

中国商贸物流 运行报告

2016 年

商务部流通发展司

中国物流信息中心

目 录

前 言.....	1
第一部分 商贸物流运行总体平稳.....	3
一、社会物流总需求稳中有进.....	3
二、消费领域物流需求高速增长.....	4
三、生产资料商贸物流企稳.....	6
四、进出口物流需求逐季回稳.....	6
第二部分 商贸物流运行成本有所下降.....	8
一、社会物流总费用低速增长.....	8
二、社会物流总费用与 GDP 比率进一步回落.....	9
三、商贸行业物流费用率稳中趋降.....	10
四、经济结构的持续优化.....	11
五、“去库存”成效明显.....	12
六、政策红利助力降本增效.....	13
七、标准化提升物流运作效率.....	14
第三部分 重点物流企业经营有所好转.....	16
一、重点物流企业业务收入降幅收窄.....	16
二、重点物流企业效益恢复性增长.....	17

第四部分 商贸物流重点领域运行情况.....	18
一、电商物流继续快速增长.....	18
(一) 规模增速达 50%以上.....	19
(二) 全年无淡季 旺季更旺.....	19
(三) 运作效率有效提升.....	20
(四) 农村物流增长迅猛.....	21
二、冷链物流实现稳步发展.....	23
(一) 市场需求持续扩张.....	23
(二) 冷链水平整体提升.....	25
(三) 政策环境持续利好.....	25
(四) 坚持标准示范引领.....	26
三、汽车物流市场转型优化.....	27
(一) 市场规模持续扩大.....	27
(二) 借力资本拓展市场.....	28
(三) 新政促进深度变革.....	29
四、连锁零售向全渠道转型.....	29
(一) 连锁配送更趋多元.....	29
(二) 实体零售缓中趋稳.....	30
(三) 全渠道经营势在必行.....	31
五、国际物流积极发展.....	32
(一) 跨境电商高速增长.....	32
(二) 一带一路势头良好.....	33
六、餐饮物流需求扩张.....	34

前 言

2016年，我国商贸物流继续保持增长态势。物流需求平稳增长，与民生相关的电商物流、冷链物流、汽车物流和跨境电商发展态势良好，大宗能源原材料领域商贸物流需求继续低迷，物流需求结构继续优化。

在需求增长的同时，商贸物流成本水平进一步下降。物流成本水平的下降，一方面是发展阶段的必然结果，从发达国家的历史进程看，随着经济结构的转变，服务业比重的上升，经济发展所需的物流实物量增长适当回落，物流成本水平随之回落，而当前是我国由“规模扩张型”向“质量效益型”转变的关键时期，随着产业之间、地区之间的发展更趋于协调，社会物流成本水平也进入到稳中有降阶段。另一方面，从发展模式来看，我国物流发展正在由“实物配送”向“一体化物流”转型，物流一体化、精细化管理、供应链协同逐渐发展完善，极大地提高了物流的运作效率，突出表现在商贸企业的物流费用率呈现下降趋势，显示出商贸物流效率有所提高。

2016年，我国商贸物流重点领域快速发展，以电商物流、

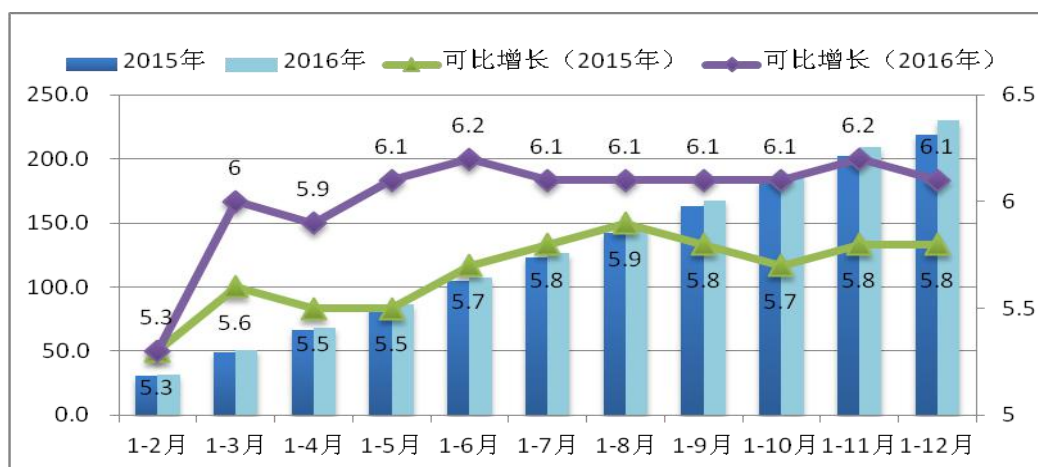
冷链物流为代表的新兴经济有力地支撑了民生发展和物流需求的增长，也有力地促进了宏观经济的提质增效。从重点行业来看：一是电商物流增速上持续高位，发展格局上东中西部良性互动，发展动力上农村电商领跑全国，需求上内外联动跨境电商持续繁荣，整体运作效率得到有效提升。二是冷链物流实现稳步发展。经过多年的持续努力，冷链物流基础设施正逐步完善，冷链供给能力和服务水平大为提升，需要大力推动冷链标准化建设，提高冷链有效供给水平。三是超限治理将进一步完善市场环境，倒逼汽车物流市场优化升级，随着市场竞争的加剧，公路和铁路物流模式齐头并进，汽车多式联运渐成趋势。四是连锁零售向全渠道转型升级，面对互联网催生的新业态、新模式，传统连锁零售企业主动拥抱互联网，推进线上线下融合发展，提升全渠道销售能力，实现资源共享和优势互补，努力提高服务质量和竞争能力。五是跨界电商和一带一路物流态势良好。六是餐饮物流需求继续扩张。

第一部分 商贸物流运行总体平稳

一、社会物流总需求稳中有进

2016年，全国社会物流总额229.7万亿元，可比增长6.1%，增速比上年提高0.3个百分点。分季度看，一季度、上半年和前三季度分别可比增长6%、6.2%和6.1%，比上年同期分别提高0.4、0.5和0.3个百分点，数据显示我国社会物流总需求保持了稳中有升、稳中有进的良好势头。需求结构也出现了积极变化，居民消费领域物流需求持续旺盛，工业物流中高技术、高端制造物流需求较快增长、大宗商品物流需求较为低迷，反映出经济结构持续优化、新旧动能正在加快转换的阶段特征。

图表 1 全国社会物流总额及可比增速（万亿元；%）

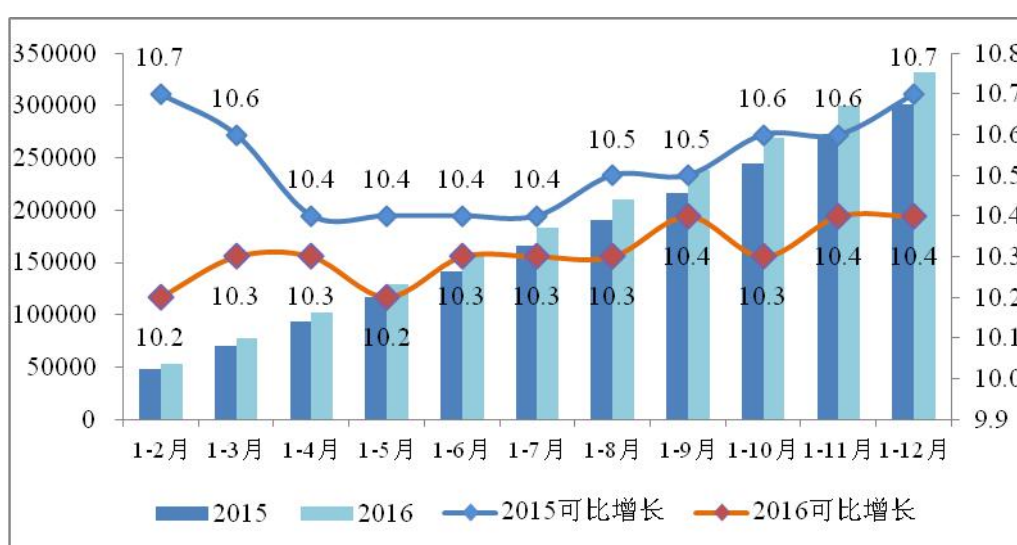


数据来源：中国物流信息中心

二、消费领域物流需求高速增长

2016年，全国社会消费品零售总额33万亿元，同比增长10.4%，增速同比回落0.3个百分点。分季度来看，上半年各月波动回升，一季度和上半年均增长10.3%，下半年趋稳回升，前三季度和全年均增长10.4%，整体呈现平稳较快增长态势。

