激扬文字：一个物流人2016年的观察和思考

2016年，在每日关注行业、阅读行业资讯时，进行了一些思考，陆续撰写了近四十篇行业观察和思考的文章；到了岁末年终，觉得有必要将之前的文章作个梳理，看看这一年以来主要关注了哪里问题？彼情彼景，又作了怎样的解读？又有哪些“凡人名言”？

先作一个大概的分析，这一年，大概写有40篇文章，分布的大的细分领域为

按下来按文章标题、写作时间、主要观点以及我自认为的“名言警句”来作个盘点。

1. **德邦和福佑合作后，下一步如何走？**

写作时间：2016年 4月21日

**主要观点**：双方开发布会，大张旗鼓营造合作氛围，缘于互相需要；**对德邦来说：**借势互联网新贵福佑，通过和福佑召开合作发布会，展示传统零担巨头拥抱互联网+，拥抱变化的决心，对后期德邦上市和估值产生一定的促进作用；德邦和福佑合作，同时也解决了部分实际资源采购问题，将原来线下的部分运力采购搬到平台上来，在一定程度上杜绝了传统线下调车的灰色地带部分，面向社会运力竞价机制，能在一定程度上降本增效；**对福佑来说：**能和德邦这样大物流公司合作，既能极大地丰富了他的货源，又能借和大公司合作不断完善其服务流程，还可借德邦提升福佑品牌知名度。

**“精彩”摘录**：福佑卡车就是想通过撬动中介、经纪人、信息部这些物流行业的“中间纽带”来重塑物流运输行业。也就是说采用的是改良而非改革的方式，所以，相对一上来就要革物流园区或信息部命的众多车货匹配平台来说，更能得到包括现有生态圈的支持，推动更易。

1. **国内物流融资初探**

写作时间：2016年 5月26日

**主要观点**：国内物流行业融资来源主要有风投、物流金融、传统金融及民间融资；物流金融还可再分为保理、仓单质押、代收货款等；民间融资分为民间借贷、企业内股权众筹和同行拆借；文章主要从资金来源、获取难度、获取额度、成本支出、风险、市场格局六个维度进行分析。

**“精彩”摘录**： 被投资人可能单独具有互联网思维或单独有行业运营经验，但在中国物流行业极不规范、营商环境比较恶劣的情况下，获得投资，拿到钱后，不够花，或花得方向不对；而资本的天性就是短期兑现；短期内看不到赢利，后面会不再投资；被投资的标的成为烂尾工程或要放弃。

1. **我为什么看好这几个平台**

写作时间：2016年 5月30日

**主要观点**：以下一些平台或模式或许在未来有不错的发展。

打通天、地，形成完整闭环的公路港物流模式（林安和传化）

起于资源整合，转而抓住行业、政策风向做重的整合型平台（天地汇和物流小秘）

积累多年，通过数据资源做后汽车市场的平台（货车帮、易流）

背靠垄断资源，利用垄断资源抓刚需市场的平台（中交兴路、快乐大车）

**“精彩”摘录**：曾经百轲争流的数百家物流APP或平台，目前还经常能被我们关注到的也不太多了，一方面是大浪淘沙，靠烧钱搏眼球的许多产品因为多方面因素，资金难以为继，渐渐销声敛迹，虽然在曾在一段时间内风风火火、妇孺尽知；另一方面，也可能是躲开了烦嚣的烧钱大战转而低调地去修炼内功、打磨产品去了

后汽车服务平台切记不要急功近利，早早地就想将用户资源变现做生意；应该更多地关注司机这个群体，先帮他们解决问题、带来实惠，形成一定的影响力，在司机群体中创造美誉度。

服务于物流链条上、中游的产品众多且需求普遍苛刻；服务于下游的司机群体产品目前甚少，他们要求相对来说简单，无非是有效的货源和社会的尊重理解，而下游的司机群体是运输业务真正执行者，是影响运输效率的最后一环，而且围绕司机消费、车辆是万亿级的市场，我相信，沉下去，真正能服务好这个群体会是不错的蓝海。

未来无论何种平台，都要善于进行合作，不仅要在纵向产业链进行整合、合作，也要横向平台间进行合作、融合，纵向整合比如表现在运输链条上下游的整合，横向整合表现在类似城际交易平台和同城平台的合作、货主平台和车货平台的合作、园区平台和车货平台的合作等等。

1. **从云鸟配送和诸葛修车牵手看物流平台跨界合作的必要性**

写作时间：2016年5月31日

**主要观点**：云鸟配送起步于京津的同城配送业务，通过众多地和其它公司进行战略合作，让云鸟的触角和领域扩大到了干线运输、区域配送、家居大件物流、仓配、后汽车市场等领域，这进一步让云鸟的生态体系扩大，和外界的连接更多和密切

**“精彩”摘录：**我相信他们的野心不只在目前十来个城市的同城配送业务上，他们将会通过连接相关企业、平台，建立上、下游甚至关联产业，共享各自的资源，让各自的资源、优势最大化，让云鸟和其它平台、企业能演化到一个大的生态系统中，形成“活水”，最终带来双赢、多赢；我相信，最先去连接别人的，一定会在未来的大生态体系中先人一步，会占有更多的资源、更有能力去推动生意的发展。

