



国内统一连续出版物号：CN10-1286/F

国际标准刊号：ISSN 2095-9397

中国商业经济学会主办

商业经济研究

Journal of Commercial Economics

《中文核心期刊要目总览》贸易经济类核心期刊

《中国人文社会科学期刊评价报告（AMI）》引文数据库收录期刊

05 商经理论

“新流通”产业链组织模式的优化变革

42 消费市场

居民消费升级与经济高质量发展——基于中国省际面板数据的实证

114 企业管理

新零售环境下国内外购物中心商业模式演进路径比较

153 国际经贸

中国服务贸易结构优化影响因素与策略研究

2019 22
(总第785期)

商业经济研究

二〇一九年第十二期
【总第七八五期】

2019年中国商业十大热点展望之十

——快递从价格战转向服务战，物流业不断满足消费升级新需求

一、提质增效，智慧物流唱主角

国家邮政局数据显示，今年前三季度，全国快递业务量完成347.4亿件，同比增长26.8%；快递业务收入实现4246.3亿元，同比增长24%。另一方面也要看到，尽管我国快递行业的业务量和营业额在快速增长，但行业利润却越来越低，降本增效成为近几年物流行业的重点工作，而解决这个问题的重要抓手就是智慧物流的建设与应用。

近几年来，我国物流企业科技投入不断加大，部分企业研发费用占比已经超过营业额的5%。例如，顺丰控股一贯重视并积极开展智慧物流建设，重点放在人工智能、物联网、机器学习、智能设备等技术的综合应用，让机器解放双手、让人工智能助力决策、让智能设备汇集数据之源，让物流进入智能化、数字化、可视化、精细化的新时代。智慧物流技术已成为物流行业竞争的制高点和企业重要的核心竞争力。

截至目前，智慧物流初步实现了提质增效。2018年第三季度全国重点地区快递服务部分指标显示：快递运输环节平均时限为37.33小时，同比缩短0.73小时；寄达地处理环节平均时限为9.50小时，同比缩短0.24小时；投递环节平均时限为5.04小时，同比缩短1.09小时。由此可见，“最后一公里”的物流效率显著提高。物流行业时效提升还体现在“双11”电商大促中。2018年天猫“双11”开场仅30分钟，全国多地消费者就收到了刚刚下单购买的商品；“双11”期间，菜鸟和快递公司仅花费2.6天就完成了1亿件包裹的运输。此外，京东物流也让消费者体验到晚上下单，第二天一早就收到货物的快捷服务。

二、时代变化，价格战逐渐淡化

近几年来我国快递行业竞争非常激烈，价格战是企业间竞争的主要手段。但随着客户越来越重视快递服务的时效性、安全性以及服务体验，提高服务质量正在成为快递企业赢得商誉口碑的最重要因素。物流企业不再一味进行价格战，还有另外一个原因，那就是目前的快递价格已经很低，快递企业已无法再在价格上“挖潜”。国家邮政局数据显示，快递服务平均价格5年间从18.5元/件下降到12.7元/件，下降幅度31%。如此低的价格，物流企业的利润空间已经极其微薄，为了给消费者提供良好的服务，双11期间甚至必须上调配送费用，才能保障终端配送环节的服务。

由于上述两方面原因，物流企业不得不转变竞争策略，从价格战竞争转向服务竞争，并由此发端，在物流快递行业

开展了激烈的服务竞赛。2018年上半年，圆通采取多种措施重点保障快件时效并提升服务质量，客户投诉率逐步下降，平均有效申诉率则为百万分之4.94，较上年同期降低25.9%，服务满意度显著改善。

三、重视建立核心竞争优势，专业服务能力决定未来

服务是一个很笼统的概念，物流服务更是包涵诸多内容。在竞争激烈的当下，怎样的服务才具优势？什么样的服务能力才能引领未来？有实力的现代大型物流企业将努力方向锁定在精细化、有高附加值的专业服务上。目前，我国现代化的物流企业不仅提供物流服务，还开始拓展金融业务，发展供应链金融，向供应链其他环节延伸相关业务。快递咨询网首席顾问徐勇曾多次指出，为不同需求提供差异化的产品和服务，让消费者自由选择，是快递企业在同质化竞争中取胜的关键。如今，快递物流的差异化竞争局面已经出现，我国不少快递企业不仅按照时间需求推出不同时效的快递服务，还针对不同客户推出不同的个性化、专业化服务。

专家认为，2019年物流行业发展趋势将表现为以下方面：其一，科技进步推动的智慧物流将大行其道，并掀起更大的创新浪潮。2019年将是物流科技落地年，越来越多的成熟物流科技将更广泛地应用到企业之中，如现代化的分拣设备、传输设备、大数据支撑的信息化平台等，无人仓、无人机在发达地区及现代物流企业中也更多投入使用；同时，现代化的先进物流企业将一如既往地加大研发投入，一些试用的高科技产品也将加速落地，进入正常应用阶段。其二，现代化物流企业的供应链运营管理能力会更强，对供应链的协调掌控能力也将同步提高。进入21世纪，随着全球经济一体化与网络信息技术的迅速发展，物流的组织技术已进入全球供应链管理时代。先进的物流企业向供应链服务转型成为重要趋势，供应链能力也将成为检验物流企业综合实力的重要尺度。近两年，我国物流企业对供应链业务很是看重，同时该业务也具有非常高的附加值。业内专家认为，2019年物流企业将会在供应链服务领域展开更加激烈的竞争。其三，借力扩张，多方融合协同发展将成常态。自2018年开始，顺丰、圆通等物流企业开始与物流同行以及供应链上下游企业进行合作，比如顺丰与UPS、DHL、普洛斯、夏晖等物流企业的合作，彰显出相互借力，共同发展，合作共赢的特点。业内人士认为，2019年这种合作趋势会更加明显。

