

叉车已在工业生产中占据重要地位

7.9%

数字

随着世界各国工业化水平的不断提高，叉车企业的设计、制造能力不断提高，叉车种类日益丰富、性能大幅加强，逐渐规模化地服务于全球各类物料搬运场景中。数据显示，全球叉车销量总体保持稳步增长态势，全球叉车市场销量由2016年的115.29万台增长至2020年的158.26万台，年均复合增长率为7.9%。

中国工业应用移动机器人市场呈现高速增长

29.17%

数字

根据CMR产业联盟数据，新战略移动机器人产业研究所统计，2022年度，中国工业应用移动机器人（AGV/AMR）销售数量93000台（含销往海外市场），较2021年增长29.17%，市场规模达到185亿元，同比增长46.82%。

服务机器人在物流仓储业的渗透率为66.7%

66.7%

数字

综合工业应用机器人的情况，工业机器人能够降低大部分制造工业企业的生产成本，未来也可以继续开发应用。数据显示，在2022年中国服务机器人各行业渗透率调查中，服务机器人在物流仓储业的渗透率为66.7%。

展会

SCIIF 2023

华南国际工业博览会

展会时间：2023年6月27~29日

展会地点：深圳国际会展中心（宝安新馆）

主办单位：德国汉诺威展览有限公司、汉诺威米兰展览（上海）有限公司



CeMAT ASIA 2023

亚洲国际物流技术与运输系统展览会

展会时间：2023年10月24~27日

展会地点：上海新国际博览中心

主办单位：汉诺威米兰展览（上海）有限公司

我国电子商务行业发展迅猛

目前，中国零售市场可分类为在线及线下渠道。得益于成熟的互联网基建及电子商贸经济的快速发展，在线渠道为市场中快速增长的板块，2017年至2021年按复合年增长率26.5%迅速增长，由2.7万亿元增至6.9万亿元。线下渠道占市场的大部分，由2017年12.3万亿元增至2021年14.4万亿元，复合年增长率为4.1%。随着在线渠道的获客及留客成本增加及线下渠道的客户体验更为深刻及具体，预期线下零售市场的规模仍将大于在线零售市场，并预期于2026年前达17.0万亿元，于2021年至2026年的复合年增长率3.3%，而在线零售市场预期于2026年前增长至12.2万亿元，于同年录得复合年增长率11.9%。

电子商务的快速发展在零售端不断驱动消费格局的重建，用户网络购物的消费习惯已逐步形成。近年来，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。根据国家统计局统计，我国电商交易规模由2016年的26.1万亿元增长至2020年的37.21万亿元，复合年均增长率为8.9%。中商产业研究院预测，2022年我国电子商务交易规模将达42.93万亿元。

我国社会经济形势稳中向好，为零售行业营造了良好的宏观发展环境。根据国家统计局数据，2022年全国居民人均可支配收入36883元，比上年增长5.0%；全年全国居民人均消费支出24538元，比上年增长1.8%。居民消费支出不断攀升，为零售行业提供了强劲的消费市场支撑。

近年来，国家陆续出台了一系列支持电子商务产业发展的政策措施，如《电子商务“十三五”发展规划》《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》《“互联网+流通”行动计划》等。电子商务正成为加速推动服务业转型升级、催生新兴业态、促进经济发展的原动力。

近年来，随着国家对互联网和物流行业重视程度的提高，我国数字化进程和快递物流水平取得长足的进步，为零售及电子商务行业的不断发展提供了有力的保障。在互联网基础设施建设方面，根据工信部相关数据，截至2022年底，互联网宽带接入端口数达到10.71亿个，比上年末净增5320万个。在物流建设方面，根据国家邮政总局统计数据，2022年中国快递业务量完成1105.8亿件。

声音 VOICE

智慧物流成为物流企业转型升级的核心竞争力

2023年1月份，中国制造业采购经理指数（PMI）重回荣枯线以上，表明经济回暖势头开始出现。我国现代物流韧性强、潜力大和活力足，融合创新、高质量发展的基本面没有改变，但也面临新的机遇和挑战。以下十大趋势，我们应该认真研究，积极应对：一是需求规模扩张。二是供给结构调整。三是基础设施效能提升。四是供应链提档升级。五是物流数字化转型。六是国际物流补短板。七是物流成本上升。八是物流运作绿色低碳。九是人力人才短缺。十是政策环境持续优化。

——中国物流与采购联合会党委书记、会长何黎明表示