

# 现代物流建设“路更宽”“网更密”

□ 全媒体记者 马榕蔚



中老铁路(甘肃敦煌-万象-曼谷)国际货运列车首发仪式。 本报资料室供图

## 生活的甜头离不开“通联网”

除夕家宴上，四川的熏肉、青岛的大虾、进口的车厘子……物流的“菜篮子”，一边连着百姓餐桌，关乎一日三餐和美好生活；一边连着田间地头、异地他国，关系市场潜能和产业链的增值。

研究表明，现代物流的发展涉及运输、配送、仓储、装卸、包装、流通加工及相关信息活动，贯穿生产与流通的各个环节，可带动国民经济32个部门、100多个行业的发展，促进城市经济新增长点的形成。物流的畅通与互联，不仅关乎老百姓对美好的向往与追求，而且带来了物流链的不断扩

容、产业链的双向互动，更促进了共同发展、共同富裕的区域经济体加速形成。

物流网络建设持续推进。2022年，国家发展改革委将25个国家物流枢纽纳入年度建设名单，该名单已扩围至95个，同时年内公布了第二批24个国家骨干冷链物流基地。

2022年7月21日，随着首架货运飞机顺利着陆，穿过“水门”，亚洲首个专业货运枢纽机场——鄂州花湖机场正式开航投运，湖北国际物流核心枢纽加速成形。一批物流枢纽配套项目的快速推进，助推

以鄂州花湖机场为核心，多式联运，覆盖航空货运网络、综合物流体系及相关配套产业体系的国际航空综合物流枢纽加速形成。同时，花湖机场与天河机场构成客货运输“双枢纽”，有助于扭转湖北“不沿边、不靠海”的被动局面，为湖北支撑中部崛起、参与全球“一带一路”建设打造“空中出海口”。

业内人士表示，在正常情况下，往往需要半天甚至更长时间才能完成的紧急配送任务，利用无人机仅用了短短十几分钟，就完成了无接触紧急配送任务。特别是遇到地面交通受阻时，无人机在提供应急物流服务、应对突发事件中的作用和优

率已达90%。不断织密的快递网络，让越来越多消费品通过快递包裹走进农村，扩展农村消费半径。2022年前三季度，全国农村网络零售额达14978.5亿元，同比增长3.6%。

未来，随着数字技术向乡村地区深入拓展，农村数字化流通体系和商业设施不断完善，农村消费市场的潜能将得到持续释放。与此同时，更加通畅的农村物流，推动一批有地域特色的产业持续壮大，带动一批有影响力的地域品牌不断形成，为农业农村现代化注入新活力。

## 发展的奔头离不开“智慧脑”

新基建推广建设；高铁快运动车组、大型货运无人机、无人驾驶卡车等装备设施起步发展……新一代信息技术与传统物流融合，不断推动城市经济社会发展在新的基础设施上重构。这也预示着，只有抓住技术变革和应用的趋势，以数字化转型、智慧化改造、网络化升级为抓手，国家物流枢纽城市才能夯实智慧物流发展基础，助力智慧城市建设升级。

2022年端午节期间，全国多家无人车生产运营企业，积极调配无人车进驻

到各地疫情管控小区、方舱医院、高校等封闭场景内，缓解“最后一公里”配送难题。同时，在长三角地区，通过指挥调度系统控制的一家无人机突击队，也在紧急配送着200份抗原检测试剂盒。

业内人士表示，在正常情况下，往往需要半天甚至更长时间才能完成的紧急配送任务，利用无人机仅用了短短十几分钟，就完成了无接触紧急配送任务。特别是遇到地面交通受阻时，无人机在提供应急物流服务、应对突发事件中的作用和优

势就会显得更加充分，无可替代。

江苏无锡有一座3万平方米仓库是全国最大的机器人物流仓库，同时有近1000台机器人在繁忙地工作。在这里，无人立体仓库，无人仓智能化AGV(智能搬运机器人)等是做包裹生产和发货的“主力干将”。

据了解，整个物流仓内存储区货品存放量是传统物流仓存的3—4倍，拣选工作较人工模式效率也提升了3倍，工作人员的步行距离减少了95%，仓库的管理压力与难度则更低。

# 物流企业如何立足可持续发展？

□ 絮语

力争2060年前实现碳中和，这是物流企业实践ESG议题的重要参考。

物流，是碳中和中相对薄弱的一环，随着对气候变化相关问题的关注以及国家政策的牵引，“双碳”已经成为物流行业发展的核心，并逐渐成为企业的发展潜意识。绿色发展的理念已渗透各大物流企业，作为重要职责加入到企业的中长期发展规划中。物流快递等在内的大厂纷纷出台温室气体排放目标、减排措施、资源节约及循环利用、倡导绿色消费等方案，作出相应承诺。不仅实现公司组织自身的绿色运营，还协同上下游生态合作伙伴，共同推进碳中和目标的达成，打通上下游产业链，让绿色物流成为“全链路”。