(中商联专家工作委员会供稿，执笔人 蒋永霞)



商業經濟研究

Journal of Commercial Economics

学术顾问

- 丁俊发 中国物流与采购联合会首席顾问
马龙龙 中国商业经济学会会长、教授
任兴洲 国务院发展研究中心市场经济研究所原所长、研究员
刘海飞 中国商业经济学会专家委员会副理事长、高级经济师
陈文玲 中国国际经济交流中心总经济师、博导
柳思维 湖南商学院经济与贸易发展研究院院长、教授
段若鹏 中共中央党校研究生院教授
荆林波 中国社会科学评价研究院院长、研究员
高铁生 中国商业经济学会专家委员会理事长
傅龙成 中国商业联合会副会长、中国商业经济学会副会长、研究员

专家评委

- 王先庆 广东财经大学商贸流通研究院院长、教授
王成荣 北京财贸职业学院院长、教授
李军林 中国人民大学书报资料中心副主任、教授
李骏阳 上海大学经济学院副院长、教授
吴小丁 吉林大学商学院教授
宋 则 中国社会科学院财经战略研究院研究员
郑勇军 浙江工商大学现代商贸研究中心主任、教授
赵 萍 中国贸促会研究院国际贸易研究部主任、研究员
洪 涛 北京工商大学教授
徐印州 广东财经大学原副校长、教授

(按姓氏笔划排名)

声 明

1. 本刊严格维护知识产权法，使用防抄袭系统。凡投向我刊的稿件，编辑部将使用 CNKI 提供的防抄袭系统对稿件进行甄别。作者文责自负，凡因侵权引起的任何争议，我刊不负连带责任。

2. 来稿凡经本刊采用，作者如无特殊声明，即视作同意授权本刊及本刊合作媒体进行信息网络传播及发行。同时编辑有权对文章题目、内容进行删改。

特此声明!

《商业经济研究》杂志社

目 录

商经理论	“新流通”产业链组织模式的优化变革	胡文静 王路云	5
	居民消费升级驱动我国商贸流通业发展效率提升的机制研究	高 远	9
	供给侧结构性改革下城乡结合商贸流通体系构建	程 沛	13
	区域市场化水平对商贸流通业发展的影响		
	——基于省级面板的实证	周永莲	17
	产业互联网视角下商贸流通业发展的新趋势	赵诗诗	20
	互联网经济对流通业发展的影响		
	——基于交易成本的中介效应	陈 杨 郭松明 高 杨	23
	流通供应链整合方式及动态能力的匹配性分析	梁 涛	26
	智能零售与中高端服务消费的协同发展探索	雷锦梅 刘 婷	29
	多渠道零售商线上线下协同策略研究综述	刘瑞强 孙浩杰 陈书扬	33
	流通业发展与经济发展绩效关系的实证分析	邱 岩 戴青青 杨建成	38
消费市场	居民消费升级与经济高质量发展		
	——基于中国省际面板数据的实证	薛军民 靳 媚	42
	城镇居民文化消费对经济增长影响的实证分析	张 梅 陈春伟	47
	基于总量视角的人口变动对居民消费影响的实证研究	李 健	51
	我国省际消费水平的收敛性及其影响因素分析	余素芳 陈 靖	55
	财税政策影响居民消费需求的实证测度	熊 瑶	59
	消费信贷对居民消费行为影响的实证研究	郝 政	62
	市场营销	价格一致性与功能互补性营销策略对品牌忠诚度的影响	崔 波
产品相互独立与双渠道供应链下零售商捆绑销售路径分析		王 旭	70
零售品牌形象、感知价值与消费者惠顾行为关系探讨		赵恩北	74
线上拖延对消费者购买行为的影响研究		侯 娜 孟胜阳 刘雯雯	78
顾客参与、服务质量感知与持续消费			
——以线上零售为切入点		岳秋荧	83
基于场景特征和数据的新零售商品智能推荐分析		朱舒威 张 浩	87
中产阶层消费的场景模式研究		王晓明 何沙倬	91
电子商务	社交电子商务的社交资本要素对顾客价值维度的影响分析	陈海英 崔宏秀	94
	区域农村电商多元化发展的市场证据及路径建议		
	——基于农村电商示范县的调研	周丽梅	99
电商平台责任与消费者权益的关系探讨	熊 艳 曾璋勇	103	

