与成本的均衡；逐步引入高速货车，一是以提速既有机车、车辆向轻型准高速发展，另一方法是以现有客运 350/380 系列客车减成本、降配置、向下兼容高速货车。从点上看，则需要缩短集货时间，采取减少“小编组”列数或者采用新型轻载货车解决非满载问题；需要提高节点作业效率，包括装箱、拆箱以及自动化分拣作业；尽可能引入集装箱和研发铁路专用的可周转集箱内组合分箱，并研发相应配送车辆。从路网衔接上看，尽可能减少传统的通过解编、再编组的方式，完成事实班列或虚拟班列，实现中长途点到点直运；创新 18 个路局间利益分配机制，实现统一化管理。从终端客户需求市场看，则需要建立基于公铁转运的特殊“门到门”服务，利用研发的专用配送车辆及标准组合

分箱，掌握终端客户数据，实现铁路调度公路资源和全物流资源。

第二要保证准时性。供应链物流中成本浪费最大的要素是不确定性带来的，准时是铁路货运必须面临的挑战。铁路有完整先进的 TMIS 系统作为潜在资源，却不对社会开放；应将其中非安全货运信息与 95306、社会信息平台集成共享，构建全新移动信息平台，保证物流透明。同时开行超级班列，逐步推行定时货运的客车化，在运行组织上强制实现准时制。提高货运装备的标准化，研发与集装箱配合的组合分箱及相应的“门到门”标准配送车辆，保证集货与配送节点的准时。

第三要充分挖潜铁路货运成本优势。目前货改中的“按重量一口价”方式在运营收益上并不具优势；如果改用超“小编组”、改造轻型车辆则完全可以按辆、按体积计价，达到高利润；引入可周转的集装箱组合分箱则可以进一步划分计价单元，既吸引了客户，又降低了运行成本。同时，充分挖潜现有路网的运力，科学投放高速轻载货运列车运行班次，逐步引入价格歧视与收益管理模式，增加高增值高收益货种和流向的运力份额，在专有罅隙市场以成本优势窃取公路、水路和航空市场份额。

第四要提升终端客户的服务便利性。通过 95306 平台建立终端客户数据库，深度挖掘终端客户需求并按群/组定制服务平台。另外，通过铁路/地方共建覆盖全路网的公铁联运物流园，开发研制适合周转的集装箱铁路专用组合分箱及配套地配车辆，并用“准甩挂”方式，实现“门到门”服务。依托铁路品牌、资产担保优势、全天候运行优势，集成供应链金融、仓配保理、代理支付等业务，既增加了服务便利性，又实现了增值服务的超利润。

第五是以大投资换新市场。大投资下的高铁不仅增加了客运服务水平，提高了客运收入，更开拓

了新市场需求和创新了新经济模式。对比高铁建设的投资回报率，铁路货运亟待对硬件、软件和管理系统的大投资。货运专线、公铁联运物流园、高速轻载机车和车辆、共享式信息平台及移动 APP、可周转集装箱组合分箱、标准专用地配车辆、专用公铁联运自动化分拣系统等都是潜在高效率高回报的标准化载体，对未来弯道超车奠定了技术和装备基础。

因此，铁路货运改革应首先在设施标准化、组织系统化和经营客运化入手，走出一条创新超车的捷径。

（作者系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强到食堂吃饭，洗手时发现师傅烧菜时不卫生，向校办投诉，校办说一定严肃查处。

第二天再去发现食堂，发现洗手池的门被关上，写着“闲人免进”。

■ 大成编笑话

大成想减肥，就去马场训练，结果有了新发现，问服务员：“你们马场啥时候买个骆驼啊？”

服务员白了大成一眼说：“啥时候买过骆驼啊，这不上一次你骑过一次，就这样了！”

■ 大成编笑话

下午上课，学生小强刚刚发言，大成就打断他说：“你怎么吃个午餐就变土豪了呢？”

小强回答说：“大成老师，不好意思，我午餐时候，发现餐厅大蒜居然不要钱，就赶紧多吃了两头！”（当时大蒜价格高企，史称“蒜你狠”）

多式联运发展需要依靠单元分割*

2016-07-19 作者：刘大成 来源：经济参考报 (客户端浏览量：910,459)



多式联运的概念在我国已经提出多年，目标是公铁水航多种货运方式实现无缝衔接，但事实上却推进缓慢。多式联运核心在于集装箱周转，铁路虽然适箱货物超过了运输量的 10%，但真正装箱纳入集装箱运输的仅占 2-3% 左右，集装箱周转量占铁路货运总周转量的比重也不超过 5%；而集装箱海铁联运的数量仅占全国港口吞吐量的 1.5% 左右，排名第一的大连港占其集装箱总吞吐量的 3.75%，紧随其后的青岛港仅有 1.77%。

政府、铁总和港口并非没看到其中的问题，也并非不知道多式联运可以带来效率提升和物流成本降低。国家发改委今年 3 月 3 日发布的《关于加强物流短板建设促进有效投资和居民消费的若干意见》指出，加强多式联运转运设施建设，提升货物中转效率；国家发改委和交通运输部今年 6 月 6 日联合印发的《关于推动交通提质增效提升供给服务能力的实施方案》，更是强调大力推广联程联运，实现运输组织的无缝衔接，发挥不同运输方式的组合优势，以提高运输效率，降低社会物流成本。铁总运输局局长程先东年初发表署名文章同样强调在发展集装化运输上取得新突破，3 至 5 年内集装箱运量要达到货运总量的 20%。

看起来政策有了，决心也很大，但落实下去却并不容易，因为各独立投资方短期的投资回报率并不明显，甚至还可能赔本赚吆喝。铁路、港口乃至航空对于多式联运的意愿都很强，因为他们缺少“门

到门”的公路运输对接；而多式联运的另一主体——公路运输却并不积极。据统计，2015 年全社会完成货运量 450.2 亿吨、同比增长 4.4%，而公路完成货运量增长 6.4%，超过全社会货运的 4.4% 增幅，也超过航空的 5.2%、水运的 3.7% 和铁路的 -13.7% 增量。即使没有多式联运的支持，公路物流并不缺乏竞争力和收益。而要想推行多式联运体系的落地，效益日益滑落的铁路应该是率先主导的行业。

节点效率不高是目前多式联运存在的关键问题之一，哪怕铁总实现了总货运量 20% 由集装箱货运组成的目标，也难以解决“门到门”的物流全链条服务能力。因为从铁路货运的集装箱转到公路卡车上实现快速装卸还比较容易，但转到城市地配“门到门”专用车辆时，在分拣、拆箱和装箱上存在作业复杂、效率低下等问题；而从卡车、船载的集装箱转到铁路车体上，则存在单箱配重均衡标准统一的问题，严重影响铁路运行安全；当然还存在企业自备箱因回收困难，难以在路网流通的问题。

要破解这一难题，需要从铁路货运的优劣势入手，扬长避短。笔者曾总结铁路货运的优势在于铁路运营网络、庞大资产与历史沿革的信誉、全天候运营的安全保障；而弱势在于硬件软件较为落后、信息不与社会连接、运输时间随机且无保障、基层企业化服务意识严重不足等。铁路庞大的运营网络优势使得在推进多式联运快速转设设施设备技术标准、装备标准化和绿色可回收周转化具有可能。

“十三五”期间，铁路将投资 2.8 万亿元用来扩大铁路基础设施网络，构建与公路、水路和航空

等有机衔接的综合交通运输体系，扩大集装箱中心站和末端配送等货物集散网络。可以想见，铁路可以自成体系构建以铁路货运物流为主导、吸引各方投资的全物流产业链生态圈，也使得以铁路率先投资规划设计的多式联运装备标准成为铁路货运改革的标志性成果与竞争利器。

铁路可以依托与地方政府、企业共建覆盖全路网的公铁联运物流园，以最具市场高利润和高收益的快递、冷链和白散货为主要竞争罅隙市场，开发研制适合周转的集装箱铁路专用组合分箱及配套地配车辆，建立自动化高效分拣系统，实现铁路主导的物流专业化配送服务。

铁路货运 2015 年收入仅有 2312.1 亿元，且以 -10% 速率下降，而快递市场 2015 年收入达 2769.6 亿元，其中 70% 为异地快件，并保持 40% 的高增速发展。但铁路货运必须建立有核心技术的突破性优势才能快速介入快递市场并获取竞争优势。

快递业“门到门”末端运输车辆目前是以三轮车甚至摩托、电动自行车为主，而从深圳市开始逐步普及的“禁摩限电”政策中可能挤压出新的四轮新能源配送车辆，邮政总局也正在规范相应的末端配送车辆标准；从节点城市物流园到城区集货点也由于城市交通政策限制而主要采用小型配送卡车，与航空集装箱、公路集装箱同样需求拆装和分拣；还有快递包装垃圾惊人，2105 年共消耗了塑胶袋 82.6 亿个、包装箱 99 亿个、胶带 169.5 亿米，其中胶带长度可绕地球赤道 425 圈，快递业亟须绿色包装和包装可回收，但都由于无法形成周转网络而止步于可回收包装的高成本门槛。

铁路庞大的路网覆盖和自循环体系恰恰具有绿色周转的优势，以铁路为主导的物流全产业链生

态圈可以使铁路为主导开发集装箱内专用组合分箱，无缝衔接公铁联运物流园与城区集货点之间、集货点与末端客户之间的可组合分拆、拼接和周转的细分仓配单元，并开发对应的标准仓配卡车、末端配送标准车辆，以及适用于多式联运专用组合分箱的自动化分拣系统及综合信息服务平台。

专用组合分箱就是集装箱的单元分割，也可以称之为更小的集装箱。集装箱是 20 世纪最伟大的十个发明之一，它是卡车司机发明的一个连接公铁水航的通用标准，其单位被称之为 TEU，即 20 英尺单位，指柜体外径尺寸为 20X8X8 英尺 6 英寸。专用组合分箱则采用更小尺寸、适合最小末端配送车辆运输的盛装标准，并具有相互快速联结、分拆的能力。

但如果该盛具不能周转、循环使用，则成本会急剧上升；而一旦形成可以循环使用的周转载体，则不仅仅是提高换装效率、保证内置物品安全、减少物流时间，更重要的是可以大大降低物流包装成本，那样铁路货运在快递业甚至冷链、白散货罅隙市场的竞争优势立显，同时也带动了全社会多式联运的蓬勃发展。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

同事小明拉大成去吃鱼，说那儿的鱼不错。

餐厅里鱼上来后，小明尝了一口就大叫：“老板，这鱼怎么没有上周的新鲜啊？”

老板远远地白了小明一眼说：“这鱼就是上周的！”

深圳地铁商务舱属于基本公共服务“缺位”

2016-07-26 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：703,635）



深圳地铁 11 号线开通价格为普通舱 3 倍的商务舱的新闻，近日引发了支持和反对截然相反的观点。

支持者认为，这属于市场经济下的差异化服务，增加了对包括老弱病残等特殊需求者的便利服务，鼓励了服务创新，也符合市场原则；反对者则认为，地铁具有强公益性，在运能远不能满足公众需求时，设置差异化服务是本末倒置。网络上的统计结果居然是正反方各占 50%，看来目前确实应该认真地解释一下什么是基本公共服务，以正本清源。

基本公共服务是指建立在一定社会共识基础上，根据一国经济社会发展阶段和总体水平，为维护本国经济社会的稳定、基本的社会正义和凝聚力，保护个人最基本的生存权和发展权，为实现人的全面发展所需的基本社会条件。因此基本公共服务有几点要突出强调：一是要有社会共识；二是要结合发展阶段和总体水平，即有时效性；三是强调对基本社会条件的保障，即以当时最低社会条件来保障弱势群体。

深圳地铁提供的公共服务是否属于基本公共服务呢？深圳市虽然户籍人口仅有 300 万，但管理人口高达 2000 万，截至 2016 年 6 月底，深圳地铁共 6 条线路、149 座车站，运营线路总长 230 公里、最高客流 394.34 万人次/日。运营商务舱的 11 号线属于机场线，但也是事实上的通勤线，每天人满为患。北京地铁有 18 条线路、334 座车站、运营线路总长 554 公里、最高客流 1303.86 万人次/日，上海

地铁有 14 条线路、366 座车站、运营线路总长 617 公里、最高客流 1116.6 万人次/日，对比来看，深圳地铁单位公里客流量非常高，最高达 1.72 万人次/日公里，与深圳公交共同构建了深圳市公共交通的骨干，因此其公共服务也必然属于基本公共服务。

深圳地铁划分出价格相差 3 倍的普通舱与商务舱，属于经济学中的收益管理差别定价的范围，类似航空公司、铁路运输、邮轮和酒店管理中的 VIP、一等座、二等座、套间、标准间等，它面向不同目标细分市场，确定不同的价值推动力，制定最优价格差别，并用各种“藩篱”防止细分市场间的转售，以求整体利润最大。且不同子市场的最优价格与需求的价格弹性存在的反向关系，可通过设置生产能力的不同配置，使得各个子市场的边际收益相等后实现整体利润最大，也就是研究一列地铁究竟设置多少个普通舱、多少个商务舱可以获得最大利润，目前深圳地铁是八节车厢中有六节是普通舱，两节是商务舱。

这样看起来深圳地铁追求最大利润的市场化行为也没有什么不对，最多是笔者帮助计算一下，普通舱细分子市场的边际收益与商务舱细分子市场的边际收益是否相等或接近相等，或者为什么不是设置一节商务舱或三节商务舱。

然而，深究起来，上面论述是将公共部门与私营公司的概念和目标混淆起来。因为私营公司与公共部门或非营利组织追求的价值最大化目标完全不同，也是因为它们提供的商品和服务的性质以及获得资助的方法不同。

深圳市是改革开放的特区，市场化走在全国最前列，深圳地铁也在市场化进程中敢为天下先，深铁集团在物业开发上名列深圳市房地产综合实力第14位，拥有15个物业开发项目、总建筑面积600万平方米，是深圳市最大的地铁物业“地主”。在2015年财务报表上，深铁集团资产总额2403.97亿元、利润总额达5.67亿元，其中地铁板块运营总收入23.7亿元、收支结余1.37亿元；而2015年北京市公交地铁补贴达到142亿元，两下对比，应该对深铁集团的运营能力和竞争力表示赞赏，也对其成本-效益目标中的高效率表示敬意。

但是，公共部门和非营利组织的成本-效益目标只是运营决策的一个因素，更重要的是，公共部门和非营利组织设置的原始目标，是维持系统持续运行并保障公平原则。

铁路、航空、航运、酒店等需求的市场价格弹性较强，人们可以选择不同的出行方式，甚至可以选择出行与否，因此价格歧视、收益管理等市场行为是值得被鼓励的。但公交地铁属于价格弹性极低，近似“刚性需求”，类似食盐、水、电等每一个人生生活甚至生存的必需品。一个人可以不到其他城市出差、旅行，但基本工作和生活需求使之不得不到城市的其他地方上下班，公交地铁是出行成本最低的选择，因此公交地铁不仅仅属于公共服务，而且属于基本公共服务，其属性在于其公共性、普惠性和社会公平，是政府调控社会成员之间收入差距、促进社会公平正义、保障社会安定有序的制度性手段和机制。

地铁等城市公共交通服务的客户群体中绝大多数是中低收入阶层，因此许多城市公交地铁一直享受着政府补贴，北京去年给公交地铁财政补贴了

142亿元，深圳地铁2011年也享受着深圳市政府8.3亿元的财政补贴，这些财政补贴事实上是在补贴公共服务企业“外部性”行为造成的外部性成本，也以政策来限制竞争者进入，因此公交地铁的效率目标应是基本公共服务均等化，而不是以市场差异化来换取高利润，能够减少财政补贴而达到收支平衡才应是提供基本公共服务企业的最佳目标。

从基本公共服务设置的目标考量，弱势群体应在基本公共服务体系中占有非常重要的地位，从当前经济发展阶段看，地铁公交是最应该保障社会基础公平正义的弱势群体的服务载体。以深圳市市民构成分析，根据收入及城市交通出行价格弹性来划分，基本组成包括自驾车、出租车、地铁和公交车，应该说地铁和公交车属于其中的中低收入客户的选择。因此尽管地铁商务舱有一定细分市场的需求，但是却牺牲了基本公共服务企业的核心目标，此处获取的高利润属于得不偿失。

深圳地铁在地铁物业上有效实现了企业运营的高利润目标，值得鼓励和学习，但在非营利目标上，靠牺牲基本公共服务企业核心目标和弱势群体利益来攫取高利润，不值得提倡。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强拿到工作录取通知书，异常兴奋地告诉了大成。

大成一把握住小强的手说：“出去以后，一定要洗心革面、重新做人啊！”

“互联网+” 高效物流重在闲置资源复用

2016-08-02 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：740,680）



这几天，“物流”成了热词。

7月20日，国务院召开常务会议，提出推进互联网+物流，“既是发展新经济，又能提升传统经济”，

因而要适度扩大总需求，推进供给侧结构性改革。随后，国家发改委7月29日也发布了《“互联网+”高效物流实施意见》，以推动大数据、云计算、物联网等先进信息技术与物流活动的深度融合，提高全社会物流质量、效率和安全水平。

中国的经济总量已位居全球第二，但中国的物流业却远落后于全球物流业。以物流成本所占GDP的比重来比较，2015年中国物流成本所占GDP的比重高达16.0%，远高于发达国家的8%，甚至比同样处于发展中国家、交通条件极度落后的印度还高5个百分点。由此可见，我国物流综合效率还处于整体低下水平，其中的关键在于物流的网络化、规模化、一体化、协同化、标准化和信息化的缺失。

物流网络化是指物流的各个节点要形成物流服务网络，并需要“重去重回”。其中，物流节点既可以是大的物流园区、物流中心、航空港、水港、无水港、配送中心、货运站，也可以是小的货场、转运站、编组站、流通仓库、储备仓库、转运仓库、分货中心。由于产业链布局的约束，资源地、生产地和消费地分布不同，物流一般具有单向流动的趋势，如果没有系统网络设计，货物运输往往出现单程的“重去轻回”现象，物流资源利用率自然低下；而一旦形成了物流服务网络，就会利用网络增加“重回”的机会，减少物流资源闲置，提高物流资源的服务效率。

物流规模化是物流成本降低、效率增加的关键，是物流企业做大做专，形成自然垄断的规模优势和范围优势。2015年全国社会物流总额219.2万亿元、社会物流总费用10.8万亿元、总收入7.6万亿元，而物流法人单位数超过30万家、在用车辆1450万辆、货车司机3000万人、从业人数达9000万人。物流企业小、散、乱、差现象严重，企业规模成为制约我国物流发展最主要的因素。

物流一体化指的是，将物流作为核心链条，从初始供应开始，经生产、销售直至消费者的供应链整体和系统优化，贯穿生产和流通全过程，以领导者和协调者的身份为客户提供全方位解决方案的供应链服务。只有物流一体化才能做大做强第三方物流体系，形成专业化物流平台，通过战略联盟、信息共享、风险共担、收益共享实现供应链的核心竞争力。

而物流协同化是将尚不能形成物流服务网络、不具备规模优势、难以实现物流一体化的若干物流企业，按照市场需求组成战略联盟或者业务外包，借以降低运输、仓储和库存积压成本，甚至减少物流节点操作的次数，降低成本的交替损失，并以联盟形式协同运营，形成可扩展的虚拟物流服务网络，实现物流的规模化优势和一体化核心竞争力。

物流标准化则是指各个物流单元、物流系统、微观物流共同组成宏观物流的关键衔接工具，它是保障物流整体运作安全便利、高效畅通的手段，直接关系到物流成本控制和物流服务水平。目前，我国在物流标准化上是短板，必须在物流标准化的体

系、基础、装备、应用上下大力气推行，才有可能从根本上扭转物流成本占比过高的困境。

物流信息化是利用现代信息技术来处理物流过程中的各种物流活动，以充分挖掘各物流环节资源能力，实现物流信息、物流技术、物流设备等资源共享服务，推进物流的创新发展和系统优化集成。物流信息化是当前我国物流科技中最关键的一环。

“互联网+”高效物流则更深度地利用了物流数据信息并实现物流信息互联共享，推动传统物流向信息化、数据化方向发展，形成互联网融合创新与物流效率提升的良性互动。但如何在现有物流基础较差的整体环境下，迅速提升“互联网+”高效物流的政策作用效果，笔者认为，应当着重放在物流闲置资源的重复使用上。

“互联网+”高效物流不可能完全依靠行政命令推动，它更需要依靠市场机制来运行，靠近 30 万家法人单位的主动参与。但无论是物流大数据中心的信息集成系统设计调整和数据汇集分析，还是多种运输方式间的信息互联交换标准体系、物流信息互联交换基础网络、物流配送三级体系以及末端配送网络，都需要在短期内进行大投入而后长期才能有所系统回报的，而推动民营资本进入和进行市场化运营又是“互联网+”高效物流是否成功实施的关键，因此必须寻找到短期资本可以取得高效回报的切入点和发展路径。

互联网在资源调配方面最成功的模范企业就是优步（Uber）。优步起家于“互联网+交通”，所依赖的就是创新性地提出了共享经济，一方面充分利用闲置的车辆资源和驾驶资源，另一方面则充分利用了无车用户对费用敏感的细分市场需求，通过共享来减少上路车辆，并降低社会出行总成本。而

优步又是全球资本化程度最高的企业。2016 年 6 月，优步 G 轮融资已累积高达 60 亿美元，成为有史以来依靠风投支持的美国公司获得的最大规模投资。虽然全球许多国家和地方政府封杀优步，但依旧无法阻挡优步在市场化道路上高歌猛进的脚步。目前，优步并不止步于“互联网+交通”，而是要将闲置资源复用的共享经济进行到底，实现“互联网+X”的全行业颠覆性创新。

另一个值得借鉴的是亚马逊公司。亚马逊推出的“一小时快递”金牌会员业务，之所以“送得快是因为离得近，离得近是因为猜得准”。试想，在全美和英国两大核心区，亚马逊能为会员在一小时内完成任何产品的快递送货业务，而全年费用只需要 99 美元，折合人民币 650 元，如果没有准确的预测，其库存和库存成本将是天文数字。亚马逊能在全球物流业居领先地位的核心，是其背后支持的大数据和云计算服务体系 AWS，在亚马逊全球会员平台上，真正实现并扩展了既满足成本控制又满足交期缩短的市场需求，从而也实现了互联网逻辑与实体仓储与运输的高效融合。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强只有一半脸红红的，大成问小强：“怎么了？”

小强反问：“大成老师，看来您不大懂生活常识啊，您知道通过掌纹是可以看出女朋友的性格吗？”

大成晕了，再问：“这与你脸红有什么关系呢？”

用大数据建设危险品物流安全平台

2016-08-09 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：783,099）



危险品在运输与仓储过程中，往往会发生爆炸、泄漏和污染等事故。据不完全统计，仅去年一年就发生了近百起大大小小的生产安全责任事故，造成许多生命的消逝和巨额财产的损失。“百年累之，一朝毁之”，危险品的物流安全问题成为悬在头上的达摩克利斯之剑，有针对性地进行系统有效的预防、预警、应急处置与善后处理，便成为危险品物流发展中的当务之急。

按照维基的解释，危险品是指在使用或者运输、仓储过程中，会产生对环境、健康、安全及财产造成危害的物质，按照化学性质一般分为爆炸物和引爆媒介物、易燃性和毒性气体、易燃性液体、易燃性固态、氧化媒介物及有机过氧化物、毒性及感染性物质、放射性物质、腐蚀性物质和其他危险性物质等九类。

随着我国经济进入中高速增长，对高端化工产品的市场需求持续增长，危险品物流开始步入高速增长期。据统计，2015年全国危险品运输量约为10亿吨，危险品道路运输企业约为1.1万户，运输车辆约31万辆，从业人员约120万人，而每年运输量增速达10%，居全球第二位，且可能很快超过美国成为全球最大的危险品运输国家。

危险品物流的迅猛发展客观要求各管理部门以更快的速度建立起更加完善的危险品安全管理体系。

诚然，我国政府和相关部门已陆续建立了一系列规范危险品物流运作的法律、法规、规定和

标准，一定程度上提高了危险品物流的安全系数。但近几年来，每年都会发生超过百起安全事故，发生率远高于欧美发达国家，让人们开始质疑这些法律法规和标准的科学性。这其中，既有专业水平不足的问题，也有基础设施条件差的问题，既有管理部门过多而协同管理不足的问题，也有信息化程度低导致监管能力差的问题，不一而足，但核心还是缺乏整体规划和系统建构。

危险品物流中的多头管理是其中最严重的问题之一。交通、公安、质检、安监、工商、环保、卫生、税务、海关等部门分头管理、职能交叉，形成的所谓闭环管理机制，容易存在争利时一哄而上而出现事故时则诿过推卸管理责任的可能，但目前还难以形成一个统一管理的体系，只能依靠技术工具来实现协同管理。

其中，大数据就是提高部门之间协同管理最便利的工具之一。所谓大数据，是指涉及的数据量规模巨大，无法通过传统数据库软件实现获取、存储、管理和分析的数据集合，具有海量的数据规模、快速的数据流转、多样的数据类型和价值密度低等特征。大数据的目的，是要把这些分布在各区域、各行业、各节点的非结构化或半结构化且含有意义的数据，依托云计算的分布式数据库和云存储进行专业化处理，实现深度数据挖掘。

危险品物流安全管理的大数据化可谓恰逢其时。在中国，2015被业界称为大数据元年，据调查显示，中国大数据市场已达到115.9亿元。2015年9月，国务院发布了《促进大数据发展行动纲要》，

明确从顶层设计中解决政府数据开放共享不足、创新应用领域不广等问题；“十三五”规划也明确提出实施国家大数据战略，到 2017 年底形成跨部门数据资源共享共用格局。

实际上，危险品物流管理体系的主要目标是安全，其次才是效率；而危险品物流运营企业关注的主要是效益，安全则是约束的门槛。因此，利用大数据实现物流安全管理的需求在于各级管理部门，特别是很多部门还都有非常庞大的数据在手。例如，储存在交通部门的运输工具安全管理、从业人员资格等数据；储存在公安部门的危化品安全管理、剧毒化学品购买许可证、道路运输通行证、运输车辆的道路管理等数据；储存在质检部门的危化品及其包装物/容器的工业产品生产许可证以及储存在安监部门的危化品安全生产许可证、仓储危化品建设项目的安全条件审查、危化品安全使用许可证等数据。

而通过各个区域、各级政府部门建立的大数据平台，可以高度共享协同以往分散存储的安全管理信息数据，从管理源头上实时杜绝任何不符合危险品安全仓储和运输条件的企业、设施装备、从业人员以至安全管理体系，有效规避多头管理中的客户信息数据冲突，让法律法规和标准在企业管理中落地生根。

当然，单纯依靠危险品物流运营企业的自律还难以保证全系统的安全，可以利用大数据进行深度数据挖掘，从危险品的采购、生产制造、包装、分拣、储存、运输、配送等全供应链环节上实现企业级、区域级和国家级的安全风险识别、控制和规避。利用大数据建立强大的分级危险品物流安全监控中心，实时对所有危险品的生产、仓储和运输，实施严格的全流程信息管理，包括货品及货物盛装物的

RFID 识别标签、车载移动终端、仓储终端、作业人员识别标签等，并建立基于风险识别的预警和报警系统，这有利于危险品物流安全事故发生的应急处置和救援互助。

大数据依赖于各个分散在区域、部门和企业内部的数据库，也取决于各区域、各部门和各企业的信息化水平。不过，借国家大数据建设的东风，首先可以在已有庞大数据源的各区域、各管理部门构建大数据平台；其次可以利用危险品物流企业利润相对较高的优势，强力推行企业级信息化及智能化。大数据不仅仅是作用于危险品物流的安全管理，还能作为物流企业经营获利的利器，在危险品分级标准逐步科学合理的基础上，可以利用大数据实现的全供应链物流整体优化带来效益与利润，让企业乐于建设自身的数据平台，从而实现大数据在危险品物流管理部门与危险品物流运营企业间的融合共享。

（作者系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

五一小长假，学生小强问大成：“大成老师，您说我如何在茫茫人海找到那个对的人啊？”

大成想了想说：“这太难了！就这人山人海的五一节，别说找到对的人了，能找到北就不错了！”

■ 大成编笑话

大成与学生小强一起走在清华校园，突然小强说：“大成老师，我好像看到了一个熟悉的背影！我真的好想他啊！”

等大成闻声张望时，小强已经从地上捡起一块砖头冲了上去。

商业海权可助力中国和平崛起*

2016-08-16 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：926,156）



海权论是 19 世纪末美国军事理论家 A.T.Mahan（马汉）在其海权三部曲中提出来的，其核心论点是，人类在海上的机动性远超过陆地，海上力量决定国家力量，谁能有效

控制海洋，谁就能成为世界强国；海权与国家兴衰休戚与共，要控制海洋，就需要有强大的海军和足够的海军基地，以确保对世界重要战略海道的控制。

马汉是在对英国等近 500 年来各个世界霸主进行深入研究后形成海权论的。尽管当时美国海军实力仅列全球第 12 位，但马汉主张美国一定要主动介入曾经忽视的巴拿马运河建设，要把海军从消极防御力量转为主动攻击力量，而夏威夷群岛与巴拿马海峡是美国崛起的基础。

海权论成为美国海军发展和海上扩张的理论依据：1890 年美国国会通过《海军法案》，之后开始大力发展海军；1898 年发起美西战争并打败西班牙，从而控制加勒比海，并获取了西班牙的殖民地——菲律宾、关岛；1900 年吞并夏威夷群岛，海军力量跃升至全球第 3 位，仅次于英法；一战之后，美海军跃升至全球第一，二战后更是控制了整个太平洋；即使是在冷战后大力缩减兵力的情况下，美国依然在全球布局了 700 多个海军基地，32 万海军和 20 万雇员，拥有 4 个作战舰队、10 个航母战斗群、272 艘现役战舰，2016 年海军军费开支达 1610 亿美元。

可以说，美国快速成为全球霸主的奠基石来自海权论。因此，美前总统罗斯福曾把马汉誉为“美国

生活中最伟大、最有影响的人物之一”。至今，美国全球战略的基础依旧是海权，其针对中国崛起的“亚太再平衡”、“南海仲裁案”、“第一岛链”等策略也不过是海权战略的延续而已。

中国的快速崛起已是必然。目前，中国的经济总量已位居全球第二，而如此快的发展速度必然在发展空间上受到传统霸主美国的遏制。从 2011 年加入并主导跨太平洋伙伴关系协定（TPP）到 2013 年启动跨大西洋贸易与投资伙伴关系协议（TTIP），从重提“亚太再平衡”战略到推动“再工业化”战略，从怂恿“钓鱼岛事件”、热炒“南海仲裁案”到布局“萨德”反导系统，无不体现了美国全面遏制中国快速崛起的意图。

但海权并不仅仅只是海上军事力量的较量，也是非军事力量的较量。马汉曾说过，商船船队是海上军事力量的基础，商业海权也是海权争霸双节棍的另一头。

近 2000 年来，基于海权争霸的历史持续了 600 多年，而在海权争霸之前一直都是陆权争霸，其核心是对土地之上物产的争夺，并通过陆地作战形成控制。然而，由于传统运载工具和运输方式的落后，使得控制成本在距离加大之后成指数上涨，因此许多强大的帝国均无法维持长久的控制。而海权则是对物流通道进行控制，即控制商业和贸易的物流经济，由于海洋运输的匀质性使得维持控制的成本极低，容易形成长久控制。由此可见，靠物流资源维持的商业和贸易才是海权争霸的关键。

随着陆路运输方式成本的降低，目前海权物流的成本优势也在逐渐削弱。同时，国与国的竞争也从单纯占有土地资源转向更高的阶段——实现金融资源配置的能力，但实体经济及其物流保障依旧是资源配置优化的基础，资源之上的商业和贸易依旧是目前国家竞争的核心手段，海上通道与通道节点的港口依旧是大国崛起时需要配置的必要资源。

中国经济的快速发展来源于贸易及由此发展起来的中低端制造业，目前，中国第一大贸易伙伴是欧盟。数据显示，2015 年中国与欧盟双边贸易额为 3.51 万亿元，超过美国的 3.47 万亿元和东盟的 2.93 万亿元。尽管现在由于英国脱欧使得欧盟退居第二，但贸易和物流方向是不变的，包括英国和欧盟的欧洲依旧是中国最大的贸易方向和发展动力。

8 月 10 日，中国远洋海运集团（COSCO）与希腊共和国发展基金签订了《比雷埃夫斯港务局多数股权交易完成备忘录》，这标志着比雷埃夫斯港务局股份 I（51%比港港务局股份）的交割及股份 II（16%比港港务局股份）的托管交易正式完成，中国远洋海运集团下属的中远海运（香港）将正式成为比雷埃夫斯港务局的控股股东，接管比雷埃夫斯港务局的经营。

中国远洋海运集团还计划在未来 5 年内投资 2.938 亿欧元，将比雷埃夫斯港建成欧洲最大的集装箱港口之一和地中海地区的物流分拨中心，使比雷埃夫斯港成为中欧海上物流通道的桥头堡。

中国在商业海权道路上开始启航，而影响中国的海上通道主要有四个，包括受制于新加坡、马来西亚和印尼的马六甲海峡，受制于日本的宫古-冲绳水道和大隅海峡，受制于伊朗和阿曼的霍尔木兹海峡，而中国期待已久的泰国克拉地峡运河也很难于短期内开凿，因此在未来商业海权的通道竞争中，中国依然有漫长的路要探索。

一个具有战略意义的方案就是，以珲春附近的扎鲁比诺港为契机“借港出海”，建立铁海联运体系，打通受俄罗斯控制的北极“黄金水道”，连接东北地区与欧洲港口，从而缩短三分之一的物流通道距离，形成影响全球经济的全新商业海权体系。

中国的海上军事力量还处于发展初期，这与当初美国海军崛起时不同，当时强大的英国海军正在布尔战争中自顾不暇，而衰落的西班牙海军给了美国海军机遇。因此，中国军事海权不宜操之过急，应首先在商业海权上布棋落子，形成和平崛起中海上物流通道控制与海洋控制的条件储备。

（作者系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成上课对同学们说：“听说大家到学校投诉我拖堂，我诚恳接受意见，今天保证不拖堂！”

学生小强鼓掌，说：“大成老师，今天您要说话算话啊！”

大成说：“今天一定算数，好了，大家把书收起来，今天考试！”

■ 大成编笑话

清华师生也有不关心时事的。克强总理校庆前一周访问清华，走进图书馆阅览室，在同学小强旁边坐下，询问：“你在看什么书哈？学习压力大不大？”

结果小强同学说：“嘘，阅览室里就你话多！”

陪同参观的邱校长刚想批评小强，结果小强的老师大成来了，微笑着对克强总理说：“你站起来，没看到我用书包占的位子啊！”

供应链能助推电视购物东山再起吗

2016-08-23 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：545,218）



目前，我国网民和手机网民数量分别是 6.88 亿和 6.20 亿人，其中网络购物人群达 4.1 亿人；而电视覆盖达 12.7 亿人，直播卫星电视用户数量 1.88 亿人，但电视购物

仅 4000 万人。据了解，日韩、美国的电视购物交易额分别是社会消费品零售总额的 12% 和 10%。因此，对照日韩和美国电视购物的发展状况，中国的电视购物市场应有更大的提升空间。

电视购物与网络购物同属无店铺销售。如果从货郎算起，无店铺销售可谓历史久远。20 世纪 70 年代，信息化技术的兴起让欧美、日本等国包括电话购物、邮购、电视购物、自动售货亭和网络购物在内的无店铺销售得以高速发展。由于降低了土地、建筑的费用以及人工、库存成本，减少了中间环节，无店铺销售在部分市场甚至超越了实体店销售，而网络购物的快速兴起，更是改变了零售业的整体业态。

据彭博社报道，截至 2016 年 4 月 22 日，全球零售业已裁员 2.5 万人，瑞信预测，2016 年全球零售业将裁员 3.7 万人，传统零售业八年来最强“寒冬”来袭。

网络销售的增长速度却在加快：国际方面，2015 年亚马逊净营收 1070 亿美元，考虑汇率影响同比增长 26%。尽管零售收入仅有沃尔玛的 20%，但亚马逊市值已于 2015 年 7 月超过沃尔玛，成为全球市值最高的零售商；国内方面，我国已成为全球最大的网络购物市场。其中，天猫以 1.14 万亿元销售额、同比增长 49.5% 的业绩排名零售百强第一，京

东以 4627 亿元销售额、同比增长 77.8% 的业绩位列零售百强第二。

传统零售业并没有就此衰落，而是借助网络销售在 O2O 上实现了“鹬子翻身”。比如，沃尔玛以数据为导向，增加了 6 个在线配送中心，并在官方 App 中增加了地理围栏和低价捕手，实现了线上线下的深度融合；而以“实体+电商”方式线上线下同时布局的苏宁云商，也以销售额 3430 亿元、增速 25.4% 的业绩位居国内零售业百强第三。

与网络购物一样，电视购物同样具有独特的市场需求，且已有的客户群黏性极强。据统计，电视观众中 45 岁至 54 岁的人群属于重度观众，收看倾向性较强，也是电视购物的主体客户群，其中 70% 属于女性，其消费能力在单次购买上要比网络购物高出数倍，这使得电视购物的商品选择更倾向于中高端。但一个存在的风险是，目前客户群中有人是因为对电脑恐惧而排斥网络购物才聚集在电视购物上，但未来新的 45 岁至 54 岁的客户群将不会排斥网络购物，如果电视购物行业不改变现在的销售模式，未来将呈现萎缩趋势。

中国网络购物快速兴起的原因在于传统零售渠道既不便利而服务又差，特别是家电商品销售中存在许多欺诈行为，正是昔日中关村的“骗子一条街”成就了京东商城的崛起；而电视购物在刚起步时，也由于虚假宣传、暴利运营、缺乏监管，导致公信力下降，使得电视购物市场从 1999 年后开始极度萎缩。相比国内而言，美欧在网络购物兴起之时，电视购物行业已臻化境，客户群受影响不大；日韩则

因多数妇女在家操持家务，且掌管家庭财政大权，易于保持电视购物的客户群基本盘。

同时，电视购物属于情感销售，需要即时消费、即时支付，但电视购物在支付手段上依旧是货到付款，技术上严重落后于网络购物平台。尽管许多电视购物企业都在打造“电视购物+网络电商+掌上App+消费社区”的模式，但在信息社会“胜者全收”的法则下，电视购物很难占据优势，以己之短去攻网络购物之长，结果可想而知。

不过，电视购物依然有崛起的机会。首先从广告效应来看，尽管受新媒体影响，电视广告投放数量和价格都在下降，但据 CMMR 统计，全国电视人口对电视广告的信任度高达 48.0%，而网络广告和移动终端广告都仅有 20.2%，由此可以看出电视媒体的广告信誉依然是最高的。其次，在广电总局对市场进行整顿后，获颁运营牌照的电视购物企业仅有 34 家，其中信号覆盖全国的只有 11 家，商品质量得到全流程的控制和保证。第三，资本市场开始青睐电视购物。与亚马逊、京东等电商不计利润、完全只靠烧钱扩展市场不同，目前的电视购物企业基本上属于纯盈利状态，未来资本市场操作空间较大。

实体店老大沃尔玛的成功在于选择量大价低、压价直购的中低端商品、物流配送体系的低本高效、信息化支持的大数据优化与资源调度以及沃尔玛的诱导消费与信用卡即时支付。电商楷模亚马逊采用金牌会员制来提高客户群的黏性与消费，利用 AWS 云计算与大数据深度挖掘客户群需求，并以精准的供应链库存管理及配送布点实现“一小时送达”或“一天送达”。电视购物龙头 QUC 则是利用有线电视专门频道将产品、策划、媒体、呼叫中心、物流和消费者全产业链打通，将购物便利性推向极致，深度挖掘常客服务需求，提高客户黏性。

电视购物的机会在于市场开源和成本节流。首先，开发适合年轻自由职业女性客户群的专用商品以扩展市场；其次，依托客户群高黏性特征增加商品相关的易耗品销售，强化“空中超市”；第三，依赖电视网络的密集优势，开发物化服务和商品衍生服务；第四，深度挖掘需求，开发商品与金融融合的衍生产品；第五，结合电视大屏融合手机小屏，开发更多的新商品。

而节流的重点在供应链成本控制，即从生产商到终端消费者的全供应链成本协同控制。对于价格高度敏感的客户群来说，成本和价格是市场竞争的最重要因素之一，而从选址优化、仓储、配送、库存乃至定价、促销策略，都直接决定了商品的渠道成本与销售价格，因而供应链是成就电视购物兴衰的关键。

另外，行业联盟是积弱成强的有效途径。东方购物、湖南广电和家有购物等 34 家电视购物企业应结盟共同塑造行业形象，打造行业品牌，制定行业标准，提升行业协同能力，推进行业整体高效发展。

（作者系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强上课迟到了，大成问：“为什么不设闹钟？”

小强说：“设了啊，我还怕闹钟不管用，特意睡前嘱咐室友如果我起不来，就扇我耳光直到起床，我多心诚啊！”

大成问：“那怎么还迟到了呢？”

小强说：“据我室友讲，他一个耳光就把我给删晕过去了，直到刚才才醒！”

光靠政策补贴难实现东北全面振兴*

2016-08-30 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端浏览量：1,105,599）



近日，国家发改委印发了《推进东北地区等老工业基地振兴三年滚动方案（2016-2018）》，其中分年度明确了 137 项重点工作和 127 项重大项目。有媒体称，国家将为此投资 1.6 万亿元。不过，国家发改委相关负责人澄清说，相关媒体的报道属于误读，投资额虽然差不多，但来源包括国家补助、地方政府配套和企业自筹，而国家补贴的多是民生领域和公共设施领域的项目，主要着眼于能够有效补短板 and 培育新动能。

无论如何，3 年内 1.6 万亿元的滚动投资看来是真的，给予的特殊政策也有，但是否能就此带动东北地区实现全面振兴却是个未知数。

从数据来看，2015 年全国固定资产投资为 55.159 万亿元，其中辽宁省是全国唯一投资负增长的省份，虽然降幅为-27.8%，但也达到了 1.764 万亿元。而且，尽管仍处于负增长，但辽宁省 2015 年的 GDP 依然达到 2.87 万亿元。因此，此次滚动投资对东北地区的影响并不算很大，与之相比，东北地区更需要转变观念，只有驱动内生动力才有可能实现真正的全面振兴。

从地缘政治来看，东北地区构成了中国复兴的战略之本。满清入关、日本侵华和解放战争的历史，已经清晰地描绘出了现代东北的战略价值。东北不仅仅是中国最重要的工业基地和农业基地，同时战略资源丰富、地势易守难攻，特别容易成为外部侵略

中原的跳板。从国家战略层面来说，无论如何，东北不能垮。

因为地缘政治的重要性，东北地区曾经得到了强有力的投资支持快速发展。在 20 世纪 30 年代，东北建立了较为完整的工业体系和城市化体系。到二战结束前，东北已经成为全球第三、东北亚第一的经济体，经济总量完全超过了日本，铁路线达到 11497 公里，GDP 一度占全国的 85%。但二战结束时，苏联出于地缘政治考虑，将东北绝大多数轻重工业整体掠夺运回苏联。新中国建立后，东北一度成为占新中国重化工业份额 90% 的工业基地，辽宁省也被誉为共和国长子和东方鲁尔。不过朝鲜战争后，特别是中苏关系交恶后，国家在政策上进行了调整，东北的任务就是向其他地区输出资源，这造成东北地区工业结构日趋单一。

之后，随着改革开放和民营经济的快速兴起，我国的轻工业和中低端制造业得到了迅猛发展。同时，非垄断行业国有企业的效率低下成为制约区域经济发展的最大障碍。由于高速发展的经济对资源和装备制造业需求逐步加剧，以能源、矿产和重化工业著称的东北资源型地区得以伴生发展，加之以往依赖投资拉动尚有良好的边际效益，东北地区过重而单一的产业结构所造成的问题并没有充分显露出来。然而，2008 年爆发金融危机后，美国通过增发美元向全球转嫁危机，使得全球出现产能过剩，大宗商品市场下滑，能源需求直线下降，东北地区固有的结构性问题开始凸显，支柱产业市场需求枯竭，经济呈现断崖式下跌。

更为严重的是，经济发展所必需的人口正在流失。根据 2010 年第六次人口普查的数据，东北三省总人口为 1 亿 995 万人，对比之前 2000 年第五次人口普查的数据，10 年间东北人口净流出 180 万人且流出速度还在加快。同时，流出人口中高学历及非农比例逐步增加，而流入人口主要以农民为主。超低的生育率和远高于全国的老龄化程度使得未来推动东北发展的人才极为匮乏。

制约东北发展的主要因素是什么？第一是受到全球化市场冲击的产业结构；第二是依赖重化工业的文化观念，第三是不合理的产业政策补贴；第四则是过高的民营实体融资渠道。

东北传统优势的支柱产业包括重化工业、装备制造和农业，其中重化工业和装备制造业与德国、美国、日本和韩国相比差距较大，而农业则受到来自美国的冲击。

东北地区的重化工业带来了强纪律性和等级分明的文化观念，执行国家政策最坚决，但当政策出现偏差时产生的负面效应也最严重。特别是在长期计划经济的影响下，东北地区人才济济却养成了“等、靠、要”的习惯性思维，以权谋私现象比较普遍，不习惯商业思维，企业家精神更是匮乏。

当前，政策和补贴主要集中在占比最大的国有经济中，而一些国有企业已是沉疴缠身，这不仅延缓了已经丧失市场竞争力的企业出清，更降低了企业提高效率的动力，也增强了“等、靠、要”的思维惯性。需要指出的是，由于财政补贴的是国企，反而使民营企业的融资成本更加高启，严重遏制了新兴产业特别是具有市场活力的民营经济的发展。

依旧按照传统振兴制造业的路数是难有起色的。2003 年我们就提出要“振兴东北老工业基地”，然而至今非但没有结果，东北地区的衰落速度还越

来越快，这充分说明政策出现了偏差。单靠投资拉动的边际效益也越来越低。从全球范围来看，传统工业城市一旦衰落就很难逆转，转型较好的也只有德国鲁尔等寥寥几个地区。振兴东北不仅仅是要淘汰落后产能、减少过剩产能，更要深度挖掘有潜力的新兴产业。

东北也希望大力发展服务业，但最初政策设想的伴生于重工业化和服务业的服务业，由于重工业和制造业的急剧下滑根本无法发展，只能扶持可以独立生长的服务业体系。

目前提出的“一带一路”倡议，目的就是顺应中国要素流动转型和国际产业转移需要，实现贸易畅通和货币流通。这样一来，物流业必然成为第三增长极。但东北地处边陲，无论是资源输入还是产品输出，其运输成本都远高于其他地区，依赖传统思维依旧无法解锁。如果能打通中俄珲春-扎鲁比诺港通道，“借港出海”构建中欧新通路，不仅物流成本比原来降低 1/3，还有可能将东北边陲变成全球最繁忙的物流核心通道。而在这样的外部冲击下，或有可能改变东北的文化思维观念，增强民营企业融资能力，完善市场体制机制，提高企业效率和市场活力，从而实现东北的全面振兴。

（作者系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成开车到机场发现车没有油了，看到有标注“中国航油”的加油站，大成谨慎地问工作人员：“这儿是给汽车还是飞机加油的啊？”

工作人员看看大成反问：“您觉得飞机开得进来吗？”

快递市场火爆 铁路货运能否切到蛋糕

2016 年 09 月 06 日 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：651,458）



2015 年我国快递市场收入达 2769.6 亿元，并保持 40% 的高增速发展；而铁路货运 2015 年的收入仅有 2312.1 亿元，同时还在以 10% 的速率下降。

面对快速增长的快递市场，目前仅有 3% 市场份额的铁路货运部门不可能古井无波。不过，有人认为，铁路货运过去主要聚焦于大宗货物，同时还存在 TMIS 信息与社会不连接、运达时间不确定、基层企业服务意识严重不足等弱点，要想与拥有灵活、低价、快速、高效等优势的民营快递竞争，似乎有点以卵击石。

不过，如此断言恐怕言之过早，铁路货运自有其潜在优势，如果能深度挖掘出来，还真有可能在快递市场分一杯羹。

自铁路总公司 2013 年启动货改之后，铁路货运便在各个市场发力寻求突破。2014 年 4 月，铁路货运选择了北上广深等 20 个一线城市进行试点，开始涉足快递市场。中铁快运公司利用每日高铁首班动检车和部分动车组空闲车厢，推出了 5 公斤以下轻小包裹的“当日达”、“次晨达”和“次日达”。然而，由于能携带的快件数量有限、网络覆盖小以及揽货集货能力远不及民营快递企业，效果并不理想。之后铁路总公司又在北上广深四个大城市推出了一站直达的电商班列，共 3 对 6 列，平均时速 160 公里，每列可载 22 万件快件，但结果还是叫好不叫座，核心问题依旧是集货与站到门的成本高企。

拥有大容量、全天候、低价格、高保障、低碳环保、高铁快速直达等优势铁路货运，难道在快递市场就没有了用武之地？答案自然是否定的，但问题的关键是，铁路货运既没有发挥出自己的优势，也没有民营快递企业星罗棋布的收货站，特别是基层服务人员尚不具备良好的服务意识。要知道，当初联邦快递、敦豪和 UPS 进入中国快递市场后，就是以精准的市场定位和高水平的管理迅速将中国邮政击败的，而后来顺丰、三通一达等民营快递企业又充分利用本土化战略，以网络化、低价格和柔性服务等优势，在国内市场迅速将国际快递巨头击溃。

其实，铁路货运更深层次的弱点是货运站点与城市快递中转中心的二次装卸问题。虽然站到站优势突出，但二次装卸会导致成本、效率和服务竞争力等直接下降。仔细分析起来，这也反映出传统运输企业和现代物流企业的差距，客户需要的是一个综合系统的优化解决方案，仅仅只有运输流程中的价格或者速度优势是难以形成全面竞争优势的。

铁路货运必须要寻找出竞争对手的最大弱点。2016 年上半年快递业最大的新闻是，占据市场半壁江山的四家民营快递公司集中上市。快递公司如此一哄而起地借壳上市，除去“桐庐系”决策一致的原因外，主要还是由于快递行业整体产能过剩，导致企业同质化竞争严重，业务增长量降低，单件运价急剧下跌，盈利能力越来越弱，只有拥抱资本才能在新一轮的洗牌中获得生存机会。

价格和成本已成为快递市场竞争的关键要素，这恰恰给予了铁路货运机会。如何扬长避短，挖掘潜能，实现资源配置优化，便成为铁路货改的关键。

首先，应利用高铁班列站到站的价格优势，通过铁路-地方联合物流中心的建设形成价格竞争优势。目前，铁总拟规划建设 208 个一二级铁路物流基地，而十八个路局也在规划建设 356 个三级铁路物流基地。在规划建设这些铁路物流基地时，应优先考虑与地方政府、民营资本联合开发，构建以铁路货运为主导的利益共享、风险共担机制，充分发挥地方政府与民营企业在区域辐射、收货站网络布局、集货和收发件的成本与效率等优势。以目前快递企业的通用成本考虑，从城市中转中心到终端户的收发件面件成本平均仅 1 元左右，这是铁路货运自行布局无法控制的。联合物流中心既可以分享物流节点代理的市场与利润，又可以独享铁路货运带来的市场增长与收益提升，特别是可以通过全物流系统，将整体价格降低 1/3，从而直接主导快递市场的洗牌。

其次，要创新设计公铁、铁水和铁航等多式联运中的关键技术和关键设备，提升效率和控制成本，将不利因素化为有利因素。传统零售业龙头沃尔玛曾以其强大的配送能力称雄世界，但在电商巨头亚马逊的步步紧逼下败退，而亚马逊的核心武器就是其在全球建立的 6 个线上全自动化分拣配送中心，它能满足电商快递的个性化需求。同样，铁路货运也应在推动多式联运的过程中，建立以铁路集装箱及其内部自由分箱、联合物流中心自动分拣系统为主导的快递配送标准体系，在效率和服务上打赢竞争对手。

第三，铁路货运也需要充分借用自身品牌及信誉，利用铁路强大的投融资能力，精耕细作，在物流

网络建设上实现新的突破。在“十三五”规划中，铁路仅固定资产投资就达到了 3.5 万亿元至 3.8 万亿元，这是任何快递企业无法企及的资本高度，铁路货运要充分发挥铁路网络优势，利用与地方政府和民营资本的共赢，形成强大的物流服务优势和规模效应，并借此实现铁路货运的现代化升级改造。

与高手对弈才能在竞争中快速成长，铁路货运要凤凰涅槃，快递行业或许正是个练手的好地方。

（作者系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

小强下课时找到大成：“大成老师，您看我有一个新发现，我网上搜索了一天终于有个重要发现，您能给我加分吗？”

大成问：“你发现什么了？”

小强说：“我发现赤道的长度恰好等于地球一圈啊！”

■ 大成编笑话

大成上课正在强调一个新知识点“广告弹性”，学生小强突然打了一个喷嚏。

大成停下问小强：“咋了，对这个知识点过敏啊？”

■ 大成编笑话

大成去拍照，摄影师告诉大成：“别动，脖子尽量往前伸，双下巴不好修啊！”

无车承运让“老汤”换了“新药”*

2016-09-13 作者：刘大成 来源：经济参考报 (客户端浏览量：1,033,351)



为推进物流供给侧结构性改革，促进物流业“降本增效”，交通运输部近日印发了《关于推进改革试点 加快无车承运物流创新发展的意见》，提出从10月起，将在全国推行道路货运无车承运人试点工作。

所谓“无车承运”，说白了就是货车经纪人，其自身并没有运输车辆，而是通过承揽运输业务再委派给有车的运输企业或者个体司机，然后再通过对运输组织、货物分拨、运输方式和运输线路的选择，优化物流供应链体系，从而赚取货主与具体承运人之间的运费差价。

全球最大的无车承运人当属创建于1905年的美国罗宾逊全球物流(CHRW)。通过与6.6万家运输企业签约，CHRW间接控制了100多万辆卡车及其司机，服务覆盖美国、加拿大、墨西哥和南美洲。

虽然CHRW看起来规模比较大，但员工实际只有1.3万人，主要从事物流信息平台 and 资本运营业务，其中包括600个IT工程师。

在中国，以往无车承运人的法律地位比较尴尬，国家税收管理并不支持无车运输企业的合理开票需求，使得实际业务操作只能在灰色地带进行。目前，进行无车承运人试点出于三点动机，一是中国物流成本居高不下，2015年物流成本占GDP的16%，是西方发达国家的两倍，其中第三方物流企业不成规模是主因；二是必须拥有运载工具才能运营的税法，难以推进成熟的多式联运体系，而无车、无船等承运人的出现将有利于实现跨行业全供应链运营；三是如淘宝、优步和滴滴出行等互联网企业对商业

