

多方加快进军农村物流 政府扶持意向明显

■ 本报记者 宋笛

4月26日,包括发改委在内的国家24个部门联合下发了《关于印发促进消费带动转型升级行动方案的通知》。这份《通知》明确提出,要“充分发挥邮政系统、供销社系统现有农村网点布局优势,支持电商和物流企业向乡镇农村延伸。”

农村物流正在成为电商企业和物流企业的下一片主攻市场。据《中国企业报》记者采访了解,包括菜鸟、京东、顺丰、通达系快递、德邦物流等多家快递、零担企业都在依托县级网点布局整体农村物流市场,其中数家企业还在尝试打通农村物流双向渠道,挖掘农村的消费潜力以及农产品销售潜力。

多方布局农村物流

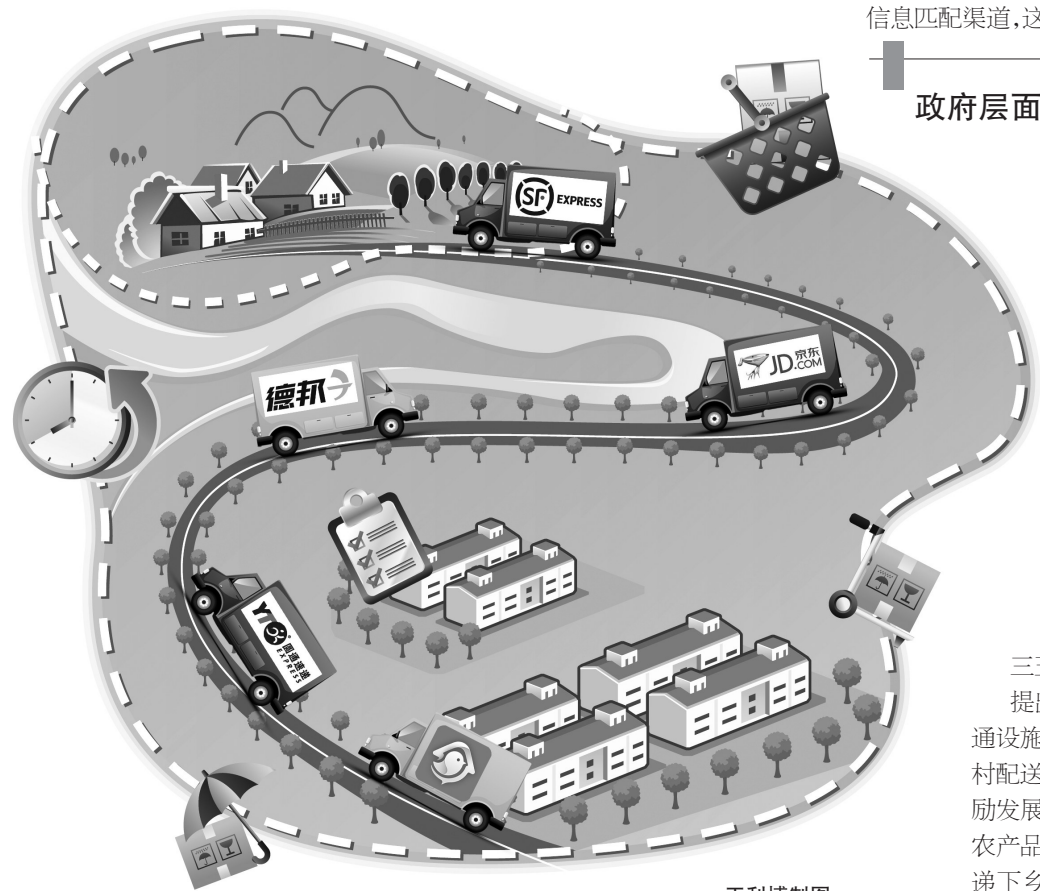
4月22日,菜鸟网络正式上线其县域物流O2O模式,菜鸟正在与统一、威露士、立白、柔诺、金龙鱼等商家进行合作,试点的第一批商品在江苏省21个试点县完成100%次日签收。

据菜鸟方面介绍,在传统的经销体系中品牌商品到农村市场需要经过多级分销,渠道利润摊薄严重,而电商销售快递成本又太高,在零售价格不变的情况下,没有足够零售利润。因此,农村的品牌市场依然存在着很多空白。

而此次品牌商与菜鸟的合作,正是建立在菜鸟此前一直在布局的以县级物流服务中心为核心的农村配送体系。据介绍,品牌商分销商将货物一次性送至菜鸟的县级物流服务中心,菜鸟就会通过每日都在运行的农村物流村际班车实现货物的次日到达。

