现代物流管理专业群人才培养方案调研报告

现代物流管理教研室

为全面贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想和习近平总书记关于大兴调查研究之风的一系列重要指示精神，充分发挥调查研究在学校科学决策、破解难题、推动工作中的重要作用，结合学校党委年度工作安排以及运输管理学院专业群建设实际情况，结合学校“十四五”规划、运输管理学院“十四五”规划，全面落实学校2023年人才培养方案编制工作目标任务，顺应专业建设发展趋势，破解人才培养难题，现就运输管理学院现代物流管理专业群人才培养方案编制调研情况汇报如下：

**一、调研目的、对象及方式**

依托人才培养方案开展人才培养工作是职业教育的基本办学思路，是办好职业教育的关键所在。为深入贯彻落实党的十九大精神，落实《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》和《关于深化产教融合的若干意见》中要求，完善职业教育和培训体系，深化产教融合、校企合作已成为职业教育发展的核心趋势。运输管理学院物流管理专业群自2021年立项江苏省高等职业院校高水平专业群建设项目和江苏省国际化人才培养品牌专业建设项目以来，为了更好推进专业建设和人才培养，近年来一直致力于升学与就业相结合，产业与教育相融合的探索。但随着近年来全国毕业应届生人数的骤增、新经济形势下企业用人幅度的缩减以及行业发展对人才培养要求的进一步提升，社会对专业建设和育人成效的要求不断提升。原有的单一的产教融合业务模式不再符合新时期专业建设和人才培养的发展需要。多元化的人才输出渠道成为了专业发展和人才培养的新阵地。因此，为了更好落实省高水平专业群和品牌专业国际化的建设要求，培养更加符合多元化社会用人需求的物流专业人才，为人才培养的最终走向做更有意义的探索与实践，现代物流管理建设团队通过电话咨询、网络查询和实地访谈等方式，走访对接了开展人才就业的主要企业：江苏京东信息技术有限公司南京第一分公司、南京苏宁物流有限公司、百世物流科技（中国）有限公司南京分公司、顺丰速运南京分公司、江苏安吉智行物流有限公司、金陵交运物流集团有限公司、合纵连横供应链管理有限公司、中外运敦豪和江苏康众汽配有限公司等物流企业；联络了金陵科技学院、南京晓庄学院、苏州科技大学、南通理工学院等省内本科院校；调研了吉扎克理工学院、柬埔寨物流商会、老挝国家工商会等海外行业组织和高校，分析了现代物流管理专业群人才培养的出路，取得了一定的反馈。具体如下：

**二、调研内容**

**（一）行业企业调研**

本次调研包括行业调研和企业调研。

行业调研：

社会物流总额：2022年，全国物流费用占国家GDP的比重为14.70%。2021年全国GDP总量约为121.02万亿人民币，故社会物流费用约为17.79万亿元。

社会消费品零售额及实物商品网上零售额占比情况：2022年，全社会消费品零售额达399190亿元，实物商品网上销售零售额为108098亿万元，实物商品网上销售零售额占比27.1%，表明了电商领域强大的市场吸金能力。

中国公路运输市场规模：2015-2020年中国公路运输市场的规模为：快递的复合年均增长率为27.5%；零担运输的复合年均增长率为5.6%；整车运输的复合年均增长率为0.6%。预测2020-2025年以上三项的复合年均增长率分别为19.3%、6.5%和0.2%。表明快递和整车公路运输市场规模的增幅逐渐放缓，而零担公路运输的复合年均增长率小幅增长，与近年来电商购物在社会中的占比增高正相关。

企业调研：

我们将企业根据所在行业进行了细分，分为流通型物流企业、电商物流企业、生产制造企业、冷链类物流企业等几个子类。虽然以上行业企业都从事物流类活动，但因主营业务和行业的差异性，物流企业的生产规模、生产模式、用人标准等有较大的差异，特别随着2020-2023年疫情对行业的冲击较为显著，企业的用人特征变化明显。具体如下：