渠道的成功整合，让政府看到了实现“互联网+”高效物流的可能。

数据显示，2015年社会物流运输费用达5.8万亿元，共拥有载货汽车1389.19万辆，运输企业约270万家，约3000万货车司机，其中95%是个体司机。

货车运输正处在运价竞争和削减成本阶段，而成本竞争的关键就是尽可能减少空驶，即“重去重回”。两点之间等重适配的货物对流概率较低，而通过构建物流网络则增加了运输满载的概率。不过，在互联网进入大众生活之前，让如此海量且平均拥有1.5辆车的运输企业，形成有效的物流网络无异于天方夜谭。

现在，政府和货运企业已明白什么才是面向客户的供应链整体解决方案，但缺乏的是整合供应链上各类资源的能力。淘宝网、滴滴出行和Uber等“互联网+”模式的成功，恰恰为政府、运输企业和资本方提供了借鉴。

创办于2003年的淘宝网注册会员达5亿，线上直接就业岗位超过500万，2015年交易额达3万亿元；成立于2012年的滴滴出行仅2015年的订单量就达到了14.3亿单，每天产生300万个出租车订单；美国优步公司(Uber)通过“互联网+出租车”平台，对车辆和驾驶员等闲置资源进行复用，业务覆盖70多个国家400余座城市，并在G轮成功融资60亿美元。

互联网使得信息交换成本更低、速度更快、效率更高，满足个性化需求的能力更强，特别是由于打破了物理空间的约束实现了逻辑互通，信息的价

值由此被激发，而过去物流网络化整合面临的难题也被互联网的低成本和高效率破解了。

据了解，目前 60% 的个体司机都不同程度地使用了各类货运 App 平台。然而，Uber 与滴滴出行的成功不可能简单地复制到“互联网+”货运平台上。在出租车司机与乘客的交易中，安全风险是由双方自行承担的，但在“互联网+”货运平台上，无车承运人依然要承担全程运输的安全责任风险，同时无车承运人市场还刚刚兴起，没有哪个平台能够形成规模和范围优势。

多数无车承运人目前还处在烧钱阶段，其市场收益尚无法支撑物流网络庞大的管理成本和信息资源投入。因此，率先成功的应该是具有集团客户的无车承运人平台，因为其传统集团客户货运市场的利润能覆盖初期的管理成本，加之政府试点给予的营改增税收溢价，足以在群雄逐鹿的“互联网+”货运市场获得竞争优势。比如，在已有稳定的制造业大客户基础上，四川宏图物流近来推出了“拉货宝”平台，利用挂牌融资优势，在不同地区与制造业大客户投资成立基于统一平台的股份企业，逐步将散户吸纳进来，进一步扩大了规模优势。

（作者系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成到水果摊买水果，结果发现水果品相不好，都是疤疤赖赖的，就问老板：“这么多斑的水果好吃吗？”

老板悠悠答道：“不懂了吧，选水果就像选女朋友啊，有诀窍的！”

大成问：“此话怎讲？”

老板说：“漂亮的，不放心啊！”

■ 大成编笑话

大成到了旅游区，餐厅服务员问：“先生，鱼 1500 元一斤，杀吗？”

大成看着服务员说：“杀...杀了...我算了！”

■ 大成编笑话

大成给学生小强家长打电话让他好好教育一下小强，小强家长问：“为什么？”

大成电话里说：“小强今天没交作业，他说昨天晚上你们家里进来小偷了，把他在电脑里的作业给删除了！”

■ 大成编笑话

大成与学生小强一起进电梯，小强问：“大成老师，您到几楼？”

大成回答说：“5 楼！”

小强一紧张，按了个“6”，大成忙说：“错了，是 5 层”

小强赶紧按了个“-1”。

■ 大成编笑话

大成到餐厅点了“葱爆羊肉”，结果端上来发现菜里全是羊肉，忙对餐厅服务员表示感谢：“你们餐厅太实在了！”

服务员回答：“您懂啥？现在葱比羊肉贵多啦！”

■ 大成编笑话

学生小强问：“大成老师，您怎么还不发试卷啊？这大热天的，老紧张了！”

大成看看小强说：“别急，等发了卷子，你就凉快了！”

用城市配送系统 优化纾解新首都交通压力

2016-09-20 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端浏览量：742,702）



通州副中心的建设一直都在有条不紊地进行。2017 年底，北京市属行政事业单位将搬迁至通州，搬迁完成后，预计北京市的行政机关、公共服务、包括央企机关多数都将离开四环以内。

北京的非首都功能纾解是京津冀协同发展的关键决策，究其原因，无非是北京患上了大城市病，靠自身努力已经无法化解，其中最突出的问题就是交通拥堵和大气污染。

北京市公安交通管理局的数据显示，在限购政策下，截至 2016 年 5 月，北京机动车的拥有量仍然达到了 565 万辆，驾驶人为 1012 万人，中心城区交通日出行总量达到 4454 万人次，工作日拥堵持续时间近 2 个小时，居国内首位。

然而，建立通州副中心并将北京市属行政事业单位搬迁至此就能治愈已是沉痾痼疾的大城市病吗？

从长远考虑可能会有所缓解，但从近中期来看则改善有限。众所周知，与美国的小政府不同，中国的中央政府机构庞大且有极强的权威，特别是在政策制定和资源配置方面具有超强的支配权力，因此包括北京市在内的各地政府和国企都不可避免要与中央政府机构及时交流，“跑部钱进”。

这样一来，从通州到新首都核心区的 35 公里道路上，依旧会车轮滚滚拥堵异常。与此类似，其他方向的交通拥堵情况也未必有多大好转。

当然，随着京津冀一体化和非首都功能的相关产业向外转移，人口密度会有有一定的降低；同时，计划实施的新首都核心区收取限时拥堵费也会有一定

效果，但出行的刚性需求近中期难以降低，特别是行政主导下的资源再配置，很难打破市场机制起决定作用的人口流动走向和交通出行走向。

因此，必须考虑如何从其他途径更迅速地降低交通刚性需求来缓解交通拥堵问题。日本东京、美国纽约、法国巴黎和韩国首尔等国际大都市也同样面临城市人口密集的问题，但其交通拥堵程度远低于北京。究其根源，一方面有其非首都功能疏解和小政府职能辐射较弱的原因外，另一方面是由于在卫星城及次中心城区的住宅规划、快速公共交通网络建设和商贸布局方面更为科学合理，特别是其物流配送体系的科学优化有效缓解了交通压力。

交通是一个涉及人、车、路和环境等各个方面的综合复杂系统，而大城市的交通更是涉及社会结构的方方面面。北京市在公共交通基础设施建设和运营上投资不少，也有一定收效。比如，2015 年小汽车和公交车出行比例首次出现双降，职住比向好发展，购物及外出就餐出行强度放缓，但依旧与对标的国际大都市有较大距离。

北京城六区及未来的新首都核心区本质上是一个消费型城市。有数据显示，2015 年社会消费品零售总额达到 10338 亿元，城六区现有常住人口 1282.8 万人，占全市常住人口的 59.1%，而城镇居民人均可支配收入 52859 元，人均消费支出 36642 元，其中与物流消耗直接相关的食品烟酒人均支出 7584 元、衣着人均支出 2426 元、生活用品及服务人均支出 2098 元、其他用品及服务支出 991 元，共计 13099 元。而另外一个与货运物流量直接相关的统

计数据是，北京市 2015 年全年货运量达 28765.2 万吨，同城货运市场规模约为 300 亿元。

不过，与其他国际大都市采用大型货运配送车辆相反，北京如此之大的消费品物流货运及配送体系，却只有不足 20%的货运车辆具有城市配送车辆通行证。

根据北京市交通委规定，为北京市运送生产生活物质的货车仅能在 0 点至 6 点间在五环内通行。但事实上，许多配送市场更多需要在白天送货，由于严格的城市配送车辆管理制度，使得需求企业与个人只能转向小型封闭客车甚至三轮车来违法送货，这不仅降低了配送效率，更是极大地增加了城市道路运输的负担。

同时，从城市中央批发市场到社区零售店往往经过了几级，而在不同级批发市场的运输配送需求下，夹缝中生长的各种小微运载工具既逃避了交通管理，又以更为混乱的驾驶方式增加了对都市交通本已紧张的负荷压力。

在商贸消费环节也存在改善城市交通的空间。由消费终端造成的许多废弃物产生的回收物流，事实上完全可以控制甚至避免。比如，净菜上市可以减少粗菜上市造成的垃圾回收物流，快递采用可循环包装能减少白色垃圾处理，增加连锁商超乃至连锁社区菜市场能减少多级多次倒运，配合中央批发市场建立中央厨房可以实现系统配送路径优化。

随着大数据、云计算和互联网平台的引入，新首都核心区会有更多的资源配置来挖掘因消费物流和消费商贸的全供应链系统优化而减少交通压力的技术红利，但目前的当务之急是，建立一家能按照市场规律统筹规划新首都交通、物流以至商贸的权威机构。

（作者系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强对大成说：“大成老师，您该减肥了！”

大成问：“咋了？我胖吗？”

小强说：“老师，您胖的风格都变了！”

■ 大成编笑话

大成上课对着学生们说：“学好一门课就应该像追一个人一样，要坚持！”

学生小强接话说：“那您同时追八个试试。”

大成老师指着小强说：“你给我出去！”

小强争辩说：“我是一个专一的人啊，可是我们班学委他是见课就上的……”

■ 大成编笑话

同事小明手腕摔伤了，医生给打了厚厚的绷带。

在走廊里等候多时的小明夫人紧张坏了，拉着小明又进去问医生：“大夫，这么厚的绷带，不...不会影响他洗碗吧？”

■ 大成编笑话

大成听学生小强说坐在公交车最后一排中间的位置会有太子登基时的感觉，今天大成试了下，果然君临天下！满朝文武坐在两旁... ..

正当大成兴奋遐思的时候，司机一个急刹车，“天啊~~差点驾崩了！”

推动多式联运 需创新集装箱标准

2016年09月27日 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端浏览量：666,674）



从集装箱运输发展而来的多式联运，具有其他运输组织方式无可比拟的优越性。在中国，目前多式联运仅在公海联运方面有一定规模，且主要在港口集装箱疏运上得

到了应用；在公路干线运输和铁路运输中，集装箱的使用比例非常低，公路干线运输更多依赖的是整车和零担，而铁路的集装箱使用率也仅有2%至3%；至于海铁联运和公铁联运，由于处于刚起步阶段，使用率甚至不到1.5%。

交通运输部在《关于推进供给侧结构性改革，促进物流业“降本增效”的若干意见》中提出，支持150个左右货运枢纽和3000公里左右重点港口集疏港铁路、公路建设，建立多式联运标准体系，力争到2020年实现重点港口集装箱铁水联运比例年均增长10%。

集疏港铁路、公路的基础设施建设比较容易，铁水联运占比每年提升10%也没什么困难，但要提升公铁联运的效率相对就要困难得多，这主要源于公路货运并没有足够的积极性。

多式联运的核心是多种货运方式实现无缝衔接，其中最重要的就是集装箱标准化。然而，目前国际上共有13种规格的集装箱标准，其中只有宽度标准一致，为2438毫米；长度则有四种，1A的标准为40英尺，1B的标准为30英尺，1C的标准为20英尺，1D的标准为10英尺，长度间距为76毫米；高度的标准有三种，分别为2989毫米、2591毫米和2438毫米。至于种类，更是被划分为杂货集装箱、敞顶集装箱、硬顶集装箱、板架集装箱、冷冻型集装

箱、干散货集装箱、通风集装箱和罐装集装箱等多个种类。此外，还有部分非标准集装箱在市场通行，比如美国海陆公司的35英尺集装箱、总统轮船公司的45英尺和48英尺集装箱等。

9月21日开始，交通部颁布的《超限运输车辆行驶公路管理规定》正式实施。按照这份文件，任何货运运输车辆只要出现“车货总高度超过4米、车货总长度超过18.1米、车货总宽超过2.55米以及最大载重超过49吨”当中的任一情形，就将被视为超限，将根据情况被处以警告、罚款等多种处罚。

然而按照上述标准，大批集装箱卡车都将面临被扣被罚的风险——运输40英尺国际标准集装箱的集装箱卡车大部分都将超出规定的4米限高，运输53英尺国际标准集装箱的车辆也都将超出18米的限长。这表明，政策还有不尽合理之处，需要用更有效的运营模式来推动集装箱标准的统一。

物流市场的竞争主要拼的是成本、质量、交期、服务以及满足客户需求的解决方案。其中，全物流供应链上的成本控制、效率控制、时间控制和质量控制是关键。对此，铁路货运需要在目前集装箱标准的设定基础上，充分利用当前最新的信息技术和互联网平台、大数据与云计算工具，创造出利于“门对门”多式联运的集装箱专用组合分箱，形成积木式拼装模式，从而创新多式联运的运营模式和衔接模式。

一个办法是，开发可上下搭接、前后左右平行拼接的“乐高”型组合分箱，将集装箱内托盘统一变更为“乐高”型组合分箱底座。这样做的好处是，“乐高”单元分箱可以对应“门到门”的专用新能源

四轮微型车辆，自由进入目前的社区楼群而不占用汽车车位或影响普通机动车出行；而从铁路货场或公铁联运物流中心至城市仓配中心或集货中心的运输货车则可以采用 10 英尺集装箱 $2 \times 3 \times 3$ 的最小单元分箱组合或者 $2 \times 2 \times 3$ 的新型标准集装箱。

需要注意的是，在最小单元分箱的设计中，不仅要设计好相关位置的配套斜槽型机械插卡和插口，以利于搭接和叉车搬运，也要设计好相关位置的凸凹卡槽，以利于前后左右的平行拼接与电磁吊装。同时，还应根据需要设计好上开口或侧开口，同时配置快速柔性支撑以固定箱内货物，并在箱内植入 RFID 唯一识别条码，箱体外粘贴可识别标签。当然，也可以根据货物体积需求开发基于最小单元分箱的系列组合分箱，箱内同样配置快速柔性支撑和 RFID 唯一识别条码，箱体外粘贴可识别标签。

在公铁联运物流中心和城市配送中转中心，需配置专用可识别条码的港口机械电磁吊车，以快速装卸上开口集装箱，并实时吊装可识别的最小单元分箱或系列组合分箱到自动化分拣传送带；或配置专用可识别条码的电动叉车以快速装卸侧开口集装箱，并实时装卸至可识别的最小单元分箱或系列组合分箱到自动化分拣传送带，实现自动分拣和集货、配货。

在《铁路中长期规划》规划中，铁路将布局“八纵八横”高速铁路网和普速铁路网，到 2025 年，铁路网规模达到 17.5 万公里，其中高速铁路达到 3.8 万公里左右。届时，路网将连接 20 万人口以上城市、资源富集地、货物主要集散地、主要港口及口岸，加之铁总规划 3 年内设置 2000 个集装箱货场，这些密布成网的铁路物流基地及集装箱货场完全可以形成基本覆盖全国县级以上地区的物流网络，并连接城市配送中转中心或社区集货点直至到门服务，构建起以铁路为主导的最小单元分箱网络循环体系。

在大数据和云计算支持下，以铁路为主导的多式联运体系可以精准定位和预测每个客户的供应链需求，并快速计算出基于最小单元分箱的最优周转配置，形成绿色可回收周转物流。同时，铁路货运也可以凭借规模化投资、品牌信誉和强大的实体物流网络基础，利用综合信息化服务平台和自动化立体分拣系统，实现全新的多式联运运营模式。

（作者刘大成，系清华大学工程管理教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强被女生找人给打了，大成问小强为什么被打了，小强回答说：“我送她花，她不要，我就把花扔她怀里了！”大成扭头问女同学：“他送你花，不至于因为这个就打人吧！”

女生回答：“大成老师，你知道他扔我怀里的花是仙人球吗？”

■ 大成编笑话

学生小强上课说话，大成气得训斥小强：“你就是这个班的搅屎棍！”

小强乐了：“大成老师，我是棍子没啥，您是不是骂其他同学是屎啊？”

■ 大成编笑话

学生小强向大成抱怨校医院的医生态度不好，总是不耐烦。

大成劝说：“医生不耐烦说明你病不重。如果他对你突然慈祥起来，让后面的病人等等，你才害怕呢！”

工业 4.0 把制造变成了物流

2016 年 10 月 18 日 07:44 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端浏览量：741,112）



制造业依旧是国民经济的支柱产业，而占全球制造业 GDP60% 的美国、中国、日本、德国、韩国和印度六国，更是在制造业上争夺激烈。

2008 年全球金融危机后，由于产能增加但全球消费市场有限，各国为了保持国家的长期竞争力，纷纷出台各种引领制造业升级的国家战略和产业政策。

美国先后提出了《重振美国制造业政策框架》、《美国先进制造业的领先地位计划》和《先进制造业国家战略计划》等政策，利用机器人、自动化和 3D 打印等新兴产业构成美国的“再工业化”战略，这也是美国建国后的第五个国家战略，其重要性可见一斑。

德国则针对美国和中国制造业的步步紧逼，提出了《高新技术战略 2020》和《把握德国制造业的未来：实施工业 4.0 的建议》，认为将物联网和服务引入制造业的趋势将迎来第四次工业革命，明确把工业 4.0 定位为国家发展战略，通过西门子、宝马等大公司形成标准而推广到国内为数众多的中小企业，以提高德国在生产和研发上的国际优势。

当然日本、韩国、英国、印度等国也纷纷根据自身情况提出了相应的先进制造发展战略。

中国在 2013 年短暂地成为全球第一制造大国，后迅速被美国的“再工业化”战略冲击而在 2014 年让出了这一位置。在实体经济遭遇下滑、制造企业大量倒闭的情况下，中国政府也开始在制造业产业政策上发力，于 2015 年推出了“中国制造 2025”，

计划通过三步走，推进信息化与工业化的融合，以实现综合实力进入世界制造强国行列的远期目标。

《中国制造 2025》发布之后，许多人将之解读为中国版的工业 4.0，一方面是由于德国政府主动邀请中国加入工业 4.0 体系，另一方面则是因为两国在制造业的数字化、网络化和智能化方向上有许多重合之处。

工业 4.0 随之在中国升温，但基本上还是定位在智能生产、智能工厂、智能物流和智能服务四个领域的纵向集成、横向集成和端到端集成等制造领域上。

几年来，从西门子、博世、宝马、空客到弗劳恩霍夫协会斯图加特研究所、德国工业科学联盟，笔者多次到德国工业 4.0 的发起企业和标准制定部门参观访问，从中发现，工业 4.0 中真正行之有效的革命并不是表现在制造环节的提升上，而在于全制造过程中各个物流环节的创新。

工业 4.0 是以赛博物理系统（Cyber-Physical System, CPS）来打通整个制造的数据环节，通过完善供应链条的待加工件（包括产品、零部件及原材料），实现与设备、相关人的实时互联。其在改型改性的加工或包装的技术、设备和工艺上并未有创新或本质的改变，生产管理中的生产计划、实时调度、质量控制、设备运维和故障诊断也未因赛博物理系统 CPS 而有节点上的创新突破。因而，工业 4.0 并不比其他的生产管理模式（如福特的反 U 型生产线、大野耐一的 JIT、沃马克的精益生产）更为有效，也不一定比企业资源规划 ERP、制造执行系统 MES、

并行工程、虚拟制造等软硬件系统在制造环节的效率提升上更为创新。

但是，工业 4.0 却在全供应链的各个物流环节上取得了突飞猛进的效率提升。其利用赛博物理系统 CPS 为核心，将原材料、零部件或最终产品赋予关联的数据属性，通过自组织的智能规划，主动寻找同样赋予关联数据属性的移动载体、分拣设备、加工设备等加工或包装载体、各环节的管理人员、操作人员或机器人，并可以通过自组织的协同、协调能力，有效准时地完成需要的处理任务。简单地说，就是零部件可以自己找车、找设备、找工人进行符合最优规划的加工，或者原材料、产品可以自己找车、找库、找人进行符合最优规划的采购、库存、包装和交付。

赛博物理系统 CPS 是工业 4.0 的核心，它包含了计算、网络和物理实体，通过计算、通讯和控制技术的协同和融合，实现了人机交互和物理进程交互。

事实上，由于赛博物理系统 CPS 的存在，可以使得建立全产业链的供应链管理仿真模型，利用物联网将产品、AGV、叉车、货架、托盘、周转箱、加工设备、机器人、由人机交互设备辅助控制的操作人员和管理人员直接接入赛博物理系统 CPS，通过完整供应链供应任务或终端市场真实而个性化的需求，综合优化供应链资源，并进行实时的资源重组，形成自组织协同能力，完成最有效的物流保障任务。

因此，在工业 4.0 运行环境中，产品设计、开发、加工设备、加工技术、加工工艺、生产线以及生产管理中的排产、调度、质量控制和设备运维并不需要改变，需要改变的是每一个智能化的保障系统或保障单元，如待加工件、AGV 小车、货架及周转箱、分拣系统、机器人等，这些保障系统和保障单元

通过主动协同赛博物理系统的其他相关单元，使得物流作业网络更加高效、准时和低成本，以完成供应链的系统优化。

在工业 4.0 中，人是极其重要的组成单元。一方面是因为人本身就具有自组织的主动协调和协同作业能力，另一方面则是可以通过人机交互接口实现对人操作的辅助支撑功能，让人发挥出更大的主动能力。

中国制造业企业的信息化基础还很差，但是互联网、移动互联网、物联网、供应链商业渠道优化的基础却位居全球前列，完全有条件先在制造过程的物流保障体系、供应链系统优化方面实现信息化与工业化融合，提高制造过程的效率，从而形成制造业的竞争力。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任，博士生导师）

■ 大成编笑话

大成问学生小强：“你也在清华有一年了，清华园里你最喜欢什么？”

小强想想说：“我最喜欢下课铃！”

■ 大成编笑话

大成上课不喜欢点名，结果今天是愚人节，大成突然说下课时需要点名。

结果发现项目的学生小强掏出他的手机给同学发短信。

大成乐了，对学生小强说：“你发吧，看谁今天信你！”

中欧班列规划需要更高层次的系统统筹*

2016-10-25 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端浏览量：1,251,335）



近日，国家发改委网站公布了《中欧班列建设发展规划（2016-2020）》（下简称《规划》），其目标是，到2020年，基本形成布局合理、设施完善、运量稳定、便捷高效、安全畅通的中欧班列综合服务体系。

《规划》的目标一旦达成，货运积聚效应将会释放，而国际贸易“单一窗口”模式也将基本实现。不过这样一来，中欧班列每年需开行5000列左右，同时还需大大提高回程运量。

在空间布局中，我们分别规划了从阿拉山口（霍尔果斯）口岸、满洲里口岸和二连浩特口岸出发的西通道、中通道和东通道。据了解，西通道主要覆盖西北、西南、华中和华南区域，东通道主要覆盖东北、华东和华中区域，中通道则主要覆盖华北、华中和华南区域。

其中，西通道分为三条，一是从阿拉山口（霍尔果斯）口岸出发经哈萨克斯坦与俄罗斯西伯利亚铁路相连，二是从霍尔果斯口岸出发经哈萨克斯坦、土库曼斯坦、伊朗、土耳其等国进入欧洲，三是将吐尔尕特口岸与规划中的中吉乌铁路连接，经吉尔吉斯斯坦、乌兹别克斯坦、土库曼斯坦、伊朗、土耳其等国

虽然铁路货运的价格要比海运高3到5倍，但运输时间至少节省10天左右。假以时日，铁路货运应该可以培育出对时效敏感的罅隙市场。但在已开行中欧班列的18个城市，各地政府不惜血本进行巨额补贴，硬是将中欧班列的价格拉低到与海运价格一样，各地货主也将“补贴”作为集散首选，甚至舍

近求远，这不仅严重干扰了市场自有的调节机制，也影响了尚处培育期的中欧班列正常生长。如果继续下去，未来5年，整个中欧国际货运体系可能会因此遭到破坏。

目前来看，《规划》对实现规划目标的外部环境、内部问题和资源约束估计不足，因此，采取的配套措施也存在着系统配合需要统一协调的问题。

其中，外部环境主要表现在未来五年欧洲和中国的经济并不乐观。欧盟是中国第一大贸易伙伴，而中国则是欧盟仅次于美国的第二大贸易伙伴。中国与欧盟2015年的双边贸易额为3.51万亿元、与2014年相比下降了7.2%。

2016年英国公投脱欧、德意志银行陷入重重危机、难民问题以及恐怖袭击将极大地拉低欧洲的投资和经济指标。与此同时，欧盟方面要求中国削减过剩产能，充分市场化，并高举“双反”大棒。由此，中欧贸易恐难再重复过去的高速增长。

另外，在全球制造业低端向东南亚转移，高端向美、日、欧回迁的状态下，中国实体经济也难以在短期内实现好转。据商务部统计，2015年我国最终消费对经济增长的贡献率达到66.4%，成为经济增长的第一驱动力。这表明，我国原先在全球产业链的大流通领域所占据的优势地位将不复存在。

看来，中欧国际货运市场的前景不容乐观。随着经济发展和科技进步，大宗货物越来越向小型化、轻型化、高附加值等方向发展，运输的重量和体积也随之减少。不仅如此，全球贸易的持续低迷也加剧了全球航运市场的运力过剩。目前，海运价格呈直线下降趋势，受此影响，全球班轮公司运力100强

中航运排名第一的马士基已开始大规模裁员，而排名第七的韩进海运则宣布破产，铁路国际货运要想从海运市场“火中取栗”可能会有些烫手。

中欧班列规模化经营的风险还来自于，需要途经多个国家进行宽准轨换装和通关，而参考国际组织“透明国际”针对全球 168 个国家和地区的腐败程度发布的“2015 年全球清廉指数”报告，西通道沿途中亚五国的排名都在 100 名开外，甚至在 150 名以上，如果没有国际贸易“单一窗口”，将严重影响中欧班列的运行效率。

因此，笔者认为应在《规划》之上率先解决三个方面的问题：

第一，应鼓励中国企业到欧洲并购优势企业，并形成跨越中欧的全产业链，将制造与物流、贸易无缝融合。

第二，要鼓励铁路企业与港口、海运企业通过换股实现联合经营。这不仅能实现多式联运的无缝连接，还会通过港口网络增加班列的回程概率，促进全供应链的优化，弱化地方政府的过度参与与竞争。

第三，从国家层面推进“一带一路”沿线国家的自由贸易协定。“一带一路”沿线国家众多，但短期内最为牢固的国家间合作还是“上合组织”。目前，我国与俄罗斯及中亚五国关系密切，应积极主导更进一步的经济合作和自由贸易，使之成为中欧班列的桥梁。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成做监控效果实验，拿自己房间做试验，结果刚刚装上全套监控设备第二天，就被盗去 50 元钱，并留下一个字条。大成一看，上面写着：“这么穷，装那么贵的监控做什么？”

■ 大成编笑话

大成问学生小强：“世界上最不忠心的是什么呢？”

小强回答：“大概就是钱吧！说好的一起出门，然后它就不跟你回来了！”

大成想想又问：“喔，那你说最忠心的是什么呢？”

小强回答：“一定是肉啦，怎么甩也甩不掉！”

■ 大成编笑话

大成问学生：“你们是如何提高彩票中奖的概率？”

小强举手回答：“这个容易，我爸爸就是干这个的！”

大成问：“那你说怎么办？”

小强回答：“认识主办方！”

■ 大成编笑话

大成骑车路过清华校河的小桥，连续两天看见一个大叔在桥下扣砖还往里塞东西，第三天实在好奇，下车到桥下看砖块下塞了什么。

抽开砖一看，上面有一元钱纸币和一个字条，字条上写着：“兄弟，这么好奇！一元钱给你坐校车，自行车我就骑走了啊！”

全球电商从资本配置转向贴身肉搏

2016 年 11 月 01 日 07:44 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：767570）



目前，零售渠道的竞争一方面依然依靠传统模式，如美国的沃尔玛、好市多、德国 Scherz、英国乐购、法国家乐福等；另一方面则是以阿里巴巴、亚马逊、eBuy、京东和日本乐天等为代表的“互联网+”模式。

“互联网+”竞争模式的一大特点就是，让消费者以更低的价格和更迅捷的方式获得有信誉保证的产品，这也使得京东等中国零售电商因此快速成为与亚马逊比肩的世界级企业。

尽管营业额看起来还比较高，但传统零售业却遭遇了八年来的最强寒冬。与此同时，零售电商的市场增长却非常迅猛。数据显示，沃尔玛 2015 年营收为 4821 亿美元，同比下滑 0.7%；而亚马逊的营收为 1070 亿美元，同比增长 20.2%。亚马逊的营收仅是沃尔玛的 22%，不过亚马逊的市值在 2015 年 7 月 25 日超过了沃尔玛。当日，亚马逊的市值为 2478 亿美元，沃尔玛的市值为 2305 亿美元。2016 年年初，沃尔玛宣布在全球关闭 269 家店铺，包括全部小型便利店 Express，并开始学习亚马逊，先后建设了 6 个带有全自动化分拣线的配送中心。

中国网络零售市场的规模已位居全球第一。数据显示，2016 年上半年，全社会消费品零售总额达到 15.6 万亿元，其中网络零售交易额为 2.31 万亿元，同比增长 43.4%。

面对中国这一全球最大且高速增长的网络零售市场，国际资本一直心存觊觎。阿里巴巴从起步时就得到了高盛、日本软银、富达基金的投资；京东也从沙特王子阿尔瓦利德、亿万富翁阿利舍尔处拿

到了投资。事实上每家网络电商的背后都有知名的国际资本站台。

零售百货行业更不会舍弃这个市场。全球零售业巨头沃尔玛在并购京东未果后，于 2011 年入股仅开业三年的一号店，后又逐步全资收购，目的是在中国快速发展网上超市，并全面拥有包括配送中心、供应商在内的全电商产业链；而电商龙头亚马逊早在 2004 年就开始进军中国，但目前发展缓慢，市场份额逐年下降。

在国际市场玩得风生水起的沃尔玛和亚马逊，中国市场的业绩并不理想。对沃尔玛来说，这可能是基因不同，电商复杂的体系架构、物流配送与 O2O 品类管理与沃尔玛管理体系并不兼容。而亚马逊则属于水土不服，一方面是还没有摸准中国市场高速发展的脉搏，另一方面，亚马逊的商品品类的确还难以吸引中国消费者。

目前，中国消费市场的规模还在不断增长，并可能替代美国成为全球第一，网络付费阅读、网络付费点播电影等新兴消费形式也开始流行，消费者基本上培育成熟。特别是由阿里巴巴 2009 年无中生有搞出的“双 11”购物狂欢节，不仅成为中国电商的年度竞争力考核指标，也成为全球电商博弈中国 B2C 市场的试金石。

2015 年“双 11”，淘宝天猫宣布全网销售额达 1229.4 亿元，京东则声称销售额至少 400 亿元。而美国同期的“网购星期一”（Cyber Monday）销售额则为 29.8 亿美元，“黑色星期五”中的网购销售额也仅有 27.2 亿美元。可以说，在电商领域，中国的“双 11”

完全秒杀美国感恩节后的“网购星期一”和“黑色星期五”。

如此震撼的销售数据让以往碰了一鼻子灰的零售巨头们重燃战火，并展开了近身肉搏：将一号店出售给京东后，沃尔玛 10 月 20 日宣布与京东展开全面战略合作，联手加入“双 11”战团；在过去数年高歌猛进的阿里巴巴则将 2015 年“双 11”的主题定位于“全球化”，今年更是提出了“买全球”和“卖全球”的口号。

真正令业界震惊的是，一直以来在中国市场保持低调和谨慎行事的亚马逊也开始发力。10 月 28 日，这家全美最大电商在中国正式推出其最成功的项目——金牌会员（Prime）服务。中国的金牌会员不仅服务费远低于美国和其他国家，而且还享有 30 天的免费试用服务期。另外，中国的金牌会员还可以获得跨境订单全年无限次免费配送服务。

目前，亚马逊在美国拥有 5000 万金牌会员，而在全球则拥有 6000 万至 8000 万金牌会员。

亚马逊的金牌会员制对提高客户群黏性和促进消费有强大的推动作用。据统计，73%的金牌会员每个月平均购买 2 至 3 次，49%的金牌会员每年的花销在 800 美元以上，而且时间越长购买越多。

看来，狼真的已经来了，但中国电商还有机会。

首先，中国电商毕竟对本土市场更为熟悉，特别是在采购、配送和 O2O 等环节中更具优势，可充分发挥供应链优势。

其次，中国电商也可以在海外市场肉搏。比如，阿里巴巴全球速卖通通过与西班牙邮政合作建立跨境贸易；通过投资印度 Paytm，吸引印度用户购买阿里旗下网站产品。

第三，肉搏战讲求的就是快、稳、准和狠，从不缺乏资本投入的中国电商应该在模仿之外，找出

竞争对手的弱点，创新出面向细分市场的核心竞争优势，一击而中。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成在宾馆洗澡，突然发现镜子上慢慢显现出几个字“我死的好惨！”

做惯老师的大成吓得哆哆嗦嗦地把“的”划掉，改成了“得”。

■ 大成编笑话

昨晚大成打麻将，结果输得一败涂地。

今天上课找不到黑板擦了，大成就问同学们：“你们把白板藏哪里去了？”

■ 大成编笑话

大成上课问学生小强：“为什么打盹？”

小强回答说：“我怀疑我小时候种过假疫苗，18 年过去有点反应了，一上大成老师的课就感觉头晕，心里发慌，全身没劲，说话都没力气，假疫苗害人啊！”

■ 大成编笑话

大成去学生宿舍，看到学生小强正给宿舍养的两只乌龟喂食，就听小强喊：“来来来兄弟们吃饭了。”

大成问小强：“怎么跟乌龟称兄道弟？”

小强说：“我和它们是结拜兄弟，不求同年同月生，但求同年同月死。”

雾霾锁城呼唤综合客运枢纽*

2016年11月08日 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1102161）



刚进入11月，华北地区就出现了大范围雾霾天气。受此影响，首都机场11月5日取消了近500个航班，大量旅客滞留在机场，而对于行程紧急的旅客来说，只能选择临时换乘高铁等其他交通方式，然而除了上海虹桥、长春龙嘉、海口美兰等少数几个综合客运枢纽外，绝大多数机场换乘高铁或者动车都不方便，很多旅客需要拖着沉重的行李在拥堵的城市街道中折腾几次，且可能无法按时抵达目的地。

雾霾形成的机理和起因尚在探讨之中，短时间内根治几无可能，但为旅客提供紧急补救措施还是有途径可循的，打造大型城市的综合客运枢纽就是其中的措施之一，甚至还可能成为旅行市场增长的驱动源。

综合客运枢纽是实现各种交通方式有效衔接的重要结点，是城际交通与城市交通衔接紧密、实现旅客出行“无缝衔接”和“零换乘”的关键平台。

国家发改委今年5月印发的《关于打造现代综合客运枢纽提高旅客出行质量效率的实施意见》要求，到2020年，在全国重要综合交通枢纽城市打造100个以大型高铁车站为主和50个以机场为主的现代化、立体式综合客运枢纽。其中，年吞吐量超过1000万人次的机场、日高峰小时旅客发送量超过5000人的大型高铁车站，将成为实现城市轨道交通等多种客运方式连接的重要平台。

而在国家发改委和交通运输部6月份联合发布的《关于推动交通提质增效提升供给服务能力的实施方案》中，也强调要加强综合交通枢纽的布局、建

设和运营衔接，打造一批开放式、立体化综合客运枢纽，实现零距离换乘。

国家政策高屋建瓴且目标明确，然而知易行难，目前像上海虹桥那样能实现航空、铁路、地铁、公共汽车和出租车五种客运方式“零距离换乘”的城市综合客运枢纽还属于凤毛麟角，究其原因，这是由不同客运方式的分头管理、不同的市场追求目标和不同城市发展的历史原因造成的。

航空、铁路、地铁、公交和出租车分属不同的管理机构。航空由交通部民航局管理并接受空军的空域资源制约，而铁路隶属于国务院直属的铁路总公司管理，地铁、公共汽车和出租车则属于地方政府管理。

目前，随着高铁的快速发展，对中短途航线产生了巨大冲击甚至颠覆，许多传统中短途航线因为高铁的运行而被迫取消，两种运输方式已成为竞争对手。因此，交通枢纽城市的综合客运枢纽需要民航局、铁总和地方政府进行全方位的协调。

其中，高铁的站点选址规划就是按照地理、市场和政府多头作用协调的结果，虽然高铁站点建设能直接刺激城市经济增长，但同时也要考虑高铁铺轨布线的地理限制和全路运营的成本及市场覆盖能力。而民航机场选址更是一个涉及气象、地形、地质、净空条件和土地利用类型的复杂系统工程，此外还要考虑飞机噪声对市区居民的影响以及飞行安全等因素。

从投资回报预期考虑，铁总更乐于将高铁站设在接近城市中心的地方，而地方政府则倾向于将高铁站设在能带动新城发展的地方；出于运行安全和

市场辐射方面考虑，民航局会要求民航机场与城市中心距离适中；地方政府则希望民航机场和高铁站不仅具有方便旅客、提供城市公共服务等功能，也能满足城市的中远期规划要求和带动区域经济发展。

不同城市发展综合客运枢纽的途径也不同：有些城市的民航机场和高铁车站需要新建，有些城市则只需要在原有的基础上进行改建、扩建。而不同的途径也相应有着差异化的发展目标和差异性的资源约束。

民航、铁路和政府三方如此之多的利益诉求很难在每一个交通枢纽城市都能有机地融合和衔接，更不可能与持续变化的各类旅客服务需求完全吻合。因此，首先需要站在满足人民日益增长的物流与文化需要和提高社会综合服务水平的高度上，在城市总体规划、铁路网规划和民航机场布局规划中，由地方政府牵头进行城市综合系统协调和规划调整。

交通枢纽城市建设、民航机场建设与高铁线路建设均投资巨大。比如，成都新机场需要投资 700 亿元，北京新机场的投资为 800 亿元，而高铁每公里的平均造价也达到了 1.3 亿元。因此，前期的系统协调与规划调整至关重要。如果在综合客运枢纽规划上出现失误，不仅不能更好地提供社会公共服务，造成投资浪费或重复建设，还可能降低三方经济收益，甚至阻碍城市及区域发展。

但要看到航空与高铁不仅仅是竞争对手，还可以是携手合作、优势互补地通过“空铁联运”做大客运市场蛋糕而实现共赢，获取各自更大的经济效益和社会利益。铁路十三五规划中将实现省会高铁联通、地市快速通达、县域基本覆盖的目标，与长途航空的无缝衔接以扩展市场更是水到渠成。

当然，规划必须具有前瞻性。从技术条件和安全约束来看，综合客运枢纽多数以民航需求为首选要素。当选址能同时满足高铁路网线路建设和运营

需求的条件时，应由地方政府牵头进行总体规划，并上报国家发改委进行相应的协调和规划调整，实现多种客运方式“零距离换乘”。而当高铁线路建设和运营条件与民航机场选址冲突时，从现有城市道路拥堵状况考虑，应在民航机场与高铁之间建立直通型城际铁路或者快速专用轨道交通通路，确保从机场到高铁一次转乘的精确起达时间，降低旅客换乘成本，并利用智慧交通信息平台帮助旅客规划新的旅行补救方案。

雾霾可能阻止视线，但不能阻止交通资源配置优化、提质增效的视野。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

开家长会，大成对小强的父亲说：“你得注意一下，你儿子小强可能早恋了！”

小强的爸爸回答：“真的啊！您告诉我一下亲家是谁？晚上我请他一起喝酒。”

■ 大成编笑话

科比：“你见过凌晨四点的...”

AlphaGo：“我不睡觉。”

■ 大成编笑话

大成看到学生小强抽烟，即劝道：“吸烟有害健康，戒了吧！”

小强说：“不能戒”。

大成问：“为什么啊？”

小强满怀骄傲的答：“我爷爷吸烟，我爸爸也吸烟，轮到我不能断了香火。”

控制煤炭供给风险更应依赖市场机制*

2016年11月15日 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1178975）



入冬以来，全国煤炭生产和运输又呈现出供不应求的态势，这种情形过去几年可谓难得一见。而随着煤价暴涨，焦炭、焦煤和动力煤的价格最近十个月的涨幅也都超过了200%，

铁路车皮更是“一厢难求”，门前冷落久已无人来访的铁路货运部门又成为各路人马争夺的“香饽饽”，铁路运费开始上涨，刚限长、限高的公路运费更是飞涨。

为抑制煤价过快上涨，自9月份开始，国家发改委连续召开了6次会议，相继启动了应急预案二级响应和一级响应，甚至重点敦促国有大型产煤企业与用煤企业签署煤炭供应中长期合同。看起来，似乎一切都在掌控中，煤炭供需问题会迎刃而解，然而这种短平快的政策干预真的有效吗？

事实上，每年呈季节性周期变动的煤炭需求量是很容易提前预测的，今年因为房地产市场高涨带来的建材和钢铁市场超常增长，增加了预测的难度，但对市场高度敏感且向来反应迅速的民营用煤企业应该早有所准备，不至于等到需求旺季时才临时想起去采购。此次煤炭供不应求的问题或许就与短平快政策有关。

在过去煤炭供不应求、运力紧张的时代，用煤企业通常会提前储备15天的用量，并不存在今天大面积的供应窘迫。然而，随着煤炭供给能力的不断增长和铁路、公路运力的不断提高，加上近两年中国实体经济下滑和许多产业产能严重过剩导致对煤炭的需求大规模下降，煤炭供需关系出现逆转，煤价连续4年大幅下滑。

由于煤价呈下滑趋势，用煤企业无须也无意储备过量库存从而增加成本，而是选择把煤炭的库存向上游传递给港口、货场、铁路或者产煤企业，使得自身储备的库存从15天陡然下降到2天以下。

一年来，随着供给侧结构性改革的实施与推进，作为五个重点去产能产业中的两个，钢铁业和煤炭业的成绩远好于其他三个产业，今年10月份基本上已提前完成2016年全年的去产能任务。究其原因，是因为这两个产业去产能遇到的阻力最小，要知道2015年卖出一吨钢铁或者一吨煤炭的利润还不如一斤白菜的利润高。年初，发热量5500卡/公斤的动力煤仅为370元/吨，而煤炭行业的亏损面甚至达到90%以上。在这样的市场趋势下，钢企和煤企也就不那么在意被削减产能了。

然而，造成今年下半年煤炭严重紧张的因素不仅仅是因为煤炭去产能，更重要的因素则是许多“小、散、黑”煤矿的关停并转所引起的巨大产能下降。因此，这两年煤炭去产能实际所完成的不仅仅是政府统计的2.5亿吨/年，还应加上未列入政府统计的“黑煤”的减产数量。

这些没有政府许可的“小、散、黑”煤矿产能，在市场调节为主的时代因为直接融入市场而受到市场自有规律的调节补偿，并未对价格有多大冲击；但当政府进行政策调节时，首先受到严格控制的的就是这些“黑煤”产能，据不完全统计，其整体规模或超过10亿吨。

全国合规产能约为40亿吨，在此基础上再降低6.25%的产能看起来影响不大，煤炭产业链各环节的企业也是按照此数据进行预测和准备库存的，

但实际上 2015 年全国煤矿实际总产能高达 57 亿吨，一旦整体削减产能，特别是“黑煤”先“逃”一步的作用下，就会严重影响用煤企业的市场供应量，再加上冬季优先保障电煤供应的强制性政策，导致市场严重供不应求，煤价不飞涨才怪。

在庞大且不受政府控制的“黑煤”支撑下，任何强制性压低产能或者提高产能的行为都会导致市场价格和产能的追涨杀跌，使得积压或缺货显得急速而倍增。因此，每个看似定位准确的调整政策都可能矫枉过正，特别是可能把本可以预测准确的周期性市场波动曲线变成到处布满陡峭尖峰的波动曲线，从而消耗了社会各行业的资源，且带来最差的市场满意度。

解决供应链“牛鞭效应”问题通常有两种较为有效的方法。一是让上下游共享同一信息和数据；二是供应链上下游形成利益共同体并追求供应链整体利益最大化。

但是，目前中国现实经济环境中，基本不具备产业链上不同主体共享同一信息和数据的可能性，因此，只能采取上下游企业形成利益共同体这一途径。也正是了解了其中的奥秘，国家发改委近来开始敦促陕西、山西和内蒙古产煤企业与用煤单位签订中长期合同，希望结成利益共同体，并进一步控制“黑煤”以保障供给侧结构性改革的成果。

不过，这又是一个看起来很美、短平快的政策，虽然目前来看的确行之有效，煤价降低了，但所谓中长期合同不过就是几年前河南省流行的“煤电互保”协议。如果在市场调节环境下由企业自发签订，的确是一个风险共担、利益共享的供应链协同优化的方法之一。但是，在政策高压下的中长期合同，根本无法打破“黑煤”极低的价格、极强的市场能力和

抢抓机遇的能力对政策控制下市场的冲击，未来依然会演变成一个更加难以控制的震荡市场。

所以，政策制定要有前瞻性和稳定性，对容易预测供需关系的产业市场，还是让市场机制发挥作用吧。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成上课发现有同学没有来，就问：“为什么有同学不来上课？”

学生小强回答：“大成老师，宿舍停水了！”

大成问：“停水与上课有相关性吗？”

小强回答：“他们说没有水洗脸，太丑了怕吓着您！”

大成又问小强：“那你为什么来了？”

小强回答：“同学们要求我来，说我这么丑，还是吓吓您吧！”

■ 大成编笑话

大成早上去了一趟寺庙，问大师：“我是做大学老师的，每天压力很大，吃也吃不好，睡也睡不好，又不能顾家，还挣不着钱，还要面对各种压力，别人都有时间休假，而我却不行。”

禅师右手捂左胸，不语。大成追问大师：“您是说不要抱怨，要问心无愧，要对得起心中梦想，对吗？”

禅师摇了摇头说：“你离我远点，我出家以前也是做大学老师的！今天听你又说这些，我心堵得慌……”

海外港口链助力中国和平崛起*

2016年11月22日 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1037434）



大国崛起的关键在于拥有强大的经济、工业和科技力量，但同时也必须要有强大的贸易和贸易通道来支撑。美国从英国的殖民地发展为全球霸主，得益于其审时度势地从“孤立主义”转为“扩张主义”，更得益于军事家马汉的“海权论”及其运用。

经过30多年的快速增长，中国已成为全球第二大经济体，而未来的增长更需要全球性资源供给。虽然中国意在和平崛起，但资源配置的主体属性必然会引来一些霸权国家的遏制。2011年美日加入新加坡等国发起的TPP和2013年美国推出TTIP就是遏制中国和平崛起的重要手段。虽然特朗普可能会重拾“孤立主义”，但美国“重返亚太”战略短期内恐怕不会改变，而日本、新加坡等国更不会在TPP上退缩。这样一来，中国在贸易及贸易通道上的战略布局就显得尤为重要。

自推出“一带一路”倡议后，许多人认为中国正在下一盘大棋。数年来，通过对海外港口进行商业投资、并购和参与建设及运营，中国已初步具备突破经济、政治和军事制约的能力，以争取正当的商业海权。

11月，中国海外集团有限公司两年前从新加坡国际港务集团有限公司接手开始经营的巴基斯坦瓜德尔港正式通航。至此，中远货船将新疆喀什的货物通过中巴经济走廊在瓜德尔港转运到中东和非洲，比之从上海港下水运距减少了11146公里，运时也减少1个月。

在此之前，由中国电建集团投资80亿马币（约18.1亿美元）兴建的马来西亚皇京港深水补给码头今年10月开始奠基。计划总投资800亿马币（约181.3亿美元）的皇京港开发建设和运营管理由日照港、盐田港、中国电建和马来西亚凯杰发展有限公司共同执行，建成后将成为东亚地区的最大港。

8月，中远海运正式接管运营希腊比雷埃夫斯港，为期50年，中远海运（香港）同时成为比雷埃夫斯港港务局的控股股东，并规划将比港建设成欧洲最大的集装箱港口之一和地中海地区的物流分拨中心。同月，在中国港湾工程有限责任公司承建两期工程后，总造价13.16亿美元的斯里兰卡汉班托塔港也拟全权委托给中国企业运营。

上述港口虽然都没有进入过国际大港的排名榜单，在规模、吞吐量和排名等方面也无法和中国国内的超级大港相比。然而，如果分析一下这些港口的位置，就可以发现它们在经济、政治甚至军事上的重要价值。

瓜港地处阿拉伯海与印度洋的交界处，紧邻霍尔木兹海峡，位于波斯湾咽喉附近。而霍尔木兹海峡是阿拉伯海进入波斯湾的唯一水道，也是海湾地区石油输往世界的唯一海上通道，被称为“世界重要的咽喉”和“海上生命线”。更为重要的是，中国可以从瓜港通过中巴经济走廊与新疆相连，直接绕开了钳制中国经济和能源命脉的马六甲海峡。

地处马六甲海峡战略位置的皇港，建成后规模将超越新加坡港而成为马六甲海峡的最大港口。马六甲海峡是连接太平洋和印度洋的国际水道，被誉为“海上十字路口”，是日本和中国最主要的能源运

输通道。目前全球石油的 60%、中国大宗贸易货物的 70%和进口石油的 80%都要通过马六甲海峡运输。未来，如果实在绕不开马六甲海峡，那么共建并运营一个该地区最大的深水港将极大地保障中国贸易通道的运行安全。

比港虽然在全球集装箱吞吐量的排名仅列第 39 位，但在中远接手后，中兴、华为、惠普等大型公司开始将比港作为企业的自有物流中心，比港的重要性陡升，未来或将成为亚欧海陆联运上的桥头堡和中国走向地中海的“门户港”。

而距离印度洋国际主航道仅有 10 海里的汉港，地理位置十分重要，目前是船舶补给港，未来可与孟加拉的吉大港、缅甸的实兑港、伊朗的哈赫巴尔港等港口共同构建海上丝绸之路的港口链。

除此之外，中国还一直谋求打造泰国的克拉地峡运河项目，项目一旦建成，“马六甲困局”也将迎刃而解。克拉运河是指从泰国克拉地峡区域，挖掘一条沟通太平洋的泰国湾与印度洋的安达曼海的运河，修建完成后，国际海运线将不必绕过新加坡、取道马六甲海峡，航程至少缩短约 1200 公里，可省 2 至 5 天航运时间；以 10 万吨油轮来算，单次能省下 35 万美元的运费。

从 2012 年起，中国开始进入调整和转型期。一个长达 30 多年的高速发展的经济周期渐至尾声，中国经济进入新常态，而中国的和平崛起一是要靠全球产业链中的“中国制造”优势持续发展，并逐步形成“中国质量”和“中国品牌”；二是要通过“增加消费”替代“增加投资”来拉动国民经济增长，稳步实现供给侧结构性改革和经济结构平稳转型；三是要逐步提高第三产业比例，将服务逆差转为服务顺差，形成以“中国服务”为主的“中国品牌”。

这三个发展路径均需要中国主动参与到国际贸易和国际产业链中，更需要强有力的贸易通道作保证。目前，欧盟仍是中国的第一大贸易伙伴，虽然英国“脱欧”会影响未来的贸易数据，但包括英国在内的欧洲与中国间的总体贸易数据不会下降，中国崛起的贸易方向和发展动力不会变。

除了在马六甲海峡和霍尔木兹海峡寻求商业海权的突破外，北极黄金水道也是个好途径：通过与俄罗斯合作在距离珲春不足 70 公里的扎鲁比诺港实施“借港出海”战略，将东北和东南沿海的中欧海上运输距离缩短 1/3，形成多管齐下的战略优势。

西有中巴经济通道和瓜港绕开马六甲海峡，东南及南部有皇港，东北及东部可以借道扎港及北极黄金海道，海外港口链虽然短期内在军事海权上难有作为，但完全可以形成全新的商业海权优势，为中国和平崛起储备条件。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任，博士生导师）

■ 大成编笑话

昨天清华 MEM 招生复试面试，学生小强把身份证递给大成检查。

大成看了半天，问小强：“你身份证美颜了吧？”

■ 大成编笑话

学生小强正在回答问题，就看见一个小飞虫飞进他嘴里，小强马上蹲在地上咳了半天。

大成问：“虫子味道如何？”

小强回答：“飞得太快，直接吞进去了！”

大成看着小强说：“你确定吞的不是孙悟空？”

供给侧结构性改革还需借助横向并购*

2016年11月29日 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：968708）



在日前举行的国务院常务会议上，针对钢铁和煤炭的去产能工作，总理提出，不能让“一颗老鼠屎坏了一锅汤”。事实上，今年钢铁和煤炭行业虽然已提前完成淘汰过剩落后产能的规定任务，但依然有部分企业通过等量置换方式未批先建或边批边建。看来，在全球产能过剩、各国贸易保护主义重新抬头的环境下，行业的稳定持续发展不能光靠政府的指令性政策。

历史总是惊人的相似，但不会简单重复，而“以史为鉴可以知兴替”。

三十多年前，中国开始进行改革开放，农村普遍实行家庭联产承包制，大大提高了农民的生产积极性。随着生产效率的提高，越来越多的农民从土地上转移出来，到城市务工。正是庞大的廉价劳动力支撑中国制造业快速融入全球产业链。三十多年后，中国经济总量位居全球第二，其中钢铁企业达到3000多家，总产能达到8亿吨；拥有煤炭企业8000多家，煤矿1.08万处，2015年的煤炭总产能达到了57亿吨。

而美国在南北战争结束后，将黑奴从庄园主手中解放出来，为北方资本家提供了大量廉价劳动力，工业企业随之蓬勃发展。也是经过三十多年的发展，美国钢铁企业达到了3000多家，但企业规模小、质量差、效率低，使得行业整体业绩不良。随着以电气时代为标志的第二次产业革命爆发，信托公司、股票交易所等大型资本逐步形成，加上铁路已形成全国网络并成为统一市场，从1897年开始，美国发生了

为期八年横跨全行业的第一次并购浪潮。这次大并购主要以横向并购为主，有75%的公司因并购而消失，其中J.P.摩根创立的美国钢铁公司收购了卡耐基钢铁公司及其他784家独立公司形成美国钢铁集团，产量达到全美钢铁产量的75%；到1910年，美国钢铁集团产量达到2650万吨，占全球总产量的40%以上。

事实上，经过30多年的劳动力解放，美国自由经济高速发展，企业数量达到史上最高，而后由于经济衰退，多数企业业绩不佳，产品同质化严重，品牌能力不强难以形成差异化战略，只能采取规模经济策略获取竞争优势。同时，美国交通运输系统构建了全国性市场，加上资本市场异常活跃，为全国性并购提供了资源条件。