京东在农村物流方面也在快速布局。2016年年初国务院扶贫开发领导小组办公室与京东集团签署了《电商精准扶贫战略合作框架协议》。根据协议,“十三五”期间,京东将在贫困地区加大投资力度,主要用于生鲜冷链宅配体系建设,保证将贫困地区生鲜产品配送到全国主要消费城市。

京东方面表示,在2016年年底,



王利博制图

京东将通过“渠道价值化”战略,搭建农村物流体系,计划在年底使京东物流覆盖40万—45万个村。

物流体系缺陷仍明显

尽管各方都在加快向农村物流进军的步伐,但是农村与城镇不同的消费特点和人群分布让农村物流仍然存在着较大的空间。

一位物流领域相关人士告诉记者,目前在中国农村覆盖最为广阔的依然是EMS,其他的物流体系暂时没有建立起类似覆盖面积的物流体系。

对于农村覆盖能力也成为菜鸟在2014年与EMS合作的原因之一。在双方合作的领域内容中,就包括农产品电商化物流支持。

上述相关人士表示,目前的农村快递市场多采用转包的形式,在快递

巨头和电商巨头进入农村市场之前,从县级到农村的商品流通市场被大量的小型物流企业自发的填充,他们可能是只拥有几辆货车的夫妻店,而很多快递企业的包裹单走到县级市场就需要与这些小型企业进行操作,由他们完成最终的农村物流配送。

“很多农村分布较为分散,在这一情况下很难做到入户配送,一般的选择是在一个村选择一个配送点,然后让收件人到配送点自己取货,和目前的高校、写字楼配送有些类似。但是不同的是,农村的配送量往往不足以支撑每日班车,所以很多时候一周只有四天甚至更少的配送日。”该人士这样讲道。

农村物流是一个双向的物流,其中既包括满足农村消费需求的农村电商配送服务,也包括满足农村生产经营需求的农产品配送,相较于前者,后者具有更大的难度。该人士表示,“农

产品配送对于时效和温度都有更高的要求,同时需要搭建一个较为通畅的信息匹配渠道,这些都是难点。”

政府层面扶持意向明显

农村物流与农村消费市场、农村电商乃至农村经济息息相关,其建设难度较高,仅仅依靠企业很难完成,因此,来自不同层面的政策扶持也成为了农村物流未来一段时期发展的特点之一。

在今年公布的“十三五”规划纲要中,明确提出,要“加强农产品流通设施和市场建设,完善农村配送和综合服务网络,鼓励发展农村电商,实施特色农产品产区预冷工程和‘快递下乡’工程”。并在农业现代化重大工程中提出“支持电商、物流、商贸、金融等企业参与涉农电子商务平台建设”。

在“十三五”规划纲要公布后,各地方政府也正在按照纲要的要求,制定立足于本地情况的农村物流体系建设的相关政策。据记者不完全统计,包括吉林、辽宁、浙江、重庆、安徽等多个省市都相继出台了涉及农村物流的相关政策。在安徽省出台的《关于落实发展新理念加快农业现代化实现全面小康目标的实施意见》中,对于冷链服务、粮食危仓老库修改、降低农村物流成本、加强物流服务网络建设等各个方面都有所涉及。

“从整体来说,东部沿海的农村物流得益于早年乡镇企业的运输需求以及基础建设的完善,基本处于畅通状态,东北地区、中西部的农村物流基础建设落后较多,仍然需要政府的大力扶持。”上文物流领域相关人士表示。

环节过多致农产品损耗大 流通新模式初现

■ 本报记者 宋笛

农村物流作为一个双向的物流渠道并非仅仅为农村消费服务,与此同时,通畅的农产品流通渠道的建立也将为农村经济带来新的生机。

与农村配送相比较,农产品流通涉及更多的问题,包括农产品的初级加工、分销、信息对称、低温运输等多个方面,在传统农产品批发市场受到冲击后,新的模式将以何种形式建立也成为了相关部门和整个农业行业关注的问题。

在这其中,包括合作社、批发市场等传统因素也成为了新模式落地的依托,整个农产品的流通和运输正在出现一些新的迹象。

农产品流通损耗大

农产品物流与普货物流存在着较大的差别,这一差别也使得在我国农产品物流依然处于一个较为粗放的局面。

早在2012年,农业部就曾经做过测算,据农业部测算显示,我国粮食、马铃薯、水果、蔬菜的产后损失率分别为7%—11%、15%—20%、15%—20%和20%—25%,每年仅粮食损失量就高达500亿斤,远高于发达国家的平均损失率。