图表 2 社会消费品零售总额及可比增速（亿元；%）

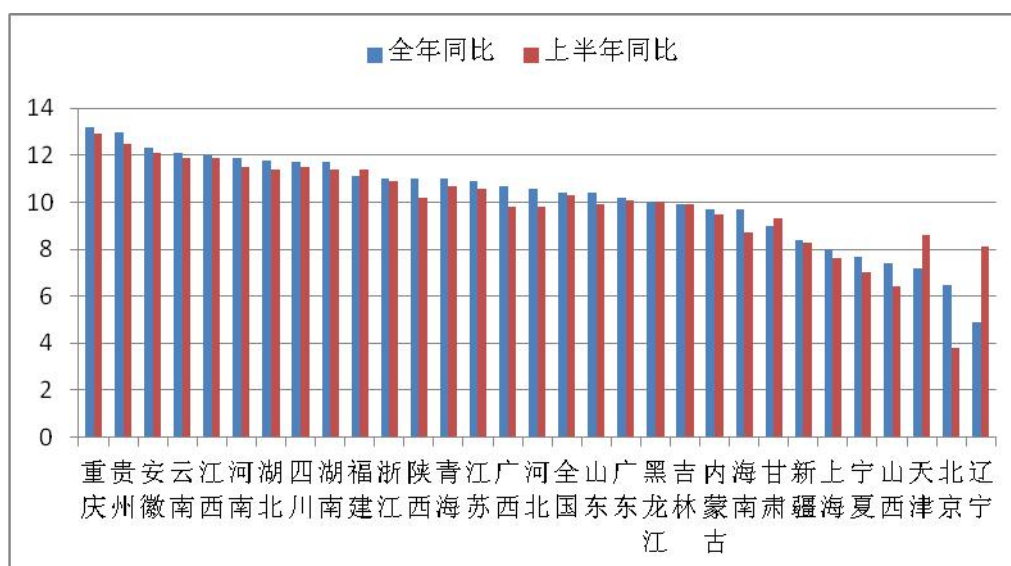


数据来源：国家统计局

从各地区来看，中西部地区社会消费品零售总额增速快于东部地区。2016年16个省区市社会消费品零售总额增速高于全国，来自中部和西部的有重庆、贵州、安徽、云南、江西、河南、湖北、湖南、四川、青海、陕西、广西等12个地区，其中重庆、贵州分别增长13.2%和13%，高出全国2.8和2.6个百分点，安徽、云南、江西、河南、湖北、四川、湖南等省高出全国1个百分点以上，保持了平稳快速增长。东部也有福建、浙江、江苏、河北等省高于全国水平。东北

地区中，黑龙江和吉林分别增长 10%和 9.9%，辽宁增长 4.9%。

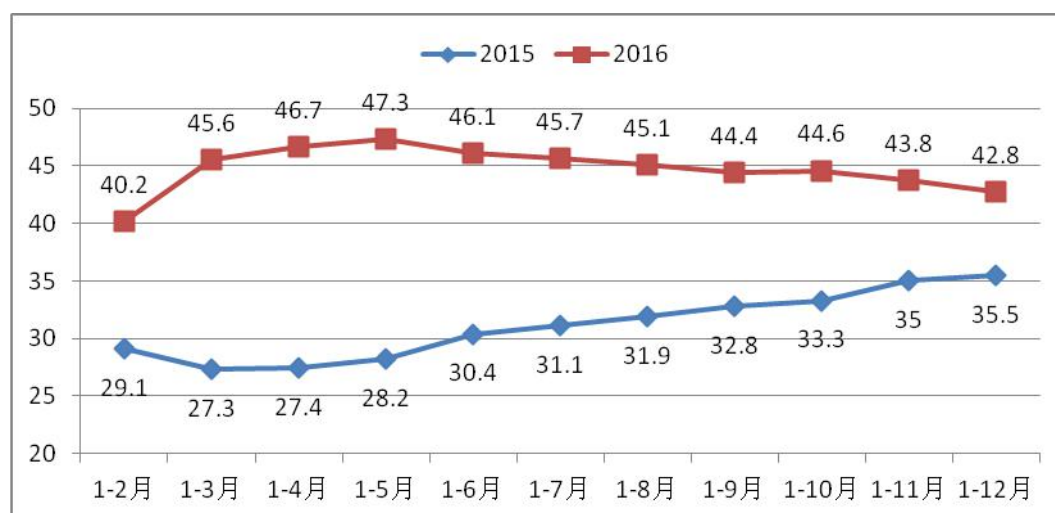
图表 3 2016 年各省社会消费品零售总额增长 (%)



数据来源：各省、自治区、直辖市

消费对物流需求的拉动效应进一步显现，2016 年全国单位与居民物品物流总额达到 7399 亿元，按可比价格计算，同比增长 44.4%，增速比去年同期提高 7.3 个百分点。其中，一季度增长 45.6%，上半年增长 46.1%，前三季度增长 44.4%，各季度保持在 45%左右的较高增速。

图表 4 2015-2016 年全国单位与居民物品物流总额增长 (%)

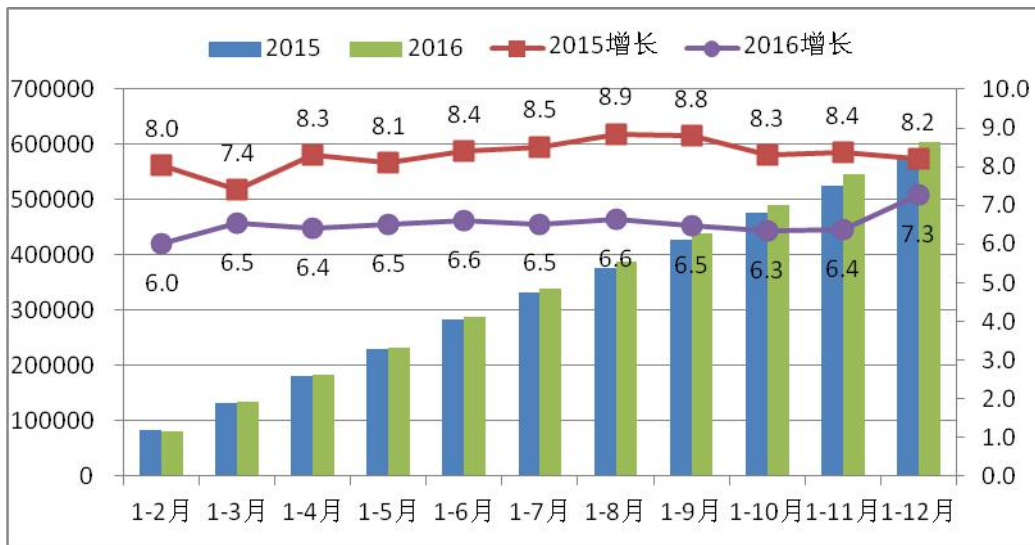


数据来源：中国物流信息中心

三、生产资料商贸物流企稳

根据中国物流信息中心统计，2016 年全社会生产资料销售总额达到 60.4 万亿元，按可比价格计算，比上年增长 7.3%，增速比去年同期回落 0.9 个百分点。随着国家去产能、去库存的深入推进，三季度以来生产资料市场呈现出回升趋势，不仅需求有所回升，供给质量和供需对接也明显改善，市场价格止跌回稳，分季度看，一季度增长 6.5%，上半年增长 6.6%，前三季度增长 6.5%，2016 年全年生产资料市场整体上趋缓趋稳。

图表 5 生产资料销售总额及可比增速（亿元；%）



数据来源：中国物流信息中心

四、进出口物流需求逐季回稳

据海关统计，2016 年我国进出口总值为 24.3 万亿元，同比下降 0.9%。其中，出口 13.8 万亿元，下降 2%；进口 10.5 万亿元，同比增长 0.6%。从全年走势看，进出口贸易呈现前低后高，逐季回稳的向好态势，其中，第一季度，进出口、

出口和进口值分别下降 8.2%、7.9%和 8.6%；第二季度，进出口、出口、进口值分别下降 1.1%、0.8%和 1.5%；第三季度，进出口和进口值分别增长 0.8%和 2.3%，出口值下降 0.3%；第四季度，进出口、出口、进口值分别增长 3.8%、0.3%和 8.7%，进口、出口均实现由负转正。