据统计，在1897年至1904年的八年间，美国的并购达到了2943起，主要是金属、食品、石化产品、化工、交通设备、金属制造、机械和煤炭八大行业同业间的横向并购。这次并购造成了美国史上最大的垄断，比如，美国烟草公司占据了90%的市场份额，标准石油则占有85%的市场份额，杜邦、通用电气、柯达等许多耳熟能详的公司基本上也都是在这一时期开始占据垄断地位的。

可见，并非只有依赖政府强制性指令性计划才能实现资源的优化配置和行业整合，经济衰退、市场竞争激烈，加上技术进步、跨区域市场和资本市场都可以为行业企业并购提供足够的诱导和支持。

目前，中国经济进入新常态，实体经济低位徘徊，行业内产品同质化严重，许多企业在低利润、微

利润甚至负利润点上运营，而互联网产业的迅猛发展，弥补了交通基础设施上的不足，全国性跨区域资源整合条件充分。

2016 年前三季度，中国企业实施了 521 项海外并购，交易额达到 674.4 亿美元，超过 2015 年的 544.4 亿美元并购总额。特别是境内投资者前三季度对全球 160 个国家和地区的 6535 家境外企业进行了非金融类直接投资，直接投资额达 1342.2 亿美元，同比增长 53.7%。由于国家外汇管制，国内市场上更有充足的货币储备来推动企业并购重组，大规模横向并购条件已经成熟。

中央政府采取的强制性企业并购遵循的原则是以大吃小，但由于分税制原因，地方政府从自身发展角度出发，不管本地企业有没有市场竞争力，都希望推进本地企业并购外地企业，从而带来新一轮投资冲动，反而影响了并购进程。

供给侧结构性改革如果只靠指令性政策，也仅能在市场低迷时控制住各地的产能；在市场抬头的时候，就会有无数个游离在监管之外的“黑钢企”和“黑煤矿”顺势而起，追涨杀跌，从而造成政策的矫枉过正。

以大吃小的原则在并购中也不一定成立。美国钢铁公司成立之前，卡内基钢铁就以 57% 的市场占有率排名第一，而 J.P. 摩根则从无到有，最后成功并购卡内基钢铁，拥有 17 万产业工人，成为第一家资产超过 10 亿元的工业企业。

目前国内的并购案并不少，但基本属于混合并购，这也是企业多元化战略使然。混合并购多发生在发展中国家，这是因为这些企业往往核心技术少、国内市场小、经营风险大，而多元化战略提到的鼓励政策比较多，也便于家族继承。

供给侧结构性改革源于产能过剩，如全球钢铁需求只有 10 亿吨，但全球钢铁产能却达到 16 亿吨，

其中中国的钢铁产能就达到 8 亿吨，这使得欧盟、美国和澳大利亚纷纷对中国钢铁产品发起反倾销调查。

以集约经营、专业分工和规模效应为特征的横向并购更适应当前中国产业的结构调整，并可推高中国企业在全球的竞争优势。在全国性资源配置极其便利和充分的货币市场支持下，政府完善促进横向并购的市场环境才是根本。当然，任何趋势都有一定的适用期，当横向并购达到一定阶段，需要进行一定的政策调整，以防止落入引发美国第一次并购浪潮衰落的政策误区。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成问学生小强：“怎么回事？全班就你没有交作业？”

小强回答：“大成老师，作业我带在身边都一周了，现在培养出感情了，能不交吗？”

■ 大成编笑话

学生小强问大成：“大成老师，这个谷歌的阿尔法狗 3:0 大胜李世石，还有没有人类能胜过这个机器人呢？”

大成想想说：“其实也容易啊，只要遇到上海女人的一句话，机器人立马宕机！”

小强问：“哪句话？”

大成说：“问他‘你说，你错在哪儿啦？’阿尔法狗计算十年也找不出来啊！”

铁路可试水无车承运市场

2016 年 12 月 06 日 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：733482）



自从 9 月 21 日交通运输部和公安部联合实施《整治公路货车违法超限超载行为专项行动方案》以来，被称为“史上最严超限规定”的 2016 版《超限运输车辆行驶公路管理规定》掷地有声，任何货运运输车辆只要出现“车货总高度超过 4 米、车货总长度超过 18.1 米、车货总宽超过 2.55 米以及最大载重超过 49 吨”当中的任一情形，就将被视为超限，并受到严厉处罚。

一时间，许多依靠超限、超载、低价竞争的公路货运公司开始暂停运营，许多个体司机干脆给自己放了大假；而依靠传统水运进口的 40 英尺国际标准集装箱的集装箱卡车大部分都将超出规定的 4 米限高，运输 53 英尺国际标准集装箱的车辆也都将超出 18 米的限长，他们则必须寻找可替代的出路。

短时间内，部分公路货物的运输任务就只能转向另外一种运输方式——铁路货运，由此导致铁路货运运力瞬间暴涨。

然而，铁路货运部门却并没有掌握太多公路接取送达业务的车辆，导致接替这一部分公路运输市场的活动并不那么顺畅，一些市场机会就在这次白白流失了。当然，由于煤炭和钢铁等大宗货物近期需求反弹，使得铁路货运部门暂时以应付此次急迫需求为主，主管部门可能因此忽视了此次危机。但煤炭及钢铁暴涨的运输需求仅是临时性的，未来很长一段时期内，铁路仍然会与公路货运竞争高附加值的非大宗产品市场货源。铁路如何能改变“门到门”最后一公里的竞争弱势，如何摆脱给公路货运

当“棒棒军”的局面，如何在直接的白货物流市场竞争中破局成为关键。

无车承运给了铁路一个新机遇。今年 10 月份，交通运输部印发了《关于推进改革试点加快无车承运物流创新发展的意见》，在全国推行无车承运人试点工作，多方预测将有一万亿元的市场总量。一时间许多相关的物流、互联网甚至金融企业摩拳擦掌，从车货匹配、物流信息、互联网大数据、中介机构、供应链体系、卡车制造商等不同角度向无车承运人迈进，但独独一直觊觎公路白货、零担、快递乃至冷链物流市场的铁路却没有动作，而实际上，铁路仅仅从铁路货运的“接取送达”入手，就完全有条件率先进入无车承运人市场。

在无车承运人市场竞争中，铁路具有四个先天优势。首先，铁路具有最大的全国性网络，且布局密集，按照我国《中长期铁路网规划》，到 2025 年铁路网规模达到 17.5 万公里，到 2030 年，铁路网连接 20 万人口以上的城市、资源富集区、货物主要集散地、主要港口及口岸，基本覆盖县以上行政区和稳定的货源，远期铁路网规模达到 20 万公里，并形成“无缝化”衔接的货运枢纽，这是目前任何物流公司所不具备的优势条件。

其次，铁路具有稳定的货源。虽然铁路货运自 2012 年开始，以每年 10% 的速度递减，但是其 2015 年货运量依然达到了 33.6 亿吨，约为公路货运量的 9.48%；货物周转量达到 23754 亿吨公里，约为公路货物周转量的 36.7%；铁路货运收入达到 2312.1 亿元。今年年初，中国铁路总公司运输局局长程先东就将现代物流信息化建设、物流市场开拓、集装化

运输和缩短运到时限确定为铁路货运改革方面取得新突破的四个方向，铁路不仅仅在大宗货物的货源具有竞争优势，未来可能在快递、百货、冷链甚至危险品物流市场上有所发展。

第三，铁路具有强大的信息处理与共享平台基础。从 12306 客票信息平台到 95306 货运信息平台，中国铁路总公司已经具备了强大的终端客户数据库，也具有深度挖掘终端客户需求并按群/组定制服务平台的潜力，虽然 TMIS（铁路运输管理信息系统）因各种安全原因暂不对外开放，但是未来在铁路货运大数据建设上，已然有着无限的想象空间。对于无车承运人，最大的关键就是车、货、人的高效匹配，而且需要线上线下的直接对接服务，铁路半封闭的信息化平台已经具备此 O2O 功能。

第四，铁路还具有强大的资金优势。在铁路“十三五”规划中，铁路固定资产投资将在 3.5 万亿至 3.8 万亿元，因此在以资本为主要竞争手段的“互联网+”模式无车承运市场中，铁路同样具有先天优势，特别是铁路还有比资本优势更为强劲的风险防范优势和品牌信誉优势，进一步增强了其面向无车承运专用项目的融资能力。

当然，在无车承运市场竞争中铁路也存在一些弱势。其中最大弱势就是铁路的集货能力比较慢，这主要是因为：一是铁路在市场开拓上思维方式还没有转变过来，“等靠要”等计划经济时代遗留的运输模式尚未清除；二是因为铁路货运运载量大，且大宗货物由始发地到目的地的运载量双向严重失衡；三是十八个路局职能划分过于清晰，各管一段的心理造成了局外货物操作效率失控；四是各个装卸节点缺乏市场意识和全面服务客户的精神。

集货能力完全可以通过铁路与地方政府、民营企业进行混合所有制改革而实现优势互补，充分发

挥地方政府、民营企业在集货能力和操作效率上的优势，并以铁路的网络、客户、信息、资金、品牌和规模优势构建以铁路为主导的无车承运平台，依靠双方或者三方组成合资公司，由目前已有的“接取送达”业务为起点，构建基础运营平台，然而在强大的资本和运输市场支持下，以低投入、高收益、稳增长来吸引零散的个体车、个体司机加入，实现边际收入和边际利润的增加。

同时，铁路还可以在无车承运平台基础上，与传统的配货站、卡车制造商及汽车维修站进行无缝对接，将无车承运所需的资源通过“互联网+”及物联网平台实现完全共享，铁路以“接取送达”为支点，支撑起由卡车制造商、汽车维修站乃至汽车零配件制造商组成的无车运输和由配货站及信息中介组成的无库仓储，实现以铁路为主导的无车承运网络。

只要敢于想象，手捧金饭碗的铁路机会无限。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任，博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强兴奋地与大成说：“大成老师，我听说一个最省钱的鉴别百元钞票真假的方法，用火烧，烧完后如果是灰色的就是真的，黑色的就是假的。”大成问到：“你试过吗？”

小强回答说：“我刚才试过了啊，我兜里的都是真的！”

大成说：“怎么幸运？那你晚上回家再试试家里的！”

用刚性制度 让“野蛮人”无法成为“行业强盗”

2016 年 12 月 07 日 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：744376）



证监会主席刘士余近日提出“用来路不当的钱从事杠杆并购，行为上从门口的陌生人变成野蛮人，最后变成行业的强盗”，疾风骤雨尽显雷霆之威，甚至说出“当你挑战刑法的时候，等待你的将是开启的牢狱大门”。话是实话，却透露出证监会在监管过程中对许多资本行为的无奈。

结合时间点，刘主席无非是将万能险与昔日美国杠杆收购中的垃圾债券挂钩，也将被判十年监禁、赔款和罚金 11 亿美元的“垃圾债券大王”米尔肯与现今中国 A 股上呼风唤雨的某某系大佬挂钩，加上“私募一哥”徐翔涉嫌操纵证券市场、内幕交易罪一案公开开庭审理，此举明显是在敲山震虎。不过，初衷甚好，结果却未必佳。

历史总有惊人的相似。类似万能险的垃圾债券伴生于美国 70 年代末到 80 年代的第四次并购浪潮——杠杆并购，其时也与当前中国的经济环境惊人相似。

第四次并购浪潮以恶意并购为主，“小鱼吃大鱼”时有发生，好像门外到处都是野蛮人。恶意并购的“恶意”是指不顾目标公司的意愿而采取非协商购买的手段，对于广大股东来说，往往可拿到高出 20% 至 40% 的股票溢价，也就谈不上恶意，也发展了目标企业反并购战术，如焦土政策、毒丸计划、绿色邮件和双层资本化等。杠杆并购所主导的第四次并购浪潮也并非都是消极的，依然有其积极的一面。

第四次并购浪潮历时整个 80 年代，在 1985 年达到了最高峰，到 1989 年全球发生了 7700 起并购，

并购价值达到 550 亿美元，有效地发展了中小企业，促成了许多行业的重组和集中，其中完成并购的资金 90% 来自借入；经营不良的大型联合企业成为主要的并购对象，在被并购后往往进行资产剥离和分拆；也促进了大型公司主动减肥以避免被并购，形成了“主业回归”的经营环境。杠杆并购增强了银行业的进取意识，制服了当时的经济滞涨，并奠定了 90 年代后美国的经济大繁荣和股票大牛市。

当今全球经济下滑，中国经济结构也处于经济新常态 L 型转变之中，实体企业各种税收较高，且价值被低估，人民币超发、游资充分并多数在虚体经济空转，而保险企业万能险产品年化结算利率普遍在 5% 以上，部分甚至高达 7%，因此，保险企业使用高结算利率万能险在二级市场举牌水到渠成，杠杆并购数量加剧也成为必然。目前入市的险资主要包括恒大系、宝能系、安邦系、生命系、阳光保险系、国华人寿系和华夏人寿系。

此轮野蛮人主要瞄准了品牌实体企业，而且都处在估值被低估且公司治理结构不尽完善的阶段，股权分散度大，品牌度高，因此成为目标公司也并不冤枉。事物都有两面性，企业选择上市，既可以借助资本市场的价格信号，迅速汇集大量需求资金，又可以有效引导各种生产要素、经济资源进行优化配置，从而成为龙头企业；但是企业选择上市，也必然成为资本市场竞相追逐的标的物，因此也应该尽早建立现代企业制度，通过完善公司治理结构有效狙击恶意收购。

对于监管机构，更应该做的是未雨绸缪，或者是亡羊补牢，但必须运用法律、法规乃至规则进行

系统性规范，逐步建立制度并持续完善，让“野蛮人”无法长成“行业强盗”。仅靠喊话或临时政策往往会矫枉过正，更会产生负面效应，让投资人不敢投资，让委托方不能委托，反而不利于资本市场的长期健康发展。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任，博士生导师）

铁路货运须变革，物流业需要大整合

2016年05月10日 新闻来源：高铁网

“现在是近几年最清闲的，进编组的货车明显少了，只有编组站运能的50%左右，说明货物流动性较弱。”武汉北站相关负责人告诉记者，由于车量减少，编组站正在计划将部分一线编组人员分流到其他岗位。

类似的情况也在郑州、广东、沈阳等铁路枢纽不同程度存在。在经济下行压力下，随着大宗商品运量下滑以及采暖季的结束，铁路货运迎来的可能是最困难的运营期。另一方面，得益于以高新技术、优质农产品为代表的产业加速崛起，以个性化、品质化为特征的新型消费潜力持续释放，航空业呈现出逆势增长。

业内专家指出，物流业的结构正因经济形势的变化发生改变，整个物流行业亟待加速整合单向的运输体系，在中国内陆形成物流网络，降低成本，提高效率。

变革物流业需要大整合

事实上，在我国经济新常态下，煤炭、钢铁等传统大宗运输对象将持续处于去产能的状态。同时，随着消费升级，物品传递需求的增加，我国物流结构也将改变。为适应这种改变，物流业也应该整合现有资源，形成完整体系。同时内贸物流改革在降低物流成本和社会综合成本方面仍有较大空间，减少现阶段的运输成本。

清华大学工程管理硕士教育中心执行主任刘大成在接受《经济参考报》记者采访时表示，国家政策方面，物流业中长期规划中提出要加强短板，“一带一路”政策的基础也是物流和运输。但是最大的问题在于目前我国的运输是单向的，成本高，效率低。

刘大成建议对整个运输行业进行整合，在中国内陆之间形成物流网络，降低成本，提高效率。“我国经济发展不平衡，随着产业结构的调整，东部地区主要是消费端，中部地区是生产端，西部地区是资源端，如果能够实现内部的资源循环，对于整个物流行业意义重大。”

有业内人士指出，大宗运量下降释放了铁路运能，建议以此为契机加大对铁路发展零散白货运输的政策扶持力度，引导适宜铁路运输的公路货源逐步回归铁路，更好地发挥铁路节能环保、低廉、安全的优势，降低物流综合社会成本。

因此，为实现铁路运输的更大利用化，郑州铁路局货运营销中心副主任王小东建议，应以铁路货运市场化改革为契机，下一步可协调金融等部门加大对95306网大宗商品服务平台的支持力度，在已经实现大宗交易的基础上，尽快实现对大宗运输的融资服务，进一步降低企业物流成本。

危险品运输安全的四大矛盾及系统破解

2016 年 12 月 13 日 作者：刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：744,376）



近年来，中国化工产品市场需求持续增长，许多伴生的危险品也成为人们生产、生活中不可或缺的资源，危险品运输随之步入高速增长期。有数据显示，2015 年全国危险品运输量约为 10 亿吨，且每年运输量增速达 10%，居全球第二位。

然而，日益增长的危险品运输市场也让人们心惊肉跳，因为在危险品运输中事故频发，每年平均超过百起以上；同时，因为危险品的易燃、易爆、有毒害、强腐蚀性和有放射性等属性，事故造成的后果也非常严重，不仅对人员和环境造成严重伤害，甚至还伴随着次生灾害并对环境产生不可逆破坏。

正是因为危险品运输的高风险，加上又是生产、生活中不可或缺的物质，使得被严格监管的危险品运输存在相应的高利润。据业内人士估计，危险品运输的毛利率一般在 35% 至 55% 左右，这样的高利润使得许多资本趋之若鹜，至 2015 年，危险品道路运输企业约为 1.1 万户，运输车辆约 31 万辆，从业人员约 120 万人。

随着国家对生产安全责任事故的处罚力度越来越大，许多地区或者行业管理者往往采取禁止危险品运输车辆通行的方式一避了之。目前，各级各类管理部门从各自角度出发，对危险品运输企业采取了越来越严格的监管和高税收管理，一方面提高了危险品运输企业的管理水平和竞争能力，但另一方面也让许多中小型危险品运输企业为躲避监管而采用各种极端方法，一旦发生生产安全责任事故，则损失更大。

在危险品运输环节中存在许多相互冲突的矛盾，主要包括四个。

第一是要不要生产危险品。发展经济需要危险品的生产、运输、仓储和贸易，需要危险品运输中的装、运、卸、储更有效率；但发展经济的目的是要满足广大人民群众不断增长的物质和文化需要，也是要广大人民群众身体更加健康、生活更加幸福，因此又需要对危险品运输进行更加严格的监管。

第二是监管过程存在分头管理。交通、公安、质检、安监、工商、环保、卫生、税务和海关等部门分头监督管理，职能交叉，形成了所谓的“闭环管理机制”，往往争利时一哄而上，出现事故时诿过推卸管理责任；最重要的是，让受监管的企业左右为难、无所适从，既降低了监管部门的执行能力，又导致物流运输的效率低下。

第三是运输企业的意愿存在矛盾。一方面，许多民营物流企业和运输企业为了高利润而想方设法挤进具有一定垄断属性且存在高风险的危险品运输行业；另一方面，许多具有危险品运输能力和资质的央企、国企不断减少危险品运输的规模，甚至干脆放弃危险品运输市场。之所以如此，原因是央企、国企的评估指标不仅关注效益和利润，更关注生产安全责任，基本上是“一票否决”制，因此央企、国企的负责人普遍存在多一事不如少一事的想法。

第四是危险品等级标准与危险品运输的危险等级存在矛盾。目前，国内危险品分类等级标准把危险品分为炸药、气体、易燃液体、易燃固体、氧化剂、毒性物质、放射性、腐蚀品和杂类等九类，然而许多危险品的危险等级却被人为提高，比如，一些

被认为危险等级高的危险品在装、运、卸、储环节中呈现出高度惰性，而一些被认为危险等级低的危险品在装、运、卸、储环节中却呈现出高危险性。

在危险品运输过程中，影响安全四大要素是人、车/设备、管理和环境，其中可以控制的要素是人、车/设备和管理体制，以往关于危险品运输安全的大量研究也往往集中在这三个要素上。而不能控制的要素就是环境，因为运输过程中危险品面临的环境是实时可变的

如何降低危险品运输过程中环境的随机性或者说不可控程度？采取管道运输或是一个好办法，因为危险品在管道中运输的不可控变量最低，只要保证管道自身安全即可。但是管道运输的前提条件是，运量规模必须足够大且持续稳定。事实上，许多化工危险品就是采用的管道运输。

此外，铁路也是一种环境不可控要素较少的运输方式。危险品汽运的环境风险在于，公路随时存在各种不确定因素，如道路破损、会车碰撞等，风险点多且面大；而铁路危险品运输则全程在独立成网的轨道中行驶，并受到严格的调度及监控，外界的环境变化要远少于公路运输。值得一提的是，铁路货运在大规模运输中独具优势，一列货车可以一次性运输高达 5000 吨到 1 万吨的货物，这样在与水运、海运直接对接进行多式联运时可以减少危险品仓储环节，因此有更强的安全保障优势。

但铁路在危险品运输的占比却并不高，甚至逐年还有下降的趋势，这主要源于对于安全责任事故问责的力度越来越强。危险品公路运输出现问题时，事故源点只是几十吨货物；而危险品铁路运输出现问题时，事故源点可能波及成千上万吨货物。

问责制是一把双刃剑，我们往往看到它有利于增强目标安全责任管理、健全安全技术措施、完善安全预控体制机制、增加安全保障投入，强化规章

制度的执行力；但对于铁路管理者来说，危险品运输就是个烫手的山芋，虽然利润高企，但承担的安全风险恐怕是妨碍铁路扩展危险品运输市场的最大阻力。

因此，国家首先应在危险品运输安全生产事故的问责制上有所区分，在体制机制上给予铁路更多的利润让渡和宽容，只有这样才有可能从根本上推动铁路去承担更多的危险品运输业务。

其次，利用大数据整合各监管部门，杜绝多头管理，同时利用供应链优化推进危险品运输企业的信息化进程，实现大数据在管理部门与企业中的融合共享，提高安全性。

第三，科学确立危险品运输等级标准。可以以中交协危险品专业委员会、全国道路运输标准化技术委员会、中国化工学会等为主导，联合相关部委、企业构建完善的危险品运输分类等级标准。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

学生小强问大成：“大成老师，您说谷歌机器人 2:0 战胜了棋王李世石，是不是太可怕了？还有比这更可怕的吗？”

大成想了想回答：“比这更可怕的是，AlphaGo 故意输一局”

■ 大成编笑话

学生小强头疼，去校医院看病，医生告诉他：“你这是感冒晚期！”

小强吓得一激灵，忙问：“啥是感冒晚期啊？”

医生回答：“就是感冒快好了呗！”

拥抱资本能否支撑快递企业信誉*

2016 年 12 月 13 日 作者：刘大成 来源：新华社客户端 (客户端阅读量：1,116,254)



快递业已经与国民的生活密不可分，2015 年全国快递业务总量达到 206.7 亿件，快递收入累计 2769.6 亿元，并预测 2016 年将达到 300 亿个快递包裹，如果以全国人口为 13.68 亿人来度量，平均每个人将发运 22 个快递包裹，而全行业从业人员可能达到 150 万人，快递市场企业数量约为 11000 家。但是随之而来的就是快递业整体出现的质量问题，包括服务态度、投递延误、包裹破损、快件丢失等服务质量问题层出不穷，这主要源于行业竞争的加剧导致行业毛利率快速下降，2007 年快递业的毛利率约为 30%，而目前行业毛利率已经下滑至 5-10%，提高效率、扩展规模、保证质量、提高员工素质从而通过企业的信用和信誉成为提高市场竞争力的不二之选，而提高竞争力最需要的就是资金支持，这也是今年一线快递企业竞相上市拥抱资本市场的核心动力。

遥想 1980 年最早开始全球邮政特快专递 EMS、1984 年开始国内快递业务的时代，全国 GDP 仅有 4545 亿元，只有中国邮政一家企业，国人还在使用 4 分钱、8 分钱邮票邮寄信函，邮寄包裹都要跑到邮局排队，很少有国民选用价格昂贵的国内快递业务。尽管 EMS 可以享受邮政车辆在城市内畅通无阻，享受铁路、民航优先装运权等邮政普遍服务特权，但垄断使得 EMS 在送达时效和服务质量上每况愈下，而又在技术支持、服务意识和部门衔接上存在结构性缺陷，使得 EMS 的信用及信誉越来越下滑。

正是 EMS 的服务怠慢和质量较差给了国外快递企业进入的机会。由于限制外资，1986 年 DHL 以变通方式与中外运各注资 50% 成立合资企业中外运敦豪，以更优质服务和品牌信誉获取了高额利润。2005 年中国按照 WTO 协议全面对外资开放物流及快递业，当年快递市场已达上百亿元，因此吸引了敦豪 (DHL)、联合包裹 (UPS)、联邦快递 (FedEX) 和荷兰天地快运 (TNT) 等全球四大巨头的进入，日本佐川急便也以合资形式进军中国，这一方面快速地提升了国内快递业整体的服务质量和水平，但也迅速将中国邮政垄断收益击溃，尽管 2007 年快递市场已经达到 380 亿元，但国家依然要成立中国邮政储蓄银行以弥补中国邮政的亏损。

就在国际巨头凭借品牌优势、资本实力和服务质量在国内快递市场上高歌猛进，许多人都以为未来快递市场将为国际巨头垄断之际，一只值得大书特书、土生土长的快递业大军开始异军突起，这就是在市场夹缝中满足市场需求的民营快递企业群。

“英雄起于阡陌，壮士拔于行伍”，早在 1993 年根本无法取得合法营业执照的申通、顺丰就分别在浙江和广东起家。申通创始人聂腾飞乘坐普铁从杭州把贸易公司的报关单送到上海，而詹际盛则从火车站接货投送到上海各市区，每单 100 元，用次天达替代了 EMS 的三日送达，史称“人肉运货”；顺丰创始人王卫则组织 6 个人在深港间用背包和拉杆箱运货实现即日送递，史称“水货佬”。申通和顺丰因言行信果而声名鹊起，市场份额与企业规模逐步扩大。1994 年詹际盛与弟弟詹际伟单独成立天天

快递,1999年聂腾飞去世后,妻兄陈德军接掌申通,弟聂腾云离开申通创办韵达,2000年邻村喻渭蛟借妻子、申通财务张小娟的指点创立圆通,2002年,邻村赖梅松联合申通分公司经理桑学兵成立中通,2003年桐庐人成立汇通快运,2004年被同样是桐庐人徐建荣收购运营,以血缘和邻里关系形成桐庐帮的“四通一达”;而顺丰则在王卫带领下稳扎稳打,1996年涉足国内快递业务,2002年削藩重构成立顺丰总部,2003年与扬子江快运合作,成为全国第一家使用全货运专机快递企业。至此,顺丰与“四通一达”开始向国际速递巨头发起猛攻,加上网络电商兴起的消费市场助力,民营企业到2015年已经占据国内快递市场份额绝对老大,其中民营、国营和外资的快递业务量市场份额分别是89.4%、9.9%和0.7%,快递业务收入市场份额分别是81.1%、11%和7.8%。民营快递以其服务便利、价廉物美和灵活变通成为中国快递业的龙头,这也得益于2009年《邮政法》、《快递业务经营许可管理办法》的实施。

随着中国网络零售市场已成为全球最大且高速增长,全球资本纷至沓来,导致国内电商竞争加剧,特别是“6•18”、“双11”已经秒杀美欧网络零售市场,但快递服务质量也随之成为制约网络零售发展的最薄弱环节。龙头电商为提升整体服务质量开始进入快递市场,京东自2007年开始效法亚马逊开始自建物流,并获得了极大成功,2013年京东物流开始将物流设施和资源共享给第三方平台商家,2016年末对外开放中小件网络、大件网络和生鲜冷链平台。而阿里巴巴则在2008年开始将中通列为淘宝网推荐物流,2013年投资建立菜鸟网络,以数据为依托,形成了快递、仓配、末端等“天、地、人”全物流网络平台,并融入了圆通、汇通作为战略合作方。

面对这种咄咄逼人地以服务质量、品牌信誉和巨额资本作为竞争优势的电商快递企业进逼,以及自身市场增长速度放缓的态势,国内民营快递企业纷纷选择拥抱资本市场来换取资本提高市场竞争优势。顺丰借壳“鼎泰新材”上市,估价433亿元;韵达借壳“新海股份”上市,估价180亿元;圆通借壳“大杨创世”上市,估价175亿元;申通借壳“艾迪西”上市,估价169亿元;中通在纽交所上市,融资14亿美元。至此,快递业第一团队全部实现对资本市场的拥抱。

然而,快递业存在的单方面人为设定丢失或破损的最高赔偿额、“先签后验”、非授权代签、限制索赔期限等信用信誉问题依旧存在,员工素质低、服务意识薄弱、信息反馈能力差、投诉反应迟缓、投递时间缺乏柔性等技术能力不足也亟需提升,单单靠“资本+快递”就能够解决吗?

全球电商龙头亚马逊近两年在物流行业也成为领头羊,其金牌客户的“24小时送达”、“1小时送达”以及全自动分拣配送中心等无不引领着全球快递业的发展,已经开始压制FedEX和UPS的发展,快递业的“唯快不败”、“无信不立”的妙诀恐怕只有顺丰、京东和菜鸟网络才可能真正地领悟一二。

(作者刘大成,系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任,博士生导师)

拥抱资本能否支撑快递企业信誉(纸媒)

2016-12-20 作者:刘大成 来源:经济参考报

由于行业竞争加剧、毛利率快速下降,导致快递业服务态度不好、投递延误、包裹破损、快件丢失

等问题层出不穷。据了解，目前行业毛利率已经下滑至 5%到 10%，因此提高市场竞争力便成为快递企业的不二之选。

遥想当年，尽管 EMS 可以享受车辆在城市内畅通无阻、铁路、民航优先装运等特权，但垄断使得 EMS 在送达时效和服务质量方面每况愈下，同时又在技术支持、服务意识和部门衔接上存在结构性缺陷，导致 EMS 的信用及信誉越来越下滑。

正是 EMS 的怠慢和服务质量不好给了民营快递企业进入的机会。

早在 1993 年，还无法取得合法营业执照的申通、顺丰分别在浙江和广东起家。申通创始人聂腾飞乘坐普铁从杭州把贸易公司的报关单送到上海，而申通另一创始人詹际盛则从火车站接货投送到上海各市区。申通用“次天达”的方式替代了 EMS 的三日送达，史称“人肉运货”；顺丰创始人王卫则组织 6 个人在深港间用背包和拉杆箱运货实现了即日送递，史称“水货佬”。

之后，桐庐人以血缘和邻里关系形成了现在的“四通一达”；而顺丰则在王卫人的带领下稳扎稳打。到 2015 年，民营企业已经占据国内快递市场份额的 89.4%，而国营和外资的快递业务量市场份额分别只有 9.9%和 0.7%。

随着我国成为全球最大的网络零售市场且还在高速增长，全球资本纷至沓来，导致国内电商竞争加剧，快递服务质量也随之成为制约网络零售发展最薄弱的环节。为此，一些龙头电商为提升整体服务质量开始进入快递市场：京东自 2007 年开始效法亚马逊开始自建物流，并获得了极大成功；而阿

里巴巴则在 2013 年投资建立了菜鸟网络，形成涵盖快递、仓配、末端的全物流网络平台。

面对拥有服务质量、品牌信誉和巨额资本等优势电商企业的进逼，加上自身市场增长速度放缓，民营快递企业纷纷选择拥抱资本市场来提高市场竞争优势。例如，顺丰借壳“鼎泰新材”上市，估价 433 亿元；韵达借壳“新海股份”上市，估价 180 亿元；圆通借壳“大杨创世”上市，估价 175 亿元；申通借壳“艾迪西”上市，估价 169 亿元；中通在纽交所上市，融资 14 亿美元……

然而，快递企业单方面人为设定丢失或破损的最高赔偿额、“先签后验”、非授权代签、限制索赔期限等信用信誉问题依旧存在，员工素质低、服务意识薄弱、信息反馈能力差、投诉反应迟缓、投递时间缺乏柔性等技术能力不足也亟须提升，但这些仅靠“资本+快递”就能解决吗？

（作者刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任，博士生导师）

■ 大成编笑话

小强来自西北，志存高远，矢志从医。首次高考考入泸州医学院，到校后发现不理想，学校名气太小，果断返乡复读。

一年后成功考入四川医科大学，到校后傻眼了，发现还是原来的泸州医学院。

于是再回家又复读一年，更加刻苦努力。

第三年如愿考入西南医科大学。到校后据说人已经疯了……

中欧班列成中欧联运大通道还任重道远

2016年12月27日 作者：刘大成 来源：新华社（纸媒）



在2016年中国物流行业大事件中，中欧班列应该是最值得浓墨重彩的。作为承上启下、配合“一带一路”倡议的实施性纲领文件，《中欧班列建设发展规划（2016-2020）》

为未来中欧班列的标准化运行和统一运营管理奠定了基础。

对于中欧班列的开行，社会上存在截然相反两种声音。赞成者多属于地方政府或者中欧班列的经营者，他们认为中欧班列具有运力大、货值高、安全快捷、绿色环保、受自然环境影响小等综合优势，一旦物流枢纽基础设施建设完备，就有可能顺应日益增长的欧亚大陆国际货物运输需求，吸引中欧双向货源，释放丝绸之路经济带的物流潜能，促进沿线各国间的经贸往来，从而推动“一带一路”倡议的落地。

质疑声则主要来自民间和投资者。事实上，中欧班列自推行以来，一些地方政府并不考虑自身的市场条件和区位优势，争相上马中欧班列，依靠地方财政补贴低价倾销，抢夺中欧之间仅有的往返货源。如中欧班列统一品牌前的“渝新欧”、“汉新欧”、“蓉新欧”、“郑新欧”、“苏满欧”、“湘新欧”、“义新欧”都存在货源地和货运线路重叠现象。2014年之前，只有“渝新欧”实现了常态化运行，而当时的“汉新欧”、“蓉新欧”和“郑新欧”则只有去程、难有回程，受成本压力影响，只能根据市场需求时开时停。

其实，任何行业都会经历一定的市场培育期，时间长短不一。“渝新欧”班列开行仅有四年多，统

一品牌的中欧班列落地还只有几个月，对于中欧班列的盈利能力不应该特别苛责，但如果发展战略中出现偏差，若不能有效纠偏，则可能毁掉这个行业。

第一个中欧班列——“渝新欧”班列的开行来自于市场需求。2011年“渝新欧”起步于重庆产业结构调整 and “内部开放高地”战略，开始于惠普、宏基和华硕等私人定制的国际铁路联运专列，而后实现常态化运行；随后的“汉新欧”、“蓉新欧”、“郑新欧”则分别立足于富士康电子产品和服装、鞋帽、汽车轮胎等产品，班列根据需求非常态开行，但回程货源组织成为最大的制约因素。2014年中欧班列获国家层面鼓励和推进，“苏满欧”、“湘新欧”、“义新欧”等中欧班列相继开行。然而至今为止，只有“义新欧”是没有地方财政补贴而实现纯市场运作的中欧班列。

在《规划》带动下，今年铁路总公司对中欧班列实施“统一品牌标志、统一运输组织、统一全程价格、统一服务标准、统一经营团队、统一协调平台”的“六统一”策略，在整列直达组织基础上推进成组集结、零售中转等货运组织优化，以“三条线”布局，加大货源整合力度，建立完善价格机制，推进整体便利化大通关，提高班列运行效率，降低班列运行成本，逐步减少对国家财政补贴的依赖，真正形成“一带一路”倡议的贸易通道支撑，其方向无疑是正确的，但如何创新服务模式、摒弃地方政府竞争性财政补贴，用优胜劣汰形成完善的市场机制和国际贸易通道才是中欧班列能否成为连接中欧陆路桥梁的关键。

对于是否要推行中欧班列，应该放在更大的战略视野中去评价。当全球经济整体下滑、世界市场严重收缩、贸易保护主义抬头以及美国重返亚太在经济上围困中国之际，中欧贸易已成为中国未来经济发展的主要驱动力。虽然新任美国总统特朗普已经完全否决 TPP，目前只剩下日本是 TPP 的拥护者，但从特朗普的最新表态来看，将来中国面临的经济打压力度恐怕还要高于奥巴马政府。中国最主要的贸易伙伴依旧在欧洲，而欧洲虽然经济有所起色，但民粹主义抬头、欧洲难民问题及土耳其非世俗化等因素开始困扰欧洲，与中国的贸易互动带来的经济稳定增长，成为欧洲社会稳定的一个重要抓手。

尽管中欧班列的行程仅有海运的 1/4、价格仅为空运的 1/5，具有相应罅隙货运市场的竞争优势，但目前还处于市场培育期，铁路总公司此次“六统一”标准化是拓展中欧货运罅隙市场的基础和进步，但未来要超越海运成为中欧国际货物联运大通道，依然任重道远。

■ 大成编笑话

大成提问：“怎么两会期间北京雾霾还爆表呢？”

学生小强举手回答：“好不容易外地人来了，总得拿出点土特产嘛！”

■ 大成编笑话

学生小强问大成：“大成老师，您评评理，下课我与女朋友要去东门，她非说舜德楼北门出去近，可是本来走伟伦楼东门近嘛”

大成看看小强说：“孩子啊，要去东门就走伟伦楼东门，要女朋友就走舜德楼北门。”

■ 大成编笑话

大成问学生，“什么是套利模式？”

学生小强举手回答：“我和我老婆现在在北京只有一套房子，我可以把房子只写在我老婆一人名下，然后和我老婆假离婚。现在这套房子值 700 万，我让她把房子 1000 万卖给我，我首付她 300 万，贷款 700 万。这样，我们继续住着房子，手里多了 700 万，用这 700 万投资（包括投资到我公司）的利益，刚好可以用来还贷。如果房价大跌，我就不还贷款了让银行把房子拿走。这样我们的房子就在高位变现了；如果房价继续涨，我还可以在适当的时候真卖出去，再赚差额。现在北上广有很多人在这么做，这就是次贷危机的来源。”

■ 大成编笑话

大成提问：“世界上有没有美人鱼？”

小强举手回答：“大成老师，我认为至少中国没有”

大成问：“为什么？”

小强回答：“如果有，老祖宗一定会留下烹饪方法的。”

■ 大成编笑话

学生小强特别懒，求职时大成建议他应聘去看坟地：“这活儿轻松！”

小强兴高采烈地去应聘，居然被录用了。一周后，小强又来到大成办公室。

大成问：“怎么样？活轻松吧？”

小强说：“这太不公平了，我不想干了！”

大成问：“为什么？”

小强回答说：“他们都躺着，就我一个人站着。”

2016 年中国物流业大事件*

2016-12-27 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端阅读量：815,232）



● 2016 年成为物流业发展政策年

密集出台的政策是促进今年物流业发展的最大推力：3 月 3 日，国家发展改革委发布《关于加强物流短板建设促进有效投资和居民消费的若干意见》，文章称，将通过加强物流短板建设，健全重要节点物流基础设施；5 月 23 日，国家发展改革委发出关于做好现代物流创新发展城市试点工作的通知，确定了天津、上海、南京等 20 个城市为现代物流创新发展试点城市；7 月 20 日，国家发展改革委印发《中长期铁路网规划》；9 月 1 日，交通运输部发布关于推进改革试点加快无车承运物流创新发展的意见；10 月 13 日，推进“一带一路”建设工作领导小组办公室正式印发《中欧班列建设发展规划（2016-2020 年）》……

● 央企“抱团”应对全球航运市场低迷

全球航运市场持续低迷——全球第七大航运企业韩进海运申请破产保护，全球最大航运公司马士基航运年初宣布裁员 4000 人。

同时，航运业也呈现出规模化、联盟化和船舶大型化的趋势：中国远洋运输（集团）总公司与中国海运（集团）总公司并购重组为中国远洋海运交通有限公司，规模超过 5000 亿元；中外运长航集团有限公司被整体并入招商局集团有限公司，规模超过 7000 亿元。

● 民营快递业拥抱资本市场

2016 年全国快递包裹预计将达到 300 亿件，快递业务收入将达到 4000 亿元，但由于快递业粗放式发展、同质化竞争严重、结构性矛盾突出、利润率持

续下滑、基础设施资本需求大，民营快递企业纷纷选择拥抱资本市场来提高市场竞争优势。中通在纽交所上市，圆通、顺丰、申通、韵达则借壳大杨创世、鼎泰新材、艾迪西、新海股份在 A 股上市；而百世汇通、德邦等也在排队中。

● “中欧班列”启用统一品牌

今年铁路货运改革力度加大，开始寻求在现代物流信息化建设、物流市场开拓、集装箱运输和缩短运到时限四个方面取得突破。

在渝新欧、郑新欧等基础上，今年正式启用“中欧班列”统一品牌，通过“统一品牌标志、统一运输组织、统一全程价格、统一服务标准、统一经营团队、统一协调平台”，将“中欧班列”打造成铁路国际联运货运品牌。

● 号称史上最严的公路治超新政落地

被称为史上最严的《超限运输车辆行驶公路管理规定》自 9 月 21 日起正式施行，解决了交警路政执行标准不一、处罚裁量权过大、超限运输审批不便等问题，但新政将车货最高总重量从 55 吨降至 49 吨。同时要求，车货总高度从地面计算不超过 4 米，车货总宽度不超过 2.55 米，车货总长不得超过 18.1 米，每超 1 吨罚款 500 元，超限最高罚 3 万元。据评估，受此影响，长途公路货运成本或增加 25% 至 35%，由此导致公路货运特别是大宗公路货运向铁路货运转移。

● 营改增试点在物流业全面推开

自 5 月 1 日起，《营业税改增值税试点实施办法》在物流业全面推开，对物流企业经营模式影响巨大。一般纳税人税负不降反升，实际承担税负从

过去的 5% 营业税上升为约 6.6%；小额纳税人税负从 5% 降为 3%，但一般纳税人因为抵扣降低而不愿与小额纳税人交易，导致小额纳税人市场萎缩；以挂靠车辆运营的物流企业实际税负可能有所提高。因此，可能会加速物流企业的整合，并提高物流企业内部管理特别是财务管理的水平，推进挂靠车辆物流企业的精细化管理。

● 中企在全球港口布局

中远海运拿下希腊比雷埃夫斯港绝对控股权，并将其规划为中国走向地中海的“门户港”；中国海外集团接手经营巴基斯坦瓜德尔港，通过中巴经济走廊直接与新疆相连，绕开钳制中国经济和能源命脉的马六甲海峡；中国电建投资兴建并委托日照港等经营马来西亚黄京港，建成后将成为东亚最大港；沈阳铁路局也谋划通过珲春-扎鲁比诺港“借港出海”，充分利用北极黄金水道，将东北和东南沿海的中欧海上运输距离缩短 1/3；加上之前中企获澳大利亚达尔文港 99 年租赁权，中国在海外港口群布局初步形成，全球物流网络配置更具优势。

● 交通部推进道路货运无车承运人试点

为充分响应“互联网+高效物流”实施意见，今年 10 月至 2017 年 12 月，交通运输部在全国开展道路货运无车承运人试点工作，以推进物流业供给侧结构性改革，促进物流业“降本增效”，并将移动互联网技术与货运物流行业深度融合，有效提升运输组织效率，优化物流市场格局，规范市场主体经营行为。预计全国无车承运人市场将超过万亿元规模，目前已有 8 省市 105 家企业入选无车承运人试点企业。

● 智慧物流带动经济转型升级

中国网络零售市场规模位居全球第一，导致电商物流发展迅速。全球电商龙头企业亚马逊以其自

建物流和云计算、大数据支撑成为全球物流配送楷模。国内京东物流也开启了对对外开放物流网络平台模式，菜鸟网络则构建以数据为依托的快递、仓配和末端全物流网络平台，让“618”和“双 11”期间的配送效率得到了质的飞跃。

● 危险化学品运输安全得到空前重视

经济增长伴随着危险化学品市场需求的增长，但经济增长与安全健康幸福是一个硬币的两面。今年 2 月，国务院对天津港“8.12”特大火灾爆炸事故做出了处理意见，其中 24 人追究刑事责任，74 人责任人员给予党纪政纪处分。11 月 29 日，国务院办公厅发布《危险化学品安全综合治理方案》，中交协危险品专业委员会、全国道路运输标准化技术委员会分别从不同角度对危险化学品的运输安全展开研究。

■ 大成编笑话

开学学生小强回来在校园里踩了一个钉子，到医院包扎了一下，第二天又踩了一个钉子，再去包扎，小强问医生：“大夫，你看是否需要打个破伤风针？”

医生回答：“不用，有那闲钱你还是看看眼睛吧！”

■ 大成编笑话

大成陪学生小强去打点滴，护士扎了几次没有扎进去，还试呢，大成赶紧喊来了护士长，结果一针就扎进去了。

大成和小强赶紧道谢，结果护士长把扎进去的针头拔出来，回头对刚才的护士说：“看清楚了吧，你再试试！”

危化品物流亟须标准科学化*

2017-01-10 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端阅读量：1,461,103）



2016年11月底，国务院办公厅印发了《危险化学品安全综合治理方案》，部署在全国范围内组织开展为期3年的危险化学品安全综合治理，提出了40条具体任务，对开展危险化学品安全综合治理做出明确要求。这是天津港“8.12”危险品仓储特大火灾爆炸事故后一次大的政策调整，意味着化工园区将面临行业大洗牌，而与其配套的危险化学品物流体系的规划建设也面临前所未有的落地难题。

虽然中国经济进入了新常态，但高端化工市场却处在高速增长期。数据显示，有48家化工行业企业进入全国工商联发布的“2016年中国民营企业500强”，同比增长31.3%，这说明中国化工行业整体处于飞速增长期；同时，“2016中国化工企业500强”企业的主营业务收入总和同比增长10.4%，占全行业主营业务收入的54%，标志着中国化工企业开始进入了聚集期。

由于高产值和高税收，过去化工行业成为地方财政收入的支柱，因而受到各地政府的追捧。而今，随着中国经济发展变缓和环境问题凸显，党的十八届三中全会提出，GDP不再是政绩考核的唯一指标。与此同时，对安全生产事故的追责和领导干部的问责也越来越严厉，许多地方政府官员开始谈“危”色变，部分省市对保障危化品生产和销售的危化品物流也以禁止的方式一避了之。

虽然这些措施能让危化品物流得到短期的安全保障，但长期下去必然会导致中小型企业千方百计躲避监管，加上市场需求巨大、运力紧张，从而使

得更多的“小、散、乱、差”危化品物流企业滋生和蔓延，给危化品物流带来更大风险。

显然，谈“危”色变无助于危化品物流系统安全的提升，危化品市场需求的快速增长是不可避免的，对政府来说，因地制宜、因势利导、顶层设计、总体规划、标准建设、科学管理才是提升系统安全的正途。

笔者认为，可以依赖大数据信息平台 and 问责制的定向区分来提升危险品物流安全系统，另外，标准化和规模化也是提升危险品物流安全系统的两个关键点。

危险化学品生产及其物流过程并非没有标准，而是标准的制定整体上科学性不足，从危险化学品的危险等级标准到危险品运载工具标准、仓储装卸标准乃至体制机制中的管理标准，往往都因为制定过程和对事物认识的科学性不足而导致标准科学性不足。

标准是企业发展的支点，但危化品品种繁杂，特征各异，甚至在不同外部环境变化时呈现特性变化，因而对危化品及危化品物流的科学认识也极为复杂。例如，25摄氏度环境下部分危化品会呈现液体气化或气体液化等属性变动，而这在现有的危化品运载工具标准中却没有体现。

危化品运输的“一车一罐一品”规定，由于极大地提高了危化品运输的成本，促使“小、散、乱”企业为躲避此项监管而冒险采用普通运输方式，反而加大了潜在安全风险；但事实上部分类型危化品运输中只要通过专业的清洗蒸罐处理，就可以保证一车一罐多品（有限制性）运输的安全，而处

理费用仅需几百元，这样一来，不仅大大增加了危化品运输“重去重回”的概率和收益，也通过科学且适用的标准管理提高了系统安全性。

危化品物流中多头管理是危化品物流安全的一大制约因素。目前来看，交通、公安、质检、安监、工商、环保、卫生、税务和海关等部门还难以真正形成协同管理，而在标准化制定过程中，却需要各相关部门的协同，特别是应该有危险品物流企业的参与，才有可能让标准具有科学性。

导致目前在危险品和危险品物流标准化过程中科学性缺失的最大原因就是个别部门闭门造车，脱离实际。一方面，危化品生产及危化品物流企业因为不了解标准的制定过程而缺少参与制定标准的主动性，往往是到了标准实施后才会四处抱怨标准的不合理；另一方面，标准制定的个别管理部门往往在自身控制的资源空间里进行专家配置，缺乏对整体专门知识的把握能力，如某危险品运输标准评审中，仅有客运管理部门、客运企业和普通道路运输专家参与，这如何能保证该标准的科学性？同时，在标准制定的过程中，虽然周期可能历时两年，但由于编制成本的控制，实际往往只有几周，征询意见范围极为狭窄和片面，多数文本属于文件的摘抄，严重影响了标准的科学性。

危化品及危化品物流中，次生灾害往往高于原生灾害，导致运营企业自身也对安全不够重视。这样的情况下，危化品物流安全标准的制定，就特别需要邀请具有相关领域技术能力和专业知识的专业人士参与。以危险品运输货车的防钻撞装置为例，其安全距离、尺寸厚度应该在制造时就有别于普通货车的设计标准，而目前货车制造厂、交通运输管理部门乃至运营厂家，没有一个单位能了解或者认识到这一危害，还谈何标准制定的科学性？

因此，应该由国家安监总局、国家质检总局、国家标准化管理委员会组成关于危险品及危险品物流的专门标准化委员会，会同危化品及危化品物流企业，重新修订和完善危化品标准体系。

临渊羡鱼不如退而结网，危化品及危化品物流标准的科学性才是保障危化品安全综合治理最有效的“围网”。

（作者刘大成，为清华大学 MEM 教育中心执行主任、博导，中交协危险品专委会常务副会长）

■ 大成编笑话

郭德纲长子郭麒麟因吃夜宵咬破舌头上的动脉，于谦嘱咐：“孩子，减肥不能过度啊！”

■ 大成编笑话

微博上有人说心情不好了就去找小区大妈聊天，十分钟就能知道谁过得比你还惨。

大成抱着试试看的态度找到了小区大妈，并向她诉说了大成的悲惨生活。

慈祥的大妈拍拍大成的肩膀说：“你这算什么？6号楼的大成比你惨多了。”

听完之后大成就哭了。

■ 大成编笑话

大成上课看到下面学生没有响应，就说：“各位能否给点儿反应啊，我在上面唱独角戏，你们干什么呢？”

小强回答：“我们在下面看戏啊！”

取消政府还贷二级公路收费应给出确切时间表*

2017-01-17 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端阅读量：1,281,250）



青海省政府近日在工作报告中提出，2017 年将继续办好民生十件实事，其中包括取消政府还贷二级公路收费，这也是 2017 年继河北省之后又一个地方政府给出的时间表。之

前，河北省出台了“物流业降本增效专项行动方案”，其中指出，到 2017 年底取消政府还贷二级公路收费。

事实上，早在 2009 年 2 月 17，国务院办公厅就出台了关于逐步有序取消政府还贷二级公路收费的实施方案。当初提出的方案是，只有西部地区由当地政府决定是否取消收费，其他地区将“逐步有序”地取消收费，到 2012 年底使全国政府还贷二级收费公路里程和收费站点总量减少约 60%，而国家每年从成品油价格和税费改革后新增的成品油消费税收入中安排 260 亿元专项补助资金，用于债务偿还、人员安置、养护管理和公路建设等。

一晃已过去了 8 年，然而时至今日，依旧还有部分省份没有落地时间表，以至于 2016 年 8 月 22 日国务院在《降低实体经济企业成本工作方案的通知》中再次提出“科学合理确定公路收费标准，逐步有序取消政府还贷二级公路收费”。

国家之所以确定逐步有序取消政府还贷二级公路收费，是因为在 2009 年开始实施了成品油价格和税费改革，大幅度提高了成品油价格，并取消原在成品油价外征收的公路养路费、航道养护费、公路运输管理费、公路客货运附加费、水路运输管理费、水运客货运附加费等六项收费。这一方面消除了以费代税、负担不公平的弊端；另一方面则解决了二级收费公路规模过大，结构不合理的现象。这

样一来，将提高成品油消费税单位税额，并计入中央税，而新增税收收入由中央财政通过财政转移支付方式分配给地方，以替代上述六项收费的支出，同时每年安排一定数量的专项补助资金，以达到理顺成品油价格和交通税费机制的目的。

由于自 2009 年就开始实施了成品油费改税措施，消费者已经按照新规支付了高额使用成本，多数二级公路的收费变得不再合理。而时过八年，依然有部分省市并未取消政府还贷二级公路收费，一方面拿着中央政府补助金，另一方面从已支付了高价成品油的消费者身上继续收取通行费，完全违背了公平原则。

中央政府之所以提出“逐步有序”原则，主要是源于各地经济发展不平衡，债务负担不同，以及部分收费二级公路属于政府与企业签约的合法收费经营形式带来的合同期约束，特别是西部地区二级公路依旧是区域干线公路重点，需进一步筹资，所以没有采取“一刀切”的政策，在当时看是比较切合实际的。

然而时移势易，经过八年发展，中国已经成为全球第二大经济体，交通基础设施建设更是突飞猛进，高速公路成为以市场为依托的收费主体，普通公路则成为以政府服务为核心的免费公路网络。

按国家统计局年报，2015 年末公路总里程达到 457.73 万公里，公路密度达 47.68 公里/百平方公里，高速公路达 12.35 万公里，一级公路 9.10 万公里，二级公路 36.04 万公里，即便是西部地区高速公路和干线公路建设也是日新月异。在交通运输部《综合运输服务“十三五”发展规划》中的目标已经调整

为基础设施“大建设”与综合运输“大服务”并举并重的阶段，政府还贷模式早已让位于 BOT、BT 和 PPP 模式，而目前部分政府还贷二级公路呈现逾期收费现象，中央财政补贴也确保全部落实，取消政府还贷二级公路收费的客观障碍已经基本上排除。

随着全球经济下滑和各国竞争性货币贬值及贸易保护，中国经济也从高速增长转为 L 型新常态，实体经济正在经历漫长的低迷期，消费已经替代生产成为拉动经济增长的第一要素，2016 年上半年消费对于中国经济增长的贡献度达到了 73.4%。由此，国家密集出台一系列促进服务业尤其是促进物流业发展的政策，物流业成为新经济发展的动力。交通运输是连接生产和消费的重要环节，因而提升综合交通质量和效率，增强交通供给服务能力，降低物流成本，成为交通运输发挥对经济社会发展的支撑和引领作用的关键要素。

