

产融生态供应链助力企业腾飞

——深圳创捷公司运营模式探析

本报记者 杨阳腾



阅 读
提 示

在贸易全球化过程中,深圳及珠三角供应链服务业实现了跨越式发展。2014年相关统计数据显示,深圳诞生了中国80%的供应链服务企业,深圳市创捷供应链有限公司就是其中典型代表之一。创捷公司推出的生态型供应链服务模式,因其具有原创性、世界级、产业集群式三大特点,站在世界产业链全局,协同各企业间流程与要素,基于不过分约束的伙伴关系规则,协助产业利益相关者实现业务归核、降低成本、提高效率,并解决资金难题,成为目前国内最先进的供应链服务模式。

创捷“产业互联网+供应链金融生态圈”创新模式的构建要从6年前说起。“我们成立之初是为制造企业提供报关和内地与香港的物流外包服务,以及部分洋品牌的中国代理,属于典型的传统外包服务形态。”深圳市创捷供应链有限公司总裁文健君告诉《经济日报》记者。2009年前后,深圳聚集起大批中小微企业,尤其是电子产品制造业,形成了一个庞大的产业集群,行业总容量约2.4万亿元,一年产值可达3000亿元至6000亿元。但为这一市场提供服务的供应链却存在严重缺陷。“数量庞大的企业群遵循着传统链式分工,各自埋头于接单、设计、制造、物流等领域,缺少一个全价值链的治理者。”文健君指出。

同时,文健君还发现这个行业存在着“三有三无”的矛盾现象。“当时深圳涌现出大批的创业青年,即创捷们‘有创业梦想、有技术实力、也有订单’,但‘没有资金、没有信用积累、没有线下的供应链’。”文健君称,这些年轻人自身缺少资金积累,找银行贷款又缺少必须的信用,普遍面临融资难的问题。银行方面虽然看到了这个庞大市场,但缺乏风险控制手段,有钱不敢放。这就导致了市场供需两旺,但却无法有效对接。“深圳一些小企业曾经一度为了资金周转选择借高利贷,最高时借贷月息高达5分,一般情况下也需要2分、3分,资金风险巨大。”

“该如何解决这‘三有三无’的有效对接?”文健君说,发现了这样的市场需求和潜在商机,创捷决定提供差异化服务,开始打造产业“生态圈”的雏形,“寻找一种办法,一种服务,尝试解决‘三有三无’和‘三有三无’的烦恼与困扰。”

“随着研究深入,我们逐渐找到了其中需要解决的几个痛点:一是‘归核’问题和战略聚焦。初创期企业团队往往只有几个人,既当设计师又当业务员,还要兼行政工作。如果为一个小小订单跑银行、跑海关、跑税务,那他们无法真正发挥‘三有三无’优势。针对这一情况,我们设计出互联网分布式协同的办法,把这些企业外围的工作接手过来助其完成,使他们回归到客户、市场、专有能力构建和核心战略上去。二是针对其资金难题和信用风险问题,我们提供独特的产融供应链金融服务模式,这一模式与银行以核心企业为主体的1+N供应链金融不同,也和京东、淘宝以大数据为核心的供应链金融不一样,是基于网络化的结构化供应链金融。三是解决供应链上的效益问题,帮助有设计能力的企业找制造商、找订单,帮有订单的企业找钱、找物流配套服务,为中小微企业实现效益更好、营运更快、成本更低且更具可持续性。”

名词解释

全程供应链整合服务平台,是指通过不同的供应链服务模式,帮助不同产业链的合作伙伴实现从研发、采购、生产到市场营销、分销终端各环节的全程供应链管理和优化,最大限度促进企业价值增值和提高竞争力。



图① 创捷“商务中心”一角。

图② 深圳创捷供应链有限公司总裁文健君介绍创捷推出的“产业互联网+供应链金融生态圈”创新模式。

图③ 创捷员工探讨如何进一步优化供应链服务。



构建跨界融合生态圈

找准了市场痛点、需求点和立足点,创捷有针对性的商业模式也就确定了下来。文健君将其总结为“以互联网技术为基础,供应链管理为竞争手段,供应链金融为赢利点,互联网+产业+金融相互融合的综合商业模式。”文健君称,这一模式基于产业集群的分工,基于链式专业化,用移动互联网的分布式协同方式把业务流程化,把流程模块化,把模块数据化,让企业与企业连接,实现信息的协同和集成。“事实上,这个结构化模式也不是一开始就想清楚了,它的最终形成先后经历了3年至5年的演进,2012年才基本固化到我们的信息化系统里,构成了我们服务的独特生态体系。”文健君说。

