

聚焦 现代物流业

物流成本为何居高难下

本报记者 亢舒

成本高于世界平均水平

物流行业对于经济发展有怎样的意义和作用?商务部办公厅副巡视员胡锦锋在近日商务部举行的“商贸物流”专题新闻发布会上提出,在当今世界,物流业已成为支撑国民经济发展的基础性、战略性新兴产业。一个城市可以没有工业、农业,但不能没有商贸物流业。商贸物流是市场流通的“血脉”,物流越发达,市场越繁荣,经济发展就越有活力。

而目前,我国物流行业,特别是城市商贸物流的发展,仍面临诸多问题。其中,物流成本高便是其中最核心的问题。

商务部流通发展司副巡视员王选庆介绍,2012年我国物流总费用与国内生产总值的比率不仅远比发达国家高,比如美国是8.5%,日本是8.7%,德国是8.3%,而且跟经济发展水平与我国基本相当的金砖国家相比也偏高,比如印度为13%,巴西为11.6%。

不仅如此,我国蔬菜在流通环节的腐损率高达20%至30%,一年大约损失5000万公斤蔬菜,而发达国家的腐损率只有5%。特别是“最后一公里”配送难、配送贵的问题十分突出。有报道说,山东寿光的白菜运到北京新发地批发市场,价格从每公斤0.5元涨到1元,而从新发地运到社区菜市场,价格飙升至1.5元。这些情况也都在一定程度上推高了物流成本。

费用畸高原因复杂

王选庆介绍,从结构来看,物流总费用包含三个部分,即运输费用、保管费用、管理费用,而从比例来看管理费用更高一些。2012年统计显示,我国运输费用与GDP的比重是发达国家平均水平的1.7倍,保管费用高2.2倍,但是管理费用高6.9倍。

“在管理费用上,我们高得是比较突出的。这说明我国物流业整体上还是没有摆脱粗放发展的模式。”王选庆说。

王选庆介绍,综合而言,我国物流成

本畸高的原因比较复杂,既有物流业本身的问题,也有其他方面的问题。

首先,产业结构和生产力布局是物流费用高的基础性因素。我国仍处于重化工阶段,而且资源主要分布在西部、北部,制造业集中在沿海,市场又在全国乃至全世界。这种特点客观上决定了物流强度大,距离长。

其次,运输结构不合理和协同性不够也推高了物流费用。据测算,铁路运输成本约为公路的1/3,水路运输成本则更低。我国现在主要依赖公路运输,铁路、内河、管道等运输方式比重偏低。在内陆地区,这个问题更为突出。比如,重庆市公路货运量占总货运量的86%,水运占11.7%,铁路仅占2.3%。同时,我国综合交通运输体系尚未完全形成,不同运输方式衔接不够,影响了物流效率。目前,我国港口集装箱吞吐量80%以上靠公路运输,海铁联运的比重不足3%,远低于全球20%、美国40%的水平。

再次,物流业的组织化、专业化、信息化程度低。物流企业小、散、弱的格局没有根本改变。据中国物流采购联合会统计,我国现有约1110万辆载重汽车,经营主体超过720万家,只有一台车的个体运输户占公路运输市场份额的40%。由于信息化滞后,车找不到货、货找不到车的问题十分常见,即使在上海这样的物流发达地区,2011年货运汽车空驶率仍高达37%,是欧美平均水平的3倍。

上述情况充分表明,我国是物流大国,但还远不是物流强国,全面提升物流业发展水平还有很长路要走。

当前,物流业已经成为支撑国民经济发展的基础性、战略性产业。物流成本

高,不利于改善消费环境,降低消费成本,释放消费潜力,更不利于便利消费、引

导消费甚至创造消费。我国物流成本长期以来居高不下,几乎成了物流领域的“顽

疾”,其原因何在?又该如何破解?

管理粗放亟待转型

“物流业本身是一个复合型的产业,不是一个行业,而是一个产业,是由多行业组成的复合型产业,所以解决物流成本高、物流效率偏低的问题,需要一个长期的过程,不是靠一两个部门出台一两项政策就能够一蹴而就的。”王选庆说。

好在物流业发展在一定程度上与当前经济发展不相适应的情况越来越引起高度重视。今年10月,国务院副总理汪洋主持召开部分城市物流工作座谈会。此后的11月12日,商务部召开了全国商贸物流工作会议,进一步部署了相关工作。