出口方面，机电产品、传统劳动密集型产品依然为出口主力。2016 年，我国机电产品出口 8 万亿元，占我国出口总值的 57.7%。其中，医疗仪器及器械出口增长 6.1%，蓄电池出口增长 4%。同期，传统劳动密集型产品合计出口 2.9 万亿元，下降 1.7%，占出口总值的 20.8%。

进口方面，大宗商品及高新技术产品进口物流量均有不同程度增长。其中，进口铁矿石 10.2 亿吨，增长 7.5%；钢材 1321 万吨，增长 3.4%；涡轮喷气发动机进口增长 26.8%，计量检测分析自控仪器及器具增长 10.7%。据中国物流信息中心统计，2016 年我国进口物品物流总额达到 10.5 万亿元，同比增长 7.1%，增速比上年提高 6.9 个百分点，其中一季度增长 6.3%，上半年增长 7.6%，前三季度增长 7.1%，全年增速呈现前低后高、逐季回稳的向好态势。

第二部分 商贸物流运行成本有所下降

一、社会物流总费用低速增长

社会物流总费用是宏观上的总量指标，是指报告期内国民经济各方面用于社会物流活动的各项费用支出的总和，只要经济活动存在，社会物流总费用总会随之保持适度增长。2016年，我国社会物流总费用为11.1万亿元，同比增长2.9%，增速比上年提高0.1个百分点，增长速度与过去几年相比明显放缓。

三大费用中，反映运输环节的费用为6万亿元，增长3.3%，增速比上年提高0.2个百分点。其中，铁路运输费用下降2.8%，道路运输费用增长4%，水路运输费用增长2.4%，航空运输费用增长6.7%，装卸搬运费用增长3.7%。保管环节的费用为3.7万亿元，增长1.3%，增速比上年同期回落0.3个百分点。其中，资金占用成本，也称为利息费用达到1.5万亿元，下降2.7%，仓储费用增长5%，流通加工费用增长5.8%。管理费用1.4万亿元，增长5.6%，增速比上年同期提高0.6个百分点。

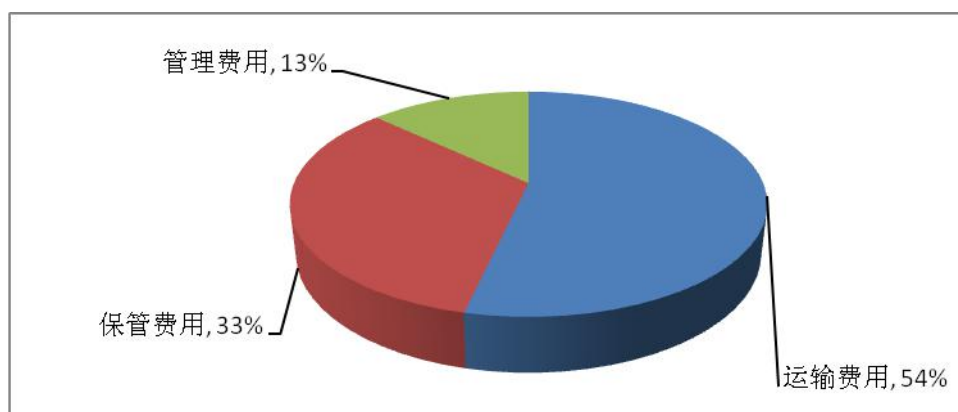
从比重来看，运输费用占 53.6%，比上年同期回落 0.1 个百分点；保管费用占 33.3%，比上年同期回落 0.4 个百分点；管理费用占 13.1%，比上年同期上升 0.5 个百分点。

图表 6 2016 年社会物流总费用及增长变化情况（万亿元；%）



数据来源：中国物流信息中心

图表 7 2016 年社会物流总费用三项比重



数据来源：中国物流信息中心

二、社会物流总费用与 GDP 比率进一步回落

2016 年，我国社会物流总费用与 GDP 的比率为 14.9%，比上年下降 1.1 个百分点，表明 2016 年每万元 GDP 所消耗需要的社会物流总费用为 1490 元，比上年下降 6.9%。社会物流总费用与 GDP 的比率连续四年持续下降，这表明我国商贸物流成本水平进入到加速回落期，与我国经济结构优

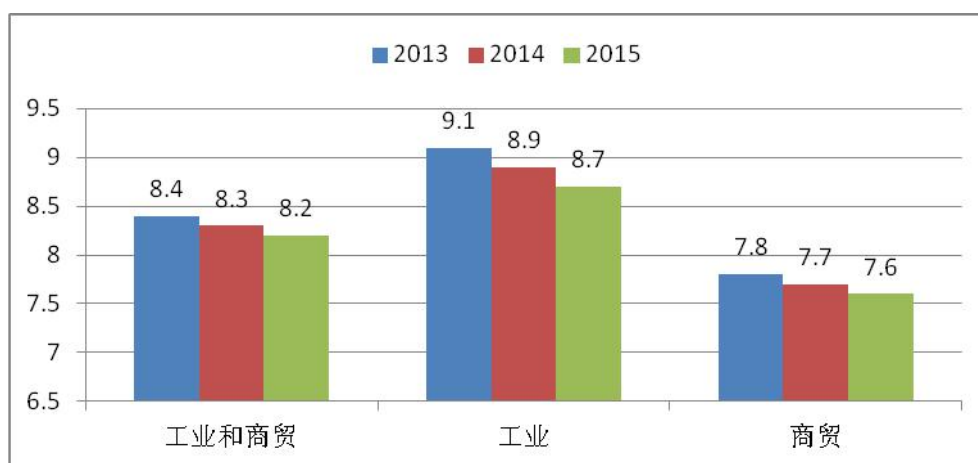
化、运行效率提升和物流的高效运作密切相关。

三、商贸行业物流费用率稳中趋降

近年来，我国批发和零售企业的物流费用率一直低于工业企业的物流费用率，且呈现下降走势。（物流费用率=企业物流成本/销售额×100%，即物流成本占销售额的比重）

中国物流信息中心重点企业物流统计调查资料显示，2015年我国工业、批发和零售业企业物流费用率为8.2%，比上年下降0.1个百分点。其中，批发和零售业企业物流费用率为7.6%，比上年下降0.1个百分点，比工业企业物流费用率低1.1个百分点；比2008年下降0.7个百分点，显示出商贸行业物流运行效率不断提升。

图表 8 工业、批发和零售业企业物流成本费用率（%）



数据来源：中国物流信息中心，2016年重点物流企业成本调查

分行业看，2015年批发业物流费用率低于零售业物流费用率。与上年比较来看，批发业物流费用率同比持平，零售业物流费用率水平有所下降。2015年批发业物流费用率为7.5%，与上年持平。零售业物流费用率为7.8%，比上年下降

0.3 个百分点。

批发业中，食品饮料烟草制品批发、文化体育用品器材批发、医药医疗器材批发三个行业的物流费用率较高，分别为 10.4%、10.3%和 9.9%，而农林牧产品批发、机械五金电子产品批发两个行业的物流费用率较低，分别为 7.2%和 6.3%。

在零售业中，食品饮料烟草制品零售等分行业的物流费用率较高，为 17%，而医药零售、综合零售和家电零售的物流费用率较低，分别为 12.3%、13.0%和 1.8%。

图表 9 重点商贸行业物流费用率比较 (%)

	2015	2014	+-%
商贸行业	7.6	7.7	-0.1
一、批发业	7.5	7.5	0
农、林、牧产品批发	7.2	6.9	0.3
食品、饮料及烟草制品批发	10.4	10.4	0
纺织、服装及日用品批发	6.2	7.3	-1.1
文化、体育用品及器材批发	10.3	10.5	-0.2
医药及医疗器材批发	9.9	9.9	0
矿产品、建材及化工产品批发	7.5	7.6	-0.1
机械设备、五金交电及电子产品批发	6.3	6.2	0.1
二、零售业	7.8	9.1	-1.3
综合零售	13.0	13.0	0
食品、饮料及烟草制品专门零售	17.0	17.3	-0.3
纺织、服装及日用品专门零售	-	22.0	-
医药及医疗器材专门零售	12.3	12.2	0.1
家用电器及电子产品专门零售	1.8	2.03	-0.23

数据来源：中国物流信息中心，2016 年重点物流企业成本调查

四、经济结构的持续优化

经济发展方式转变是我国单位物流成本下降的重要因

素。第一、二产业主要是农副产品、工业制成品、原材料等产业，第三产业的发展以数字、金融等服务业和高科技产业为主，产业特点决定了第二产业产品产出的运输和仓储需求要高于第三产业。因此，当一个地区一、二产业占有主导地位时，单位 GDP 对应的货运、周转、仓储等物流量较大，三产占比上升时，单位 GDP 产生的物流量则会相应降低。