文健君告诉记者,创捷的生态型模式具有四大特点:一是针对链式专业化

的各利益相关者,将供应链服务嵌入产业链,针对具体的产业特点提供服务,服务一个产业而不是纯粹服务一个企业;二是将产业链上的利益相关者互联网化,实现业务的数据化,让信息可以协同与集成;三是构建商业伙伴关系,推动产融生态圈的建立,最终促成产融一体化,解决产业链中中小型成长企业融资难、贵、乱的问题;四是协助产业利益相关者归核化,降低供应链交易成本,提高绩效。

文健君向记者演示其生态圈特点时表示:“目前创捷在该体系内开展的所有业务都由客户需求端发起,据此配置后期的设计商、工厂采购、国际结算、接单集成、物流运输等,形成需求定制供给的反向一体化,省时省力,避免风险,同时所有流程匹配,有数据有结

构,实现业务闭环化。”

目前,该平台云集了大批年轻“创客”,被称其为供应链管理员,而创捷则是供应链协调员,另外还有专门管理70多家工厂的轻生产管理平台,3000多家供应商、30多家设计商、60多家集成商及众多物流公司、银行、海外终端用户等,从而形成了利益关联的产融生态圈,以解决供应商资源共享、仓储、物流、通关、报检、信息化、高效结算、财税管理等问题。同时,创捷还以数据和结构分析为基础,通过从银行获得授信,为无法拿到银行贷款的企业提供供应链金融服务。文健君表示:“跨界聚合可以产生巨大能量。在产业分工越来越走向专业、精深时,需要更多像创捷这样的企业打通上下游,实现产业链的价值整合,使边际成本最终趋于零。”



用数据和结构控制风险

随着“互联网+”对各行各业的不断渗透,人们越来越关注基于互联网金融的商机。文健君认为:“这种迅速走向终点的互联网金融模式,不是从产业生态的发展需求出发,是为搞互联网金融而搞互联网金融。”

“没有产业基础的金融是空心化、泡沫化、高风险的,而没有金融推动的制造业缺乏润滑,无法实现高效发展。以产业生态推动金融发展,金融生态反哺产业,两个生态实现良性互动,产融结合才能形成最好的生态圈。”文健君指出,“一定要基于产业生态去构建金

融生态,没有需求的供应链金融一定是高风险的,创捷公司通过需求的反向拉动,以供应链客户端开始逐渐建立关系,把供应链金融融入产业中去,而不是游离在产业之外。”

为确保供应链生态运行风险可控、科学有效,创捷利用数据分析对授信对象进行风险甄别,对平台收入以供应链服务为基础实现自偿,运用互联网进行组织垂直化管理,平台业务从头至尾形成闭环。据文健君介绍:“从2010年到现在,创捷几百亿元的融资产生的坏账约120万元,完全在可控范围之内。”

为进一步控制风险,创捷还实行供应链金融中风险多层次匹配的方式。对中小微企业中的交易型客户实行结构控制,重点把握六个参数,包括业务真实闭环、收入自偿可保、管理垂直可控、业务数据化可信、交易主体准入可行、前中后平台全流程管理可靠;对高信用客户则主要通过信用进行控制。文健君表示:“在多年的运营和服务中,我们获取了这些客户的信用,把这种伙伴型客户升级为VIP信用用户,根据数据分析,把结构性供应链金融变成大数据下的供应链金融。”



助力企业度过“婴儿期”

如今的创捷供应链深圳总部,已是客户群聚集了手机、平板等移动智能终端的行业“小巨人”,如全球最大电脑主板制造商技嘉科技、亚洲最大3C分销商联强国际,以及一批国内知名的手机OEM、ODM制造商等。“其中不少企业,是在创捷供应链的帮助下度过‘婴儿期’的。”文健君告诉记者。