商务部副部长姜增伟表示,流通包括商

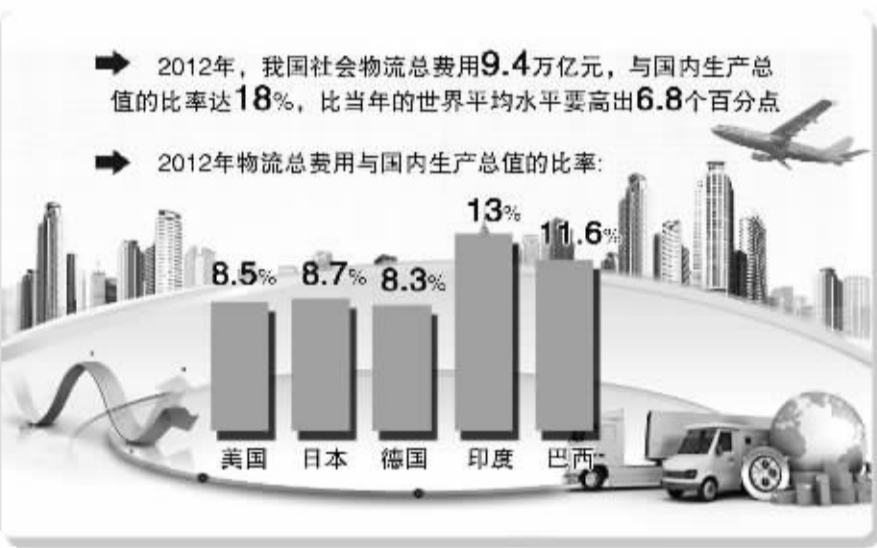
流、物流、信息流和资金流,目前我国流通成本仍居高不下,主要是物流环节成本较高造成的。物流管理和企业经营处于粗放发展阶段,这方面大有潜力可挖。

姜增伟表示,下一步,商贸物流工作将从加强物流标准化建设,提高物流信息化水平,鼓励专业化、社会化物流的发展以及破解制约城市配送发展难题等几方面入手。

王选庆表示,接下来还将以降低物流成本为主要出发点,重点推进城市物流发展。同时,作为牵头全国流通工作部际协调机制的部门,商务部正在会同相关部门积极研究推动出台促进商贸物流发展的指导意见。

王选庆透露,商务部正会同质检总局、标准委、财政部等部门,就如何建立商贸物流标准体系开展研究,还将研究在个别关键性设备的新标准推广中对企业增加成本的补贴扶持政策,力争在1至3年内完成标准化推广。

此外,商务部还将进一步协调落实相关政策,切实为物流企业减负。王选庆透露,为解决“营改增”给物流企业带来的税负上升问题,财政部和税务总局正积极研究相关政策,争取把公路收费也能纳入增值税抵扣范围。关于物流仓储大宗用地减半收取土地使用税、物流业水电同价等政策都会进一步推进落实。



电商也有难攻之城

沈则瑾

“双11”的销售数字正在不断被细化解读,其中高端家居产品成为电商最难攻下的阵地。高端家居用品除了独有的耐用性、体验性更有赖于实体店的充分呈现和讲解,是否还有更深层次的心理有待发掘?

在近日上海举办的“家居体验的未来趋势——百货商场需要什么样的大店”论坛上,笔者了解到国内虽有众多家居品牌“触电”,但整体仍停留在摸索阶段。以进口家居零售领航品牌利快为例,运营1年的利快天猫旗舰店在“双11”的零售额虽然只有100万元,却已在类目排名1000家店铺中居第33位。

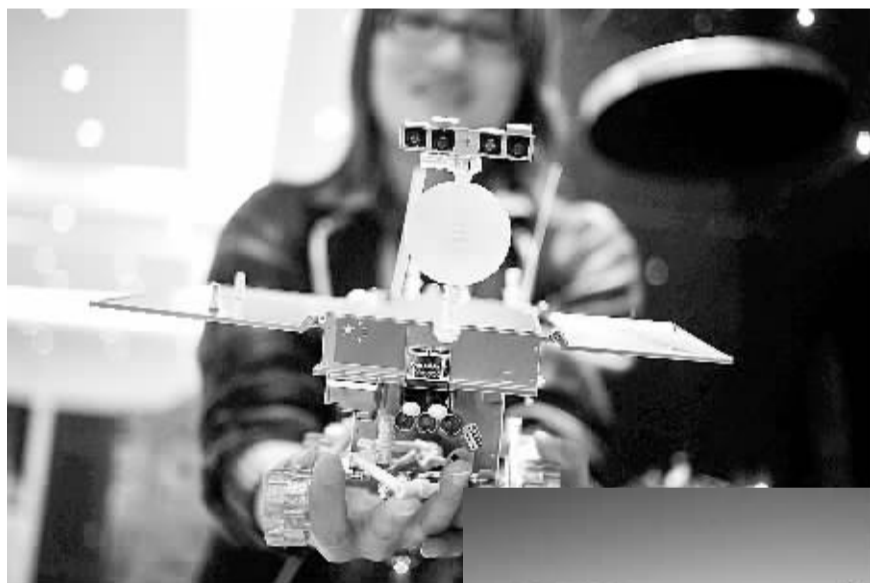
在利快董事总经理项喜君看来,电商只是利快的渠道之一,他认为电商带给消费者最大的诱惑是价格,但高端家居用品核心是品质和产品的差异化,销售的核心目标在于提供有品位的生活方式、提供增值服务,延伸消费者对家居用品的体验,这些更多有赖于线下的推广。利快从5年前开始为会员提供生活课堂,传授插花、厨艺、软装搭配、园艺修剪等技艺,让会员感受更多高端家居用品体现的细节之美。通过这些精准服务和悉心培育,目前利快已有忠诚度很高的50