物流业已是支撑经济社会发展的基础性、战略性产业，而物流业的高成本、低效率却成为阻碍物流业发展的关键要素，其中道路运输中的高税费及乱罚款成为最突出的问题，政府还贷二级公路收费广受诟病。宁夏自治区在 2016 年 10 月裁撤了 3 个政府还贷公路收费站，自行统计全年就降低了社会车辆交通运输成本约 5350 万元，可以看到，取消政府还贷二级公路收费已经成为民生工程的一部分。

应该承认，还贷公路收费模式曾经极大地促进了中国公路的发展，1984 年国务院常务会议做出的“贷款修路，收费还贷”决定，极大地增强了各方投资道路建设的热情和力度，同时越过了地区管理障碍实现了跨区域主干线网络的贯通。30 多年来，我国道路建设的超高速度让全球瞩目，有效缓解了长期困扰中国经济发展的运输能力瓶颈，起到了当时快速汇集资源求发展的作用。

今天，随着国家经济结构的调整和发展战略目标的转变，加之成品油费改税制度的长期执行，政府还贷二级公路收费既不合法也不合理，各地政府不仅要从小民生角度考虑，更应从本地区域产业发展角度出发，摈弃短期利益进行统筹规划，给出废止政府还贷二级公路收费的时间表。

（作者刘大成，为清华大学 MEM 教育中心执行主任、博导）

■ 大成编笑话

大成在银行排队，无聊时翻翻意见簿，发现里面都是白的，只有第一页有指甲的痕迹，仔细一看的印痕，上面写着：“妈的，笔呢？”

■ 大成编笑话

学生小强学车，一下碰到大石头上颠了一下，教练问：“怎么回事？”

小强回答是：“教练，我这是初练！应该是正常！”

5 分钟后，小强把车撞到了树上，教练问：“你这是失恋了吧？”

■ 大成编笑话

大成早上终于把《管理经济学》成绩登上去了，结果中午学生小强就找大成来了：“大成老师，我认为我的成绩不应该是零分！”

大成回答：“我也是这么认为的，可是学校规定最低分只有零分啊！”

物流业应善用经济全球化中的投机资本

2017-01-24 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端阅读量：738,540）



1月17日发布的《国务院关于扩大对外开放积极利用外资若干措施的通知》提出，为积极利用外资，要进一步扩大对外开放，创造公平竞争环境，其中包括放宽服务业等领域外资准入限制，推进交通运输等领域

有序开放，鼓励外商投资现代物流等生产性服务业，促进内外资企业一视同仁、公平竞争。

事实上，部分中国物流企业早就拥抱了国际资本，其中力度最大的就是快递企业，比如“四通一达”之一的中通快递2016年在纽交所上市，融资14亿美元。也有中国资本出击海外，中储股份2016年就与全球最大的能源和大宗商品实货贸易集团之一的摩科瑞能源合作，收购其旗下的英国HB集团51%股权，成功进入海外大宗商品期货交割仓库业务领域。

物流业的经济全球化和市场全球化早已逐步推进。

随着中国加入WTO之后，外资就开始通过并购、参股、投资等多种形式争夺中国的物流市场。截至2016年第三季度，全球最大的物流地产商普洛斯已进入了中国38个城市，投资物流园区达237个，总建筑面积2740万平方米，成为中国最大的现代物流设施提供商，并入股中国第二大现代物流设施提供商宝湾的母公司，同时还收购了中国市场规模最大的物流设施提供商上海宇培集团50%的股份，完成对中国物流设施提供商市场的整体布局。

但是，中国物流业市场还未直接与国际投机资本完全接轨。客观地说，庞大的中国物流市场仅仅

对外资企业露出了一条门缝。历经7年10次修订于2009年发布的新《邮政法》第51条明确规定，外商不得投资经营信件的国内快递业务；而交通运输部2015年发布的《关于修改〈快递业务经营许可管理办法〉的决定》第10条也明确规定，外商不得投资经营信件的国内快递业务，这让国际快递巨头UPS、FedEx、DHL和TNT在中国快递市场一筹莫展。

中国物流与采购联合会会长何黎明在2017年展望中预测，全年社会物流总额可在2016年的230万亿元基础上增加6%，社会物流总费用可在2016年的11万亿元基础上增加4%。如此之大的物流市场，资产庞大而有全球资源配置掌控能力的国际投机资本怎么可能不觊觎，然而中国物流业企业都准备好了吗？

以港口为例，2016年全球10大港口中中国的港口独占7个，并在规模和吞吐量上遥遥领先，但这绝不是因为中国的港口更先进、生产效率更高，或者更加具备国际航运中心的素质，只是因为腹地经济的渠道带动而已。2016年中国国企频频在海外港口发起攻势，希腊比雷埃夫斯港、巴基斯坦瓜德尔港、马来西亚皇京港和孟加拉的吉大港等都出现了中国企业的影子，但距离完善的市场全球化战略布局还很远。

国家近两年来持续出台了不少物流政策，这是因为一方面，进入经济新常态后，物流业成为中国市场需求巨大、发展空间广阔且能支撑经济社会发展的基础性、战略性产业；另一方面，也是因为在物流领域中长期存在成本高、效率低等突出问题。在2016年9月国办发布的《物流业降本增效专项行动

方案（2016—2018 年）》中特别强调，在响应供给侧结构性改革和降低实体经济成本的决策部署下，推动物流业降本增效，推进物流业转型升级和提高行业整体发展水平。

然而，虽然世界上许多人对投机资本或心存疑虑，或深恶痛绝，而投机资本也的确催生了此起彼伏的各种经济泡沫，但真正可能从本质上改变中国物流业发展业态的却恰恰是国际投机资本的进入。

在资源配置优化过程中，最为关键的四个要素就是资本、权力、信息和企业家精神。亚马逊在 2015 年三季度之前连续 20 年无盈利而市值节节攀升，美国版的微信 WhatsApp 公司仅有 5% 的市场占有率但脸书（Facebook）却花费 190 亿美元对它进行了并购，国内知名的 BAT 也都是在国际投机资本的支持下获得成长和成功的，投机资本买的就是对未来的期望。

在资本全球化市场上，实业资本与投机资本相辅相成，甚至有时候是融为一体的。发行全球最通用货币——美元的美联储，背后隐藏着包括罗斯福家族、洛克菲勒家族等七大家族，其中美元与石油挂钩的始作俑者就是洛克菲勒家族与沙特国王；而美联储八大股东中就有以投机闻名全球的罗斯柴尔德银行、拉扎德兄弟银行等。投机资本与实业资本融合一体，具有了左右许多国家政治、经济乃至军事政策的实力。

中国最先开放了家电市场，而今全球家电市场基本上为德国、韩国和中国瓜分。中国放开了快递业对民营资本的限制，而今中国已成为全球最大的快递市场，且 89.4% 的市场份额被民营企业占据。虽然目前中国物流业的竞争还在低水平徘徊，但可以

预见，只要给予最有效率且最有危机意识的民营企业以市场机会，国际投机资本的进入虽是挑战，也更是机遇。

（作者刘大成，为清华大学 MEM 教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成问学生小强：“你说，这两天两会，咋就没有雾霾了呢？”

小强回答：“能吹的人都来北京了！”

■ 大成编笑话

大成问学生小强：“看了西游记，你有什么体会？”

小强回答：“觉得李世民太傻，如果不派唐僧取经，而是直接吃了长生不老，咱们现在还是大唐盛世啊！”

■ 大成编笑话

大成读初一时，个子特别矮，老师提问，大成起立回答。

老师说：“回答问题要起立！”

大成回答：“我已经站起来了！要不我站桌子上？”

■ 大成编笑话

大成问学生小强：“你能举个薛定谔方程在生活中的应用吗？”

小强回答：“女孩子说滚，你搞不清她要你滚还是要你过去抱抱她！”

衰退型城市全面转型需重塑产业生态链*

2017-02-07 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端阅读量：1,331,876）



物流竞争的核心在于网络 and 标准，区域产业竞争的关键在于是否已形成产业生态链。国家发改委刚刚出台的《关于加强分类指定培育资源型城市转型发展新动能的指导意见》

（以下简称《意见》），要求到 2020 年，全国 262 个资源型城市中，成长型城市的资源开发模式更加科学，成熟型城市的多元产业体系更加健全，衰退型城市转型发展的基础更加牢固，再生型城市的新旧动能转换取得明显进展，以推动资源型城市在经济发展新常态下发展新经济、培育新动能，加快实现转型升级。

衰退型城市是指资源衰退型城市，也称资源枯竭型城市。对比其他三类资源型城市，资源衰退型城市的转型发展更为重要、迫切和艰难。从 2008 年至 2012 年，中国已经分三批确定了 69 个资源枯竭型城市。这些城市的共性特点就是矿产资源开发进入了衰退或者枯竭过程，产业结构单一，效益下降，经济总量不足，大量职工收入低于全国城市居民人均水平。

2013 年，国务院推出《全国资源型城市可持续发展规划（2013-2020）》（以下简称《规划》），首次界定了 262 个资源型城市，其中衰退型城市 67 个，《规划》对衰退型城市的制定的目标是，着力破除城市内部二元结构，化解历史遗留问题，千方百计促进失业矿工再就业，积极推进棚户区改造，加快废弃井坑、沉陷区等地质灾害隐患综合治理等。

2013 年出台的《规划》是关于资源型城市可持续发展的首次国家级专项规划，而此前的 2001 年，

国务院已在辽宁省阜新市进行了国家级资源枯竭型城市的经济转型试点，包括由辽宁省政府出资先后对阜新市煤矿沉降区和棚户区进行改造，落实国家资金支持地质环境治理项目 21 个，并大力发展现代农业，以食品及农业精深加工为接续替代产业，引进国内大型龙头企业和集团，同时在煤基础产业上延伸深加工产业和旁侧产业，大力发展煤化工和各类电力产业，加大招商引资力度，加大财政补贴，成为辽宁省 14 个城市中唯一市县两级全部享受省财政补贴的地级市。

然而，15 年过去了，阜新市虽然在经济总量上取得了一定的进步，但在辽宁省排名依旧垫底，可以说转型升级依旧在路上。

不能说省市两级政府不够努力，也不能说中央财政给予的财力性转移支付资金不足，然而仅依靠外部输血才能维持生命的患者是难有未来的，阜新这样一个资源枯竭型城市单靠内生资源发展是很困难的，而仅仅从外部引入个别资源禀赋也依然很难形成对外部资源的持续吸引。许多研究提出，资源枯竭型城市的转型发展属于世界难题，并将其归咎于资源型城市“建设—繁荣—衰退—消亡”的规律，但具体到阜新这个经济转型试点城市，应在战略规划中形成有效的产业生态链。

而依靠市场实现多种资源的快速汇集，如资源禀赋、社会分工、技术创新、信息平台、金融投资、金融投机等，甚至历史偶然造就的产业集群也会带来资源有效配置的优化。目前阜新市可资规划的潜在存量资源，包括 600 平方公里的矿区废弃地、从 1888 米深处开采的呈弱碱性碳酸氢钠可饮用温泉、

占领全国 40% 市场的玛瑙以及将于 2019 年开通途径阜新的京沈高铁等。

如何将这些潜在的存量资源规划成一个可循环产业生态链？阜新市既不属于通道城市，也不属于旅游城市，更不属于商业城市，但未来京沈高铁的开通，使阜新市与沈阳市的时间距离缩短到半个小时左右，成为沈阳市的消费后花园应是阜新新规划的重要前提。但沈阳对阜新正处于虹吸状态，如何依靠更有特色的精准服务反虹吸而接受沈阳细分市场的消费溢出才是关键。

温泉旅游应该是当仁不让的选择。辽宁省仅温泉旅游一项的年收入就超过 200 亿元，但由于遍地开花，竞争十分激烈，普通的温泉小镇收益也仅有几亿元，这一体量还不足以支撑产业转型。因此要结合京沈高铁，通过与沈阳市内的车站连接线，打造一个以可饮用温泉为主体的无缝连接特色旅游综合体，利用北方气候条件和温泉天然热源的低成本，建设一个冰雪世界与温室花园并存、滑雪场与滑板冲浪比肩的北方最大体量城市综合体，完成旅游及商业的完美升级。

在此商业基础上，结合特色可饮用温泉对皮肤病及矽肺职业病的独特功效，建立系列疾病诊治及康复小镇。如结合目前癌症靶向治理中引发的皮疹副作用，建立非主流渠道的癌症特色治疗小镇，以每年一度的《全球癌病诊治论坛》为龙头，遍邀全国各地各类非主流癌病诊治机构按月同场竞技，以此汇集国内恶性病医患资源。

113 年前，一位加拿大石灰石矿主夫人将维多利亚岛废弃矿区改建成全球最美丽的布查特花园，每年吸引近百万游客。因此，阜新也可以用 600 平方公里的矿区废弃地形成更具高附加值的墓地群与

怀念文化，与特色小镇和临终关怀形成一体化产业生态链。

可以想见，如果整个产业生态链建设成功，将形成数百亿的综合收益。

（作者刘大成，为清华大学 MEM 教育中心执行主任、博士生导师）

■ 大成编笑话

大成问学生小强：“哪里人？”

小强回答：“您没有看到我有一点儿朦胧感吗？”

大成点头问：“为什么呢？”

小强回答：“打小就生长在雾霾里！”

大成点头：“噢，北京人！”

■ 大成编笑话

学生小强去医院拿药，回来后问大成：“大成老师，要是吃出问题怎么办？”

大成回答：“吃出问题就告他们啊！”

小强又问：“要吃死了呢？”

大成回答：“那可就人证变物证了！”

■ 大成编笑话

学生小强问大成：“大成老师，您看我学个什么乐器，既有古典、庄严的气质，又简单、速成？”

大成回答：“木鱼！”

■ 大成编笑话

大成批评学生小强：“你总是浪费时间，时间就是金钱啊！”

小强回答：“金钱是万恶之首啊，浪费时间应该算作打击邪恶吧？”

利用物流园区构建新产业链*

2017-02-14 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端阅读量：915,221）



随着经济持续低迷和各国竞争性货币贬值，全球产业呈现结构性产能过剩，并导致产业链也发生重大变革。作为全球第二大经济体和低端制造大国，中国的情形也差不多，加之劳动力成本逐年上升，中国面临经济转型升级和供给侧结构性改革，原有的产业生态链同样面临重大变革，而与之相对应的物流网络体系也必然随之改变。

在相关行业或区域的物流发展规划中，物流园区都是浓墨重彩的一部分。物流园区是物流网络的聚集节点，是物流功能的集中体现，也是多种物流服务模式转换的核心场地，具有规模化、集约化、功能化和范围经济等优势，但真正在竞争中能形成核心优势的还在于其构建的物流网络。物流园区是在空间上集中布局的物流场所或者物流作业集中的场地，属于物流网络中的节点，要想成功运营物流园区，仅靠节点是不够的，还需要形成连接每个物流节点的物流网络，将节点物流园区融入整个产业生态链中。

由于物流园区顺应了物流业的发展趋势，提升了产业凝聚力，具有功能集成、设施共享、用地节约等核心优势，对物流业的发展起到了巨大的推动作用，因此，国家特别重视物流园区建设。早在2013年，国家发改委就推出了《全国物流园区发展规划（2013-2020）》（以下简称《规划》）。《规划》将物流园区布局城市分为三级，确定一级物流园区布局城市29个，二级物流园区布局城市70个，三级物流园区布局城市具体由各省（区、市）参照物流

需求规模、区域物流业总体规划、国家重点区域发展战略和产业布局规划，根据本省物流业发展规划具体确定。同时，物流园区布局城市可根据实际需要建设货运枢纽型、商贸服务型、生产服务型、口岸服务型、综合服务型等不同类型物流园区。

上周，商务部也推出了《商贸物流发展“十三五”规划》，其中提出的七大重点工程就包括商贸物流园区功能提升工程，并具体规划了39个具有国际竞争力、区域带动力的全国性商贸物流节点城市，64个具有地区辐射能力的区域性商贸物流节点城市。

消费已经成为中国经济增长的第一贡献因子，2016年消费对经济增长贡献率达到71%以上且逐年上涨，因此商贸物流发展规划聚焦到消费物流特别是城市消费，相对更贴切中国经济结构的现实需求，商贸物流园区布局城市也更为合理，但产业服务型及货运枢纽型物流园区的布局城市恐怕将随着产业结构调整而变更。

《规划》整体上满足了当前产业结构、城市经济发展和交通运输的要求，也符合国家发展战略和重点产业布局。目前，相关各地区和布局城市已结合《规划》陆续开展了各类物流园区布局规划，取得了一定的预期效果，特别是通过新的布局规划将城市区域或者产业布局附近散落的物流园区统一进行结构和功能调整，关停并转一些“小、散、乱”的园区并通过政策规范和市场引导形成更具集约、规模和范围优势的现代化专业物流园区或综合物流园区，实现了优化资源配置、提高社会物流效率和服务水平的目标。

然而，根据短期运行的抽样调查发现，物流园区运行总体结果并未尽如人意。仅从宏观规划上就出现了各地物流服务辐射区域重叠的现象，同质化竞争严重，特别是缺乏与产业生态链的融合，很难与区域经济发展产生有效衔接；在物流园区的具体运营上，从建设投入、招商引资到运营收益更是乏善可陈，多数物流园区还处在“围墙圈地”阶段，政府和企业依旧只停留在园区土地的升值运作阶段。

究其原因，就是物流园区尚未融入产业链。物流园区的顺利运转需要结合所在城市或区域的支柱产业和优势产业，需要人力、资本、设施、信息、网络 and 平台等多资源禀赋的汇集，特别是需要物流通道具有相对比较优势，而这些均需要与物流网络和产业链条有机融合，需要从全局完成对经济禀赋要素的优化配置，进而成为吸引经济禀赋要素、拉动区域产业的新动能。

在经济新常态下，原有产业结构已经发生了变更，一些粗放型的制造业及生产服务业开始向中部和西部转移，而国家也在逐步引导部分产业向中西部有序转移。不过，在这一过程中，特别是在推进中西部地区新型城镇化的进程中，需要新的产业形成与集聚，而作为物流业最为核心的基础设施汇集地和公共服务聚集区，物流园区是这次结构性产业转移中不可或缺的保障体系。

物流园区的顺利运营不仅需要融入产业生态链，也可以成为新产业生态链的启动基点和催化剂。

我国幅员辽阔，资源覆盖不均衡，而产业结构和经济结构也严重不平衡。过去，制造业主要布局在东南沿海，产业所需的矿石、煤炭、木材和粮食等大宗货物基本上是从中西部地区向东南沿海地区运输，而消费品则恰好相反，从东南沿海向中西部辐

射。如果以运输的重量、体积来比较，由西向东、由北向南的物流货运量远超返程，使得由东向西、由南向北的运输载体往往空载返回。

为了应对全球经济衰退，中国必然面临产业结构性转移和经济转型升级，让制造业向中部甚至西部迁移，离原始资源地越来越近。与此同时，部分原始资源需要从海外向中西部运输，以完成产品或半成品的生产制造。如果规划得当，恰好可以让原有的单向物流变为双向物流，极大地降低物流成本和提高物流效率，而资源地合理配置的物流园区将成为吸引东南沿海产业转移最有力的要素，从而在物流园区附近形成新的产业集群。

因此，物流园区不仅仅是产业生态链的保障，也会通过科学规划成为新产业生态链的基石。

（作者刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博导）

■ 大成编笑话

学生小强请假：“大成老师，我媳妇昨天生了一个孩子，本周我得请假，不能上课了！”

大成问：“我听同学们说是双胞胎啊，怎么是一个？”

小强回答：“那一个我原想下周再说，可以再请一周假来着！”

■ 大成编笑话

学生小强问大成：“大成老师，什么是社会精英？”

大成回答：“把所有人凑在一起，按照条件不断过滤筛选剩下的！”

小强说：“噢，那就是人渣啦！”

快递业竞争需从规模转向质量*

2017-02-21 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端阅读量：837,686）



国家邮政局近日发布了《快递业发展“十三五”规划》（以下简称《规划》），其总体目标是，到2020年，基本建成普惠城乡、技术先进、服务优质、安全高效、绿色节能的快递服务体系，形成覆盖全国、联通国际的服务网络。同时，全行业累计新增就业岗位100万个，年服务用户超过1000亿人次，年行业收入超过1万亿元，支撑网络零售交易规模突破10万亿元。

从《规划》的出台可以看出，政府正在以“鞭打快牛”的方法对快递业的发展提出了更高的要求。

事实上，在国民经济行业分类中，快递业可谓是近来发展最快的产业之一，2016年中国快递行业发送包裹数量超过311.8亿件，连续六年增速超过50%，营业收入达3974亿元，而市场规模早在2014年就已超过美国成为世界第一。

快递业与人民生活紧密相关，目前人均快递年使用量达到22件，日均服务用户超过1.2亿人次，快递已融入生产、流通和消费等各个环节，特别是电商行业十多年来的高速增长更是带动了快递业的协同增长，快递业成为连接电商与消费者最直接的渠道和桥梁。

然而每到春节前后，就会因百万计的快递员放假而导致大多数快递企业暂停服务，快递件大量积压，包裹堆积如山。今年自然也不例外，而圆通、申通更是出现了多个网点“停工”、“倒闭”事件。值得注意的是，春节过后，许多快递小哥并没有回到“原单位”加班加点处理春节期间积压的快递包裹，

而是转行成了外卖送餐员，劳动密集型的快递业出现了严重的用工荒。

其实，任何行业在经历了如此长时间、高比例的快速增长后，必然会带来行业整体管理能力的严重失衡。目前，在其他服务型行业中，具有竞争优势的服务企业大多都能在春节这个消费旺季维持营业，其原因主要是，这些行业企业对员工有很好的管控能力，抛开重大节假日的激励机制，从业员工也有在春节等重大节日工作的心理准备。

目前，只有顺丰尚可保持春节期间以最低运行模式维持基本运营，其他“三通一达”和规模更小的快递企业则干脆休业大吉，这主要是因为，快递行业员工流动性极大，因此快递企业与员工的黏结度相对较低。特别是快递行业同质化竞争严重，业务增长乏力，不得不依靠成本与价格取胜，而过重的劳动强度、过长的劳动时间、过严的考核压力和并不高的薪酬和激励制度，使得快递企业员工对岗位的忠诚度和依赖度处于较低水平。

据统计，快递小哥每天平均派件量达到10至150件/天，如果是“双11”或者“6.18”这样的电商促销日，派件量甚至超过200件/天，平均工作时间则为8至12小时，收入基本在2000元至6000元之间。同时从员工来源来看，80%的快递小哥来自农村，且快递多数为进城后的第一份工作，职业化思维训练不足，导致离职率较高，其中40.2%的快递小哥任职不到一年，仅有15.6%的员工能够任职满三年。

然而即便是在春节期间，京东物流和顺丰快递还是做到了“春节不打烊”，并实现了“春节捞金”

的预期目标。京东 CEO 刘强东的解释是，京东持续实施了“员工关怀”。他认为，目前绝大多数快递企业在用工方面存在不规范行为。而顺丰总裁王卫去年年初就曾为被打的快递小哥站台，也体现了顺丰对企业 20 万底层员工的人文关怀和企业文化。

在我看来，快递业今年春节后之所以出现全行业用工荒现象，其深层次的原因是产业结构及运营模式所造成的。

快递业绝大比例市场份额依赖于电商，但也恰恰是快递业的质量制约着网络零售的快速发展。正是由于中国传统流通渠道起步晚、层次低，特别是信誉差，使得网络零售市场异军突起，而在阿里巴巴、京东商城等电商的带领下，中国成为全球最大且高速增长的流通消费市场。据商务部统计，2016 年网络零售交易额达 5.16 万亿元，同比增长 26.2%，其中实物商品网络零售交易额为 4.2 万亿元，占同期社会消费品零售总额 12.5% 以上，不仅成为新的消费驱动力，由网络零售产生的电商物流也直接带动了快递业务量的跨越式增长。

不过，由于快递业同质竞争加剧，导致要素成本攀升而经营利润下降，结构性风险加大。过去一年，快递业企业纷纷感受到了这种竞争的压力，转而投向资本市场以补充企业的竞争实力，但如果“资本+快递”模式无法在转型升级、提质增效上获得成效的话，未来快递业全行业也将无法解决用工荒的困境。

而在企业运营方面，多数快递企业为急速扩展市场份额而实施的加盟方式带来了风险。加盟制虽然为一些快递企业的市场拓展起到了一定的助推作用，却难以以企业核心标准收回经营控制权，未来几年，这些快递企业必将面临加盟商“离心离德”所带来的经营风险。正是因为看到了这一点，曾经以

加盟方式急速扩张市场的顺丰，当达到预定规模目标后，就开始以旗舰店为龙头收回加盟店的管理权，以提高服务质量和企业核心优势。

国际上，引领全球的亚马逊物流已经完全压制并削弱了 UPS、FedEx 等传统快递企业的市场；而在国内，仅从员工岗位的依赖度出发，京东、阿里等电商的自建物流就会给顺丰、“三通一达”等快递企业带来压力，而让快递小哥成为终身员工，或是一条解决用工荒的有效路径。

显然，现在的快递业已从数量和规模竞争转向了质量竞争，而《规划》也为快递业给出了目标，那就是“积极打造‘快递航母’，形成 3 到 4 家年业务量超百亿件或年业务收入超千亿元的快递企业集团”。目前，阿里旗下菜鸟网络依托大数据，构建起了“天、地、人”直接接轨的全物流智能骨干网络平台；京东则在自建物流基础上加强与快递企业合作，并获取了国家快递牌照，以弥补“三通一达”的市场空缺。

（作者为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任，博导）

■ 大成编笑话

大成回家，一楼窗口听见小孩子哭闹，就听见孩子妈妈说：“再哭，外面的鬼就会进来抓你的！”

大成接话：“孩子，听话，你妈没骗你！”

就听见里面两个人都哭了。

■ 大成编笑话

学生小强问：“大成老师，您最擅长做的菜是什么？”

大成回答：“煮开水！”

铁路货运应进一步细分 罅隙市场实现收益管理*

2017-02-28 作者：刘大成 来源：经济参考报（客户端阅读量：1,342,038）



铁路货运改革在 2016 年取得了长足进步，在白货（包括整车和零担）、快递、集装箱和冷链等高附加值领域都卓有建树。

然而，此次铁路货运整体企稳与去年全国经济和全社会货运的需求走势密切相关。2016 年全社会完成营业性货运量 433 亿吨，同比增长 5.7%，其中 4 个季度增速分别为 2.2%、3.8%、5.1% 和 10.7%，而铁路货运在一季度完成 7.88 亿吨，同比下降 9.43%，上半年完成货运量 15.8 亿吨，同比下降 7.5%，数字对比可以看出铁路货运量是在第四季度呈现增长状态的。

显然，此次铁路货运企稳主要依赖钢铁、煤炭等大宗货物产能在下半年突然提升后对铁路货运需求的爆发式增长。另外，《超限运输车辆行驶公路管理规定》等三项新政的实施，也将部分公路运输转移到了铁路。

从钢铁业来看，2016 年全国粗钢生产 8.084 亿吨，同比增长 1.2%，但前三季度粗钢生产为 6.038 亿吨，同比仅增长 0.4%，更多增长出现在第四季度；而全国煤炭消费尽管 2016 年同比下降 1.3%，但 9 月至 12 月全国煤炭消费同比平均增长 3%，导致 2016 年前 9 个月铁路煤炭发运量尽管同比下降 9.1%，但 9 月至 12 月份铁路的煤炭发运量大大增加，同比增速分别达到 2%、6.6%、11.9% 和 5.5%，而 2016 年全国铁路总计发运煤炭 19 亿吨，虽然同比下降了 4.7%，但这也是因为受铁路短期运能所限。

从经济发展角度预测，传统大宗货物铁路运输市场依旧处于下降趋势。2017 年煤炭产需衔接合同

量为 19.83 亿吨，而 20 万吨以上跨省区的中长期合同量仅有 7.32 亿吨。为此，中国铁路总公司（以下简称铁总）给煤炭中长期合同配置的运量是 4.87 亿吨。

铁总总经理陆东福在 2017 年全路工作会议上所作的《2016 年工作报告》中提出，2017 年国家铁路货物发送量要达到 27.5 亿吨，期望铁总能首次在货运量上取得增长。但铁路货运要想增加运量和收益，只能在高附加值的白货、快递、冷链和集装箱货运市场上寻求突破。

2016 年，铁路集装箱、商品汽车、散货快运量同比分别增长 40%、53% 和 25%，均创历史新高，中铁集装箱、中铁快运也都取得了高速发展，但相对全国白货、快递、冷链和集装箱市场高达数十万亿元的需求来说，铁路货运只占极小的份额。因此，除了货运改革的总体部署之外，铁总可以对铁路适运产品进行细分，通过满足更多的细分市场需求而获得收益。

实际上，铁路在市场细分上既有经验更有成果，但主要是在客运系统内，通过对价格、时限和不同性价比服务的细分，基本上满足了客运细分市场的需求。

近年来铁路客运收入稳步上升，一方面归功于动车和高铁的开行，不仅改变了人们的出行方式，甚至改变了人们的生活方式；另一方面，也归功于各类列车及相应的各类客票呈现了典型的差异化细分市场，更大范围地满足了各类出行人群的需求，并因此更大幅度地获得了价格歧视和收益管理带来的效益最大化。2015 年，铁路客运收入 2506.32 亿

元，超过铁路货运收入（铁路货运收入为 2312.10 亿元）；2016 年，铁路累计完成客运量达到 28.14%，同比增长了 11%，标志着铁路由此进入了客运为主的时代。

但铁路货运的市场细分严重不足，不能满足更大的客户市场需求。虽然中铁快运在大类上划分成行包、高铁快递和货运，接取送达也覆盖全路 505 个车站，且快递市场上也细分为当日达、次晨达、次日达和隔日达，但其对应的铁路原有软硬件设施及运营机制却很难有效支撑细分市场的整体需求。2016 年中国快递市场业务量达 313.5 亿件，业务收入近 4000 亿元，而中铁快运的年营收占比还不足千分之一。

距离超过 600 公里的快递、白货和集装箱市场一直是铁路货运改革的主要目标。铁总在拥有全路标准化、网络化、高信誉、大容量、全天候、低价格、高保障、低碳环保、快速直达等优势的同时，却也存在揽货集货能力差、门到门服务弱、信息对路外不开放、节点作业效率低、路局间协作困难等劣势。

然而铁总完全有能力在短期内根据客户需求，将潜在资源进行优化配置。铁总运输局局长程先东在 2016 年初提出的铁路货改四个主攻方向，就是在铁路资源深度挖潜上立题，特别在多式联运、集装箱运输上提出了切实可行的方案。而有别于规模化的集装箱运输，以散货形式存在的白货、快递和冷链等专有罅隙市场可以更为迅速地实现效益的级数倍增，提高铁路货运营收及利润。

由于历史原因，铁路在许多大中型城市的中心区域设有三级、四级客货运车站，而随着城市发展与铁路大宗货物、规模化集装箱及白货的运行相冲突，这些三级、四级客货运车站大多处于闲置

状态。铁总完全可以将这些物流节点城市的客货运车站改为高速轻型专用铁路商贸物流中心，结合国企混改和铁路货改，与当地政府、民营企业联合开发，以增加本地揽货集货能力；设置专有物流与分拣装置以提高作业效率；连接城市配送中心以连接“门对门”网络。

这种开发适用于既有线的 120 至 160 公里轻型高速机车及高速轻型可带托盘式棚车车辆，载重量不超过 20 吨，根据需求组成 3 至 6 节编组，以缩短集货时间和提高开行速度。仿照客运列车时刻表运行的形式开展货运客运化，以规避 TMIS 和 HMIS 不对路外开放所造成的运时不确定的致命缺点，系统性缩短运到时限。

中国中小企业超过 2000 万家，个体工商户超过 5400 万户，仅以工业企业为例，中小工业企业利税占工业企业的 49.2%，利润占 64.5%。这也是为什么快递量连年以 50% 以上速度增加的原因。如果能在面向这些中小企业和个体工商户的小散白货、快递和冷链专有罅隙市场，形成特殊的高速、轻型和客运化的铁路货运，以现有 600 公里以上的铁路适运市场统计数据，只要能够获取 10% 的市场份额，其营收就将达到 500 亿元至 1000 亿元的市场规模。

（作者为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博导）

■ 大成编笑话

学生小强问：“大成老师，您觉得我何时能住上更贵的房子？”

大成笑着看小强：“明天就可以，刚才房东打电话说明天要给你涨价！”

不仅要参照国际快递巨头 顺丰市值评估更需参照 亚马逊*

2017-03-21 作者：刘大成 来源：经济参考报 (客户端阅读量：1,368,793)



快递企业顺丰借壳鼎泰新材（002352）上市后呈现暴涨暴跌状态。

2月24日上市当天，顺丰控股（002352）开盘价报53.5元，涨幅6.59%；而后6个交易日出现4个涨停板，累积涨幅达66.79%，到2月28日，总市值达到2795亿元，成为深市第一大市值企业，而顺丰快递掌门人王卫间接持有的顺丰控股股权市值一度逼近2000亿元。

但好景不长，四个涨停板后，顺丰控股引起了监管部门的关注。各种不利消息之下，顺丰控股股价3月1日开始转跌，截至3月20日中午，顺丰控股股价跌至58.88元，以持股数27亿股计算，王卫所持股票的市值仅有1589.35亿元。

尽管股价暴涨暴跌的主要原因在于，其流通股本只有1.33亿股而总股本有41.84亿股，流通股本仅占比3.18%。按照证监会的规定，大股东减持不得违反短线交易禁止性规定，因此流通盘比例超低必然导致各路游资追涨杀跌。

但另外几个重要原因也不可忽视。

首先是有大买家持续进场。据龙虎榜显示，国海证券济南历山路营业部连续三天累计买入顺丰控股1.6亿元；而借道“深股通专用”的北向基金也连续3天净买入顺丰控股超过7000万元，背后隐现游资身影；同时，有外媒披露，顺丰员工开设了2万个股票交易账号，用公司派送的红包购买自家股票。当各种负面信息被披露出来并引起了监管部门的关

注时，主力资金开始纷纷退出，造成顺丰控股股价短期内暴跌。

其次，股票暴涨之后也引发了关于企业价值的许多拷问。其中，关于顺丰与国际快递巨头联合包裹UPS、联邦快递FedEx和敦豪DHL的市场业绩、企业实力与企业市值的对比，迅速引发了许多散户的反思与投资退缩。

据财务报表显示，顺丰控股2016年的营业收入为574.8亿元，净利润41.8亿元，股价市销率已超过5倍，国际快递业务达11亿元，各方面指标都超过了在A股上市的圆通、申通和韵达。而从基础设施来看，借壳上市时，顺丰控股拥有12个枢纽级中转场，1.5万辆车，3.5万个快递柜，员工超过40万人，旗下顺丰航空拥有飞机37架，通航全国36个城市和地区，正在湖北鄂州兴建亚洲第一个全货运机场，而其快递单价平均在23元左右，是“四通一达”单价的4倍以上，企业整体实力一直保持国内首位。

尽管顺丰控股在国内呼风唤雨，但在国际市场上，UPS、FedEx和DHL三大巨头的实力均远远超过了顺丰控股。

UPS 2016年的第三季度财报显示，公司第三季度业务总收入达到149亿美元，同比增长4.9%，全年约600亿美元。UPS业务主要包括国际/国内包裹、重货和供应链三项，每年处理货品40亿件，在全球200多个国家和地区开展业务，全球设有1800处转运中心，拥有270多架自有货机和9.5万辆陆运货车，还拥有一条大型铁路，总部设在美国路易

斯维尔的 UPS 世界港是目前世界上最大的物流中转中心。

FedEx 2016 财年的收入达 504 亿美元，其中快递包裹业务约 264 亿美元，地面包裹业务约 165 亿美元，零担运输业务约 62 亿美元，零担业务在美国市场的份额居于首位，占比超过 10%。FedEx 的全球业务遍及 211 个国家和地区，拥有 674 架货机、9.5 万辆陆运货车，聘用员工超过 32 万名，其孟菲斯转运中心被称为航空货运之都。

DHL 2016 年的年收入则为 573 亿欧元，同比下降 3.2%，但税前利润达 35 亿欧元，同比增长 44.8%；净利润 28 亿欧元，同比增长 61.8%。DHL 拥有员工 50 万人、货机 420 架、陆运货车 7.6 万辆，作为全球最大的空运货代公司，DHL 2016 年的空运量达到 200 万吨。

到本文发稿时为止，UPS 市值为 938.74 亿美元，FedEx 市值为 518.60 亿美元，DHL 2015 年的市值为 327 亿欧元。而顺丰在营收、利润和企业规模等方面均远不如三大巨头的情况下，市值却远超 DHL，市盈率也超过 1 万倍，这一比较自然让股民惊心。

但类似的比较并不能真正描述顺丰的企业价值。目前，中国的快递市场全球增速第一，2016 年发送包裹数量超过 311.8 亿件，连续六年增速超过

50%，营业收入达 3974 亿元，连续超过 40%，市场规模也早在 2014 年就超过美国，成为世界第一。

这一成绩的取得依靠的是中国日益发展的电商市场。2016 年，中国网络零售交易额达 5.16 万亿元，同比增长 26.2%，其中实物商品网络零售交易额为 4.2 万亿元，占同期社会消费品零售总额 12.5% 以上。网络零售产生的电商物流直接带动了快递业务量的跨越式增长。

另外，快递行业属于劳动密集型服务企业，而低廉的劳动成本支撑了快递业的高速发展。

综上所述，顺丰控股的市值不仅仅要与国际快递三大巨头比较，更要与业务量相近的亚马逊相比较。目前，亚马逊推出 48 小时送达的“火鸡”生鲜快递业务、年费 79 美元的“一日达”金牌会员计划以及年费 99 美元的“一小时送达”金牌会员计划，这些举措让亚马逊物流已完全压制并削弱了 UPS、FedEx 等传统快递企业的市场。尽管亚马逊 2016 年的营业额仅为沃尔玛的 20%，但市值早已越过沃尔玛，目前亚马逊的市值高达 4049.89 亿美元。

亚马逊物流和亚马逊云计算 AWS 是亚马逊市值高启的主要推动力，对比亚马逊近 4050 亿美元的市值，顺丰控股市值的异军突起，也许更有相似性。

（作者刘大成，为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博导）

物流业降本增效的捷径就是“结链成网”

2017-03-28 作者：刘大成 来源：经济参考报 (客户端阅读量：1348168)



支撑实体经济发展且自身改善空间巨大的物流业，成为当下的新热点。

物流业是支撑经济社会发展的基础性产业和战略性新兴产业，国家

层面已将物流业的发展认定为推进供给侧结构性改革、增加公共产品和公共服务供给的重点方向。

国务院及相关部委陆续出台了《全国物流园区发展规划（2013-2020）》、《物流业发展中长期规划（2014-2020）》、《国务院关于促进快递业发展的若干意见》和《物流业降本增效专项行动方案（2016-2018）》以及《关于加强物流短板建设，促进有效投资和居民消费的若干意见》等相关政策。

资本市场近期对物流业青睐有加，而连续六年以 50% 规模增长的快递业更是资本追逐的重点：顺丰快递借壳上市后 6 天内创下市值近 2800 亿元的短期高点；桐庐系快递企业也纷纷拥抱资本走入证交所；以零担运输起家的德邦物流也已启动 IPO，上市就差临门一脚；以仓储配送为主业的宁波港、盐田港、华南城、传化物流等诸多上市企业也一直在资本市场上高奏凯歌。

“物流+资本”的模式有效地促进了物流业发展，2016 年全国社会物流总额达 229.7 万亿元，比上年增长 6.1%；物流业总收入为 7.9 万亿元，比上年增长 4.6%。但物流成本和物流效率依旧是中国物流业的顽疾和短板，2016 年社会物流总费用高达 11.1 万亿元，比上年增长 2.9%；社会物流总费用与 GDP 的比率为 14.9%，这一比例是发达国家的 2 倍

左右（发达国家社会物流总费用与 GDP 的比率为 7.5%）。

物流业想要降本增效，最为迅捷而有效的途径就是“结链成网”，即把传统的物流与供应链转化成“物流虚实网”。

这里的“网”既指物流物理节点构建的实体网络，也指“互联网+高效物流”中依托信息化节点构建的虚拟网络，可以将这两个网络称之为“实网”+“虚网”，合称“物流虚实网”。

物流成本可以划分为运输、仓储和管理三个部分。有数据显示，2016 年全国物流业运输费用为 6.0 万亿元，增长 3.3%，增速提高 0.2%；保管费用 3.7 万亿元，增长 1.3%，增速降低 0.3%；管理费用 1.4 万亿元，增长 5.6%，增速提高 0.6%。

货运降本增效的关键在于运输方式的选择、运载工具的效能、运载工具转换和“重去重回”的能力。所谓“重去重回”是指货运应该尽可能地实现运载工具的满载运输，降低单位运输成本。但由于受产业链布局的约束，资源地、生产地和消费地分布不同，单次物流一般具有单向流动的趋势，如果没有进行系统网络设计，货运往往就会出现“重去轻回”现象，物流资源利用率自然低下。而能够实现或者增加“重去重回”比率、减少物流资源闲置和提高物流资源服务效率的途径，就是构建远超过两点之间运输的物流服务网络，形成货运物流的“实网”。

仓储配送降本增效的关键，就是提高仓容密度、加速货物周转、提高作业效率。仓储配送的最高形态是物流园区，但目前全国物流园区的空置率在 60% 以上。多数物流园区只是完成了土地溢价，而在规

划中尚未实现功能溢价和管理溢价。物流园区里众多仓库仓容的利用效率低下，进一步推高了仓配成本，导致物流园区及仓储设施闲置。

物流市场的最大引力来自于规模优势、范围优势和网络化布局，即仓储配送的“实网”。除中国铁路总公司、招商局物流等个别央企、顺丰和“四通一达”等民营快递以及德邦等零担运输企业外，像物流地产大王普洛斯那样具有全国性网络仓储和物流园区的企业少之又少，多数仓储配送公司还只是在物流节点或供应链的链条上孤军奋战。不过，随着市场竞争越来越激烈，这样的企业必然会因规模、范围和网络化能力的弱势而面临困境。

互联网、无车承运人和资本可以将这些处于“孤岛”状态的物流公司积聚，形成物流“实网”。

港口就是最早物流联盟的践行者。中国的港口能在全球名列前茅，并非是因为设备有多先进或者劳动生产率高，而是因为腹地经济的渠道拉动作用。许多港口距离城市远则 100 公里，近则 30 公里，因为腹地相同或者相近，港口各自为战、重复建设、业务重叠、经营同质，这样一来必然出现激烈冲突，导致各港口加大投入而增大成本。为此，浙江省将宁波港与舟山港合并形成宁波-舟山港，目前已成为全球第一大港；而天津港则通过在腹地设立无水港，建立起海港-陆港联盟网络。其中，资本成为仓储配

送“实网”形成的粘结剂，并进一步通过规模优势形成市场控制力。

无车承运人和互联网企业则是通过“虚网”来构建“实网”。例如，货车帮平台与资本联手，通过构建货运车辆公共运力池并与物流园区的“实网”连接，利用车、货、司机形成包括标准化的汽车销售、汽车租赁、汽修汽配、汽车保险、ETC 代缴代扣、油费代缴代扣、汽车旅馆和道路救援等业务在内的“物流虚实网”。

物流管理降本增效的一个途径就是“互联网+高效物流”，在“虚网”上实现多级库存优化和供应链网络优化。“互联网+高效物流”属于高度的智慧物流，不仅通过多级库存优化将供应链库存成本和运输成本降到最低，还通过收益管理、网络优化、增值服务等实现利润最高。智慧物流还可以通过“物流虚实网”实现全网络内的资源配置优化，直接切入消费链布局和产业链布局，主动提供解决方案，优化调整生产布局和商业渠道，直接取消多个经营主体下冗余的货运或仓储，甚至改变产品中间状态，最大限度且有效地降低物流成本，提高物流效率。

（作者为清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博导）

以京津冀协同物流专项规划引领雄安新区总体规划*

2017年04月11日 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：2145782）



多数区域规划往往是先有总体规划，后有专项规划，但对于横空出世的雄安新区则恰恰相反，应该先做好京津冀协同物流专项规划，然后再

“高标准、高质量、高水平”地编制新区总体规划。新区的功能定位是“集中疏解北京非首都功能”，并属于顶层设计的“千年大计、国家大事”，而疏解的起因则是源于北京早已深陷大都市病，重点表征为交通拥堵、人口膨胀、房价高涨、环境恶化和资源紧张等，规划中的新区不能重蹈覆辙。

日趋严重的交通持续拥堵是北京大都市病的重中之重，而持续膨胀的人口流动及支撑这些人口生活工作的保障物流则是北京拥堵交通下除交通路网规划设计不合理之外最主要的两个负荷要素。

首先是城市交通下的人流匹配问题。北京市常住人口已经达到2170多万，由于房价高企和社区布局，51.1%的人口居住在五环外，而四环至六环间聚集了43.8%的人口，但工作岗位、公共资源则基本集中在四环之内的中心城区，这种居住地与工作地产生的长距离限时人流对本就捉襟见肘的交通资源消耗巨大，而“摊大饼”式的北京环路交通干线网以及严重不合理的环路进出口设计让供需失衡的城市路网更加脆弱。如果雄安新区按规划目标达到1000万人口的话，必须在规划上就能有效地解决区域内限时人流匹配交通路网的问题。

其次就是城市交通下的物流匹配，人数可以限制，但消费的物质却难以限制。北京是典型的消费

型城市，2016年北京市市场总消费19926.2亿元，占GDP的80.03%，其中服务性消费8921.1亿元，社会消费品零售总额11005.1亿元，连续九年为全国最大消费型城市。而保障消费的商贸物流规模也随之水涨船高，2016年北京市交通运输、仓储和邮政业产值达1060.7亿元，批发和零售业产值达2352.9亿元，全年完成货运量24098.1万吨，货物周转量671.2亿吨公里，其中公路完成货运量19972万吨，货物周转量161.3亿吨公里。

如此大的商贸物流让时常崩溃的北京交通路网雪上加霜，也是压倒北京交通拥堵这个骆驼的最后一根稻草。而且除常住的2170万人口之外，2016年北京市接待旅游总人数达到2.85亿人次，解决两个人口群衣食住行的商贸物流模式和效率对城市交通影响巨大，如生鲜农产品、快递等行业的总体布局、运输方式和运载工具均存在不合理配置方式，部分交通管制政策更是与首都总体目标南辕北辙。

北京拥有规模庞大的各级农产品批发市场和社区菜市场，其中新发地农产品批发市场2016年交易额达到721亿元，连续13年位居全国4600多家农产品批发市场榜首。然而从新发地等一级批发市场到城区内各低级批发市场直至社区菜市场的运输过程中，只有很少部分持证货车可以白天进入四环之内，多数货车在6-23时之间是禁止在四环之内通行的，从根本上无法满足白天实时补货的巨大市场需求，必然导致商户自行选择小型汽车、电动代步车甚至人力车替代，数十倍地增加了道路交通负荷；此举更难以提高冷链配送比例，降低净菜上市比例，

严重增加废弃物回收物流量，极大地增加额外仓储占地及道路运输负荷。

北京市快递业务收入超百亿元，约占全国的6.5%，而快递电动三轮车达到了5.7万辆，涉及2696个快递网点。虽然已经实现了统一形象、统一标识、统一编码，但仍随处可见快递三轮车的各类交通违法行为；另外还有数万辆外卖送餐电动自行车，虽然送餐灵活便利更容易满足客户时效需求，但许多交通违章行为也成为道路拥堵的催化剂。

新区无论是大批央企、总部企业进入还是科研创新单位或者高等院校迁入，以及行政事业单位和政府附属机构进入，依然会形成新的消费型城市甚至享受型消费城市，建成后的新区物流依然为商贸物流所主导。

按照新区100平方公里起步区、200平方公里中期发展区、2000平方公里远期控制区且人口达1000万的建设规划目标来讲，俨然又一座人口密度远超过天津而接近深圳的新城，同时与北京城市副中心及北京共同构成首都的一主两翼，加上近在咫尺的天津及不可或缺的天津港共同构成区域物流主要节点，必然对区域内交通能力提出更大的要求，为避免形成新的大都市病，京津冀协同发展才是规划的前提和基础。

根据对新区“绿色生态宜居新城区”、“创新驱动发展引领区”、“协调发展示范区”、“开放发展先行区”的功能定位，新区不仅仅是要在空间布局上呼应京津冀协同发展，更需要在此基础上从京津冀协同物流特别是商贸物流总体角度切入新区后续总体规划和其他专项规划。

以现有资源条件和经济发展态势，新区发展既不可能离开顶级政策的强力支持凭空建造，更不可能离开现实市场机制的规律获取持续发展。京津冀协同物流也必然一方面要呼应新的物流需求与供给空间布局的短期变革，又要呼应服务不同经济需要的多层次、高效率、智慧化和价值创造的物流业可持续发展要求。

首先要按照首都、北京城市副中心、雄安新区和天津市的功能定位科学划分物流空间布局，按照市场机制规划物流产业生态链和实现物流资源配置，以商贸物流为核心实现布局上的错位发展；其次要充分发挥围绕首都的机场群、港口群、高铁网、高速公路网和各种管道运输网及地下管廊等的作用，打造空间立体交通，推广多式联运模式，用智慧物流引领高效物流，让城市间大物流变得高效率、低成本和优质量，让城市内仓储配送变得低价、畅通、迅捷和智慧；第三要通过构建科学合理的物流实体网络和物流虚拟网络实现“物流虚实网”，从产品原材料生产到最终客户消费形成有效的多级、多层的需求-供应产品供需链优化，最大限度地降低无效物流和减少废弃物回收物流，推进循环物流和绿色物流，形成物流与交通、产业、环境和居民的协调发展。

新区始建，任重而道远，物流应是治愈大都市病的开路先锋。

（作者刘大成，系清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博导）

共享单车进入规模报酬递减阶段*

2017 年 04 月 18 日 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：2,149,325）



最近微信朋友圈流行的段子是“共享单车的颜色已经不够用了”，一句话道尽了目前共享单车平台发展的尴尬。随着越来越多的共享单车平台进入市场，不同颜色的共享单车涌上城市街头，而原本被评价为设计巧妙的靠押金盈利的商业模式，在持续扩大的投资竞争中也受到严重挑战。

30 年前，自行车曾经是中国人最熟悉的交通工具。伴随着改革开放和经济发展，汽车市场快速增长，一度将自行车遥遥甩在后边。数据显示，到 2016 年底全国汽车保有量达 1.94 亿辆，且保持 10% 以上的增长，有 49 个城市超过 100 万辆，18 个城市超过 200 万辆，6 个城市超过 300 万辆。快速增长的汽车保有量使得许多城市交通开始堵塞，城市生态环境日趋恶化，城市生活质量也随之急剧下降。

在此情形下，提倡绿色出行成为社会共识，共享单车应运而生。

2007 年，第一个公共单车模式引入中国，由地方政府主导进行有桩单车的设置和运营；2010 年，开始有专门经营单车的企业进入有桩单车市场，但市场反应平平；直到 2014 年，以共享单车名义出现的“移动互联网+无桩单车”进入校园，2015 年 ofo 拿到了第一个共享单车的融资；到了 2016 年，共享单车成为资本疯狂追逐的热点，25 家共享单车平台从各个渠道获取了国际投资。

到目前为止，摩拜单车已经完成了 D+轮融资，累计融资额度超过 3 亿美元。与此同时，ofo 宣称完成了 4.5 亿美元的 D 轮融资，哈罗单车则声称刚刚

完成数亿元的 B 轮融资，小蓝单车也表示再次获得 4 亿元融资。

按照投资人的逻辑，刨除租金收费，平均每辆单车可以吸引 6 至 10 个人的押金，即吸储 1200 元至 2000 元，如投放 1000 万辆车，就可以吸储 100 亿元。按照金融业规律，这笔资金可以派生出 500 亿的借款，获取至少 35 亿元的收入和 10 亿元至 20 亿元的利润，同时还能掌握所有用户的真实客户信息。

这正是共享单车能得到众多国际资本青睐的真正原因。

如此看来，共享单车平台的盈利模式好像设计得天衣无缝，不仅解决了公共交通“最后一公里”的高频刚需，还得到了通过创新日渐完善的自行车本体产品以及客户主动告知的私人信息。

但且慢兴奋，平台规划者遗漏了投资中非常重要的一项因子，就是这种单纯的商业模式是否会被复制，而快速复制会过早进入规模报酬递减阶段。

数据显示，ofo 的单车投放达到 80 万台，市场占有率 51.2%；摩拜单车的投放量为 60 万台，市场占有率 40.1%。但据了解，目前市场上已有 25 家品牌共享单车平台运行，且这一数据还会继续直线上升。

到 2016 年底，中国共享单车市场整体用户数量已达到 1866 万，预计今年年底将达到 5000 万的用户规模，如此巨大的超值盈利市场怎么可能少了新入者。而新入者如果没能在现有的商业模式或者运营模式上进行创新的话，如何能吸引客户并由此吸引投资方呢？

因此，三个月前，共享单车平台还在索要数百元的押金并按小时租车计算费用，如今，许多共享单车平台却开始实行免费骑行，且开启了骑行赠红包模式：使用共享单车不仅不花钱，还可以赚钱，而之前的押金金融运营模式也突然变成了免押金模式。

之所以如此，核心问题就是共享单车平台快速进入到了规模报酬递减阶段。规模报酬递减是指产量增加的比例小于生产要素增加的比例，即共享单车在贪婪而疯狂的投机资本推动下，迅速进入了供给盲目扩张的超高速增长阶段，而相应的利基市场并未随其增长频率起舞。最新统计显示，江苏省每周骑行共享单车 1 次的人占 79.7%，每周骑行 4 次的人仅占 4.3%。数据说明，许多人只是偶尔尝试体验共享单车，真正长期使用的并不多。因此，共享单车市场出现了供远大于求的投资窘境。

尽管共享单车平台已陷入规模报酬递减阶段，但用烧钱换流量高地、用流量高地换更大投资的投资逻辑依旧吸引着各路资本。然而，共享单车商业模式的易于复制性，严重削弱了上述投资逻辑的可靠性，而且超常增长的“投入臃塞”恐怕将更快地迎

来政策管控，隐藏在共享单车平台后面的绝大多数投机资本，恐怕将被迫提前迎来曲终人散的结局。

当然，在如此庞大的资本角逐中，也会带来共享单车各种技术的创新发展，从齿轮传动、实心轮胎、整体铸造、智能车锁、自发电技术、隐蔽性刹车到红包点名、骑行社交、客户信息定制、骑行服务再增值、移动智能运维等，可能会为未来的共享单车平台运营者提供更好的产品载体和技术基础。

