



成都信息工程大学
Chengdu University of Information Technology



四川省哲学社会科学重点研究基地（扩展）

四川省电子商务与现代物流研究中心

Sichuan research center of e-commerce and modern logistics

电商物流动态



E-Commerce &
Modern Logistics

2018年 03期

第一部分：政策理论

一、国家政策及解读

（一）商务部 2018 年将强化物流基础设施的建设

为贯彻党的十九大关于深化供给侧结构性改革、发展现代供应链和加强物流基础设施网络建设的指示精神，加快推动现代供应链体系建设，促进经济发展提质增效降本，实现高质量发展，2018 年，财政部、商务部决定开展流通领域现代供应链体系建设。

按照“市场主导、政策引导、聚焦链条、协同推进”原则，以城市为载体，聚焦民生消费行业领域，开展现代供应链体系建设。重点围绕供应链“四化”（标准化、智能化、协同化、绿色化），以“五统一”（统一标准体系、统一物流服务、统一采购管理、统一信息采集、统一系统平台）为主要手段，充分发挥“链主”企业的引导辐射作用，供应链服务商的一体化管理作用，加快推动供应链各主体各环节设施设备衔接、数据交互顺畅、资源协同共享，促进资源要素跨区域流动和合理配置，整合供应链、发展产业链、提升价值链，加快发展大市场、大物流、大流通，实现供应链提质增效降本。

通过推广现代供应链新理念、新技术、新模式，培育一批有影响的供应链重点企业，探索一批成熟可复制的经验模式，形成一批行之有效的重要标准，提高我国供应链的核心竞争力，

促进产业转型优化升级，促进流通领域供给侧结构性改革。

有关城市结合自身实际情况，重点围绕农产品、快消品、药品、日用电子产品、汽车零部件、家电家具、纺织服装，以及餐饮、冷链、物流快递、电子商务等行业领域，加快推进现代供应链体系建设。

强化物流基础设施建设，夯实供应链发展基础。发挥物流基础性、先导性作用，加强公共服务性强的物流基础设施体系，推动物流企业向供应链服务商转型。发展单元化流通，提高供应链水平。加强信息化建设，发展智慧供应链。聚焦重点行业领域，提高供应链协同化水平。推广绿色技术模式，提高供应链绿色化水平。

（二）物流业降本增效专项方案及评价

物流业是支撑经济社会发展的基础性、战略性产业，市场需求巨大，发展空间广阔。加快物流业发展是推进供给侧结构性改革、增加公共产品和公共服务供给的重点方向，是扩大有效投资、促进城乡居民消费的重要手段，是消除瓶颈制约、补齐薄弱短板、提升国民经济整体运行效率的重要途径。按照党中央、国务院关于推进供给侧结构性改革和降低实体经济成本的决策部署，为解决物流领域长期存在的成本高、效率低等突出问题，大力推动物流业降本增效，推进物流业转型升级，提升行业整体发展水平，更好地服务于经济社会发展。

全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神,按照“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局,牢固树立和贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,认真落实党中央、国务院决策部署,聚焦影响物流业健康发展的突出矛盾和瓶颈制约,以创新体制机制为动力,以推广应用先进技术和手段为支撑,以完善落实物流管理和支持政策为路径,加快补齐软硬件短板,深入推进大众创业万众创新,大力发展新模式新业态,激发市场活力,优化物流资源配置,促进物流业跨界融合,建立标准化、信息化、网络化、集约化、智慧化的现代物流服务体系,降低物流成本,提高社会物流运行效率。

深化改革、协同推进。加大简政放权、放管结合、优化服务改革力度,深化物流领域体制改革,打破制约行业发展的体制机制障碍,加强统筹规划和部门协同,形成政策合力,营造良好发展环境。

问题导向、重点突破。聚焦突出问题出实招,找准薄弱环节补短板,率先在若干重点领域取得突破,夯实行业发展基础,提升物流社会化、专业化水平。

市场主导、创新驱动。发挥市场在资源配置中的决定性作用,激发企业创新的内生动力,鼓励先进技术装备应用,大力推进物流业与大众创业万众创新融合发展,推动业态创新、管理创新、服务创新。

联动融合、全面提升。推动物流与制造、交通、贸易、金融等行业深度融合,提升物流综合服务能力,优化整合产业资源,增强产业整体竞争力。

简政放权,建立更加公平开放规范的市场新秩序。优化行业行政审批、深化公路、铁路、民航等领域改革、优化货运车辆通行管控、推动货物通关便利化、提升行业监管水平。

降税清费,培育企业创新发展新动能。完善物流领域增值税政策。通过全面推开营改增改革试点,进一步消除重复征税,扩大交通运输业的进项税抵扣范围,降低企业税收负担。规范物流领域收费行为。督促港口、铁路、航空等企业严格落实明码标价制度,实行进出口环节收费目录清单制,推进收费管理制度化、科学化、透明化。调整完善相关管理政策。落实“互联网+”行动要求,完善物流业相关管理政策,鼓励企业开展创新。

补短强基,完善支撑物流高效运行的设施和标准体系。建立与现代产业体系相匹配的国家级物流枢纽体系、健全有效衔接的物流标准体系、构建高效运行的多式联运体系、完善城市物流配送体系、健全农村物流配送网络。

互联互通,建立协作共享和安全保障新机制。促进物流信息互联共享。推动物流活动信息化、数据化。依托国家交通运输物流公共信息平台,加强信息平台接口标准的制定和推广。鼓励信息平台创新发展。发挥物流信息

