



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

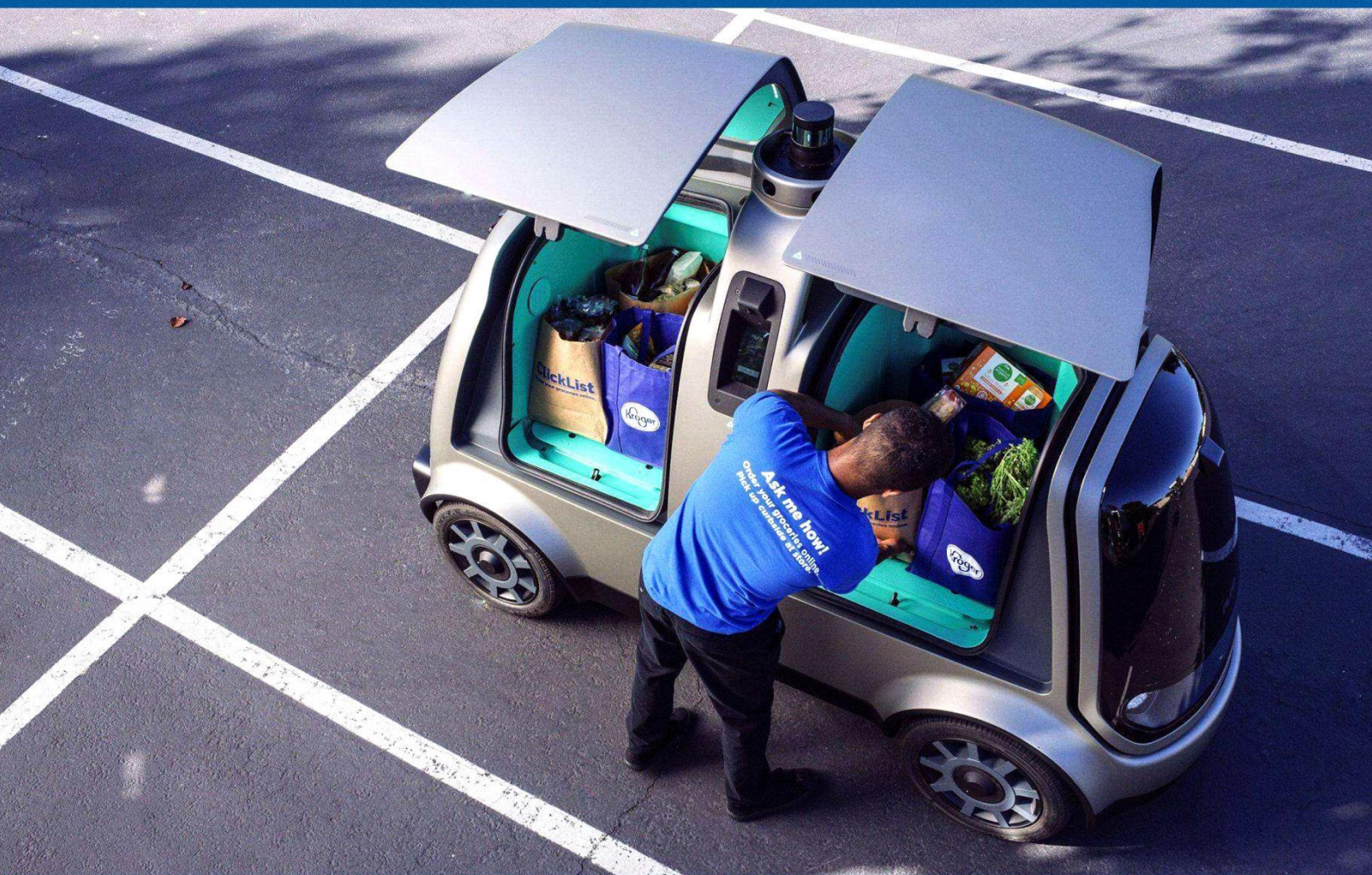


物流学院  
SCHOOL OF LOGISTICS

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

2022年 01期



## 第一部分：政策理论

### 一、国家政策及解读

#### （一）中共中央国务院关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见

新华社北京 2 月 22 日电(记者 高敬、于文静) 21 世纪以来第 19 个指导“三农”工作的中央一号文件 22 日由新华社受权发布。

这份文件题为《中共中央 国务院关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》，全文共 8 个部分，包括：全力抓好粮食生产和重要农产品供给、强化现代农业基础支撑、坚决守住不发生规模性返贫底线、聚焦产业促进乡村发展、扎实稳妥推进乡村建设、突出实效改进乡村治理、加大政策保障和体制机制创新力度、坚持和加强党对“三农”工作的全面领导。

中央农村工作领导小组办公室主任、农业农村部部长唐仁健当天就文件精神进行了全面解读。

唐仁健说，今年中央一号文件对 2022 年全面推进乡村振兴重点工作进行了部署。当前，百年变局和世纪疫情交织叠加，外部环境更趋复杂和不确定，必须坚持稳字当头、稳中求进，稳住农业基本盘、做好“三农”工作，确保农业稳产增产、农民稳步增收、农村稳定安宁，为保持平稳健康的经济环境、国泰民安的社会环境提供坚实有力的支撑。

牢牢守住保障国家粮食安全和不发生规模性返贫这两条底线。全力抓好粮食生产和重要农产品供给，实打实地调整农业结构，严守 18 亿亩耕地红线，确保粮食播种面积稳定、产量保持在 1.3 万亿斤以上，扩大大豆和油料生产务必见到可考核的成效。巩固拓展脱贫攻坚成果，完善监测帮扶机制，加大对重点地区帮扶力度，推动帮扶政策落地见效，确保不发生规模性返贫，努力让脱贫群众生活更上一层楼。