近年来，我国经济结构不断调整优化，服务业对国民经济增长的贡献进一步提高，已成为国民经济的第一大产业。2016 年我国服务业增加值同比增长 7.8%，占 GDP 比重已上升为 51.6%，比上年提高 1.4 个百分点，比第二产业高出 11.8 个百分点。根据历史数据测算，服务业增加值占 GDP 的比重每上升 1%，社会物流总费用与 GDP 的比率下降约 0.5%。2016 年产业结构优化影响这一比率比上年下降约 0.7 个百分点左右，相当于减少物流成本消耗约 5000 亿元。

五、“去库存”成效明显

随着宏观经济供给侧结构性改革的持续推进，落实“三去一降一补”重大任务的措施相继出台，经济运行的质量和效率明显提高，社会物流总成本水平有所下降，其中“去库存”成效显现，据初步统计保管环节成本可节省 1400 亿元。

“去库存”，表现在库存水平的下降，对应的是物流保管环节的仓储费用和资金占用费用的减少。一是库存水平有所降低。2016 年末，规模以上工业企业产成品存货增速比上

年回落 0.1 个百分点；产成品存货周转天数为 13.8 天，比上年减少 0.4 天。二是产成品库存率有所下降，2016 年产成品存货率为 3.45%左右，比上年下降 0.06%。随着库存水平总体回落，相关的仓储等成本增速有所回落，物流资金占用成本随之明显下降。

2016 年，保管费用中的仓储费用增速比上年下降 0.3 个百分点，推算可减少仓储成本约 400 亿元；在仓储成本回落的同时，相关的资金占用成本持续下降，资金占用费用比上年下降 2.7%，降幅进一步扩大 0.3 个百分点，推算可减少物流资金占用成本约 1000 亿元。

六、政策红利助力降本增效

2016 年下半年，国务院和相关部门相继出台了一系列降低实体经济成本，促进物流业降本增效、交通物流融合发展和推动商贸物流标准化的重要举措，从制度性层面有力的降低了社会物流运行的交易成本。

6 月份，国办转发国家发展改革委《营造良好市场环境推动交通物流融合发展实施方案》，要求建设资源共享的交通物流平台，打通衔接一体化的全链条交通物流体系，创建协调联动的交通物流新模式，提出进一步完善市场准入制度，完善无车承运人管理制度，加大公路治超力度等具体措施。

8 月份，国务院印发《降低实体经济企业成本工作方案》，

对开展降低实体经济企业成本工作作出全面部署，明确提出降低物流成本。各地区积极行动，江苏省规范港口、机场、铁路经营服务性收费，重庆市对本地管辖的行政事业性收费进行全面清理简化整合，放开经营性项目的市场准入，强化监督检查落实，提高企业办事便利性和时效性。交通运输部出台《关于推进供给侧结构性改革促进物流业“降本增效”的若干意见》，以提升运输链综合效率为着力点，提出进一步推广多式联运，铁路货运集装箱运输比例达 15%左右，重点港口集装箱铁水联运比例年均增长 10%左右等目标。与此同时，交通运输部加快公路甩挂运输、无车承运人等快速发展，全国公路共取消政府还贷二级路收费站 49 个、收费里程 6119 公里，落实“绿色通道”和重大节假日免费通行等政策，累计减免通行费约 500 亿元。

9 月份，国办转发国家发展改革委《物流业降本增效专项行动方案（2016—2018 年）》，提出优化行业行政审批和事项办理流程，优化货运车辆通行管控，优化货物通关便利化，提高通关效率等简政放权新举措，提出企业汇总纳税、规范收费行为等一系列降税清费新措施。

七、标准化提升物流运作效率

商务部加强商贸物流顶层设计，持续推进商贸物流标准化工作。近三年，商务部会同财政部、国家标准委开展了商贸物流标准化专项行动，以标准托盘及其循环共用为切入

点，研究建立以标准托盘应用为核心的商贸物流标准体系，推广包括标准托盘、物流包装等标准物流设施设备的应用，切实提高了上下游物流设施设备和服务标准化水平，2016年9月份商务部发布《托盘租赁企业服务规范》、《托盘共用系统运营管理规范》、《共用系统托盘质量验收规范》等物流领域行业标准。据相关机构统计，标准化试点的重点企业提升装卸货效率3倍以上、货损率降低20%-70%、综合物流成本平均降低10%。试点城市租赁标准托盘同比增长97.18%，平均综合物流效率提升3.8%。

物流标准化试点成果显著，以上海为例，1号店开展托盘循环共用及带托运输的供应商实现100%，交货时间从原先每次2-3小时，提升到每次20-30分钟，节省了90%的收货时间，破损率降低50%，库存周转率显著提升。苏宁上海基地实施标准化、托盘联运以后，仓库利用率提高20%，仓库装卸作业效率提升40%，破损率由原先的0.7%下降到0.3%。中国外运长航集团在“带托运输”实施中，项目作业率提高75%，车辆周转率提高1.5倍，货运破损率降低50%，整个项目的供应链成本下降10%左右。

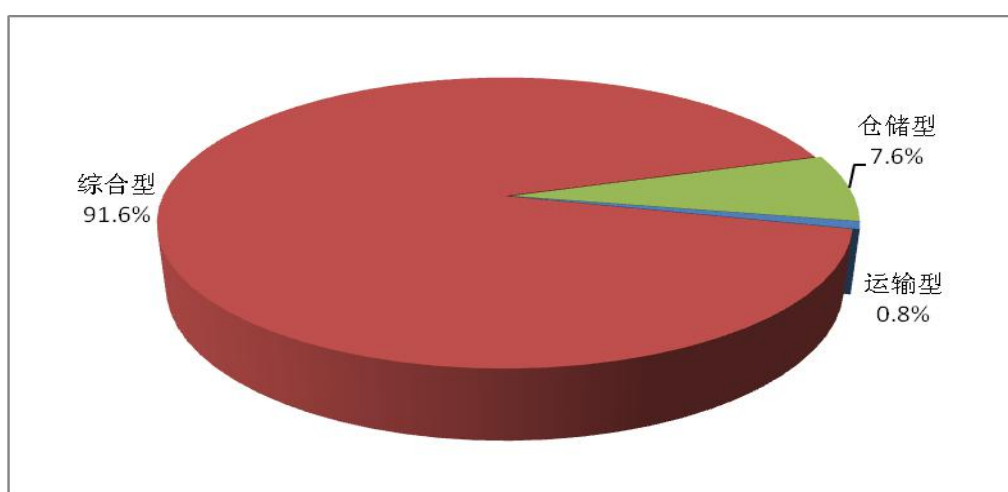
第三部分 重点物流企业经营有所好转

一、重点物流企业业务收入降幅收窄

2016年1-11月，重点物流企业累计实现物流业务收入同比下降9.6%，降幅比上年同期收窄14.5个百分点。

分物流企业类型看，综合型物流企业业务收入同比下降了11%，降幅比去年同期收窄14.4个百分点；运输型物流企业业务收入同比下降39.2%，降幅比去年同期有所扩大；仓储型物流企业业务收入同比增长18.2%，与去年相比，业务收入增长由负转正。

图表 10 重点调查物流企业分类型实现物流业务收入占比情况



数据来源：中国物流信息中心

二、重点物流企业效益恢复性增长

2016年1-11月份，重点调查物流企业累计实现物流业务利润同比增长7.9%，与上年下降21%相比，实现恢复性增长。分物流企业类型看，综合型物流企业业务利润增长8.8%，增速比上年提高22.8个百分点；仓储型物流企业业务利润下降16.3%，降幅比上年收窄7.9个百分点；运输型物流企业业务利润增长明显。

第四部分 商贸物流重点领域运行情况

2016年，我国商贸物流重点领域快速发展，突出表现在增速上电商物流持续高位，发展格局上东中西部良性互动，发展动力上农村电商领跑全国，需求上内外联动跨境电商持续繁荣，整体运作效率得到有效提升，以电商物流、冷链物流为代表的新兴经济有力地支撑了民生发展和物流需求的增长，也有力地促进了宏观经济的提质增效。