据介绍,曾有一家国内智能手机研发企业,为扩大企业规模,盲目进军制造业,创捷了解情况后,主动帮助其业务“归核”,发挥企业的研发与设计核

心优势,将该企业其他环节外包给生态圈内企业。仅此一举,该企业就减少了400人的人力成本,而业务量却增加了20%,通过使用创捷生态圈的金融与退税服务,使退税周期大大缩短,缓解了企业现金流困难。

另一家2009年才成立的深圳某知名通信企业,当时企业成立时一无资金、二无资产可抵押,只有一笔从海外接到的5万元订单。“我们通过分析他们的技术、看其海外客户情况,果断接下这单,为其提供供应商、制造商和供应

链服务,最终帮助这家公司完成交易。”文健君说,“到2014年9月,该企业年销售额已达到20亿元,在生态圈内成为名副其实的‘小巨人’。”

文健君对供应链服务产业的未来发展很有信心。“2015年将是中国真正走向世界的元年。去年中国一般贸易已经首次超过了加工贸易,今年‘互联网+’、‘创客’概念又被总理写入《政府工作报告》。我预测,接下来的5至10年,一定会产生千亿级的供应链金融服务企业。”文健君说。

近年来,以现代服务业为主导的供应链产业发展迅速,这样的变化主要得益于这些企业具有创新思维,能敏锐地发现机遇,在新的产业形态里善于发现新的需求,并适时地将各行各业最新成果融入到自身发展之中,再通过服务升级、价值整合、平台融合等方式找到新的突破口,为整个行业的发展及相关产业链的转型升级开拓了思路。

杨阳腾

通过业务创新,使企业供应链服务增值。供应链企业以中小微企业的需求为核心和出发点,根据不同需求专门配置有针对性的服务模式,为其整合营销型供应链服务、解决方案型供应链服务、系统集成型供应链服务等,帮助企业实现价值增值,提高市场竞争力。这一业务模式被供应链行业视为新的生存模式。以生产型供应链服务为例,从原材料采购到产品销售的供应链全程运作中,为避免精力分散,企业可以选择性地将全部或部分非核心业务外包给供应链服务商,企业将实现业务“归核”、效率提升、成本降低。同时通过协调整合供应链上下游以达到协同运作,帮助企业实现供应链价值增值。

通过技术创新,用大数据撬动新的行业价值。随着云计算、移动互联网和物联网等新一代信息技术的发展,海量数据正快速生成。种类广泛、数量庞大、更新速度不断加快的大数据带来新的商业价值,供应链服务企业正在利用数据的价值推动自身发展。以物流服务为例,他们开始将包裹、车辆、不同时间段的动态信息与成本、时效、KPI数据对接,通过对这些动态数据的分析进行供应链生态圈的运营管理,同时通过对客户需求的解读和客户特点的研究,以数据驱动供应链高效精准运行,以信息驱动服务模式转变。

通过平台创新,建立综合生态圈实现多方共赢。随着各个行业的融合发展,产业链内部企业不断整合交互,以共享资源为基础,搭建产业联盟平台。这种整合带来的不仅是企业自身商业模式的转变,更带来产业生态的变革。生态圈内的研发、生产、采购、物流、终端、信息平台等环节将形成良性循环,一旦某一环节实现快速发展,生态圈内的整体需求也会提高,从而达到互利共赢。

通过融资创新,以供应链金融扩大发展空间。“融资难、融资贵、融资乱”向来是制约中小微企业发展的主要因素。供应链金融的出现,借平台优势为无法依靠自身力量获得融资的中小微企业解决了资金难题,推动这些企业的快速发展。供应链金融未来发展空间大,与银行、电商企业相比,依托自身在商流、物流、资金流、信息流方面的整合优势,以及其在运营平台建立的信用体系及支付体系,供应链企业可以提供风险可控的供应链金融服务,为自身发展开拓更广阔的发展空间。

商机贵在发现。在“互联网+”、“创客”、“大众创业、万众创新”氛围正在迅速形成的时代里,商机将无处不在,一批创新型的企业将迅速崛起,一批传统的、落后型的企业要么迅速融入转型升级的洪流中,要么将渐渐淡出人们的视野。



本版照片均为李小芳摄
本版编辑 许跃芝 董庆森
电子邮箱 jirbyxdc@163.com