目前，国内许多所谓的物流平台，其实不能叫平台，一来它不是中立的地位，它参与到平台的交易中，二来是它们没能完成平台体系的搭建，包括不能实现交易的闭环；所以说，这些平台，只是具有平台的部分功能，这样来说，一定要补齐平台其它的功能要素，那么这就需要通过连接，连接其它关联产业、关联平台，大家一起来构建真正实现平台功能的体系

另一方面来说，做到了纵向的一体化，在横向一体化上也需要通过连接来构建更大的生态体系，比如说车货匹配平台可以和园区平台、B2B垂直平台、餐饮平台、商用车平台等等建立一定的连接，相信连接越多，平台的服务能力、价值和竞争力越强。

许多物流平台，目前还未真正领会共享经济的精髓，敝帚自珍，不愿、不敢开放自己的资源或数据，这样的想法多了并付诸实践，那么，就不能真正、更好地发挥社会共享经济的实际效率，达不到真正的效果；比如，做车货匹配平台的，紧攥自己的运力资源，只服务于自己的平台，因为一家能力有限，相对于多家平台、整个社会平台能共享资源来说，当然不能形成更有效的对流和资源的利用。国家倡导的甩挂运输、托盘社会化应用多年不能得到真正地推广，除了经济实力未到，资源拥有的需求方不能真正共享资源也是一个影响的因素。

1. **细说VC在国内物流产业的布局**

写作时间：6月1日

**主要观点**：互联网和物流结合，对热衷于中国淘金的各类风投机构来说，在互联网+物流上进行投资，是有巨大市场和前景的事，他们实际上已经进行了布局、占领了一定的赛道；分析的投资机构分别是：腾迅投资基金、钟鼎、红杉、阿里、IDG、经纬和金沙江投资、百度。

目前来看，腾讯已布局了物流中仓端、干线端、同城物流端、众包物流端、物流大数据和管车平台端，相对来说，是在物流产业布局较全面的一支投资基金

从钟鼎投资方向来看，一是很多都是从A轮开始就进行投资，甚至是独家投资，这对后期在被投资公司中占比和影响力有帮助；二是从投资赛道来看，在干线领域、车货匹配平台、专线平台、物流大数据和管车平台、信息中介领域都有布局

从红杉投资风格看，一般要到B轮及以后才参与进来，说明投资风格偏稳健；投资的方向上有干线车货匹配平台、同城配送、众包物流和物流O2O

阿里系的物流领域投资针对性强，就是围绕其电商体系，无论是C端还是B端，通过参股、控股、整合的模式，整合各种电商需要的物流资源，服务于各种电商的物流

**“精彩”摘录**： 无论这些VC机构投资的是物流领域还是其它产业领域，对国内企业来说都是福音，毕竟，企业要发展壮大，特别是在全球经济一体化的背景下，靠企业自身积累，特别是物流企业要靠拼网点、拼资源实力、拼技术能力这些需要花大钱、尽早尽快布局的环境下，引入发展理念相近的风投机构的基金，不失为一种双赢的选择。

1. **大货主自建平台，这事我怎么看**

写作时间： 6月2日

**主要观点**：无论是大型生产企业、贸易企业还是大型3PL，这些拥有货源的大货主，在搭建行业平台上还存在一定的问题；原因总结下来，主要是当事企业是运动员要做裁判员难以服众；但如果搭建一个行业平台，只是为了优化自己小生态，又得不偿失；所以，大货主要做行业平台，最好的办法就是脱离出来，以第三方的身份来做这件事。

**“精彩”摘录**：大货主自建平台，我认为，不要在一个锅里搅，还是要通过剥离、内部孵化出第三方的实体来操作，这样或许能更快实现建立行业平台的目标！

1. **用共享经济改造物流产业刍议**

写作时间：6月3日

**主要观点：**从物流细分领域及几个关联的产业来进行分析，包括：3PL，专线，信息部，车主，货主，物流平台，物流软件，物流辅助产业。如何借用共享经济的思想，来改造、提升行业效率和让自身变得更有竞争力呢？

**“精彩”摘录**：车货匹配平台其实就是一种货车、货源的共享！

一个彬彬有礼、有着良好驾驶习惯、万公里事故率极低和信誉良好、懂得通过物流平台找货、能够和货主、收货人、物流公司协作、通过APP反馈节点信息、配合签收管理电子回单、线上支付的司机，怎会不受人尊重呢？

走在前面的SAAS类物流软件，坦率地说，因为时间的关系，产品的成熟度还有待再加强，功能的适用性还要再修改，新需求的响应还要再快一些，前瞻性的功能还需要提前布局，这些都是SAAS物流软件的努力方面。