今天，物流企业正在探索各式各样的减碳手段，有的企业更倾向于资源的回收与再利用，有的企业则通过碳排放数据数字化管控，协助追踪碳目标完成进度。虽然困难很多，但物流企业在践行环保社会责任方面的贡献有目共睹。此前，有物流企业打造的零碳物流园亮相联合国气候变化大会；顺丰发布业内首份碳中和白皮书，具有相应的“绿色”行动和措施；京东物流“青流计划”内涵与行动不断升级、拓展，已成为物流行业绿色可持续发展的标杆性项目。

从目前取得的各项成果来看，物流行业在加速低碳转型，这说明绿色物流不得不为且大有作为。绿色物流的目标既具经济属性，又有社会属性。对物流企业来说，绿色是态度，更是未来。

在笔者看来，ESG成为物流企业面向未来发展的核心战略之一，物流人要站在人与自然和谐共生的高度来谋划发展，大力推动实施物流领域碳达峰行动，构建绿色低碳技术体系，通过智慧物流，打造低碳物流的解决方案。绿色物流内涵本身就存在动态调

整和延伸性，既有现实意义，也有战略意义，是一个时代命题。

节能减排，绿色发展，难在要通过技术创新，为行业节能减排与绿色发展贡献力量；容易在于，绿色就渗透在物流的日常中，比如推广使用循环包装，减少过度包装和二次包装，加快标准化物流周转箱推广应用，推动托盘循环共用系统建设等都是绿色发展的内涵。

环境承载力问题已成为物流行业不可回避的瓶颈之一。以笔者之见，绿色物流成为高质量发展必须坚持的理念和方向，通过资源的高效集聚，来实现经济效益、社会效益和环境效益高度统一是必经之路。

## 责任显真情

事实上，早在ESG概念流行前，国内物流企业就已经开始发布年度企业社会责任报告(CSR)，彰显企业价值观和责任担当，ESG报告可以看作企业社会责任报告(CSR)的升级版。

2022年3月，国资委成立社会责任局，将“指导推动企业积极践行ESG理念”作为职责之一，这一切都促使企业深度思考商业价值和社会价值的平衡。

社会责任体现在合规经营、安全运行、提高服务品质、保障员工权益、产业融合、带动就业、组织社区活动、参加公益慈善等常规性社会活动中，更体现在积极参与抗疫，助力乡村振兴、共同富裕和产业赋能等社会责任实践上，这是具有中国国情的社会责任内涵。

物流企业的社会责任有许多是根据物流业务特质设计出来的公益活动，环保活动。近两年，“乡村振兴”再度成为热词，在新发展格局下，乡村产业链供应链提升

已成为推动乡村振兴的重要基础，在“乡村振兴”议题上，物流企业通过深入产地，走进田间地头，链接产地与市场，补齐农村物流短板，建设便捷高效的“工业品下乡”和“农产品进城”双向渠道，形成一种全新的流通趋势。京东物流通过供应链基础设施的建设与京东快递、冷链等产品能力落地渗透，不断提升农村等偏远地区的物流效率，搭建助农直播矩阵，深入阳澄湖、宿迁等多个大闸蟹产区，助力多个地标商品销售环比增长超10倍。截至2022年末，菜鸟在全国建设了1000多个县级共配中心并覆盖400多个脱贫县及5万多个乡镇和村级物流站点，努力触达欠发达地区和数字弱势群体。

物流企业的这种业务实践不仅帮助众多贫困县发展特色农业，改善当地经济环境，也让物流企业订单量持续提升，实现了企业商业价值和社会价值的“双赢”，推动乡村振兴以及区域高质量发展。

春节期间不打烊，对于快递企业、平台来说，既是一次对服务运力的考验挑战，也是企业价值和社会价值的重要体现。中国的物流企业具有“双生命”，一个是经济生命，另一个则是社会责任生命。

物流企业树立正确的价值取向，价值标准非常重要，利它之心，这是物流文化建设的核心，也是物流企业文化建设的内涵。随着企业的发展，好的责任行为习惯被不断地沉淀下来并逐渐形成体系，从而形成“软实力”。笔者认为，企业责任文化往往是一个企业的灵魂、价值取向和精神支柱，企业文化应随着内外环境条件的变化不断发展和完善，通过文化建设感染人、塑造人，强化快递物流从业人员使命感

