

共享经济下商贸流通价值链升级

崔建明

重庆工程职业技术学院开滦（集团）有限责任公司

DOI: 10.12238/cj.v1i12.5830

[摘要]进入 21 世纪后,我国经济得到了显著发展,很多行业发展突飞猛进。传统商贸流通行业也在这个背景下快速发展,尤其是规模快速扩大。近几年来共享经济成为经济发展体系当中的新热点,也为各行业的发展注入了新的活力。商贸流通行业也必须要从传统流通方式改变为新的方式,否则无法适应外部环境的变化。本文将主要分析在共享经济模式下商贸流通过程中的价值链升级和创新发展。

[关键词]共享经济商贸流通价值链升级创新发展

Upgrading the value chain of commercial circulation under the sharing economy

Cui Jianming

Chongqing Engineering Vocational and Technical College Kailuan (Group) Co., Ltd

[Abstract] After entering the 21st century, China's economy has achieved significant development, with many industries developing rapidly. The traditional commercial circulation industry has also developed rapidly in this context, especially with the rapid expansion of its scale. In recent years, the sharing economy has become a new hot spot in the economic development system, and has injected new vitality into the development of various industries. The commercial circulation industry must also change from traditional circulation methods to new ones, otherwise it cannot adapt to changes in the external environment. This article will mainly analyze the upgrading and innovative development of the value chain in the process of commercial circulation under the sharing economy model.

[Key words] sharing economy, trade, circulation, value chain upgrading, innovation and development

一、共享经济发展现状与价值链基本内容

(一) 共享经济发展现状

2017 年我国共享经济保持着高速发展的状态,出现了一些新的模式和新的业态,技术创新应用的速度也明显加快,提供了大量的就业岗位,提升了国际影响力,成为我国在经济转型阶段的重要力量。2017 年我国共享经济完成交易额达到 49205 亿元,与 2016 年同比增加 47.2 个百分点。非金融行业,如交通出行、生产能力、房屋住宿等占据的比例比较大,与 2016 年同期相比增加了 66.8 个百分点。随着共享经济发展的不断成熟,非金融共享领域市场所占据的销售比例逐渐增加,反而金融行业的交易额占比有所降低。在 2017 年期间,增长最快的三个领域分别是房屋住宿、知识技能以及生活服务。共享经济的发展在整个社会经济发展中起到社会稳定器以及蓄水池的作用。2017 年我国参与共享经济有 7 亿人,其中提供共享服务的人有 7000 万人。共享经济的包容性也在不断增加,在行业工人再就业、化解产能过剩以及贫困地区劳动力就业等方面都起到了重要作用。就共享单车而言,在 2017 年注册用户数量达到 4 亿人,累计订单超过 110 亿单。共享单车的发展推动了单车行业的发展,项。当前可以看出,共享经济显然已经成为经济发展中十分活跃的领域,以当前我国经济转型发展背景

为基础,其充分发挥了在文化传统、网络红利等多方面的优势。在我国提出创新驱动发展的理念后,各行各业也都开始关注创新的重要价值。不少传统行业加快了转型升级的步伐,积极开发金融、生产以及设计、营销等。加强在柔性化、服务化、个性化等方面的转型,打造内外协同、上下联动的生态系统。新型互联网也开始步入制造业的领域,通过共享平台的构建,将闲置的产能利用起来。

(二) 价值链概念

价值链的具体内容:一个企业想要更好生存和发展,必须为企业当中的员工、供货商以及顾客和利益集团创造价值。如果将企业进行详细划分,可以发现企业创造价值的过程可以分为具体的、有相互关联的经济活动,也可以被称作是增值活动。这些活动的综合也就构成了价值链。价值链的增值活动具体包含了基本和辅助性两种。第一,基本活动就是企业常规的经营环节,如原材料的供应、产品的生产和运行、市场营销与后期服务等。这些活动都和实体商品的加工与生产关系密切。第二,辅助性活动包含采购、人事管理内容,也有组织建设等。也包含其他资源的投入,比如和其他公司构成合作关系,邀请其提供长期战略、法律咨询等。价值链当中每个环节都和其他环节关系密切,但是其中某个环节对于其他环节影响力的大小