1. **大包裹物流市场服务体验及思考**

写作时间：2016年6月29日

**主要观点：**计划了可能的几种物流渠道：专业搬家公司、专线、零担公司、快运快递企业，并分别尝试了解可能的服务能力。

专线费用尚可，但不能提供专业性的装卸、打包以及家电拆、装服务能力。

零担公司针对这种临时性小业务量需求，需要到市场找合作车辆，自身不提供车辆；感觉是老牌零担公司，网点人员服务态度及能力还是不错的，也能站在客户立场去想问题和进行相应沟通。

号称专注于大包裹，实际运输是外包给其它专线或物流公司。

**“精彩”摘录**：如果能专注于这样一个细分市场，做大做精，大到可以提供类似零担这样全国性的网络，精到可以对各类型物品分别有相应的运输解决方案，象宝供物流刘武起步时刚做宝洁业务那样“象保护自己孩子一样保护托付的商品”，那么，我相信，在这个领域也能象冷链、大件、危化品一样打出一片天下。

1. **运输行业税收及发票的前世、今生及来世**

写作时间： 7月5日

**主要观点：**前世，运输业务执行营业税，运输企业交纳3%的营业税，加上教育附加费、城建费等总税率约3.3%；营业税是地方税。

物流业实行营改增试点后，“货物运输服务”由3%的营业税调整为11%的增值税;“物流辅助服务”由5%的营业税调整为6%的增值税。

物流平台及部分核心3PL企业取得各省无车承运人资质 ，取得开票资质，交纳11%的增值税，有效保证国家税收的征收。

**“精彩”摘录**：无车承运人政策落地尚有时日，即使部分无车承运企业、平台得以确定，仍难改变国内物流税、票不规范问题；一方面国家政策一般都会落后于产业，另一方面国家税务体系、地方政府唯GDP论的局部利益一直存在，还有物流企业的中国国情仍有很多江湖手段；所以，税收始终存在漏洞，存在可以压缩的空间，发票仍是紧缺物资，仍会被暗箱交易。

1. **中国货车司机演变简史**

写作日期： 7月6日

**主要观点：**车多人多，是物流操作层面占比最大的部分；货车司机在中国物流链条中是金字塔最底层的支柱；货车司机，在改革开放前是单位人，也就是生产制造企业或商贸流通企业储运部的拿工资的专职司机，退休后能拿工资；现在，货车司机大部分是自己车的老板；几十年下来，货车司机的演变，贯穿中国经济从计划经济到市场经济发展过程，资源供给和需求反映了经济的规律；我们知道，中国的物流订单是3PL来接单，由专线来运作，由司机来最后执行。

**“精彩”摘录：**大家都说要在物流上做轻；但都做轻，物流最后的执行谁来做？这个需求是刚性的，最后都要有专业的机构或人来操作，大家都不做，你来做、做得专业，那就是你的竞争力；孰不知，货车司机在欧美、日本的国家是个受尊重、高工资的职业！中国经济、物流的发展，同样具备专业素质的货车司机也会迎来那么一天！

1. **读“切莫空谈大数据，解读需要走出物流大数据应用的误区”有感**

写作时间： 7月8日

**主要观点：**真正的大数据应该是跨企业、跨平台的；大数据概念引入国内也为时不长，对大数据的理解和应用目前处于概念阶段的比较多，对大数据的理解、应用大家都处于摸着石头过河阶段，大数据转换成生产力除了需要数据量外，还需要考虑数据质量、数据分析的工具、数据清洗、数据建模，基于不同的维度产生不同的应用；但大数据分析得出的结论，是否科学、有效？这受限于诸多内外部因素，数据本身只是一个层面。

物流大数据目前的难点在于

1. 物流信息化水平目前参差不齐；
2. 物流系统数据不能全部真实
3. 物流数据分别存储在各物流主体、各家物流平台，未能共通
4. 数据安全、数据共享目前还有待改进、理念不能普遍接受
5. 缺少从上到下打通横向和纵向数据的机构、机制

**“精彩”摘录：**现在的大数据，大家普遍知道是个好东西，打个比方：就如知道人参是个好东西，但好在哪里？对哪些人适用？怎么使用？目前普遍处于摸索阶段；我觉得，先要允许不同声音存在、允许大家从不同层面进行尝试；先是为数据而数据，逐渐要规范数据源、数据使用和开放数据的使用。

比如某司机，虽然服务于多个物流公司，但多家物流公司的数据目前来看是都是孤岛，可能司机在某公司、某时间段表现不错，但在另一公司、时间段表示不尽如人意；货主间、物流公司间的数据不能打通，单一主体的数据即使再多，也不能叫大数据。这也是行业和社会未来努力的方向，怎样将服务数据打通，形成真正的大数据。

