《新（非）常态 – 新冠疫情之后重塑企业和供应链战略》读后感2

在《新（非）常态 – 新冠疫情之后重塑企业和供应链战略》这本书里，谢菲教授提出在此次疫情暴露了供应链诸多问题的同时，也带来了未来的发展机会。

谢菲教授指出，疫情中最明显的一个商业现象是电子商务的兴起。在实体零售商（包括一些大型的、历史久远的）纷纷倒闭的同时，线上销售在创新高。他在书中列举了一家创立于2003年的中国化妆品公司。这家公司有300多个实体店。2020年初的疫情冲击导致这家公司的实体店销售下跌90%。公司迅速转向微信、淘宝直播等线上销售方式。其结果是，仅受灾最严重的地区武汉一地的销售就是前一年的3倍之多。到如今，结合线上线下的全渠道销售策略已经被商家广泛采纳。

如果疫情给供应链一个深刻教训和方向的话，那就是，企业应该更加追求全球化，而不是减少相互依存，走向孤立。在一个充满不确定的世界里，当企业有着更多元化的供应商和客户时，它才能更好地应对风险。在疫情中，物联网、云计算、移动互联增强了企业与供应商的链接，提升了供应链的可视性和透明度；电子商务、全渠道销售缩短了企业与客户的距离。技术的发展并不因疫情而停止，对新技术的掌握与运用是企业未来发展的加速器。

面对新常态下的物流供应形式，如何减少疫情影响，抓住发展的新机遇，成为各国迫切需要思考的问题。在这个问题上，中国给出了自己的答卷。一方面，我国在不断提升物流设施服务能级，推动物流产业集群化。如提高区域物流联动能力，以区域物流一体化带动城市群一体化。物流一体化作为现代物流的高级形式，是城市群空间组织健康发展的重要推动力。继续加大区域物流基础设施建设，推动物流集群化发展水平，通过区域物流规模效应提升和产业集聚的良性循环，降低区域物流成本。

另一方面，我国也在逐步完善物流供给能力，建设现代化的专业物流。措施如扶持第三方物流企业发展，鼓励专业化的物流园区建设等。同时引导智能物流建设，如引入人脸识别等先进物流技术，建设自动化立体仓、物联网大数据控制平台，提高物流智慧水平。其次，我国也在不断提高物流的多式联运能力，完善基础设施，建立由物流单元、运载单元、运输工具等组成的多式联运体系，以此提高长距离多式联运效率、降低物流成本。同时我国也非常重视疫情背景下的应急物流管理和体制机制建设。通过规范化管理，完善疫情背景下的物流行业管理体制，如快递取件点集中消杀处理等。

落到微观方面，针对疫情中暴露出的诸如物资运送不及时、供应链断裂、供需平衡被打破等问题，我们也可以采取以下措施来解决。1、开展社区团购。封禁期间外来人员无法进入小区，使得居民物资选择受到限制，并旦物流配送也受到较大影响。社区团购诞生于2016年，是一种能够降低商品流通成本并增强消费者获取效率的购物方式，如美团优选、多多买菜、诚心优选等。这种购买方式对标买卖双方接触受限的问题，在当今常态化疫情防控之下应当被大力推崇和发展。能减轻现阶段物流压力，让居民不再因物流配送问题而受困。2、提倡短链物流。以往产品从卖家到消费者手中经过的环节多、链条长，尤其是网络购物，产地分散，在遇到特殊情况时很难进行灵活调整，增大了供需的不稳定性。所以，在疫情防控常态化的特殊时期，应当大力提信短链物流，减少当中不必要的环节。一方面，这样的简化可以减少流通成本，使得物流配送更所需产品更加扁平化；另一方面，消费者可以更快地拿到所需产品，在如今不确定性较高的时期能够提高居民的心理安全水平。

谢菲教授的这本书，通过仔细咀嚼，我受益良多。他以流畅的文笔、丰富的案例涉及了供应链在疫情新常态下面临的挑战和机遇，并且更广、更深入。同时也为在疫情新常态下，我国物流产业的发展提供了参考和方向，如电商物流的新形式，社会物流的新机遇，人们的消费习惯随疫情开始逐渐向线上偏移等，这些都给物流创造了巨大的展潜力。促使物流产业更好地适应新形势、迎接新挑战。