一、电商物流继续快速增长

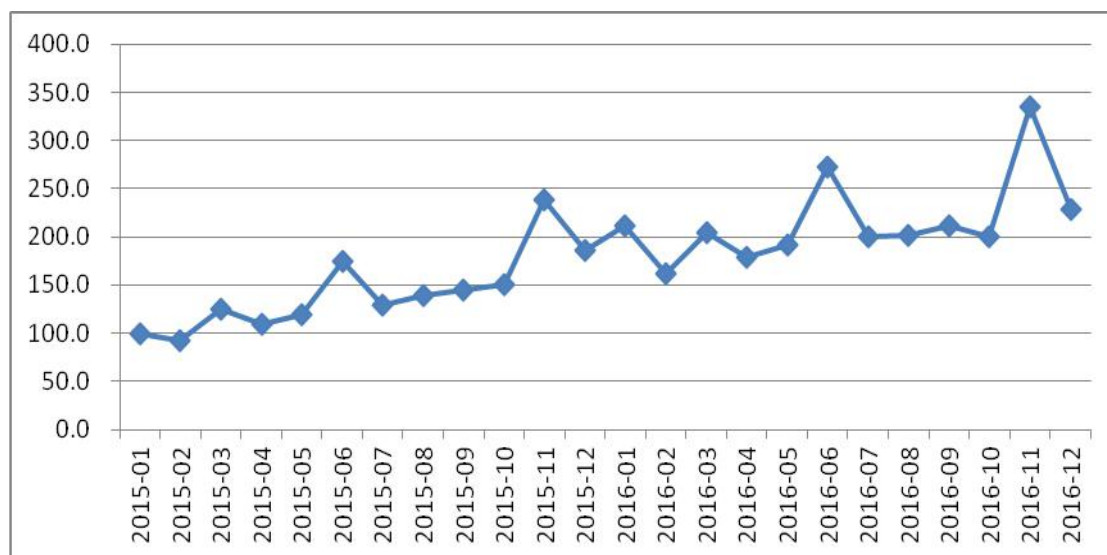
2016年，我国电子商务交易额达到26.1万亿元，比上年增长19.8%；其中实物商品网上零售额比上年增长25.6%，增速比社会消费品零售总额增速高出15.2个百分点，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重为12.6%，比上年提高1.8个百分点；在实物商品网上零售额中，吃、穿和用类商品分别增长28.5%、18.1%和28.8%。2016年3月份，商务部、发改委、交通部等6部委联合发布了《全国电子商务物流发展专项规划（2016-2020年）》，提出了七大发展任务和八大重点工程，为电商物流发展营造了良好的外部环

境，在政策利好和市场需求拉动下，电商物流保持了强劲增长势头。

（一）规模增速达 50%以上

中国物流与采购联合会与京东集团联合调查的中国电商物流运行指数显示，2016 年总业务量同比指数平均达到 156.1 点，反映出全年电商物流业务量增速超过 50%。从总业务量定比来看，2015 年 1 月份为基期 100 点，2016 年 12 月份总业务量规模达到基期的两倍以上。与电商物流密切相关的快递业务量继续呈现高速增长，国家邮政局统计，2016 年我国快递服务企业业务量全年累计完成 312.8 亿件，同比增长 51.4%。

图表 11 电商物流运行指数总业务量定基指数



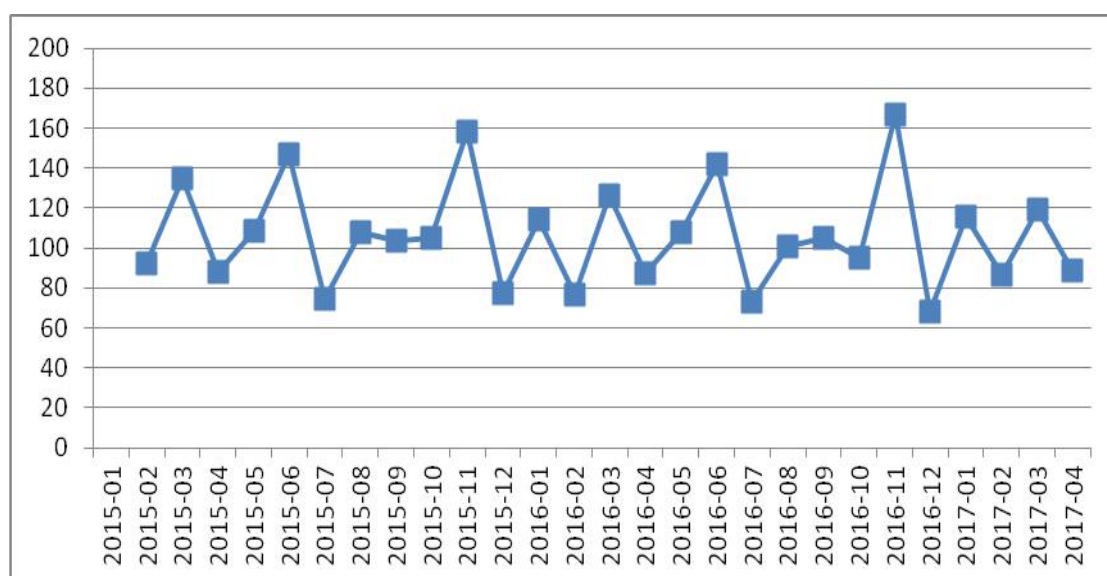
数据来源：中国物流信息中心

（二）全年无淡季 旺季更旺

电商物流行业呈现全年无淡季、旺季更旺的运行特征，全年出现三大需求高峰。一是“金九银十双十一”全民消费

旺季。中国电商物流运行指数显示，2016年“双11”期间总业务量指数比去年同期增长45.7%，“双11”当天总业务量指数为1313.3点，创历史新高，比去年同期增长60%。在“双11”等促销活动的拉动下，11月份日均快递业务量超过1.25亿件，同比增长44.5%。二是圣诞、元旦、春节等传统节庆消费旺季，淘宝2017年春节期间年货成交额增长36%。三是6-7月年中消费旺季，京东6月1-18日累计订单过亿，6月18日当日订单量同比增长超过60%。

图表 12 电商物流运行指数总业务量环比指数



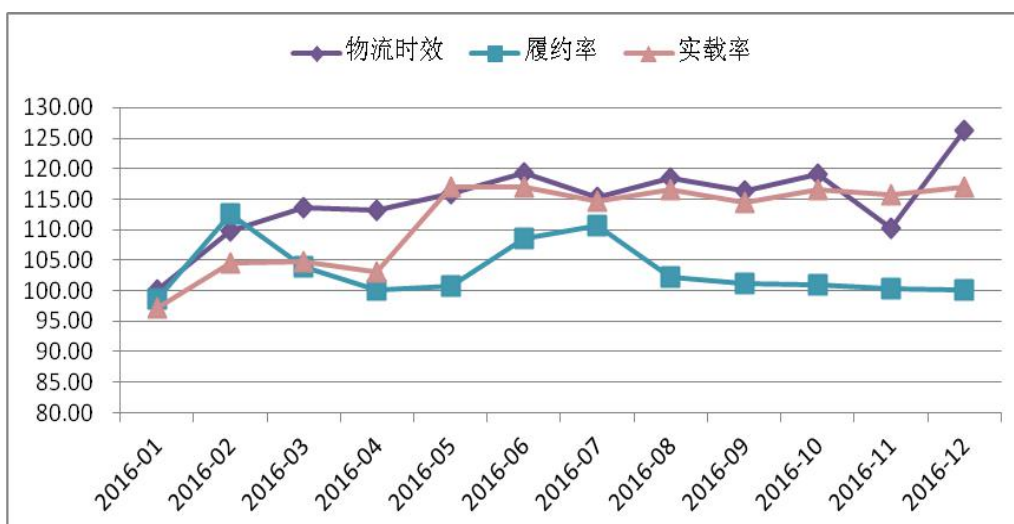
数据来源：中国物流信息中心

（三）运作效率有效提升

电商物流和快递企业持续加大设施投入，加强网络布局 and 资源共享，提升消费旺季和尖峰时刻的应对能力，2016年行业物流时效、履约水平和运作效率都有较好提升。物流时效指数平均为114.8点，物流送达时效提高17%，反映出从下订单到送达客户的物流时间缩短，物流时效性明显增强。

履约率指数平均为 103.3 点，略有提升，反映出按照约定时间送达订单的比例进一步提高。实载率指数平均为 111.5 点，同比提高约 10%，反映出物流运输设备的利用效率总体保持提升态势。

