中国电子商务产业保持高速增长

80% 数字

《电子商务“十三五规划”》中确立的2020年电子商务交易额40万亿元、网络零售总额10万亿元的发展指标截止2018年底已完成80%，从网络零售占总零售额比重变化情况看，2019年，我国电子商务交易规模将继续扩大，并保持高速增长态势。

农村电商网络零售额不断提升

8000亿 数字

2018年中国农产品网络零售额已经达到3734亿元，较上年增加了1000多亿元。而根据中国农业农村部的规划，2020年我国农产品电商预计将达到8000亿元。

跨境零售电商市场前景广阔

9600亿 数字

中国与其他国家展开的跨境电商总量最为有力地体现了电子商务对全球化进程的推动效果。未来几年该数额还会继续增长，据相关部门估计，截止到2021年，这一规模有望超过9600亿人民币。

展会

PROMAT 2019
美国芝加哥国际物流展
展会时间：2019年4月8~11日
展会地点：芝加哥麦考密克展览中心南馆
主办单位：MHI - The Industry That Makes Supply Chains Work

LogiMAT China 2019
国际内部物流解决方案及流程管理展览会
展会时间：2019年4月15~17日
展会地点：上海新国际博览中心
主办单位：南京斯图加特联合展览有限公司

LET CHINA 2019
中国（广州）国际物流装备与技术展览会
展会时间：2019年5月29~31日
展会地点：广州·中国进出口商品交易会展馆
主办单位：汉诺威米兰展览（上海）有限公司
广州市巴斯特会展有限公司

物流是促进电子商务发展的重要支柱

说起电子商务，人们不能不感慨2012年11月11日，这个被称为”双十一”的普通一天，引爆了一场网络消费盛宴。发展至今，电子商务特别是网络消费日益呈现出主流化倾向，消费主体从最初的”80”、”90”后正逐步向中老年群体扩展。越来越多的社会中产阶层，在切实体验到电子商务的安全便捷之后，迅速放大购买量，从一般的电子机票逐步向品牌商品过渡。电子商务已经成为我国消费者日常商务与生活的重要组成部分、成为居民消费的一个主要渠道。

在电子商务蓬勃发展的同时，大家对时效性也有了更高的要求。这对一些物流企业也产生了重大的影响。众所周知，物流行业涉及仓储业、运输业、装卸搬运业和流通加工业等多个领域，在电子商务时代，由于企业销售渠道的扩大及企业、商业销售方式和最终消费者购买方式的转变，送货上门等业务已经成为一项极为重要的服务业务，更促进了物流行业的发展。多功能化、一流的服务、信息化和全球化也已成为电子商务下物流企业追求的目标。

在电子商务时代，物流发展到集约化阶段，一体化的配送中心不单单提供仓储和运输服务，还必须开展配货、配送和各种可提高附加值的流通加工服务项目，也可按用户的需要提供其他服务。现代供应链管理即通过从供应者到消费者供应链的运作，使物流达到最优化。

作为一种战略概念，供应链也是一种产品，而且是可增值的产品。其目的不仅是降低成本，更重要的是提供用户期望以外的增值服务，以创造和保持竞争优势。从某种意义上讲，供应链是物流系统的充分延伸，是产品与信息从原材料供应商到最终消费者之间的增值服务。

在经营形式上，采取合同型物流。合同型物流的配送中心与公用配送中心不同，它是签订合同，为一家或数家企业提供长期服务，而不是为所有客户服务。配送中心有由公用配送中心管理的，也有自行管理的，但主要是提供服务；也有可能所有权属于生产厂家，而交给专门的物流公司进行管理。

供应链系统物流完全适应了流通业经营理念的全面更新。这是因为，以往商品要经由制造、批发、仓储、零售各环节间的多层复杂途径，才能最终到达消费者手中。而现代流通渠道已简化为由制造经配送中心而送到各零售点。它使未来的产业分工更加精细，产销分工日趋专业化，能大大提高社会的整体生产力和经济效益，使流通业成为整个国民经济活动的中心。

声音 VOICE

电子商务助力数字经济高速发展

电子商务是数字经济的重要组成，是数字经济最活跃、最集中的表现形式之一。电子商务物流未来将会继续保持增长态势，市场规模会不断扩大，市场结构将会不断优化，质量效益也会不断提升，其中供应链融合、数字化转型和国际化等方面也将更值得我们关注。

——中国物流与采购联合会副会长兼秘书长崔忠付先生