

政策支持 互联网带动物物流业加速跑

见习记者 贺璐

月29日,国家发改委印发了《“互联网+”高效物流实施意见》(以下简称《意见》),以着力打破制约“互联网+”物流发展的体制障碍,加快调整完善政策法规,统一相关行业标准,创新制度供给,最大限度地释放企业创新发展的内生动力,增强市场活力。

早在4月21日,国务院印发了《关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》(以下简称《行动计划》)。短短3个月时间,相继出台两份文件对物流业进行指导,“这是从政策层面给物流行业给予了支撑,表明近年来国家对流通改革的高度重视,因为流通升级与产业升级互为因果,而中国是一个典型的流通发展滞后于产业发展的国家。”阿里研究院物流专家酒狸在接受《中国企业家报》记者采访时这样表示。

业界普遍认为,虽然《意见》是对《行动计划》的提升和细化,但是,“互联网+”高效物流政策还需要深入到企业和地方,这样才能真正让其发挥实际效益。

“互联网+”物流已铺开

《意见》提到,要依托互联网等先进信息技术,创新物流企业经营和服务模式,将各种运输、仓储等物流资源在更大的平台上进行整合和优化,扩大资源配置范围,提高资源配置有效性,全面提升社会物流效率。

“互联网+”思维早已融入到物流企业中。速派得相关负责人告诉《中国企业家报》记者,目前,速派得采用了一些先进的“互联网+”技术,如开发了动态调度系统,以减少城市物流基础设施建设;通过虚拟仓库、虚拟提货,减少城市路面拥堵,从而提升车辆运作效率,降低成本,实现城市零贷的业务模式。

德邦方面也向《中国企业家报》记者表示,德邦一直在运用“互联网+”思维以及物联网概念提升物流效率,打造集成快递、整车、仓储与供应链



王利博制图

业务系统的综合物流IT平台,支撑未来各项业务的快速发展,为所有客户的各类物流需求提供最高效的解决方案。在积极应对“互联网+”带来的新机遇与挑战时,互联网促使行业平台思维发生改变。

在“互联网+”的带动下,企业已将触角延伸得更远。速派得相关负责人告诉记者,企业内部的“广目系统”正在不断扩大,已扩展到乡镇物流,很多乡镇点(部)已纳入到区域性的分拨网络。“城乡一体化”的乡镇物流体系,解决了城市内部共同配送难题,目前已在一些省区进行了试验和推广。

随着物流政策的不断涌现,以及“互联网+”模式的发展,物流业已受到各方关注。速派得相关负责人坦言,“在以往速派得开展的城市合伙人工作中,往往是速派得向那些有意提升效率、降低成本、参与到‘互联网+’物流浪潮中的企业推销公司的解决方案和产品。而现在是来自各

地的具备国资背景的企业主动请求加入速派得,并且还收到了部分地方政府的邀请,希望到当地投资兴业,以带动当地‘互联网+’物流的深入发展。”

业界呼吁尽快出台细则

酒狸认为,“互联网+”高效物流理念的提出相较于传统物流思想最大的突破点在于物流数据平台和物流云的发展。传统物流让世界更集中,互联网则让世界扁平分散,只有云计算、云平台的推动,才能使碎片化需求快速规模化。

酒狸介绍道,菜鸟早已向物流企业开发物流云平台;韵达等企业上云,菜鸟-天网(物流数据)推出基础型、按任务赋能型、服务型三种数据产品,帮助快递物流合作伙伴提效,例如智能路由分单产品一年至少使6亿包裹免于错误分拣。在智能仓储方面,菜鸟智能骨干网已经在全国布局8个核心

节点、80个合作节点,也在研发并投入使用仓储、配送智能机器人。

但是,“物流是一个多元多环节的行业,监管条块分割严重,具体执行还有很多困难,如路权、物流用地、货车进城等老大难问题。”酒狸表示,今后政府应支持物流云、物流大数据平台的发展,在用地、数据开放协调各监管部门解决具体问题上加大力度,“互联网+”的优势将愈加凸显。

互联网技术发展以及相关政策的出台无疑对促进物流行业和电商的飞速发展具有积极意义,但对于“互联网+”物流企业来说,要想获得改进式发展,还需要一系列细则,促进企业更好地壮大自身实力。