图表 13 电商物流时效、履约率和实载率指数



数据来源：中国物流信息中心

（四）农村物流增长迅猛

近年来，随着互联网、物流网络等基础设施的完善和消费能力的显著提升，农村消费需求得到充分释放，中国电商物流运行指数显示，农村电商增长继续领跑全国，2016 年农村业务量指数平均为 191.5 点，反映出农村地区的电商物流业务量增长速度接近 100%，比同期总业务量指数高出 35.4 点，意味着增速比总业务量高出 30 个百分点以上，以 2015 年 1 月为基期，2016 年 12 月电商物流农村业务量定基指数达到 309.8 点，比基期高出 200 点，表明近两年来农村电商

业务量增长超过 200%。分地区来看，农村业务量指数东部地区 180.1 点、中部地区 209.7 点、西部地区 202.3 点、东北地区 212 点，业务量与去年全年相比均保持了一倍以上甚至两倍的增速。

各级政府和电商物流企业加大对农村电商的支持力度，宁夏、浙江、河北打造电商物流示范基地，江苏、湖北积极推进城镇乡村网点建设实现全区县覆盖，河南积极开展农村电商县级示范工程，成效显著，2016 年全省共有 21 个县为国家级示范县，建成县、乡、村三级服务网络，其中电子商务服务县级中心 22 个、乡镇服务站超过 200 个、村级服务点 4000 多个，共开设网店 2.1 万多个，电商交易额累计突破 330 亿元，网络零售额达 180 亿元，带动农村电商就业人员近 6.6 万人。苏宁易购线下建立服务站，线上引入“中华特色馆”，圆通“通乡镇、通村组”，申通“千县万镇”，韵达“乡镇拓展”等计划，积极将渠道向西向下布局。2016 年，全国发现淘宝村 1311 个、淘宝镇 135 个，比 2015 年增长 68.1% 和 90%，产品“进城”和商品“下乡”双向流通格局正在加紧形成。京东大数据显示，由江苏、河北、浙江、山东、广东、四川、河南等 7 省组成的农村电商网购第一梯队，东中西东北地区均有省份上榜，合计占全国农村业务量一半以上，反映出随着互联网普及和农村物流网络的完善，制约农村物流信息不畅、物流基础等瓶颈问题在一定程度上得到缓

解，中西部特别是偏远地区的消费需求有效释放。

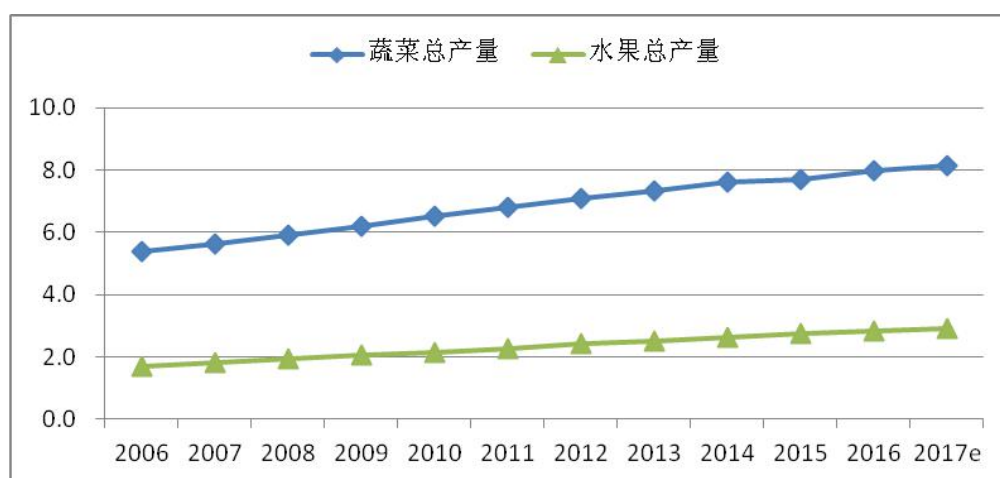
二、冷链物流实现稳步发展

冷链物流是一项系统工程，覆盖了冷藏、冷冻食品的生产、销售到消费各个环节。冷链物流也是一项民生工程，近年来冷链物流服务范围不断扩大，为提高居民生活质量、稳定食品价格、改善民生发挥了至关重要的作用。2016年，在政策利好和需求向好的双重作用下，我国冷链物流市场实现稳步发展。

（一）市场需求持续扩张

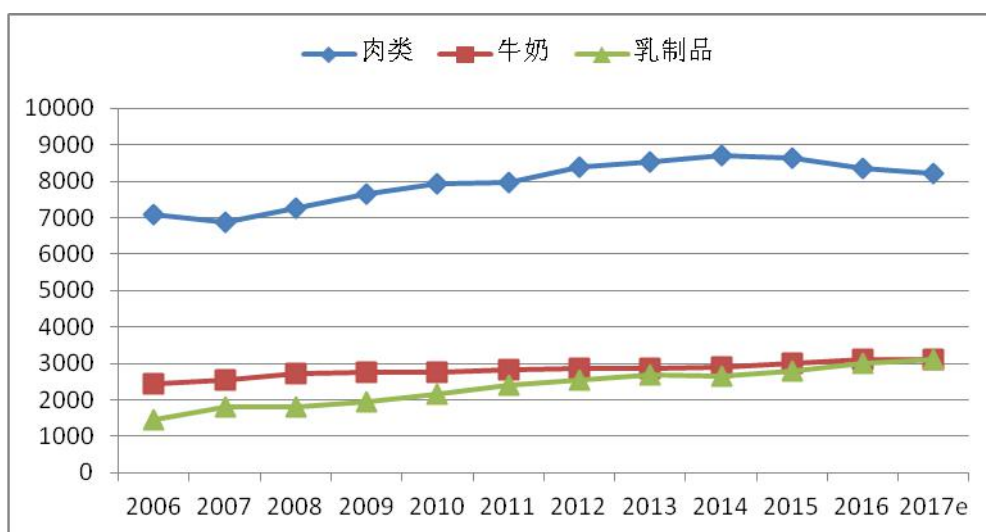
2016年，居民消费能力和水平稳中提升，日常所需的生鲜蔬菜和肉蛋类等商品保持平稳增长，全年蔬菜总产量达到8亿吨，增长1.9%。水果2.83亿吨，增长3.4%。猪牛羊禽肉8540万吨，下降1%。水产品6900万吨，增长3%。禽蛋产量3095万吨，增长3.2%。牛奶3602万吨，下降4.1%。全国生产乳制品2993万吨，增长7.7%。

图表 14 2006-2016 年全国蔬菜和水果总产量（亿吨）



数据来源：国家统计局

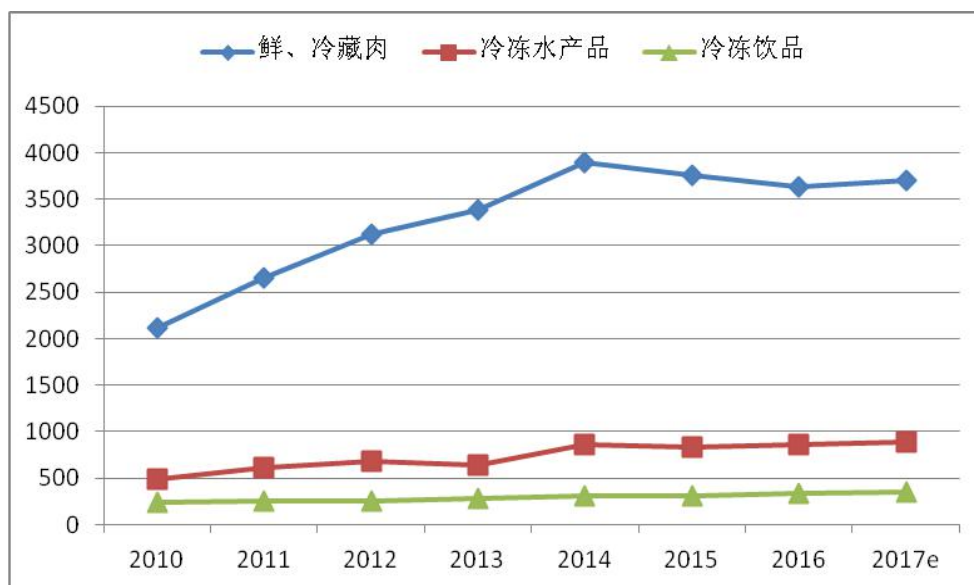
图表 15 2006-2016 年全国肉类、牛奶和乳制品总产量（万吨）



数据来源：国家统计局

与此同时，居民对冷冻冷藏类商品消费保持旺盛需求，2016 年，全国生产乳制品 2993 万吨，同比增长 7.7%，其中液体乳 2737 万吨，同比增长 8.5%。全国生产冷冻水产品 862 万吨，同比增长 2.7%，冷冻饮品 331.5 万吨，同比增长 6.9%。全国生产鲜、冷藏肉产量 3637 万吨，同比下降 1.1%。