事实上，共享单车平台的横空出世给城市绿色交通提供了创新性的解决方案，也符合“互联网+”智能交通的落地推广要求，但其给城市带来的负面效应也在逐步显现，未来必然会出台一系列管控政策，这些管控政策一方面会鼓励共享单车继续对绿色交通作出贡献，另一方面，则会通过设置更高的门槛来弱化其在运营及管理上的失范。而作为市场机制下的共享单车运营主体则必须要提前考量，在未来管控政策规范下，如何逃出规模报酬递减区间，真正实现可盈利性发展。

（作者刘大成，为中交协危险品专委会常务副会长，清华大学博导）

用“共享经济+民间资本”激活“互联网+高效物流”*

2017年04月25日 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,606,889）



国家“互联网+”行动计划中提出了“互联网+高效物流”等十一项重点行动，并从去年7月开始从国家层面部署推进“互联网+高效物流”。

随后，国家发改委印发了“互联网+高效物流”的实施意见，提出构建物流信息互联共享体系、提升仓储配送智能化水平、发展高效便捷物流新模式、营造开放供应的物流发展环境等四项主要任务。

转眼间过去了半年多时间，“互联网+高效物流”整体上有了一定进展，如在传统物流体系中不同程度地引入了互联网技术，借用了互联网思维，特别是在无车承运人、智能仓储、智能自提柜和即时配送、多式联运等方面均有所突破，然而距离实现真正“互联网+高效物流”的总体目标还有不小的差距。主要原因在于：第一，国家倡导的“互联网+高效物流”模式刚刚起步，引导政策尚未完全、有效落地；第二，互联网技术和互联网思维尚未在物流行业形成真正的革命性创新模式，导致行业向高端转型升级既没有新的需求拉动，也没有突破性技术推动；第三，除民间资本大规模进入快递市场外，其他行业领域的资本总量相对于行业总体需求规模来说，还处于极小比例；第四，“互联网+”最需要的信息采集和协同能力、大数据共享能力严重不足。

如果按照现行的发展惯性，“互联网+高效物流”的深度融合将是一个漫长的过程，仅靠政策推进是难以实现快速落地和迅速发展的，犹如政府主导的有桩共享单车一样。

从2007年到2014年，政府主导的有桩共享单车一直反应平平，未能真正解决公共交通最后一公里存在的问题；而2015年出现的“互联网+无桩共享单车”模式却获得了民间资本特别是国际投机资本的青睐，呈现出“火山爆发”之势。尽管“互联网+无桩共享单车”也出现了一些新的社会问题，但公共交通最后一公里的问题得到了系统性的解决，相关负面效应也会在未来政策约束下得到削减。

在实体经济下滑且难以在短期内得到根本性恢复的情况下，“互联网+”成为新经济的催化剂，互联网经济的规模也在逐年飞速发展。而互联网也开始由旧业态向新业态迈进，其根本原因在于，互联网与共享经济的互相催生和互相推进。

物流与共享经济有着天然融合的属性。所谓共享经济，是指以获得一定报酬为主要目的，基于陌生人且存在物品使用权暂时转移的一种新的经济模式，是用使用权代替所有权。目前，Uber和Airbnb的共享经济模式最为引人注目，其本质是将闲置资源与他人共享，属于典型的C2C模式。另外一种就是当下中国流行的共享单车、分时租车等，其共享经济模式是将拥有型的产品改造成为使用型的产品，应该算是较为典型的B2C模式。

在中国市场，C2C模式共享经济往往因为资源及参与人的安全性问题，往往受到较大的市场约束和政策限制，如Airbnb就因个人征信体系不健全和房源不足在中国市场受到冷落，而Uber也因为业务存在道德瑕疵，且与中国的文化和法律存在冲突，最后转让给了竞争对手滴滴出行。

如果按照出行距离划分，共享单车解决了 3 公里的问题，滴滴解决了 30 公里的问题，而 20 公里到 100 公里之间，则被分时租车视为自己的机会。据估计，分时租车的市场规模将超过千亿市场。

其实，物流与共享经济本身有许多相类似的属性。从本质上看，物流能够流动的原因就是商品从价格低向价格高的方向流动，由市场需求弱、需求分散的地方向市场需求强、需求聚集的地方流动。物流的竞争重点是如何做到“重去重回”，即尽可能实现运输及仓储的规模优势和范围优势，尽可能减少无效物流，尽可能在全产业链上配置优化的物流资源。而产业供应链在空间上的物流匹配性差异，必然会呈现闲置资源的合理利用，如构建物流网络、建立行业联盟、重新配置产品制造链等。

在互联网技术及互联网思维支持下，物流体系中的各个环节都有可能实现闲置资源的共享复用及分时使用。如末端配送仓储和运输中的共同配送仓储、协同配送仓储和集中配送仓储等。在互联网及移动互联网的物流大数据支持下，需要深度挖掘各

物流资源的时间与空间闲置能力，从而形成闲置资源复用或资源分时占用的全新高效物流体系。

民间资本是资源配置中最具活力、最有效率和最有引力的创新工具。尽管 2016 年民间资本投资低迷，但民间资本却在国内快递市场及共享单车市场表现活跃。一方面，这是由于国内快递市场连续 6 年 40% 的收益率增长所致；另一方面，共享单车不到半年就有数十亿元的融资增长，充分说明民间资本投入方向与行业产业经济发展的正相关性。

物流业发展已成为国家发展的战略重点，也是投资的主要方向，“共享经济+民间资本”恰恰可以有效地将物流大数据与资源社会化、组织平台化融为一体，合理利用物联网、车联网和探针计算，实现数据科学、网络科学、空间地理科学和可视化技术与高效物流的精准结合，进而激活“互联网+高效物流”。

（作者刘大成，为中交协危险品专委会常务副会长、清华大学博导）

中国当以运载单元新标准 打造第二代多式联运*

2017 年 05 月 02 日 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：2,011,551）



多式联运是物流业降本增效的有效载体，而国家今年恰恰对物流业的降本增效尤其关注。看来，多式联运必然成为今年物流业发展的重中之重。

多式联运是指依托两种及以上运输方式有效衔接，提供全程一体化组织的货物运输服务。因其在多种运输方式间可以无缝衔接，多式联运极大地提高了物流效率，有效地利用了资源综合优势，降低了社会物流成本。

然而，时至今日，我国多式联运依然处在低水平发展阶段，市场环境不完善、法规标准不健全、协同衔接不顺畅、行业应用不主动。数据表明，我国海铁联运不足港口吞吐量的 1.5%；公铁联运比例更低，不足 1.5%；公水联运也仅限于疏港运输和以国际海运为龙头的公海联运领域。目前，全行业多式联运运量规模仅占全社会货运量的 2.9%，远低于美国的 40%和欧洲的 35%，甚至低于印度的 25%。

究其原因，既与中国长期落后的物流业整体水平有关，也与市场主体较弱、缺乏国际性大型物流企业且“小、散、弱、乱”物流企业较多、集约化组织化程度较低有关。更值得注意的是，铁路集装箱运量仅占铁路总货运量的 2.3%。

集装箱是多式联运的基础，但在公路干线运输和铁路运输中，集装箱的使用率还不足 5%。为此，在交通运输部的规划中，力争到 2020 年实现重点港口集装箱铁水联运比例年均增加 10%。铁路总公司的规划中，也要求到 2020 年，集装箱运量要达到货运量的 20%。而国务院提出的目标是，到 2018 年，

全国 80%的主要港口和大型物流园区引入铁路，铁路集装箱装车比例提高至 10% 以上。

然而，仅靠增加集装箱数量是不够的。从目前多式联运的发展态势来看，尽管国家及行业、企业加大了基础设施衔接的投资建设，也在综合运输和物流交易公共信息平台方面有所进展，并积极推进全程“一次委托”、运单“一单到底”和结算“一次收取”的服务组织方式，无论是产业结构调整还是产业生态链都有所进步，但依然存在着多部门、多环节的协同难题，而公路货运企业对多式联运的积极性也不高，要想达到欧美同样的水平依旧非常困难（欧美多式联运在物流运输中的比例为 40%），多式联运的推进、发展与普及依然需求更强有力的技术突破和运营突破。

毋庸置疑，中国已成为全球第二大经济体，物流方面也有了长足发展：全球 10 大港口中有 7 个在中国，且在规模和吞吐量上遥遥领先；招商局集团、中远海运集团等企业具有世界级竞争力并已在全球布局；顺丰及“三通一达”等快递企业连续 6 年以规模增速超过 50%、营收超过 40%的态势持续领跑全球快递市场。

多式联运的需求环境也在逐渐变好。2016 年，全国物流总额达到 229.7 万亿元，全国社会物流总费用达到 11.1 万亿元，全国物流业总收入达到 7.9 万亿元。而按照国家规划纲要，到 2030 年，全国铁路网营业里程将达到 20 万公里以上，公路网达到 580 万公里。

随着中国网络零售渠道的迅速崛起，其市场需求引发的电商物流系统也将现有的物流体系完全碾

压。这种石破天惊的变化并非始于今日，当年亚马逊物流全面碾压沃尔玛物流时，就重新建构了新一代的物流配送体系。

沃尔玛物流曾经是全球物流的楷模，其以产品为中心的配送中心（DC）曾是企业争相学习的榜样。然而，亚马逊完全以顾客为中心构建起了网络零售的仓储中心（FC），不仅使得亚马逊在每个顾客上花费的配送成本碾压沃尔玛（亚马逊在每个顾客上花费的配送成本平均只有 3 美元至 4 美元，而沃尔玛则高达 7 美元至 9 美元），还在配送速度上完胜沃尔玛（亚马逊金牌会员的配送时间只需要 1 天，而沃尔玛需要 3 天）。之所以如此，是因为 FC 的设施规划和自动化分拣效率更能满足网络零售的个性化快速需求，这导致亚马逊尽管营收仅有沃尔玛的 20%，但其市值却早已远超沃尔玛。

与沃尔玛的 DC 相类似，第一代多式联运主要面向传统的实体商业渠道和全球制造产业链，多种运输方式衔接的运载单元是集装箱和开放式托盘。

然而，当公路货运竞争的核心越来越聚焦于“门到门”服务方式，而水运、铁运和航运也在想方设法解决如何与“门对门”服务对接的时候，为客户的差异化和时效性需求定制服务成为物流业竞争的核心。同时，直接把握客户需求信息而构建全局产业生态链也成为企业最有力的竞争手段。

而第二代多式联运，主要以集装箱和集装箱内可承装的细分封闭式运载单元，完成多种运输方式间的衔接。

第二代多式联运，创新地将集装箱按 2*3*3 或 2*2*3 的尺寸，分割设计出专用组合分箱来替代 1200mm×1000mm 的标准托盘，同时其嵌入箱体的 RFID 标签及可识别标签能轻易实现全自动装卸搬运和自动分拣，提高了作业效率；通过 GPS/GIS、移动互联网、手机 APP、物联网、车联网和探针计算，实现了基于大数据的全链条信息跟踪，使产品真实可溯源；还可以将组合分箱按物流结算单元和商品交易单元计量，真正实现“一次委托”、“一单到底”和“一次结算”；通过供应链精准计算，也能形成绿色可回收周转物流，最大程度降低全社会的物流运营成本。

目前，快递三轮大行其道的现状说明，可以直抵“楼门”再开箱的小尺寸、封闭式运载单元才是配送新的主流需求，因此，公路货运企业都在心甘情愿地争夺这个新型的第二代多式联运市场。

正是以新型运载单元标准所催生的第二代多式联运将公路货运、铁运、水运和航运的共同利益最大化，使得多式联运真正实现了全社会运营。

（作者刘大成，为中交协危险品专委会常务副会长、清华大学博导）

第二代多式联运 需技术突破更需运营创新*

2017年05月09日 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,936,007）



第二代多式联运与第一代多式联运的主要区别在于多种运输模式转换的衔接点间装备设施的差异性。当然，这种差异性也会改变多式联运的整体运营方式。

1946年，美国卡车司机马尔科姆·麦克莱恩发明了20英尺单位承装货物的集装箱，使得装载容器得以标准化、可周转，并建立起一整套相应的运输体系，从而实现了全球范围内公路、铁路、航空和水运等多式联运相配套的物流系统，也让全球运输业发生了革命性的变化。可以说，正是集装箱及其相应标准的建立成就了第一代多式联运。

基于集装箱的多式联运模式虽在全球取得了极大成功，却未能在中国获得普及和推广。除疏港集运的公海联运外，国内公铁联运、水铁联运的比例还不到1.5%，而美欧等国多式联运的比例则高达40%。如果按照国际多式联运合同或中国海商法对多式联运的规定来计算的话，这个比率就更小了。这也导致我国近两年虽将多式联运的示范与推广作为物流业降本增效的主要手段，但效果尚不明显。

尽管使用集装箱的比例在逐年增加，铁路行业更是将增加集装箱比例作为货运改革的主要目标，但在社会物流中集装箱的使用远未达到规模效应，多数市场主体企业并没有使用集装箱及多式联运的切实需求，特别是许多集装箱因为归属关系复杂且规模不足，不能实现集装箱固有的可周转属性，很大程度上约束了多式联运的使用，导致装箱成本与负面收益歧高，使得多式联运并不具有市场运营优势。

第二个影响可周转属性进而约束多式联运发展的载体则是集装箱内的托盘。托盘的标准化及循环共用严重不足，仅国标目前就存在两种，而企业实际使用的托盘标准更是五花八门。

理论上，标准化托盘与标准化集装箱都是一个运输或仓储的集装单元SKU（库存量单位），只不过托盘更小而已。交通运输部一直在积极推广使用1200mm×1000mm的标准托盘及一贯化带盘运输。但由于托盘自有量占比过高，而租赁量占比不到1.5%，结果托盘的归属关系影响了托盘在物流网络体系中的循环共用。

第三个影响可周转属性和多式联运发展的则是难以共享的信息基础平台。由于物流数据信息既包括物流资源的数据信息，也包括物流中物品、资金和管理等数据信息，各行业甚至各企业间往往并不乐于开放自身的物流数据资源，造成信息相互隔绝成为孤岛；同时，物流行业本身发展的滞后也让许多数据信息并未实现电子化，这也是造成数据信息难以共享的主要原因。

第四个影响可周转属性和多式联运发展的因素是物流运营的整体外部环境，包括政策法规环境、市场环境和运营体系等。值得注意的是，物流企业间联盟难、协同少，而企业自身规模又不足，没有形成统一的多式联运经营网络，更缺少跨运输行业适用于多式联运运营的货代机构和有效代理机制。

因此，尽管从社会总体考虑，多式联运效益巨大，但国内物流企业往往出于企业自身效益考虑，缺乏参与的动力。公路运输大都乐于用整车和零担代替集装箱，而以大宗运输为主体的铁路运输则乐

于采用自身习惯的箱车、罐车和棚车，特别是铁水联运中还存在固有的“下水容易上水难”（即集装箱配重平衡）障碍，也制约着多式联运的普及。

而第二代多式联运首先从技术层面上实现了创新。多式联运的核心是无须将运载单元内的货物取出重新换装，从而达到可周转且易于周转的目标。而随着经济发展和产业结构的持续调整，物流中的货物逐渐从大宗货物向重量轻、体积小、附加值高的货物转变。

因此，无须换装的运载集装单元应向更小尺寸标准转化，而考虑标准的继承性，由更标准化的“集装箱+标准化组合分箱（更小的封闭式运载集装单元）”来部分代替传统的“集装箱+托盘”模式就顺理成章了。

目前集装箱的宽度统一为 2438mm，而高度则有 2989mm、2591mm 和 2438mm 三种，为综合满足公路运输的“门到门”服务需求，故标准化组合分箱应在 1200mm×1000mm×1200mm 或 1200mm×1000mm×1450mm 两者之间进行选择，形成国标。

随着电商物流、快递、百货以及冷链市场的高速增长，标准化组合分箱从根本上满足了“门到门”间全程封闭无换装的要求，而基于标准化组合分箱配套的集装箱则满足了既能在物流节点高效分拣又

能在多种运输方式衔接处封闭交换的需求，因此，集装箱+标准化组合分箱的模式将成为“门到门”市场竞争的成本工具和效率工具。

基于市场拓展和效益递增的考虑，公路运输企业会率先进入第二代多式联运市场，而铁路和水运企业也会为争取无缝连接“门到门”通道而加入多式联运体系，相关各行业企业的主动性意愿或将成为发展多式联运的最大助力。

另外一个技术突破就是物联网的引入，犹如共享单车在物联网支撑下直接将有桩升级为无桩的创新型突破，车、货、人等物流相关异构数据在物联网的支持下，也会形成基于大数据的全产业链条协同。

在技术突破支持下，创新管理才是第二代多式联运的催化剂，如“甩挂运输+物联网”有可能形成新的车、货共享模式；而无车承运人则进一步实现了物流行业各方的价值增长。

“集装箱+组合分箱”替代“集装箱+托盘”无疑是技术上的突破，它让“门到门”成为第二代多式联运的优势，但多式联运的普及也需要管理上的创新。

（作者为中交协危险品专委会常务副会长，清华大学博导）

第二代多式联运亟须物联网的嵌入融合*

2017 年 05 月 16 日 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：850,434）



第二代多式联运是在传统多式联运的基础上，将衔接点间的“集装箱+开放式托盘”形式转变为“新集装箱+封闭式可组合分箱”形式，并形成与之配套的物流运营

和组织方式。

面对传统多式联运难以在国内普及和应用的尴尬现实，笔者提出了“第二代多式联运”的概念，但其落地与应用不仅需要国家政策的鼓励和相应标准的推广，需要互联网、物联网、大数据等信息技术的融合，更需要符合市场规律，从而吸引社会资本的大规模进入。

满足“门到门”全程服务的 1200mm×1000mm×1200mm（或 1200mm×1000mm×1450mm）封闭式可组合分箱及其配套的新集装箱与物联网嵌入式融合，是第二代多式联运最核心的技术创新，也是其运营创新的硬件基础和平台基础。

最适宜引入第二代多式联运的物联网新技术当属目前广泛应用于共享单车的 NB-IoT（基于蜂窝的窄带物联网技术）。首先，NB-IoT 消耗的带宽只有大约 180KHz（千赫），可将设备内供电电池的寿命提升至 10 年以上；其次，NB-IoT 覆盖广，比传统无线网络信号强度高出 20dB（信号强度值），服务覆盖面积增大 10 倍；第三，NB-IoT 连接的数量多，一个扇区在 200KHz 带宽下可以支持 10 万个连接，将无线接入的数量提高了近百倍；最重要的是，NB-IoT 使用 License 频段，通过带内、保护带或独立载波三种部署方式，完全可以与现有网络融合共存。

在 NB-IoT 实现规模化后，其模组成本将从 5 美元降低到 1 美元以下，非常容易抢占 ZigBee、蓝牙及内置 Wifi 等无线通信技术在物联网市场的份额。

多式联运在国内难以推行主要有几个原因：一是集装箱和托盘分属不同企业，导致周转性不强；二是路政管理不尽合理，使得公路运输企业没有积极性；三是在各方利益博弈下，不太科学合理的还箱点布局，让企业承受了过高的建设维护成本；四是铁水联运中还存在固有的“下水容易上水难”（即集装箱配重平衡）障碍。因此，全球通行的多式联运在国内仅占不到 1.5% 的份额。

将 NB-IoT 嵌入到第二代多式联运的“新集装箱+封闭式可组合分箱”模式中，可以让该运载单元智能化并成为物流企业的可周转工具。

NB-IoT 在共享单车的成功应用可以成为第二代多式联运复制的模板。

以 NB-IoT 为代表的物联网，让共享单车从政府的有桩公共单车变成了企业的无桩共享单车，其核心技术突破就是，通过智能锁实现了“手机端-云端-单车端”的物联网共享单车架构：在基于 NB-IoT 的智能锁帮助下，骑行客户通过手机端就能实现寻找单车、充值/交付押金和指令开锁等功能；共享单车服务商通过云端，可以实现对手手机端和单车端的数据采集与通讯、决策支持与指令控制等，并形成客户大数据和构建供应链金融；单车本身则通过单车端实现卫星定位和遥控开锁的信息采集及控制指令执行。

短短一年间，与物联网的融合让共享单车成为资本疯狂追逐的风口，20 余家平台如雨后春笋般在

资本市场上争奇斗艳，也在各个城市的最后一公里罅隙市场上拼死相搏。

在 NB-IoT 或者未来更先进的物联网技术支持下的，“新集装箱+封闭式可组合分箱”具有与共享单车同样的共享特征，可以充分发掘其循环共用特性而增强周转能力。当统一标准且适合“门到门”全程服务的“新集装箱+封闭式可组合分箱”成为智能节点，其运载装卸单元、信息溯源单元、财务结算单元、商品交易单元和质押金融单元等多重供应链商业属性就能很容易地融入产品本体，从而使企业更容易建立起自己的客户大数据平台。

在社会资本的作用下，大量投资会集中在标准化后满足“门对门”全程服务的“新集装箱+封闭式可组合分箱”产品上，由此也会涌现大量提供该智能运载单元产品的第三方企业和运营平台，并大幅度降低该产品的租赁使用成本，在多方竞争和博弈下，未来甚至可能为需求该产品的仓储和运输等物流企业提供免费租赁服务。这样的话，这些物流企业根本没有必要再去购买属于自己的“新集装箱+封闭式可组合分箱”产品，该智能运载单元产品可以

完全在当前国情下实现多式联运所必需的循环周转属性。

物联网技术嵌入的智能“新集装箱+封闭式可组合分箱”模式还可以高效、低成本地实现新集装箱内的配置平衡，由此使得铁路更易于接受海运、水运的上岸集装箱，增加铁水联运比例；同时该智能运载单元还可以在物联网和大数据的支持下，轻而易举地实现还箱点的智慧布局，大幅度降低原本高昂的还箱点建设和运营成本；特别是该智能运载单元可以将货物信息与物流信息有效隔离，从而实现“双盲物流”，增强客户的数据保密性，加大第三方物流的比例，进一步增强物流网络的周转能力。

虽然第二代多式联运在技术和运营模式上有了创新突破，但还仅限于理论，其应用普及还需全社会取得共识。清华大学互联网物流研究中心和新华社《经济参考报》一直在努力推进第二代多式联运的体系建设，同时也需要更多的企业和投资人参与其中，共同实现物流业降本增效的宏伟目标。

（作者为清华大学互联网物流研究中心主任、工业工程系博导）

推进“双网融合”的同时铁路更需推进双供应链*

2017年05月23日 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,336,756）



上周，在与阿里巴巴董事局主席马云商洽如何深化路企之间的国际、国内合作时，中国铁路总公司（以下简称铁总）总经理陆东福提出，要在高铁快运、国际物流、电子支付及混合所有制改革等领域深化合作，创新合作模式，以实现高铁网与互联网的“双网融合”，打造智慧铁路。而马云则提出，要研究推进高铁电子商务试点，做好“一带一路”中欧班列境外货源的组织和市场开拓工作。

铁总拥有全球规模最大的高速铁路网，阿里巴巴拥有覆盖全球的电子商务网，两者这种核心优势互补的合作将很容易实现“双网融合”。

近年来，铁总客运收入不断上升，2016年达到2817.47亿元，首次超过货运收入（2016年铁总的货运收入为2574.78亿元）。但客运收益总有上限，除京沪、沪宁、宁杭和广深外，在非春运和非假期期间，客运多数线路长期虚糜。

尽管高铁改变了人们的出行方式，甚至改变了人们的生活方式，但在一定经济条件和产业结构下，人员流动产生的客运总量是有上阈值的。而随着我国社会生活水平的不断提高和物资的极大丰富，以及东部、中部及西部产业布局的结构性调整，货运市场需求却很难达到上阈值，也就是说，目前货运收入增长的潜力接近无限。这从快递行业的快速增长可见一斑：2016年，快递业务量完成313.5亿件，同比增长51.7%；业务收入完成4005亿元，同比增长44.6%，连续6年保持50%左右的高速增长。

而全国百货、快递、冷链、危化品及集装箱市场的规模已达到数十万亿元之巨，但真正由铁路货运承担的不足千分之一，可见增长潜力巨大。

然而，铁路货运并不是真的供大于求，其运输资源依然有限甚至紧张。在过去经济高速增长时期，铁路车皮甚至“一车难求”，即使是在2016年第四季度，因调控因素导致供热电煤告急，铁路车皮再度上演运能紧张的戏码，18个路局的营销部门难以兑现以往合约而集体失信。为此，铁路货运人形容自己是“一会儿当爷爷，一会儿当孙子”。

当然，在经济新常态下，未来的铁路货运市场将处于供大于求的状态，特别是大宗货物运输需求的逐年萎缩，更加剧了铁路货运的市场压力，这也是铁路提出货改的原因。支持货改的一方看到了盛世危机，希望将铁路货运尽早从计划性运输组织企业转型为顺应市场的物流企业；反对货改的一方则意识到铁路的货运资源并不充裕，运能紧张时很难完成计划，因而希望发挥铁路大宗运输的计划性基因优势。

事实上，单凭现有的铁路货运资源，的确很难适应计划型大宗货运与市场型百货、快递等货运的差异化需求。然而，铁路人不能仅把目光盯着铁路的自有资源，而应该让其他社会资源为铁路所用。

德国铁路是全球最盈利的国铁，但其盈利出现在并购德国物流巨头斯廷内斯和回购辛克物流之后。虽然在欧洲铁路运输量甚至陆运量上，德铁一直居首，但其盈利更多来自于非铁运市场。

“双网融合”是在铁路网络基础上借助互联网虚拟资源和阿里巴巴领先的全球电子商务优势，

目标可期。其实，实体物流网络中公运、水运和航运资源同样也可以架设在铁路网络之上，并扩展为铁路外部资源。然而，目前反倒是公运、水运或航运企业在整合铁路网络资源，以实现配置优化。

笔者之前曾发表过《铁路可试水无车承运市场》、《铁路货运应进一步细分罅隙市场实现收益管理》和《铁路货改要靠投入创新》等文章，重点强调铁路应凭借最具核心价值的网络优势，整合全社会物流资源而成为驱动物流网络有效流动的龙头。

积小而事大，铁路应以点带面，以“接取送达”业务整合最紧密的公运资源为起点，进一步构建开放式的无车承运运营平台，同时融合公运、水运和航运，实现由铁路主导的“无车+无船+无机承运网络”模式。以此为基础，引入清华刘大成提出的“第二代多式联运”模式，衔接和整合铁公联运、铁水联运和铁航联运，在铁路运力紧张之际，高效利用平行的外部资源扩充运能；当大宗货运市场减少时，释放运能给具有高附加值和高利润的百货、快递、冷链、危化品及其上的集装箱货运市场。

铁路要实现既能满足指令性大宗货运计划，又能满足百货、快递、冷链和危化品等高收益市场需求的目标，就需要构建与之相配套的双供应链体系，即效率型供应链和响应型供应链。

效率型供应链强调成本，更适应铁路传统的按计划运输体系，应以控制货运成本及加大货运的资本投入和技术投入为主，以低速重载、战略装车点布局、双层集装箱、多式联运、加大行车密度及与货主签订长期合同等为核心竞争力。

而响应型供应链则强调交货速度和物流时效，主要面向铁路在百货、快递、冷链、危化品及其上的集装箱货运市场，应建设混合所有制铁路物流中心来提升集货能力和运营效率；以高速轻载微小编组班列实现快速运达；以货车客运化实现 TMIS 不开放环境下的准时物流；以第二代多式联运的“新集装箱或篷车+封闭式可组合分箱”模式，实现“门到门”服务以及自动分拣体系的低价高效；以 NB-IoT（基于蜂窝的窄带物联网技术）实现智慧物流的资源费用和共享。

“双网融合”成就的是铁路网络资源融合虚拟逻辑资源，而双供应链成就的是铁路不仅可以控制自身的网络资源，还可以融合全社会物流资源，并成为新一代物流体系的领导者。

（作者刘大成，为清华大学互联网物流研究中心主任、工业工程系博导）

大幅提高危化品物流安全 需增设专职管理岗位*

2017年06月06日 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,276,058）



自2015年天津港发生“8.12”危险品仓库特大火灾爆炸事故后，各级政府、企业对危险化学品（危化品）的安全给予了高度重视，关于危化品物流的政策更是频出：去

年年底，国务院办公厅出台了《危险化学品安全综合治理方案》；2016年12月18日，中共中央、国务院联合发布了关于《推进安全生产领域改革发展的意见》；今年年初，国务院办公厅又印发了《安全生产“十三五”规划》……

尽管如此，危化品每年在仓储和运输过程中发生的各类事故依然不少，造成对生命、环境和社会的不可逆破坏，亟须从危化品物流体系结构上进行有效破解。

政策越严格，投入越增加，保障就越得力。因而在一定时期内，严格的政策能在一定程度上降低危化品物流的事故次数和灾害程度。然而，从长期来看，特别是面向民营中小微企业，危化品物流的管理更需要市场运营引导、落实企业主体责任与完善政府监管体系相融合。

在危化品物流安全生产事故中，原生灾害损害只是危化品货物本身、危化品运载工具或危化品仓库，损失金额也只有数万元至数千万元；但其次生灾害却可能会造成数百万元及至数百亿元的损失。从风险属性来看，危化品物流安全生产事故的社会属性更强，其企业目标与社会目标的差异性导致单纯依靠运营企业的自律难以保证全系统的安全。

随着安全生产事故问责制度越来越严格和安全监管体制的逐步完善，从统计数据上可以发现，

造成次生灾害风险最大的往往不是危化品生产地或消费地，而是与危化品收益无关的途径地，这种收益与事故损害严重分离的状态，更需要社会全体系的制度保障和完善的经济补偿机制。

对此，笔者曾提出，以大数据平台建设和问责定向区分，来平衡危化品物流安全体系中监管的利/责协调，以标准化、规模化推进专业化，来提升危化品物流安全体系中的风险控制能力。

目前，危化品物流的标准体系整体科学性还不足，且未在标准制定中考虑企业收益，这在一定程度上损害了作为责任主体的企业遵守标准的主动性。

事实上，只要各个环节严格地按照现有标准执行，其出现安全生产事故的风险极小，概率也低。

以往的危化品物流安全监管体系不可谓不全，事故问责制不可谓不严，但安全生产事故率依旧居高不下。在创新大幅降低安全生产事故理论中，清华刘大成提出了“降低外部不确定性”的说法，也就是锐减危化品公路运输比例。

影响危化品运输安全的四大要素是人、运载工具、管理和运输环境，其中可控要素是人、运载工具和管理体制，而不可控要素就是运输环境。

按主要运输方式比较，管道运输的外部不确定性最低，铁路运输次之，海运和空运居后，公路运输和内河运输的外部不确定性最高，但目前承担危化品运输的主体却是外部不确定性最大的公路运输。

公路随时存在各种不确定因素，如道路破损、会车碰撞、非指定停车点环境安全等，风险点多且面大。同时，公路运输的单车规模较小，难以保证安全防护的专业化程度。此外，在与海运的联运程中，

由于集货周期长，也会影响到危化品仓储的安全性。天津港“8.12”特大火灾爆炸事故就缘于集货周期过长，导致仓储量超标和安全防护专业化程度不足。

铁路运输的环境不可控要素就远小于公路运输，这是因为运输全程都在独立的路网轨道中行驶，并受到严格的调度及监控；加上铁路在大规模运输中更具优势，与海运联运后可以直接降低集货时间，减少仓储周转周期，从而降低安全风险。

铁路运输极大地提高了危化品运输的系统安全性，特别是降低了运输途径地的运输及仓储安全风险，因此，对全社会安全生产提升具有特别大的作用。

但危化品铁路运输的比例却在逐年下降，这是源于越来越严苛的安全生产事故问责制度。公路运输单车事故源点仅有几十吨危化品货物，但铁路运输事故源点的危化品货物可能高达数千吨，一旦有安全生产事故特别是巨大的次数灾害发生，会直接影响到站段、路局乃至铁路总公司的声誉。

因此，尽管危化品运输的利润高达 35%至 55%，但承担的巨大责任风险使得各级国企管理者唯恐避之不及，而民企则因为高利润趋之若鹜，这就造成危化品运输和仓储的规模越来越小，越加不利于全社会的运行安全。

铁总目前的收支两条线与绩效考核体制，也让危化品运输的高利润并未真正分享到承担任务的站段和生产车间，这也导致各站段主观上并不愿意担当危化品运输任务。

这就需要从国家层面系统推进铁路各级部门乐于承接危化品运输任务：一方面要体现责权利统一的市场运行机制，将担当车间、站段和路局的收益与危化品收入溢价直接挂钩；另一方面则需要从事故问责制角度考量，给予路局、站段和车间等各级单位适度的事故免责权限，并设置专职岗位，从而调动铁路参与危化品运输的主动性和积极性。

（作者为中国交通运输协会危险品专委会常务副会长、清华大学工业工程系博导）

中哈亚欧跨境运输对接助推“一带一路”起飞*

2017年06月13日 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,606,329）



在阿斯塔纳专项世博会的开幕式上，哈萨克斯坦总统纳扎尔巴耶夫来到中国国家馆的高铁体验仓，亲身体验了一次“从西安到阿斯塔纳世博园”的驾驶感觉。看来，中国高铁在哈萨克斯坦的落地已在时间表上。

随后，从中哈（连云港）物流合作基地到中哈边境“霍尔果斯-东门”经济特区无水港的多式联运集装箱国际班列也正式开行，标志着以这两个港口及无水港为重要枢纽节点的中哈亚欧跨境运输开始启动。

之前，中远海运和连云港港口控股集团联合收购了哈萨克斯坦铁路公司持有的东门无水港49%股权，并实现了海铁联运一票制，使得集装箱换装时间从11天缩短到5天。自此，中哈物流合作从陆桥跨境运输向国际陆海联运和全球物流供应链方向发展，而“港口+铁路+无水港”构成的运输无缝连接，也成为“一带一路”最重要的润滑剂。

在深化全面战略伙伴关系基础上，中哈双方重点布置了四个方面对接：一是新亚欧大陆桥经济走廊建设同哈方“打造国际物流大通道战略”对接；二是国际产能合作同哈方的“加快工业化进程”对接；三是陆海联运同哈方的东向海运需求对接；四是推进“数字丝绸之路”倡议同哈方的“数字哈萨克斯坦”战略对接。

哈萨克斯坦是“一带一路”倡议最坚定的合作伙伴和支持者，这一方面源于其地缘政治的需要，另一方面是因为“一带一路”会为哈萨克斯坦带来经济诸要素，与其国家发展战略高度契合。“一带一

路”将哈萨克斯坦的区位优势演变成可变现的国际运输交通枢纽。

哈萨克斯坦是世界上最大的内陆国家，国土面积全球排名第九，产业以石油、天然气、采矿、煤炭和农牧业为主，而加工工业和轻工业相对落后，与中国沿海地区的产业结构天然互补。

在今天的国情咨文中，纳扎尔巴耶夫将2020年的过境货运量设定为80万集装箱，而哈萨克斯坦正是中欧班列过境运输的境外首个国家，这为哈萨克斯坦带来了丰厚的税收及产品出口。

中国在“一带一路”创新合作模式中提出了“五通”原则，即政策沟通、道路联通、贸易畅通、货币流通和民心相通，而中哈亚欧跨境运输的无缝连接恰恰将“五通”融为一体，并对海铁联运以及港口群的成链发展提出了更高要求。

集装箱多式联运虽然高效，但在中国，海铁联运的比例极其低下。如今，国内集装箱海铁联运的数量不足港口吞吐量的1.5%，远低于欧美国家水平。这其中，既存在海运集装箱箱内配重不均难以在铁路网上线的问题，也有海运自备箱与铁路运输管理存在利益冲突以及铁路货运本身集装箱比例过低的问题。当然，海运和公路运输没有主动实现集装箱多式联运的意愿也是一大原因。目前，只有铁路有意愿也有能力提高集装箱比例，并推动集装箱的海铁联运和公铁联运，从而支撑“一带一路”国际物流大通道的运行。

从希腊比雷埃夫斯港被规划为欧洲最大的集装箱港口之一和地中海地区的物流分拨中心，到巴基斯坦瓜德尔港连通中巴经济走廊，再到马来西亚

皇京港将建成马六甲海峡最大的港口……在“一带一路”港口群布局中，中国已通过资本输出和产业输出，初步取得了战略先手。如果辅以清华大学博士生导师刘大成提出的“扎鲁比诺港+北极黄金海道”的“借港出海”战略，加上中国原本庞大且排名位居世界前列的港口群链，中国可以在短期内形成极强的商业海权通道，助力海上丝绸之路建设。

在漫长的全球发展史中，得海权者得天下。然而，海上运输的匀质性虽强，但其运输效率近年来却有所削弱。特别是随着铁路网络的密集化，铁路运输的高速度和重载能力已经在部分程度上替代了

海上运输的匀质性优势，运输效率也逐步追上了海洋运输。因此“海铁联运+公铁联运”是中国复兴崛起的关键要素，更是“一带一路”能够成功的重要保障。

哈萨克斯坦需要中国的海运通道，而中国也需要以哈萨克斯坦作为“一带一路”倡议的切入点和国际物流通道的支撑。中哈亚欧跨境运输必然成为助推“一带一路”腾飞的发动机。

（作者为中交协危险品专委会常务副会长，清华大学工业工程系博导）

线上电商并购新模式将颠覆实体零售连锁

2017 年 06 月 20 日 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：766,093）



上周五，亚马逊（Amazon）宣布以 137 亿美元全现金形式收购美国第五大食品零售商——全食超市（WholeFoods Market），成为亚马逊史上数额最大的收购案。

消息传出后，标普 500 必需消费类股的总市值损失 390 亿美元，同行业股价损失达 320 亿美元，所有竞争对手均陷入股价暴跌状态。

其中，美国沃尔玛（Walmart）股价下跌约 7%，克罗格（Kroger）下跌 16%，塔吉特（Target）下跌 12%。荷兰连锁超市 Ahold Delhaize 下跌 7.5%，法国的家乐福（Carrefour）和 Casino 以及英国的乐购（Tesco）、森宝利（J. SAINSBURY）和 Ocado 也大幅走低。

与此同时，全食超市的股价则飙升 27%，亚马逊股价上涨了 3.3%。此前，全食超市已连续 7 个季度销量下跌。

此次并购给全球资本市场带来超级震撼，但在中国，有一些人认为，亚马逊此举不过是阿里并购联华超市及京东与沃尔玛战略联盟的翻版。甚至有人说，亚马逊总裁贝佐斯成了马云和刘强东的学生。但在笔者看来，这些说法实在有失偏颇。

的确，阿里巴巴最近频频投资，银泰百货、苏宁云商、三江购物和华联超市无不是其线下布局的棋眼。阿里期望通过线上线下贯通的营销、通路、供应链和商业业态重构，打造“新零售”模式。京东则通过并购 1 号店、投资永辉超市，以及与沃尔玛结盟来实现线上线下的相融共生，并在线下布局了 19 座“理想生活品牌体验店”。

中国已成为全球最大的网络零售市场，也即将成为全球最大的零售市场。数据显示，京东今年“6.18”的单日订单额达到了 1199 亿元，阿里巴巴去年“双 11”的单日交易额也达到了 1207 亿元，而美国 2016 年“黑色星期五”的单日网购交易额为 33.4 亿美元。这一数据对比，不仅让我们领略到了中国在全球网络零售业的影响力，同时也容易给业界带来中国电商已引领全球零售业发展的错觉。

事实上，与国际零售巨头相比，在认识消费市场、把握消费心理、引导消费需求和细分罅隙市场的能力上，中国企业还难以企及，仍然要先当好“学生”，伺机超越，再做“先生”。

人满为患的城市综合体购物中心基本上引自发达国家的 MALL 模式，走红的《中国好声音》等真人秀节目的版权也大都购自海外。正是海外营销模式与中国庞大的消费购买力的完美结合，才导致了城市综合体购物中心的兴旺和真人秀节目的火爆，电商的情况同样如此。

2001 年，亚马逊成为全球最大的综合网络零售商，并将自己定位为“以客户为中心的企业”。目前，亚马逊市值为 4693.27 亿美元，位居全球企业市值 100 强第四，超过阿里巴巴（3365.68 亿美元）与京东（541.33 亿美元）的市值总和。

尽管亚马逊曾连续 21 年没有盈利，但市值却一直节节攀升。而当 2015 年第三季度财报显示亚马逊开始盈利时，其股价数小时内推升了 11%。在这之前的 2015 年第二季度，亚马逊的营业额还只有沃尔玛的 1/5，但其市值却已超过了沃尔玛，而今更是沃尔玛市值（2312.27 亿美元）的二倍。

亚马逊的成功不仅仅来源于电商平台，更来源于“以客户为中心”的理念。

亚马逊 2004 年推出了金牌服务项目 Prime——支付 79 美元年费的客户，可以在全美范围内免费获得不限次数的两天送达服务，这不仅吸引和固化了近亿名消费者，还引领了快递服务的变革。之后，Prime 项目还增加了年费 99 美元的当日达、次日达以及面向重点地区的“一小时送达”服务，形成了亚马逊在零售和快递领域的核心优势。而亚马逊能实现快速送达的技术支撑，就是隐身其后的云计算系统（AWS）。通过精准预测，亚马逊实现了配送的快速响应和对仓储库存成本的控制。

亚马逊此次并购全食超市，在笔者看来，不能简单地将其理解为，这是亚马逊在走马云所倡导的，线上布局线下并用线下实体门店吸引消费者的新零售商业模式。同时，也不能完全将这一行为看作是亚马逊在建立如刘强东所说的以“用户体验+线上支付”为特征的所谓“智慧零售商业”模式。亚马逊的根本目的，是要以其最引以为豪的 AWS 系统和金牌会员体系为重点，重新颠覆整个实体连锁销售模式。

实体门店的最大优势就是通过设施规划、货架布局和即时促销等手段，将客户的消费行为扩大，但连锁门店只能以多数门店的统计数据作为参考，统一进货，统一销售，除了地域和季节差别，连锁门店通常以标准化取胜。

但在线上零售中，每个客户的关注内容、购物车里的货物和实际购买的货物、消费偏好以及客户信息都会成为亚马逊 AWS 系统的大数据来源，并根据这些信息适时推荐相关商品。由于可以精准预知客户的实际需求和潜在需求，在实体连锁门店进行按客户需求细分的定制化操作，不仅降低了连锁门店运营成本、缩小了运营空间，更加大了罅隙市场客户的聚集度，从而形成实体社区，将商业与社会有机地融合在一起。

能够客户化定制的实体连锁门店将从根本上颠覆现行的商业零售业态。

（作者刘大成，为清华大学互联网产业研究院互联网物流中心主任，工业工程系博士生导师）

集装箱共享才能真正实现多式联运*

2017 年 06 月 27 日 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,285,940）



目前，国家已将多式联运列为中国物流业降本增效的重中之重和物流中长期发展规划中的第一个重点工程。在 2015 年全国首次开展多式联运示范工程的基础上，2017 年又开始了第二次多式联运示范工程的申报和评选，被选中的示范企业可以获得 6000 万元左右的政府补贴。

政策激励的力度不可谓不大，申报企业也开始跃跃欲试，希望能在多式联运示范工程中走出创新之路。在国家发改委、交通运输部和铁路总公司联合印发的《“十三五”铁路集装箱多式联运发展规划》中，更是将海铁和公铁集装箱多式联运作为多式联运的重点。

但是，在欧美通用且高效的多式联运模式到了中国却出现了“橘越淮而枳”的现象。无论是铁路、公路、水路和民航部门还是船公司与货代企业都发现，多式联运在设备装置、信息交流、组织架构和管理模式等多方面存在难以协调的冲突和难以逾越的制约。在欧美国家，多式联运的规模一般占货运总量的 40%，而中国仅为 2.9%。

多式联运追求的是不同运输方式间的无缝连接。究其根本，就是在衔接作业对应的运输/仓储 SKU 装载工具、装卸作业工具、信息共享平台与共享机制、合作或联盟组织运营、相关环节及装备的标准化以及“一关两检”覆盖的外部体系环境等方面进行有效对接。然而，作为不同运输方式间无缝连接的核心，集装箱、托盘等 SKU 装载工具却成为

多式联运中发生各种矛盾和冲突的爆发点和主要载体。

尽管集装箱与托盘涉及的国际和国内标准繁多，但作为物流特别是运输中最基础的装载单元，在政府的推动下，各方都在尽力推动其标准的统一。然而，仅靠政府的政策之手还难以包打天下，即便是装载工具标准完全统一了，集装箱和托盘依旧难以循环共用，其主要原因在于，行业间、企业间存在利益冲突且装载工具的所有权与使用权过度重合。

这个时候，无形的市场之手就凸显出了力量。

托盘标准化及循环共用已经试点推广了三年，并在 2016 年获得了巨大进展，其中标准托盘市场占比增加了 1.8%，标准托盘的租赁量也增加了 30%。显然，标准托盘的循环共用取得了较大成果。

但集装箱的循环共用却相对滞后。与托盘相比，集装箱价格要贵得多，牵扯到各方的运行成本及局部利益也更大，博弈之下，循环共享的阻力也就大了很多，必须要将政策之手与市场之手紧握起来。

集装箱的跨行业通用及可循环使用已成为多式联运的当务之急。

众所周知，国内公路运输的集装箱化需求并不大，主要是因为受集装箱的尺寸约束，货车难以超载，而这正是目前公路运输最大的竞争法宝；港口企业出于航线及船期问题考虑，更乐于在集装箱联运中对接公路运输特别是疏港公路运输；铁路运输则因为与海运及水运在集装箱运输的设施设备标准、适运标准（包括计费标准）等方面存在差异性，导致船公司及货代企业通用的自备箱（SOC）、船东箱（COC）、单程箱（OWC）等集装箱，无法在铁路

运输上循环共享，只能被迫在衔接点拆箱或者重新配重。此外，联运过程中还夹杂异地还箱、空箱集配、逾期费用等具体操作问题。

物流业的优化途径就是网络化经营、一体化运作，通过物流各环节高效衔接来减少各环节的无效作业，其中集装箱的高效共享与循环使用是成功运行多式联运最为核心的商业技巧和技术关键。清华大学学者刘大成提出，可以基于 NB-IoT 技术，用“新集装箱+封闭式可组合分箱”的方式构建“门对门”的第二代多式联运体系。但这一方案需要庞大的资金支持且构建周期较长。目前，可以先从集装箱循环共享的创新入手，快速提升多式联运在全社会货运中的占比，而如何打造一个第三方运营的低成本、高效率、可追踪的共享集装箱平台成为关键。

近几年，市场之手推动行业创新发展最突出的成果就是以互联网及物联网为支撑的“共享经济”。美国优步公司用“互联网+交通”，将闲置车辆资源与无车用户的需求进行对接；而火遍中国的“物联网+无桩共享单车”，则将 NB-IoT 技术应用于分时共享。

集装箱也同样存在类似的需求市场和供给环境。因此，可以鼓励第三方企业通过设立标准化的通用集装箱平台汇集资本，以低价甚至免费的形式吸引铁路总公司、船公司、货代及公路货运企业使用或租赁集装箱。同时，还可以通过 NB-IoT 技术，实现还箱点的科学布局和空箱集配。这样一来，不仅降低了集装箱集结点的建设维护成本，以及各行业适箱类货品及配置平衡等技术标准的冲突，还根除了逾期费用及周转性不强等传统方法难以克服的弱点。

不仅如此，基于“共享经济”思维模式的第三方集装箱平台，更容易实现基于“双盲”物流的信息开放共享，既可以对集装箱、运输工具、操作人员作业等进行追踪，也可以实时连通基于集装箱及货品的客户和服务商，构筑客户大数据，从而有效完成物流及供应链生态的全系统优化。

推而广之，对于充电慢且续航里程短的新能源汽车来说，一旦采用第三方换电模式，也将极大地推进新能源汽车的市场普及。

（作者为清华大学互联网产业研究院副院长，工业工程系博士生导师）

企业“互怼”背后 是云计算平台的竞争*

2017 年 07 月 04 日 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,417,478）



六月精阳，人们的火气难免旺了些，连全球知名品牌也失去了风度，不再“温良恭俭让”，把过去私下里的暗战摆在台面上“互怼”。

6 月 23 日，全球零售霸主美国沃尔玛私下要求合作厂商，包括技术供应商、电商和批发商，停止使用亚马逊云计算服务（Amazon Web System, AWS）；而亚马逊发言人则在 6 月 27 日公开谴责称，沃尔玛是在用自己采购的权限控制供应商，这完全是“霸凌”（Bully）行为。

无独有偶，上月初，中国也有两家企业发生了类似的激烈冲突。

6 月 1 日，中国最大的快递企业顺丰宣布，关闭与阿里巴巴旗下菜鸟网络对接的数据接口，并停止给所有淘宝平台上的包裹回传物流信息；菜鸟网络则建议淘宝商家改用其他快递公司发货。

顺丰官方微博称，基于自身商业利益出发，菜鸟网络 5 月份曾要求顺丰旗下的丰巢科技提供与其无关的客户隐私数据，丰巢科技拒绝了这一要求后，菜鸟网络随后单方面于 6 月 1 日切断了丰巢科技的信息接口。

在顺丰方面看来，丰巢科技遭菜鸟网络封杀的主因就是，阿里巴巴希望顺丰能够把数据从“腾讯云”转到“阿里云”上。

这两对在全球都有知名度的企业之所以不再顾及颜面，甚至违背市场规则搏杀对手，都是因为对方动了自己赖以生存的“奶酪”——云计算平台上的数据。

抛开国别，两对企业厮杀的范式几乎同出一辙，连旁边站脚助威、摇旗呐喊的帮手也都是相似的利益相关者。如，沃尔玛背后的帮手是亚马逊 AWS 的竞争对手——微软 Azure，而为顺丰站台的腾讯云则是阿里云的竞争对手。

这是因为，在互联网经济时代，数据已经成为新的生产要素，它不仅是基础性资源和战略性资源，更是重要的生产力。

首先，通过数据，可以挖掘出精准的商业价值、管理价值和社会价值，提高企业、社会和国家的生产率和可持续竞争力，并创造消费者经济剩余；其次，通过数据，可以将传统产业与互联网、移动互联网、物联网和云计算技术深度融合，优化重组各行业乃至跨行业产品（服务）的开发、设计、生产、流通、消费、废弃物回收的全过程，获取竞争优势；第三，通过数据，可以将人、设备、任务、产品、服务、场景和平台进行无缝连接，形成先进生产力。

因此，云计算平台成为企业争夺的焦点，而数据存储在哪儿，被谁使用，受谁的控制和制约是未来竞争的最核心要素。

其实，全球云计算市场的竞争极其激烈。目前，云计算市场主要分为 IaaS（基础设施即服务）、PaaS（平台即服务）和 SaaS（软件即服务）三大部分。

综合来看，亚马逊 AWS 以 44% 的市场占有率雄踞榜首，是随后 4 家企业市场占有率的总和。亚马逊 AWS 主要提供 IaaS 和 PaaS 服务，特别在 IaaS 领域具有压倒性优势。

市场占有率排在第二位的微软 Azure 则在 IaaS 和 PaaS 服务之外，重点开发了 office365、在线

Dynamics 等 SaaS 产品。目前，SaaS 已成为微软的重头戏，不过 SaaS 领域最强的还是综合排名第 5 的 Salesforce

而在国内，云计算企业还处于跟随状态，在国际市场上属于第二梯队，但位居国内前三的阿里云、腾讯云和百度云对国内客户需求的理解，是海外巨头们不能企及的。

最近，在新零售市场节节败退的沃尔玛，将其庞大的营业额作为砝码，强制要求合作企业不能在亚马逊的云平台 AWS 上运行其业务（沃尔玛的营业额约是亚马逊的 5 倍）。

对此，沃尔玛的说法是，担心其业务数据被竞争对手亚马逊利用，特别是旗下的电商被 AWS 所控制。在笔者看来，沃尔玛的实际想法是，一方面担心数据（特别是客户及供应链的信息数据）被亚马逊掌握和利用，另一方面则担忧 AWS 会凝聚更多的客户，甚至将旗下企业虹吸到 AWS 平台上。众所周知，规模达到一定程度的企业，天然会产生金融属性，而亚马逊可以从 AWS 的盈利中补贴零售业务，从而加强对沃尔玛的遏制。

所以，沃尔玛只能把亚马逊 AWS 的竞争对手——微软 Azure 作为替代品。当然，微软也乐见这种“根植于恐惧”的天然联盟。亚马逊的市值已经远超沃尔玛，其市场占比也在持续攀升中，这让沃尔玛疲于应对。加上亚马逊前不久以 137 亿美元收购了全食超市，沃尔玛只能破釜沉舟予以反击，不得不将营业额作为砝码，捆绑合作厂商一起遏制咄咄逼人的亚马逊。

而阿里巴巴及其旗下的菜鸟网络也希望通过淘宝、天猫及苏宁等电商要挟顺丰就范。不过，由于之前阿里巴巴掌门人马云对物流业特别是快递业市场的觊觎“肆无忌惮”，同时菜鸟网络也完成了“天一地一人”的全面布局。在阿里巴巴的竞争压力下，顺丰董事长王卫“奋起反抗”，并与腾讯、京东结盟。

目前，在国家邮政局的行政调解下，双方虽然达成了和解，但在数据和云平台控制权上，未来依然存在着不可调和的矛盾。

这种冲突在没有进入“互联网+”时代前就已存在。当初“海尔物流”就遭到了几乎所有电器制造商的联合抵制，因为运行在物流上的数据和信息可能让竞争对手很容易找到一击致命的“七寸”。而今，“互联网+”只是把这种冲突从实体平台更换到了虚拟平台，而数据的汇集速度也更加迅捷，云计算平台之争或将成为企业间决胜的法宝。

要想破解类似的云计算平台之争，可以效仿医药冷链那样采用“双盲”物流技术，即多数物流信息对承运人是全透明的，承运人只能观测和使用与其运输、仓配相关的信息数据。目前最值得推广的技术就是叠加在云计算平台上的区块链技术，它既能保证数据的安全性和防伪性，又可以实现数据的保密性和透明性。当然，一旦技术难以破解矛盾，与竞争对手的敌人联盟也是一个可取的办法。

（作者为清华大学互联网产业研究院副院长，工业工程系博士生导师）

规范共享单车平台 要有市场容忍*

2017 年 07 月 04 日 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,345,245）



“我们不再担心出门找不到共享单车，但我们可能会担心找不到路”。共享单车的野蛮生长已开始与市政管理产生冲突——随着共享单车投放数量的增加，部分地区出现了明显的潮汐现象，大量共享单车在个别地点堆积，一些共享单车甚至直接“霸占”了人行道、公交站和商城入口。