在速派得相关负责人看来,“地方政府不仅要给予物流企业经济、政策层面的支持,还需要给予企业市场空间,特别是同城共同配送的通行权问题。如果这一根本问题不能解决,那么企业今后的发展将是无源之水、无本之木。”

访谈

中国物流与采购联合会副会长贺登才:

物流企业税负依然较重

见习记者 贺璐

2016年上半年,中国物流与采购联合会选取了100家重点物流企业进行问卷调查,以了解上一年度物流企业的经营负担及营商环境。“通过调查发现,我国物流企业总体税负是增加的。”中国物流与采购联合会副会长贺登才在接受《中国企业家报》记者采访时这样讲道。

三多四化五个一

物流业从确定产业地位,到被列为中国基础性战略性产业,再到不断细化,如今已经10年了。

贺登才告诉记者,2006年,“十五”规划提出,“大力发展现代物流业”,现代物流业的产业地位得到确定。8年后,2014年9月,国务院印发了《物流业发展中长期规划(2014—2020年)》,对加快物流业发展做出部署,重新定位物流业,进一步明确与提升物流业的产业地位,是支撑国民经济发展的基础性战略性产业。

此后有关物流产业的文件陆续出台,今年更是出现了高潮。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。6月22日,

税金有所上涨。其中,30%的企业认为显著增长,高于企业收入和利润的增长水平。

“物流企业的税收负担依然较重。”在贺登才看来,主要表现在三方面:一是“营改增”后公路货运行业税负大幅增加。增值税大幅增加的主要原因是进项抵扣不足。各地增值税违规返还问题愈演愈烈,影响了税收政策的市场调节作用。此外,物流企业普遍采用超额支出燃油费的方式来增加进项抵扣,变相降低企业税负,增加了个体司机负担。二是土地使用税减半征收政策落实不够。三是企业所得税优惠政策难以享受。

“而在道路通行环境上,目前物流企业依然存在过路过桥费偏高,非标车辆治理难度较大,超限运输管理亟待规范以及城市限行问题较为普遍等问题。”贺登才告诉记者,与此同时,在投融资环境上现在存在融资需求分化、融资渠道较为单一以及融资成本难以承受的问题。随着物流产业的发展,物流企业用工成本在不断提高,“用工难”问题日益显现。

降低税负未实现

物流产业的发展无疑是迅猛的,同时,物流企业所承受的压力也在不断加重。

贺登才重点谈了企业的税收负担问题。贺登才讲道,“国家一直在倡导降低企业税收,但实际情况不容乐观。”

根据《2015年度物流企业负担及营商环境调查报告》(以下简称《报告》)显示,超过60%的企业反映缴纳

改善营商环境,《报告》给出了明确意见和建议。

针对“营改增”后公路货运行业税负大幅增加的问题,《报告》建议不论政府还贷公路还是经营性公路,路桥通行费统一执行6%的税率,允许企业抵扣进项税额;便利个体运输业户异地开票,允许接受服务的物流企业通过劳务所在地税务机关为个体运输业户代开发票。充分发挥互联网平台优势,与税务机关实现对接,开发平台监管和开票征管新模式;落实无车承运人政策,对无车承运人收到的个体运输业户增值税发票采取差额抵扣政策,不再要求提供燃油费、路桥费增值税发票,把消费环节的增值税税负应该纳入抵扣的进项税额补回来。

针对企业所得税优惠政策难以享受的问题,《报告》建议落实物流企业跨地区经营汇总纳税政策;调整小微企业认定标准,扩大所得税优惠覆盖面;对于高新技术企业认定,适当考虑物流业等服务特点,增加流程创新、模式创新、管理创新等“软技术”的比重,降低研发人员占比要求,增加技术应用人员要求。

贺登才认为,在当下经济下行的大背景下,“物流业最需要且最根本的还是政策问题,物流企业的发展需要国家提供一个宽松的发展环境。”