图表 16 2010-2016 年重点冷冻食品产量（万吨）



数据来源：国家统计局

据中物联冷链委测算，2016 年全国冷链物流市场规模达到 2200 亿元，同比增长 22.3%，初步预计未来 3-5 年年均增长速度也将在 20%以上。

（二）冷链水平整体提升

2016 年，全国冷库总量达到 4015 万吨，同比增长 8.2%，截至 2016 年年末全国冷藏车保有量 11.5 万台，比上年同期增长 23.6%。产地冷库建设增多，冷藏库、保鲜库、气调库体量也有所增加，冷库扎堆建设情况有所改善，冷库市场结构趋于合理。

（三）政策环境持续利好

2016 年，国务院和各级政府部门高度重视冷链物流发展，不断加大对冷链物流的政策支持力度。2016 年中央一号文件再次惠及农业，明确指出将进一步完善农产品冷链物流体系，开展冷链物流标准化示范。国办《关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》，明确提出支持建设农产品流通全程冷链系统，重点加强全国重点农业产区冷库建设。财政部、商务部《关于中央财政支持冷链物流发展的工作通知》，对全国 10 个示范省市给予冷链项目建设资金支持。国家发改委《“互联网+”高效物流实施意见》鼓励建设低耗节能型冷库。中国铁路总公司印发《铁路冷链物流网络布局“十三五”发展规划》，提出构建畅通高效的铁路冷链物流网络通道结构，形成布局合理、功能完善的铁路冷链物流网络。

《京津冀农产品流通体系创新行动方案》要求建立安全稳定、创新高效的首都农产品冷链流通体系。上海、北京、云南、重庆、山东、宁夏等省也出台了本地化的冷链物流发展政策。

（四）坚持标准示范引领

商务部、国标委联合印发《关于开展农产品冷链流通标准化示范工作的通知》，按照“由点到链，由易到难”的思路，确立了三项关键示范任务，一是建立健全农产品冷链流通标准体系，以弥补当前农产品冷链物流领域的标准、规范、规则的短板，做到“有标可循”，方式上鼓励推广企业标准，适时向团体标准转化，为下一步总结经验，建立行业标准和国家标准做好准备。二是切实提高冷链标准应用水平，不仅要提高冷库、冷链车辆的标准化水平，也要与冷链相关的设备设施标准做好统一对接，标准关键在于宣贯和应用。三是创新监管方式，探索建立行业管理与社会监督相结合的监管体系和监管模式，利用自建或者第三方平台构建可视化、全链条的监管平台，满足部门监管、生产监管、消费者知情等多种社会需要。2016年年底，全国共确定了285家农产品冷链流通标准化试点企业和31个城市。细分领域的标准进一步完善，2016年11月，国家发改委发布《肉与肉制品冷链物流作业规范》、《道路运输食品冷藏车功能选用技术规范》、《冷链物流从业人员职业资质》等行业标准，并将于2017

年 1 月正式实施，

冷链物流企业跨界融合、服务模式多元创新。顺丰和苏宁在完成电商平台的布局同时，利用线上流量和线下渠道相继开展冷链业务，罗牛山冷链物流立足海南产地优势，建立国际先进水平的冷链物流园区，实现仓储环节智能控温、调拨环节自动化分拣，冷链全流程可视、可追溯，具备冷链加工配送、食品质检、信息追溯、批发交易功能。鲜易供应链构建链接生产、仓储、运输、加工、集采、交易、配送的一体化温控供应链，全国布局 20 多个温控基地，冷链网络覆盖 28 个省区市，为全国核心城市的 3000 多家门店提供城市冷链配送服务。

三、汽车物流市场转型优化

从供应链上游的主机厂零部件采购、生产，到整车运输，再到下游零部件物流和汽车售后备件物流市场，汽车物流各个环节都有独特的物流需求，都具备广阔的市场需求空间。2016 年，我国汽车物流市场保持快速增长，铁路和公路物流模式齐头并进，行业发展不断优化。

（一）市场规模持续扩大

我国是汽车消费大国，中国汽车工业协会数据显示，2016 年我国汽车产销分别完成 2812 万辆和 2803 万辆，同比分别增长 14.5%和 13.7%，增速比上年同期提高 11.2 和 9 个百分点。从整体走势看，销量累计呈“直线上升”走势，全

年汽车产销两旺。其中，乘用车产销分别完成 2442 万辆和 2438 万辆，同比分别增长 15.5%和 14.9%。在汽车产销快速增长的带动下，2016 年汽车物流市场规模继续扩大，2016 年前 10 个月，安吉物流华中西北片区运输业务量达到 150 万辆，达到预期值的 135%，长久物流全年整车运输 308 万台，同比增长 21.3%，服务水平也在不断完善，供应链更趋完整，实现了从零部件入厂物流向零部件供应商管理的纵向延伸，从售后服务备件物流向报废汽车以及其他后市场服务的横向拓展。

（二）借力资本拓展市场

2016 年 7 月份，长久物流率先成功实现汽车物流企业 IPO，成为“中国汽车物流第一股”。长久物流主要通过物流网络、物流方案及车辆调度管理，将规模集中的汽车主机厂商和相对分散但调度灵活的社会运力进行有效对接，实现了客户需求、运力资源、信息资源的高效整合。

长久 IPO 共募集资金 5.8 亿元，主要用于加强全国性网络布局、增强主营业务竞争力和提高国际物流服务能力。从投资方向看，长久作为第三方汽车物流企业，在物流基地类投资占 70%，分别在东北长春和安徽芜湖布局建设零部件物流基地，反映出尽管整车物流收入占到全部收入的 97%以上，企业仍将零部件物流作为未来的重点投资方向。智慧物流信息化投资占到 6.7%，反映出逐步向智慧物流方向转型，

努力实现自身的优化升级。近年来，我国高端汽车保有量不断上升，进口汽车物流需求飞速增长，长久也加大在国际汽车物流领域的投资力度，进口整车物流投资占到 23.3%。

（三）新政促进深度变革

2016 年 9 月份，《超限运输车辆行驶公路管理规定》（交通运输部令 2016 年第 62 号）实施以后，短时间内造成了汽车物流运力趋紧和主机生产厂库存积压。四季度市场预期逐步清晰，汽车物流企业采取多种措施，如加强运力协调和联动、开展运价协商和调整，积极适应政策变化。与此同时，铁路汽车物流企业主动对接市场变化，中铁特货充分利用铁路既有场地，开辟铁路商品汽车装卸作业站，将生产企业汽车中转库前移至铁路货运枢纽，延伸铁路商品汽车物流覆盖区域。构建覆盖全国 230 多个城市的铁路商品汽车物流配送网络，通过深化与主机厂的合作，采取灵活多样的运输模式，充分发挥铁路在途时间短、运量大的物流优势，提升市场渗透率。

四、连锁零售向全渠道转型

（一）连锁配送更趋多元

配送模式不断创新和发展，逐步发展成为供应商自营、连锁经销商自建配送体系配送、第三方物流企业配送等多种配送方式，满足了不同商品和流通环境的需要。一是自营配送，是目前连锁企业广泛采用的一种配送模式，稻香村、711

就是这一类模式。连锁企业组建配送中心，实现对内部各门店的货物进行配送，优势是计划性强、灵活性高、质量和时效可控，缺点是自建成本较高和建设周期较长，后期可由自建物流向社会化配送转型。二是供应商配送，由供应商直接将商品送到门店的配送方式，优势是能够节省物流投入，缺点是物流质量、时效、范围得不到有效控制。三是社会化配送，由第三方专业物流公司为连锁企业承担配送任务，优势在于专业化能力强，可以发挥规模化优势，能够降低配送环节单位成本，随着专业化公司服务能力和水平的提升，许多连锁企业正在积极转向社会化配送模式。四是共同配送，连锁企业为实现整体的配送合理化，与相关企业之间互相提供便利的协作型配送模式。共同配送有利于企业资源、流程的整合优化，综合降低配送成本，增强市场竞争力和市场敏捷度。

（二）实体零售缓中趋稳

随着电子商务的迅速发展，过去五年中国零售市场整体呈现出“线下冷、线上热”的基本特征。根据中国连锁经营协会数据，2010-2016年连锁百强销售增幅持续回落，年销售增速分别为21%、12%、10.8%、9.9%、5.1%、4.3%和3.5%，传统实体连锁零售业务不断收缩。从2016年的情况看，便利店销售增幅高达16.7%，专业店和专卖店增长6.5%，实现了“小而美”，而购物中心增长1.6%，超市和大型超市仅增