平台在优化整合物流资源、促进信息互联互通、提高物流组织化程度中的重要作用。完善物流行业诚信体系、加强物流业网络安全保障。

联动融合，构建产业链共赢新格局。推动物流业与制造业联动发展。结合“中国制造 2025”战略部署，鼓励物流企业面向制造业转型升级需求，拓展提升综合服务能力。促进交通物流融合发展、促进商贸业与物流业融合发展。加强大数据、云计算等技术应用，探索“商贸+互联网+物流”融合发展新模式，增强物流协同服务能力，提升物流服务质量和效率，降低实体商贸企业的物流成本。

《物流业降本增效专项行动方案》部署降低企业物流成本、提高社会物流效率工作，大力推进物流业转型升级和创新发展。《方案》指出：到 2018 年，社会物流总费用占国内生产总值的比重较 2015 年降低 1 个百分点以上，工业企业和批发零售企业物流费用率明显降低；互联互通，建立协作共享和安全保障新机制。鼓励政府、企业间的物流大数据共享协作，扶持各类专业化、特色化的物流信息平台创新发展，完善物流行业诚信体系，加强物流业网络安全保障；降税清费，培育企业创新发展新动能。通过全面推开营改增改革试点进一步消除重复征税，积极研究统一物流各环节增值税税率问题。降低物流企业运输收费水平，规范物流领域收费行为；健全农村

物流配送网络，建立农村物流大企业联盟。

物流总费用的降低有利于盘活实体经济，税费降低利好互联网+消费；物流行业信息化建设利好软件开发行业，农村物流体系健全利好“三农”。

物流总费用的降低有利于盘活实体经济。《方案》指出到 2018 年，社会物流总费用占国内生产总值的比重较 2015 年降低 1 个百分点以上，工业企业和批发零售企业物流费用率明显降低。社会物流总费用降低将明显利好实体经济，尤其与民生息息相关的工业企业和批发零售企业。批发零售企业的利润来源是微薄的进货价与出货价差，物流费用的高低直接关系批发零售企业的盈亏。物流费用的降低不仅能提升企业的利润率，也能为消费者提供质优价廉的产品和服务。企业运营成本的降低，对产品的价格下降也有促进作用。物流费用的降低有利于盘活实体经济，使得部分产业的上下游收益。

物流行业税费降低利好互联网+消费。《方案》指出降税清费，培育企业创新发展新动能。通过全面推开营改增改革试点进一步消除重复征税，积极研究统一物流各环节增值税税率问题。降低物流企业运输收费水平，规范物流领域收费行为。物流行业的税费占据企业运营成本较大比例，农村几毛钱供应的蔬菜通过物流运输到城市，就变成几元甚至几十元。物流企业的税负过重不仅影响价格，还导致物

流货车超载，影响公共道路的交通运输安全。物流企业税费水平的降低，将有效降低物流企业的运行成本。这将明显利好互联网+消费，网购经济将会变得更加繁荣。

（三）开展 2018 年流通领域现代供应链体系建设

为贯彻党的十九大关于深化供给侧结构性改革、发展现代供应链和加强物流基础设施网络建设的指示精神，加快推动现代供应链体系建设，促进经济发展提质增效降本，实现高质量发展，2018 年，财政部、商务部决定开展流通领域现代供应链体系建设。

按照“市场主导、政策引导、聚焦链条、协同推进”原则，以城市为载体，聚焦民生消费行业领域，开展现代供应链体系建设。重点围绕供应链“四化”（标准化、智能化、协同化、绿色化），以“五统一”（统一标准体系、统一物流服务、统一采购管理、统一信息采集、统一系统平台）为主要手段，充分发挥“链主”企业的引导辐射作用，供应链服务商的一体化管理作用，加快推动供应链各主体各环节设施设备衔接、数据交互顺畅、资源协同共享，促进资源要素跨区域流动和合理配置，整合供应链、发展产业链、提升价值链，加快发展大市场、大物流、大流通，实现供应链提质增效降本。

通过推广现代供应链新理念、新技术、新模式，培育一批有影响的供应链重点企业，探索一批成熟可复制的经验模式，形成一批行之有效的重要

标准，提高我国供应链的核心竞争力，促进产业转型优化升级，促进流通领域供给侧结构性改革。强化物流基础设施建设，夯实供应链发展基础。发挥物流基础性、先导性作用，加强公共服务性强的物流基础设施建设，完善城乡高效配送体系，推动物流企业向供应链服务商转型。

打造跨区域全国性物流枢纽。推动辐射范围广、标准化水平高、综合服务能力强的商贸物流园区、专业批发市场升级改造，形成集交易、分拨、仓储、冷链物流、电子商务等多功能于一体的流通服务中心。引导区域性物流配送中心转型升级。鼓励大型城市周边、市（县）物流配送中心由存储型、自建自用型仓库向快速周转型自动化仓库升级，成为提供“一对多”社会化服务的物流节点。三是加强商业物流基础设施建设改造。鼓励大型商圈、步行街、商业街建设公共仓配中心、共享信息平台，提高智慧化、共享化水平；推广开放公用型的快件末端自提设备，探索标准托盘箱替代快递三轮车箱体，以循环共用单元推动分拣前置、环节减少，引导企业从各自配送向片区集中配送转变。

发展单元化流通，提高供应链标准化水平。加强信息化建设，发展智慧供应链。推动大数据、云计算、区块链、人工智能等技术与供应链融合，发展具有供应链协同效应的公共型平台，支持上下游用户的生产、采购、仓储、运输、销售等管理系统相对接，平台与