和责任感。

“货通全国，兼济天下”是社会弘扬和传递快递物流行业的普世价值观念，领悟岗位

美好的明天离不开『手拉手』

当百年变局与世纪疫情相叠加、俄乌冲突影响广泛深远，全球产业链供应链加速重构，产业链供应链安全稳定成为实体经济的重要生命线。国家物流枢纽城市要以畅通经济循环为导向，激发制造业释放服务需求带动物流业效率提升，促进物流业以专业服务助力制造业价值链攀升。无论是实现扩大内需战略，还是促进消费升级，都要求国家物流枢纽城市尽快“动起来”“活起来”“串起来”，充分实现需求同步培育和供需适配发展。

国际物流不断开拓新赛道。中国物流与采购联合会相关负责人表示，2022年乌克兰危机叠加严峻国际形势，中欧班列开行受到阶段性影响。物流企业积极调整应对，全年中欧班列开行1.6万列，发送160万标箱，同比分别增长9%和10%；西部陆海新通道货运保持强劲增长势头，全年发送75.6万标箱，同比增长18.5%；中老铁路开通一年累计运送货物1120万吨，开行跨境货物列车3000列。

跨境电商保税模式、仓储设施、服务平台助力中小企业进出口便利化，成为国际贸易增长热点。现代物流为我国跨境电商进出口2.11万亿元，提供了有力支撑。国内快递企业纷纷发力海外市场，深度布局东南亚、拉美和中东等地区，结合当地市场复制“中国快递模式”，寻找物流“新蓝海”。

2023年1月4日，伴随着热烈的礼炮声与现场汽车、轮船的鸣笛声，215台汽车搭乘汽车滚装船“玉衡先锋”号劈波远航，驶向中东。这意味着深圳市深汕特别合作区小漠国际物流港正式开通了“小漠港—波斯湾”汽车班轮航线，迎来了汽车滚装外贸首航。

业内人士表示，本次航线开通丰富了小漠国际物流港业务形态、拓展了通达范围，填补了深圳港在汽车滚装方面的空白。而且小漠国际物流港未来将进一步发挥综合性国际物流枢纽港的优势和功能，打造海铁联运为主的全方位集疏运体系。

大通道带来大物流，大物流催生大商机。中国物流与采购联合会相关负责人表示，下一步将着力推进更高水平对外开放，提升产业链供应链韧性与安全水平。引导和培育一批具有国际竞争力的现代物流和供应链服务企业，跟随“中国制造”和“中国基建”走出去。同时强化“一带一路”沿线物流服务，逐步实现设施联通，物流畅通；抓住区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)等区域协定带来的机会，加快东盟、中俄、中亚等国际物流大通道和网络建设等。

“物流打个喷嚏，城市就要跟着感冒。”疫情防控期间网友的形象比喻，概括出现代物流的重要地位，有物流才能网购，有物流生活才能通畅。物流不仅是撬动内需的重要杠杆，而且已经成为群众生活密不可分的一部分。

因此物流的发展要“再上一层楼”，就要以智慧物流来赋能。没有物流业的现代化，就没有城市发展的现代化。放眼实践，无人仓、无人码头、无人配送等技术加快应用；数字货运、数字园区、数字仓库等

精神和企业文化，以全方位的实际行动承担和履行社会责任，探索未来更广阔的发展空间，是物流人必走之路。当前，快递物流企业责任文化建设方兴未艾，文化与品牌的竞争很大程度上将成为快递物流企业的下一个角力点。

探索新思路

过去一年，物流企业都面临宏观环境的挑战。1月17日，2023年全国邮政管理工作会议上传来消息，2022快递业务量增速首次落后GDP增速，物流企业各自的境遇有所不同，但都要在不断调整中适应新的环境。物流市场集中度趋高、竞争激烈，从规模竞争进入到高质量发展、全面洗牌的新阶段，需要围绕如何做大做强展开，对企业提供综合物流解决方案的能力要求进一步提升。

物流已经深度融入了各行各业产业链中，成为贯穿产业上下基础设施，整体迈向存量博弈，共同寻找新增量之时，其核心逻辑就是顺应时代变化，服务不同消费者的多元化需求。

在笔者看来，物流企业要实现更有价值的东西，必须思考新型组织架构，并将有限的资源投入最关键领域，重塑核心竞争力。评判一个物流业务不能只看收入，更要看利润和投入产出比。物流企业需要从长期维度思考业务的发展方向 and 模式，频繁上架的新业务意味着物流公司的多元尝试，也意味着战略方向上的不清晰，在存量竞争时代，资源变得更为宝贵，分散和消耗导致的问题凸显。

笔者认为，物流企业要高质量践行ESG理念，很好地实践ESG，才能更好地谋长远发展，解决新时代下物流企业发展的途径问题。

物流是一个城市的血液，对城市高效运行来说，完善的现代物流至关重要。根据最新的数据显示，截至2月5日，全国货运物流有序运行，监测港口货物吞吐量环比增长4.9%。

回首2022，在总体需求不振的情况下，全年社会物流总额预计超过340万亿元，同比增长3.6%左右；物流业总收入将达12万亿元，同比增长5%左右。铁路、冷链、快递等专业物流领域保持了较高增速。