由于共享单车的维修和运营成本比重新投放新车还要高，加上回收价格过低，导致破损车辆难以循环使用。据预测，2017 年共享单车的投放总量达到了 2000 万辆，而相应的报废车辆将产生 30 万吨废金属，相当于 5 艘航空母舰结构钢的重量。

为此，业界开始呼吁政府出台相关停车规范，加强实名制管理，以限制共享单车的整体规模和投放数量。今年 3 月，上海市政府出台了《共享自行车服务规范》征求意见稿，提出了七条严格规定；北京市交通委也在年初提出，将研究出台共享单车停车规范，规范租赁自行车停车秩序试点区域及措施办法。

然而笔者认为，当市场存在极强需求的时候，用市场这只无形的手来调控可能比政策这支有形的手更加有效，也更具张力。因此，对共享单车这种爆发性增长的新兴市场，管理的办法应该是“疏而不堵”。

一个突出的例子就是微信。“如果仍沿用老的管理办法，就可能没有今天的微信了！”而微信今天的成功，就在于政府先“看一看”后再规范。

事实上，共享单车就是政府在 2007 年主导引入的，不过那时是“有桩”共享的，这种公共单车既有序又美观，完全符合城市管理的理想目标；到了 2010 年，也有企业在政府指导下进入公共单车市场，不过市场反应冷淡，取车、还车都不太方便，只能服务少数的外地游客。

虽然政府进行了严打，但火车站口、地铁站口和商城门口依旧是黑摩的和黑出租车的天下，加上用滴滴等打车软件打车时需要加价且等待时间较长，大城市公共交通的最后一公里问题依旧难破解。

即便是由政府主导推出无桩共享单车，估计也难以达到今天共享单车的普及程度。在城市的智慧度还远远不能满足方方面面的需求时，客户、单车、道路、停车场的完美匹配是不可能实现的，市政管理者没有能力或者意愿，独立推进后续的技术进步和服务改善。

有人说，共享单车的最大优势就是不限停放位置，这并不全对。应该说，共享单车的最大优势是由其规模优势和范围优势所带来的无限想象的市场空间。庞大的市场自然会吸引各路资本的进入，使得市场竞争越来越激烈，从而推动技术与服务不断进步和改善。

正是 ofo、摩拜单车等数十个共享单车平台，以前所未有的烧钱速度和疯狂致死的竞争精神，推动共享单车车体不断向轻量、安全、易用、防损、防偷和环保等方向创新，并使智能锁技术得到逐步完善。

此外，随着 NB-IoT 窄带物联网技术不断推陈出新，大数据俨然成为共享单车平台的竞争核心。

在大数据支持下，新车投放和运营单车的调运和再投放变得越来越智慧，使用者、单车、道路和停车场的匹配度越来越高，使用者越来越容易在合适的时间、合适的地点找到适合的单车，而且破损车辆的维修、再利用及报废处理也变得越来越科学。

在互联网思维推动下，共享单车的客户服务水平越来越高，用车费用却越来越低，甚至出现了负价格，而原先的押金也变得越来越少乃至没有。显然，共享单车已形成完整的产业链生态。

如此多的资本、共享单车平台和共享单车是否造成了社会资源的浪费呢？短期看，这种浪费可能存在，但这种浪费既是短期的，也是可以替代其他社会浪费的；而从长期来看，则是利大于弊，且市场这只无形之手已在积极主动地发挥作用。

首先，市场盛行且持续往复的“末位淘汰”制已开始发挥作用。还不到一个月，已经有悟空单车、3Vbike 两家共享单车平台倒闭，原因是在供应链整合、制造成本与质量控制、物联网技术以及客户服务能力等方面缺乏竞争力。在如此高的竞争压力下，

悟空单车和 3Vbike 不仅缺乏资本的支撑，更缺乏实现产业链生态布局的能力。

其次，纯粹竞争的新兴市场一定会逐步走向寡头市场，排在前面的企业对后来企业兼并的概率加大。但后来者并非没有后来居上的机会，因为共享单车的技术路径和经营路径尚未固化，特别是这一轮共享单车的盛筵将会逐步调整城市原有的公共交通体系与新共享单车的“产业生态”，而不断演化的新公共交通生态则可能对共享单车平台提出新的技术、运营和管理需求。这正是市场竞争虽日趋激烈但众多资本依旧不断试水共享单车的原因。

其实，在中国，共享单车已将共享经济推向了新的高度，共享充电宝、共享雨伞、共享电动车、共享篮球等共享经济模式纷至沓来，他们同样需要观测和借鉴共享单车产业生态的全生命周期演变和发展。此时，在无法准确判断政策的利弊之时，政府不妨静观其变，让子弹再飞一会儿。

（作者刘大成为清华大学互联网产业研究院副院长，工业工程系博士生导师）

高铁网上订餐，铁路“互联网+”还有哪些想象空间

2017年07月15日 作者 刘大成 来源：澎湃新闻：深观察

从7月17日开始，铁路将在各省会城市及计划单列市的27个主要高铁客运站，推出动车组列车互联网订餐服务，旅客除了可以预定铁路盒饭，还可以订购沿途供餐站提供的社会品牌餐食。

此次新闻传来，引起公众一片赞扬之声，这也许是继高铁建成之后，铁路人听到的最为广泛且高度一致的喝彩声，因为这与每个出行人的关联度太高了，高铁成就了人们出行的效率，而“互联网+铁路外卖”或将成全人们的个性化体验。

犹记得在那个物质极不丰富、供不应求的时代，民航航班上的糖果和盒饭简直是一起飞到天上的美味佳肴，动车组刚刚上线时赠予的小食品也有点儿久违的感动。然而，当这个酒楼、餐厅充斥每个大街小巷且以花样翻新的招式揽客的时代，拘于同一口味且一直价格高企的铁路乃至民航盒饭，就成为旅客将就、对付甚至用方便面、面包香肠替代的鸡肋食品。

其实对于运营商铁总及其盒饭供应商也是有苦难言。因为如此大面积且移动距离超长的餐饮需求，既要保证几乎绝对的食品卫生安全，还要保障食品的供给效率和保质期，必须建立庞大的餐饮生产基地和高效的车上配餐及售卖体系。企业必须同时保证供应的质量和时效，但其规模优势也带来与之相配套的规模运营成本。

另外，铁路盒饭还受限于车厢内越来越逼仄的狭小操作空间，特别是高铁开行之后，运行不同区间可能属于不同的乘务组，所以高铁终到站之后，所有剩余的餐饮、食品 and 商品都需在车厢清空并移至车站外冷库进行仓储，其需求不确定性带来的安

全库存及其配送/移库所耗用的成本要远高于产品本身，这也是为什么旅客总是感觉到为什么高铁盒饭价格那么高了。

铁路上传统的盒饭运营模式，一方面让旅客感到物非所值，另一方面又让铁路运营者和餐饮供应商感到吃力不讨好。有许多人把此简单归结为铁路的垄断意识太强，这种想法应该是以偏概全了，其实应该是源于市场意识不足导致的商业渠道顶层设计不合理。

君不见日本新干线上的火车便当，约有4500种可供选择，其精美和新鲜程度以及低廉价格甚至要超过城市内一般的餐饮街的市场竞争力。但是又绝对不能以此简单地对比中日铁路车上盒饭/便当服务的好坏或者餐饮供应商的服务能力，因为要把一个局部的场景放到其依赖的大环境系统中，也就是笔者常常提及的产业链生态。

日本新干线主要车站甚至大城市部分中心地铁站都是绝对的城市中心和商业中心，类似于欧美国家城市中的MALL。据统计，欧美国家的MALL已经占领了50%以上的零售商业份额，成为一派繁盛场面。而中国近年来从MALL的概念中引入国内的城市广场，也成为线下零售商业的主流。特别是在涵盖国际顶级品牌、国内一线品牌的城市广场中，商业气氛爆棚的并不是位居其中的品牌门店，而是火爆炸天的附属餐馆、酒楼、影院和游戏场所，这也正是宜家中卖出最多的不是其设计巧妙的简易家具，而是精心摆在家具上的各种家居用品，甚至办公用品的原因。

日本新干线及其城市地铁是日本最繁忙且最现代的客运枢纽，更是最具商业化的“轨道+物业+商业”综合运营商。因为日本依靠轨道交通出行的人口数量全球第一，而最需要体验感的零售商业渠道也离轨道交通最近，轨道客运枢纽站就成为日本最有商业氛围的核心商业节点，而新干线就连接在各个核心商业节点上，这就是新干线铁路便当可以高效低价运营的外部环境。

近期深圳地铁入主万科，虽然其中万科管理层有许多违背委托-代理机制的逆市场行为，但深圳地铁如果能借鉴日本轨道经验，成功打造出适合中国的“轨道+物业+商业”新模式，一定会成为新的实体零售商业渠道的新亮点。

“互联网+”带来了新的商业机遇。5月份铁路总公司总经理陆东福与阿里巴巴董事局主席马云签订了“双网融合”战略协议，希望将高铁网与互联网有机地结合到一起；4月份太原铁路局又与百度云签订了智慧物流云平台。看起来铁路拥抱互联网只差腾讯和京东了。

事实上，铁路客票平台12306所凝结的客户大数据规模与质量应该远超过阿里巴巴的淘宝、天猫以及京东商城的客户数据，而产业规模和数据规模本身就具备金融属性。“互联网+铁路外卖”只是一个“互联网+”在铁路运行的开始，其对高铁车站“轨道+物业+商业”的创新改造才有更大的想象空间。

面对消费者，高铁可以是移动的商业新渠道；面对供应商，高铁也可以是移动的大数据。而这些乘坐在移动车厢的消费者却是静止的、时间闲置的，这却恰恰是体验式零售商业最渴望的。目前高铁车厢里售卖的还只是弱爆了的旅游小商品，但未来一定是通过大数据和云计算售卖消费者潜在需求的体验式商品，轨道上不仅有“舌尖上的中国”，更会有“梦想中的世界”。

（作者系清华大学互联网产业研究院副院长，工业工程系博导）

多式联运中驼背运输注定是个过渡试验品

2017-07-25 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：475,268）



日前，为进一步推进物流降本增效，促进实体经济健康发展，国家发展改革委会同有关部门研究起草了《关于进一步推进物流降本增效促进实体经济发展的意见》（以下简称《意见》），并向社会公开征求意见。

《意见》提出，要“推动多式联运、甩挂运输发展取得突破。做好第二批多式联运示范工作，大力推广集装箱多式联运，积极发展厢式半挂车多式联运，有序发展驮背运输，力争2017年年内开通驮背多式联运试验线路。”

不过笔者认为，在国家大力推进多式联运和甩挂运输模式中，驼背运输注定是一种过渡性产品，甚至只能是一种试验品。

最早的“驼背运输”来自于海河联运中的载驳运输（BargeCarrier），即由载驳母船及几十艘“子船”组成，子船被放在载驳母船上运输，以减少货物的中转、倒装，从而加快全流程的装卸速度。

1930年左右，受成本、市场及公路竞争压力，美国铁路开始引入载驳运输模式降本增效，即由牵引车（车头）将半挂车直接开上铁路平板车，停妥后再摘挂；到达目的地车站后由牵引车（车头）开上铁路平板车挂上半挂车箱直接驶往目的地。这种从海河联运拷贝来的驼背运输（Piggyback、TOFC）新模式，因节约了装卸或挂载的作业时间，提高了作业效率，成为当时较为适合市场的一种铁路和公路联合运输方式。

而在美国货车司机马尔科姆·麦克莱恩1946年发明了集装箱运输之后，铁路又开始尝试将公路货

车或半挂车转变为载有集装箱的底盘车作为驼背运输的主体方式。当然，这不过就是把公路干线运输的重载货车甩挂运输模式的中转场，改到了移动的铁路平板车上。由于驼背运输的相应基础设施及装载设备具有继承性，目前驼背运输依旧占据着美国公铁联运约20%的比例。

到了20世纪60年代，欧洲开始引进驼背运输方式，但基本上仅限于线路极短且对公路运输有严格约束的特殊线路上，如英吉利海峡隧道和阿尔卑斯山小轮车的驼背运输，都远未达到铁路运输成本核算的最佳距离——600公里以上，只能算是公路货运通过铁路进行中转接驳而已。即便是较有影响力的德国平移式驼背运输，也只是德国国铁旗下的斯汀内斯及辛克物流，针对会展物流中的部分特殊需求提出的运输方式。

对美国铁路而言，尽管驼背运输有一定的降本增效作用，但正是从1930年开始，美国铁路由盛转衰，铁路市场份额也从74%一路下滑至1970年的40%，铁路货运周转量的市场份额也下滑至35%，大批铁路公司宣布倒闭，破产线路总里程占当时美国铁路总里程的21%。而从投资方面来看，铁路行业的平均投资回报率也由1940年的4.1%下降到了1970年的2.0%。虽然这种颓势一方面来源于政府的强管制，但另一方面也说明驼背运输并未能将美国铁路从绝境中拯救出来。

1980年，美国政府通过了著名的《斯塔格斯法》铁路法案，取消了以前许多对铁路的管制措施，给予铁路公司更多的市场化权利。比如，采用市场定价法，允许铁路企业出售或废弃既有线路。自此，美

国铁路开始进入大并购时期，所谓的一级大型铁路公司由 40 家缩水为 7 家。

为提高行业生产率和生产安全性、提升市场份额和投资回报率、降低运价，20 世纪 80 年代中期，美国铁路开始采用双层集装箱进行运输，并明显提高了多式联运的效率和效益。2016 年，集装箱运输已经占美国铁路运输的 49.2%，而运价却是 1980 年运价的 45%。与公路 21 美分/吨英里的运价相比，铁路每吨英里运价仅有 4.46 美分。

在绝对竞争优势下，铁路主导的集装箱（特别是双层集装箱）海铁-公铁多式联运比例不断上涨。当时，集装箱（不包括驼背运输）运输在美国多式联运中的占比超过 79%，其中双层集装箱超过了 36%。

中国海铁联运及公铁联运是物流业降本增效的必由之路，而多式联运涉及的各种运输业态所要求的接口标准化也是一个必然的要求和发展趋势。能够被航运、水运、公路货运和铁路运输一同接受的标准化才是运营的根本。

需要指出的是，驼背运输所采用的载有集装箱的底盘车不太可能在海运及水运中使用，一来它占用了不必要的集装箱堆积空间，二来不适合海运中多层集装箱的堆积。此外，其效率及安全性也远远不能满足集装箱装卸的需求。

而在公铁多式联运中，也存在底盘车或挂车车体占用闲置空间，不能满足未来双层集装箱运营需求的问题。同时，在牵引车上下平板车的作业中，其

效率及安全性同样达不到目前自动化装卸门吊及叉车的水平。

有些人认为，驼背运输拥有“门到门”的优势，但这其实是一个伪命题。只有面对自有堆场或仓库的大客户时，大宗货物或者集装箱整箱货物的“门到门”才有可能实现，而国内集装箱适箱货品的市场需求，更多的是社区楼宇的“门到门”。这从快递业 75% 的运量来自电商就得到体现。

因此，未来铁路主导的“门到门”服务，应该更多采用 1200mm×1000mm×1200mm（或 1200mm×1000mm×1450mm）的封闭式可组合分箱，才能真正实现铁路多式联运的“门到门”全程服务。

驼背运输可以适用于公路货运为主体、铁路运输为辅助手段的多式联运，但在铁路平板车及相应站场、装卸工具和信息调度上，驼背运输的效率和安全性难有竞争性，同时却会导致成本高企。虽然驼背运输的模式与公路甩挂运输有部分相似，但其在与公铁联运的结合中，难以产生公路货运独立优化的效果。

未来多式联运的最佳解决方案，应首先推进共享集装箱的标准化，以保证各方的使用意愿和周转效率，再推进“第二代多式联运”模式，以实现直接面向终端客户的服务能力，最后完成面向需求整体优化的物流解决方案。

（作者刘大成，为清华大学互联网产业研究院副院长，工业工程系博士生导师）

共享集装箱将改变中国多式联运全球话语权*

2017-08-01 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,762,465）



共享单车已经改变了中国许多一线和二线城市公共交通的“最后一公里”，甚至改变了城市的管理业态。屡次打击却难杜绝的偷车行业瞬间无疾而终，屡禁不止的黑摩的、黑三轮和短途出租车私要高价等现象也几近消亡。

尽管共享单车绝大多数平台还处于烧钱状态，也引发了一些诸如“无序停放”及“报废车辆堆积如山”的负面评价，但终究瑕不掩瑜，大数据让共享单车与租车客户需求的时间、地点越来越匹配。共享单车最大限度地诠释了共享经济的边际成本优势，其普及程度及影响力远超过优步（Uber）的共享汽车，令发达国家羡慕不已。

共享单车的成功让更多的资本开始围绕各种行业推动共享经济，共享充电宝、共享雨伞、共享电动车、共享篮球、共享床铺等共享经济模式纷至沓来。

虽然共享床铺因安全问题被关停，但资本看中的是共享经济的趋零边际成本和接近免费的产品获取。实际上，共享经济既不可能真正实现零边际成本，也不可能真正实现产品的免费获取，但如果能控制在到达规模不经济之前的规模经济范围内，就足够让投资或投机资本疯狂。

但哪个产品能成为下一个共享单车呢？

笔者认为，共享集装箱或可成为下一个共享经济的成功应用。虽然共享单车属于B2C模式，而共享集装箱更多属于“B2B+B2C”模式（因为集装箱

的使用者往往具有规模性，不是以单个数量进行租用）。

多式联运是物流业降本增效的重中之重，但目前仅占货运总量的2.9%，而集装箱海铁联运占比更是仅有1.9%。这与2016年美国铁路集装箱海铁联运占比达到49.2%形成了鲜明对比。

抛开不同运输方式企业及“一关二检”之间的利益冲突及管理架构矛盾，多式联运最大的障碍应该是归属不同企业的集装箱特征导致难以在不同运输主体循环共享。自备箱（SOC）、船东箱（COC）和单程箱（OWC）等不同主体归属的集装箱既阻碍了集装箱的循环共享，也极大地增加了不同主体异地还箱、空箱集配、集结点建设维护以及逾期费用等成本。而共享集装箱恰恰从技术上解决了上述问题。

2016年8月，中国铁路集装箱保有量共计32万只，日均装车量10905只；而2016年底全球集装箱船队运力则为2107万TEU（20英尺集装箱），全球前30名港口的日均吞吐量为102万TEU。尽管目前全球集装箱保有量难以准确统计，但初步估算，2500万只至3000万只共享TEU就可以满足全球集装箱货运的需要，而启动这个共享产品仅需要100万只TEU即可。

以当前普通TEU 1.2万元至1.8万元的售价计算，加上共享功能化模块的成本，规模化制造TEU的售价可以控制在2万元以内，那么前期投资估算只需200亿元就可以完全覆盖目前国内的铁海联运及公铁联运需求。

共享单车目前的资本投入已经超过 110 亿元，但只是解决和满足了部分城市的一小部分市场需求。而共享集装箱则仅需 200 亿元资本，就可以撬动目前业界最为关注的多式联运提升问题，并可以通过股权投资和债权投资等金融杠杆的综合利用逐步滚动，直至用 2500 万只至 3000 万只共享集装箱覆盖全球市场。

共享集装箱发展后将剑指集装箱租箱公司。据统计，全球保有的集装箱 40% 属于各类租箱公司。目前，全球十大租箱公司均在海外发达国家，租赁费用一方面可折价成运费折扣，另一方面可直接收取租赁费用。而共享集装箱则可以以极低的价格甚至免费租赁给用户，快速接管传统租箱市场。

对于小用户甚至单箱租赁企业来说，可以直接收取集装箱价值的 150% 作为租赁抵押金，而对于大型客户则采取租赁抵押金再贷款方式进行金融配置。这样一来，100 万只共享集装箱就可以回收 300 亿元租赁抵押金。同时，租赁抵押金再贷款还能有更高的收益。

当共享集装箱形成规模之后，其规模化空箱集结点建设与运营、还箱点的智慧布局、空箱智慧调配、集装箱维修保养、逾期费用结算等运行成本将呈现 30% 至 50% 的递减，特别是大数据及物联网技术的引入，将极大地降低运营成本提高利润，并增大运营壁垒。此外，加大集装箱的交易应用频次，也会进一步实现租赁收益的提升。

在逐步完善共享集装箱运营模式后，以半年为一个周期，进一步引入债权杠杆，将有效实现 5 倍

至 20 倍规模递增。在既能防范金融风险，又能充分发挥金融杠杆作用下，可以通过 3 轮至 4 轮的倍增，形成 6000 亿元至 8000 亿元的资金规模，从而完全满足对全球集装箱的共享化替代。

共享集装箱将从根本上提高中国集装箱多式联运的跨越式发展，并进而实现集装箱多式联运的全球话语权。

因此，笔者建议，中国铁路总公司下属的经营公司、港口、地方城投及船东、集装箱制造商等，可以以股权投资加债权投资的形式，成立初期规模为 200 亿元的资产公司，而萌芽投资仅 5 亿元至 10 亿元即可，用来逐步购买装有 NB-IoT 窄带物联网、远程安全防护等共享技术条件的新型集装箱，或对符合标准的传统集装箱进行功能化改装升级。另外，成立混合所有制或民营公司，负责共享集装箱的共享平台建设、空箱集结、维护保养、租赁收费、融资操作等。

当然，共享集装箱也存在着运营风险。第一类风险来自于共享业务的吸引力，毕竟资本的吸引力来自于业务的吸引力；第二类风险在于使用频次，这也是共享经济成功的关键要素，甚至能影响到支付征信的场景；第三类风险是利润可持续增长的能力，它将极大地影响资本的进入速度，从而决定规模化倍增的速度。

（作者为清华大学互联网产业研究院副院长，工业工程系博士生导师）

物流地产投资是资本盛宴还是昙花一现*

2017-08-08 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,396,765）



今年7月，由万科、厚朴投资、高瓴资本、中银投联合组成的中国财团与普洛斯发布公告称，该财团与普洛斯董事会已就全面私有化新加坡上市公司普洛斯达成一致，交易收购单价为每股3.38新加坡元。如本次私有化能够完成，交易总价将达到116亿美元（约790亿元人民币），有望成为亚洲历史上最大的私募股权并购。

在此次并购中，黑石集团（Blackstone Group）、KKR、RRJ、TPG等国际财团主动退出；而阿里巴巴、京东和苏宁等电商集团所代表的基金或财团因与普洛斯存在市场竞争，遭到普洛斯管理层的抵制，铩羽而归。

普洛斯本次私有化的价格不仅高于其上市以来的最高收盘价，也比过去12个月的成交量加权平均股价高出81%，但依然低于预期的140亿美元至182亿美元估价，甚至比普洛斯旗下的物业资产价值（147亿美元）还低。

业界分析认为，普洛斯收购案是一场“内部人的收购游戏”，即这是一场由梅志明领衔的普洛斯管理层进行的管理层收购（MBO）。

而以狙击MBO狼烈著称的KKR，此次也并未像过去杠杆并购RJR那样，对普洛斯管理层发起狙击，也是因为梅志明在厚朴投资、高瓴资本等资本支持下预设了金降落伞、驱鲨剂甚至毒丸计划，并定向邀请了万科和中银财团加入。当然，正是有了

中国财团雄厚资本的支撑，让以往纵横资本市场的国际私募巨头对收购普洛斯望而却步。

这桩亚洲最大的私募收购案也让物流地产成为资本和社会关注的焦点，并向外界展示出当前物流地产在中国的迅猛发展势头。AMB安博（包括原普洛斯Prologis除亚洲外的全球部分）、普洛斯GLP、嘉民（澳大利亚）和盖世理等国际四大物流地产巨头纷纷在中国布局，设置重资产。仅普洛斯GLP在华储备的土地就高达2000万平方米。而此次私有化之后，普洛斯GLP的资产基本上属于中国资本所有，且拟在香港上市；而澳大利亚嘉民的最大股东早在2009年就已改为中投集团。

国内传统房地产大鳄也开始进军物流地产。万科早在2015年就与黑石集团成立了物流合资公司，2016年底已拥有147万平方米的仓储物流地产，并在2017年规划完成了150万平方米的仓储面积。此次受邀加入普洛斯GLP私有化，表明万科未来可能会在物流地产的整体布局上做出调整。

除万科外，绿地、万通、合生和碧桂园等房地产企业近两年也纷纷投身物流地产，毕竟物流地产收入稳定，风险较低，可以与高收入高风险的房地产市场形成互补。

据统计，我国目前虽然拥有5.5亿平方米的物流设施，但其中现代化物流设施仅为1.1亿平方米，人均物流仓储面积约为0.41平方米。而美国等发达国家的人均仓储面积达到5.41平方米。

随着中国经济向上发展与产业结构调整升级，人均仓储面积的需求必然加大。特别是国内电商及

电商物流的蓬勃发展，进一步加大了仓储面积的需求量。据预测，到 2025 年，中国物流地产收入将达到 2 万亿元，仓储面积将达到 24 亿平方米，现代化物流设施市场将达到 2.5 万亿美元。

全球的金融大鳄们不可能对如此庞大的蓝海市场无动于衷，而物流地产的高速稳定发展也需要巨额资本支撑。供需双方一拍即合，物流地产便迎来了资本盛宴。

物流地产包括物流园区、物流仓库、配送中心和分拨中心等项目。与传统房地产不同，物流地产严重依赖相关产业链的布局，其收益取决于仓储、分拣及配送的仓容利用率、库存周转率和仓/配作业效率，而孤立或单一的物流地产很难满足仓容利用率和库存周转率方面的要求，也就很难有市场竞争力。因此，物流地产必须依靠规模化、网络化布局，紧紧依托相关产业链生态，为客户提供更系统、更科学、更有竞争优势的整体解决方案，才有可能在市场从蓝海向红海跃进的过程中保有位置，而规模化、网络化的布局首要需求就是巨额资本的支撑。

全球比较大的私募股权投资公司如黑石集团、KKR 集团、凯雷投资（Carlyle Group）、华平投资（Warburg Pincus）等都对潜力巨大的物流地产市场垂涎三尺。

黑石集团、KKR 和凯雷分别与万科在物流地产领域进行了合作；而华平投资此次也联手苏宁集团参与了普洛斯私有化的竞标，之前的 2016 年，华平投资还与上海宇培集团共同投资 4 亿美元，在中国

兴建 17 个现代化物流仓库；RRJ 和淡马锡控股也于 2014 年向上海宇培集团注资 2.5 亿美元。

紧随其后，澳大利亚的嘉民集团、美国的厚朴基金、荷兰的汇盈资本、香港的 RRJ 以及新加坡淡马锡控股同样对中国的物流地产进行了大量投资。

国内的金融机构也不甘落后。中国平安旗下的深圳平安不动产工业物流有限公司（以下简称平安不动产）一直在加紧布局物流地产，除了以碧桂园第二大股东的身分支持碧桂园购买中集地产 25% 的股份外，还投资了济南安华仓储、贵州平华仓储等 28 个仓储企业，并自建了成都空港及上海临港冷库等 30 个园区，总面积达 400 万平方米。

然而，除了普洛斯 GLP、AMB 安博等少数企业具有较为成熟的产品外，服务于伊藤忠和顶新集团的宇培集团、服务于京东集团的易商集团和服务于凡客的百利威等本土物流地产商在产品服务定位和持续盈利上凸显短板，多数物流地产企业依旧在苦苦探索盈利模式。

目前，全国有近 80% 的物流园区依然处于亏损性运营甚至闲置状态，造成这一现状的原因就是，这些园区在成立之初并未考虑产业链的生态，只是简单的“圈地运动”。只有预先设计好“土地溢价”，再基于产业链生态规划好“规模溢价”和“范围溢价”，并在两个溢价基础上实现“增值服务溢价”，才能让物流地产真正实现可持续快速增长。

（作者刘大成，为清华大学互联网产业研究院副院长、工业工程系博士生导师）

大气污染综合防治恰是 提升系统物流效率的契机*

2017-08-15 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,560,891）



今年2月，环保部联合三部委及北京、天津等“2+26”城市发布了《京津冀及周边地区2017年大气污染防治工作方案》（以下简称《方案》）。《方案》要求，7月底前天

津港不再接收柴油货车运输的集港煤炭，9月底前禁止环渤海所有港口接收柴油货车运输的集港煤炭，天津市、河北省及环渤海所有集港煤炭需由铁路运输。

事实上，天津港自4月底就开始全面禁止汽运的煤炭集港，未来焦炭、煤炭入港只能采用集装箱或港内铁路道线，散货物流铁路道线也只能接收集装箱来货。去年，通过汽运集疏港的煤炭曾高达5600万吨。现在，这些煤炭的运输只能转向铁路或其他港口。

无独有偶，河北省同样要求9月底前所有港口停止汽运煤炭集港，而非环保部规定的只禁止柴油货车运输煤炭集港。可以想见，受越来越严格的环保政策影响，未来煤炭、焦炭和矿石等大宗物资集疏港的方式会由“汽转铁”，而海铁/公铁多式联运替代独立运输模式、集装箱替代敞车/篷车的趋势已不可逆转。

受此影响，北方煤炭贸易及煤炭运输格局将发生重大变革；同时，北方大宗散货的传统汽运和铁路运输模式也会得到调整——传统运输方式下的大宗货运市场规模将大幅度萎缩，而多式联运及集装箱运输的规模会结构性上升。

原有煤炭干线运输的汽运车辆必然面临转型压力；而中国铁路总公司给太原局和呼和浩特局增

加的3000个车皮也很难完全满足替代市场的需要，加上煤电运之间的协同还在磨合中，短期内北方煤炭等大宗散货物流市场必然会受到遏制，收益锐减；但长期来看，却是全国物流体系结构性转型升级乃至物流模式创新的一大契机。

国家已将物流业降本增效作为拉动经济增长、促进实体经济发展的主要手段，而多式联运与集装箱运输则是物流业降本增效的重中之重。但知易行难，铁海多式联运和公铁多式联运迄今为止还处在起步探索阶段，在多式联运中的占比也仅为1.5%和2.9%，而集装箱运输也是雷声大雨点小，远未形成运营规模。

另外，公路货运并没有主动采用集装箱运输的意愿，其主要原因有三。

一是集装箱很难像整车一样进行超载，而超载是公路运输中极为重要的议价和博取利润的手段。尽管交通部、公安部等相关部门一直在治理公路超限，并于2016年9月21日发布了《超限运输车辆行驶公路管理规定》、《关于进一步做好货车非法改装和超限超载治理工作的意见》等一系列新政，但一到电煤抢运时期，政策执行就有所松动，造成超载超重泛起。

二是多数公路货运企业规模较小，在集装箱货运站/装卸端缺少装拆箱和拼箱等作业的专业设施/设备，也缺乏装箱优化技术，这为集装箱在公路货运的普及使用设置了技术障碍。

三是集装箱自身的归属问题复杂，自备箱（SOC）、船东箱（COC）和单程箱（OWC）等不同主体归属的集装箱既阻碍了集装箱的循环共享，

也极大地增加了不同主体集装箱异地还箱、空箱集配、集结点建设维护以及逾期费用等成本，导致集装箱使用成本歧高。

因此，从单个公路货运企业来看，整车运输的优势可能要优于集装箱运输，自然不会主动选择集装箱运输模式；但从全社会物流来看，集装箱及集装箱多式联运给物流业降本增效带来的效益巨大，需要积极推进，而如何设计好市场推动和政策引导两大机制，解决单个企业效益与社会效益的同一性问题，让公路货运企业有意愿采用集装箱和集装箱多式联运模式成为关键。

首先，可以结合“9.21”治超新政，引导公路货运转向集装箱运输。比如，实施集装箱运输“免检超重超载”政策并在制造卡车牵引车头时直接设置“防改装限重阀”，一方面从牵引车制造源头上杜绝超载超重现象的出现，另一方面则在运营及监管的便利性上给予引导。

其次，鼓励第三方物流企业做大做强，推进中小企业加入物流联盟，提高物流的网络能力和物流节点集货的规模，进而推进始发/终到货运站的集装箱装/拆箱和拼箱专业设施/设备的有效配置，并利用互联网/信息化技术实现装箱的智慧优化。

第三，应鼓励和促进共享集装箱平台的落地实施，以低费用甚至免费的形式吸引更多的企业使用第三方平台的共享集装箱。这样一来，不仅解除了传统集装箱分属不同经营主体难以循环使用的约束，同时利用其易于规模化、网络化的特征，还能实现集装箱的智慧供给、智慧调配以及空箱集结点建设与运营的智慧布局。

显然，《方案》的发布有利于推进公铁联运和海铁联运的无缝衔接。在区域化铁路正在逐步替代公路进行大宗散货运输之际，原有的公路货运车辆可以作为多式联运中的集疏点，成为海铁联运及公铁联运连接的纽带，从而逐步提高物流系统中多式联运的比重，而中国铁路总公司也可能成为最大的无车承运人。

由此可见，环保的约束一方面会增加社会物流的成本，但另一方面，通过利用新的市场机制和政策机制，也会让社会物流的发展更加科学、系统和有效。

（作者为清华大学互联网产业研究院副院长，工业工程系博士生导师）

航港融合 是全球物流竞争必由之路*

2017-08-22 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,274,984）



8月17日，国务院办公厅印发了《国务院办公厅关于进一步推进物流降本增效促进实体经济发展的意见》，对物流业的降本增效给出了七个方面27条具体措施，这

给目前的物流业改革给出了方向。

但不能忽略的是，在全球市场的竞争中，我国物流业整体处于弱势地位。同时，航港规模化、网络化、联盟化和航港融合，已成为全球物流竞争和全球经济博弈的必由之路。

在全球物流网络中，港口是物流节点，而航运则是连接物流节点的线，航港联盟及其之上的运营及信息化平台则形成点线交错、支撑全球远洋运输的物流网络。

由于全球经济低迷，货运需求急速下降，导致航运市场竞争压力越来越大，许多船运公司和港口企业不得不进行兼并重组以自救。

2016年11月，日本海运三大巨头日本邮船（NYK）、商船三井（MOL）和川崎汽船（KLINE）宣布合并定期集装箱船业务（包括海外码头业务），并共同投资约3000亿日元，按38%、31%、31%的股份比例成立新公司ONEHD。合并前，三家公司在全球运力市场排名中分别排在第11、第12和第15位；合并后，新公司旗下的业务运营公司ONE（Ocean Network Express）拥有140万TEU（标准集装箱）的运力，在全球运力市场的排名将会提升至第6位，约占全球7%的市场份额。

然而，这一合并计划先后受到美国联邦海事委员会（FMC）和南非反垄断竞争委员会的明确阻止。

好在新加坡竞争委员会（CCS）和欧盟都给予了批准。CCS给出的理由是，未来将会出现更多集装箱航运公司合并的情况；欧盟的理由则是，合并增加了集运市场结构协调发展的可能性。

无独有偶，今年7月，全球集装箱运力百强排名第四的中远海运（COSCO）联合上港集团，以60亿美元要约收购全球运力排名第七的东方海外（OOCL）。并购完成后，中远海运将拥有290万TEU的总运力，经营船队超过400艘，超过达飞轮船（CMA-CGM）跃升为全球第三大航运公司。

在这之前，排名第一的马士基航运（MAERSK）也宣布，以37亿欧元的价格收购汉堡南美（HABSUD），届时其总运力将达到380万TEU，市场份额达到18.6%。

其实早在2014年，航运业就开始了大规模的并购重组，除中远与中海合并外，排名第三的达飞轮船收购了美国总统轮船（APL），总运力达到233万TEU，市场份额达到11.5%；排名第五的德国赫伯罗特（Hapag-Lloyd）先后收购南美轮船（CSAV）和阿拉伯联合国家轮船（UASC），运力规模达到160万TEU。

目前，全球航运超过70%的市场由丹麦的马士基航运、瑞士的地中海航运（MSC）、中国的中远海运、法国的达飞轮船、德国的赫伯罗特和日本的ONE这六大航运公司瓜分。

在竞争压力下，不断合并重组的航运公司还在全球集运市场逐步形成了三大联盟。

2014年，马士基航运、地中海航运和达飞轮船申请组成的P3联盟虽然得到了美国、欧盟的审批，

但遭到了中国商务部的否决。中国商务部认为，P3联盟的市场份额达到了45%，超过了30%的反垄断红线。而后，马士基航运迅速调整方案，与地中海航运组成M2联盟，双方签订了为期10年的船舶共享协议，随后韩国现代商船也加入了M2联盟。

目前，在M2联盟的21条共享航线中，涉华航线占了16条，特别是地中海航运经常用低价竞争策略，对中国航运公司形成了较大市场压力。

被M2联盟抛弃的达飞轮船则迅速联合中远海运和台湾长荣海运组成海洋联盟(OCEAN Alliance)，后来被达飞轮船并购的东方海皇/美国总统轮船也加入进来，以对抗M2联盟。在亚洲至欧洲这条最繁忙的远洋航线中，海洋联盟占据的市场份额将超过26%。

最新成立的航运联盟THE Alliance则是赫伯罗特(包括已被赫伯罗特并购的阿拉伯联合国家轮船)联合ONE及台湾阳明海运形成的第三个联盟，它将会在东西向的主干航线上向M2和海洋联盟发起冲击。

在国际航运市场持续低迷的情况下，单打独斗是没有任何前途的。在远东-北欧市场上，M2、海洋联盟和THE的市场占有率依次递减；在跨太平洋航线上，THE、海洋联盟又分别排在M2之前。而在远东-地中海、跨大西洋和远东-中东(波斯湾/红海)等其他热门航线上，三大联盟也都寸土必争。

全球集装箱70%的生成量在亚洲，而亚洲70%的集装箱生成量在中国，但全球排名前六的航运公

司中中国仅有一家入围；全球集装箱40%来自于租赁，而排名前十的集装箱租赁公司也大都来自于西方发达国家，这说明中国航运乃至亚洲航运，在服务能力、服务增值溢价及服务的效率效益方面还处于较低水平。

得益于中国经济的高速发展，中国港口规模已经位居世界前列，同时中国的造船业规模也超过日韩占据了全球50%的份额。如何利用港口的“点”优势来提升航线的竞争力成为目前的关键，而航港联盟及航港融合是其中最易于实现的路径。

中国港口已在寻找结构性整合与网络化调整的过程中形成了港口群。目前，这些港口群基本上以省域为单位，形成了省内港口资源的统一，而天津港也正在与河北的港口集团进行跨省战略合作。但结构性冲突会严重阻碍港口群的有效整合，而航运公司恰恰可以通过航港融合来实现国际物流网络的建立。

现在，招商局集团正在主导辽宁港口群的整合；中远海运也收购了上港集团与青岛港集团部分股份，还在海外并购了希腊的比雷埃弗斯港及阿联酋哈里发二期集装箱港。

不过，这仅仅是航港融合的开始，未来航港融合将会进一步将全球物流资源整合汇集，并通过规模化、网络化和联盟化实现市场竞争优势。

(作者为清华大学互联网产业研究院副院长)

物流业“结链成网” 需要第四方推进致密型联盟*

2017-08-29 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,274,984）



物流业降本增效最迅捷有效的途径就是“结链成网”，即把传统的物流与供应链转化成“物流虚实网”，通过运营联盟将规模优势、范围优势、网络优势和标准化优势

进行要素聚集，从而取得竞争优势。

越是市场化竞争激烈的领域，越倾向于“结链成网”形成联盟。例如，在竞争激烈的航空市场，全球航空公司组成了三大联盟——星空联盟（StarAlliance）、天合联盟（SkyTeam）和寰宇一家（OneWorld）。航空联盟通过代码共享实现了航空网络的扩展，并为旅客提供更好的订票、换乘、转机延远、地勤衔接、里程酬宾和套票通票等服务，以联盟内的合作提高联盟整体对联盟外企业的竞争力。

星空联盟成立于1997年，最初由汉莎航空、北欧航空、泰国国际航空、加拿大航空和美国联合航空5家航空公司组成，现在已有28家正式成员，航线涵盖192个国家和地区的1330个机场，中国国际航空也在其中。

为应对星空联盟的冲击，美国航空公司等5家航空公司也在1999年发起成立了寰宇一家，至今已扩展到170个国家、750个目的地，是全球首个实现电子机票互通安排的联盟；2000年，美国达美航空等4家航空公司则发起成立了天合联盟，包括中国南方航空和中国东方航空在内，目前已有20家航空公司加入，航线通达179个国家。

而在市场低迷的海运市场，全球船运公司更是希冀通过合并进行自救。在反垄断法制约下，全球集运市场也逐步形成了三大联盟。分别排名全球运

力第一、第二位的马士基海运和地中海航运组成了M2联盟，而后韩国现代商船加入，其市场份额贴近30%的反垄断红线；随后，达飞轮船则联合中远海运和台湾长荣海运组成海洋联盟（OceanAlliance）以对抗M2联盟，并占据了26%的市场份额；而全球运力排名第五的赫伯罗特只好联合排名第六的ONE和台湾阳明海运形成第三个联盟THE。这三个联盟共9家公司占据了全球集运市场近83%的份额。

与上述因为市场竞争白热化而结成的致密型联盟不同，国内物流企业组成的联盟处于松散状态。虽然国内物流市场的竞争也很激烈，但由于多数企业规模过于小、散，以及历史原因造成的行业壁垒严重，除部分港口群结盟具有一定的致密性之外，能够有规模且落地运营的致密型物流联盟微乎其微。

快递业则在这方面显露出了一点苗头。

随着中国网络零售的快速崛起，快递业也在全球市场异军突起。2016年，全国网购快件量占快递业总业务量近6成，而顺丰、“四通一达”、菜鸟网络和京东物流都已成为业内极具规模的翘楚企业。

如此高速增长的市场，必然让资本垂涎三尺，而在越来越激烈的市场竞争中，快递企业也不得不选择拥抱资本，从而进一步加大了市场的竞争力度。这种态势下，垂直纵向一体化联盟、平行横向一体化联盟以及混合模式的一体化联盟必然应运而生。

2016年3月，菜鸟网络利用大数据和云计算技术，通过整合平台联合多家物流商组成了“菜鸟联盟”。不过，最初加入联盟的顺丰却公开“反水”，凭借资本力量回归自营物流行业。京东物流则在菜鸟联盟与顺丰互怼之际，趁机打出向全社会开放物

流平台的战略。未来，也许菜鸟联盟、顺丰及京东物流可能会形成快递业的三大致密型联盟。

组成致密型联盟的目标在于，需要一个长期稳定的合作关系来替代竞争所产生的利润损失，需要通过职能分工、优势互补形成效率的提升，需要通过互联互通形成标准化而减少交易成本，需要获得稳定的利润率来支撑更具规模的协同管理成本。

如何能尽快实现致密性联盟，成为中小规模物流企业占据市场主动的关键。而以第四方物流企业为主导，联合各个物流企业形成统一标准、统一服务、统一信息平台 and 统一运营管理模式的联盟，应该可以快速形成致密型联盟。

第四方物流公司最容易借鉴的致密型联盟管理样板就是全球酒店管理公司。提起洲际酒店集团、万豪国际集团、希尔顿酒店集团等，多数人可能会想起其名下的连锁酒店，但还有许多其他品牌的酒店业主也是通过这些著名酒店管理公司进行经营的。

一个最为可能形成致密型联盟的行业是具有较高利润空间的保税仓储物流。全国有近 200 个海关特殊监管区域，这些海关特殊监管区域不仅种类繁多，且管理规则也不尽相同。因而，任何一个仓储企业是不可能所有各类保税区注册或者取得运营资质的。

从 7 月 1 日起，海关总署开始实施全国通关一体化。按照规定，可以选择任意地点进行报关，使得以保税仓储物流为平台的第四方物流（4PL）管理公司，引导保税仓储物流联盟成为可能。一方面，4PL 将全国各地区的保税仓储企业“结链成网”，利用规模化、标准化和网络化降低物流成本；另一方面，则可以通过联盟形式实现在所有各类保税区获得运营资质，特别是能有效利用各地的政策红利，在保税区之间建立更廉价有效的普货分拨调度体系，从而构建更具竞争力的保税仓储联盟。

（作者刘大成，为清华大学互联网产业研究院副院长）

“管理网络”可以打破物流园区供不应求却亏损怪圈*

2017-09-05 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：845,329）



自国家发展改革委 2013 年出台《全国物流园区发展规划（2013-2020）》后，物流园区的发展已上升到国家战略层面，各地政府、各行业也把物流园区的建设作为发展本地经济和拉动本行业效益的战略高地。

作为物流业最为核心的枢纽，物流园区开始以“贯穿一二三产业，衔接生产和消费，支撑国民经济发展”的新战略产业面孔出现。然而，物流园区的建设却出现了一个奇怪现象：一方面，在寸土寸金的一二线城市，有近 40% 的物流园区建成面积接近闲置或者创税能力严重低下，一些三四线城市物流园区的闲置率甚至高达 80%；另一方面，物流企业在一二线城市却面临拿地难问题，而在三四线城市，虽然拿地较为方便，却在规划时因普遍缺乏运营思维贪大求全，造成物流园区低水平建设严重，运营困难。

近三年来，PPP（政府和社会资本合作）大行其道，而物流园区投资回收期虽长但回报稳定，适合风险厌恶型投资，很符合 PPP 的项目属性，于是全国各地掀起了一轮物流园区的圈地和投资热潮，直到防范 PPP 风险的政策出台后，投资方才开始关注物流园区建设后的运营能力和投资回报能力。

笔者此前曾提出，物流园区在规划初就必须设计出“三重溢价”——土地溢价、园区的规模及范围溢价、增值服务溢价，以实现经济利润的“超额收益”。之后，笔者又提出，可以引入“互联网+”智慧物流，进一步实现“超额收益”。

“互联网+”这一概念的提出，一方面表明产业开始进行网络化构架，另一方面也体现出智能化对产业系统集成的作用。例如，成为外国人眼中中国“新四大发明”的高铁、网络支付、共享单车和电商网购，都是在固有资源基础上进行网络化的资源配置优化，同时也离不开基于大数据、云计算和物联网等技术所集成的智能化支持。

“互联网+”智慧物流是中国物流业的未来发展趋势。物流业降本增效强调的“结链成网”，初始目标是运输的“重去重回”和仓储的“满仓流转”，高级目标则是高效、低价、优质地满足客户的全部需求，而非仅仅提供产品。

由物流园区“管理网络”形成的跨区域物流园区致密型联盟，可以充分利用物流网络上各个物流节点的资源禀赋，实现资源优化配置，其核心技术和发展趋势都是“管理网络+智慧物流”。

由致密型联盟形成的“管理网络”是指分布不同区域、不同类型（综合型、专业货运枢纽型、专业仓储配送型、专业商贸配送型、保税型等）、归属不同业主（包括地方政府管理部门、政府派出机构、投资商和 PPP 开发公司等）的物流园区，委托同一家管理公司对园区进行全部或部分运营管理，或者仅对园区内部的部分物流企业特别是仓储物流企业进行统一的运营管理。

智慧物流是利用集成智能化技术，使物流系统能模仿人的智能，具有思维、感知、学习、推理判断和自行解决物流中某些问题的能力。基础层次的智慧物流体现为运输的“重去重回”和仓储的“满仓流

转”，即减少运载工具的空载空驶，提高仓库的仓容密度和周转频率，而这些均可以凭借现有的横向企业联盟和优化软件工具实现。

较高层次的智慧物流则是“以储代运”，通过科学规划如分拨中心一类的集团级物流资源调度平台，对供/需关系进行优化配置，尽可能减少无效运输。

什么是“无效运输”？举个例子说，某电商可能将主要仓库设在广州市，而部分商品生产地在沈阳市，但网购商品的客户在北京市，结果这些商品要从沈阳市集运到广州市再配送到北京市，而非沈阳市直接配送到北京市。虽然可能通过优化配置实现了满载及“重去重回”，也实现了仓储的满仓及高频率周转，但其成本及配送效率远不及在沈阳和北京之间设库进行直接分拨。

高层次的智慧物流可以直接切入消费链和产业链，面向最终客户实现主动式物流解决方案，并能够优化调整与客户相关的全供应链生产布局和商业渠道，直接取消多个经营主体下冗余的货运或仓储，甚至改变产品的中间状态，最大限度且有效地降低物流成本，提高物流效率。

目前，物流业终端客户市场在服务需求方面，越来越呈现出差异化、单元化、效率化、碎片化、低

价化、高质化和品牌化趋势，亚马逊的配送中心远胜于沃尔玛就验证了这一点。由此，第三方物流企业的市场竞争压力也越来越大。

在物流企业中，刚刚完成私有化进程的物流地产巨头普罗斯（GLP），不仅占有的土地面积和仓储面积最大，其顺应现代电商配送需求的高标仓储比例也最高。普罗斯能够在最短周期内回收投资的主要原因，一方面是因为具有覆盖全球的物流配送基础设施和面向客户的“一站式服务”；另一方面则是由于在规划之初就与电商、制造业巨头和第三方物流企业达成长期租赁协议，保证了稳定而持久的投资回报。

在普罗斯强有力的市场竞争下，其他物流园区也并非没有机会。只要深刻体会“互联网+”智慧物流的实质，科学规划且合理运营，在国家政策红利的支持下，想象空间依然无限。

在笔者看来，物流园区要实现盈利，最快且最有效的途径首先是要“结链成网”，形成区域性规模化、网络化和标准化的致密型联盟，再通过引入具有园区管理能力且可以携手大客户形成垂直型联盟的第四方物流企业，形成物流园区的“管理网络”。

（作者刘大成，为清华大学互联网产业研究院副院长）

虚拟网络运营决定“互联网+”高效物流实施成效*

2017-09-12 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：975,468）



从2016年7月国家发改委正式推出《“互联网+”高效物流实施意见》后，“互联网+”高效物流就被列入国家的重点行动。

不过，一些人对于“互联网+”高效物流能够产生效用的时间和效果并不看好，认为“互联网+”高效物流即便发挥作用，也需要等待很久才能实现。

然而，“互联网+”高效物流的实际作用目前已开始逐步展现。这一部分得益于国家系列政策的出台，以及物联网、大数据和智能技术的快速发展；另一部分，也有赖于高效物流的节点基础设施、实体网络互联、信息平台共享、各环节标准化和虚拟网络运营等各个方面的进一步完善。

例如，在节点基础设施建设和实体网络互联方面，面向物流网络化的基础设施建设已开始逐步落地。早前发布的《全国物流园区发展规划（2013-2020）》，明确了29个一级物流园区布局城市、70个二级物流园区布局城市和各省、直辖市、自治区规划的若干个三级物流园区布局城市，形成了具有顶层规划的物流节点网络。

其次，布局和完善了一批具有多式联运功能、支撑保障区域和产业经济发展的国家级综合物流枢纽，并加强了重要节点的集疏运设施建设。国家发改委2016年6月发布的《营造良好市场环境 推动交通物流融合发展实施方案》，确定了24个全国性综合交通物流枢纽和9个区域性综合交通物流枢纽，极大地推动了综合交通物流枢纽基础设施的建设，

而综合交通物流枢纽基础设施正是发展多式联运的支撑。

第三，开始把铁路货运作为未来物流网络化的重要支撑。国家发改委2016年6月修订发布的《中长期铁路网规划（2016-2030）》显示，普铁路网将连接起20万人口以上城市、资源富集地、货物主要集散地、主要港口及口岸，这些密布成网的铁路物流基地及集装箱货场，形成了基本覆盖全国县级以上地区的物流网络；2017年4月，国家发改委再次推出《“十三五”铁路集装箱多式联运发展规划》。同时，中国铁路总公司也以“双网融合”和混合所有制改革为目标，与BAT在铁路货运的物流网络化基础设施建设方面展开了密切合作。

需要特别指出的是，环保部还联合“2+26”城市联合发布了《京津冀及周边地区2017年大气污染防治工作方案》，积极推进各区域乃至全国范围内的大宗货物运输“汽转铁”。其中，中国铁路总公司将责无旁贷地承担起全国物流龙头企业的职能，而非仅仅只是一家运输企业。

网络电商的崛起以及快递行业的快速发展，则为物流网络化的基础设施建设奠定了基础。目前，顺丰及“三通一达”、京东物流、菜鸟网络等企业在社会资本支持下，已形成覆盖重点区域及至全国的网络化分拨中心。

与此同时，一些企业也开始主动布局。顺丰在湖北鄂州设立航空货运枢纽，欲打造成类似“联邦快递FedEX+孟菲斯”的航空都市物流中心；海航集团物流板块则选择在西安咸阳机场打造辐射全国及“一带一路”沿线国家的航空货运网络，并通过旗下

的物流金服和智慧物流板块，以金融手段和信息化服务支撑整个物流网络的高效运转，打造类似联合包裹速递服务公司 UPS 在路易斯维尔的空运枢纽（尽管运营模式与“UPS 路易斯维尔”更接近，但海航还是将其称为“中国孟菲斯”）。

由普洛斯 GLP 掀起的新一轮物流地产圈地运动和投资热潮，也为以仓储和分拨/配送为主的物流园区基础设施建设增添了助力。房地产商、电商、金融机构和互联网平台等企业纷纷投身物流地产。在海量社会资本和竞争压力的推动下，物流企业已初步达成“横向成网”、“纵向成链”和“结链成网”的经营共识，基础设施建设开始向有利于发展网络化和联盟化的标准化模式转变。

物流信息化平台同样在政策的推动和市场竞争的拉动下递进发展。国家发改委 2016 年 2 月发布的《关于加强物流短板建设促进有效投资和居民消费的若干意见》提出，启动依托互联网平台的无车承运人试点工作。另外，国家发改委还分别在 2015 年和 2017 年，两次力推多式联运。而今年 7 月开始实施的全国海关通关一体化，也为未来“一票制”的实施奠定了基础。

随着政府和行业大数据平台的建设的加速以及云平台的应用，物流信息共享或一体化的比例也

会越来越高。但物流各环节的标准化，包括物流装备标准化、物流法规标准化、物流税费标准化、物流作业标准化和物流信息接口标准化等，是目前“互联网+”高效物流的最大障碍。这一方面是由于技术问题造成的，另一方面也是体制、机制的问题。

在我看来，虚拟网络运营是“互联网+”高效物流实施的关键，决定着其落地的时间和成效。

物联网、大数据和智能技术的高速发展为“互联网+”奠定了坚实的基础——作为重要的技术支撑，窄带互联网技术 NB-IoT 颠覆了共享单车的产业生态链；而大数据和智能技术的快速发展，则推进了无人驾驶、无人仓储和无人化物流的普及。

需要指出的是，单元技术的进步可能只是提高了运输中的车货匹配效率和仓储中的周转效率，而“互联网+”带来的“以储代运”和“以运分储”模式，则将物流系统与制造业的供应链体系深度融合，并对全供应链的生产布局和商业渠道进行优化调整，从而形成革命性的低成本高效率竞争优势。