平台之间相对接，实现相关方单元化的信息数据正向可追踪、逆向可溯源、横向可对比，发挥供应链对优化生产、加快周转、精准销售、品质控制、决策管理等作用。

聚焦重点行业领域，提高供应链协同化水平。推动发展农产品供应链、鼓励农产品批发市场拓展产销对接、安全检测、加工包装、统仓统配、溯源查询等功能，加快线上线下融合发展。推动快消品、药品、电商等领域发展分销型供应链。推动家电、汽车零部件、日用电子产品等发展生产服务型供应链。推动纺织服装、家具等领域发展柔性供应链。适合消费个性化、多样化特点，打造流通与生产深度融合的供应链，提高创意设计、柔性化定制、快速响应能力，缩短生产周期、优化库存结构。

推广绿色技术模式，提高供应链绿色化水平。鼓励企业结合供应链战略进行绿色流程再造，推广使用新能源物流车、仓储设施设备节能技术及绿色智能包装新材料，推广共同配送、单元化载具循环共用等先进模式。探索按配送渠道回收、委托回收、集中回收等社会化回收再利用模式，推动减量包装、可循环包装、环保可降解包装等各种绿色包装技术应用，降低环境负荷和企业成本。

二、四川省（市）政策及解读

（一）宜宾“三管齐下”促道路货运物流行业发展

宜宾“三管齐下”促道路货运物流

行业发展。宜宾市以争创四川省经济副中心、大力建设南向通道、开展三年交通大会战为契机，大力促进道路货运物流行业发展。一、指导运输企业发展。指导运输企业与现代农业、现代物流、邮政快递、商贸流通企业无缝衔接，优化仓储、加工、运输、配送等一体化物流服务体系，打造全链条、立体式交通物流体系，推进物流业降本增效。二、加快物流园区建设。按照《宜宾市物流业发展规划》，大力建设物流发展的一核、两园区、三中心、十个县级物流中心、N 个乡镇村级服务网点。三、推广先进运输方式。推动跨运输方式的客运联程系统建设，统筹运输方式间运力、班次对接，引导运输企业开展空铁、公铁、公水等旅客联程运输服务。

（二）泸州市加快创建全国城市绿色货运配送示范工程

泸州市加快创建全国城市绿色货运配送示范工程。坚持绿色发展。按照“需求引导、规范管理、绿色优先”理念，制定新清洁能源货运车辆便利通行政策，推广新能源车、清洁能源车在城市的配送应用，运输环节采用绿色材料、包装回收等环保措施，计划到 2020 年更新 CNG/LNG 货运车辆 500 辆，实现能源节约、减少污染。

坚持高效发展。实行城市配送车辆与普通货运车辆分类管理，推进“物流中心+集中配送”“商品分销商+共同配送”等运输组织模式，推进中国物流泸州城市配送物流园等 9 个重点支撑项目，全力完善物流园区、重点枢纽

节点、货运站场、乡镇物流节点“四级物流网络体系”，实现城市货运配送全流程标准化。

坚持智能发展。基于“智慧交通”和“智慧物流”，促进物联网、大数据、云计算、人工智能等现代技术应用，健全交通运输行业运行监测和应急指挥系统，加强金融、税务、海关等行业信息互交共享，搭建城市供应链管理全链条信息平台，计划到 2020 年重点企业货运配送服务在乡镇网点覆盖率达 100%，交通运输应急指挥系统建成运营。

（三）甘孜州加快建设“四好农村路”打通脱贫奔康最后一公里

一是以“建”为基础，提升通达深度。聚焦打通交通基础设施“最后一公里”，近五年累计投入资金 214.8 亿元推进乡镇通畅路、建制村硬化路以及资源路、旅游路、产业路建设，全州农村公路总里程达到 3.2 万公里。力争在今年年底提前实现通乡油路、通村硬化路“两个百分之百”的目标。

二是以“管”为路径，构筑联动机制。建立健全地方为主、行业指导、部

门协作、社会参与的联动机制，配齐乡镇管养机构和公路养护人员，并以国家燃油税转移支付资金全额下达各县市，用于农村公路养护，基本实现“有路必管”“有路必养”。同时加强开展治超治限工作，今年以来累计检测货运车辆 87982 辆，超限超载车辆 558 辆，超限率控制在 0.63% 内，有效保护了路产路权。

三是以“养”为保障，打造靓丽风景。建立“县有路队、乡有监管员、村有护路员”三级管护体系，将爱路护路养路写入农牧区村规民约，构建共建共治共享新格局。以创建国家全域旅游示范区为契机，全面整治路域环境，打造“畅安舒美”的农村公路风景线。四是以“运”为目的，推进城乡一体。坚持客货并举，整合交通、邮政、快递等行业资源，织密农村客运网、物流网，有效带动特色种养业、农村电商、客货运输、乡村旅游等产业，预计年内客货周转量 147660.39 同比上升 2%；货运周转量 219365.199 同比上升 6%。

