消费流通大驱动，物流行业迎“新天”

Consumption-driven circulation, logistics industry welcome "new days"

文 _ 首证研究院供稿 王琳琳主笔 责任编辑 _ 陈延辉

物流作为集运输、仓储、配送等多工序、多功能于一体的复合型产业，与宏观经济环境密切相关。随着中国宏观经济转型升级深入推进，以消费为主导的产业业态将陆续涌现，物联网、供应链金融、跨境电商物流、快递借壳、外延收购、各类互联网 + 概念层出不穷形成市场聚众效应，物流产业恰时应景。另外，在传统物流行业积极转型谋划未来的同时，新兴题材也开始发力，特别是快递企业的扎堆上市更是引爆市场眼球经济。

什么是物流

物流一词最早来源于美国。2001 年 8 月 1 日正式实施的《中华人民共和国国家标准物流术语》中，对物流进行了定义：“物流是指从供应地向接收地的实体流动过程”。整体而言，物流是指为满足客户的需要，以最低的成本，通过运输、保管、配送等方式，实现原材料、半成品、成品及相关信息由商品的产地到商品的消费地所进行的计划、实施和管理的全过程。

物流行业是指物流资源产业化而形成的一种复合型或聚合型产业，物流资源有运输、仓储、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息平台等，其中运输又包括铁路、公路、水运、航空、管道等。这些资源产业化就形成运输业、仓储业、装卸业、包装业、加工配送业、物流信息业等，把产业化物流资源加以整合就形成了一种新的物流服务业。

我国物流行业现状

我国物流业目前处于快速发展阶段，2006-2011 年社会物流总费用占 GDP 比例的 17.8%，两倍于欧美日等发达国家。我国社会物流总额从 2010 年的 125.41 万亿元增长到 2015 年的 219.20 万亿元，年复合增速为 11.8%；2016 年 12 月中国物流业景气指数为 56%；受春节影响，2017 年 1 月中国物流业景气指数为 52.5%，随着节后市场恢复，预计未来指数将继续处于扩张区间。

中国物流市场产业集中度低，物流市场具有“多、小、少、弱、散、慢、乱”等特征，国内物流行业内企业发展水平参差不齐。一方面，中国物流成本还存在较大下行空间，市场亟待整合；另一方面，中国物流行业区域性、结构性特征明显。当前我国物流业整体处于传统物流向现代物流的转型期，多数企业只能提供传统的基础物流业务，竞争更多体现为低端物流服务的价格竞争。随着国家利好政策连续出台、物流企业技术水平和服务水平不断提升及产业资本的不断介入，中国物流行业将面临巨大的改变和机会。

第一部分：传统物流篇

当前传统物流运输主要有四种方式：铁路运输、航空运输、航运以及公路运输。其中铁路运输运价低，运距长，但运输范围限制较大；航空运输时效高，但成本高，单次运量小；航运单次运量大，成本低，但运输时差，运输货物只能到达港口；公路运输覆盖范围广，运输灵活，但运输效率较低，单次运量极小。

2017 年春节黄金周期间，全国旅客发送量达 4.08 亿人次，比去年同期增长 2.1%；道路发送旅客 3.36 亿人次，增长 0.8%；铁路发送旅客 5199 万人次，增长 8.8%; 民航发送旅客 982 万人次，增长 14.9%；水运发送旅客 1035 万人次，增长 3.5%。但从这一组数据看，传统物流的行业地位短期仍难以撼动。

政策驱动铁路运输

随着我国在铁路建设上投入的增加，我国铁路营运里程呈现快速增长的态势。统计数据显示，截至 2015 年我国铁路营运里程数已经达到 12.1 万公里，仅次于美国位居全球第二位，其中高铁营运里程数达到 2.36 万公里，成为全球高铁营运里程最多的国家。

近几年，我国铁路运力持续释放，但货运主导的需求市场逐渐萎靡，近年由于经济下行、大宗走弱、分流等影响，铁路货运量不断走低，客运量则在高铁的带动下走俏。另外，我国铁路运输受到一定制约：其运输运送范围只能涵盖设立有铁路停靠点的区域；铁路运输货品有限，主要集中于煤炭、矿石、钢铁等大宗商品等。