一位农产品物流的从业人员向《中国企业报》记者表示,目前的情况并未好转太多,“主要还是看品相,附

加值高的,运输起来会比较小心,恒温、装卸都会做得比较好一些;损耗就会低一些,附加值低的,运输的时候就没办法控制太多了,要不然成本太高,控制不了。”

在我国农产品流通的过程中,环节过多也成为了农产品运输损耗大的原因之一。

据了解,我国目前的农产品流通一般的轨迹是这样的:农产品成熟后由收菜的商贩和批发商进行收购,在这一环节往往存在着压价的现象,特别是草莓的类别的水果,限于保质期极短,商贩凭借信息不对称拥有很大的议价空间,批发商拿到农产品后再进行分销,进入农贸市场等零售端。

这一种流通渠道还是比较简单的渠道,流通的长度也较短,有一些跨区域流通的果蔬面临着更多的环节和渠道。

新模式仍需物流支撑

随着电商的逐步兴起,农产品的流通方式也出现了一些变化,传统的流通渠道受到了一定的冲击。

2015年,农业部市场与经济信息司司长张合成曾表示,电子商务给农产品流通即将带来三个颠覆性的影响:一是流通环节的扁平化。将大大减少流通环节,缩短流通距离,提高流通效率。二是公平化。电子商务时代的交易方式是以时间和价格来决定的,出价双方的定位是平等的。三是

透明。整个流通环节交易方式的信息在电脑上做记录,信息都是公开的,对生产者和流通者对交易双方信息都是公开的,交易双方的信息形成对称。

目前包括天猫、顺丰优选等多家电商平台都已经切入到农产品市场,一些诸如产地直销、众筹农产品等多种新鲜的业态层出不穷。

但一个非常现实的问题摆在这些电商面前:现有的物流体系是否能够支撑这种模式?毕竟电商对运输时限有着严格的要求,特别是其中产地直销模式的产品,更需要高时效、低成本的物流体系进行支撑。

一位正在从事优质大米产地直供的业内人士向记者提供的一个例子回答了这一问题。在2015年年底末时,这位人士需要从黑龙江向广州地区运输一批大米,出于成本考虑,该人士选择了铁路作为运输工具,但是在北京转运时,大米停滞了数天,快到广州时,又因为春节导致数天的耽搁,整个流通时间远远超出了正常的运输时间。对这位人士而言,没有太多更好的选择,高效的物流途径意味着高的物流成本,而农产品特别是大米、蔬菜类的品类决定了其单位重量内利润空间较为有限,物流成本控制难度颇高。

传统节点的新作用

农产品新的流通运输链条的建立并非是一蹴而就的事情,对于合作社和农贸市场等传统节点的利用正

在成为政府和行业的新方向。

根据农业部的信息显示,从2014年以来,农业部开展了全国农民合作社加工示范单位创建活动。2014—2015年期间累计创建加工示范单位716个,在引导带动农民合作社延长产业链和价值链、促进农民分享加工流通增值收益、推进农村一二三产业融合发展等方面发挥了积极的示范作用。

目前,全国153万个农民合作社中,一半以上从单纯的农业耕种收环节迈向产加销一体化经营,很多合作社创建了合作社+公司+基地+农户的新的产业化模式。

未来一个时期,农业部将按照“基在农业、利在农民、惠在农村”的总体思路,重点支持其发展农产品采收、产地处理、贮藏、烘干等初加工及运输、销售等环节。

而农产品批发市场目前所占据的重要地位和天然的节点效应也将使得其在农产品流通发展中扮演必不可少的角色。根据数据显示,目前我国共有农产品批发市场4469家,其中年交易额亿元以上的达1790家。经过多年的建设和发展,我国已初步形成专业性综合性相结合,产地、集散地与销地相衔接的农产品批发市场体系。

业内人士表示,“目前的一些传统的批发市场规模和设计对于车流的承载能力有限,仓储配套容量也有限,但是一些设计合理的批发应该可以成为农产品物流天然的集散地,扮演园区的角色。”

热点



营改增:收费公路通行费抵扣问题明确

营改增全面实行的前一晚,物流行业迎来了一个关键问题的解决,收费公路通行费抵扣问题。

财政部、国家税务总局4月30日晚间下发《关于进一步明确全面推开营改增试点有关劳务派遣服务、收费公路通行费抵扣等政策的通知》,营改增试点期间劳务派遣服务等政策进一步明确。