会与这个环节在价值链当中所处的位置有直接关系。可以将企业的价值活动分为上游和下游两个环节。基本价值活动一般处于价值链的上游,下游环节则是包含了营销、运输以及售后等。

二、传统商贸流通企业发展中遇到的问题

互联网的发展和普及,推动了我国电子商务的快速发展,交易方式也随即发生了显著变化。线上交易的模式越来越普遍,使得传统采用经销和模式的商贸流通行业受到了极大的威胁和制约,增强了其局限性。价值链整体比较短。传统商贸流通行业盈利的核心就是赚取中间利润,并未过多关注提供服务给顾客所带来的价值。过多关注价格的价值,致使在实际经营当中价值链极短,价格优势成为了竞争的主要优势。但随着电商和微商的兴起,传统商贸营销模式受到很大冲击。这种影响可能是决定性的。就我国当前的中小型外贸企业来看,很多都是以劳动力作为盈利的优势,从而获取相关利润。在这种传统模式下,电商和微商的兴起必然会引起产业结构的调整,对于那些没有办法适应新情况的企业会面临被淘汰和重组的风险。发展空间受到限制。商贸流通行业之前所采用的单纯进货买卖的方式,在当前电商和微商发展迅速的情况下,很容易被替代。如果企业缺少了核心竞争力,就难以在市场上立足。这要求传统商贸流通企业在发展中必须具备自己的核心竞争价值,如果缺少了这种核心价值,就会受到下游、上游不同企业的排挤,若无法处理好这些问题,最后会难以生存,继而消失。采用传统销售模式的企业发展空间比较小,生存难度很大。现如今,我国商贸流通行业中不乏一些大型公司,他们如果调整了自己的战略,也会对附属关系产生影响,今后企业在发展当中空间也会很小。基础设施不完善。在我国一些大城市会有那种集娱乐和商贸功能为一体的大型商业网点,在三线城市以及县城则是很少见到,其物流、批发和分销等环节也都比较薄弱,有现代化特点的批发市场更是少见。在经济发展相对落后的地区,不少流通企业内部缺少完善且科学的配送体系,很多情况下依然依赖于人力输出,缺少信息化和现代化的科学技术作为辅助,使其在实际运营当中导致成本的浪费。诸多方面的表现可以将其概括为:企业缺少扎实的基础设施作为支撑,缺少核心竞争力,导致流通资源浪费。信用体系不健全。电商和微商的快速发展,形成了一种新的商贸特点,即全民皆商,随着居民消费结构的转型和升级,信用交易规模的持续扩大,很多行业也都逐渐建立起专门的信用档案。国家政策也制定专门的法律条文来进行规范,商贸流通行业积极引入当前比较先进的质量追溯制度。当前,商贸流通行业存在的问题主要有:经营主体规模大小不一,拖欠货款,坑害消费者。这些问题都会导致传统的信用缺失问题显现出来,现在这方面的约束机制建设仍然处于起步阶段。存在较大风险。商贸流通行业企业发展当中最为核心的因素是现金流,企业在实际运营当中必须要投入更多的资金来维持各项业务的运营和开展。也会采用赊账的方式来给上下游的企业付款。在经营当中,如果企业的资金链断开了,将会给企业带来巨大风险。小型企业自己缺少核心竞争力,也没有办法在资源组合上游游刃有余,一旦资金缺乏将会难以运作。通过对以上问题的总结和分析,发现当前我国在传统商贸流通当中仍然存在着不少问题,面临着较大的威胁。企业需要通过升级转型来找到与自己现状相符合的发展模式。将传统的

