

2017 年中国国内贸易发展回顾与展望

文章来源：商务部市场运行和消费促进司（国家茧丝绸协调办公室）

2017 年，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，全国商务系统不断增强政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，按照中央经济工作会议和《政府工作报告》部署，坚持稳中求进工作总基调，坚定不移贯彻新发展理念，坚持以提高发展质量和效益为中心，以供给侧结构性改革为主线，统筹推进发展流通、促进消费各项工作，大力实施扩消费专项行动，国内贸易保持平稳较快发展，规模稳步扩大，结构持续优化，效益不断提升，为稳增长、调结构、惠民生提供了有力支撑。

一、基本情况

（一）规模稳步扩大

一是社零总额连续第 14 年保持两位数增长。2017 年，社会消费品零售总额达 36.6 万亿元，比上年增长 10.2%，增速比上年回落 0.2 个百分点，连续第 14 年保持两位数增长。从消费类型看，商品零售额 32.7 万亿元，比上年增长 10.2%，占社零总额 89.2%；餐饮收入近 4 万亿元，增长 10.7%，占 10.8%。从企业规模看，限额以上单位消费品零售额 16.1 万亿元，比上年增长 8.1%，占社零总额 43.9%；限额以下单位消费品零售额 20.5 万亿元，增长 15.5%，占 56.1%。从主要商品看，限额以上单位汽车零售额 4.2 万亿元，增长 5.6%，占限额以上单位商品零售额的 28%，继续发挥顶梁柱作用，石油及制品、粮油食品、服装鞋帽针纺织品分别占 13.1%、10.2%和 9.6%。2013 年至 2017 年，社零总额年均名义增长 11.3%，实际增长 10.3%，增速比同期国内生产总值年均增速快 3.2 个百分点。



图1 2012-2017年社会消费品零售总额及其增速

二是网络零售额突破7万亿元。2017年，网络零售额达7.18万亿元，首次突破7万亿元大关，比上年增长32.2%，增速较上年加快6个百分点。其中，实物商品零售额5.48万亿元，增长28.0%，占社零总额比重达15%，比上年提高2.4个百分点；对社零总额增长的贡献率为37.9%，比上年提升7.6个百分点。我国网络零售不仅在规模上稳居世界第一，在商业模式、商品种类、支付方式、物流配送等方面也创出了中国特色。

三是国内贸易增加值突破10万亿元。2017年，国内贸易主要行业(包括批发和零售业，住宿和餐饮业，居民服务、修理和其他服务业，下同)实现增加值10.7万亿元，首次突破10万亿元大关，比上年增长7.1%，比同期GDP增速快0.2个百分点。其中，批发和零售业增加值7.8万亿元，增长7.1%，增速加快0.4个百分点，创下3年来新高，占内贸增加值72.7%；住宿和餐饮业增加值1.5万亿元，增长7.1%，增速加快0.2个百分点，创下7年来新高，占13.6%；居民服务、修理和其他服务业增加值1.5万亿元，占13.7%。