扎实有序做好乡村发展、乡村建设、乡村治理重点工作。持续推进农村一二三产业发展，带动农民就地就近就业增收。健全乡村建设实施机制，着力解决农民生产生活实际问题。加强农村基层组织建设，健全党组织领导下的自治、法治、德治相结合的乡村治理体系，切实维护农村社会平安稳定。

保障好初级产品供给是重大战略性问题。2021 年我国粮食总产量达到 13657 亿斤、较上年增产 267 亿斤，连续 7 年保持在 1.3 万亿斤以上，为开新局、应变局、稳大局发挥了重要作用。

唐仁健介绍，今年中央一号文件把抓好粮食生产和重要农产品供给摆在首要位置，目的就是把 14 亿多中国人的饭碗端得更稳更牢固，饭碗主要装中国粮。重点做好三方面工作：稳产量。应对去年秋冬种部分小麦晚播等不利影响，抓紧抓实春季田管，促进弱苗转壮，努力追回产量。调结构。下大力调整优化农业结构，支持东北地区积极推行大豆玉米合理轮作、有序推

进地下水超采区、不适宜水稻种植区开展“水改旱”扩种大豆，在黄淮海、西北、西南地区大力推广大豆玉米带状复合种植，在长江流域开发冬闲田扩种油菜，扩大油茶种植面积。保耕地。足额带位置逐级分解下达耕地保有量和永久基本农田保护目标任务，把耕地保护作为刚性指标实行严格考核、一票否决、终身追责，确保 18 亿亩耕地实至名归。严格落实耕地利用优先序，完成高标准农田建设阶段性任务，抓好黑土地保护，不断提升耕地质量，真正做到农田就是农田，而且必须是良田。

脱贫攻坚战取得全面胜利后，工作机制、政策举措、机构队伍等衔接有序推进，脱贫成果得到巩固拓展。当前，部分脱贫地区群众收入水平仍然较低，脱贫基础还比较脆弱，遇到自然灾害、疾病、意外事故等情况有可能返贫致贫。今年中央一号文件要求，坚决守住不发生规模性返贫底线，并作出一系列具体安排。

唐仁健强调，巩固拓展脱贫攻坚成果是乡村振兴的前提，要压紧压实责任，持续响鼓重槌地抓好，确保工作不留空档、政策不留空白。

他表示，要聚焦重点人群完善监测帮扶机制。各地要精准确定监测对象，将有返贫致贫风险和突发严重困难的农户纳入监测范围，进一步简化识别程序，及早落实社会救助、医疗保障等帮扶措施，早发现、早干预、早帮扶。

同时，促进脱贫人口持续稳定增收，更多依靠发展来积极巩固拓展脱贫攻坚成果。进一步提高衔接资金和涉农资金用于产业的比重，重点支持帮扶产业补上技术、设施、营销等短板，通过产业带动提高脱贫人口家庭经营性收入。通过加强东西部劳务协作、提升帮扶车间、优化公益岗位等多种方式，促进脱贫劳动力就业，确保脱贫劳动力就业规模稳定。

“要加大乡村振兴重点帮扶县帮扶力度，集中力量实施一批补短板促发展项目，选派科技特派团，实行产业技术顾问制度，有计划开展教育、医疗干部人才组团式帮扶。不断提升搬迁社区基础设施和公共服务质量，持续加大安置区产业培育力度，开展搬迁群众就业帮扶专项行动。”唐仁健说，聚焦重点地区强化帮扶措施，增强自我发展能力，让脱贫基础更加牢固、更可持续。

唐仁健表示，“三农”工作重心历史性转移后，新时代抓“三农”工作就是抓全面推进乡村振兴，要扎实有序推进各项重点工作，推动全面推进乡村振兴取得新进展、农业农村现代化迈出新步伐：

聚焦产业促进乡村发展。拓展农业多种功能、挖掘乡村多元价值，重点发展农产品加工业、乡村休闲旅游、农村电商三大产业；大力发展比较优势明显、带动农业农村能力强、就业容量大的县域富民产业，促进农民就地就近就业创业；加强农业面源污染综合

治理，深入推进农业投入品减量化、废弃物利用资源化，推进农业农村绿色发展。

扎实稳妥推进乡村建设。健全自下而上、村民自治、农民参与的实施机制，坚持数量服从质量、进度服从实效，求好不求快，不超越发展阶段搞大融资、大开发、大建设。聚焦普惠性、基础性、兜底性民生建设，接续实施农村人居环境整治提升五年行动，加强农村道路、供水、用电、网络、住房安全等重点领域基础设施建设，强化基本公共服务县域统筹。

——突出实效改进乡村治理。强化县级党委抓乡促村，健全乡镇党委统一指挥和统筹协调机制，发挥驻村第一书记和工作队抓党建促乡村振兴作用。创新农村精神文明建设工作方法，推广积分制等治理方式，推进农村婚俗改革试点和殡葬习俗改革，持续推进乡村移风易俗。

“统筹推进重点工作，归根结底要靠党的领导。”唐仁健说，要制定乡村振兴责任制实施办法，开展省级党政领导班子和领导干部推进乡村振兴战略实绩考核，完善市县党政领导班子和领导干部推进乡村振兴战略实绩考核制度，把五级书记抓乡村振兴落到实处。同时，要建立表彰奖励制度，形成全社会共同参与乡村振兴的良好氛围。

## **（二）国务院应对新型冠状病毒感染肺炎疫情联防联控机制关于切实做好货运物流保通保畅工作的通知**

为深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，统筹疫情防控和经济社会发展，全力保障货运物流特别是医疗防控物资、生活必需品、政府储备物资、邮政快递等民生物资和农业、能源、原材料等重要生产物资的运输畅通，切实维护人民群众正常生产生活秩序。

全力畅通交通运输通道。各地区和有关部门要迅速启动部省站三级调度、路警联动、区域协调的保通保畅工作机制，加强路网监测调度，及时解决路网阻断堵塞等问题，确保交通主干线畅通。严禁擅自阻断或关闭高速公路、普通公路、航道船闸。不得擅自关停高速公路服务区、港口码头、铁路车站和航空机场，或擅自停止国际航行船舶船员换班。