根据《通知》规定,在收费公路通行费抵扣及征收政策方面,2016年5月1日至7月31日,一般纳税人支付的道路、桥、闸通行费,暂凭取得的通行费发票(不含财政票据,下同)上注明的收费金额按照下列公式计算可抵扣的进项税额:高速公路通行费可抵扣进项税额=高速公路通行费发票上注明的金额÷(1+3%)×3%;一级公路、二级公路、桥、闸通行费可抵扣进项税额=一级公路、二级公路、桥、闸通行费发票上注明的金额÷(1+5%)×5%。一般纳税人收取试点前开工的一级公路、二级公路、桥、闸通行费,可以选择适用简易计税方法,按照5%的征收率计算缴纳增值税。

评:

物流行业作为三产中增值税首批试点的行业,经历了整个营改增的步伐,在抵扣不完善之前,许多物流企业的实际赋税是增加的(能够抵扣的项目在相当一段时间内只有油费和购车费),一些中小物流企业甚至出过用油卡发工资的下策。

尽管随着收费公路进入抵扣内容,物流能够抵扣的项目已经基本健全,但值得注意的是,一些小型物流企业仍然面临上游发票不健全等多个问题,行业具体赋税负担问题,仍然有待观察。

邮政快递行业第一季度数据公布

近日,中国邮政局公布了第一季度邮政快递行业运行情况,一季度,邮政企业和全国快递服务企业业务收入(不包括邮政储蓄银行直接营业收入)累计完成1197.7亿元,同比增长32.7%;业务总量累计完成1461.8亿元,同比增长48.7%。

3月份,全行业业务收入完成446.9亿元,同比增长38.6%;业务总量完成583.3亿元,同比增长58%。

一季度,邮政函件业务累计完成9.9亿件,同比下降22.8%;包裹业务累计完成760.8万件,同比下降49.8%;报纸业务累计完成45.1亿份,同比下降2.9%;杂志业务累计完成2.2亿份,同比下降15.6%;汇兑业务累计完成1589.9万笔,同比下降27.8%。

一季度,全国快递服务企业业务量累计完成57.7亿件,同比增长56.4%;业务收入累计完成773.1亿元,同比增长42.1%。其中,同城业务收入累计完成109.5亿元,同比增长44.5%;异地业务收入累计完成417.5亿元,同比增长38%;国际及港澳台业务收入累计完成93亿元,同比增长17%。

3月份,快递业务量完成23.7亿件,同比增长66.2%;业务收入完成305.1亿元,同比增长54.9%。

评:

快递行业数据已经逐渐成为整体经济数据中不多见的亮色了,2015年快递行业业务量同比增长48%,业务收入同比增长33.8%;2014年业务量增长51.9%,业务收入增长41.9%。

电商物流从业人员研究报告公布

5月5日,北京交通大学、阿里研究院、菜鸟网络联合发布《全国社会化电商物流从业人员研究报告》。

《报告》显示,全国社会化电商物流从业人员总数为203.3万人,以20—30岁男性为主,近8成来自农村,学历主要是中专、高中、技校为主,日均工作9—10小时。

在人员构成方面,203.3万人主要是以第三方的形式为网络购物提供物流服务的人员,包括相关物流企业的管理人员、快递员、仓库操作人员、货车司机、客服人员等。

其中,一线人员163.6万人(一线快递员、站点仓库操作人员、基层管理人员);二线人员33.8万人(主要包括仓库分拣人员、客服人员、货运司机);三线总部职能人员5.9万人。

在收入方面,5成以上站点工作人员工资水平在2001—6000元之间,少数能达到8000元以上,管理人员平均工资略高,仓库操作人员平均工资相对较低。快递员的最低工资每年都会上涨8%—10%左右。

这份报告认为物流行业人才匮乏正在极大地阻碍物流行业发展,由于缺乏系统的培训,整体从业人员素质提升远远落后于行业规模增长速度。

同时,根据报告预测,未来几年内我国电商物流包裹数量有望达到1000亿个,日均处理件量将超过3亿个,从业人员将近600万人,而这一人员需求与人口结构之间的需求差可以由大数据和新技术的使用进行弥补。

评:

人口结构的变动对于中国各个行业都会带来巨大的冲击和影响,迫使行业调整结构,进行变革。快递行业也不例外,但相较于一些行业而言,快递行业有可能在高速增长时期进行升级和变革,这是行业的幸运。

(本报记者宋笛整理、点评)

执行主编:宋笛