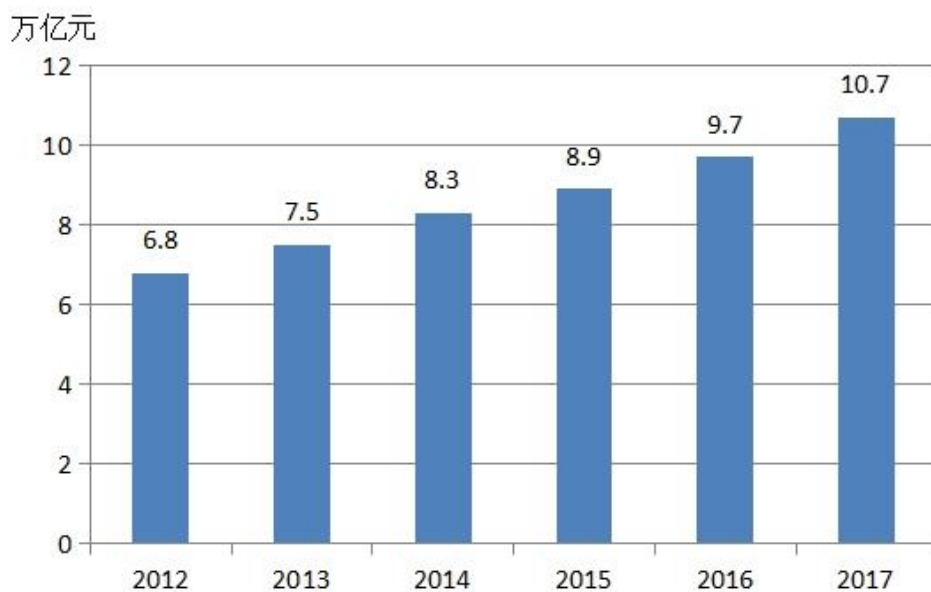


图2 2012-2017年国内贸易主要行业增加值

四是市场主体占全国总数三分之二。2017年，国内贸易新设市场主体1275.3万户，比上年增长14.2%，平均每天新设3.5万户。2017年末，国内贸易实有市场主体6674.7万户，比上年增长10.9%，比2013年增长55.6%。分行业看，批发和零售业5047.9万户，比上年增长8.3%，占内贸行业的75.6%；住宿餐饮业873.1万户，增长24.8%，占13.1%；居民服务、修理和其他服务业753.6万户，增长14.6%，占11.3%。分市场主体类型看，个体工商户5494.5万户，比上年增长10.2%，占82.3%；企业1180.1万户，增长14.4%，占17.7%，其中私营企业1080.6万户，内资（非私营）企业81.7万户，外资企业17.8万户。内贸市场主体占全国市场主体总数的68%，高居国民经济各行业首位。



图3 2013-2017年国内贸易市场主体数量及其增长速度

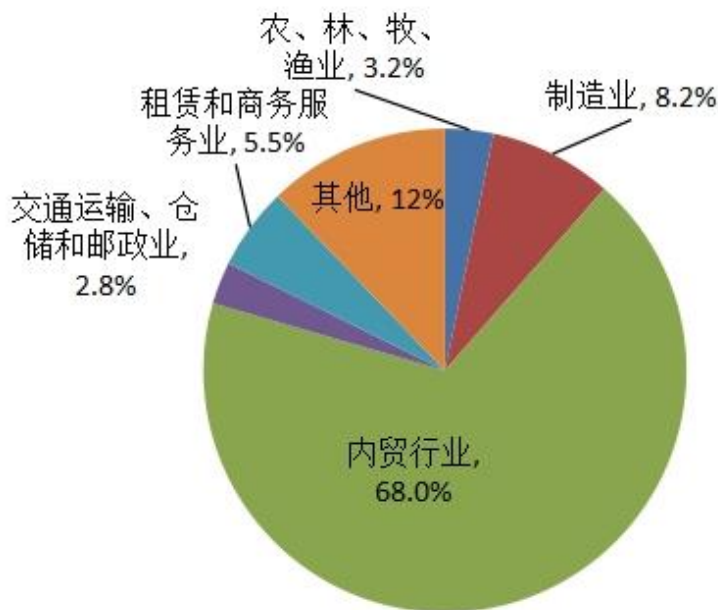


图4 2017年全国市场主体分行业构成情况

（二）结构持续优化

一是消费结构加快升级。随着居民收入水平提高、消费观念转变，消费者对高品质商品的需求快速增加，对服务性消费的需求不断释放，消费结构呈现加快升级趋势。从商品来看，智能节能家电、新型数码产品、新能源汽车等升级类商品销售旺盛。2017年限额以上单位家用电器和化妆品零售额比上年分别增长9.3%和13.5%，增速比上年分别加快0.6和5.2个百分点；通讯器材在上年较高增速的基础上仍保持10%以上的较快增长；尽管补贴政策退坡，新能源汽车销售仍增长了53.3%；SUV汽车销量突破1000万辆，比上年增长13.3%，增速明显高于普通汽车。从服务来看，休闲旅游、文化娱乐、健康养生等服务性消费成为新的消费热点。2017年国内旅游收入达4.57万亿元，比上年增长15.9%，旅游人数50.01亿人次，增长12.8%；电影票房收入559亿元，增长13.5%。北京市实现服务性消费额12213.6亿元，比上年增长11.8%，占市场总消费额的51.3%，比上年提升6.5个百分点，对总消费增长的贡献率达69.4%。