优化防疫通行管控措施。各地区要根据疫情防控需要，依法依规制定防疫通行管控措施，及时统一对外发布。因疫情需对地级城市市辖区、县域实施全域封闭管理的，防疫通行管控措施由地市级联防联控机制（领导小组、指挥部）批准并公布；地市级及以上城市实施全域封闭管理的，防疫通行管控措施由省级联防联控机制（领导小组、指挥部）批准并公布。省级联防联控机制（领导小组、指挥部）要及时汇总各地市防疫通行管控信息。

全力组织应急物资中转。疫情严重地区要依托周边物流园区（枢纽场站、快递园区）、高速公路服务区等，加快设立启用物资中转调运站、接驳点或分拨场地，并及时向社会公告；对

需跨省域设立的，相邻省份要给予支持。物资中转站点原则上应设立在较低风险区域，实行闭环管理，做到车辆严消毒、人员不接触、作业不交叉。

切实保障重点物资和邮政快递通行。涉疫地区（中高风险地区所在县级行政区域）所在省份的省级联防联控机制（领导小组、指挥部）应根据本地疫情防控形势和重点物资运输需求，建立健全重点物资运输车辆通行证制度，交通运输部要会同有关部门指导各地做到统一格式、全国互认；要畅通办理渠道，明确办理条件、程序、范围、渠道和时效，实行网上即接即办，确保办理便捷。要充分发挥区域统筹协调机制作用，加快推进京津冀、长三角、珠三角、东北三省、成渝等重点区域货运物流保通保畅协同联动。

加强从业人员服务保障。各地区要做好从业人员核酸检测服务，原则上防疫检查点都应就近配套设置充足的核酸检测点，在车流量较大的高速公路服务区加密设置核酸检测点。

着力纾困解难维护行业稳定。各地区、各部门要全面落实小规模纳税人免征增值税、实施留抵退税，以及缓缴养老、失业、工伤保险费等政策。引导金融机构创新符合交通运输业特点的动产质押类贷款产品，盘活车辆等资产，对信用等级较高、承担疫情防控和应急运输任务较多的运输企业、个体工商户加大融资支持力度。

精准落实疫情防控举措。各地区、各部门要督促指导各类交通运输企业，

以及物流园区、公路服务区、港口码头、铁路车站、航空机场等经营单位和从业人员，严格执行消毒消杀、佩戴口罩、核酸检测、接种疫苗、健康监测等疫情防控措施。

### （三）国务院关于印发“十四五”推进农业农村现代化规划的通知

“三农”工作是全面建设社会主义现代化国家的重中之重。为贯彻落实《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》，坚持农业农村优先发展，全面推进乡村振兴，加快农业农村现代化，编制本规划。

“十四五”时期是我国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标之后，乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的第一个五年，“三农”工作重心历史性转向全面推进乡村振兴，加快中国特色农业农村现代化进程。

“十三五”时期，以习近平同志为核心的党中央坚持把解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重，把脱贫攻坚作为全面建成小康社会的标志性工程，启动实施乡村振兴战略，加快推进现代农业建设，乡村振兴实现良好开局。

当前和今后一个时期，国内外环境发生深刻复杂变化，我国农业农村发展仍面临不少矛盾和挑战。农业基础依然薄弱。耕地质量退化面积较大，育种科技创新能力不足，抗风险能力

较弱。资源环境刚性约束趋紧，农业面源污染仍然突出。转变农业发展方式任务繁重，农村一二三产业融合发展水平不高，农业质量效益和竞争力不强。农村发展存在短板弱项。制约城乡要素双向流动和平等交换的障碍依然存在，人才服务乡村振兴保障机制仍不健全，防汛抗旱等防灾减灾体系还不完善，基础设施仍有明显薄弱环节，民生保障还存在不少弱项。促进农民持续增收面临较大压力。城乡居民收入差距仍然较大。种养业特别是粮食种植效益偏低，农民就业制约因素较多，农村人口老龄化加快，农村精神文化缺乏，支撑农民增收的传统动能逐渐减弱、新动能亟待培育。巩固拓展脱贫攻坚成果任务比较艰巨。脱贫地区产业发展基础仍然不强，内生动力和自我发展能力亟待提升。部分脱贫户脱贫基础还比较脆弱，防止返贫任务较重。

“十四五”时期，我国开启全面建设社会主义现代化国家新征程，为加快农业农村现代化带来难得机遇。政策导向更加鲜明。全面实施乡村振兴战略，农业支持保护持续加力，多元投入格局加快形成，更多资源要素向乡村集聚，将为推进农业农村现代化提供有力保障。市场驱动更加强劲。构建新发展格局，把扩大内需作为战略基点，国内超大规模市场优势不断显现，农村消费潜力不断激发，农业多种功能、乡村多元价值开发带动新消费需求，将为推进农业农村现代化拓展广

阔空间。科技支撑更加有力。新一轮科技革命和产业变革深入发展，生物技术、信息技术等加快向农业农村各领域渗透，乡村产业加快转型升级，数字乡村建设不断深入，将为推进农业农村现代化提供动力支撑。城乡融合更加深入。以工补农、以城带乡进一步强化，工农互促、城乡互补、协调发展、共同繁荣的新型工农城乡关系加快形成，城乡要素双向流动和平等交换机制逐步健全，将为推进农业农村现代化注入新的活力。

综合判断，“十四五”时期是加快农业农村现代化的重要战略机遇期，必须加强前瞻性思考、全局性谋划、战略性布局、整体性推进，以更高的站位、更大的力度、更实的举措，书写好中华民族伟大复兴的“三农”新篇章。