目前中铁总公司主动适应经济发展新常态，积极与大中型企业对接，签订战略合作协议和物流总包合同，效果显著。作为“总对总”战略的重要支撑，中铁总公司目前规划的 208 个一二级物流基地也在重点推进中；作为丝绸之路构筑的欧亚铁路大动脉，其重要性不断提升，而政策主驱动的“一带一路”、“铁路基建”等并“改革”有序推进，行业面临新的机会。

仍然偏冷的港口航运

近期航运业异动是因为短期内出现供给收缩叠加需求的回暖情况。供给端看，由于近年航运市场持续低迷，航运公司出现大量合并重组，韩进破产事件进一步推动过剩产能淘汰速度，行业集中度不断提升；需求端看，行业当前属于周期性行情，结合近期大宗商品出现大幅上涨，很大程度上引运价上涨。

航运行业离不开港口支撑。港口盈利核心要素在于装卸费率、吞吐量和固定成本。装卸费率由政府指导与市场定价结合，相对稳定；吞吐量方面，外围宏观因素叠加影响巨大。当前我国港口建设快速发展，现有沿海五大港口群和内河众多港口，总吞吐量连续 13 年居全球首位。但数量不代表业绩，在全行业供需日趋失衡的情况下，我国需发展本地港口群一体化，同时“一带一路”、国企改革、自贸区推进及全球拓展，港口行业乍冷还暖。

航空运输地位有限

航空运输商品能够在极大程度上缩小商品运输时间，运输时效基本是铁路运输的 3 倍以上，公路运输的 7 倍以上，燃油低价位也在一定程度上提高了航空运输企业的利润。但我国航空运输覆盖网络范围极其有限，截至目前，我国拥有机场的城市基本为经济发达的城市，航空产品运输只能在极少数的城市间运行，航空运输如果不借助其他运输方式将很难完成整个产品运输。目前政策面已有方向，涉及通航的利好消息不断释放，机场加速建设在一定程度上助力航空运输板块复苏。

公路运输看效率

目前我国的物流运输的主要方式还是以公路运输为主，公路货运量占据我国整体货运量的 75% 左右。但数据统计显示，我国货车平均每天的有效行驶里程仅为 300 公里，美国可以达到 1000 公里；我国目前有 1000 多万辆营运货车，但空载率达到 30% 以上，车辆停配货时间间隔平均长达 72 小时，低效率在很大程度上抬高现阶段我国货物运输成本。另外，受公路运输分散影响，我国公路物流网络系统发展缓慢资源错配现象突出，如何提升效率，做好资源分配是公路运输 未来亟待解决的问题。

传统物流的未来

由于世界经济格局的转变，货物的运输往往需要横跨多个大陆到达内陆地区，因此原有的单一运输方式很难满足企业对于货物运输的需求。多式联运效果逐步彰显。当前多式联运主要有两种方式，第一种为海陆联运，第二种称之为海空联运。

2015 年交通运输部与国家发改委联合下发《关于开展多式联运示范工程的通知》，明确表明我国要加快多式联运的建设；2016 年 6 月首批多式联运示范工程项目名单确定。从基础设施层面看，我国已初步形成环渤海地区、长江三角洲和珠江三角洲地区三大港口群，公路等基础设施日趋完善，再加之首批多式联运示范工程开展，多式联运业务发展硬件条件已然具备。从政策层面看，我国一带一路政策和物流业降本增效持续推进、公路新规实施等均为多式联运业务的开展提供保证。

第二部分：新物流行业篇

新物流行业更多强调行业和物联网相结合。整体看，居民整体消费升级、互联网进一步渗透等变化为行业带来新的投资机会，上半年以申通、圆通、顺丰与韵达等为代表的快递行业上市更是引发市场的阶段追捧。

数据显示，1-9 月全国快递服务企业业务量累计完成 211 亿件，同比增长 54%；业务收入累计完成 2704 亿元，同比增长 44%。国内快递业保持高景气发展态势，主要原因是受电子商务驱动，而居民网购表现出小额化、多频次的特征，也增加了对新物流的业务需求。