**表1调研物流企业基本情况对比**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **行业类型** | **代表企业** | **企业规模**  **（参保人数）** | **主营业务**  **（项目）** | **招聘特征** | **招聘结果** | **备注** |
| 电商型物流企业 | 江苏京东信息技术有限公司南京第一分公司、南京苏宁物流有限公司 | 2000-5000人 | 国内外电商流通业务、国内快递业务（按快递业务经营许可证核定范围经营）；技术信息咨询服务；网络推广；货运代理服务 | 招自带车辆的司机；  短期大促招人；  常态化招人幅度骤减； | 主要为社会人员入职 |  |
| 传统商贸型物流企业 | 顺丰速运南京分公司、百世物流科技（中国）有限公司南京分公司 | 800-4000人 | 道路货物运输（不含危险货物）  一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；装卸搬运；包装服务 | 主要招  全职快递员  全职城区派送员 | 主要为社会人员入职 |  |
| 传统道路运输物流企业 | 金陵交运物流集团有限公司 | 2100人 | 从事普货、化工危险品、集装箱(罐)运输、城市配送、零担专线快运、农村物流、国际货代、水运船务代理及仓储等 | 不招物流相关人员 | - |  |
| 生产制造服务类物流企业 | 江苏安吉智行物流有限公司、江苏康众汽配有限公司 | 500-2000人 | 普通货运，零部件仓储服务，仓储服务，物流管理和技术咨询，木质容器、纸盒纸板容器、金属包装容器制造，包装设计服务，通用零部件制造，承办海运、陆运、空运的国际运输代理业务，汽车零配件批发。许可项目：道路货物运输（不含危险货物）；道路货物运输（含危险货物）；一般项目：物料搬运装备销售；仓储设备租赁服务；通用设备修理；软件销售 | 个别项目部物流规划、管培生 | 无招聘结果 |  |
| 冷链物流企业 | [南京合纵连横供应链管理股份有限公司](https://aiqicha.baidu.com/company_detail_24191581131229)、万纬冷链物流有限公司 | 161人、4000人 | 道路运输；货物运输代理服务；票务代理；仓储（危险货物除外）；联运代理服务；航空运输代理；社会经济咨询；经济信息咨询；提供劳务服务；通讯设备、电子产品、计算机及配件、办公用品、文化用品、体育用品、五金交电、日用百货、劳保用品、水产品、冷冻产品、初级农产品、食品销售及网上销售；平面设计；计算机软硬件技术开发、技术服务、技术咨询；制冷空调设备及配件的制造、加工、销售；制冷工程设计、安装、维护；自营和代理各类商品及技术的进出口业务  许可项目：道路货物运输（不含危险货物） | 南京极地熊无招聘需求；  万纬无招聘需求，招管培生 | 校招管培生 |  |

**（二）高校调研**

我们拟同时调研学生报考省内外转本的高等院校，主要调研了2023年专业录取情况、我校考取情况。由于目前全省转本录取情况还公布，暂能获取我校现代物流管理、冷链物流技术与管理专业的转本过线情况。其中，两专业2023届毕业省报考转本的总人数为134人，转本过线人数47人，过线率仅为35.07%，较2022年60%的过线录取率降幅显著。

**三、调研结果分析**

1.专业培养工作依然存在知识滞后、课程设置不当等问题

一方面，我校现有的现代物流管理专业群的课程设置结构仍以交通运输为主，凸显交通物流特色，对当下电商、新媒体运营下的物流相关课程支持力度相对不足。另一方面，社会物流和企业物流的交叉度较高，但在人才培养过程中体现不够明显，也亟待论证调整。第三，知识内容本身存在陈旧性，这与课程设置关系不大，与课程建设改革力度不够深入有较大关联。第四，较多老师常年在学校教书，对于企业发展变化敏感性不足。虽然有下企业实践活动支持，多流于形式。

2.就业形势不好，学生毕业后发展情况不明朗

（1）企业用人减少，行业企业兼并整合进程加快。以京东、百世为代表的电商型物流企业和第三方物流企业用人量锐减，招聘人数明显减少，一方面是由于疫情对重资产型物流企业的成本压力过大，导致企业需要开源节流，减少不必要招聘和培养。另一方面，电商运营的蓬勃发展又对德邦、顺丰等第三方物流、快递公司的需求骤增，导致德邦、顺丰、跨越速运等第三方物流企业2020-2022年的营收增长明显。所以，重资产型物流企业招聘人员时，多要求以有企业工作经验、自备运输或配送车辆等人为主，对应届大学生的招聘数量减少明显。简单说，就是企业只愿意招能立刻上岗的。分析背后原因，除了本身企业需求减少引发的岗位减少之外，疫情后经济形势相对疫情前恢复尚未达到预期，较多企业裁员，使得在岗员工不敢轻易跳槽换工作。因此，中小企业、微型企业的生存压力较大。百世卖掉百世快递、万纬兼并太古冷链等大型重资产型物流企业的合并进程加快。

（2）学生就业反馈不佳。一方面，企业需求减少导致学生无法看到或找到合适的就业岗位。另一方面，全社会大量应届毕业生、考研未果的往届生和回国留学生带来就业竞争压力的骤增。第三，学生在校内学习过程过分受到学校保护、缺乏社会经验、眼高手低，达不到企业的用人需求，由此造成社会供应学生量大，但可用学生少的矛盾现象。第四，部分学生受到部分不积极非正面的自媒体导向，形成了“只想赚块钱、赚小钱、不考虑长远发展”的狭隘想法，甚至及个别学生通过“做自媒体”、乃至打“擦边球”，换取劳动报酬。第五，家长对学生转本读书有较强的支持声音，甚至部分家长认为可以不要就业、先把书读下来，读完，再就业，影响了学生的直接就业效果。

**四、调研结论及对策建议**

通过调研，得到以下结论和推进人才就业质量的培养建议：

**1.首要任务应当是减少学生的迷茫和不确定，明确个人发展定位**

当前学生就业升学的最大困惑源于“接下来应该怎么走，做什么”。大批量的学生选择升学，既有家长嘱托、又有个人意志、更为逃避竞争。对于就业的不知道怎么选，甚至还有一部分学生选择首先“家里蹲”。强化知识和技能需要学校重点着力。选择人生发展轨迹，除了依托学校以外，还应当给家长定期上课，定期反馈。**因此，强烈建议采用中小学的“家长会”制度，让家长定期知道学生的表现、学生的现状，并以家长学校共同参与学生培养，帮助其减少迷茫，明确个人发展定位。同样，编制专业群的人才培养方案中，建议在职业生涯规划、轮岗实习、企业文化与岗前培训等课程中增加家校共同参与相关课程学习互动的内容。**