## 二、四川省（市）政策及解读

### （一）四川省商务厅关于印发《关于促进跨境电商零售进口健康快速发展的重点举措》的通知

为深入贯彻实施省委省政府“外贸进口年”行动，支持跨境电商零售进口加快发展，打造国际消费目的地，塑造国际竞争合作新优势。加强主体引培，形成企业积聚“新高地”。大力引培龙头企业。充分发挥链主企业的引领带动作用，精准招引各类头部企业，给予政策和要素赋能。引进国内外知名、市场占有率高的跨境电商平台，2022 年培育跨境电商零售进口额 10 亿元以上企业 1 家、5 亿元以上企业 2 家、1 亿元以上企业 10 家。

鼓励主体多元化发展。培育壮大品牌、模式、渠道优势的进口主体，支持本土企业通过自建平台、小程序、开设网上店铺等形式开展跨境电商零售进口。企业在川进口额达到一定规模的，根据进口额给予相应奖励和进口贴息政策。

引进国外新零售品牌和总部。充分发挥载体平台“集中资源办大事”优势，整合资源对接全球品牌、企业、产品，与国内外头部企业建立合作机制，大力引进瑜伽运动类、日韩时尚快消品、轻奢品类等国外零售消费品牌，推动来川设立总部，落地新零售首店、旗舰店，形成辐射西部的标杆消费效应。

支持平台创新，打造全球“新零售”中心。打造全球消费品进口展贸中心。依托成都国际商贸城，充分发挥保税监管仓进口通道作用，扩大燕窝、藏红花等优质贵细消费品进口，打造批零兼营、跨境电商等多业态融合场景，探索建立消费型进口平台，建立进口商品溯源体系，为海外产品进入中国提供“一站式”服务。

打造特色商品进口口岸。以医疗器械、医美、牙科、药妆等产品为切入点，全力争取跨境电商零售进口药品试点，打造药品（医美）等特色品类商品进口口岸。结合跨境电商零售进口清单扩围，依托四川现有冰雪资源品牌效应，将四川打造成冰雪用具进口口岸。

强化保税仓储引流功能。持续做

大青白江京东保税仓，引进抖音保税仓、菜鸟保税仓，通过以商招商带动产业链相关主体落地并给予政策激励。鼓励推广跨境电商零售进口退货中心仓模式，降低企业成本，提升消费者购物体验。在综合保税区内建设 C2M 中心，依托大数据预测消费趋势进行研发设计和加工，搭建内销电商平台开展跨境电商业务。

建设进口品牌网红直播基地。以“网红+直播+社交”为切入口，依托成都国际商贸城、战马网红学校、青白江国家馆设立跨境电商零售进口实训基地、直播基地。大力发展保税仓直播，培育一批有流量的直播账号，带动跨境电商流量增长。

推动模式创新，形成多场景的“新业态”。拓展销售渠道和模式。鼓励企业大力发展“前店后仓+快速配送”等模式，通过在人流密集、消费群体集中区域设置线下展示店拓展客源，全年支持打造 5 个跨境电商消费新场景。创新商文旅消费场景。支持新都尖峰滑雪场、融创雪世界、眉山乐高乐园等旅游景点设置海关监管场所，打造商文旅结合的跨境电商进口消费场景。创新品牌海外孵化。支持进口主体充分利用海外优势技术、资源、产能，创牌 OEM 委托加工后通过跨境电商零售进口，引导进口主体抱团出海资本化运作，代理、收购有核心竞争力的海外品牌，培育海外 OEM 品牌 100 个以上。

推动通道创新，形成畅联全球的“新网格”。挖掘班列回程潜力。梳理

中欧、中老班列沿线国家主要出口商品，开展精准进口招商。利用公铁联运扩大班列辐射圈。通过融资、战略合作等方式在沿线枢纽国家设立海外集货仓 10 个以上。拓展航空物流业务。发挥海外仓进出口双向通道作用。

推动服务创新，形成国际一流的“新生态”。创新金融赋能、实施“阳光清关”行动、开展消费促进活动、加速培养专业人才。

## （二）四川省第十二次带回期间中央广播总台集中报道四川交通运输工作

省第十二次党代会期间，中央广播电视总台《新闻联播》和特别节目《走进老区看新貌》集中报道四川革命老区交通运输工作成效。党的十八

大以来，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，老区精神在四川薪火相传，激励着广大干部群众在新时代建功立业，推动治蜀兴川再上新台阶。四川从革命老区实际出发，把推动“四好农村路”建设作为实施乡村振兴战略的重要任务。近年来，川陕革命老区新改建农村公路 6.7 万公里，完成投资 711 亿元，新增 6080 个建制村通硬化路，农村公路实现等级化。目前，四川革命老区交通条件发生了翻天覆地的变化，依托不断织密的农村公路网，县乡两级乡镇快递覆盖率达 100%，村级农村电商物流网点覆盖率超过 90%，老区农副产品销售流通更加顺畅。



## 第二部分：前沿动态

### 一、电商行业发展状况

#### （一）全国电商交易规模增速放缓

2011-2020 年，中国电商交易规模逐年增长，到 2020 年达到 37.2 万亿元。但从全国电商交易规模增速来看，2018 年以前保持在 10% 以上，2019-2020 年全国电商交易规模增速下降至 10% 以下。2021 年在疫情防控隔离政策的促进下，预计全国电商交易规模增速将有所回升，基于 2021 年全国跨境电商交易规模增速为 15%，初步以 10% 增速测算 2021 年全国电商交易总规模超过 40 万亿元，如图 1。

#### （二）全国跨境电商市场增长较快

按照交易区域市场分类，电商交

易可分为跨境电商交易和国内市场电商交易。2017-2021 年，全国跨境电商交易总额从 902 亿元增长至 1.98 万亿元，年均复合增速为 116%。

从全国跨境电商进出口交易额占全国电商交易总额的比重来看，从 2017 年的不足 1% 增长至 2021 年接近 5%，近年来国内的跨境电商市场发展较为强劲。

#### （三）全国电商行业投融资市场放缓

2014-2021 年，全国电商行业投融资事件数量呈现先上升后下降的变化态势，在 2015 年达到高峰的 185 起，随后电商投融资事件数量逐年下降。2021 年，全国电商行业投融资事件有 33 起，同比 2020 年下降 11%；2022 年 1-4 月，全国电商行业投融资事件累计有 10 起。