二是城乡结构不断优化。随着农民收入稳步提升，乡村流通基础设施日益完善，乡村消费品零售额增速持续快于城镇，城乡消费差距继续缩小。2017年，乡村消费品零售额首次突破5万亿元，达5.2万亿元，比上年增长11.8%，增速比城镇快1.8个百分点，连续6年快于城镇；占社零总额比重为14.2%，比上年提高0.2个百分点，比2012年提高0.8个百分点。城乡消费品零售额之比由2012年的6.5:1缩小为2017年的6:1。农村网络零售额

首次突破万亿元大关，达到 1.24 万亿元，比上年增长 39.1%，比全国整体增速快 6.9 个百分点。农村网商达 985.6 万家，比 2016 年增加 169.3 万家，增长 20.7%。全国 832 个国家级贫困县实现网络零售额 1207.9 亿元，比上年增长 52.1%，高出农村增速 13 个百分点。

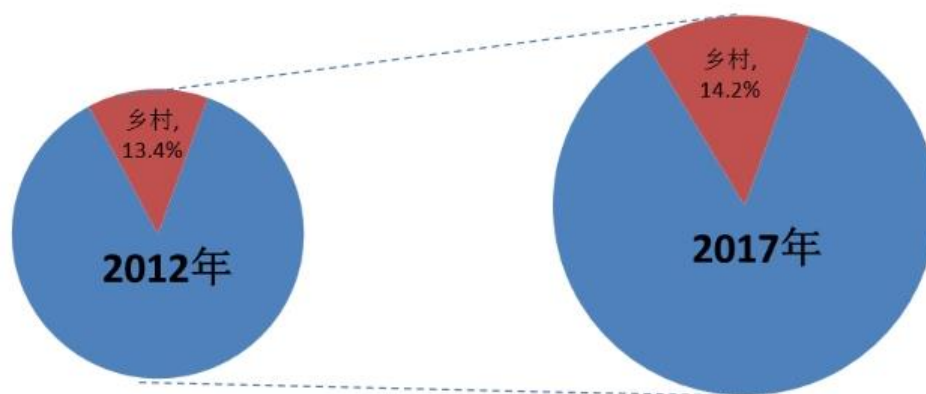


图 5 2012 年和 2017 年乡村消费品零售额占比

三是区域发展更趋协调。中西部地区经济加快发展，流通体系不断健全，消费市场持续保持较快增长，与东部地区差距逐步缩小。2017 年，中、西部地区社零总额均比上年增长 10.8%，增速比东部地区快 1.2 个百分点，比全国整体增速快 0.6 个百分点；占全国社零总额比重分别为 21.3%和 18.7%，比上年均提高 0.2 个百分点，比 2012 年分别提高 0.9 和 0.6 个百分点；社零总额增速列前 8 位的省份均来自中西部地区，其中西藏、江西、云南分别增长 13.9%、12.3%和 12.2%，增速居全国前三位。中西部地区电子商务发展势头迅猛，西部地区网络零售交易额比上年增长 45.2%，增速比东部地区快 12 个百分点，其中青海、西藏、甘肃等地网店数量增速居全国前列；广东、浙江、北京、上海、江苏等前五大省市交易额占全国比重由 78.6%降至 74.8%，区域集中度进一步下降。