长 1.5%，百货店则下降 2.5%，连锁零售经营呈现差异化增长。

面对业务增长放缓，成本高企的压力，百强连锁企业通过关闭门店，减员增效等多种措施，努力改善经营状况。2016 年，百强企业总用工人数下降 5%，70%的企业单店平均用工人数有所下降，其中一半的企业减少用工 10%以上。有 36 家百强企业门店数量比上一年有所减少，通过关闭低效门店，租金支出同比下降 0.5%，租金占销售额比重为 2.4%，同比下降 0.1 个百分点，企业经营质量得到改善。

（三）全渠道经营势在必行

根据中国连锁经营协会的报告，中国零售业消费市场稳居全球网络零售市场第一位，预计到 2019 年中国网络零售占全球市场的比重更有望突破 50%，成为全球网络零售市场的关键增长动力。从连锁实体来看，2016 年全国连锁百强企业网上销售额接近 1200 亿元，比上年增长 69%，占企业销售总额的 5.7%。其中，移动端的销售额占到网上销售的 56.7%，比上年提高了 16.1 个百分点。从网络零售企业情况看，2016 年京东集团实现实物交易额 6582 亿元，同比增长 47%，完成实物订单量 16 亿件，同比增长 55%。2016 年苏宁易购线上实物商品交易额为 805.1 亿元，同比增长 60.1%。2016 年国美线上交易额同比增长 110.1%。

面对市场上消费者为主导和互联网化的新趋势、新特

点，连锁零售企业主动拥抱互联网，推进线上线下融合发展，提升全渠道销售能力，实现资源共享和优势互补，努力提高服务质量和竞争能力。永辉超市入驻京东到家，双方实现业务拓展与互惠互利。百联集团和阿里巴巴“联姻”，沃尔玛与京东深度合作，苏宁易购大力发展移动端，重点强化智能推荐、精准营销能力，苏宁易购手机客户端新增下载用户数、活跃用户数提升显著，2016年12月移动端订单数量占线上整体比例提升至83%。物美与多点深度合作，重塑采购、商品管理等环节，重点发力物流和配送，提供商品快速送达服务，确保用户线上线下购物体验的无缝对接。

五、国际物流积极发展

（一）跨境电商高速增长

2016年年初，国务院在杭州国家跨境电商综合试验区的基础上，新增天津、上海、重庆、合肥、郑州、广州、成都、大连、宁波、青岛、深圳、苏州等12个综试区。综合试验区主要任务是建立以信息为基础、以信用为核心、以技术为支撑的跨境电子商务新型监管服务模式，构建“六体系两平台”（信息共享体系、金融服务体系、智能物流体系、电商信用体系、统计监测体系和风险防控体系，以及线上“单一窗口”平台和线下“综合园区”平台），实现跨境电子商务自由化、便利化、规范化发展。目前，绝大部分试点城市已公布工作方案，并着手推进政策落实。

2016年，跨境电子商务发展势头良好，据中国电子商务研究中心统计，全年中国进口跨境电商交易规模达到1.2万亿元，同比增长33.3%。跨境电商综合试验区业务量规模增长强劲，广州跨境电商进出口总值146.8亿元，增长1.2倍，占全国跨境电商进出口总值的29.4%。郑州跨境电商进出口单量达到8290万单，其中进口5352万单，同比增长18.9%；出口2938万单，同比增长488%。厦门进出境跨境电商商品3014万件，同比增长54.2%。

（二）一带一路势头良好

一带一路继续呈现向好发展态势，2016年中国与“一带一路”沿线国家的进出口总额为6.3万亿元人民币，增长0.6%。其中出口3.8万亿元，增长0.7%；进口2.4万亿元，增长0.5%。我国对部分一带一路沿线国家出口继续保持增长。2016年，我国对巴基斯坦、俄罗斯、波兰、孟加拉国和印度等国出口分别增长11%、14.1%、11.8%、9%和6.5%。同期，我国对欧盟出口增长1.2%、对美国出口微增0.1%、对东盟出口下降2%，三者合计占我国出口总值的46.7%。

我国与沿线国家的经济已经深度融合，我国企业已经在“一带一路”沿线20多个国家建设了56个经贸合作区，涉及多个领域，累计投资超过185亿美元，为东道国创造了近11亿美元的税收和18万个就业岗位。在沿线国家新签对外承包工程合同为1260亿美元，增长36%。对沿线国家直接

投资 145 亿美元，占我国对外投资总额的 8.5%。一批重大标志性项目建成投产或开工建设。

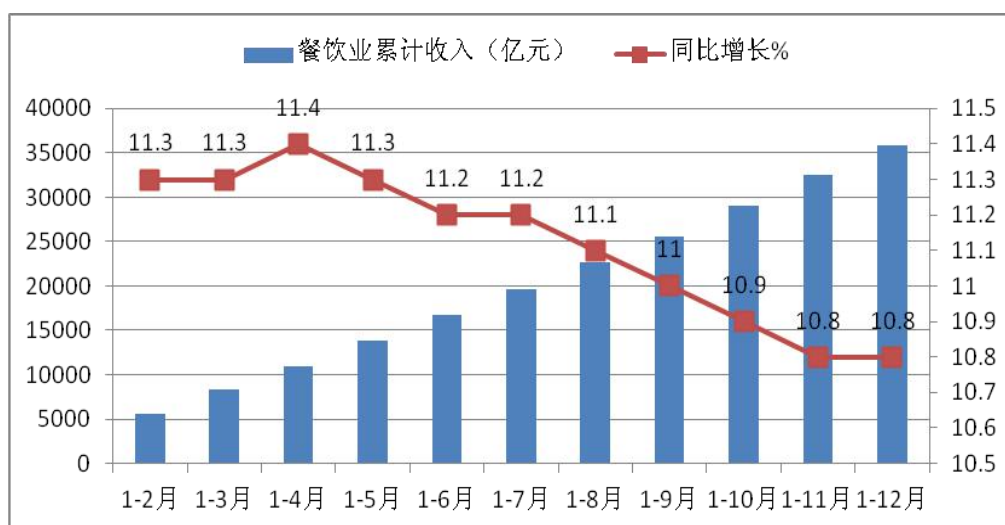
“一带一路”沿线国家物流基础设施水平偏低，一方面需要国内企业积极参与建设开发，一方面商贸物流企业要积极响应“一带一路”倡议，主动寻求“一带一路”合作机会。中交集团积极推进“海外优先发展”战略，目前公司在建海外项目 28 个，其中 27 个分布在“一带一路”沿线，海外业务从过去港口项目为主，发展到桥梁、公路、铁路、市政、地铁等物流基础设施建设。中国铁路总公司和俄罗斯股份有限公司共同推出跨境电商物流服务，计划开通北京至莫斯科的跨境电商班列，为跨境电商提供物流服务。菜鸟网络物流覆盖能力已至全球 224 个国家和地区，初步建立具有全球配送能力的跨境物流骨干网。顺丰速运直发业务已覆盖全球 241 个国家和地区，并通过建立 20 个全球仓网来覆盖 4 个主要目标市场。

六、餐饮物流需求扩张

随着经济的发展和城乡居民可支配收入的提高，我国餐饮市场发展迅速，带动了餐饮物流市场的蓬勃发展。我国餐饮物流市场体量大，正处于需求快速增长期，从过去五年的数据看，年复合增长速度达到 10.7%。根据国家统计局统计，2016 年全国餐饮行业收入规模达到 3.6 万亿元，同比增长 10.8%，12 月份当月全国餐饮行业收入 3353 亿元，同比增长

10.6%。

图表 17 2016 年餐饮业收入情况



数据来源：国家统计局

在餐饮物流市场快速扩张的同时，移动互联网飞速发展和普及，“互联网+”餐饮的饮食文化迅速融入城市日常生活，推动餐饮和外卖 O2O 网络平台日渐兴起，为餐饮外卖物流活动提供了重大发展机遇。随着餐饮物流的不断完善、消费模式不断变革，可以预见互联网餐饮外卖市场在未来几年内仍将保持高速增长的态势，初步预计 2018 年中国互联网餐饮外卖市场交易规模将达到 2500 亿元人民币左右。

食品安全是餐饮行业的生命线，近年来全社会对食品安全的重视程度显著提升，随着国家持续加大对食品安全问题的查处力度，如何通过公共平台和信用机制加强 O2O 配送物流领域的监管成为新的课题。