快递：资本涌动

2016 年全国快递业务量突破 300 亿件 继续稳居世界第一。目前，国内快递行业竞争日趋激烈，相关厂商除了在产品价格、服务网络、服务质量等方面外，资本运作及资源整合能力将成为企业未来竞争力的重要组成。以去年年底申通宣布借壳艾迪西为始，到 2016 年圆通（大杨创世）、顺丰（鼎泰新材）和韵达（新海股份）相继披露或完成借壳计划，四家公司对应定增后的市值体量之和接近 3500 亿，结合 2016 年 10 月 27 日中通快递正式登陆纽交所，快递板块资本追捧度仍在提升。

O2O 激发即时配送

随着 O2O 的日益深入化发展，产生了大量的要求更快、更个性化的配送需求，而作为支撑 O2O 行业发展的载体，快递行业逐渐衍生出即时配送物流。即时配送属于物流范畴，是小范围、综合性的物流运动，2015 年中国互联网餐饮外卖市场规模达到 457 亿元人民币，同比增长 201.1%；未来 5 年，中国互联网餐饮外卖市场仍将保持高速增长的态势，2018 年市场规模将达到 2455 亿元。餐饮外卖核心载体就是即时配送。美团外卖、饿了么、百度、新达达等平台都推出即时配送模式，借助互联网平台，搭建城市配送运力池，开展共同配送、集中配送、智能配送，有望解决“最后一公里”的痛点。

中国互联网即时配送市场目前处于市场启动发展阶段，各大即时配送厂商仍在努力打造流量入口以及强化自身运力调度，寻求差异化竞争。现阶段国内即时配送品类占比仍以外卖餐饮正餐为主，但商超、鲜花蛋糕以及生鲜等品类的配送量正在快速增长。

消费升级驱动跨境电商

与中国境内电商较低的配送成本不同，跨境电商供需体现出需求旺盛、供给零散化的特点，其物流因为链条长、环节多，其所占货值比例也较高。2016 年上半年我国跨境电商交易规模 2.6 万亿元，同比增长 30%。预计至 2020 年我国跨境电商交易规模将达到 12 万亿元，复合增长率将到达 20.11%，渗透率将达到 37.6%，以物流成本占货值 15% 估算，至 2020 年跨境电商物流市场空间超过 5000 亿。

跨境电商行业发展的最大外部变量是利益相关国的监管政策。目前政策面进口端存在博弈，总体仍将支持跨境电商发展；消费升级与境内外产业比较优势是跨境电商发展的持久动力。网购规模增长，新生代消费者消费全球化、互联网化的习惯亦促进了跨境电商行业的增长。另外，跨境电商涉及海关，因此保税区或自贸区物流持续发酵，而保税模式实质是仓库前置，是更有潜力利用电商大数据优势的物流解决方案。

智能物流：行业方向

物流行业信息化程度低，物流公司之间还是孤岛，各有各的一套标准，未来难以更好连接。另外，行业缺乏统一的标准，包括信息建设标准、托盘标准、卡车标准和相应的物理资源配套的标准；另外，快递市场发展迅猛对仓储、分拣、配送效率和准确性均提出了高要求。经济新常态和产业升级背景下，智能物流技术与装备的优势逐渐显现。智能物流是工业 4.0 重要组成部分，随着工业 4.0 临近，智能物流已是大势所趋。

智能物流是指物流过程的智能化，它以信息交互为主线，使用条形码、射频识别、传感器、全球定位系统等先进的物联网技术，集成自动化、信息化、人工智能技术，通过信息集成、物流全过程优化以及资源优化，使物品运输、仓储、配送、包装、装卸等环节自动化运转并实现高效率管理。另外，智能物流装备与行业密切相关，预计 2019 年市场规模将破千亿，未来在冷链、医药、电商、快递、纺织服装、食品饮料等行业会保持较快增长，是整个智能物流行业最具有爆发力的一个基点。