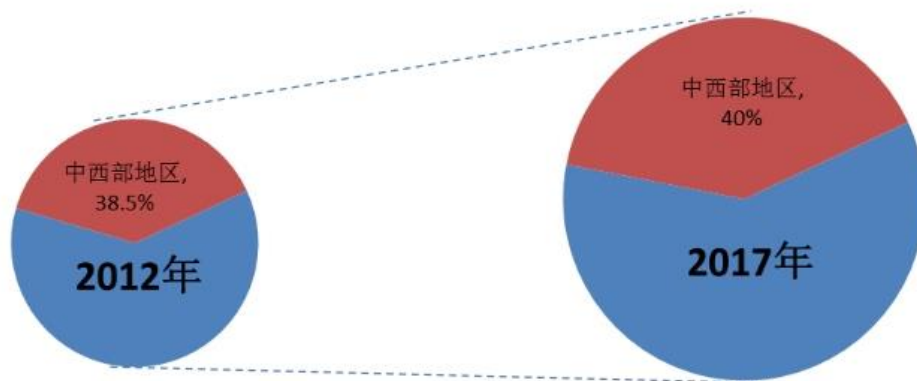


图6 2012年和2017年中西部地区社会消费品零售总额占比

（三）效益不断提升

一是**流通成本持续降低**。随着物流信息化、标准化、集约化水平不断提升，智慧物流、冷链物流、多式联运等先进模式加快应用，流通成本呈现持续下降趋势。2017年，社会物流总费用与GDP之比为14.6%，比上年下降0.3个百分点，比2012年下降3.4个百分点；每万元GDP所消耗的物流费用为1460元，比上年下降30元，比2012年下降340元。通过实施物流标准化专项行动，试点企业标准托盘占比达80%-100%，装卸货效率提升3倍以上，车辆周转效率提升1倍以上，货损率降低20%-70%，综合物流成本平均降低10%。

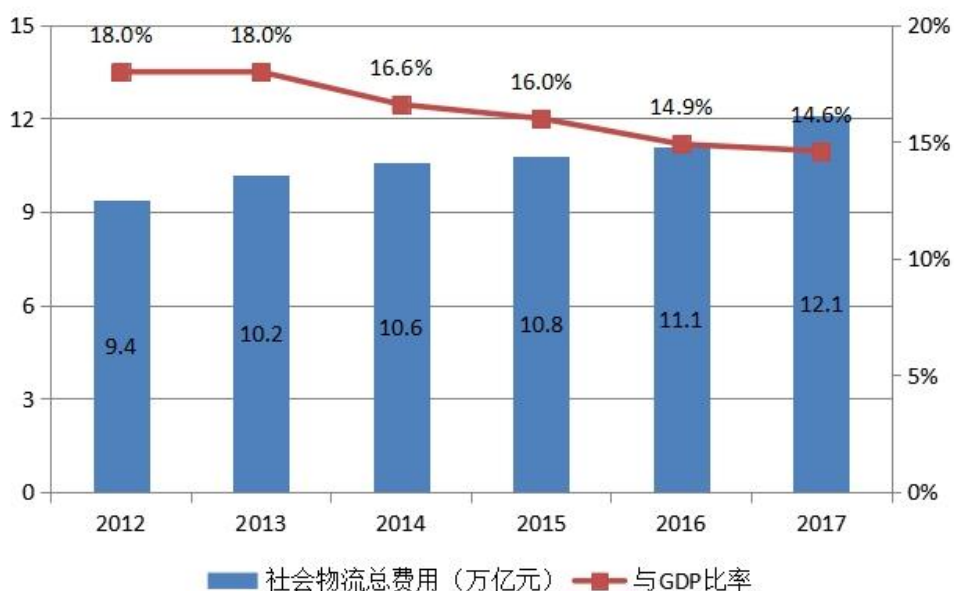


图7 2012-2017年社会物流总费用及其与GDP比率

二是流通效率不断提升。信息技术日新月异，经营模式不断创新，管理水平稳步提高，推动流通效率进一步提升。实体零售方面，2016年限额以上零售企业存货周转天数为41天，比上年减少7天；坪效为3.7万元/平方米，比上年增长5.7%；劳效为182万元/人，比上年增长8.5%。网络零售方面，电子商务与快递物流协同发展不断深入，物流配送效率明显提升，充分满足了消费者的网购需求。京东自营商品当日达和次日达订单占比超过85%，菜鸟联盟当日达和次日达服务范围超过1000多个区县。

三是经营效益明显改善。流通企业积极适应消费升级趋势，加快转变经营理念，创新经营模式，盈利能力明显增强。2017年，商务部重点联系的65家大型商品交易市场实现成交额4.4万亿元，比上年增长14%，占亿元以上商品交易市场成交总额的43%；利润额比上年增长8%。商务部重点监测的2700家实体零售企业营业利润和利润总额比上年分别增长8.0%和7.1%，增速比上年分别加快6.5和11个百分点。88家沪深上市零售企业实现营业收入1.3万亿元，比上年增长12.3%，增幅比上年扩大2.1个百分点；实现净利润353.7亿元，比上年增长34.5%，增幅比上年扩大19个百分点；60家企业净利润同比实现增长，比上年多11家。