尽管目前尚未看到“互联网+”给物流带来的颠覆性变革，但在单元技术不断突破的同时，“互联网+”高效物流的步伐已经加速向前。

（作者刘大成，为清华大学互联网产业研究院副院长）

除集中物流外 我们也需要做好分散物流

2017-09-19 作者 刘大成 来源：经济参考报 （客户端阅读量：）



物流业降本增效最为迅捷而有效的途径就是“结链成网”，即形成物流网络化、规模化、范围化和标准化，这种集中物流是经过充分竞争后物流市场的一个必然发展方向。

而在供远大于求的市场条件下，物流业终端客户市场在服务需求方面，不仅存在低价格、高质量、短交付期和品牌化的特征，也越来越呈现出差异化、单元化和碎片化趋势，而更容易满足上述趋势的分散物流既是现实存在，也会成为物流业另一个发展方向。

因此，如何做好分散物流达到降本增效，也是我们需要思考的问题之一。

集中物流有利于集约和效率，主要存在两种类型。

一种类型是物流企业自身规模不断做大形成的自有网络，如中国铁路总公司、顺丰快递和京东物流等企业，就是通过不断扩展物流节点、拓宽业务范围而形成了更大的物流网络；而招商局物流、中远海运则通过收购或参股海内外港口形成港航融合，实现了物流的全球性网络布局，从而获得规模经济和范围经济效应。

另一种类型是多个物流企业合作形成致密型联盟。例如，全球海运企业形成的 M2、Ocean Alliance 和 THE 三大联盟，瓜分了近 83% 的全球集运市场；菜鸟网络则是电商巨头阿里巴巴联合“四通一达”、宅急送等多家快递公司和金融机构组成的网络化仓配联盟和大数据决策平台，并快速成为与顺丰快递

（最初也属于菜鸟网络的加盟企业）、京东物流分庭抗礼的物流联盟。

物流企业“结链成网”极大地扩展了原有的业务节点数目和区域服务范围，由此拓展了原有的市场边界；“结链成网”可以在网络内进行物流资源的配置优化，以统一平台服务客户，便于终端客户享受到各种物流模式服务的无缝结合，从而在总体上降低客户的物流成本并提高物流效率；“结链成网”还能在网络内进行货物对资源占用的调配，用“以储代运”、“以运分储”等分拨模式实现更高效率，进而提高对网络外物流企业的竞争力。

然而，我国物流需求的差异性很大。一方面，由于我国幅员辽阔，人口密度、资源储备和禀赋条件、市场化程度、经济和信息化水平等高度不平衡，物流资源的东西部差别、城乡差别和干支线差别显著，因此对物流服务的需求也呈现高度差异化；另一方面，物流企业多呈现小、散、弱、乱和差等特点。据统计，2016 年全国共有 1500 万辆载货汽车、3000 万名货车司机和 9000 万名从业人员，物流法人单位高达 30 多万家，而规模以上的物流企业相对较少。

要满足差异性如此之大的客户需求，特别是在许多法规并不健全的情况下，要实现如此之多的小微物流企业规模扩充或结盟成网，难度相当大，也很难在中短期内见效。因此，在集中物流之外，还要通过分散物流的方式将物流业的降本增效做好。

由于实力较弱，目前小微物流企业在装备、技术、人员、组织、信息和管理上都难以实现结构性升级，但多数小微物流企业又具备通过差异化服务满

足各种罅隙市场需求的能力，因此，这部分分散物流既需要政策和市场力量去维系和保护，也需要政策和市场去整合和提升。

小微企业可以在短期内提升信息化水平、装备水平、作业自动化水平和流程标准化水平，这些都是技术层面的提升。至于管理水平、组织柔性 and 人员素质则很难在短期内从根本上得到解决。

而与小微企业境况相似的是互联网支持下的电商平台模式和物联网支持下的共享经济模式，无车承运人则是分散物流的另类模式。

目前，最大的电商平台当属阿里巴巴的淘宝网。2016 年，淘宝网 C2C（个人对个人）模式网络零售聚集了超过 2 万个企业网络卖家、1000 万个个人网络卖家（当年真正有交易量的约 300 万个）。而在淘宝网进行网络销售的企业及个人卖家，仅需在淘宝网平台上注册一个账户，就可以利用淘宝网以及与其配套的菜鸟网络的信息平台、支付平台、运输和仓配渠道等所有现代商业流通和物流资源。这样一来，淘宝网公共平台所具有的商流、信息流和物流与个人卖家的差异化罅隙市场有机融合到了一起。

而我们所说的分散物流，就是推动政策、资本和企业家等资源注入到面向差异化罅隙市场的“互联网+”平台的建设中，从而从技术层面实现对小微物流企业的改造升级。

不同于 Uber 等国外流行的 C2C 共享经济模式，国内运营最成功的共享经济模式——共享单车，属于 B2C 模式，其特点是，将平台所有或个体拥有的资源，进行空间共享或分时共享，目的是为了更多地利用公共资源和提高资源利用率。

分散物流也同样需要引导政策、资本和企业家等资源，向适合于小微物流企业充分利用公共资源和提高资源利用率的目标发展，推进小微物流企业纵向供应链上的物流标准化和接口装备共享化，加快实现分散物流的共享经济模式。

从 2016 年起，国家开始部署货运无车承运人试点。业界预测，这一领域的市场总量将突破一万亿元。其实，无车承运人也是一种较为特殊的分散物流模式，它为小微物流企业实现车货匹配、一票制、全程透明物流、供应链中介和多式联运等提供高效服务，是分散物流构筑的一个信息化平台。

淘宝网模式、共享经济模式和无车承运人模式既有重合，也有各自的特点，仅仅是分散物流运行模式的开始。这三种模式都无法解决分散物流的所有需求，因此，需要在小微物流企业的分散物流模式上进行更多有价值的探索。

（作者刘大成，为清华大学互联网产业研究院副院长）

高铁网上订餐，铁路“互联网”还有哪些想象空间

2017-07-17 作者 刘大成 来源：澎湃新闻公号

从7月17日开始，铁路将在各省会城市及计划单列市的27个主要高铁客运站，推出动车组列车互联网订餐服务，旅客除了可以预定铁路盒饭，还可以订购沿途供餐站提供的社会品牌餐食。

此次新闻传来，引起公众一片赞扬之声，这也许继高铁建成之后，铁路人听到的最为广泛且高度一致的喝彩声，因为这与每个出行人的关联度太高了，高铁成就了人们出行的效率，而“互联网+铁路外卖”或将成全人们的个性化体验。

犹记得在那个物质极不丰富、供不应求的时代，民航航班上的糖果和盒饭简直是一起飞到天上的美味佳肴，动车组刚刚上线时赠予的小食品也有点儿久违的感动。然而，当这个酒楼、餐厅充斥每个大街小巷且以花样翻新的招式揽客的时代，拘于同一口味且一直价格高企的铁路乃至民航盒饭，就成为旅客将就、对付甚至用方便面、面包香肠替代的鸡肋食品。

其实对于运营商铁总及其盒饭供应商也是有苦难言。因为如此大面积且移动距离超长的餐饮需求，既要保证几乎绝对的食品卫生安全，还要保障食品的供给效率和保质期，必须建立庞大的餐饮生产基地和高效的车上配餐及售卖体系。企业必须同时保证供应的质量和时效，但其规模优势也带来与之相配套的规模运营成本。

另外，铁路盒饭还受限于车厢内越来越逼仄的狭小操作空间，特别是高铁开行之后，运行不同区间可能属于不同的乘务组，所以高铁终到站之后，所有剩余的餐饮、食品和商品都需在车厢清空并移

至车站外冷库进行仓储，其需求不确定性带来的安全库存及其配送/移库所耗用的成本要远高于产品本身，这也是为什么旅客总是感觉到为什么高铁盒饭价格那么高了。

铁路上传统的盒饭运营模式，一方面让旅客感到物非所值，另一方面又让铁路运营者和餐饮供应商感到吃力不讨好。有许多人把此简单归结为铁路的垄断意识太强，这种想法应该是以偏概全了，其实应该是源于市场意识不足导致的商业渠道顶层设计不合理。

君不见日本新干线上的火车便当，约有4500种可供选择，其精美和新鲜程度以及低廉价格甚至要超过城市内一般的餐饮街的市场竞争力。但是又绝对不能以此简单地对比中日铁路车上盒饭/便当服务的好坏或者餐饮供应商的服务能力，因为要把一个局部的场景放到其依赖的大环境系统中，也就是笔者常常提及的产业链生态。

日本新干线主要车站甚至大城市部分中心地铁站都是绝对的城市中心和商业中心，类似于欧美国家城市中的MALL。据统计，欧美国家的MALL已经占领了50%以上的零售商业份额，成为一派繁盛场面。而中国近年来从MALL的概念中引入国内的城市广场，也成为线下零售商业的主流。特别是在涵盖国际顶级品牌、国内一线品牌的城市广场中，商业气氛爆棚的并不是位居其中的品牌门店，而是火爆炸天的附属餐馆、酒楼、影院和游戏场所，这也正是宜家中卖出最多的不是其设计巧妙的简易家具，

而是精心摆在家具上的各种家居用品，甚至办公用品的原因。

日本新干线及其城市地铁是日本最繁忙且最现代的客运枢纽，更是最具商业化的“轨道+物业+商业”综合运营商。因为日本依靠轨道交通出行的人口数量全球第一，而最需要体验感的零售商业渠道也离轨道交通最近，轨道客运枢纽站就成为日本最有商业氛围的核心商业节点，而新干线就连接在各个核心商业节点上，这就是新干线铁路便当可以高效低价运营的外部环境。

近期深圳地铁入主万科，虽然其中万科管理层有许多违背委托-代理机制的逆市场行为，但深圳地铁如果能借鉴日本轨道经验，成功打造出适合中国的“轨道+物业+商业”新模式，一定会成为新的实体零售商业渠道的新亮点。

“互联网+”带来了新的商业机遇。5月份铁路总公司总经理陆东福与阿里巴巴董事局主席马云签订了“双网融合”战略协议，希望将高铁网与互联网有机地结合到一起；4月份太原铁路局又与百度云签

订了智慧物流云平台。看起来铁路拥抱互联网只差腾讯和京东了。

事实上，铁路客票平台12306所凝结的客户大数据规模与质量应该远超过阿里巴巴的淘宝、天猫以及京东商城的客户数据，而产业规模和数据规模本身就具备金融属性。“互联网+铁路外卖”只是一个“互联网+”在铁路运行的开始，其对高铁车站“轨道+物业+商业”的创新改造才有更大的想象空间。

面对消费者，高铁可以是移动的商业新渠道；面对供应商，高铁也可以是移动的大数据。而这些乘坐在移动车厢的消费者却是静止的、时间闲置的，这却恰恰是体验式零售商业最渴望的。目前高铁车厢里售卖的还只是弱爆了的旅游小商品，但未来一定是通过大数据和云计算售卖消费者潜在需求的体验式商品，轨道上不仅有“舌尖上的中国”，更会有“梦想中的世界”。

（作者刘大成系清华大学互联网产业研究院副院长，工业工程系博导）

多股力量加速抢滩物流地产 专家称需防范泡沫

2017-08-29 记者 班娟娟 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,274,984）

● 物流地产正被多股力量“围猎”。

万科近日发布了8月份销售及近期新增项目情况简报。简报称,8月份万科新增物流地产项目5个,分别位于广州、宁波、昆明、杭州、苏州。

除万科外,房企、电商、金融机构等多股力量都在加快抢滩物流地产。专家指出,大体量资本的进入必然加剧物流地产的竞争;与此同时,也给投资方带来了许多挑战和隐患。

● 资本“围猎”物流地产

万科在物流地产方面早有布局。2015年,万科成立了万科物流地产发展有限公司,专门进行物流地产开发。2016年,万科物流地产获得了18个物流地产项目,总建筑面积约147万平方米。而根据计划,今年将再增加150万平方米的物流地产项目。

事实上,多股力量正在加紧布局物流地产市场。据了解,除万科外,绿地、越秀等房企均将物流地产作为业务拓展的方向;京东、阿里等电商早已涉足物流地产领域;而作为金融机构的代表,平安也在积极抢滩物流地产市场。

美国调查机构世邦魏理仕发布的《2017年亚太区投资者意向调查》显示,有61%的投资者考虑直接投资物业以获得更高回报,同时物流地产板块也受到更多投资者青睐。

西南证券分析师表示,物流地产不同于一般的产业或科创园区,核心客户需求和网络化布局的内在需求驱动力较强,其运营管理能力比开发能力更为重要,甚至决定了物流开发商的发展规模以及整体收益。由于中国的定制和高标仓储设施严重不足,

而电商和消费需求在持续增长,物流地产的发展空间不可限量。

戴德梁行发布的报告也称,过去10年间,中国物流地产市场迎来爆发式增长,整体市场规模从2005年的不足人民币3亿元增长到2016年的超过100亿元。

然而,强劲的市场需求之下是巨大的供应缺口。戴德梁行的报告预计,至2020年,电子商务、消费品、物流服务和工业对高标准仓库的需求将达到1.4亿平方米至2.1亿平方米,而届时供应量或只有5600万平方米至6600万平方米,供应缺口超过1亿平方米。在相当长的一段时期内,中国物流地产市场将维持供不应求的态势。

● 普通地产业务难度加大

业内人士指出,物流地产包括物流园区、物流仓库、配送中心、分拨中心等。相比地产开发,物流地产具有土地价格较低、政策支持多等优势,同时拥有土地增值、租金回报、服务费用等未来收益空间,因而成为房企争相布局的战场。

广发证券认为,从投资回报率来看,高标物流仓储设施的收益率明显高于其他商业类地产,目前我国一线城市的物流地产收益率在6.5%至7%之间,而写字楼及购物中心的收益率只有4%至5.5%。分城市来看,尽管部分二线及环一线的卫星城市物流地产的绝对租金水平低于一线城市,但考虑到其土地成本也相对较低,从收益率角度来看,供需格局较好的二线及环一线的卫星城市物流地产的回报率也较高。

中国社会科学院城市发展与环境研究所城市经济研究室主任李恩平告诉《经济参考报》记者，物流地产之所以获得资本青睐，有两方面的原因：一方面，近几年普通房地产市场特别是住宅市场存在明显泡沫，房企出于避险需要急于寻找新的发展方向。同时，国家加大了房地产调控力度，使得普通房地产经营开发难度增加；另一方面，随着经济快速增长，物流地产需求大增，特别是最近几年网购的迅猛发展，让物流的集聚规模和集聚方式均要求大变革，一些原来由商业企业经营的店面、门铺需求大减，而仓储及仓储现代化调配的需求大增。

清华大学互联网产业研究院副院长刘大成为，目前地产投资出现两大趋势：一是用房地产杠杆撬动资本，在海外大肆投资文化、体育、娱乐和旅游业等疑似转移资产的行为，已经被严控及严打；二是近年来 PPP（政府和社会资本合作）大行其道，而物流园区投资回报期虽长但回报稳定，适合风险厌恶型投资。因此，资本青睐物流地产成为一种必然。此外，国家出台了一系列推动物流业发展的激励政策，作为物流业降本增效最易实现的多式联运和物流园区建设，自然成为各地政府争相发展和支持的项目。

● 需防范泡沫切勿一哄而上

不过，专家也认为，物流地产的发展并不像看上去那么美。物流项目属于周期长、投资回报慢的重资产运营，规划与运营物业产业链生态，将占用开发商较大的精力与资金，这对开发商而言，将是一大考验。

中国指数研究院前不久发布的报告显示，前些年，物流地产在发展过程中普遍存在同质化情况，而近来土地成本提升较快，但物流地产的投资回收期通常在 15 年以上，这为其开发建设完之后的招商、

运营等专业化运作带来挑战。由此可见，中国物流地产的规模化时期已过，当前市场有效供给不足，高端物流市场存在发展空间，在新的发展格局中，物流地产将面临结构化发展机遇。

刘大成分析认为，对于投资方而言，发展物流地产将面临三重挑战。首先是物流地产投资回报期较长，收益更多依赖物流地产的运营能力。物流地产龙头普洛斯之所以能在短周期内回收投资的主要原因，一方面是因为普洛斯具有覆盖全球的物流配送基础设施和面向客户的“一站式服务”；另一方面则是由于在规划之初，普洛斯就与电商、制造业巨头和第三方物流企业达成长期租赁协议，保证了稳定而持久的投资回报。其次，物流地产的成功运营，要么有本区域化产业生态链的支持，要么有横向网络化平台的支撑，或者有第四方物流管理运营公司的市场分拨，这样才能在未来以网络化物流为竞争标志的罅隙市场中获取竞争优势而维持生存、赢取利润。第三，只有实现土地溢价、物流规模及范围溢价、物流增值服务溢价，才能让物流地产真正实现可持续快速增长。

而在李恩平看来，物流地产面临的挑战和隐患主要还是防范泡沫。物流地产的主要特点是物业经营，客户主要是物流企业，很难像住宅市场那样存在很大的投机性需求。因此，对开发企业来说，应该做好每个项目的调研和可行性研究，比如所在区域物流市场规模和市场类型、已有的物流地产规模和使用情况以及所选项目是否具有较佳的地理区位等，只有具有区位优势的项目才可能真正集聚物流企业。

“只有真正符合市场需要的物流地产项目才能去开发，千万不可一哄而上。”李恩平说。（记者 班娟娟）

中铁总混改“朋友圈”都有谁？*

2017-09-11 记者 顾志娟 来源：中国财富网（客户端阅读量：1,332,127）

国企混改大戏正轮番上演。继中国联通的混改刚刚尘埃落定，9月7日爆出三峡集团旗下三峡新能源的部分混改计划后，中国铁路总公司有望成为下一家实施混改的重磅央企。

近日，顺丰控股表示将会积极参与中国铁路总公司的改革。从今年5月至今，中铁总已经陆续对5家企业发出混改邀请，包括腾讯、阿里、一汽、中远海运、建行。随着顺丰的加入，中铁总的混改“朋友圈”或将涵盖互联网、汽车、海运、银行、物流五大领域。

中国财富网调查发现，作为国企改革的一大主线，目前混改推进依然存在一定难点。专家表示，混改就是在探索，在国企的体制构建中走出一条新的道路来。

● 混改实现“双网融合”、上下打通

今年5月15日，中国铁路总公司党组书记、总经理陆东福会见了阿里巴巴集团董事局主席马云，并邀请阿里在混合所有制改革领域与中铁总深化合作。以这次会见为起点，中铁总开始向外频抛混改邀约。7月14日、20日、26日、28日，陆东福分别会见腾讯、一汽、中远海运、建行的高层，并邀请这些企业参与中铁总的混改。

阿里和腾讯在上一例联通的混改中已经作为重要角色参与，现再次出现在中铁总的混改中，并不意外。中铁总此前已经与两大互联网巨头有过多方业务合作，这两次高层会面陆东福希望进一步加深的合作领域包括：与阿里开展高铁快运、国际物流、电子支付方面的合作，与腾讯探索智慧铁路、无现金出行、“刷脸”进站等方面的合作。

高铁网与互联网“双网融合”，其实是中铁总与互联网公司的优势叠加。清华大学互联网产业研究院副院长刘大成向中国财富网分析，中铁总代表的是实体网络，特别是国家规划到2030年建立覆盖全国的“八纵八横”高速铁路网，“连县域之间都可覆盖，可以说是最强的‘实体网’了”。而阿里与腾讯代表的是虚拟网，两大巨头在线上资源方面具有极强的实力。中铁总混改引入互联网公司可实现实体网与虚拟网的“双网融合”，整合线上线下资源，这其中有极大想象空间。

今年7月铁路部门推出互联网订餐服务，支付环节即与阿里和腾讯合作。

而以一汽、中远海运为代表，中铁总邀请的另一大主线是同属交通领域的汽车和海运行业领军企业。其实中铁总与交通运输行业上下游企业的合作始终在推进。2016年10月铁总换帅，陆东福上任后，中铁总的改革动作就开始迅速加速，先后与港铁、一汽、东汽、中远海运、上汽、中国中车签署合作协议。

根据中铁总官网消息，中铁总与一汽的合作领域包括基础设施建设、商品汽车零部件物流、商品汽车国际运输等，而与中远海运的合作领域包括铁水集装箱联运、物流基地建设、港口与铁路“前后一公里”衔接、联运信息交换共享等。海运交通行业内部人士向中国财富网表示，中远海运为海上运力最强的央企，而中铁总为陆地运力最强，二者的结合可以打通运输过程的不同环节，共享线路、仓储、码头等基础设施资源，可提升效率、降低成本。国家发改委城市中心综合交通规划院院长张国华介绍，目

前我国铁路运输、公路运输或海运单个环节的物流成本并不高，但一旦铁公、铁水联运，成本就很高。铁路、公路、海运三大运输产业通过混改来实现高效的合作机制，无疑将对整个物流行业的发展带来很大机会。

快递某种程度上来说也是铁路的下游行业，顺丰的加入显得顺理成章。顺丰是中铁总电商专列的客户，同时一直是中铁总高铁快运业务的积极参与者。进军物流快递业是中铁总 2013 年启动的铁路货运改革的一大缩影，铁路从“坐商”向“行商”进行转变——不再主要依靠大宗货物，而是主动寻找更多的市场，快递则是可发挥铁路优势的一大领域。顺丰作为中国快递业的领军企业，在运营、服务、IT 建设等方面具有优势，与顺丰的合作对中铁总的货运改革将会有推进作用。

● 国企混改之难点

作为铁路行业国企改革的代表，中铁总的混改从今年年初就已经开始。1 月 3 日中铁总工作会议上，提出开展混合所有制改革是 2017 重点工作之一。根据 8 月 25 日中央纪委监察部网站公示的《中共中央铁路总公司党组关于巡视整改情况的通报》，中铁总正在有序实施铁路企业混合所有制改革，已经制定了《关于发展混合所有制经济的意见》，按照运输企业、非运输企业、混合所有制企业三个类别，推进实施混合所有制改革。

根据中铁总官网信息，目前其旗下有 18 个地方铁路局（除了广州铁路（集团）公司与青藏铁路公司之外，其余均冠以铁路局抬头）、3 家专业运输公司和 17 家非运输企业。

中铁总的混改将运输企业与非运输企业进行区分，除了业务性质的不同之外，实际上也是出于区分铁路的公益性与商业性的考虑。中国企业研究院首席研究员李锦对中国财富网表示，铁路作为同

时具备公益性和商业性的行业，混改应该分类、分层次进行，“分类就是网和运要分开。有两点前提，一是铁路网作为国家命脉，要保留在国家手里，不能让出去；第二是社会公益性的方面，比如票价问题，还是以公益为主。这是两条红线。其他商业型、市场竞争性的领域，可以充分放开，让民营资本进入，让民企来运营和管理。”刘大成认为，对于国企承担社会职能的公益性领域，依然需要政府来进行补偿，例如税收制度的补偿或是监督机制的补偿等。

区分了哪些领域不能搞混改之后，对于可以进行混改的领域，李锦认为“胆子可以大一点，更放开些”。而进行混改的一大难点是解决如何让社会型企业进得来、待得住、离得开。张国华认为，这需要根本的制度和体制环境的改革。铁路的运营和管理如何建立基本的市场经济规则，如何确定收支定价体系，还有国企与民企之间的利润分配、财务制度、监督制度的制定，均是未来需要进一步探索的问题。

张国华提出，目前推行混改还有一大观念上的难点是国企和民企的对立思维。“过去我们总想着国企是代表国家，民企不能代表国家，甚至民企都有些原罪。但在西方市场经济中，国企中有民企，民企中有国企，即使是充分市场经济的国家，也都有计划的成分。”破除国企与民企的对立思维，在业务层面的融合之后达到文化层面的融合，使得国企在转型过程中形成对于创新的激励机制和对于试错的容错机制，这样才能发挥出混改的真正作用。

● 混改的模式与方向

2017 年被成为国企改革的“落地见效年”，三大主线也逐渐明朗——混改、重组、国有投资运营公司。混改作为国企改革的重点突破领域，今年以来一直在持续发力。国家层面，发改委已经批复两批共计 19 家混改试点企业，第三批试点也在报批阶段，涉及七大领域——电力、铁路、民航、电信、军

工、石油、天然气。国企层面，多家央企集团宣布启动混改，并陆续有二级企业的混改方案落地。

今年4月，中粮集团正式启动了旗下中粮资本的混改项目，主要方式是“增资+售股”引入社会资本，同时开展员工持股。

6月，首批央企混改六大试点之一的东航集团旗下东航物流混改方案落地：引入四家战略投资者联想控股、普洛斯、德邦、绿地，同时开展核心员工持股。东航集团对东航物流的混改下一步计划是改制上市。

而8月份最引人瞩目的中国联通混改，采用“定向增发+老股转让+员工持股”三种方式。将超过35%的股权比例让渡给民营企业，4%让员工持有，联通集团对中国联通A股的持股比例将从原来的63.7%大幅降低至36.7%。

紧随联通之后的中金珠宝，其混改方案采用了同步引入战略投资者、产业投资者并开展员工持股计划的方式。中国黄金集团也表示接下来中金珠宝将推进上市计划。

梳理已有的国企混改方案，目前最常用的模式有两种，一是引入民营资本的外部投资者；二是员工持股。另外，在引入新股东后，一般会进行拆分上市或整体上市以实现资产证券化。中铁总也在推进铁路企业上市，印发了《关于加强企业上市及上市公司内部信息管理的规定》等文件，制定了有关企业资本运营和再融资方案，正在推进落实。

李锦对中国财富网表示，战略投资者的作用不仅仅是作为一个出资人，而是借引入非国有资本来实现国企的产权多元化，打破原来国资独大的局面，让渡部分股权来换取民企在技术、经营机制、管理理念方面的优势经验。“民营资本的参与本身就是打破原来行政垄断的结果，这就是在向市场化迈进，”李锦表示，结合法人治理结构和市场化经营机制，混改有利于国企建立运营高效的现代企业制度，提升国企经营效率。

未来，混改一大重要方向是继续推进国企的市场化。张国华提出，目前中铁总在市场化定价方面已经做出了一些有益的尝试，这是符合未来的发展趋势的。但对于中铁总来说，混改的一个更重要的方向是不能“就交通论交通”，交通其实是组织产业、组织空间的手段，也是产业和经济发展的基础。

推广到所有的国有企业，如何通过混改，探索出新的模式让社会企业、国家、地方充分参与进来，组织好国家的产业布局，提升中国的国企在全球合作中的竞争力，这也是混改和国企改革未来需要探索的方向。

2013年3月17日，北京复兴路10号“中华人民共和国铁道部”的牌子被换成“中国铁路总公司”，标志着铁路改革第一步——政企分开的完成。或许，中铁总混改方案的亮相，将是中国铁路改革路上的又一大步。

无人机、无人车、无人仓争相亮相 无人物流还远吗？

2017-08-29 记者 班娟娟 来源：经济参考报 （客户端阅读量：1,274,984）

“无人物流”正悄然而至。在日前举行的世界机器人大会上，京东方面透漏，拟申请在北京南六环周边的大兴部分地区试点无人机送快递业务。而在此之前，京东已与阿里巴巴、苏宁一起，相继亮出了自己的“无人仓”。

业界认为，技术新红利正在重塑物流价值。不过，在发展智慧物流的同时，也应对效率和成本做好权衡，切勿为了“无人化”而“无人化”。

物流企业争相“无人化”

当前，物流企业在“无人物流”方面展开了全方位角逐，而阿里和京东之间的竞争尤其激烈。8月初，京东宣布在江苏昆山启用无人分拣中心，其最大特点是，从供包到装车，全流程无人操作。与此同时，阿里旗下的菜鸟网络也宣布，自己打造的中国最大机器人仓库已在广东惠阳投入使用。

京东方面表示，无人机、无人车、无人仓是京东智慧物流的三大支柱，“今年 618 以来，京东无人机已在宿迁、西安实现日常运营，两个月内完成了数千单配送任务，飞行里程近 2 万公里。京东无人车也已在北京、杭州、西安的多所高校开始运营，而智能机器人更是早已在不同仓储物流中心投入使用。”

清华大学互联网产业研究院副院长刘大成在接受记者采访时指出，物流无人化主要分无人仓库和无人配送。尽管这两个概念都很吸引眼球，但无人仓库和无人配送都不是新事物，但过去只是在单个环节上使用而已。

目前，谷歌、亚马逊、敦豪 DHL、顺丰快递以及沃尔玛等都在推出无人机配送业务。

而亚马逊 2012 年以 7.75 亿美元收购了 KIVA System 公司，其 KIVA 仓储机器人可以举起 3000 磅的货物，且可以敏捷地移动于各个货架之间。

刘大成表示，“无人物流”已经越来越接近我们的现实生活。阿里和京东等企业之所以在“无人物流”方面动作频频，究其根本，是在抢夺资本的注意力。物流无人化是未来发展的趋势，它融合了目前几乎所有的热点技术，不仅是吸引资本聚集和催生市值上涨的最好工具，也是物流业最佳的竞争手段之一。

效率及成本取决于应用场景

物流无人化的最大优势，就是提高了效率、降低了成本。

据京东方面介绍，目前京东无人仓的存储效率是传统横梁货架存储效率的 5 倍以上。京东昆山无人分拣中心的分拣能力可以达到 9000 件/小时，供包环节的效率提升了 4 倍，在同等场地规模和分拣货量的前提下，每个场地可节省人力 180 人。无人机则能够将传统人工配送的时间缩短数倍甚至数十倍，物流成本也随之降低。

菜鸟网络也表示，过去的传统仓库，消费者下单之后，拣货员需要跑步到货架前，将货物拣出。由于一个订单往往有几件、几十件货物，拣货员需要在仓库内多次跑动，通常每小时只能拣货 100 多件。现在，拣货员与机器人搭配后，每小时的拣货量比以前提升了 3 倍多。

业内人士表示，当前物流产业正面临从互联网向物联网转型的新拐点，工业 4.0 已自然而然地融入物流仓储自动化领域。近几年，物流仓储自动化、智慧仓库等现代化科技的出现，将原本独立运作的自动化模块通过信息技术紧密联系起来，从而带来了物流业整体质的飞跃。

显然，物流产业正处于新技术、新业态、新模式的转型升级之际，而技术新红利也正在重塑中国物流价值链和物流产业新格局。

不过，刘大成认为，“无人物流”能否提升效率和降低成本，还需取决于应用场景和具体作业。“从物流效率上看，物流无人化在重复作业、承重作业、非精确搬运作业和高速识别作业上比人工更具有优势。但无人化不是万能的，特别是在处理复杂作业、柔性可变作业等方面，机器还不能替代人工。因此，企业不能为无人化而无人化。”

在他看来，“如果将人力与机器进行协作作业，即人做人擅长的，而机器做机器所擅长的，将有可能极大地提高效率和降低成本。”

全面普及为时尚早

尽管无人化物流已进入我们的视野，但专家认为，全面普及还为时过早。

刘大成说，在物流领域，不少“单元节点”的无人化才刚刚起步，在作业效率、作业质量和投入成本上还不能与人工相比；同时，人机融合时会更加突出人的创新、柔性和适应能力。因此，完全“无人化”还有待时日。

“当然，某个点的突破可能会带动整个系统的提升和发展，那么无人化物流的普及也可能在某个临界时间迅速达到。”刘大成说。

而在贯铄资本 CEO、物流专家赵小敏看来，各大企业还无法将无人机、无人仓进行大规模商用。现阶段，物流无人化的成本远高于人工成本，且这些都是概念化的东西，离成熟运用和系统集成还有很大差距。

刘大成认为，目前加快普及无人化物流的难点还在于法律、技术、成本和运营等问题。“物流无人化的目的是将货物更有效更准确地送达客户。然而，一旦出现法律纠纷，其责任应该由谁承担？遭受黑客入侵后如何问责？客户识别如何更为有效？”

值得一提的是，围绕物流业的“降本增效”，政府近期出台了一系列举措，鼓励发展智慧物流，这对物流业的发展产生了巨大的推动作用。

刘大成认为，政策利好带来了资本。物流业的竞争优势在于规模化、网络化和标准化，而这“三化”均需要资本的推动。传统物流因为其投入大、利润低且见效慢，很长时间都被资本所忽视。自 2014 年以来，中央审时度势，将物流业作为衔接生产和消费的拉动性产业给予持续支持，让资本越来越介入到物流业的产品创新与体系整合中，而物流无人化正是这一过程中产生的一大红利。

不过，刘大成也指出，未来物流无人化发展的难点，还在于如何把“人+无人”这个矛盾体变成融合体。

BATJ 入局联通 混改指数一马当先

作者：胡恩燕 来源：中国财富网 2017-08-17

中国财富网讯（胡恩燕）8月16日傍晚，中国联通A股公司(600050)发布《中国联通关于混合所有制改革有关情况的专项公告》后又撤回。短暂停牌的中国联通港股公司(00762.HK)亦发布公告，披露交易对价合计不超过779.14亿元的混改方案，并表示已向港交所申请8月17日复牌。

此次混改最大亮点在于，将引入腾讯、百度、京东、阿里巴巴（BATJ）以及中国人寿、苏宁、光启互联、淮海方舟、兴全基金等多家战略投资者。假设上述交易全部完成，按照发行上限计算，联通集团将合计持有联通A股公司约36.67%股份，新引入战略投资者合计持有35.19%股份，形成混合所有制多元化股权结构。市场分析认为，混改概念股或将再次站上风口。8月17日早盘，沪深股市国企混改指数、5G指数等相关板块指数果然一马当先，涨幅居前。

涉及资金近780亿、垄断行业引入民资互联网企业战略合作者、A股H股同时公告、公告发布又撤回，昨晚的这一系列动作，让联通混改剧情扑朔迷离，亦使此次混改备受瞩目。

迎来混改方案的尘埃落定后，停牌近半年的中国联通A股昨晚发布一系列与混改有关的公告，随后又相继撤回6条，据称因混改有关事项需进一步修改确认。截至发稿，重新发布的公告只余3条，而最大的变化则是《2017年半年度报告》中的“资产负债表日后事项”，由此前三段变为“不适用”。

● 民资进入垄断行业诉求各有不同

中国联通将在混改中引入包括腾讯、百度、京东、阿里巴巴等在内的民资战略投资者，虽然在合

计持有联通A股公司35.19%股份的新引入战略投资者中，上述企业单独占有的份额并不高，但不影响话题热度。

公告称，此次混合所有制改革方案采用非公开发行和老股转让的方式相结合，引入处于行业领先地位、与联通A股公司具有协同效应的战略投资者。投资者包括大型互联网公司、垂直行业领先公司、具备雄厚实力的产业集团和金融企业、国内领先的产业基金等。

具体来看，新引入战略投资者所持有的股份构成，分别为中国人寿10.22%、腾讯信达5.18%、百度鹏寰3.30%、京东三弘2.36%、阿里创投2.04%、苏宁云商1.88%、光启互联1.88%、淮海方舟1.88%、兴全基金0.33%和结构调整基金6.11%。加之联通集团将合计持有的36.67%股份，国资依然占大头。

中国企业研究院首席研究员李锦在接受中国财富网采访时说：“垄断行业过去是民资和社会资本难以进入的。这次多家互联网企业且都是民资企业得以进入战略投资者名单，已经是一个重要突破。”

李锦认为，此次联通混改引进互联网企业，明显是为提升通信技术产业链条水平。而金融、资本以及各种要素组合，亦是此次混改的特点。值得注意的是，16日当天，中国联通与腾讯、百度、京东、阿里巴巴等战略投资者就进一步合作签署了战略合作框架协议。

中国联通表示，混合所有制改革方案引入的战略投资者与联通A股公司主业关联度高、互补性强，有助于将联通A股公司的网络、客户、数据、营销服务及产业链影响力等方面的资源和优势，与战略

投资者的机制优势、创新业务优势相结合，实现企业治理机制现代化和经营机制市场化。

中国联通透露，将通过与战略投资者在云计算、大数据等领域开展深度战略合作，聚合资源、整合优势、能力互补、互利共赢，推动重点业务和产业链融合发展。

清华大学互联网产业研究院副院长刘大成认为，此次混改中每个参与企业都有对未来红利的期待，但各方利益诉求并不完全一致。对于联通来说，此举或为其布局 5G 时代的一个突破口；而对于互联网企业来说，可能更多是希望通过这种融合、创新，带来政策上的利好。“因为在构建产业链生态方面，参与混改并不是这些民资互联网公司的必然选择。”

此外，刘大成告诉中国财富网，如果希望混改达成更好的效果，那么未来中国联通可能需要在改革路径和释放控制权等方面有更大胆的突破。

● 对国企混改具有标杆意义

作为第一批混合所有制改革试点，中国联通改革思路明晰，具有标杆意义。其逻辑是：通过整体设计，积极引入境内投资者，降低国有股权比例，实质性地推进混合所有制改革，以市场化为导向健全公司治理机制，聚焦公司主业、创新商业模式，规模发展基础业务和创新业务，全面提高企业效率和竞争能力，实现公司战略目标。

对此，李锦表示，混改是今年国企改革的重要突破口，而第一批混改试点中的联通和东航则是突击队。“第一梯队冲在前面，闯出一条路子，对后来的混改队伍将有引领作用。它们无论对混改目标的

确定、路径的选择和标准的明确，还是在混改过程中使用的方法，都将为后面的混改队伍提供可复制、可推广的经验。”

李锦认为，混改不是简单的技术或资本的累加，关键在于公司治理机制和市场化经营。产生更大的效益，把通讯事业做大、做强、做优，才是混改的根本目标。“公司化治理的核心是董事会的构成，社会资本参与的发言权怎样？这是此次改革必须回答的敏感问题。”

● 多元化股权将加速公司转型

混合所有制改革方案实施前，联通 A 股公司总股本为 211.97 亿股。在混合所有制改革方案实施过程中，联通 A 股公司拟向战略投资者以非公开形式发行不超过 90.37 亿股，募集资金不超过人民币 617.25 亿元，并由联通集团向结构调整基金协议转让其持有的约 19.0 亿股联通 A 股公司股份，转让价款约人民币 129.75 亿元；向核心员工首期授予不超过约 8.48 亿股限制性联通 A 股公司股份，募集资金不超过约人民币 32.13 亿元，上述交易对价合计不超过约人民币 779.14 亿元。

对于 617.25 亿元募集资金的用途，公告披露称拟将资金净额通过中国联通用于 4G 能力提升、5G 组网技术验证以及网络试商用建设项目和创新业务建设项目，有助于提升联通 A 股公司核心业务竞争力、加快推进联通 A 股公司战略转型。对此，中国人民大学经济学院教授刘瑞告诉中国财富网，国企改革势必要做产业布局优化，将资本驱动做大做强。

物流业应充分把握“一带一路”战略机遇

——访清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师刘大成

《中国经济时报》2015.11.26

“一带一路”本身就是解决流通中的资源整合问题，我国有强大的市场和物流需求，民营物流企业要借势公共平台谋发展，未来，我国的物流企业要更加注重构建现代物流管理方式，拥抱“互联网+”，朝规模化、专业化和规范化发展，与国际市场需求接轨。

本报记者 王晶晶

近日，据国家发展和改革委员会透露，目前，全国31个省区市和新疆生产建设兵团“一带一路”建设实施方案衔接工作已基本完成，正陆续出台。根据方案，各地将在多个领域推动重点工作和重大合作项目。随着基础设施的日渐完善，势必会推动物流行业的发展。

那么当前，在“一带一路”战略的背景下，我国的物流企业在发展过程中仍存在哪些问题？应如何把握住机遇、更好地发展？当前最需要关注和亟待解决的问题是什么？日前，中国经济时报记者采访了清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师刘大成。在刘大成看来，我国的物流企业要更加注重构建现代物流管理方式，朝规模化、专业化和规范化发展，与国际市场需求相接轨。

■ 物流企业迎来战略性发展机遇

刘大成认为，“一带一路”本身就是解决流通中的资源配置优化问题，通过中欧两个主要经济体的流通建设和与沿路国家的合作，让我国制造业与全球的供应链更好地结合，这对物流行业有天然的

促进作用。“一带一路”辐射的国家和地区，除了在基础设施建设中的合作外，也更趋向于贸易互通。

“无论是推动基础设施建设，还是促进物流业和服务业的发展，实质上都是促进资源优化配置的过程。”在刘大成看来，“一带一路”战略让全球化的核心资源重新进行优化配置，连通主要经济体和沿路国家的消费渠道，其真正的依托就是物流体系。

刘大成指出，“一带一路”战略的更大目标是抵抗TPP和TTIP的冲击、促进地区间贸易平衡，这也有利于我国参与全球供应链，与其他国家进行资源配置的优化互补。而“一带一路”战略下基础设施的建设，包括铁路、公路、航空和水运等通道大大改善，直接使得相关物流企业在规模化、专业化和规范化进程中减少了投资成本，更容易提高资源优化配置的效率。

刘大成认为，“一带一路”促进了经济平衡和制造业的发展，更给物流企业带来了战略性的机遇。一是积极培育了物流产业集群。目前来看，在“一带一路”沿线地区，各省市正致力于对物流节点城市和区域性国际物流枢纽的打造。其规模化和集聚效应，也使得更多的物流企业参与进来，在不断的竞争中，更易促成专业化、社会化和国际化的第三方物流企业。二是各地在契合“一带一路”战略过程中，依托当地资源，充分发掘比较优势，发展产业集群，进而形成特色的物流园区，有助于特色物流企业的发展。三是在“一带一路”发展过程中，现代产业链推进了整体供应链乃至金融业的发展，实现了

资源和资本的聚积,例如亚投行和金砖银行等在“一带一路”战略中的布局和投资,从资金面和市场面来看,也充分利好物流企业。

■ 民营物流企业要借势谋发展

包括物流企业在内的广大民营企业可谓是参与“一带一路”建设的生力军。数据显示,有进出口实绩的民企占外贸企业总数比重超过70%,其中关键的一环便是物流。

谈及民营物流企业存在的问题,刘大成说,一是民营物流企业虽然运营效率较高,但具有规模优势的企业却不多。二是许多民营物流企业仍存有“小富即安”的心理,具有清晰的发展战略规划的企业不多。三是民营物流企业现在大多各自为战,融入参与社会化平台的企业不多。

刘大成表示,目前,在各级政府推动下,社会化的物流资源和供应链平台以及行业公共平台越来越丰富,物流企业可以在较低的额外成本上,借助公共平台方面实现扩展的资源配置能力。

刘大成还指出,物流企业“野蛮”生长的问题也颇为严重,许多企业依旧处于原始操作阶段,有“一哄而上”做物流企业的现象,导致物流市场整体专业化不强,现代化模式有待构建。还有就是物流人才储备不足,操作层面居多,具有现代化物流与供应链理念的企业不多,熟悉物流信息化、物流金融、国际物流等领域的高层次人才更是少之又少。

由于民营物流企业具有“小而散”的特点,而且发展的起点也不高。那么,物流企业应如何把握住“一带一路”带来的战略新机遇呢?刘大成认为,以下几方面值得思考:一是物流企业要善于发现自己的核心优势,做出特色,寻找差异化市场。二是要尽快融入到当前社会物流的平台和体系当中,尽可能地通过打造物流产业联盟,构建物流网络平台,实现网络化的资源配置,以控制成本提高收益。三

是借助“一带一路”带来的市场挑战和机遇,逐渐孵化出能够配合、保障制造业和服务业健康运转的物流企业,依托区域内支柱产业和优势产业,实现拉动或驱动区域相关产业发展的目标。

■ “互联网+”:物流企业运营的纽带

随着互联网时代的到来,物流行业触及互联网也是必由之路。谈及“互联网+物流”的发展路径,刘大成认为,“互联网+物流”本质上是物理与逻辑的有机融合,也是实体物流与虚拟物流的有机融合,从而降低了物流成本,也更好地衔接了供应和需求,而且利用互联网的信息互联,亦更好地保障了物流行业企业的信誉和信用,促进资源的优化配置。

同时,物流企业也可以发展成专业的网络化物流公司和平台,“物流网络可以是提升物流竞争力最根本的一环,‘互联网+’不仅是工具,也是企业运营的枢纽和纽带。”刘大成说。

“‘互联网+’使得小微企业进入物流行业更容易,但是当后期企业发展壮大时,就会发现竞争会越来越激烈,而竞争的门槛也会越来越高。”刘大成说,当“互联网+物流”发展到一定程度,网上有信誉的企业就会快速发展,具有规模优势,越来越强,到最后很可能是“胜者全收”,导致“一家独大”。刘大成坦言,互联网容易催生新的企业,但是如果企业没有核心优势和规模优势,很有可能会被并购重组,规模化也会一定程度导致“垄断”,扼制“竞争”,反而不利于资源的优化配置。

刘大成强调,让资源进行优化配置,在中国需要“资本”和“权力”两只手,既要通过资本的配置能力而依靠市场,还需要政府从政策、法律、体制机制上为本土化的物流企业提供良好的发展环境,鼓励其做大做强,参与国际化竞争。互联网下的“弯道超车”是当前物流业的发展新机遇,在眼下物流成本居高不下,物流整体效率不高,客户满意度低的

状况下，从政府和市场层面，可借助“互联网+”，使物流业做大做强。

■ 构建物流业现代化管理模式

谈及物流行业的发展趋势，刘大成说，我国有强大的市场和物流需求，未来的物流业一定是朝专业化、规模化和国际化方向发展。具体而言，一是通过“一带一路”战略，让物流企业充分了解现代化的管理方式和国际文化，而不是仅靠低廉的人工成本和较高的服务能力占有市场，更需要在物流的高利润和高附加值上做文章。二是要鼓励物流行业的社会化、规模化和现代化发展，推进第三方物流企业茁壮成长。

刘大成强调，要做好物流企业，需要重点关注以下四个方面：首先，作为运输最大份额的铁路系统货运改革，要从整个铁路网络系统考虑，而不是把十八个铁路局作为货运孤岛，还需要从总公司整体的信息化、系统化和规模化的方向着手改革，要充分发挥铁路网络优势，“不能用自己的短处去死磕公路运输的长处。”刘大成认为，“一带一路”优先发展的就是走出海外的铁路和核电产业，因此，国际铁路货运也将成为今后关注的焦点。

其次，我国现有规划建设的物流园区将近 80% 都处于未充分利用的状态，建议物流园区要和当地的优势产业和支柱产业相互依托、支撑，相互拉动。物流园区效率的进一步提高和物流系统的健康完善需要各级政府的关注。

第三，谨防物流的“冷链”成为“断链”，物流企业投资冷链成本高，且长期得不到回报，例如与食品和药品相关的物流都需要冷链支持。而做好冷链运输，需要国家从行业或企业层面上，给予相应扶持，以提高冷链效用。

最后，解决城市的集中配送和提高快递的信誉度也将成为未来物流行业重点关注的问题。通过物流降低交通的负荷，减少“都市病”，通过良好的信誉，培育国际化的物流企业，与国际化的市场需求接轨。

来源：中国经济新闻网--中国经济时报 作者：王晶晶 编辑：马博

■ 大成编笑话

大成问学生：“怎么消除你们与父母之间的不和谐？”

小强说：“大成老师，你给我们都 100 分就可以了！”

■ 大成编笑话

大成去湖边垂钓，居然钓上了三条鱼，正高兴，有一城管过来说：“此处禁止垂钓，罚款 500 元！”

大成问：“哪里写着禁止垂钓啊？”

城管把远处墙角处躺着一个破烂木牌拿过来指着什么斑驳的红字说：“虽然它被拔走扔了，但制度还在，少废话，交钱！”

大成说：“你罚的是垂钓，我没有钓鱼啊，我是在训练自己家鱼呢，我吹口哨，它们在水里就会游回来！”

城管说：“你少骗我，你吹个口哨试试！”

大成把那三条鱼放回水里，吹响口哨。

城管等了一会儿，说：“说你骗我吧？哪条鱼回来了？”

大成看着城管问：“鱼？什么鱼？”

提升服务能力 对接交通供给侧改革

2016-06-17 04:00 来源：中国经济时报记者：王丽娟

交通运输是连接生产和消费的重要环节，交通运输供给能力不足，会影响整个经济发展的质量和效益。为提升综合交通质量和效率，增强交通供给服务能力，方便大众出行和降低物流成本，更好地发挥交通运输对经济社会发展的支撑、引领作用，国家发改委和交通运输部近日联合印发了《关于推动交通提质增效提升供给服务能力的实施方案》(以下简称《方案》)。

清华大学工程管理硕士教育中心执行主任刘大成在接受中国经济时报记者采访时对《方案》给予了高度评价。他认为，《方案》求实、具体，意在切实提高交通服务能力。这一方面是为了满足需求，缓解交通能力不足、城市间交通不便利、货运成本过高等问题；另一方面也是为了拉动需求。随着高速公路和铁路客运运量的增加，运输服务能力的改善客观上也在带动相关行业快速发展，因此，提升交通运输拉动需求的能力不容忽视。

■ 三大亮点促交通运输提质增效

在刘大成看来，此次《方案》有三大亮点值得关注。

一是在综合枢纽衔接方面。《方案》要求，加强综合交通枢纽布局、建设和运营衔接，畅通城市内外，便捷中转换乘，打通枢纽“梗阻”，大幅提升旅客集散效率，方便群众出行，促进民生改善。同时还特别要求每年新建 200 万个公共停车位。

“以往铁路、航空、水港、公路以及城市内部的交通衔接不太强，从飞机场到火车站，或者商务购物到停车场，都是脱节的。”刘大成举例说，停车场工程和地铁工程，有些远郊区的车主希望把车停

在地铁口再乘坐地铁进入市区，但没有停车场就无法实现，还有中小学校门口没有停车场，造成交通拥堵，这种刚需是无法靠交管部门来协调的，“因此，交通建设要从城市整体规划入手，系统考虑交通衔接。”

二是在全面建设智能交通方面。《方案》提出，加强互联网等现代信息技术在交通领域的应用，提供便捷交通运输服务，提高交通资源利用效率，提升运输组织管理水平。

以机场为例，刘大成向记者解释了发展智能交通的迫切性。我国的机场远比国外很多发达国家的机场建设更庞大，但效率却不成正比，究其原因，正是由于管理水平上还与发达国家存在差距。因此，智能建设不仅要体现在硬件上，还要体现在软件上。

三是在联程、联运方面。刘大成介绍，发达国家的公司、港口联运占比基本上达到了 10%—20%，有些还高达 40%。而我国的联运水平差距非常大。

“这一差距在本质上就是效益的差距。对于 600 公里以上的货运，大宗货物更适合水铁联运和海铁联运。《方案》推动联运，特别是以集装箱为中心的运输组织方法值得肯定。”刘大成说。

■ 四点建议完善政策推进

刘大成认为，《方案》更多从交通运输的角度进行设计，但从完善和促进我国物流发展角度出发，围绕交通服务提升的有关政策仍有完善空间，比如交通对其他产业的支持拉动作用，他从四个方面提出了有关建议。

第一是高速公路收费问题。我国交通运输是以公路为核心，但高速公路收费问题一直是公众焦点。

我国目前公路的投资建设还尚未完善，如果不允许收费就无法吸引投资，所以高速公路收费这个现象在近中期内是不可能消失的。因此要想降低费用就要从整体的系统联运来提高效率，降低整体系统的物流成本，而不仅仅是运输或者交通成本，这是我们将来需要重点考虑的。

第二是铁路转型升级问题。随着经济发展，煤炭、铁矿石这种附加值低、体积大、重量大的货品会越来越少，在这种情况下，传统面向这种大宗货运的需求一定会萎缩。同时由于产业结构和产业布局的调整，许多资源的形态发生改变，比如坑口发电，就不需要煤炭在远距离的运输，这就造成了货运需求量的下降。铁路的货运要做好转向对接高附加值的货物准备，这就需要加大资本投入来增加硬件设施。

比如，如果能在园区布局上多考虑，将客运的一部分投资转到货运上来，使铁路货运实现轻型化、快速化、高速化、客运化，才能从本质上扭转货运在高附加值市场竞争中的弱势，继而提升国家整体的运输能力，“这无疑将使铁路货运向现代物流转变成为可能。因此，铁路的货运改革迫在眉睫。”刘大成说。

第三是建设消费服务设施方面。诸如发达国家的汽车营地建设和通航工程发展值得我们借鉴。比如在汽车营地方面，我国可以通过寻求与旅游的联系找到增长点。而在发展通航工程方面，受制于国情因素和民众需求不足等因素，注定在短期内无法实现。

第四是在提升快递物流服务方面。刘大成认为，走出国门切勿操之过急。我国的快递公司利用中国特殊的劳动力市场和管理方式，甚至是交通的不健全和法律的不健全，打败了许多国际快递公司。但是鼓励他们“走出去”，事实上有很大风险。

刘大成说，《方案》在交通运输提质增效方面将会起到很大的指导作用，如果一系列围绕提质增效的政策措施能够顺利落地实施，则值得各界抱以期待。

大成问学生小强：“你说说情人节与清明节的区别是什么？”

小强回答：“这还不容易，基本上一样，都是送花、送吃的，情人节是烧真钱，说一堆鬼话给人听；清明节是烧假钱，说一堆人话给鬼听！”

学生小强发来的微信：“长这么大没收到过情人节礼物，你们有多余的或者是不敢拿回家怕被老公，老婆发现吃醋的，钻戒、玫瑰、巧克力、苹果7Plus、钱包、衣服什么的全部可以邮寄给我，我是雷锋的兄弟雷管。”

大成上课讲的兴高采烈，结果发现门口有一个人探头探脑，以为是迟到的学生不敢进来，大成说：“快进来吧！找个座位”

结果那人进来说：“哪位点的午餐盒饭？”

大过年的，大成请学生小强吃饭。

小强拿过菜单看了看说：“给我点个带壳的就行！”

大成看了看菜谱，什么鲍鱼啊、扇贝啊都太贵了，叫过服务员说：“给他点一盘瓜子！”

“互联网+物流”开启高效流通模式

中国经济时报-中国经济新闻网 作者：王丽娟 （2016.08.04）

在信息技术高速发展的今天，“互联网+”与各行各业的融合发展势在必行，物流行业也不例外。物流业是现代服务业的重要组成部分，也是当前经济和社会发展中的突出短板。

国务院总理李克强曾指出，“要推动互联网、大数据、云计算等信息技术与物流深度融合，推动物流业乃至中国经济的转型升级。这是物流业的‘供给侧改革’。”今年4月，国务院印发了《关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》，提出加强智慧流通基础设施建设、鼓励拓展智能消费新领域等八条意见。在此背景下，近日，国家发展改革委同有关部门研究制定了《“互联网+”高效物流实施意见》（以下简称《意见》）。

北京交通大学经济管理学院物流管理系主任王耀球在接受本报记者采访时表示，传统的物流业务由各个物流企业独自完成，缺乏业务信息的互联互通，所以资源浪费、重复配送的现象屡见不鲜，“互联网+物流”模式，可以克服这些低效的甚至是无效的物流活动。