目前的物流平台，在一定程度上解决了第三方公共化的问题，但平台与平台之间还会存在数据壁垒；这也是未来努力打破的方向。

大数据是基于系统而来，不真实或有一定水份的数据分析得来的优化结论可能“差之毫厘，谬以千里”，务实的管理者不会全盘依靠数据来进行管理，数据分析的结论在目前阶段只作为经营管理的参考而不能完全依靠此作决策。

1. **运输链三流现状分析及发展趋势展望**

写作时间： 8月4日

**主要观点：**首先，三流是指货物流（服务流）、资金流、发票流。其次，运输链条定义为货主-3PL-专线-信息部-司机-油站、路桥、维修提供者。

对目前的链条，行业也一直在做一些探索，在减少或优化运输链条，提高运营效率，降低成本上，各类互联网+物流产品层出不穷，我们不能说，这些探索一定就会改变目前的链条规则，但从国外发展经验来看，这些尝试一定会给国内物流的货物流或服务流产生一定的影响，会在一定程度上对现有运输链条进行优化或改变。

**“精彩”摘录：**需要注意的是电子商务、互联网、物联网、大数据、云计算、供给侧改革等商业模式、技术日新月异的发展，商流改变物流，技术改变物流是必然，跨界者和行业人士的冲击和探索，在不远的将来，我们会看到新的运输模式和运力服务模式的改变。

1. **我国物流货源演变浅探**

写作时间： 8月5日

**主要观点：**农业经济，大部分物资靠自给自足；“物流”的物资占比少。

原来工厂体系内的储运部、国营的储运公司已不能满足物流需要了，2000年上下，诞生了以佳木斯帮为代表的民营零担公司，诞生了以宝供为代表的服务于国内世界五百强合同物流的第三方物流公司，诞生了以宅急送为代表的服务于快递、针对个人、小单位的小件运输公司，诞生了以大田为代表的向外的国际件物流公司，铁路也进行改革，路局分离的产生多元公司、一定程度上的市场化运营，航空公司也兼营小票空运业务。

**“精彩”摘录：** 许多依托互联网的信息平台或APP，也借用了小黑板的名字甚至货源发布实质形式，可见小黑板模式的货源发布方式具有典型的中国特色和接受度。

1. **商业货款演变及代收货款前景探讨**

写作时间： 8月8日

**主要观点：**代收货款产生的原因？在代收货款产生前商业货款实现如何演变？新经济、新技术对代收货款会带来怎样的冲击？物流与代收货款的关系如何？代收货款的发展前景如何？

**“精彩”摘录：** 物流企业，对代收货款又爱又恨；客户有要求此项业务的，你不能不接，不然显示不了你的服务能力；接了此项业务，在物流的营商环境下，苦逼的物流人，运费结算不及时、人力管理成本高企、物流设施办公设施成本不断上涨，收到代收货款，难免不心动或不得不行动，但一旦动了心，则有可能陷入万劫不复之地。。。

代收货款，这个提法，在未来，不再是我们传统理解的需要物流公司或其它角色在现场来完成这个工作，更多地是通过交易机制、支付工具来实现货款安全、及时的流转。

第三方支付平台的成熟，产品的增多，接入各种交易平台或企业信息化系统，依托第三方平台的独立性，可以完成货款交易的安全及时性，这时，代收货款也会成为历史。

1. **物流产业链的供给侧改革探讨**

写作日期： 8月19日

**主要观点：**把物流产业链分成以下几个环节，政策制定及行业监管部门、3PL、专线、车主、物流平台（物流信息平台、物流APP、物流园区、公路港）、物流从业者（物流老板，物流经理人，物流操作人员）

**“精彩”摘录**：物流供给侧的改革，绝不是喊喊口号；作为物流人，真正需要在全球以及我国经济形势大背景下，认识到供给侧改革的必然性和必要性；结合自己所在物流产业链中的位置，从供给侧的角度来思考改革的路径，配合需求的倒逼，两者的结合将产生巨大的能量，将加速行业的线上线下整合，前端和后端的整合

1. **我国运输车辆双超演变及国家治超发展分析**

写作日期：9月23日

**主要观点：**第一阶段：治超起动阶段（从上世纪80年代末至2000年以前）。第二阶段：集中治理阶段（从2000年至2008年）。第三阶段：建章立制阶段（2008年至2010年）。第四阶段：常态冶超阶段（2011-2016）。第五阶段：长效冶超阶段（2016年9月21日-）。

**“精彩”摘录**：双超的形成是这种运输营商环境造成的，双 超的屡查不禁和中国的政商环境有关系。

1. **我国物流及流通行业近三年国家政策分析**

写作时间： 9月28日

**主要观点：**近三年，由国务院和发改委、商贸部、交通运输部、财政部、税务总局等发布的关于物流和商贸流通的政策、指导意见、规划五六十个，近三年来，国家主要政策集中在政策供给、物流规划、多式联运、电商和快递以及标准化和信用体系的建立； 2015年以后，政策及文件下发更频繁和细致化，政策具有延续性，对之前年份的政策进行再强调和制定行动方案，这也是国家务实、强调政策的落地可执行性，对比之前“政策年年有，不见有执行”来说，是一大改进；到2015年下半年和2016年，新增了对物流信息平台、无车承运人和降本增效的关注和探索、政策供给。

