2017年，物流行业的机会在哪里？

新的一年开始了，我们整装待发；举目四顾，物流行业有哪些好的机会？过去几年的“成功”模式可否复制？未来几年可能的趋势有哪些？

近几年，通过行业的摸索，现在观察到，一些业务模式似乎有不错的前景，比如：几家大浪淘沙下来的物流信息平台；一南一北的两家专线联盟企业；已确定名单的数百家无车承运人试点单位；“演而优则唱”—-从快递跨境到零担、从零担跨境到快递、3PL又兼营快运、多元化的几家大型物流企业；园区代运营转而整合干线运输甚至甩挂运输的园区整合者；从供应链转做平台并向线下延伸的物流O2O形态；“大部制的”招商局和中外运、中远和中海合并模式；专注于干线运输的重运力组织模式；电商转而做物流并开放物流社会化……

这些“成功”（企业经营难，当下也不能说就是真正成功了）模式可否复制？

笔者认为，复制“成功”模式难，难于上青天；以上发展模式，只是渺渺数十家、百来家而已；相比行业700余万从业单位，占比百分之九十以上的中小物流企业--一线的3PL、专线、信息部、车主司机来说，以上“成功”的模式还是比较遥远的，这些获得一轮轮风险投资，或本身资本、实力雄厚的“明星”，只能远观或者只有加入他们的组织，做个追随者罢了。

明星者的要素禀赋和遇到的机会不可复制！

作为广大一线的物流从业者，最大的机会是做好自己：按下“跃进”诱惑，把握趋势，苦练内功，提升自己的服务能力。

单个“明星”之路不可复制，但分析明星发展的过程，他们怎样结合自身的要素禀赋，看到了什么样的市场、社会发展契机和趋势？这些可以借鉴；那么在2017年及接下来的若干年，我们一线物流人需要关注那些可能的趋势及变化来来苦练内功呢？

**趋势一：电商对商流的改变进而影响到物流的走向**

一年年双十一单日成交量的刷新增长，各类B端的交易也有垂直的电商交易平台，电商交易占到社会商品零售额一成以上，我们更多地在各类电商平台采购、消费，而不常到超市去购买，消费理念、电商环境越来越成熟，电商对我们生产、生活影响越来越大；原来的多级经销商体系越来越变成从电商仓直接发货至消费者；电商改变了商流，从而会改变物流的模式及走向。物流行业需更多地关注到电商环境下，物流组织模式带来的新的改变，提前做布局；提前布局和卡位，对自己来说就是机会。

**趋势二：国家政策对物流发展的影响**

近几年，国家认识到物流的重要性，物流是国民经济的支柱性行业；国家也陆续下发了许多支持物流行业发展、营造物流行业良好营商环境的政策，梳理下来，国家的政策脉络还是比较清晰的，把握以下这些脉络，认清这些趋势，对我们“凡人”物流企业来说，可以把握大势，少走弯路。

包括：物流节点、物流设施、物流工具标准化、物流园区、多式联运、甩挂运输、快递、电子商务、跨境物流、城乡一体化、信用体系建设、营改增、GB1589、治超、无车承运人、物流信息平台等。

**趋势三：技术会影响改变物流的模式**

我们这一代人，正赶上技术飞速发展、日新月异的时代，五年前后，技术发展恍如隔世，五年前手机的诺基亚还如日中天，五年后却是安卓和IOS智能手机的天下；几年前无人机还是军方的技术，现在无人机可以执行普通的送货；五年前，不知微信为何物？当下，哪个人每天不刷个十来遍微信朋友圈，朋友圈成为获取信息第一手来源……物流方面，表现突出的是在仓储环节，RFID、智能机器人、无人码垛机、自动分拣机、扫码枪等等，技术的进步（成熟度及成本方面）带来作业效率大大的提升，改变了过去的物流模式；在运输环节，正在尝试商用化的无人驾驶，基于技术和大数据的智能路径优化，和仓储进出库环节的技术优化结合，正在和将要影响我们的物流模式；看似遥远，实际就在眼前；正如已经发生的很多影响我们生活、生产的新技术一样。

**趋势四：互联网和智能手机带来物流协同方式的改变**

物流行业被外界评价为“小散乱差”，这是内外部环境及行业特点决定的，因为环节过多、时间长、货物处于运动状态、许多的手工作业、作业人员需求及层次都不高、沟通需要在现场、变化快，但正如互联网和智能手机改变了零售模式和我们沟通的效率，应用到物流行业的互联网基础设备、软件和人手一部的智能手机，在技术越来越成熟、使用的人更加熟练情况下，原来的物流行业的“小散乱差”有望得到改观；原来的只有到现场才能获取的信息可以通过智能手机和设备实时提报和获取，作业团队协作也可以靠当下的微信群或其它社交工具实时同步协作，云端的仓库在线化让管理人员实时掌握现场情况、可以及时进行判断、调度、安排，“差”的运输在途也可以通过互联网的软件产品实现全程透明化；这些只是当下的现状，未来，随着互联网、智能终端和物联网基建及技术的发展应用，物流的透明化、实时化可以真正实现自动化，甚至不需要作业人员的主动提报而做到全程主动协同。

2016年物流行业纷纷扰扰、热闹无比，但对行业来说，真正需要的是静下心来去打磨自己，正如董明珠所说“从来只有锦上添花，哪有雪中送炭”；要取暖、生存下来，只有靠企业自身。

2017年或20XX年，对物流行业来说，最大的机会还是在于自己，做好了自己，把握住趋势，机会随时都有。