万会员,而这样的服务在线上很难传递给顾客。

近年来,中低端家居用品市场销售低迷,高端市场却逆市上扬,新生代“80后”成为市场消费主角,家居用品需求较上一代人更注重品质和档次是一个原因,家居用品消费已步入高档化甚至奢侈化是更深层的原因。

东方商厦有限公司党委书记兼总经理孙秋明也认为,尽管有电商的冲击,但百货走的是差异化、精品化、体验和服务路线,高品质的家居用品精美优质设计前卫,能满足顾客“生活很美好”的高附加值的心理需求。消费的本质是产品价值和顾客需求的匹配,这是国外众多依然顾客盈门的百货百年老店的生存之道,也是线下实体店无法被取代的优势所在。

前不久上海市商务发展研究中心做了一个消费者调查,关于未来线上电商和线下实体百货的选择,大部分人觉得是两种共存的状态,认为一个城市没有实体百货是不可想象的。代表新的生活方式、具有想象力的商品如高品质家居用品在实体店的销售是有优势的。显然,高端家居用品已成为电商的难攻之城。



主题营销 无处不在

上图 随着“嫦娥三号”月球探测器成功发射,中国首辆月球车“玉兔”号成为公众焦点。5万台“玉兔”号月球车的仿真模型也在此时销往市场。“玉兔号”月球车模型按与实物1:8比例仿真制作,使用合金材质,还安装了远红外线智能设备,在行走中感知到前方的障碍物时,可以自动停下。



下图 新西兰航空公司推出“霍比特人”主题飞机。这是12月2日在新西兰奥克兰拍摄的“霍比特人”主题飞机外观。

家电能效何时不再虚标?

本报记者 常理

前不久,国家标准委公布家电能效新标准,涉及变频空调、洗衣机、平板电视、吸油烟机、热泵热水器5类家电产品。其中,平板电视、变频空调、洗衣机的耗电量标准均出现了大幅下降。

根据变频空调的新能效标准,原来的1级、2级能效空调等级自动下调一级,分别变为2级和3级,同时新增更高标准的1级能效等级。而液晶电视、等离子电视1至3级的能效指数,分别都提升了一倍左右,省电标准提高了100%。滚筒洗衣机原来的1级能效仅相当于新标准的5级,意味着现在的2级至5级能效产品全都淘汰。

家电新能效标准的实施,将有助于提高家电产品的节能环保水平,推进家电产业结构优化和升级。

但是记者在采访时也发现,家电能效标识依据仅是在实验室状态下测算的理想参数,而且国家对标准没有严格的规定,导致了产品“虚标”现象较为严重。

在节能产品的推广中,产品能效的真实是达到政策效果的前提保证,这关系到消费者的合法权益是否遭到侵害。之前网上不断有报道称,一些家电企业存在着能效虚标和骗补现象,这也大大增加了消费者对于产品能效标识是否虚标、企业是否诚信的疑虑。

而实际上,根据《能源效率标识管理办法》表述,我国目前实行的制度是“由产品生产生产者自行检测产品能效,并依据检测结果和相关标准自行确定标识信息,自行印制和粘贴标识,向相关授权单位备

案,并对标识信息准确性负责,接受监督检查”。

“也就是说,能效标识实际上是厂家的一种自检行为,究竟是否准确,很大程度上依靠厂家的自觉性。因此,一些企业为了偷工减料,达到国家标准,会尽量把产品的能效标准上调,个别中小企业更是纯粹‘虚标’,5级标2级,等等。”中国家用电器协会理事长姜风指出。

“在这种环境下,消费者的权益就会受到侵害。多年来,我们一直呼吁家电行业要自律,反对不正当竞争,切实保护消费者的合法权益。”姜风告诉记者,“早在2010年7月,中国家用电器协会就起草了家电业的《自律公约》。《自律公约》的原则是‘公平竞争、相互尊重、

加强合作、共同发展’,目的就是规范不正当竞争行为,保障中国家电行业的健康发展。”