（四）贡献显著增强

一是消费成为经济增长主引擎。2017年，最终消费支出占国内生产总值的比重为53.6%，与上年持平，比2012年提高3.5个百分点；最终消费支出对经济增长的贡献率达58.8%，比同期资本形成总额贡献率高26.7个百分点，比2012年提升3.9个百分点，连续第4年成为拉动经济增长的第一驱动力，消费对经济发展的基础性作用显著增强。

二是内贸成为经济发展主力军。2017年，内贸行业增加值占GDP比重达13.0%，比上年提高0.1个百分点，比2012年提高0.4个百分点，占比仅次于制造业，成为名副其实的国民经济大产业；占第三产业增加值比重达到25.1%，是其中第一大产业。内贸行业对经济增长的贡献率达12%，拉动经济增长0.8个百分点；对第三产业增长的贡献率达23.3%，拉动增长1.9个百分点。

三是内贸成为扩大就业主渠道。国内贸易成为吸纳就业的重要领域，为稳定就业、保障和改善民生做出突出贡献。2017年，国内贸易就业人数达1.92亿人，比上年增长10%，比2012年增长73%，占全国就业总人数比重达24.8%，占第三产业就业人数比重超过一半。全国每100名个体工商户就业人员中，就有79人从事内贸行业。电子商务、家政等行业带动

就业作用尤为明显，据测算，2017年全国电子商务从业人员达4250万人，家政服务从业人员近3000万人。

四是内贸成为税收增长主动力。2017年国内贸易主要行业实现税收收入2.4万亿元，比上年增长11.9%，占全国税收收入总额的15.5%，占第三产业税收收入的27.5%。其中，批发和零售业税收收入达2.1万亿元，比上年增长18.1%，增速比税收总额增速快7.3个百分点；占税收总额的比重为13.6%，比上年提高0.8个百分点；对税收增长的贡献率达21.3%。住宿和餐饮业税收收入581.8亿元，比上年下降12.1%，居民服务、修理和其他服务业税收收入2365.7亿元，下降20%，表明营改增政策发挥积极作用，相关行业税负明显减轻。

二、发展特点

（一）创新发展

以理念创新、技术创新、模式创新为核心的流通创新不断涌现，形成内贸发展新动能。

——**理念创新。**新零售、无界零售、智慧零售等新概念新理念层出不穷，引领内贸创新发展。阿里巴巴深入挖掘新零售内涵，提出新零售的核心是线上线下结合，是消费者、货物、仓库、配送与供应链结合。京东提出无界零售概念，即打破场景界限、货物界限、人企界限，推动线上线下一体化、服务深度定制化、场景交易融合化。苏宁推出智慧零售理念，即运用互联网、物联网技术，充分感知消费习惯，预测消费趋势，引导生产制造，为消费者提供多样化、个性化的产品和服务。

——**技术创新。**随着移动互联网、物联网、大数据、云计算、虚拟现实、人工智能等技术日新月异，电子支付、虚拟试衣、顾客识别、智能橱窗等商业应用快速推广。2017年，全国手机支付用户达5.3亿人，线下消费的手机支付比例达65.5%，比上年提高15.2个百分点。全国4000多万户小商家利用二维码扫描实现了收银环节的数字化。一些电商平台推出虚拟试衣功能，消费者只需设定身高、体重、肤色等条件，即可创建“我的模特”，在线试穿各种风格衣服。

——**模式创新。**以阿里盒马鲜生、永辉超级物种、京东7Fresh、苏宁苏鲜生为代表的“生鲜超市+餐饮”业态快速发展，消费者既可现场选购商品，也可线上下单、送货到家，购买食物后还可以现场烹饪加工、现场享用。社交电商异军突起，基于社交网络、信息分享、拼单等模式，迅速扩大市场份额。一些百货店加快商业模式创新，改变引厂进店、出租柜台等传统经营模式，建立买手队伍，发展自有品牌，实行深度联营。如大商集团推行“自有、

自制、自营、自销”模式，积极发展自有品牌，促进渠道扁平化，减少中间环节，强化核心竞争力。家政服务行业加快朝规范化、连锁化、品牌化方向发展，涌现出了一批服务规范、信誉度高、示范效应好、带动力强的家政企业。