第二部分：前沿动态

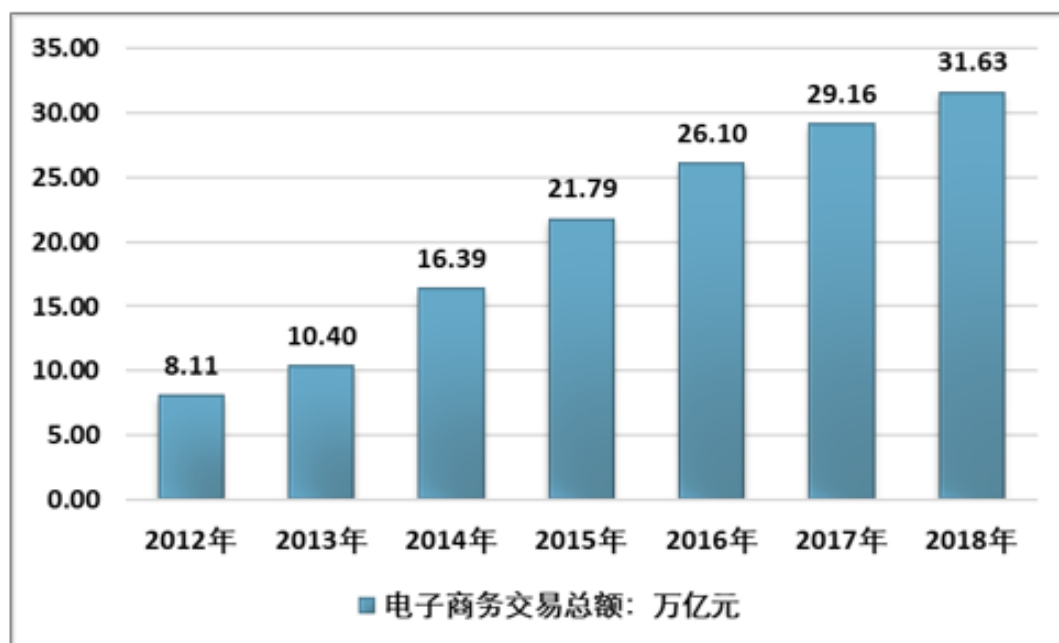


图 2 2012-2018 电子商务交易总额

一、电子商务行业发展

(一) 电子商务基本情况

电子商务是以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可理解为在互联网（Internet）、企业内部网（Intranet）和增值网（VAN，Value Added Network）上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。

电子商务从最开始的电商 1.0 时代，以淘宝、天猫、京东为代表，依托强大的物流体系和低廉价格快速发展；到电商 2.0 时代移动社交电商快速发展，用户体验提升，电商覆盖面进一步扩大；到现在的电商 3.0 时代多入口丰富的消费场景驱动用户消费，客户成为消费行为主导者，去中间化、去中心

化、去边界化、多行业多领域全方位生态圈布局。

(二) 中国电子商务运营概况

2018 年，中国电子商务交易规模持续扩大，稳居全球网络零售市场首位，跨境电子商务再上新台阶，与全球电子商务市场联动发展态势愈加明显。根据智研咨询发布的《2020-2026 年中国电子商务行业竞争现状及市场规模预测报告》数据显示：2018 年全国电子商务交易额为 31.63 万亿元，比 2017 年增长 8.5%。其中，商品、服务类电子商务交易额 30.61 万亿元，同比增长 14.5%（如图 1）。

电子商务与实体经济融合发展加速，带动了更多社会人士进入电子商务相关工作，2017 年全国电子商务从业人员已经突破 4000 万人，到 2018 年，国内电子商务从业人员约 4700.65 万

人。

（三）网上零售市场发展现状及趋势

消费者品牌意识提升，B2C 市场巩固市场地位。

2018 年全国网上零售额 9.01 万亿元，同比增长 23.9%。其中，实物商品网上零售额 7.02 万亿元，同比增长 25.4%，占社会消费品零售总额的比重提升至 18.4%，较 2017 年增加 3.4 个百分点，非实物商品网上零售额 1.99 万亿元，同比增长 18.7%。网络零售 B2C 市场份额继续扩大，2018 年，B2C 零售额占全国网络零售比重为 62.8%，相比 2017 年提升 4.4 个百分点；B2C 零售额同比增长 34.6%，增速远高于 C2C 零售额 22.1 个百分点。

随着消费升级不断深化，消费者线上消费模式普及率快速提高，2018 年中国网络购物用户规模突破 6 亿人，达到 6.1 亿，相比 2017 年增加了约 7679 万人。消费群体的不断扩充以及

网络消费意识的提升，促使消费者对网购的品牌、品质以及服务的关注度逐渐提高，B2C 市场优势更加明显。

全国各地区零售规模开始取向平衡。

分地区看，电商发展区域集中度有所下降。东部、中部、西部、东北地区网络零售额占全国比重分别为 83.1%、9%、6.4%和 1.6%，其中东部地区占比较 2017 年下降 0.7 个百分点，其他地区占比均有所上升。

分省份看，广东、浙江、北京、上海和江苏网络零售额排名前五，合计占全国网络零售额比重的 72.4%较 2017 年下降 2.5 个百分点；交易额前十位省份占比为 85.5，较 2017 年下降 3.2 个百分点。