资金密集型企业进行积极转化,再通过服务和管理来帮助企业实现运营,使其核心竞争力有所增强。

三、共享经济模式下商贸流通价值链升级与创新

我国在加入世界贸易组织后,不少企业为了顺应国际市场的需求,积极转变商业模式。当前传统商贸流通企业在实际发展当中面临着更加复杂的环境。顾客的需求也变得更加多样化,他们更重视独特性的追求,让很多企业无法单独满足消费者的需求,即需要不同的企业联合起来才可以使消费者的需求得到满足。在这种情况下,不同企业之间需要构建起合作关系,将上游和下游企业连接起来,形成一条完整的产业链,确保不同企业之间能够实现多赢、业务紧密联系以及优势互补。在构建起的供应链当中包含了信息、资金以及物流等,商品的买卖以及流通不可避免地需要物流,这是物品流通的重要程序,将产品的供应商、零售商以及顾客等不同的主体串联在一起。在整个商品流通当中,信息流指参与到流通的企业的相关信息,可以对市场进行准确反馈,同时将制造商连接起来,提高整个产业链的准确性。而资金流则是整个链条当中最为重要的环节,缺少资金,整个链条将会处于瘫痪状态。不少企业指出,当前的竞争核心已经发生了变化,企业更加重视供应链的竞争,而非传统价格竞争。也有更多企业认识到在当前背景下,想要继续采用以价格为核心的竞争模式显然不合适,需要将这一模式转变作为企业的核心工作,使不同企业之间的资源流通速度提高,提升服务型模式在商贸流通企业当中的地位。

(一) 延长产业链条

商贸流通行业在传统发展情况下,产业链条比较短,使得其盈利空间很低,附加值也就比较低。针对这种情况,在共享经济发展快速的情况下,首先尽可能减少成本,让其可以发挥优势,提供更多的增值服务。比如当前比较火热的第三方物流公司,可以发挥这种类型企业的作用。在运输配送以及传统的仓储上,提升物流的专业化和科学化水平,提供一些相对简单的加工服务,如分包和改装等。中小型的商贸物流公司还可以积极承担大型商场的物流外包业务,拓宽其盈利空间。传统商贸流通企业也可以转变为第三方物流企业,在转变成功后,会将传统流通当中不必要的中间商环节减少,同时降低资金和经营的风险,帮助企业集中资源,将专业分工的优势和作用发挥出来,使整个供应商的运营效率得到提升。

(二) 建立和发展物流中心

提升商品流通效率是商贸物流企业发展的核心要素,需要为与其产生合作关系的企业提供高效且便捷的增值服务。原本传统的商贸流通企业只是将配送中心当做货物转送的中转地,流通环节的效率比较低。想要提升流通环节的效率,需要改造传统的配送中心,采用GPS定位技术、计算机信息技术等改造传统的配送中心设施和设备,让配送中心的配送、仓储变得更有效率,继而提供更加有效和安全的物流服务。物流服务水平的高低对于商贸流通企业的整体发展水平有着重要影响。当前越来越多的企业开始遵循以顾客为基础的原则,作为一种新兴服务行业,必须要符合时代的发展需求,商贸流通企业也必须构建起现代化的物流发展中心,将不必要的环节去除,提升效率。尤其是在计算机技术快速发展的今天,也需要加大计算机技术在物流仓储中的应用,降低库存成本。企业的员工和管理层人

员必须要树立良好的服务意识,积极和上下游企业进行沟通和交流,提升合作效率。

(三) 建立网络渠道

电子商务已经成为当前经济发展体系当中的重要构成体系,网络营销也应当引起商贸流通企业的关注和重视。传统的商贸流通企业只是起到流通的作用,对于整个行业的发展影响力比较小。在此种背景下应当尽快找到一条可以影响行业发展的道路。网络渠道的构建可以直接面对消费者,让企业在市场当中的价格以及服务上的竞争力有所提高。想要构建起更加完善的商贸流通企业网络渠道,应当做到以下几个方面:第一,需要实现内部资源与社会资源的转化,直接构建起属于公司的网络渠道,减少中间环节,从而实现成本的降低,促进供应链系统的优化。第二,改变传统企业销售结构,借助于网络直接构建消费者和制造商之间的联系,降低销售成本。第三,积极构建具备现代化特征的物流运输体系,使商贸物流企业的市场占有率有所提升。