图 1 2011 年-2021 年中国电商交易规模变化

从投融资规模来看,2014-2021 年,全国电商行业投融资规模整体呈现波动变化的态势,其中在 2014 年突破 1400 亿元,创历史新高;2021 年,全国电商行业投融资规模下降至 264 亿元左右;2022 年 1-4 月,全国电商行业投融资规模约 12 亿元。整体来看,近几年全国电商行业投融资市场明显放缓

#### **(四) 2022 年 1 月份中国电商物流指数为 108.6 点**

中国物流与采购联合会和京东集团联合调查的 2022 年 1 月份中国电商物流运行指数为 108.6 点,比上月回落 0.2 个点。从 9 个分项指数看,总业务量指数、农村业务量指数、实载率指数有所上升。物流时效指数、库存周转指数、人员指数、成本指数、履约率指数和满意率指数有所回落。

1 月份随着春节临近,各大电商平台纷纷推出年货节活动,在传统电商平台和新锐直播电商平台的激烈竞争下,线上消费火热,电商物流需求迎来快速上涨,总业务量指数录得近 9 个月新高,农村业务量指数也实现止跌回升,并超过去年同期水平。但与此同时,因担心疫情阻断春节返乡进程,部分电商物流从业人员提前返乡,使得本月电商物流供给端表现不佳并导致总指数下降。分项来看,除实载率指数外,所有分项指数均有所下降。

电商物流总业务量指数为 127.6 点,相比上月回升 2.9 个点。分地区来看,所有地区环比上月均有所上升,东

北部、中部地区上升明显,分别回升 5.2 和 3.3 个点,均不低于全国平均水平。

农村电商物流业务量指数为 125.5 点,比上月回升 1.6 个点。分地区来看,所有地区环比上月均有所上升,东北部、中部地区上升明显,分别回升 5.5 和 1.9 个点,且高于全国平均水平。

物流时效指数为 95.2 点,比上月回落 3.5 个点。连续 3 个月低于 100 点,且该值是继 2020 年 3 月份之后的新低。

人员指数为 102.7 点,比上月回落 1.5 个点,连续三个月回落,该值同样录得 2020 年 3 月份之后的新低。

后期来看,2 月随着春节假期结束,供给端状况将有所改善,但电商物流需求按照往年惯例,将有所回调,总指数变化值得进一步关注。

#### **(五) 2022 年 2 月份中国电商物流指数为 108.9 点**

中国物流与采购联合会和京东集团联合调查的 2022 年 2 月份中国电商物流运行指数为 108.9 点,比上月回升 0.3 个点。从 9 个分项指数看,总业务量指数、履约率指数、物流时效指数、满意率指数、实载率指数有所上升,农村业务量指数、库存周转率指数、人员指数、成本指数有所回落。电商物流指数总体保持稳定。

与往年不同,今年 2 月份我国电商物流指数需求端表现好于往年,总业务量指数并未因春节假期而有所下降。由于北京冬奥会的成功举办,冰雪

运动受到了民众的广泛关注，在各大电商平台，与冰雪运动相关的商品及奥运会衍生商品如滑雪装备、防寒服、速干衣、冰刀鞋、奥运吉祥物“冰墩墩”等的销量快速增长，有效刺激了电商物流总需求的增长，电商物流总业务量指数上升 0.3 个点，超过去年同期 3 个点，带动总指数止跌回升。但 2 月份受春节假期影响，电商物流部分供给端分项指数表现不佳，人员指数、成本指数和库存周转指数有所下降，但物流时效指数回升明显。后期来看，3 月份电商物流需求有望继续保持上涨态势，供给端表现也将随着物流从业人员全面复工实现止跌回升，总指数将得到进一步提升。

电商物流总业务量指数为 127.9 点，相比上月提高 0.3 个点，连续两个月回升。分地区来看，东部、中部和西部地区环比上月均有所上升，西部地区上升 6.8 个点，东北部地区有所回落，西部和中部地区高于全国平均水平。

农村电商物流业务量指数为 124.3 点，比上月回落 1.2 个点。分地区来看，东部、中部和西部地区环比上月小幅上升，分别上升 0.5、0.9 和 0.4 个点，东北部地区有所回落，中部地区高于全国平均水平。

物流时效指数、履约率指数和满意率指数均实现止跌回升，但仍未超过 100 点，其中物流时效指数大幅回升 3.7 个点。

成本指数为 110.4 点，比上月回落 2 个点。回落幅度较大，已低于去年最低值 110.5 点。

库存指数和人员指数分别为 106.2 点和 101.5 点，均比上月回落 1.2 个点，连续四个月回落，但仍保持在 100 以上。

#### （六）2022 年 3 月份中国电商物流指数为 104 点

中国物流与采购联合会和京东集团联合调查的 2022 年 3 月中国电商物流指数为 104 点，比上月回落 4.9 个点。从 9 个分项指数看，除成本指数有所上升外，总业务量指数、履约率指数、物流时效指数、满意率指数、实载率指数、农村业务量指数、库存周转率指数、人员指数均有所回落。

本月，中国电商物流指数出现较大波动，比上月大幅回落 4.9 个点，创两年新低。疫情对电商物流供给端产生下拉影响。首先是道路运输，尤其是跨省运输受各地防控政策的限制较多，使得物流时效指数、履约率指数均大幅下降。其次是部分地区限制外部快递进入，电商物流供给能力难以发挥。需求端也表现不佳。3 月，电商物流总业务量及农村业务量均大幅回落，且包含上海等地的东部地区回落幅度最大。疫情防控对我国居民线上消费的影响值得重视。

