大宗商品的物流和供应链思考

今日参加一个大宗商品的智慧物流和供应链论坛，有人提出供应链4.0和B2B3.0的概念；通过聆听、讨论，关于供应链和智慧物流，我思考一下，有这样一些思考:

1.供应链应该是一种思维、思想和方法论；先有这样一种思维，然后才规划你的采购、生产、销售和信息化；

2.智慧物流、B2B、电商、互联网、平台等是实现供应链的工具和手段；

3.供应链是一种生态；建设生态圈是供应链最后的目标和结果。

关于大宗商品一方在建设物流时，到底是做二方、三方还是四方？我觉得可以参考两个案例:安得物流和海尔物流，才开始都是做自己母公司美的、海尔家电的二方物流，后来都成为三方甚至向四方发展，这个可以借鉴，有两个因素

1.企业的发展阶段不同，

2.企业的定位发生改变了

大宗商品的互联网+大约有三种模式

1.第一方模式:例如华能、神华建立自己的交易平台，撮合交易，线下业务线上化；

2.第三方模式:例如找钢网，完全由第三方搭建平台，撮合交易，还解决物流、金融的问题；

3.信息化服务和物流代运营模式:例如路歌平台、货运中国网、高达软件等，主要给大宗商品企业提供物流信息平台对接，也可外包物流业务运作，基本可完成物流一体化服务。

大宗商品的物流和供应链规划建议:

商流:有条件、有基础的可以自己安排，通过建设B2B电商平台；

基础薄弱、信息化程度低的可以外包第三方成熟交易平台；

商流倾向于自营，以控制价格和产品质量。

物流:物流建议外包第三方平台，因为物流专业性及涉及资源整合、管理复杂，外包为宜；可以采用几家平台以保持竞争、互补，形成良好生态。

资金流:自营+外包模式，大宗多为各类国企，有资金优势，也可通过托盘模式，可以拿到较低利率的资金，反补大宗上下游链条，优化产业链。

所以，大宗商品生产商就是要在产业链中做好自己，发挥自身优势，外包非核心业务和功能。

引申，对任何平台或企业，在全球化、互联网、科技进步的大背景下，连接和共享是绕不过的战略着眼点和落脚处。