**“精彩”摘录：**几千年的集权政治对中国人思想影响巨大，中国的政商环境决定，你做任何商业活动都要充分考虑国家政策及导向；国家任何政策的制定、出台都有其复杂的政治、经济背景，也是各种力量博弈的结果；所以，我们应该认真地研究政策出台的前因后果及政策内容，顺应政策，就是顺应大势，得到政策的支持，能创造良好的政商环境，对本企业发展有利无弊。

1. **网约车要不要调控？如何调控？对物流网约车的意义？**

写作时间：10月9日

**主要观点：**赞成政府对网约车进行适度的调控。调控的实现方法是观察+限制+逐步放开+存量控制.

本次网约车调控对物流行业及打着共享经济模式的物流平台来说，给我们的启发是：思考行业群体的诉求如何和国家、政府主管部门及行业整体的管控政策协调共处并得到发展?

**“精彩”摘录：**网约车是出租车的一种类型，天然具有本地属性；在本地出行领域，外地车进入网约市场，违背了共享经济本义：社会闲散资源的利用；因为这种外地车进入大城市市场，是一种人为有意的行为，而不是本地出行需求的发掘使本地闲散资源得到更有效利用。共享经济本质是盘活存量而非创造增量。

1. **从网约车新政看新经济下政府治理、企业运营与民意**

写作时间：10月11日

**主要观点：**解决大城市出行问题，恐怕还在于对现有出行体系进行降本增效?主要在增效，长远看是合理规划城市交通体系，中短期是对存量出行资源进行科学调度、有效共享利用好闲散在途车、车位。

**“精彩”摘录**：有一部分专车司机就是从原来黑车转换而来，那么，新政实行，“梁山泊好汉”是否再可被“朝庭”收编?通过培训考试，将原来的专车和司机转化为正规城市出行力量（交警有正式工和协警，专车能否成为那个“协警”?），叫出租车或特别出租车都好，既能解决城市运力不足，又能解决存量资源转换问题； 当然，淘汰、筛选是必然的。

1. **陈平的离去和中通们的上市故事**

写作时间： 10月12日

**主要观点：**宅急送发展的影响因素：大企业病、未把握住关键机会、定位不稳定，不能坚守、败在资本、人的影响；

三通一达们发展的因素：抓住了电商发展契机、善于抱团、加盟制促进快速发展、民营浙商企业的灵活经营、善于拥抱资本。

**“精彩”摘录：**从最初的快递快运，到后来合同物流、快运、零担、仓储普遍开花，到后来分事业部，分产品线分别发展，从直营到加盟，从自有到外包，一直飘忽不定，市场格局给企业的时间有限，在飘忽中，新的零担巨头形成了，新的快递格局形成了，新的合同物流老大老二座次排定了，而宅急送还在不停地寻找定位中。

1. **合同物流利润薄，快递快运竞争激烈，物流还可以这样做？**

写作时间： 10月13日

**主要观点：**特色物流是未经大规模开发的垂直物流，前者相对小众、具有区域性、时间性，处于待开发地带、操作要求高、利润高；而垂直物流一般是在生产经营中已成熟，具有明确的操作要求和资源要求，相对物资流动量大，专业性强，利润适中。特色物流经过发展，会逐渐演变成垂直物流。

区别于传统的物流叫做特色物流，这是除传统物流外，行业可以去发现、调研、论证和开展的新物流模式。

**“精彩”摘录：**特色物流的对象，多为“埋在深山人不知”的物资，但“酒”又十分的香，具有资源唯一或独特性；同时，现代的物流体系又能支持“山妹子”走向外面：遍布城乡的快递网点和人力，日益健全的干线运输，密布的航线，冷链运输和仓存设备；百姓收入也高了，消费能力和意愿强烈，故此，玩好特色产品物流，利国利民利商，这个“商”包括我们物流企业。

1. **无车承运人的新契机、误区以及对无车承运思想的发散**

写作时间：10月20日

**主要观点：**何为无车承运人？无车承运人的实质是什么？无车承运人在中国的“历史”是什么？无车承运人的新契机在哪里？发展无车承运人可能的几个误区？对物流行业来说，通过无车承运人商业模式的发散，我们又有哪些启发？

发散：无仓承储人，无厂加工人，无人装卸人等。

**“精彩”摘录：**无车承运人拆分开来看，就是“无车”和“承运人”，无车是其“生产力”模式，承运人可以算作其“生产关系”中位置：它担责，作为货主（卖方）和物资需求方（买方）的承运人；无车承运人实际上是独立于买卖双方的第三方，主要提供物流（运输）服务，故无车承运人的本质是第三方物流公司。