电商物流总业务量指数为 118.2 点，比上月大幅回落 9.7 个点，创出两年以来的新低。分地区来看，东部地区回落幅度最大，达到 10.6 个点，同样

创出两年以来的新低，西部地区回落幅度最小，除东部地区外，其他地区均高于全国平均水平。

农村电商物流业务量指数为115.9点，比上月回落 8.4 个点。分地区来看，东部地区回落 9.7 个点，幅度最大，中部、西部和东北部地区分别回落 6.5、6.6 和 4.6 个点，且均高于全国平均水平。

库存周转率指数、物流时效指数和履约率指数分别回落 5、6.6 和 3 个点，均创出自 2020 年 3 月以来的新低。满意率指数大幅回落 5.6 个点，录得 92.8 点，该值为指数发布以来的最低值。

人员指数和实载率指数分别回落 2.7、6.3 个点，其中人员指数继 2020 年 3 月以来，再次回落到 100 点以下。成本指数大幅上升 5.5 个点，创出 2017 年以来的新高。

## 二、物流行业发展状况

### （一）2022 年 1 月份中国物流业景气指数为 51.1%

中国物流与采购联合会发布的 2022 年 1 月份中国物流业景气指数为 51.1%，较上月回落 1.5 个百分点；中国仓储指数为 48.3%，较上月下降 3.3 个百分点。

中国物流与采购联合会会长助理何辉认为：1 月份，受节日因素影响，物流业景气指数呈周期性波动，较上月有所回落，但指数水平仍继续保持在景气区间，实现平稳开局。从分项指数看，业务量指数、新订单指数、资金

周转率指数、设备利用率指数、物流服务价格指数、主营业务成本指数和业务活动预期指数位于景气区间。从行业看，铁路运输业和邮政快递业业务量和新订单指数有明显增加。

从区域看，东部地区物流活动更加活跃。从企业看，大型企业景气指数超过 55%，连续多月保持在 55%以上相对高位。

业务总量指数回落。1 月份，业务总量指数较上月回落 1.5 个百分点至 51.1%，但整体运行水平较为平稳。从业人员指数回落。1 月份，受春节期间从业人员返乡等因素影响，从业人员指数较上月回落 1.2 个百分点至 48.7%。

库存指数有所回落。1 月份，平均库存量指数回落 2.4 个百分点至 49.1%；库存周转次数指数回落 1.6 个百分点至 49.2%。两项库存指数双双呈现出周期性回落特征，后期有望出现恢复性增长。

从后期走势看，新订单指数和业务活动预期指数分别为 50.5%和 57.5%，均保持在景气水平，预示物流活动仍将保持平稳运行的态势。

### （二）2022 年 2 月份中国物流业景气指数为 51.2%

中国物流与采购联合会发布的 2022 年 2 月份中国物流业景气指数为 51.2%，较上月回升 0.1 个百分点；中国仓储指数为 51.3%，较上月回升 3 个百分点。



中国物流与采购联合会会长助理何辉认为：2 月份，受财政货币政策逐步落实和节日消费带动，物流业景气指数较上月略有回升。从行业看，铁路运输业、仓储业和邮政业业务量需求保持增长。从区域看，东部地区和中部地区物流活动保持活跃。从分项指数看，业务总量指数、新订单指数、资金周转率指数、设备利用率指数和业务活动预期指数位于景气区间。物流从业人员受节日因素影响虽略有减少，但回落幅度明显低于往年同期水平，为节日期间物流行业的运转正常提供基础保障。在政策促进效果仍将继续释放和消费需求不断增长的影响下，物流企业对未来业务活动预期继续向好，物流运行将企稳趋升。

业务总量指数回升。受政策促进和需求拉动，2 月份业务总量指数变化不降反升，淡季不淡，指数较上月回升 0.1 个百分点至 51.2%。

从业人员指数回落。2 月份，受春节因素影响，从业人员指数较上月回落 1.2 个百分点，但回落幅度相比往年有明显收窄，为物流行业提供必要的保障。

设备利用率指数回升。2 月份，设备利用率指数回升 0.1 个百分点至 50.5%，反映业务需求增长带动设备使用效率有所提升。

从后期走势看，新订单指数和业务活动预期指数分别为 50.2% 和 59.7%，均保持在景气水平，预示物流活动将企稳向好。

### （三）2022 年 3 月份中国物流业景气指数为 48.7%

中国物流与采购联合会发布的 2022 年 3 月份中国物流业景气指数为 48.7%，较上月回落 2.5 个百分点；中国仓储指数为 46.9%，较上月回落 4.4 个百分点。

中国物流与采购联合会会长助理何辉认为：3 月份，受多地疫情和地缘政治影响，物流业景气指数较上月有明显回落。疫情影响主要在三个方面，一是供需两端都受影响，从行业看，道路运输业、仓储业和快递快运业受影响较大，业务量回落幅度明显。从需求区域看，东中西部景气指数均位于收缩区间，其中东部和中部回落幅度较大。二是成本上升比较明显，主营业务成本指数达到 60% 以上高位，人员和燃料成本均在上升。三是疫情阶段性影响有限，国内生产和消费总量大、韧性足，正在积蓄能量，待疫情得到有效控制后，需求将会逐步回暖。

新订单指数回落。3 月份，因疫情因素影响，消费需求受到抑制。新订单指数为 49.4%，较上月回落 0.8 个百分点。

从业人员指数回落。3 月份，受多地疫情防控需要影响，物流从业人员指数为 48.5%，位于收缩区间，未实现春节后物流从业人员迅速回补，物流行业仍存在就业缺口。

主营业务成本指数回升。3 月份，主营业务成本指数为 60.4%，较上月回

升 4.6 个百分点。物流企业经营成本压力加大。

### 三、行业热词解读

#### （一）农产品电商：为乡村振兴“加把火”

近两年来线上消费进一步被激发，中国电商发展呈直线上涨趋势，农产品电商更是得到了迅速发展。

今年是乡村振兴全面展开的关键之年，也是中国农产品电商进入全面转型升级的重要一年。作为县域经济发展的新引擎，目前农产品电商发展迎来了新机遇，“数字化”“绿色”“可持续”成为其创新发展的关键词，但同时农产品电商也面临着需加速转型等挑战。