**2.推进熟练工式人才培养方案制定工作**

随着疫情后诸多企业对招人成本的控制越来越明显，对于无效招聘、无效培养的选人模式正在迅速淘汰，短平快、务实式的选人机制迅速形成。为此，如果学校仍然以“培养可以塑造、可以从零培养的学生”，将无法满足企业对“有经验”“有准备”“有资源”的用人需求。所以，快速植入企业需要的技能，让学生提前参与企业的文化建设、参与管培生计划，或将有利于企业对“熟练工”式用人的需求。但由于此类需求趋向于企业定制化培养，因此，对人才培养中的“产教融合平台的建设选择要求极高”，不建议学校单纯以某一个企业的用人做产教融合平台的搭建。与实践相关的课程建议在人陪方案中的1+X相关课程中有所体现，即增加企业参与1+X类课程的参与度，最好是校企共育，部分课时可安排由企业专家推动完成。

**3.推进复合型、敢走能走的人才培养方案**

随着调研中发现当下部分学生的“社恐”情况存在，跟风转本人数众多，毕业迷茫情绪较为泛滥，学生对于自己的职业规划没有清醒准确地定位和认知，因此，我们建议人才培养方案中对于课程定位、课程主讲老师地教学要求做一定的规范，努力引导学生从一年级开始清晰定位自己的发展路径，在职业生涯规划等课程中能由老师对每个学生做精准职业发展研判。例如，对于想要就业的同学，专业课教师的课堂引导极为重要。教师应避免传递负面、消极就业情绪，多从正面开展思政引导，鼓励学生积极走向就业。（23届部分不转本、直接实习就业的学生，在职业发展的定位上就十分清晰，值得借鉴）。对于考虑并付诸实践的转本同学，建议鼓励其明确定位专业课学习的目标，有侧重地学好转本、考证专业课，同时要特别强调转本学习的延续性和科学性，从专业层面宣传跟风转本的不合理性，引导学生理性转本。教师本身也需要接触转本培养的知识和信息，了解转本对于常规化教学的冲击和影响，以知己知彼态势用好转本对于学生的学习。动机，做好人才培养过程的监管。人培方案中，可以在课程设置中对学校层面想要就业和想要转本的学生适当做课程选学认证，不局限于当前人培方案课程设置内容；并加强基础素质类课程的设置，提高学生的语言、文化、人际交往、公文撰写、形象礼仪等基本素质。

**4.动态梳理企业作业岗位及内容**

校企课程建设团队人员严格对照企业作业内容和学校人才培养方案下的建课规律进行充分调研研讨，梳理相关作业活动。其中，对于企业设置的仓储管理、配送管理、数据分析等主要岗位，均需要团队成员共同体验评估岗位工作内容、作业步骤，以便于物流行业市场的产品供应活动，匹配整理出行业特有的物流知识。而对于今年以来国家着力发展一带一路贸易（东盟贸易量成为我国外贸出口的第一大区域），建议增加国际物流、跨境电商类相关课程内容。

**5.校企坚定不移地打造企业用得到的课程**

根据部分企业展现出来的只考虑招聘管培生，或只招聘和培养能留得住的人才等社会反馈，建议课程植入企业招聘紧迫的岗位课程，例如安吉的“物流规划”。鉴于此类课程需要长期驻守项目组（车企的生产项目部），对于学生的忠诚度要求极高，**因此，建议开设“物流规划设计”或“物流仿真设计”或“生产物流”等规划相关课程，并请相关企业派企业导师直接授课，在授课过程中选人，起到精准培养的作用。再例如百世等企业目前为破解企业发展难题，采用全员销售策略，在常规经营项目基础上，进一步推动“百世软件”的销售，增加业务量。为此，建议增加“市场营销”类相关课程，支援未来物流销售型岗位的人才输出。**

**6.推进与行业龙头企业多元化深度融合，常态化参与企业业务调研**

一是学习标杆院校，深度对接具有产教融合前瞻性的行业龙头企业，结合我校物流专业和京东、百世等龙头企业的地域、专业和资源优势开展企业学院、实训中心的内涵建设和对外服务探索。联合京东创建企业学院，相互输出和建设资源课程、联合育人，搭建纵向发展和横向延伸的综合性人才培养体系和培养标准；依托京东百世等海外业务已布局的国家，创建海外学院，开展海外院校师资培训和鲁班工坊建设。二是对短期合作型企业，在充分做专业研讨的前提下，进行实训实验项目的开发和人才短期实践活动，在落实学生技能培养的同时推进专业的社会服务能力。**因为企业转变经营非常迅速，所以改革人才培养方案若要高度匹配企业需求，则应每半年做一次人才调研，让改调研工作常态化。**