■ “互联网+物流”模式将打破业内垄断性经营

在今年7月召开的国务院常务会议上，国务院总理李克强部署了推进“互联网+物流”，提出包括构建物流信息互联共享体系，加快建设公共信息平台，提升仓储智能化水平，鼓励发展冷链物流等措施。

此次《意见》细化了常务会议部署的内容，在其基础上，增加了发展高效便捷物流新模式，营造开放共赢的物流发展环境，加强组织协调，加大资

金、土地、税收、金融等政策支持力度，加强人才队伍建设等措施。同时，针对任务配套了四项专项工程：物流信息互联互通工程、智能仓储和协同配送工程、便捷运输工程、物流行业管理提升工程，并对工程完成时间提出具体规划。

在前不久召开的“2016 中国物流供给侧改革高峰论坛”上，中国物流与采购联合会会长何黎明表示，物流效率的提升，不仅能够让产业本身的产值和效益有所改善，更意味着全社会的交易成本和物流成本有所降低，这对当前中国实现新经济、新常态转型有着重要的推动作用。

“‘互联网+物流’模式将从整体上提升物流业的运作效率和水平；对贸易保护主义、地方保护主义、分散的物流企业利益链条都是一个冲击。”王耀球认为，整个物流业面临着在“互联网+物流”模式下的物流资源的合理配置及调整问题，有利于打破业内垄断性的经营。

但他同时也认为，这个过程需要时间，且要通过市场手段才能够实现。在他看来，随着电子商务的蓬勃发展，支撑电子商务的物流业也将快速实现“互联网+物流”的运营模式。

■ 高效物流应当避免资源闲置

事实上，近年来随着物流业重要性的显现，政府出台了不少促进物流发展的政策。2011年，国家发展改革委牵头编制了《关于促进物流业健康发展政策措施的意见》，从土地、税收等方面提出一系列促进物流业发展的政策建议。2014年，发布了《物流业发展中长期规划（2014—2020年）》，提出今后一段时期物流业的发展目标、发展重点、主要任

务、重点工程和保障措施。2015年下半年又发布了《关于加快实施现代物流重大工程的通知》，提出引入信息化发展现代物流，智能物流开始受到重视。

随着这些政策的颁布，我国物流业发展迅速。据中国物流与采购联合会统计，今年上半年全社会物流总额为107万亿元，同比增长6.2%，社会物流总费用5万亿元，同比增长2.7%，增速比上年同期回落了1.8个百分点，即使在今年经济下行压力不断增大的情况下依然保持了平稳增长的势头。

但是，我们还应该看到，以物流成本所占GDP的比重来比较，2015年物流总费用与GDP的比率约为16%左右，尽管与2010年的17.8%相比有所下降，但仍远高于发达国家的8%。由此可见，我国的物流业水平远落后于全球物流业。清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师刘大成日前撰文称，造成此种原因的关键在于物流的网络化、规模化、一体化、协同化、标准化和信息化的缺失。

他认为，“互联网+”高效物流应当着重放在物流闲置资源的重复使用上。“互联网+”高效物流应该深度地利用物流数据信息并实现物流信息互联共享，推动传统物流向信息化、数据化方向发展，形成互联网融合创新与物流效率提升的良性互动。

■ “互联网+”能克服物流时间上和地域上的分散性

《意见》提出，要推动传统物流活动向信息化、数据化方向发展，促进物流相关信息特别是政府部门信息的开放共享，夯实“互联网+”高效物流发展的信息基础，形成互联网融合创新与物流效率提升的良性互动。

“我国目前的经济已经由信息经济时代进入到互联网经济时代，各行各业都在利用互联网提升经济运行的效率。互联网在时域和空域上是无限的，

各种各样的经济需求和供给信息都囊括其中，正好可以弥补物流业的需求与供给在时间上和地域上的分散性。”王耀球肯定了互联网信息在物流管理应用中所起的作用。

他认为，物流需求、供给信息共享以及大数据分析应用，可以在时间上和空间上揭示物流活动的规律性。信息的充分可以使主流、支流及末端物流的业务状态一览无余，然后根据大数据分析结果，合理配置物流资源，有效地满足各个层次、各种类型的物流需求。

在各自为战的物流业未进入互联网时，资源闲置率高，效率低下；进入互联网后，可以大大提升物流资产和资源的利用率，如减少货车的空载率，实现同一方向上货流的共同配送等。他认为：“滴滴打车等手机APP便是减少资源闲置率的一种方法。”

《意见》还提出，要利用互联网等先进信息技术手段，重塑企业物流业务流程，创新企业资源组织方式，促进线上线下融合发展，提高仓储、配送等环节运行效率及安全水平。

仓储和配送系统作为生产系统的一部分，在企业生产管理中起着非常重要的作用。在王耀球看来，这两者与互联网的融合也是信息和数据在物流业应用的重要方面。智能仓储能够实现仓库收发存业务的自动化，能够实现自动补货、自动发货，达到仓库所存货物既不积压也不短缺的理想状态。

协调配送模式有两种情况，一种是对同一用户的多种物资需求，可以由同一个物流企业将在存储地域上分散的货物集中加以配送，另一种情况是对同一需求方向上的多个客户，由一个货物存储地统一发货，分别配送到各个客户手中，两种方式都将大大提高运输效率。

专访刘大成：物流业受政策倾斜仍需补短板

——访中国物流智库专家顾问、清华大学工程管理硕士教育中心执行主任刘大成
中国经济时报记者-中国经济新闻网：王丽娟（2017.02.15）

近日，商务部、国家发改委等五部门印发了《商贸物流发展“十三五”规划》（下称《规划》）。《规划》提出到2020年批发零售企业物流费用率降低到7%左右。《规划》同时提出，要构建多层次商贸物流网络；加强商贸物流基础设施建设；加强商贸物流标准化、信息化、集约化建设；推动商贸物流专业化、国际化、绿色化发展；建设商贸物流信用体系等主要任务。

就当前我国物流行业发展趋势和短板以及《规划》出台对物流业发展有何建设性意义等问题，中国经济时报记者采访了中国物流智库专家顾问，清华大学工程管理硕士教育中心执行主任、博士生导师刘大成。

■ 物流业发展前景广阔

“我国物流业发展前景广阔，潜力巨大。”刘大成认为，首先，从市场方面分析，商贸物流的发展前景随着人们消费水平的提升将越来越广阔。当前，消费已成为拉动我国经济增长的重要动力，去年消费对我国经济增长贡献率超七成。有分析认为，到2020年，我国消费品零售额或超50万亿元，因此，人们对商贸物流的需求将越来越大，同时对物流运行的效率和服务水平有了更高要求。其次，我国电商在全球的竞争力非常突出，电商零售网络销售增长迅速，网络零售额居全球第一，商贸物流作为电商贸易的载体之一，发展前景广阔。

除此之外，物流行业是国民经济中的保障行业，随着人口流动、各种全要素资源不断聚集，形成全产业链发展，在这种情况下，使得供需之间更加容易形成规模和范围优势，便于物流业发展。另外，标

准化、信息化、互联网、大数据、云计算等使得商贸物流更加高效和便捷，且大量投资资本和投机资本不断转向消费市场，资本形成的规模、范围优势和竞争力使得物流效率提高。

在看好物流发展的同时，刘大成也提出了以下隐忧：一是虽然与电商配套的物流效率在不断提高，但是如何让物流真正满足需求还需继续探索。二是虽然我国的物流成本在不断降低，但是仍居高不下。三是城乡发展不均衡，尤其是乡村的交通、信用等都处于低水平，不仅制约了资本和消费，还造成商贸物流在城乡之间的巨大差距。

“基于以上分析，我认为，此次《规划》的出台，响应了《物流业发展中长期规划（2014—2020年）》和《“十三五”规划纲要》等上位规划的要求，根据我国当前物流业的发展现状，发布很及时也很有必要，其中提出更加细化、可行性和可操作性比较强的建议，对物流业发展具有积极意义。”刘大成表示。

■ 科学构建多层次商贸物流网络

当前物流成本居高不下困扰着相关企业，《规划》提出到2020年批发零售企业物流费用率降低到7%左右，并对如何降低物流成本和创新物流发展提出更高要求。“我认为，有望达到该目标。”刘大成分析，一是我国电商的聚集度越来越强，规模优势在不断增强。二是随着产业生态链的形成，消费人群越来越聚焦和规模化。三是在市场竞争的态势下，随着大量资本的介入，对物流的高成本和低效率都会有所改善。刘大成介绍，降低物流业成本不仅仅要在物流方面着力，还应在外部环境方面着力：一

方面，与物流相配套的诸如农业、种植和养殖业、轻工业、制造业等，经过市场的优胜劣汰，剩下的企业发展规模越来越大，必然完善其物流环节。另一方面，国家战略布局、中心城市覆盖和城镇化发展等都使得资源在生产端和消费端不断聚集，加之新技术、新运营模式、组织方式、资本投入和市场竞争等，都会使得物流效率逐步提升，物流成本不断降低。

值得注意的是，该《规划》具体列出了 39 个全国性商贸物流节点城市和 64 个区域性商贸物流节点城市，刘大成对此认为，以上这些节点城市，不仅是制造业节点、消费节点，还是人口聚集节点，这其中，人口聚集是影响物流成本和效率的最核心因素之一。一般全国性、区域性的商贸物流节点城市的选取，是根据该地区的市场覆盖能力、人口保障能力、生产制造、历史沿革、交通通道来进行布局，和城市发展规划息息相关，这些城市和全国节点城市是相呼应的，有助于构建多层次商贸物流网络。

■ 找准发力点靠公共资源补足物流业发展短板

如何找准行业短板和痛点来发展物流行业？“冷链物流是当前物流行业中重要的难点和短板。”刘大成表示，我国的冷链物流中间存在断链的问题尤其突出，受投资和回报不平衡影响，很多资本和企业不愿意投资做冷链物流。刘大成认为应该借鉴国外通过税收等方式补贴冷链物流建设，即政府搭建公共平台，加大公共资源向冷链物流建设方面倾斜。“冷链公共基础平台不应该过多依赖市场化运行，因为冷链是全社会系统工程，单个企业或资本，在投资具体节点时，往往出现投资回报率甚至亏本。因此，必须站在全系统顶层进行规划设计，通过公共资源投入来推动冷链物流发展。”

除了冷链物流这块短板，我国的物流园区还应在规划上不断完善。当前，我国有超过 60% 的物流园区都没有真正发挥规划的预期目标，投资更难以得到预期回报。刘大成建议，物流园区在规划上不仅是在第一层次的土地溢价上做文章，更应通过规模优势和范围优势实现第二层次的溢价以及物流增值服务赢得第三层次的溢价才有可能顺利发展。

在物流的标准化发展方面，刘大成认为，物流标准化表现最集中的就是多式联运，但国内多式联运的比例过低，建议推广诸如以可分拆式集装箱为主的封闭式基础配送单位标准，可以实现更小单位的物流运输及仓储衔接，实现物流的绿色、环保、周转、可回收功能。另外，建议调动物流相关行业使用多式联运的积极性，特别是形成以铁路物流为核心的多式联运，依靠日臻完善覆盖全国县域的铁路网络推动多式联运发展。

除此之外，靠公共资源补足物流业短板还应关注城乡发展不平衡的问题。刘大成说，农村商贸极具发展潜力，是未来拉动经济的增长点之一，也是精准扶贫的发力点，但是目前投资农村物流的回报率很低，需要公共资源向农村交通、农村商贸物流倾斜，“如果公路都没有通到村庄，农民又如何享受到更好、更优质的商品和服务呢？”他表示，虽然农村总体需求在扩大，但需求量却是相对分散的，农村物流投资入不敷出，只有公共资源向此倾斜，通过扶持农民的消费或提升商贸产品水平，才有可能提升农村经济发展，改善城乡发展不平衡的问题。

最后，刘大成表示，发展物流还应因地制宜、循序渐进，通过商业、商贸来驱动物流发展。如果没有市场影响，只靠政府行政指令或政策支持，很难完成《“十三五”规划纲要》的任务。因此，需要政府权力和市场配置的有机结合，政府要搭建平台，做好顶层设计和公共资源分配，另外，为市场创造

自由、充分竞争的良好环境，不断提升物流发展效率和水平。

别傻了，共享单车界根本不会有最后的“超级垄断者”

2017-09-04 作者：中国新闻周刊杂志记者 | 闵杰 李明子

共享单车是一门好生意吗？

“共享单车模式是非常非常危险的。”“万通五君子”之一、著名投资人王功权如此直言。他的理由是：投资机构正在狠烧钱，这不是一个理性行为。

交通运输部科学研究院城市交通研究中心数据显示，截至5月底，国内共享单车企业已超过50家。据上海市自行车行业协会统计，全国共享单车投放总量已近1500万辆，摩拜和ofo两家占比近八成，剩下的约300万辆共享单车是其余50多家单车企业市场投放量的总和。

然而在资本的争夺、用户的褒贬与数十个品牌的狂欢中，保持理性并不容易。何况，与共享单车有关的一切，仍都不明朗：谁的模式更优？什么时候能盈利？下半场走势如何？会有行业终结者吗？

唯一可以确定的是：所有玩家正在用各自的方式，努力回应一个简单的问题：共享单车这个东西，究竟是不是一门好生意？

资本为何疯狂？

高潮在最炎热的夏季到来。6月16日，摩拜宣布完成超过6亿美元的E轮融资。这是当时共享单车领域最高的单笔融资额，由腾讯领投，新引入的战略和财务投资者包括交银国际、工银国际等。

纪录很快就被对手打破。不到一个月，7月6日，ofo宣布完成超过7亿美元的新一轮融资，由阿里巴巴、弘毅投资和中信产业基金联合领投，滴滴出行和DST持续跟投。

让人震惊的还有速度。两家公司完成亿级规模的D轮融资分别在5个月前和4个月前，不到半年又分别完成E轮融资，既反应了他们对金钱的饥渴，又可见资本的青睐。

对于蜂拥而至的资本，ofo联合创始人杨品杰在接受《中国新闻周刊》采访时坦言，“能想到，但没想到那么快。”

这位联合创始人仍然像个大学生，爱笑，喜欢穿T恤和球鞋。和ofo五位联合创始人一样，杨品杰是90后，毕业于北大，热爱骑行，他还曾获得过ofo组织的环青海湖骑行的赛段冠军。他本科专业是国际关系，硕士改学经济学。

“对资本的吸引力是建立在业务的吸引力之上，业务起来资本才会起来。”杨品杰说，“单车的受欢迎程度、对用户的吸引力，超过我们的想象。”

阿里巴巴和腾讯分别领投两个公司的E轮融资，也意味着继网约车之后，二者再次在出行领域短兵相接。

竞赛首先来自支付场景的争夺。共享单车的支付频次远远高于网约车，支付宝与微信支付谁占得先机就显得极为重要。

有助网络征信体系的完善是另一个核心。对于支付宝来说，共享单车的高频交易应用，不仅能利用芝麻信用，还能帮助芝麻信用完善信用数据。

“我们和阿里的生态会结合得更紧密。阿里云这次也是战略投资者，之前是金融和支付上面，以后可能会涉及到云计算方方面面。”杨品杰告诉《中

国新闻周刊》，在他看来，阿里投资 ofo，看中的是整个平台的价值，尤其是高频次的场景。

同样涉足互联网金融的腾讯也在搭建自己的征信体系。但是，腾讯的业务结构使得其征信体系的主要数据来自于社交，而社交信用显然不如芝麻信用这类交易信用更有价值。投资摩拜，恰恰能弥补腾讯信用体系的不足。

这场资本游戏中另一个不容忽视的看点是，ofo 的资方结构呈现出明显的滴滴系特征：天使投资人王刚、金沙江创投朱啸虎分别是滴滴天使轮和 A 轮的投资人，二者被视为撮合滴滴布局 ofo 的重要推手。

业务上的融合也在预料之中。4 月 27 日，滴滴宣布为 ofo 开设专门入口，以补齐自己在短途出行领域的板块。此后，滴滴与 ofo 将在用户注册、认证、押金缴纳、在线支付、客户服务等方面打通。

对于 ofo 来说，接入滴滴的好处显而易见。公开数据显示，滴滴目前注册用户为 4 亿，用户遍布 400 个城市；而 ofo 的用户数字是 2000 万，全球开启城市数量 150 个。不论城市数还是用户数，ofo 与滴滴都相差一个数量级，而接入滴滴意味着得到了一个成本极低的流量入口。

在观察者看来，作为投资方的滴滴，收益更价值连城。它有了新的布局、新的故事以及由此所带来的在资本市场上新的想象力。“单车每天骑行次数已经超过了专车的出行次数，对滴滴 3 公里以下的专车有很大影响。”熊猫资本联合创始人毛圣博说，甚至，滴滴可能是未来“摩拜与 ofo 战局的平衡点”。“这取决于滴滴是否认为共享单车的影响力已经足够大，需要提升到一个战略高度来考虑。”

朱啸虎也曾“露骨”地说，ofo 能成为一只独角兽最好；即便做不起来，“还可以卖给滴滴”。

巨头之外，财务投资者也挤破了头。

摩拜的资方出现了一众大 PE，包括高瓴、华平、腾讯，以及一系列知名 VC；而 ofo 的入局者，有金沙江、天使投资人王刚、中信产业基金、经纬等。

在资本眼中，究竟是看到了可预期的盈利模型，还是先占风口为上策？这个问题，很多投资人都表示看不懂。

比如老资格投资人王功权就表示过对共享单车的烧钱模式的担忧。他认为，过热的市场会裹挟并催化投资人的盲动倾向，因为任何投资人都惧怕事后诸葛亮式的质疑：共享单车这么火，瞎子都看得到，你当初为什么不投？

熊猫资本从 B 轮开始领投摩拜，毛圣博告诉《中国新闻周刊》，熊猫资本投资摩拜，是经过了大量演算调研之后得出的结论。

“原来大家觉得共享单车做不了，很大原因是账算不过来，需要投那么多辆单车、车的损耗可能很严重等等。”但见到摩拜单车后他很震惊：实心胎、无链条、免维护，“它颠覆了自行车本身，变得符合这个市场的模式”。

毛圣博长期关注智能硬件、云计算、大数据、自动化和机器人等方面。“共享单车这个事情已经被证明是个很大的事情。”他说，“从投资人的角度来看，自然认为这一个不能错过的很大的市场。”

在他看来，这是一种理性假设，而不是非理性疯狂。“我们当时推演共享单车模式的假设是系统性的，造价成本、运营成本、折旧成本、计费模式都考虑在内。在遇到好项目时，我们会持续勇敢地加注。”

清华大学互联网产业研究院副院长刘大成则对《中国新闻周刊》表示，“共享单车的最大优势，是由其规模优势和范围优势所带来的无限想象的市场空间。”共享单车必然会对公共交通体系进行重新塑造，比如，许多城市希望消除的黑摩的、黑出

租，瞬间消除了；再比如，城市未来道路规划、机动车限行等政策，可能也会调整。“共享单车的盛筵将会逐步调整城市公共交通体系的‘产业生态’，从而演化出新的公共交通生态，并对共享单车平台提出新的技术、运营和管理需求。这里有无限的想象空间，这才是资本死盯的原因。”

投放过度了吗？

摩拜和 ofo 的烧钱大战在份额的瓜分上极为奏效。

据 ofo 公布的数据，自 2015 年 6 月至今，该平台已连接超过 650 万辆共享单车，日订单超过 2500 万，为全球 5 个国家 150 多座城市的上亿用户，提供了 20 亿余次出行服务。

摩拜则表示，公司已投放的智能共享单车数量超过 600 万辆，覆盖海内外 130 座城市，注册用户超 1 亿，每天骑行超过 2000 万次。

在这两大领头羊身后，是也在跑马圈地的二十多家共享单车企业。只要手中有充足的现金，就造车、投放。

相比没有公布未来投放计划的摩拜，ofo 对速度和规模表现得更迷恋，也更坦诚。他们公开表态：至 2017 年底，小黄车将投放 2000 万辆车，这意味着，在今年不到 5 个月的时间里，ofo 将在全球投放超过 1300 万辆单车。

“今年 1 月 7 号我们开了个年会，老大（即 ofo 创始人兼 CEO 戴威）提了个目标，到年底实现每天 1000 万单，没想到 3 个月就突破了。”杨品杰说，ofo 目前日均单量超过 2500 万单，这是中国互联网历史上没有过的速度，“比网约车和外卖的增长都要快”。

而这个速度的未来增长空间仍是巨大的。“我们目前进入了中国 100 多个城市，然而中国算上县级市共有 4000 多个城市。”

不过，杨品杰说，ofo 的投放策略是灵活的。比如，一线城市可能不再有激进的投放；而哈尔滨这样冬天太长、骑行时间太短的城市，也不会盲目进入；甚至也不会所有三四线城市投放，“还是会选择经济总量和人口多的地方做试点，但一个省内最多选四五个城市，七成的投放量，还是集中在省会级别甚至更高级别的城市”。

如果共享单车所公布的数据是诚实的，一些研究者估计，中国目前总计已有 1500 万辆共享单车。我们真的需要这么多共享单车吗？

“我们看到的是需求仍然旺盛，单量增长幅度仍然很大，效率仍然很高，证明市场仍然不饱和。”杨品杰说，“正如经济学里面讲规模不经济，当到达一个拐点后，效率才开始往下走，但现在我们还没到那个点。事实上，我们也一直在寻找这个拐点，因为我们不可能一直无限扩展。”

而在摩拜首席技术官夏一平看来，判断投放是否超饱和，要用数据说话。“每家公司都是市场驱动的，这么多钱投进来，这么多数量的单车投放，说亏了不心疼，是不可能的。但我们自己有数据能力，可以实时监控需求和供应能力是不是成正比。”他在接受《中国新闻周刊》采访时表示，如果监测到一些城市出现阶段性的滞涨，肯定不会继续盲目投车，“有的地方停滞了一段时间，搞了市场活动，又开始增长了。”

投资人似乎也在向外界透露，共享单车离“滞涨”状态尚远。一个最为著名的故事是摩拜投资人、腾讯 CEO 马化腾和 ofo 投资人、金沙江创投创始合伙人朱啸虎在朋友圈为此互怼。朱啸虎表示，第三方数据证明，ofo 活跃用户、用户增速远甩摩拜，马

化腾则用微信支付数据回应：摩拜的增长比 ofo 快一倍还多。

与公众的感受不同，多数研究者认为这个市场的扩张至少还需要一年才会明朗化。“形成如此大规模的共享单车市场后，所有资金、技术和创新都会聚焦到这个领域，”刘大成说，“未来的科技投入甚至可能超过传统汽车。”

“现在处于一个特别的时期，是打市场的时候，企业为了抢占市场不计代价的投放，会给大家带来的印象像是乱投放。”复旦大学数字与治理实验室主任郑磊对《中国新闻周刊》说，他认为政府接下来要考虑的反而可能是车辆投放不足，因为市场竞争一旦稳定，剩下几个玩家，企业马上会开始精算，在一些市民有零星需求却对企业没有规模效益的地方，企业就不会再主动去投放，那时市民反而会感觉到缺车，政府就要考虑采购服务，给单车企业补贴钱去投放，“单车太多的问题只是一个暂时现象。”

物联网的想象空间

共享单车的市场空间究竟怎样“无限想象”？观察者认为，最大的想象空间来自智能锁。

6月20日，ofo宣布与中国电信和华为共同研发的全球首款共享单车 NB-IoT “物联网智能锁”，正式应用到小黄车上。这引发了摩拜与 ofo 关于智能锁的新一轮竞赛。

NB-IoT (Narrow Band Internet of Things,) 是基于 4G 蜂窝网络的窄带物联网技术，与 2G 技术相比，有不少明显优势：一是 NB-IoT 信号穿墙性远远超过现有的网络，即使用户深处地下停车场，也能顺利开关锁；其次，NB-IoT 技术比传统移动通信网络连接能力高出 100 倍以上；第三，NB-IoT 设备在现有电池不充电的情况下也可使用 2 至 3 年。

“强调一下，ofo 不是第一个搞 NB 的，我们是第一个真正商用 NB 的共享单车公司，我们在路上也有接近 100 辆 NB 锁的车在测试。”摩拜 CTO 夏一平对《中国新闻周刊》强调。5月15日，摩拜就宣布与四川移动、华为达成战略合作，三方将在窄带物联网应用及 NB-IoT 创新等领域开展深度合作，这标志着摩拜单车成为全球首家落地应用 NB-IoT 技术的共享单车平台。

在夏一平看来，NB 并不高深，但距离真正成熟商用还有很长一段路。“NB 技术本质上是一个接入技术，跟中国移动买一个 NB 模组集成到硬件里，不代表任何事情。”

但在 NB 之后，是未来的物联网图景。

通过单车上的智能锁、GPS 定位系统及与其连接的数据库和人工智能平台，很容易就能建立起一条完整的“数据链”，在共享单车出现前，这是很难实现的：使用前，匹配需求和供给数据，并实现自动开锁；骑行中，收集个体用户骑行数据，为个性化服务和营销策略提供依据；付款后，建立智能化用户信用数据库，以便开展精准服务；同时，通过对骑行、投放、停放数据的挖掘，能对单车投放数量和区域精准分配，解决乱停车带来的城市公共交通管理问题。

“我们和中国移动在北京一个区签订了供卡协议，这个区的手机用户才 400 多万，但开通物联网的用户已经突破 500 万，不到一年时间，这个区的设备数量，已经超过用户数量，也带动了移动物联网平台的发展。”夏一平说，未来物联网的应用会有很多，包括智能停车点，这是基于摩拜物联网的通用架构下开发的，同样的协议，同样的安全标准，只是硬件物体的接入就可以，“会把以后物联网的通用性、开放性体现得非常明显。”

小蓝单车副总裁胡宇沸告诉《中国新闻周刊》，小蓝已经在数据分析和利用方面有很多拓展。“比如我们在跟深圳、广州市政府合作，把用户的骑行轨迹形成热力图提供给政府，政府可以以此为依据规划骑行区域。”

在近期的一次公开分享中，ofo 大数据高级总监邵毅也提出，未来每辆共享单车都是一个可移动的有机体传感器和数据收集器，他们深入城市的毛细血管，组成一个有机体大脑，可分析原有城市地区公交规划、道路规划等方面存在的运力不足之处，并对城市公交、市政等系统的未来规划进行优化。

根据摩拜提供的数据，目前，全球的摩拜单车每天产生的数据量超过 5TB，这已是移动物联网技术诞生以来全球最大规模的实际应用。“摩拜已经是全球最大的移动物联网公司了，这是毋庸置疑的。”夏一平说，很多全球领先的物联网芯片制造商都为摩拜专门开了生产线，“现在影响的已经不是下游，而是上游芯片的生产。”

刘大成甚至认为，未来共享单车会在整合后形成一个超级入口，“现在还属于军阀混战，等到市场相对冷静，就会争夺这个超级入口”。

然而，从产业角度看，NB 要想成为物联网的主流技术，整个产业链的成熟至少还要两到三年，“包括硬件的价格、网络的覆盖、设备的兼容性，都需要时间来发展成熟”。因此，夏一平说，摩拜目前还不会把智能锁全面转向 NB 技术，“未来一段时间，2G 还会是一个主力军”。

显而易见的是，随着竞争的深化，ofo 与摩拜在产品形态上都正在趋同：ofo 变“重”被加固，摩拜变“轻”更便宜，除了颜色不同，都开始使用铝制车身，实心车胎，可调节车座，智能锁……

但夏一平认为，“好像是趋同的，但运营 2000 台车、10 万台车，100 万台车，软实力的差别还是

很大的，从安全性到数据处理能力，以及利用人工智能算法指导运营团队，这些都有很高的壁垒。”

对此，上海社科院院长王战提出一些“冷思考”，大数据产业化经营不会一蹴而就，眼前的问题则是安全。“大平台企业之间的合作势必造就出更为庞大甚至全覆盖的数据库，撇开个人隐私安全不说，合作后的超大型平台具有完全垄断用户和数据资源的能力，后续互联网新模式的创新者如何与之竞争，以及如何摆脱被超大平台模仿替代的风险？若果真如此，互联网的模式创新会不会演变成为少数几个巨头的圈钱游戏？”

靠什么盈利？

共享单车究竟是一个靠流量取胜的生意？还是靠运营取胜的生意？

目前看来，ofo 倾向于前者，摩拜更倚重后者。

“共享单车是个流量生意。什么叫流量生意？当你的流量足够大，就有人跟你玩。”ofo 公关内容总监杨汛说，以他个人理解，ofo 有车，有硬件，这些硬件会铺到全世界，这本身就引人遐想。

上海社会科学院院长王战牵头撰写的《一份关于共享单车的经济学“体检”报告》中，分析了当前共享经济的“导流”模式：流量是共享经济模式生存和发展的关键，共享平台导入流量可大致划分两个阶段：先是竞争性的流量导入，通过“吸引眼球—利益吸粉—用户共享”的方式完成流量导入。这种方式的模仿成本几乎为零，以拼优惠、“烧钱”等过度竞争行为是主导特征，多数跟随模仿平台很快会被淘汰出局。

第二个阶段则是平台间的合作导入流量。比如，ofo 最近和环球影业合作，投放了一批小黄人车，车头有两个大眼睛，外观很萌，在年轻人中迅速圈粉，“这个合作项目推出去之后，现在光是找我们合作的国际一线品牌，是可口可乐这个级别的品牌，不

可计数。”杨汛说，这次合作之后，很多品牌都发现“这种玩法非常有意思”，找到 ofo 商谈合作，“我们品牌总监最近快疯了，都是无法拒绝的大咖”。

ofo 创始人兼 CEO 戴威信心满满。他在 2017 夏季达沃斯论坛上公开表态：ofo 今年将实现收支平衡，2018 年将实现盈利。“看到大街上许多人都在使用 ofo，我们有信心能够赚钱。营收的主要来源是用户的骑行费用，其他盈利模式都是锦上添花。”

ofo 的低成本也被许多人认为能帮助其更快盈利。朱啸虎就说过，ofo3 个月能赚回的成本，对手需要 2 年。

杨品杰向《中国新闻周刊》这样算了一笔账：ofo 单车的平均造价是 500 元，以目前投放的 650 万辆车计算，总成本只有 30 多亿，“我们有更多资金投入技术研发、大数据、海外市场。”

但摩拜 CTO 夏一平表示，摩拜坚持认为，商业模式的核心之一，在于提升运营能力和效率。

夏一平是技术出身，对于通过流量广告变现的路子，他认为不是核心。“做广告，我们不能做吗？但不能主营业务亏本了，说能在别的地方赚回来，这就是‘画大饼’了。”

在毛圣博看来，摩拜未来盈利模式的想象空间同样很大。这基于两点：第一，很多移动应用的发展瓶颈都是线上的流量难以落地，摩拜却可以将线下流量收集再返回线上，从而在线上产生更多的价值。第二，过往基于地理位置信息的创业中，几乎没有一家公司能够单独做大，但摩拜单车不同，它自身就带有物联网应用，能更好地发掘地理位置信息，再结合多元的行业类型，如本地生活、旅游。

尽管摩拜常被质疑，靠微薄的骑行收入何以平衡高昂的成本，但毛圣博认为，“摩拜造车的成本高，但好的产品能够降低运营成本、提高效率。这就是产品即运营的概念。”他认为，无论未来共享单车

会复合多少场景、拥有多少收入形态，但终究还要回归交通工具的基本属性上来。

二者都对自己的道路抱有信心，但在“军阀混战”阶段，盈利问题显然尚未成为各家公司的战略重心，ofo 的信用免押和摩拜的限时免单，也使变现时间大大延后。

共享单车的收益最有可能由什么构成？王战认为，主要是单车租金收入、线上和线下广告收益、大数据收益和金融收益。

王战最担心的是金融收益，即共享单车押金形成的资金池问题。

以摩拜为例，每位客户押金 299 元，按照 1000 万用户计算，资金池接近 30 亿元。如果这些资金被用到投资市场，剔除利息、经营费用等，年收入也会过亿。针对这样的观点，摩拜回应表示，公司专门开立了存放押金的银行账户，100% 确保押金的资金安全，专款专用。

尽管如此，“烧钱式”的过度竞争仍会引发企业对融资的渴望，以及对亏损容忍度的降低，原本有利于线上线下一体化的“脱虚向实”模式，很可能被过早地推入泛金融化的“脱实向虚”轨道。王战担心，“这样的路径转换，对平台企业或许是好事，但对国民经济的发展却没有任何益处。因为，过度的泛金融化只是编织了‘用钱生钱’的财富神话，发展中的风险泡沫将被不断增大。”

但刘大成认为这不应成为担忧的重点。“尤其对后进场的玩家，用户面对众多选择，押金模式很难实现，必须寻找更新的盈利模式。”

终极悬念：清场？合并？

共享单车当前最大的悬念，不是什么时候盈利，而是：什么时候清场？

投资了 ofo 的金沙江创投创始合伙人朱啸虎一直是“清场论”支持者。早在 2016 年 9 月，朱啸虎就曾公开断言——“共享单车将在 90 天内结束战争”。

但战斗没有结束，反而更加白热化。今年 6 月，朱啸虎又表示，“下一步首先是清场，把小的公司全部清掉，和网约车差不多，最后留下两个 PK。”

毛圣博对此直言：不可信。“会有一些老弱病残的共享单车品牌先离场，但根源是产品不行。”毛圣博认为，清场论是对资本力量的过度迷信，认为一个企业只要拿到足够多的钱，跑得足够快，就可以垄断市场，“我们不迷信资本的力量，资本只是助推，我们更相信创业者和产品本身。”

不过，在资本的助推下，共享单车已形成了三个梯队的市场格局：摩拜和 ofo 牢牢占据第一梯队，其投放单车辆占全国总投放量的 8 成；小蓝、小鸣、Hellobike、永安行等企业形成第二梯队，与第一梯队在市场份额、资金、城市数量、用户规模等方面都有不小的差距，但多有某一大城市作为辐射全国的大本营；剩下的则是有出局风险的第三梯队。“现在有如如此多共享单车公司，尾部公司已不太可能融到钱，损坏率又很高，慢慢就会离开战场。”小蓝单车副总裁胡宇沸说。

今年 6 月，在北京创办的由你单车传出被摩拜收购的消息。由你单车在北京有 20 万辆车的投放量，此前也拿到过三轮融资，其中 A 轮由摩拜投资 1 个亿。不过，摩拜和由你单车都没有回应这一消息。

倒闭潮也在 6 月拉开序幕。6 月 16 日，重庆悟空单车宣布停止运营推出共享单车市场。这家企业仅仅运营了五个月。6 月 21 日，在保定创业的 3Vbike 宣布破产。

《中国新闻周刊》采访到的多家共享单车平台都认为，市场竞争仍将长期存在，不会像网约车在短期内完成一家独大。

ofo 创始人兼 CEO 戴威在最近接受福布斯采访时表示，“相比滴滴和快的，共享单车的线下更重一些，通过网络效应获取用户的 ARPU 值（每用户平均收入）的提升的合并诉求没有那么强。”

“滴滴时代，司机端的供给可以通过价格来影响，Uber 奖励 10 块，我奖励 20 块，就把司机拉走了，导致对方的供应端下降。但共享单车不同。”摩拜 CTO 夏一平认为共享单车的竞争与滴滴时代完全不同，“我投了 600 万台车，你再怎么搞，我还是 600 万台车，我的单车是 24 小时忠诚为我服务的，不会叛逃到 ofo 去，这是核心区别，而我的服务是由供应量决定的。”

小蓝单车副总裁胡宇沸更从公司角度来解释，“滴滴是家平台，没有资产，用户和司机都是烧钱烧上来的。共享单车公司是有自己资产的。假设我们合并了另一家单车公司，那是把那家公司的车收回来、漆成蓝的？还是两个品牌一起运营？二者都很奇怪。所以，为什么我要花钱买一家公司，而不是花钱自己再造一批车？”

刘大成也认为，共享单车所针对的最后一公里市场有太多可替代产品，不会出现网约车市场的结局。“除了同业竞争，还有黑摩的、黑出租，一旦市场出现空隙，会立刻有新的填补进来。”

普遍看法是，共享单车的市场内，最终会留下 10 家以内的公司。“每个用户手机上最后就会保留一两个单车 app，究竟留哪一两个？”毛圣博说，“靠的还是回归商业本质的服务竞争”。

因此，在强势的摩拜和 ofo 面前，第二梯队单车企业已开始选择避开锋芒，深耕垂直领域，以差异性打法谋求生存。

“我们最开始就不想做一个乱停乱放的单车，一开始的设想就是有停车方案的。”小鸣单车 CEO 陈宇莹告诉《中国新闻周刊》，社会对共享单车乱停放问题的重视，拐点发生在今年五一前后。当时，上海市黄浦区没收了四五千台共享单车，租了一个超大场地堆放；另一起则是深圳湾公园被共享单车挤爆，大量骑车到公园的用户因交通拥堵选择直接将单车就地停放，反而制造了更大的拥堵。

座标杭州的小鸣单车，选择借这一舆论风潮推出自己研制的依托蓝牙近场通讯的停车方案。小鸣单车“电子围栏”的第一个试点在广州增城。“运营快半年了，用户都知道车在哪里，慢慢就会形成使用习惯，用车时也到那里去找。反之，你要靠大量堆放来解决用户需求，那成本太高了。”

陈宇莹说，目前小鸣已和上海静安区、黄浦区、福建漳州、江苏无锡等地开展了试点合作。拿着已经落地的停车解决方案和地方政府沟通，争取到政府购买服务的试点，和政府形成紧密合作关系，是小鸣单车的差异化生存路径。

陈宇莹发现，政府有三个主要诉求：一是欢迎共享单车，二是希望停放有序，第三是数据可监管，不要形成垄断，“政府最怕的就是乱停乱放，比如那种不和政府打招呼，一晚上就扔几千台车在路上的。”她认为，小鸣所提供的共享单车+智能停车方案，从顶层设计就兼顾了政府、用户和公司三方利益，所以，“除了在增城的试点，我们目前和政府合作的停车试点方案，都是政府付费的。”

“我们把它当一个长跑来跑。”陈宇莹说，这就像马拉松，起跑时人很多，跑到后面就剩下不多了，“但5家左右肯定会有有的”。

小蓝单车也打算打持久战。它目前的思路是用户体验+多渠道变现。“大多数的人对小蓝的评价是

好骑、颜值高。不少用户从地铁站出来，会优先选择蓝色的。”小蓝单车副总裁胡宇沸说，小蓝目前在全国有2000万用户，仅今年三四五月就增长了1000万用户。

胡宇沸介绍说，小蓝单车一直把重点放在改善用户骑行体验的方向上，比如，第二代单车增加了变速，第三代单车将增加电子屏，并采用碳纤维的注塑工艺。在他看来，单车好骑，会带来整体运营效率的提升，从而实现更稳健的盈利。“小蓝单车全国每辆车每天可达9至10单，这个单量是其他家单车没有的。”

小蓝宣称，有两个重要的时间拐点是小蓝的机会：一是在暴雨季节后的九十月份，很多铁质单车会生锈，从而更易损坏；二是明年春天，由多数智能锁没有防冻电池，不具备抗冻功能，难以度过黄河以北城市的冬天。

同时，小蓝单车还会和一些主流 app 协商战略合作。“不是简单的它把用户导给我，我把用户导给它的合作。”但胡宇沸表示不便透露合作的具体内容。小蓝单车在第三代产品中搭载的电子屏幕，也是在探求新的盈利模式。它可以承载多项功能：推荐周边餐饮、游客场所、导航功能，还可以叠加运动监测功能，计算卡路里和运动轨迹等，未来还可以尝试广告推送。“就像分众传媒和今日头条那样的精准推送，这就避开了单纯靠车费增加营收。”

“先赢不算赢。”小蓝单车联合创始人陈怀远对第一梯队两家巨头的喊话，也许代表了很多二三梯队玩家的心声，“所有你为了速度而欠下的都会在后面加倍奉还。”

（实习生刘一麟对本文亦有贡献）

航空公司超售机票频惹争议

新华社海口5月3日电（记者 王存福）西宁晚报 （2016.05.04）

近来国内部分航空公司“机票超售”事件，造成一些旅客行程延误和连带损失，而航空公司对后续事宜的敷衍处理，屡屡引发旅客质疑。专家认为，部分航空公司在超售机票时“权大责小”，应进一步规范机票超售权责及相应补偿政策。

■ 持票旅客到机场 才知飞机没座位

手持机票，到了机场却被告知没有座位，被拒绝登机。

来自广东湛江的邹女士近日购买了祥鹏航空昆明飞往海口的8L9971次航班的机票。4月26日18时许，邹女士赶到机场办理登机牌时，出现了意想不到的情况，柜台工作人员告知她：“飞机没有座位了，你不能登机了。”

“我买了机票，明天早上着急上班，今晚必须赶回去。”邹女士表达了她的意愿。

然而，航空公司柜台负责人接下来告诉她的话，令她更加难以接受：“今晚也没有航班回海口了，只能改签第二天的。”

同邹女士一样，因为祥鹏航空机票超售导致不能登机的，还有另外三名旅客。

航空公司机票超售导致旅客延误、滞留，近期屡见报端。

2016年1月21日，由上海飞往北京的东航MU564航班超售50多张机票，40多名旅客滞留机场，东航仅赔偿每人200元损失，同时要求旅客签署放弃追诉声明。

2016年2月，买好机票、定好行程的浙江平阳郑氏夫妇来到温州龙湾国际机场，却被告知航班只

剩一个座位，两人无法一起登机。航空公司给出的理由是：机票超售。

机票超售属“国际惯例” 赔付有“各自标准”

邹女士等人同祥鹏航空柜台工作人员沟通时，对方一直强调机票超售是“国际惯例”，按照航空公司规定，只能赔偿每人200元，航班改签到第二天。

从下午6点左右一直到晚上8点半，双方未达成一致。“要么接受200元，要么就只能一直在机场等着。”邹女士对航空公司的处理态度极为不满，但也只能无奈接受航空公司的处理安排。

同行的王女士还购买了价值1200元左右的水果，全是樱桃、草莓等不耐常温久存的。在问及这些水果能否代为保存时，航空公司回复称“不能保存”，损坏了也不会赔偿。

据专家介绍，各国航空公司处理“超售”情况时有所不同。清华大学工程管理硕士教育中心执行主任刘大成在国外经历过机票超售。2015年12月5日晚，刘大成一行三人乘坐美国达美航空公司从路易斯维尔到芝加哥再转南本德的航班，在候机时遇到机票超售不能成行。最后，航空公司赔偿三人3147.6美元，折合人民币约2万元，是购买机票价格的4倍。

刘大成介绍，目前美国与欧洲机票超售后，一般来说航空公司的权力与义务是对等的。当出现小概率事件时，航空公司一种方法是以延后补偿拍卖的形式，鼓励已有座位但可延后飞走的乘客获得补偿后腾出座位，另一种形式就是加大补偿力度，对旅客损失进行有效补偿。

据了解，国外航空公司在旅客购票时，一般会明确告知该票属于超售；国内航空公司往往事前不告知，事后再补偿，补偿标准由航空公司自定。

作为祥鹏航空的控股主体，海南航空规定，对超售旅客免费退票，并补偿票面价格的30%。如果补偿金额低于200元，则按200元补偿。当航班超售时，海航有权决定超售航班旅客及行李的载运安排。

■ 专家：航空公司不应漠视乘客权利

在机票超售之后，航空公司和订票平台往往处理态度不够积极。作为此次旅客购票的两家平台，阿里旅行网表示，并未接到航空公司机票超售的提醒，航空公司既没有提醒订票平台也没有提醒旅客本人。

另一家订票平台去哪儿网在记者问询时表示，这完全是由于航空公司超售造成，去哪儿网没有责任。

在机场柜台，记者因第二天不能上班而请求航空公司出具因机票超售造成旅客不能成行的证明，航空公司也拒绝盖章。

在滞留当天，记者便向祥鹏航空公司客服投诉，但直到第三天才接到祥鹏航空客服部一位工作人员的电话。

中国未来研究会旅游分会副会长刘思敏认为，航空公司超售是一种风险对冲，但超售比例不能太高，超售之后对旅客的补偿应该到位。如果航空公司对赔偿标准压低内定，那就需要从法律层面进行界定并处罚。

北京大悦律师事务所律师郎克宇表示，旅客从航空公司购买机票后，双方已经达成运输服务协议。在处理超售情况时，部分航空公司存在漠视乘客权利的现象。

早在6年前，温州工商开出全国首张“超售机票”罚单，认定未告知的机票超售属欺诈行为，广东一家航空服务有限公司超售2张机票被罚5000元。

“机票超售属于航空公司按照座位空缺的概率进行事前规划的行为，是通过大概率事件实现超额收益。当产生小概率事件时，航空公司应拿出超额收益的一部分补偿受损失的旅客，而不是仅从单次航班的收益考虑。”刘大成说。

刘大成表示，部分航空公司往往引进国际惯例中有利于自己、属于权力的一部分内容，淡化应该履行的义务、责任，合同也往往有利于航空公司。建议民航部门出台机票超售的补偿政策和标准。

■ 大成编笑话

学生小强给大成打电话拜年，诉说他回家几天后他妈妈天天骂他，大成问：“天下的妈妈都这样，骂也是爱啊！”

小强回答：“大成老师，您不知道，我小时候不想上幼儿园，就是死也不去幼儿园！”

大成问：“那最后呢？去没有去？”

小强说：“我妈说了，今天就是埋也给你埋在幼儿园！”

■ 大成编笑话

学生小强给大成拜年，大成问小强在父母家怎么样啊，小强回答：“大成老师，别提了，刚回来爸妈各种好吃的，现在是各种挨骂，比您骂得狠，我现在特别想学校了！”

大成说：“关键学校不想你啊！”

中铁总牵手海尔 铁老大低姿态开启转型

2016年05月03日 时代周报记者 付聪 发自广州

4月16日，在青岛娄山站和合肥北站，停着两列载满海尔家电产品的火车专列。车厢都被涂成了“海尔蓝”，车头挂着牌子上红底黄字的写着“特需专列”，显得格外刺眼。火车驶离的风笛声宣告着中国铁路总公司（以下简称“中铁总”）与海尔集团牵手合作的正式开始。

在那一天，中铁总总经理盛光祖和海尔集团董事局主席、首席执行官张瑞敏签订了战略合作协议，开启了“总对总”的合作方式。中铁总对这一合作描述为“这标志着铁路总公司推进供给侧结构性改革、加快现代物流建设、提高运输有效供给取得又一重要成果”。

“这说明原来的‘铁老大’真的放低身段，希望结合家电市场具有高附加值的特点，提高自身收益。”清华大学工程管理硕士教育中心执行主任刘大成对时代周报记者说道。他认为，这表明中铁总在货运市场化转型的过程中，迈出了坚实的一步。

中铁总关于市场化转型的改革已经并不是第一次，业内人士屡屡调侃中铁总的市场化改革为“微改革”。“市场化改革不是签一两份协议就可以解决，这只能说明中铁总的顶层很着急市场化转型这件事。可关键问题还是必须解决制度性的问题。”北京交通大学经济管理学院教授赵坚说道。

■ “知道疼了才会改”

2013年3月14日，被誉为计划经济“最后一个堡垒”的铁路系统，终于迈出改革的一大步，实现了政企分开，曾经的“铁老大”铁道部成为历史。新生的中国铁路总公司将作为一个企业自负盈亏。

然而，关于中铁总的市场化问题依然是坊间关注的重点。铁路货运改革更是市场化转型的重要组成部分，更何况货运是铁路经营收入的主要来源，以2012年为例，铁路货运占运输总收入的43%。但刚刚成立的中铁总，实际上面临着一个巨大的市场压力。

首先是中国货运市场在快速发展，可铁路货运占比却在下降。根据交通部数据显示，1980-2012年，铁路货运周转量占全社会的份额，已由47.5%下降到16.9%，减少了30.6%；同期，公路货运周转量的份额则由6.4%上升到34.6%，增加了28.2%。

另一方面，铁路的货源正在大幅下降，中铁总成立的时候，2013年头四个月，煤炭、石油、粮食同比分别下降7.2%、4.2%和14.2%。

面对如此严峻的局面，中铁总还专门成立货运组织改革工作领导小组，盛光祖亲任组长。到了2013年的年中，中铁总正式实施货运组织改革，对其内部资源进行了划分。通过这次货改，铁路运输部门统一管理和组织“门到门”运输（不经任何中转环节把货物从生产厂家、货物发点直接运送到用户或货物终点的一种运输）的全部业务，业内人士指出这也是对公路货运的挑战。

“铁路去做‘门对门’，这是公路运输优势的长处，铁路运输的短处，为什么一定要拿短板去和别人长处比呢？这说明我们一开始货运改革是走了弯路的。”刘大成回忆起当时的改革评价道。

此后，中铁总掌门人盛光祖每年年初在铁路总公司会议上的报告里，大力推进货运改革一直都是

下一年的工作重点。通过这一系列的改革举措，中铁总在货运改革中也取得了一些成绩。

尤其在 2014 年 6 月，中铁总开始发展电商，开通 6 列直达特快电商班列。并在 2015 年 4 月推出了 95306 网站，这个网站仅 2 个月交易额就达到了 172 亿元。借助这些货运改革措施，中铁总的零散货物日发货量，从 2014 年 7 月的 1 万吨，仅仅时隔半年，就上升到了 7 万吨。

然而，虽然每年中铁总都在“大力推进货运改革”，可似乎依旧“雷声大雨点小”。中国铁路总公司 2015 年前三季度财务审计报告显示，中铁总亏损进一步扩大，2015 年前三季度巨亏超 94 亿元。更加惨烈的是，2015 年全国铁路货运总发送量完成 34 亿吨，同比大降 10.53%，当前铁路货运量已经跌至 6 年前水平。

这与中国的经济形势有关。因为中国经济下行，传统铁路货运的黑货都在大幅下降。时代周报记者注意到，在 2014 年，盛光祖提出要全面深化货运组织改革，实现“稳黑增白”。结果到了 2016 年，“稳黑增白”就没有再提了。

值得一提的是，2015 年 10 月，中纪委公布了去年中央巡视组第二轮专项巡视 26 家单位中剩余 15 家单位的反馈情况，中铁总存在权力寻租的情况，这更是给了中铁总当头棒喝。

刘大成分析说：“中铁总改革的意愿并没有落实到下层，它实际上还是在满足国家的计划性。现在在中铁总真的吃不饱了，才会真正放下身段，毕竟知道疼了才会知道要去改。”

■ 仅仅是开始

在今年年初铁路总公司会议上的报告里，盛光祖给货运改革制定了四个突破的方向。其中谈到要进一步扩大货源，大力拓展“白货市场”，所以便出现在文章开头的那一幕。

早在今年 2 月，盛光祖在济南铁路局调研期间明确提出，加强与海尔集团等家电龙头企业的战略合作，推动青岛铁路物流加快转型发展。随后在 3 月份中铁总就已经和海尔集团展开了试点，在海尔合肥基地将货物发往沈阳、长春、哈尔滨、成都、重庆、乌鲁木齐等地。时代周报记者注意到，这些运输两地距离都极长，可以极大地发挥铁路运输的长途优势。

另一方面，海尔集团自身也确实有铁路运输的空间。海尔在国内生产基地分布在青岛、合肥等地；销售网点遍布全国各地，年物流总需求 2500 万立方米，但目前的铁路运量微乎其微。与此同时，家电产品是高附加值的大宗商品，也就是俗称的“白货”。

“现在中铁总和海尔展开合作，可以看到中铁总现在是在逐渐落实这 4 个方向的突破工作。”刘大成分析。根据中铁总数据显示，今年一季度，集装箱发送 2513 万吨，同比增长 25.8%，白货运量可以说实现了大幅增长。

赵坚在接受时代周报记者采访时曾表示，目前我国的铁路货运，“白货”占比依然过低，认为至少要提高到 40%。白货的运输主要依靠公路、航运。像美国的铁路运输周转量占总货运周转量的 40%。

在这次合作中，中铁总也透露了不少细节，表明它真正地放下了身段。不仅向海尔集团驻派了 5 名客户代表，每天都进行信息对接，在试点的车站，甚至将仓库的外墙都涂上了标志性的“海尔蓝”。车站在仓库装修、人员的工作服、铲车的外漆等细节上都向海尔的风格主动靠近。

不过，刘大成认为这次中铁总和海尔合作，只是表现它态度真正转变的一个开始，他分析说：“市场化的核心应该是，中铁总从原来合同上的甲方变成了乙方，真正地是为他人服务。在以后未来铁路

货运的改革中，中铁总必须要识别出自身的发展优势。”

赵坚对时代周报记者强调：“铁路货运改革的核心还是要解决制度上的问题，使底下的路局真正成为市场主体，才会有真正的积极性。否则，你签订一两个协议，只能说明中铁总的高层很重视铁路货运改革，但并不能真正解决什么问题。

作者刘大成简介

- 清华大学博士，博士生导师，博士后合作导师
- 清华大学互联网产业研究院副院长兼互联网物流技术中心主任
- 中国铁道学会多式联运分会（筹）副理事长兼秘书长
- 清华大学工业工程生产力促进中心主任
- 清华大学工程管理硕士（MEM）教育中心原执行主任
- 中国交通运输协会危险品专业委员会常务副会长兼专家委员会主任委员
- 中国交通运输协会交通科学研究院执行院长
- 全国互联网金融工作委员会专家讲师团讲师
- 清华大学工业工程系系友会原副理事长
- 河北省政府物流顾问
- 河南省商丘市市长助理（兼职，原挂职副市长）
- 原广东省顺德市政府科技顾问
- 全国道路运输标准化技术委员会委员
- 国际工业工程师学会（IIE）中国联络部秘书长

- 解放军总后勤部军事物流专业委员会委员、军地物流一体化重大工程项目专家组专家
- 美国北卡罗莱纳大学凯南商学院联合副教授
- 德国亚琛工业大学访问教授
- 国家现代农业科技城现代农业物流战略策划组组长
- 王子新材（002735）独董，沃德传动（833174）独董，绿丞实业（300081）独董，鹏润纺织独董，江东绿丞独董，尖峰合讯独董，三三工业独董，文金所独董
- 汉德医疗（100397）总顾问，首铁资源网首席顾问、中泽集团物流顾问
- 北京城市系统工程中心客座研究员、北京语言大学客座教授、沈阳航空航天大学客座教授、浙江汽车工程学院特聘教授、商丘卫生中等专业学校名誉校长
- 国际期刊编委、《铁道学报》编委
- 发表论文 260 余篇，专著 6 部，国家专利 5 项，软件著作权 3 项
- 新华社专栏评论员
- 新华社《经济参考报》物流周刊首席专家
- 中国贸易报物流周刊主编
- 自媒体：《刷牙报》