在近日举办的 2022 中国农产品电商高层研讨会上，来自行业主管部门、县域电商管理部门及产业企业的各界人士围绕疫情防控常态化背景下农产品电商的发展新路径展开了深入探讨。

“数字化转型与创新是 2021 年农产品电商发展的新热点。目前农产品电商新模式层出不穷，国企、县域电商、互联网平台都在持续发力模式创新。”中国食品（农产品）安全电商研究院院长洪涛在会上发布了《2022 中国农产品电商发展报告》，回顾总结了 2021 年中国农产品电商的发展特点、主要问题、发展趋势和对策建议。

赋能乡村振兴。

当前，农产品电商呈高速发展态势，根据商务部此前发布的数据，2021 年中国农产品网络零售额为 4221 亿元。

农村网络零售额为 20500 亿元同比增长 14.23%，连续 6 年稳步增长

报告指出，2021 年农产品电商发展一方面得益于政策利好，农村电商示范力度加大；另一方面，农产品电商进入“严监管”期，社区团购从快速发展到深耕行业，各平台开始朝着农产品上行、供应链优化、冷链物流和仓储建设、农村网点建设等方向积极发力，且农产品电商上市成为热点。

去年 10 月，商务部等三部门联合发布《“十四五”电子商务发展规划》，首次建立电子商务发展主要指标体系，确定三个规模发展指标和三个分领域发展指标，为中国农产品电子商务指明了发展方向。

目前，农产品电商已成为不少地区县域经济发展的新引擎。数据显示，2021 年，中国新建或改造县级综合商贸服务中心 834 个、乡镇商贸中心 1858 个、村级便民商店 3.69 万个。农村网商、网店超过 1632 万家。截至 2021 年 9 月，淘宝村达 7023 个，淘宝镇达 1598 个。2021 年上半年，农村地区快递收投量超 200 亿件，每天有超 1 亿件包裹在农村进出。2021 年中国农产品物流额首次达到 5 万亿元。

“电商服务网点在全国大量建立，农产品商贸流通渠道得到畅通，将为农业农村现代化和乡村振兴贡献力量。”农业农村部市场与信息化司处长张天翊在会上表示，电子商务进农村示范等项目已收尾，政府部门应继续推进农产品电商发展，增强乡村振兴

促进作用，有必要明确农村电商在乡村振兴战略中的重要作用，树立“抓电商就是抓产业、抓发展”的思维，把农村电商作为乡村大产业来培育，加大政策支持和引导力度，健康有序发展各类电商新模式，充分发挥电商渗透融合作用，助力乡村全面振兴。

数字化与创新模式成新特点。

当前，乡村振兴以“数字化”为抓手加快实现，农产品电商的发展也在由“数字农业”向“数字农产品”转型。多样的创新型模式正在农产品电商领域遍地开花。

报告显示，网库集团的“百家优品中国行”、国家城乡供应链创新应用示范企业的各类实践、平阳县域电商的数字化转型、一亩田的“灯塔行动”、惠农网数字农产品品牌模式、数字农产品“电商+保险”（如供销e家、棉花交易市场、832平台），过去一年，各类互联网平台旗下的社区团购、网络直播、“品牌+”等新模式不断迭代。

报告建议，未来县域电商服务中心顺应数字化趋势，转型为“数字乡村振兴的数字服务中心”，为数字乡村振兴提供各种各样的数字化的赋能服务。

洪涛进一步说道，中国脱贫攻坚任务完成以后，各地县域电子商务服务中心应积极探索供应链的“数字控制塔”建设，通过整合系统和协调各种功能的发挥来解决当前农产品“一时多、一时少”的问题，真正使农民的种植、养殖、加工以市场化需求为导向，以数字化赋能现代农业农村发展。同

时，在数字供应链基础上创新数字供应链金融模式，也是中国农产品电子商务高质量发展必须探索的一个发展路径。

中物联大宗商品市场流通分会副会长周旭在会上表示，农产品电商数字化转型需要搭建数字化的基础设施，如数字化平台、数字化仓储园区、数字化生产制造。同时，发展流通的新业态、新技术、新模式，延伸管理服务，培育壮大一批现代流通企业，还需要政府数字化的规范和监管，只有这样才能使农产品电商实现高质量、可持续发展。

## （二）电商“引擎”助力新区乡村振兴

为进一步发挥电子商务助推乡村振兴重要作用，促进区域农产品与电商深度融合，6月9日，由成都市商务局主办，成都东部新区管理委员会协办，成都市电子商务企业协会承办的“2022 成都市电商助农系列活动--东部新区农村电商发展交流暨资源对接会”活动在成都东部新区西部金融创新中心举行。

本次活动以“挖掘区域品牌能力 电商赋能乡村振兴”为主题，组织电商平台、企业及营销推广、代运营等成都市优质电商专业服务企业走进东部新区，对东部新区区域品牌电商发展的基础条件进行诊断，给予电商发展渠道建议，并与本地农户、企业展开资源对接，助力区域农产品电商上行。

近年来，成都始终贯彻新发展理念，深耕农村电子商务，服务脱贫攻坚和乡村振兴，实现了农村电商新发展和新跨越。2021 年成都市农村网络零售额实现 928.9 亿元，同比增长 33.7%；农产品网络零售额 226.2 亿元，同比增长 37.14%。2022 年 1-5 月，成都实现农村网络零售额共实现 387.7 亿元，农产品网络零售额 113.7 亿元，同比增长 26%，农村电商成为全市电子商务产业增长的重要拉动力。