物流管理	物流业集聚与零售业协同发展					
	——基于省级面板数据的经验研究	王红卫	张民服	106		
	基于云物流环境的终端配送模式探析					
	——以物流超市为研究对象	郑伟	康建英	110		
企业管理	新零售环境下国内外购物中心商业模式演进路径比较	卢星冉	曹磊	114		
	商业模式与企业绩效关系探讨					
	——基于商业模式创新分类视角		李晶	118		
	市场导向、资源拼凑与商业模式创新的实证研究	郑洁如	贺筱	122		
	企业资本结构的代理成本效应分析					
	——来自国有上市公司的经验证据		张蕾	126		
	二元能力研究述评与未来展望	刘翔宇	程鑫玥	张迎新	130	
农村市场	流通产业集聚、城乡收入差距与农村居民消费关系研究	罗福周	唐佳	134		
	大数据背景下农产品双渠道供应链协同创新分析	励莉	顾建平	138		
	我国特色农产品现代流通渠道的优化策略		陈騫	陈萍	142	
	互联网时代我国农村消费市场发展探讨		徐天舒	146		
	“互联网+农村电子商务”的趋势模拟及比较		谢秋燕	150		
国际经贸	中国服务贸易结构优化影响因素与策略研究	杨洪爱	殷为华	153		
	基于异质性的中国贸易利得与市场结构分析		刘博文	157		
	全球价值链理论视角下国际经贸格局新变化					
	——以“一带一路”合作区域为例		王永红	162		
	基于PVAR的跨境电子商务、进出口贸易与经济增长互动机制研究	刘贤锋	周欣星	黄远云	李霄	166
	海洋物流对中国与东盟贸易影响的实证分析		黄艳	170		
资本市场	农村金融市场结构、金融效率与农村消费结构的关系研究		郭震	174		
	“一带一路”背景下中国境外合作园区投融资模式的实践	赵祚翔	李晨妹	王圣博	178	
产业观察	互联网产业与商贸流通业融合度测算：实证及发展策略		赖朝果	182		
	人口、空间与商贸流通产业相互影响效应的实证测度	熊尚鹏	严蔷薇	邱家明	186	
	基于菲德模型的我国商贸流通服务业影响力实证研究		崔文芳	李记林	189	

封二：2019年中国商业十大热点展望之十

CONTENTS

Research on the Improvement of the Efficiency of China' s Commerce and Trade Circulation Industry Driven by the Upgrading of Household Consumption	Gao Yuan	9
Exploration on the Cooperative Development of Intelligent Retail and High-end Service Consumption	Lei Jinmei,Liu Ting	29
The influence of price consistency and functional complementarity on brand loyalty	Cui Bo	65
Research on Bundled Sales Path of Retailers in Dual-Channel Supply Chain: Based on the Perspective of Product Independence	Wang Xu	70
Research on the Synergy Development of Logistics Industry Agglomeration and Retail Industry—Empirical Analysis from Provincial Panel Data.....	Wang Hongwei,Zhang Minfu	106
Analysis on agency cost effect of capital structure of enterprises—empirical evidence from state-owned listed companies.....	Zhang Lei	126
New Changes in International Economic and Trade Patterns from the Perspective of Global Value Chain Theory Take “one belt and one road” cooperation area as an example	wang Yonghong	162
An empirical analysis of the impact of marine logistics on China ASEAN trade.....	Huang Yan	170
Measurement of the Integration of Internet Industry and Commerce and Trade Circulation: Empirical Research and Development Strategy	Lai Chaoguo	182

《中文核心期刊要目总览》贸易经济类核心期刊
《中国人文社会科学期刊评价报告（AMI）》引文数据库收录期刊
RCCSE 中国核心学术期刊
《中国学术期刊网络出版总库》收录期刊
《中国知识资源总库·社会科学期刊精品库》收录期刊
“万方数据—数字化期刊群”全文上网期刊

《中文核心期刊（遴选）数据库》收录期刊
《中文科技期刊数据库》收录期刊
全国社科类核心期刊
中国人民大学书报资料中心“复印报刊资料”分类转载量排名前茅期刊
新华畅销图书经济类重点期刊
中文期刊网络阅读亚欧美排行前 100 名期刊

商業經濟研究

Journal of Commercial Economics

1982年创刊题名：著名书法家 舒同

主管单位 中国商业联合会
主办单位 中国商业经济学会
出版单位 《商业经济研究》杂志社

社 长 刘建湖
总 编 辑 王永平

社 址 北京市石景山路3号玉泉大厦809室
邮 政 编 码 100049
总 编 室 (010) 88258009
编 辑 部 (010) 88258665
办 公 室 (010) 88258676
发 行 部 (010) 88259846
网 址 www.j-ce.com.cn
在 线 投 稿 syjjyj@vip.163.com

国内连续出版物号 CN10-1286/F
国际标准刊号 ISSN 2095-9397
广告许可证 京石工商广字第0030号
国内发行 北京报刊发行局 邮发代号：2-207
国外发行 中国出版对外贸易总公司 发行代号：DK11066
出版日期 每月10/25日出版
印 刷 北京长阳汇文印刷厂



《商业经济研究》
微信公众号

ISSN 2095-9397



国内零售价：¥20元