1. **运力短租、无车承运及物流传统心咒破解**

写作日期： 11月2日

**主要观点：**无车承运人，我理解，会减少中间分包层，但结合国情、行业情况，不会消灭有价值的中间层，比如罗宾逊的实际承运人也有小车队。

**“精彩”摘录：**互联网发展的趋势，不是如前几年那样是包治百病的良方，它只是一种工具，一种效率提升的工具；无论哪种类型企业，最新的互联网企业也罢，传统企业也罢，最后都要回归商业本质：实打实的经营，服务，赢利。

互联网不是救世主，互联网只是改良和提升自己的工具；概念不重要，叫运力短租、运力直采、无车承运都没有影响，关键是业务模式的背后我们的服务能力和质量水平。

前几年，投资人纷纷看好用互联网改造物流，投资了数百个互联网APP和平台，一时物流行业互联网+物流扬眉吐气，纷纷要改造物流行业、革传统物流的命；几年时间过去了，虽然艰难，但传统的物流还存在；但“革命者”却很多都风清云淡了，成为“传统”；处于“被改造”的物流人，发现大风过后，该干什么还干什么，只不过，多了一些业务选择模式和运力寻源渠道；被互联网“改造”一遭，没有核心竞争力的，还是不能带来“江湖地位”的提升......

1. **物流改革多年了，为何仍这样落后？**

写作日期： 11月4日

**主要观点：**我认为主要的原因，还是大家都只是动嘴了，真正动手、沉下去改造这个行业的还是太少了。

改革方案止于上层，缺少细致调研

迎合投资人，未了解、解决真正痛点

改革止于高管，只提高管理效率

所有改革，未真正走进运营和操作层面

**“精彩”摘录：**表现尤其突出的是以顺丰、三通一达为代表的快递企业，经历了四面楚歌的窘迫困境，抓住电子商务和互联网红利，短短二十余年，发展成一个个巨无霸企业，其发展的历程、改革的路尤其值得借鉴。

1. **从禅宗不立文字扯到为何要写物流感想**

写作日期： 11月6日

**主要观点：**互联网和移动互联网的发达，信息现在不再是单向的了，我们普通人不只是传统的、被动的信息接受者，也可以通过众多渠道、媒介甚至自媒体，发出自己的声音，可以写文，表达个人对事件、现象的意见和主张；这是好事，但我也同时感觉到，如禅宗的不立文字修行一样，自由的著文写字，在某种程度上，一定会是“误读”和“误导”其他受众。

在一些媒介上甚至自己的自媒体上表达对物流的理解、物流发展的看法，一方面体会着这个时代的自由，另一方面也感受到“立文字”对受众可能的误导，经常会产生矛盾的心理。

**“精彩”摘录：**任何人的文字从某种程度上来说，都有不尽正确的一面，而且，人都是社会性、阶级性的，都有自己的立场，立场决定了态度，态度决定的表达，表现在文字上就不一定公允；所以，对受众来说，读文字，要抱着批判的态度来读，该相信的相信，该置疑的置疑，更多地，别人的文字只是参考，要加上自己的思考。

1. **物流生态圈家底大揭秘**

写作日期： 11月8日

**主要观点：**对市场上各类的物流企业的工商信息作个查询，主要看看各公司的经营范围相关情况，对照市场上看到的各家企业的实际经营情况，看看他们的实力（注册资金），他们的经营重心（经营范围），他们的“出身”（企业类型是外资还是中外合资），他们准备干多少年（营业期限），他们得到政府支持情况（登记机关）。

**“精彩”摘录**：单个企业信息的罗列，其实可以让同行进行对标，在建立企业时、企业改革时、组建新的业务版块时，行业中和我同规模、同类型的企业是怎样的企业类型？为什么会选择这样的企业类型？经营范围是只罗列当下还是考虑长远多列一些？注册资金该投入多少？投多投少有何影响？如何选择登记地点，是在县区、市还是省？

1. **除了村易达，农村物流还可以怎样玩？**

写作时间： 11月11日

**主要观点：**从中央到政府各级都十分重视农村物流的规划和落地实行，一年年一步步强调、细化、完善城乡一体化、农村物流发展。

以日日顺为代表的物流企业已在城乡物流一体化和农村物流市场开拓上已较为深入了。

**“精彩”摘录：**在中国的广大农村中，多年的经济建设和生态演化，这片土地上生活着多种多样的“生命有机体”，他们都有可能在农村物流中大有作为：供销社体系，邮政体系，日日顺、三通一达、顺丰等快递快运企业，终端夫妻店整合者，乡镇巴士组织，农夫山泉等拥有庞大经销体系的生产、商贸企业。