天猫、京东稳居前二，拼多多强势杀入。

我国电子商务网络零售平台主要以天猫、京东为主（如下图 2），2018

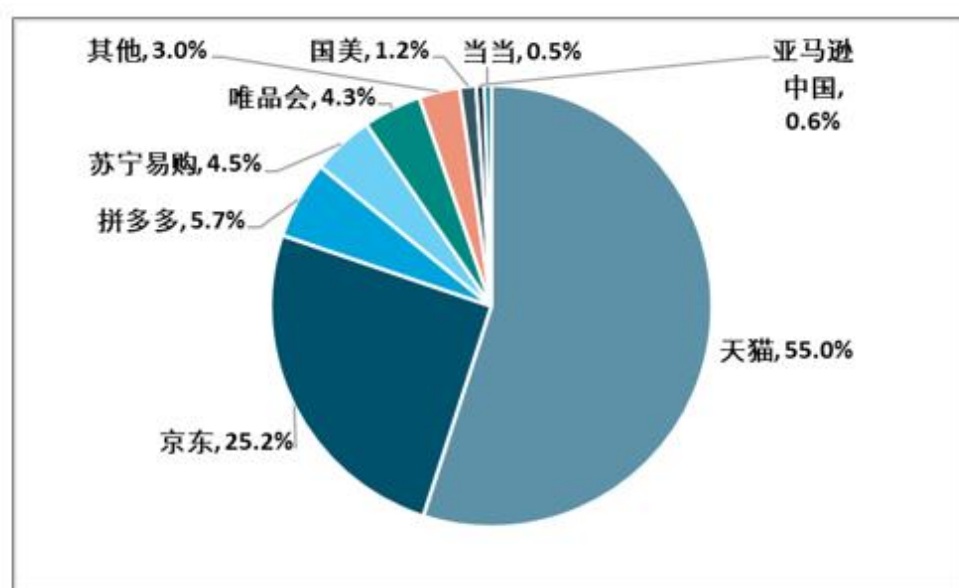


图 2 2018 年上半年我国 B2C 网络零售市场份额占比

年上半年，天猫和京东的市场份额合计超过 80%。天猫依然稳居首位，在市场份额占比过半为 55%，同比增长 5%；紧随其后，京东占 25.2% 市场份额，较 2017 年同期提高了 0.8%；而作为“电商黑马”的拼多多迅速抢占了 5.7% 的市场份额，排名位居第三；排名第四至八位的电商平台分别为：苏宁易购（4.5%）、唯品会（4.3%）、国美(GOME)（1.2%）、亚马逊中国（0.6%）、当当（0.5%）。从市场份额来看，天猫市场份额牢牢位居第一，而京东占比也持续有所增长。从增速来看，京东、苏宁易购、唯品会的增速高于 B2C 网络零售。

场行业平均增速。排名退居第六的国美(GOME)份额同比下降了 2.9%，仅占比 1.2%，不足京东的“零头”。而亚马逊中国与当当增减幅度不大，预计随着“马太效应”加剧，头部电商平台之间的差距会进一步拉大。

移动购物成为电商零售新亮点。

2013 年以来中国移动购物市场规模快速发展，从 2681.7 增长至 2017 年的 46416.4 亿元，五年间增长了 43734.7 亿元，年均复合增长率为 104%，伴随着电子商务行业的逐步完善消费者消费习惯的逐渐养成，推动着中国电子商务的发展，初步统计 2018 年中国移动购物市场规模达到 57427.4 亿元。

随着国内智能手机的快速普及，我国手机网络购物用户规模近些年增速突出，2018 年全国手机网络购物用

户 5.92 亿人，相比 2017 年增长了 17.06%，2014-2018 年中国手机网络购物用户规模复合增长率 25.85%。

网络零售的持续大规模快速发展，对制造业提出了快速发展和智能化运行需求，推动制造业产业模式和企业组织形态变革。

2018 年，淘宝、网易严选、拼多多等网络零售及小额批发平台加速推进链接和改造“工厂”。基于云计算、物联网硬件设备，从“端、边、云”三方面实时监控工作进展，采集制造过程数据，并通过人工智能技术升级企业信息化管理系统，对接电子商务平台，建立与网络零售平台打通的“数字化工厂”，高效协调生产、发货与销售订单。同时，一些创新创业企业基于人工智能、大数据等技术，将线上线下零售、用户模型化管理、数字化供应链和智能制造整合为新的商业模式。

（四）2018 年 1 月中国电商物流指数为 110.8 点

中国物流与采购联合会和京东集团联合调查的 2018 年 1 月份中国电商物流运行指数为 110.8 点，比上月回落 3.2 个点。从 9 个分项指数看，物流时效指数、履约率指数、满意度指数、实载率指数和成本指数比上月上升，总业务量指数、农村业务量指数和库存周转指数比上月回落，人员指数基本持平。

业务量指数大幅回落。从全国来看，1 月份总业务量指数为 132.7 点，比上月回落 22.6 个点，下降 14.5%，其

中东部、中部、西部和东北地区的总业务量指数分别为 135.1 点、126.5 点、131.3 点和 127 点，比上月分别下降 14.4%、17.1%、11%和 18.5%。从农村来看，1 月份农村业务量指数为 123.7 点，比上月回落 25.8 个点，下降 17.3%。其中东部、中部、西部和东北地区农村业务量指数分别为 123.3 点、119 点、129.6 点和 122.9 点，比上月分别下降 18.4%、19.6%、12%和 17.9%。

物流服务时效回升。1 月份，运输环节效率保持回升态势，实载率指数为 100.2 点，比上月回升 0.2 个点；物流时效指数为 116.7 点，比上月回升 5.4 个点。

物流服务质量较高。1 月份，履约率指数、满意度指数分别为 100.5 点和 100.6 点，重回 100 点以上，分别比上月回升 1 和 1.9 个点。

国务院发展研究中心市场经济研究所王微所长认为：1 月份，电商物流指数回落，主要是一月份多个地区相继出现恶劣天气，上旬是华南大部降雨和中东部局部冻雨，下旬是中部雾霾和南方大范围冰冻雨雪叠加，对电商物流干线运输、末端配送环节均造成一定影响，导致物流业务量前高后低，月度物流订单需求增长总体放缓。从增长速度看，在春节因素拉动下电商物流需求依然比较旺盛，本月总业务量增长超过 30%，增速高于去年同期，但企业反映三四线城市和农村地区物流需求有所放缓，农村地区物流业务量增长 20%左右，比去年同期回

落 10.9 个百分点。1 月份，物流时效指数和实载率指数分别比上月回升 5.4 和 0.2 个点，履约率指数、满意度指数也分别回升 1 和 1.9 个点，反映出物流运作总体效率较高，物流服务质量保持较好水平。