姜风表示,节能标准的制定要具有科学性、合理性,要与中国的环境保护程度相吻合,标准既不能过高也不能过低。她举例指出,如目前的电饭锅标准就不太符合实际情况,标准要求既要煮得时间快,锅壁又不能太厚,这样经常会造成一些品牌的产品出现生米煮不熟的现象。另外,洗衣机的标准过分要求节水,而很多洗衣机在水少的情况下没法将衣服洗干净。因此,对于节能标准存在问题的地方,相关部门应该予以解决,并进一步健全市场监督管理机制和法规体系,切实加大对违规主体的处罚力度。

便利通关 调研行·珠海篇

诚信企业通关快

本报记者 顾阳

改变平均用力,实现“守法便利”,让诚信企业通关快起来,集中精力管好高风险企业,贯穿海关系列业务改革的始终。

12月2日下午,广东中山港海关报关大厅“无纸报关”优先窗口,港联华凯公司正在办理一批15万美元吊扇通关手续。关员冯业辉一气呵成的几个动作后,电脑屏幕跳出了放行指令。10多秒后,这批货物就可装船出港了。

位于广东中山的港联华凯公司是全国海关最早的一批AA类企业。对于港联华凯公司报关员凌俊杰来说,便利通关改革后的最大感觉就是“轻松多了”——排队等候、多个窗口奔波成为“过去式”,常见纸质报关单和随附单证在报关厅也消失了。

港联华凯是全国数千家AA类受益企业之一。通关作业无纸化、属地申报、口岸验放等一系列最便捷的通关措施每次试点铺开,AA类等诚信企业都能尝到海关改革红利释放的“头啖汤”。而在日常通关中,海关对AA类管理企业也适用担保放行等15条通关便利措施。

据介绍,海关对企业的AA类申报有一系列的具体严格要求,虽然部分规定有过调整,但其坚守“诚信经营”的核心理念却一直没有变过。对于广大AA类企业来说,擦亮这块金字招牌远比挂牌难。

港联华凯公司的报关主管周东霞对此体会深刻。她告诉记者,为了完善内部管理,公司不仅专门开发了一套“企智通”系统进行关务管理,还每年开展专门的内部审计。“在规范申报、学习海关法律法规一点也不含糊,每个月的‘海关企业·面对面’宣讲会,我们关务部的同事都是早早地赶到去占个好位置。”

“标准就在那里,都是明确、公开的,我们对照着检查,加强自律。”让周东霞感到欣慰的是,海关规定AA类企业“上一年度进出口报关差错率3%以下”,而港联华凯的报关差错率远远低于这个比例。

“海关的企业管理是一个动态化的过程。”拱北海关企业管理处处长郑晓凯说,海关强化对企业进出口经营行为守法状况的重点监控,开展类别动态调整,在海关管理中,不乏因为违规等硬伤,AA类企业被降级为A类或B类企业,其中包括个别大牌企业。“如果公司有走私行为,则面临更严厉惩罚。”

据介绍,海关管理主要通过稽查、核查等方式对AA类企业实施后续监管。在口岸环节,AA类企业通关最快,可谓“读秒”。“这种‘前面放开’的做法,是建立在‘后面管住’的基础上。”郑晓凯表示,一旦AA类企业因涉嫌违法违规被立案调查的,海关将对该企业货物实施连续查验。

在复杂的国际经济环境中,通关快了,效率高了,一大批AA类诚信企业就赢得了保持稳定增长的强大生命力。统计显示,拱北海关关区现有AA类企业137家,这一数量占关区企业总量的比例,在全国海关居首。

中兴通讯

4G语音网络在港应用

本报讯 记者冯其予报道:中兴通讯联合香港移动通信有限公司5日在香港共同启动4G语音VoLTE网络,这是在香港地区的首个VoLTE网络,也是继韩国之后亚太地区第二个商用化VoLTE网络。

双方计划2014年上半年将该网络通过香港移动旗下的“1010”、“one2free”全面推向市场。

4G语音VoLTE技术是完全利用第四代移动通信LTE网络,将用户间的语音实时地通过数据包进行交换以实现4G时代的语音服务。

中兴通讯总裁史立荣表示,选择香港移动作为长期战略合作伙伴,既有商业价值的考虑,也有其技术领先方面的考虑。目前,中兴已经为支持VoLTE的终端产品做好准备。据悉,香港是移动通信高度竞争的市场,也是全球最早启动4G通讯网络的地区之一。目前,LTE网络已经覆盖香港97%以上的人口。

山东即墨

服装加工出口迎圣诞新年旺季



12月5日,山东省即墨市即发集团的工人在包装出口到海外市场的服装产品。随着圣诞和新年的临近,山东即墨出口型服装企业迎来生产和销售高峰期。纺织服装产业是即墨市的特色产业,目前,拥有即发、红领、雪达等规模以上企业200余家,形成了集科研设计、生产加工、出口于一体的区域性纺织服装产业基地,产品销往海外30多个国家和地区。

梁孝鹏摄(新华社发)

本版编辑 徐涵 童娜