(四) 构建电子商务发展平台

电子商务的发展促进人们消费观念的更新,帮助人们实现生活架构的重塑,让更多消费者需求得到满足。最主要的是可以出现新的商业,让人们的就业渠道得到有效拓宽。电子商务的

发展对于商贸流通行业的发展也产生了影响,比如打破传统交易模式的局限性,借助于网络构建起虚拟的市场,实现网络交易,实现网上采购的目的。在这个过程中,帮助节省了中间成本,增加企业的服务对象,拓宽交易范围,简化交易流程,帮助商贸流通行业创造了一条崭新的商业模式。传统商贸流通企业需要加快和电子商务之间的合作进程,升级服务,具体可以从以下几方面着手:第一,在网络上拓宽零售渠道,依托网络实现加盟的品牌化和连锁化。改变传统营销模式,对库存进行实时监督,解决人员冗余问题。第二,依托互联网构建专门的批发通道。阿里巴巴经过多年发展,已经成为我国最大的网上批发市场,减少了供应链企业之间的交易成本,也促进了价格透明。第三,采用线上线下结合的方式,让网络销售模式带动传统销售模式发展。企业也可以以线下的口碑带动线上的交易,将两种营销模式结合起来,发挥各自的优点。

参考文献:

- [1]耿志军.胜能公司煤电一体化战略研究初探[J].露天采矿技术,2008.
- [2]荣涛.从武威市能源资源现状谈煤电一体化[J].甘肃科技,2010.

(上接第66页)

二是市场化的思维方式。市场化是本轮电力体制改革的一个关键词,电气工程及其自动化专业不再是一门纯工程技术的专业,本课程将市场化思维的建立设计作为课程考核的一个重要方面。三是改革与创新精神。新电改刚刚起步并仍在广泛而深入地展开,电气工程及其自动化专业学生改革与创新精神的培养在一定程度上也会影响未来电力体制改革的进程,本课程在考核体系中需要对此有所体现。

(二) 结合教学全过程设计考核形式

前述考核维度难以通过单纯的期末考试实现,需增加在教学过程中的评分比重。课程教学过程中需结合学生讲解、讨论、辩论、参与场景模拟的表现,对3个维度进行分项与综合评价;期末考试也需要结合3个维度设计考试题目以及评分标准。本课程设计教学过程表现及平时作业评分占总体成绩40%,期末统一考试成绩占60%。其考核的形式与要求在课程开始时向学生公布,通过考核体系引导学生更加主动参与课程的教学互动,实现教学目标。

四、结语

本文结合新一轮电力体制改革的内容与要求,分析改革对电力市场与电力市场营销课程提出的新要求,探讨课程教学内容的设置、教学形式的设计以及考核体系的建立。在2年共5个教学班的教学实践中,学生学习的积极性、主动性较强,取得了良好的教学效果,得到了学生和督导的一致好评。本课程是一门紧跟电力行业发展的课程,在教学中仍需密切关注改革

的进程,确保课程的内容和教学模式与时俱进,对学生有所帮助和启发。课堂的教学内容不追求也不可能面面俱到,通过课堂中的自学、讲解、讨论、辩论,培养学生获取新知识的能力、独立思考的能力与创新精神是课程教学改革更为重要的目标。

参考文献

- [1]刘秋华.电力市场营销管理[M].北京:中国电力出版社,2003.
- [2]孙海彬.电力发展概论[M].北京:中国电力出版社,2008.
- [3]白晓清.“电力市场营销”课程教学模式探讨[J].中国电力教育,2011(1):78-79.
- [4]曹玥洁,孙华.“电力市场营销”课程教学体系改革探讨[J].中国电力教育,2013(13):88+96.
- [5]游文霞,刘会家,廖道争.电气专业电力市场与电力营销方向建设研究[J].中国电力教育,2013(23):36-38.
- [6]蒋云昊.“电力市场”课程教学改革探讨[J].中国电力教育,2013(2):83-84.
- [7]国家发展改革委体改司.电力体制改革解读[M].北京:人民出版社,2015.
- [8]杨章勇,何勉,刘沛.地方应用型本科院校电类专业学生工程实践能力培养探讨[J].大学教育,2015(10):137-139.