（五）2018 年 12 月中国电商物流指数为 111.4 点

中国物流与采购联合会和京东集团联合调查的 2018 年 12 月份中国电商物流运行指数为 111.4 点，比上月回落 1.1 个点。从分项指数看，农村业务量指数、物流时效指数、履约率指数、满意度指数比上月回升，总业务量指数、库存周转指数、人员指数、实载率指数和成本指数比上月回落。

电商物流业务量指数回落。12 月份总业务量指数为 123.7 点，比上月回落 2.1 个点，全国四大地区总业务量指数均出现回落，其中东北地区为 125.1 点，比上月回落 11.8 个点，东部地区和中部地区分别为 121.7 点和 123.2 点，比上月回落 2-3 个点，西部地区为 125.7 点，比上月回落 5.1 个点。

农村电商物流需求小幅回升。12 月份农村业务量指数为 129.2 点，比上月回升 3.3 个点，全国四大地区农村业务量指数均出现回升，中部和东北地区指数高于全国，比上月分别回升 3.8 和 4.9 个点，东部和西部地区指数比上月分别回升 2.7 和 1.8 个点。

物流运作效率保持较高水平。12 月份，库存周转指数为 105.7 点，比全年均值高出 3.5 个点。12 月份，物流

时效指数为 109.3 点，比全年均值高出 0.7 个点。12 月份实载率指数比全年均值高出 3.4 个点。

物流履约率和满意度指数回升。12 月份，履约率指数为 103.6 点，比上月回升 0.8 个点，客户满意度指数为 102.9 点，比上月回升 1.9 个点。

国务院发展研究中心市场经济研究所王微所长认为：12 月份电商物流指数延续 2018 年以来稳中趋缓的运行态势，总业务量指数从年初的 130 点左右回落到年终 124 点左右，农村业务量指数相应地也有所回落，但回落幅度要低于总业务量指数。总体上看，需求仍保持较高增速，电商物流总业务量和农村业务量规模全年同比增长均达到 32% 和 30% 左右，指数回落一方面源于过去超高速增长带来的高基数，另一方面也反映出电商物流活动正在由高度活跃向较高活跃回归，指数回落只是增速的放缓，并不是绝对规模的下降。从库存周转、物流时效、运输效率来看，电商物流总体高效运转，12 月份库存周转指数、物流时效指数、实载率指数分别比全年高 3.5、0.7 和 3.4 个点。成本指数连续两个月回落，反映电商物流行业前期较高的经营成本压力稍显缓解，但人员指数高位回落，反映出元旦春节前后即将出现一线从业人员供需缺口，未来 1-2 个月企业面临一定的招工用工压力。

二、物流行业主要工作

（一）2018 年物流业重点工作

2018 年是贯彻党的十九大精神的

开局之年，是改革开放 40 周年，是决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划承上启下的关键一年。在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，中物联坚决贯彻落实党中央决策部署，坚持稳中求进工作总基调，坚持新发展理念，按照高质量发展要求，物流业发展有效应对外部环境深刻变化，取得新成绩。

预计全年社会物流总额可达 280 多万亿元，同比增长 6.5% 左右；社会物流总费用与 GDP 的比率有望保持在 14.5% 左右，社会物流运行质量和效益稳中有升。主要表现在：交通物流融合发展，物流基础设施网络建设取得重大进展；互联网与物流深度融合，人工智能在物流领域广泛应用；高新技术产业、战略性新兴产业及电商、快递和冷链等居民生活消费物流需求占比提高；兼并重组、混合所有制改革、各类资本加大投入，平台企业、品质运力、品牌企业和示范物流园区加速成长；运输结构调整开始发力，车辆运输车治理工作取得显著成效；“现代供应链”、“智慧物流”和“绿色物流”深刻改变行业发展格局。一年来，随着国务院常务会议推出简政、减税、降费新举措，部署推进物流枢纽布局建设，物流业政策环境持续改善，现代物流体系建设进入发展新阶段。

首先全面提升政府服务。加强政策研究，提供智力支撑。积极建言献策，把握政策方向。加强调查研究，反映行

业诉求。协助政府工作，推动政策落地。近年来，国务院及各有关部门支持物流业发展和供应链创新与应用的政策措施陆续出台，有利于行业发展的政策环境正在形成。

一年来，国务院重点督查的货车年检年审“两检合并”政策正在切实推进，目前“两检合并”在大部分省市已经得到落实，货车异地年检已经实现，异地年审将在今年落地落实，保守估计将为货运企业每年节省车辆检验检测费用 10 亿元以上。

全面深化行业服务。以改革开放 40 年物流行业座谈与表彰为新起点。企业评估与行业评估工作有新成效。全年 A 级物流企业评估工作新评 787 家，复核 956 家，创历史新高。担保存货管理及质押监管企业评估工作全年新评 6 家，复核 16 家。冷链星级物流企业评估工作全年新评 19 家，复核 9 家。截至目前，按照国家标准评审认定并公告的 A 级物流企业 5679 家，其中代表国内最高水平的 5A 物流企业 311 家，一批综合实力强、引领作用大的龙头骨干企业加速成长。

新申请立项的国家标准 15 项，完成了 4 项国家标准的研制。二是新申请立项的行业标准 39 项，完成了 10 项标准的研制，批准发布的行业标准 32 项，新发布的标准已于 2018 年 8 月 1 日正式实施。三是新立项团体标准 5 项，完成了 6 项标准的研制，批准发布的团体标准 5 项。在国际标准化方面也实现了实质性突破，我会向国家标准