一组组数据背后体现的都是我国现代物流韧性强、潜力大、活力足。中国式现代物流体系建设必将抓住新的机遇，迈开新步伐，展现新作为。

除夕家宴上，四川的熏肉、青岛的大虾、进口的车厘子……物流的“菜篮子”，一边连着百姓餐桌，关乎一日三餐和美好生活；一边连着田间地头、异地他国，关系市场潜能和产业链的增值。

研究表明，现代物流的发展涉及运输、配送、仓储、装卸、包装、流通加工及相关信息活动，贯穿生产与流通的各个环节，可带动国民经济32个部门、100多个行业的发展，促进城市经济新增长点的形成。物流的畅通与互联，不仅关乎老百姓对美好的向往与追求，而且带来了物流链的不断扩

容、产业链的双向互动，更促进了共同发展、共同富裕的区域经济体加速形成。

物流网络建设持续推进。2022年，国家发展改革委将25个国家物流枢纽纳入年度建设名单，该名单已扩围至95个，同时年内公布了第二批24个国家骨干冷链物流基地。

2022年7月21日，随着首架货运飞机顺利着陆，穿过“水门”，亚洲首个专业货运枢纽机场——鄂州花湖机场正式开航投运，湖北国际物流核心枢纽加速成形。一批物流枢纽配套项目的快速推进，助推

以鄂州花湖机场为核心，多式联运，覆盖航空货运网络、综合物流体系及相关配套产业体系的国际航空综合物流枢纽加速形成。同时，花湖机场与天河机场构成客货运输“双枢纽”，有助于扭转湖北“不沿边、不靠海”的被动局面，为湖北支撑中部崛起、参与全球“一带一路”建设打造“空中出海口”。

业内人士表示，在正常情况下，往往需要半天甚至更长时间才能完成的紧急配送任务，利用无人机仅用了短短十几分钟，就完成了无接触紧急配送任务。特别是遇到地面交通受阻时，无人机在提供应急物流服务、应对突发事件中的作用和优

率已达90%。不断织密的快递网络，让越来越多消费品通过快递包裹走进农村，扩展农村消费半径。2022年前三季度，全国农村网络零售额达14978.5亿元，同比增长3.6%。

未来，随着数字技术向乡村地区深入拓展，农村数字化流通体系和商业设施不断完善，农村消费市场的潜能将得到持续释放。与此同时，更加通畅的农村物流，推动一批有地域特色的产业持续壮大，带动一批有影响力的地域品牌不断形成，为农业农村现代化注入新活力。

“物流打个喷嚏，城市就要跟着感冒。”疫情防控期间网友的形象比喻，概括出现代物流的重要地位，有物流才能网购，有物流生活才能通畅。物流不仅是撬动内需的重要杠杆，而且已经成为群众生活密不可分的一部分。

因此物流的发展要“再上一层楼”，就要以智慧物流来赋能。没有物流业的现代化，就没有城市发展的现代化。放眼实践，无人仓、无人码头、无人配送等技术加快应用；数字货运、数字园区、数字仓库等

精神和企业文化，以全方位的实际行动承担和履行社会责任，探索未来更广阔的发展空间，是物流人必走之路。当前，快递物流企业责任文化建设方兴未艾，文化与品牌的竞争很大程度上将成为快递物流企业的下一个角力点。

探索新思路

过去一年，物流企业都面临宏观环境的挑战。1月17日，2023年全国邮政管理工作会议上传来消息，2022快递业务量增速首次落后GDP增速，物流企业各自的境遇有所不同，但都要在不断调整中适应新的环境。物流市场集中度趋高、竞争激烈，从规模竞争进入到高质量发展、全面洗牌的新阶段，需要围绕如何做大做强展开，对企业提供综合物流解决方案的能力要求进一步提升。

物流已经深度融入了各行各业产业链中，成为贯穿产业上下基础设施，整体迈向存量博弈，共同寻找新增量之时，其核心逻辑就是顺应时代变化，服务不同消费者的多元化需求。

在笔者看来，物流企业要实现更有价值的东西，必须思考新型组织架构，并将有限的资源投入最关键领域，重塑核心竞争力。评判一个物流业务不能只看收入，更要看利润和投入产出比。物流企业需要从长期维度思考业务的发展方向 and 模式，频繁上架的新业务意味着物流公司的多元尝试，也意味着战略方向上的不清晰，在存量竞争时代，资源变得更为宝贵，分散和消耗导致的问题凸显。

笔者认为，物流企业要高质量践行ESG理念，很好地实践ESG，才能更好地谋长远发展，解决新时代下物流企业发展的途径问题。