成都东部新区相关负责同志就东部新区营商环境和特色农产品进行了现场推介，东部新区已有农产品注册商标 12 个，“三品一标”认证产品 20 个。2022 年东部新区将着力构建“433”都市现代农业发展体系，全力推进海底捞总部园区等 8 大产业园区建设……东部新区农村电商发展潜力强劲。

在企业分享环节，嘉宾们围绕农业农村数字化建设、农产品品牌化建设、农产品电商化运营、新模式新业态等方面，结合东部新区当前发展情况进行分析探讨。京东物流西南公司、蒲江县电商新业态基地、成都盒马鲜生公司、成都技转创新连线科技集团进行了主题分享。

为贯彻成都市委、市政府关于实施乡村振兴战略的部署，推进成都数

字乡村建设，促进农产品新零售发展，本次活动中，成都东部新区管理委员会和成都盒马鲜生网络科技有限公司就助力本地农产品数字化升级正式签订合作框架协议。

盒马将帮助并支持东部新区优质农产品市场营销和区域农产品品牌经营，通过建立订单农业、“盒马村”等方式优化相关农产品供应链体系；助力推广提升农产品销售模式及供应链体系，促进成都东部新区农产品市场竞争力和农产品品牌声誉提升；推进包括绿色食品、有机农产品在内的优质农产品开发，并协助推进成都东部新区数字乡村建设。

在现场产品展示区域集中亮相的优质农产品，大部分来源于成都东部新区应急管理局牵头打造的区域公用品牌“东山农场”，“东山农场”实现新区拓展乡村振兴全产业链（种养加、运储卖及“一三农旅”融合）经营服务领域，形成创新区域公用品牌 IP 发展机制，通过有效整合新区“多而散、小而弱”的农业品牌资源，快速提升新区优质农产品的知名度、竞争力和附加值，壮大一批有地域特色的主导产业，从而不断激发乡村振兴的内生动力。



## 第三部分：中心工作

### 一、课题管理

#### （一）研究中心召开 2021 专题研讨会暨结题评审会

2022 年 1 月 5 日上午，四川省电子商务与现代物流研究中心于成都信息工程大学（航空港校区）成功召开了成渝地区双城经济圈电子商务与物流供应链高质量协同发展研讨会暨中心结题评审会，如图 1。会议邀请到了 5 位校外专家，分别是四川省社科联规划办主任黄兵、成都市电子商务协会秘书长徐震、成都市供应链协会秘书长王智超、西南交通大学刘盾教授和电子科技大学梁德翠教授。研究中心主任施莉教授、研究中心副主任彭岚教授、成都信息工程大学物流学院副院长刘成华副教授，以及研究中心的青年博士研究员共同参加了本次会议。

会议由施莉主持。施莉主任代表研究中心向 5 位专家的到来表示热烈的欢迎和衷心的感谢；随后，黄兵主任分享了社科选题的发展方向和项目评审经验；王智超秘书长分析了成都市供应链产业发展的最新趋势，介绍了优秀企业的供应链实践；徐震秘书长分析了电子商务发展的前沿问题，介绍了四川省以及成都市数字经济的发展；刘盾教授就电子商务和物流供应链产业如何开展前沿科学研究交流了自己的经验；梁德翠教授从课题申报和产学研融合两个方面总结经验，认

为电子商务与物流供应链产业的研究要与企业实践紧密结合。之后，校内外专家围绕会议主题开展了深入的

交流与讨论，共同探讨 2022 年研究中心的重点研究方向。

最后，彭岚副主任介绍了 2021 年研究中心项目结题申报情况，请专家对 3 个重点项目、7 个一般项目、6 个自筹经费项目进行了评审。通过单独评审、汇总讨论，评审专家一致认为 16 个项目达到了结项要求，准予结题。

#### （二）研究中心发布 2022 年课题申报通知

受四川省社科联、四川省教育厅委托，经四川省电子商务与现代物流研究中心学术委员会审核同意，我中心 3 月 15 起向全省发布并开始受理 2022 年度公开课题申报。

四川省电子商务与现代物流研究中心 2022 年度课题立项的指导思想是：围绕深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想、党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，结合四川省经济社会发展需求，以四川省电子商务、现代物流、供应链等发展过程中面临的重大理论和现实问题为导向，深入开展课题研究，充分发挥重点社科研究基地服务地方经济建设的智库作用。

项目分为重点项目、一般项目、自筹项目三个类别，申报重点项目的负责人须具有高级职称或博士学位，一般项目的负责人须具有中级以上职称或者硕士学位，申报自筹项目的负责

人不做职称或学历限制。重点项目要求在 2-3 年完成，一般和自筹项目要求在 1-2 年完成。主持本中心、省教育厅和省级人文社科重点研究基地课题尚未结题的负责人不能申报本年度课题。

重点项目结题至少需要满足以下条件之一：在 CSSCI 期刊发表学术论文 1 篇；3 万字以上的研究报告以及政策建言报告 1 份；公开出版 10 万字以上的专著 1 部。

一般项目结题至少需要满足下列条件之一：在北大核心以上期刊发表学术论文 1 篇；1.5 万字以上的研究报告以及政策建言报告 1 份。

自筹项目结题至少需要满足下列条件之一：发表学术论文 1 篇；1 万字

以上的研究报告以及政策建言报告 1 份。

下列情况之一者可免于结项：研究成果被国家社科规划办《成果要报》、教育部《专家建议》、省规划办《重要成果专报》采纳或省委省政府领导肯定性批示。

所有公开发表成果、专著须在显著位置标注“四川省社会科学重点研究基地四川省电子商务与现代物流研究中心”；论文须注明“本研究得到四川省社会科学重点研究基地四川省电子商务与现代物流研究中心课题（名称+编号）资助”。结题时需向中心提交成果复印件。



图 1 成渝地区双城经济圈电子商务与物流供应链高质量协同发展研讨会