化管理委员会申请成为 ISO/PC315（温控冷藏配送）和成为 ISO/TC297（废物收集和运输管理）国内技术对口单位，目前 PC315 已得到国标委的批准，TC297 也正在审批中，今后将在冷链物流和逆向物流两个方面开展国际标准化工作。

供应链创新与应用工作有新举措。根据商务部等 8 部门《关于开展供应链创新与应用试点的通知》安排，积极开展供应链创新与应用试点工作，为我国供应链发展创建了良好的政策环境和机制。一是在张家港市成功召开“中国现代供应链创新与应用高峰论坛”，宣贯供应链创新与应用试点政策，交流现代供应链理论和实践。二是配合商务部组织 30 多位专家集中进行供应链创新与应用试点评审工作，最终确定了 55 个试点城市、266 家试点企业，并配合商务部在上海召开“全国供应链创新与应用试点工作会议”。三是结合试点推进工作，应邀到全国二十多个省市、高校、央企和行业系统开展了二十多次的供应链创新与应用的宣贯辅导。四是成立了供应链创新工作协调小组和现代供应链研究院。北京大学厉以宁教授出任研究院的名誉院长，标志全国首家高端供应链智库正式成立。

军民融合工作有新进展。充分发挥行业组织优势，整合会员企业资源，开发了应急物流社会资源调度平台，成为政府和军队使用的应急物流社会资源库。积极推动国家重点研发计划

项目“应急物流关键技术研究与应用示范”成果的形成与示范应用。6 月，会同国防大学联合勤务学院、军委科技委后装保障领域专家委员会和顺丰集团，在深圳组织召开了第九届军事（应急）物流研讨会。通过政策宣讲、搭建平台、形象展示、一对一指导等多种形式，协助会员单位顺丰、京东等积极对接军队用户，有效推动了物流领域军民融合发展。积极与新成立的应急管理部、退役军人事务部、国家粮食和物资储备局进行了对接，建立和保持与北京、四川、深圳、济南等应急物流相关部门的密切联系和沟通协调，协力推进应急物流、军民融合事业发展。

三、行业热词解读

（一）共享货运，智慧物流新功能

日前召开的国务院常务会议指出，要促进公路货运行业创新发展。在我国物流费用结构中，运输费用占比最高，有时甚至超过一半。物流业要降本增效，运输环节是重头。共享经济作为一种新型商业模式，对交通运输业的赋能被业界看好在共享客运领域，网约车的便捷高效已被大众熟知：在共享货物领域，借助移动互联网技术创新，社会运力资源的集约化利用、货主的满意度、平台的发展现状，对共享货运，智慧物流做出来了以下工作。

“共享经济三要素是产能过剩、共享平台和协同共享，在物流行业中符合三要素的主要是公路货物运输领域，其主要覆盖领域是干线运输和城

市配送板块。”中国物流与采购联合会研究室主任周志成说，相关头部平台企业在以撮合交易为主的货运经纪业务上初具领先优势，正在加快向收取全程运费、承担全程运输责任、以货代交易为主的无车承运人方向发展。

满帮集团联席总裁、货车帮首席执行官罗鹏说，我国拥有全球最大的公路物流市场，但货运行业参与者极其分散，产业链条长、环节多，导致流通效率低、成本高，实现存量资源的社会化转变与闲置车辆最大化利用，成为迫切的需求。

目前，我国公路货运业从业人员超过 2000 万人，承担了全国 2/3 的货运任务，其中 90% 以上大型货车为个体户经营。在共享货运模式出现之前，货主和司机的信息交换方式大都通过小黑板在物流园中面对面进行，“司机找货难，货主找司机难”，平均配货时间需要 3 到 5 天，空载率高达 40%。中物联数据显示，我国社会物流总费用与 GDP 的比率从 2012 年的 18% 下降到目前的 14.5%，但仍比发达国家高出 5 到 6 个百分点，降本增效潜力大。

技术有底子，为共享货运风口到来做准备。作为“互联网+物流”的典型应用场景之一，共享货运需要移动互联网、大数据、云、人工智能等技术作为支撑，而我国网民规模世界第一，成为互联网创新应用的优质试验田，相关技术发展方兴未艾。

周志成认为，与城市“人流”出行市场不同，“物流”界的共享属于产业

互联网范畴，服务对象一边是产业型司机和车队，一边是中小货主和合同物流企业。“产业互联网不仅关注业务的便利性，也要考虑业务的合规性，特别是税收链条的完整性和政府监管的合规性。”

干线运输共享平台整合货运市场，经济社会效益突出。“近年来，智慧物流出现一些新特点，发展出不少典型应用场景。”中物联会长何黎明说，在“互联网+高效运输”领域，货运供需信息实现在线对接和实时共享，将分散的货运市场有效整合起来，提升运输的运作效率；在“互联网+便捷配送”领域，市内配送运力池的搭建，让共同配送、集中配送、智能配送等先进模式迸发，有效解决“最后一公里”的痛点。

所谓“互联网+高效运输”，对应共享货运中的干线物流，其典型平台有传化网与满帮。传化集团董事长徐冠巨介绍道，围绕供应链全过程，智能物流系统连接工厂的货、路上跑的卡车、物流企业、物流中心和仓储点，形成“一单到底”，实现全网调度、全网指挥、全网监控。满帮，是去年 11 月货车帮与运满满合并后的产物。据悉，截至今年 1 月，货车帮诚信注册会员车辆达 520 万台。“经平台测算，由于减少空驶、促进运营效率，去年我们为社会节省了 860 亿元的燃油损耗，减少了 4600 万吨的碳排放。”罗鹏说。所谓“互联网+便捷配送”，对应的是共享货运中的同城速运，其典型平台有货拉拉与 58 速运。业内人士表示，