点评



长久物流8月10日成功上市坐稳业内第一股

长久物流登陆上交所后,本次拟发行股份4001万股,发行后总股本40001万股,发行价15.43元,市盈率22.98。长久物流是国内规模最大的独立于汽车生产厂商的第三方汽车物流企业,公司以整车运输业务为核心,为客户提供整车运输、整车仓储、零部件物流等综合物流服务。公司控股股东为吉林省长久实业集团有限公司(持股84.62%),实际控制人为博世久和李桂屏夫妇。公司系吉林省长久实业集团有限公司核心子公司,总部设立在北京。登陆资本市场后,长久物流将致力于打造先进的智慧物流一体化企业。

评:

填补了国内资本市场汽车物流行业的空白,有利于中国汽车行业走向世界,打造具有国际竞争力的民族品牌,对汽车物流行业的探索具有示范意义。

天猫商品进驻苏宁5大物流基地

在苏宁“8·18发烧节”还未到来之际,天猫和苏宁在物流服务上已经开展了进一步的合作。

苏宁快递相关负责人介绍说,“目前,天猫小家电、3C商品已经在苏宁的上海、北京、广州、武汉、成都五大中心仓做了预测备货,由苏宁对库存商品进行管理和运营。8·18期间,消费者在天猫购买的部分3C、小家电商品,也会由苏宁快递员负责最后一公里的配送。”

目前,苏宁快递已经成为天猫商品的长期物流服务商。苏宁为天猫定制3C仓配业务,4月率先在北京开通运行3C商品独立配业务;6月上海苏宁物流奉贤基地天猫仓开仓运营,苏宁快递负责天猫3C商品在江苏、浙江和安徽三省的仓配服务;7月开始,广州、武汉、成都、北京等中心仓也陆续为天猫3C开通仓配服务,覆盖华东、华中、西南、华北四大片区,并开始接入天猫小家电、服饰等业务线。

评:

苏宁天猫各具优势。苏宁自建物流,可以在全国核心城市提供半日达、次日达等服务;天猫具有平台优势,流量多,市场份额大。苏宁天猫合体,可以优势互补,提升苏宁线上销售量,提升天猫用户体验。

快递业上市浪潮 EMS是否也将顺水推舟?

近日,国务院办公厅印发国家发展和改革委员会《营造良好市场环境推动交通物流融合发展实施方案》,部署推动交通物流融合发展工作。有分析人士认为,此次国家发改委的表态,将更加推进中国邮政的混合所有制改革。

随着“互联网+”战略的深层次推进,电商网购的发展已经进入了最为灿烂的春天。各大民营快递企业纷纷谋求上市,作为快递行业领头者的中邮速递,则成为物流界关注的焦点。随着邮政行业的政企分离,作为单独服务业态的中邮速递早已开始自负盈亏,对比中邮速递和圆通,中邮速递资本实力基本完爆圆通,在最新的2016年世界500强企业中排名第105位,这些对于中邮速递来说都是有形资产和无形资本,并且完全有实力独自上市。

中邮速递现在面临着打破传统老邮政系统的封闭僵化、逐步自封的制度,进行业务的垂直化发展,取消事业部编制,逐步形成完全私有化和市场化的整体运营机制的问题,只有尽快谋求上市,打造最大效率化和收益化的快递企业,才能维护自身的霸主地位。

评:

“上市”对快递公司而言,意味着可以大规模的融资,为企业发展注入新血液,能够增强自身实力,对抗其他快递公司的竞争,从而占据有利地位。在快递企业扎堆上市的时刻,也或许是EMS顺时变革,谋求上市的好时机。

资讯



新TIIDA:“颜”与“型”一致

人们买车不仅仅考虑代步功能,对车子外观上的“颜值”和“体型”也有了更高的要求。新TIIDA在“颜”上的改变较大,前脸采用了日产全新演绎的V-Motion家族式设计元素,动感的V型镀铬饰条与引擎盖上的立体线条自然衔接,V型中网颇有运动感,搭配全新科技的LED灯组合与镀铬开放式雾灯,整车活力动感的气息外露。除了颜值的提升,新TIIDA整车的体型也发生了巨大的变化。车身增加了凌厉而锐不可当的双腰线,从前脸开始,贯穿了整个车身连至尾灯部分的线条与车门下部略微上翘的线条,给人一种跃动、迸发的力量感。



本版主编:刘凌林