1. **物流平台转型之路的思考**

写作日期： 11月22日

**主要观点：**转型为物流大数据服务公司，转型为后汽车服务公司，转型为无车承运平台，转型为物流综合服务平台，其它转型模式。

物流平台企业要结合自身的要素禀赋，不追求高大上，探索适合自己的转型之路；勿攀比，勿急躁，小步试错，稳步推进。

**“精彩”摘录：**不只是服务于车一端，也服务于货的一端，提供综合性的服务平台，给物流链条的上下游或关系方提供服务，核心优势在于其专业性及整合能力、信息化能力等，可谓是当初美国淘金热时的“卖水人”和“淘金综合服务公司”，不仅提供给这个产业链必需的资源，而且还做促进交易、改善交易及交易后服务的事。

综合物流服务平台，是“运动场馆提供者”，给“运动员”提供训练、实操、服务的场所，当看到有“运动员”出类拨萃、“名利双收”，这对“运动场馆提供者”或“教练”来说，是个诱惑，是否下场去挣大钱？操纵或默认利益关系体下场去挣“运动员”的钱（正如所谓的贪官本人不贪，但其家属、部属或利益关系体贪污），则和当初宣称的不介入物流实体业务有冲突，难以保证其中立性和公平性，结果是公信力缺失，进尔影响平台信誉和生命力。

1. **从亚马逊平台看大流通发展**

写作日期： 11月23日

**主要观点：**所谓大流通，不局限于一国一产业的流通，而是从全球范围、全产业链角度来看流通。

流通，随着社会的进化，经济的发展，技术的进步，正越来越向全球化、全渠道、精准化、及时化发展，“想到即可用到”不再是梦想；大数据和沟通的去中心化，让每个人都有可能成为流通的节点，人与人互联，构成未来大流通世界。

**“精彩”摘录**：未来消费没有固定场所，不在超市，也不一定必然在电商平台，可能会发生在社交平台上，朋友圈的推荐，自媒体大V的微商平台，或知乎问答上的答复，或者是看电视、视频后的消费冲动……无论各种场景下是否做了消费链接，还是消费者自己主动通过搜索引擎查找产品信息，未来这种消费的全场景导流会是个趋势。

1. **探讨：无车承运人会成为合法的新型代开票公司吗？**

写作日期：12月1日

**主要观点：**一直以来“做轻”的物流信息平台，取得了合法身份后，能做苦活、脏活和累活，沉淀到物流承运人的实操中来吗？（或者是否做好了承运人的准备？从管理架构到运营架构，到操作规范和流程或者可行性的分包方案）怎样不会发展到自愿或被迫的：无车承运人是合法外衣，实际会转到具有合法身份的代开票公司？最后“新瓶盛老酒”，还是回到多年来的实操业务的开不了票，开票的不做实际业务。

**“精彩”摘录：**无车承运试点政策方向是正确的，但因为无车承运业务涉及多部门、多层次利益博弈，协调、统一方方面面的利益还需要时间，在现行政策、治理环境下，政府还需拿出决心，从大局出发，舍弃局部利益，明确财税政策，做好企业服务工作，加强业务学习、行业认知，增加监管能力和服务意识；行业协会要多下基层，了解实际行业现状及困难、需求，敢于进言，向政府献言献策，提供可行性方案及实施意见；试点物流企业或物流相关公司，要充分认识无车承运人的内涵及要求，认识到无车承运人对承运责任及能力的要求是长期和持续性的，做好稳打稳扎、长期战斗的准备，不取巧，敢务实，作好试点初期政府会严格监管的心理准备，以及承受初期市场不明朗、政策配套不健全的风险。

1. **非计划性同城整车市场浅探**

写作日期： 12月5日

**主要观点：**一般来说，区域范围越大，计划性会越强，因为会以时间来换空间，所以，有必要通过计划性来满足在一定时间里区域需求的满足；到了城市这样的范围，虽然有顺丰等高端和高时效物流公司，相对来说，还是需要有一定的计划性，“想到即可得到”在目前的物流能力和流通体系下还有一定难度。

1. **货代的产生和发展浅谈**

写作日期： 12月6日

**主要观点：**货代的来源，大概有以下几种：

1、由资深车主发展过来（车黄牛，面向老乡）

2、从货源方脱离或有关系的人（货黄牛）

3、物流公司里面掌握人脉的人（车和货）

4、其它（当成职业）

**“精彩”摘录**：货代角色会存在一定时间，而且在一定程度上会长期存在，特别是其物流经纪人职能将会长期存在；所谓破局，我们要看大环境，互联网、移动互联网的深入发展，车货匹配平台这类借技术来改变传统行业的坚持培育，物流主力人群（特别是司机群体）逐渐被互联网原住民取代，社会征信体系、契约精神的逐渐完善，这样，现在这种货代所带来的增值少的机构会逐渐减少；货代会被依托于各大物流平台的物流专业经纪人所取代，经纪人依托于他专业的车辆知识、成本控制能力、服务能力服务于所有用车单位。