我国同城货运市场规模呈逐年增长趋势，市场总额去年已突破 1.5 万亿元。受新零售、智慧物流等因素影响，同城货运将占据城市物流七成的份额。

“绿色化是同城货运未来的一个趋势。”货拉拉有关负责人表示，以深圳地区为例，货拉拉新能源车辆接单量已经占每日城市总订单的 1/3 以上，公司下一步还将通过更大力度的优惠措施鼓励和引导新能源车辆加入平台。

司机和货主“两头甜”，发票开具与数据打通仍存在瓶颈。共享货运“两头甜”，并不意味着没有发展中的痛点。“目前，开发票问题仍然是制约共享货运发展的主要问题。不管是以撮合交易的经纪业务还是以货代交易为主的无车承运业务，都面临大部分个体司机无法给接受服务的托运人开具增值税专用发票的问题。”周志成建议，有关部门可在“产权回归本体、责权回归本位、监管回归本源”的监管思路上下功夫，积极推动相关政策制度的出台。

（二）智慧城市全民健身联盟成立

新华社北京 2 月 5 日电（记者 李嘉）国家发改委城市与小城镇改革发展中心 5 日在智慧城市发展联盟年会上，正式宣布“智慧城市全民健身发展联盟”（注：以下简称为“联盟”）成立。据悉“联盟”将以“智慧健身·健康中国——智慧城市全民健身工程”为工作基础，计划在 2020 年为两亿以上人口提供日常健康健身服务。

据介绍,“联盟”将在国家发改委的领导下构建智慧城市的全民健身发展规划,这是中国城市在全民健身领域树立准入标准、完善运营机制的工程。此外,“联盟”将致力于贯彻落实全民健身国家战略要求,制订智慧城市全民健身体系标准,组织智慧城市全民健身体系的系统评估及达标评价,推进智慧城市全民健身体系建设和应用。届时,国家发改委城市与小城镇改革发展中心将充分发挥顶层设计作用,整合不同资源,促进不同行业和领域在智慧城市全民健身体系建设的合作,充分尊重市场需求推出一批智慧城市全民健身应用产品。

另悉,“智慧城市全民健身工程”

将开发智慧城市全民健身线上服务平台,为全国智慧城市提供“智慧赛事”“智慧场馆”“智慧运动培训体系”的全面服务,计划至 2020 年为两亿以上的人口提供日常健康健身服务。

“联盟”发起单位为国家发改委城市与小城镇改革发展中心和智美体育集团,国家发改委城市与小城镇改革发展中心为理事长单位,智美体育集团为副理事长及秘书长单位,联盟成员包括中国智慧城市、企事业单位、科研机构 and 专家。另悉,3 月“联盟”将在正式成立大会上发布“智慧健身·健康中国——智慧城市全民健身工程”发展规划。

第三部分：中心工作

一、学术交流

（一）Eldon Y Li 教授为研究中心作学术讲座

9 月 4 日, 李爱东教授为研究中心作主题为“*How to Publish in SSCI Journals: Author and Editor Perspectives*”的学术讲座。

在 SSCI 期刊上发表论文对科学家来说是一项艰巨的、耗费时间的任务。与在科学和工程杂志上发表论文不同的是, 在 SSCI 期刊发表论文需要更多的努力。李教授在讲座中介绍了期刊论文的研究类型, 并分享了在 SSCI 期刊发表论文的经验, 讨论和阐述了一篇好的 SSCI 论文应如何构成, 并从作者和编辑的角度指出了常见的错误和建议。可以说, 李教授是站在广大讲座受众的视角为我们讲解了如何在 SSCI 上发表论文, 此次讲座取得良好的反馈, 老师和同学们受益颇丰。

李爱东是台湾崇远基督教大学工商管理学院讲座教授兼博士课程主任, 东吉大学讲座教授, 曾任国立政治大学校长、系主任, 台湾亚洲大学副教授, 美国加州理工学院工商学院 MLS 项目前教授兼协调员, 曾任美国加州圣路易斯·奥比斯波加州理工大学信息学院院长兼袁泽大学社会信息学研究生院主任, 以及国立中正大学信息管理研究所教授兼创始主任。他于 1982 年从得克萨斯理工大学获得博士学位。他是几个国际期刊的主编, 发表了 300

多篇关于创新和技术管理、信息技术人文因素、战略信息技术规划、软件质量管理 and 信息系统管理的论文。

（二）Raymond R Liu 教授为研究中心作学术讲座

Raymond R Liu 教授, 博士生导师, 在美国麻省大学波士顿校区(University of Massachusetts Boston)管理学院担任营销系主任及中国研究中心主任。中国长江学者海外评审专家, 自然科学基金委评委会海外评审专家, OCEAN 董事会成员, ACMES 高级市场顾问, 清华大学、大连理工大学等多所国内高校担任客座教授。Liu 教授研究领域涉及国际商务与市场营销、跨文化客户市场管理、在线消费行动和在线社区行为等。近年来, Liu 教授带领其团队在数字市场营销、数据工程研究及行业应用上, 取得了突出的成绩。在著名的学术期刊上发表论文 100 多篇。

刘教授以“跨国商业企业——来自中国 and 美国的案例与实证分析”为主题为研究生们做了分享。本次报告的内容包含了丰富的数据分析(定性和定量), 分析了中美两国企业在各自国家的运作情况, 找出了如何改善中国企业“中国制造”形象的关键因素, 并从理论和实证意义的角度对前面发现的内容做出总结。讲座取得了热烈的反馈, 老师和同学们收获颇多。