1. **第四方物流浅谈**

写作日期： 12月6日

**主要观点：**第四方是整合第三方，提供一体化方案解决的整合者，类似于美国罗宾逊物流这样的无车承运人或一定程度上的大三方（我所说的是能在全球范围提供物流供应链服务的服务商，类似美国的Fedex,Ups之类的）； 从这种角度说，这种第四方物流平台应该是金字塔顶端的部分，必然会长期存在。

中国市场来看，TO B来说第三方物流、专线物流、信息部、个体司机长期是主体，都有其存在及生存的价值，是个价值递减的链条。TO C来说，是快递快运市场的天下，以顺丰、EMS、三通一达，德邦为代表，都是市场的主流。

**“精彩”摘录**：国内现在还有号称第五方物流的，那就是做物流生态圈的生意了，更多地是物流的全链条服务者而非业务操刀人了。

1. **谈谈物流的计划**

写作日期： 12月12日

**主要观点**：计划和非计划是相对的；计划性，从非计划到计划再到非计划……，是一个螺旋式演化的过程。

**“精彩”摘录：**就物流上的公路运输来说，如果在运输执行前就确定了执行主体，不管是分包承运商还是司机，都算是有计划的；体现在实际业务逻辑上，一方面执行主体确定，比如3PL将业务分包给各专线，业务属于专线公司范围的，都归该专线去执行；或者业务调度的是自有车、挂靠车、合同车，线路可能不固定，但也算计划用车；另一方面是执行时间确定，计划就是能提前确定执行时间；执行时间不能确定就是非计划。

以上两个条件，缺少其中一个，就是非计划.

1. **运满满现象对物流信息平台的几点启发**

写作日期： 12月18日

**主要观点：**分析运满满现象，对互联网公司特别是物流信息平台来说，具有一定的借鉴意义；该公司文化基因在互联网、移动互联网及线下运营的经验和能力是不可多得的，我们需要学习他们产品设计上的精细化、人性化、超前化，学习他们充分利用技术和资本的力量来发展自身，学习他们这种连接的能力，通过连接不同服务能力的公司形成综合竞争力，也要借鉴他们能将自己的事业和国家、地方政府的关注点、利益结合起来政通人和。

**“精彩”摘录：**还需如早期一般更贴近市场，把精力更多地放在打磨产品，做好连接，减少过激市场举措，少提革命，多做改良和潜移默化、水到渠成的事。

物流行业的信息化和平台化发展之路还长，对运满满和众多物流信息平台来说，都需务实、稳打稳扎，坚持初心，不要急功近利；需要时刻警醒，企业发展千难万难，失败、挫折只在一时。

1. **行业看无车承运人试点：司机篇，物流公司篇，物流信息平台篇，政府协会篇**

写作日期： 12月23日

**主要观点：**在无车承运人试点如火如荼开展的关键时期，从已公示的13省市的试点企业名单中，我们看到了不一致和些许的混乱，那么，无车承运人相关的各个关系方，是怎样看待无车承运人、无车承运试点的？这对已经确定的和即将确定的试点单位有什么样的影响？

笔者就从司机、物流公司、物流信息平台、政府监管机构四个角色分别来分析一下，他们是怎么看无车承运这件事的。

从现状到未来的发展，物流公司都是无车承运人的主体。从目前13省市下发的无车承运人试点名单来看，各类物流公司也很多。

起步较早的物流信息平台，一般都积淀了一定的业务经营基础数据和业务数据，且有相对成熟的信息化系统和管控模式，比较符合政府试点监控。

内、外部因素让政府终于决定做无车承运的试点，通过借鉴国外先进经验，来发展自己也是政府执政的一条道路。

**“精彩”摘录**：作为司机来说，在无车承运人的背景下，他们的希望还是：车不要停，钱能及时拿到，到哪里都能得到认同、不受欺负，同时，社会对他们的认知再好一点。

无车承运试点让各类物流公司从事物流运输业务从“有实无名”到“有名有实”。无车承运人试点的推开，对物流公司来说，就是解放不合法身份，让他们甩干膀子干；当下运输链条长、低效的问题，也要通过试点找到减少不产生价值的环节，通过政策供给和经济手段解决经营中运力采购、运营管理及资金短缺、风险把控的问题。

代表着互联网+物流这种潮流的物流信息平台，是向左走，还是向右走？向左走，前途未知，要有冒风险的心理准备，需要长期战斗，但有可能踏出一条突破瓶颈、做大做强的路子；向右走，紧跟潮流，可能一时风光无限，但诱惑多多，一招不慎，可能陷入“赔钱赚吆喝”的企业发展怪圈。

**后记：**2016年已经过去了，这一年，开始写一些物流行业现象及现状的观察文章，相对系统地总结自己的观点，也好象找到了一点的写作技巧；但这些才刚开始，希冀2017年能再接再励，还能坚持发乎本心，笔耕不辍，能多点耐心、多点打磨；当然，一切的前提是要多学习、多思考。原与行业同仁共勉！