（二）融合发展

内贸外贸融合、线上线下融合、产业跨界融合不断深化，激发内贸发展新活力。

——**内贸外贸融合**。跨境电商、市场采购、汽车平行进口等新型贸易方式快速发展，内外贸融合趋势不断加快。2017年，通过海关相关系统验放的跨境电商进出口总额达902.4亿元，比上年增长80.6%，其中出口336.5亿元，增长41.3%，进口565.9亿元，增长116.4%。商务部重点联系市场进出口额2133.6亿元，增长16.5%，增速比外贸进出口总额增速快2.3个百分点。天津等9个试点地区平行进口汽车13.6万辆，同比增长109%，车型近180个，比上年增加30多个，车价特别是中高端进口汽车价格下降明显。中国国际进口博览会筹备工作有力有序推进，已有1000余家企业签约参展，预计到会专业采购商15万人次，将为内外贸融合发展提供广阔平台。

——**线上线下融合**。线上平台加快“下沉”，线下企业主动“触网”，线上线下加速融合。阿里巴巴加大线下资源整合力度，积极布局便利店、生鲜超市等业态，与百联集团签署战略合作协议，入股联华超市、大润发、居然之家等实体零售企业。京东加快布局便利店、专卖店、生鲜超市、3C产品体验店等线下业态，打造线上线下一体化的全渠道模式。苏宁依托丰富的线下资源，加快布局PC端、移动端、电视端等线上业态，实施全渠道战略。“互联网+生活服务”蓬勃发展，一些餐饮企业通过团购、配送、上门服务等形式，实现外卖、订座、点餐、半成品配送、厨师上门等服务线上线下融合发展；一批O2O家政服务平台脱颖而出，促进了供需对接，提升了消费体验。

——**行业跨界融合**。各地大力推进商业、旅游、文化、体育等行业融合发展，促进资源整合，形成联动效应。广州市出台促进商旅文融合发展战略规划，打造天河路商圈等9大商旅文融合重点功能区，组建一批商旅文跨界经营的大型产业集团，形成商旅文融合发展新格局。广大流通企业主动适应消费升级新趋势，积极引入文化、娱乐、教育、亲子等元素，由传统销售场所向社交体验、家庭消费、时尚消费、文化消费中心等转变，如北京王府井百货大楼引入英国百年历史的哈姆雷斯玩具店，上海K11购物中心引入创意雕塑展，成都新世纪环球中心引入海洋馆、度假酒店等。

（三）智慧发展

智慧商圈、智慧商店、智慧生活、智慧物流快速发展，智慧流通体系加快形成。

——**智慧商圈**。各地大力推进智慧商圈建设，在加快硬件设施改造的基础上，积极引入大数据、移动互联网、室内定位等技术，打造集社交化、情景化、智能化于一体的智慧商圈，提升消费者消费体验。目前，上海徐家汇、广州天河路、重庆解放碑等商圈已实现 WIFI 全覆盖、智能导购、智能停车、大数据采集分析等功能，顾客依托手机 APP，可随时随地掌握商圈的门店分布、品牌类型、打折活动、信用评价、车位情况等信息，实现精准选购、快捷支付、快速泊车；商家也能够根据大数据分析，开展精确选品、实施精准营销、提供精细服务。

——**智慧商店**。各大电商平台纷纷布局无人值守商店，实体门店也积极引入自助支付、人脸识别、导购机器人、智能购物车等技术和设备，引领零售门店加快向智能化方向发展。阿里巴巴首家无人超市“淘咖啡”在杭州开业，顾客扫码进店、自助选购、刷脸支付，全程无人值守。京东“X 无人超市”设置智能货架，不仅能对消费者的购物习惯进行大数据分析，还能实现补货提醒、智能推销等功能。苏宁首家无人超市“Biu”在南京开业，人脸识别技术可捕捉用户信息，并通过大数据技术推荐商品。全家推出第四代智能便利店，引入微信扫码屏、电子购物屏、智能识别屏等设备，提升了购物体验。物美、永辉、华润万家等超市推出自助结账服务，为顾客节省了排队时间。

——**智慧生活**。生活服务领域新技术、新业态、新模式不断涌现，越来越多的老百姓享受到智慧生活带来的获得感和幸福感。北京市以智慧社区建设为切入点，推进智慧生活发展，截至 2017 年末，累计建成“一刻钟社区服务圈”1452 个，覆盖社区 2706 个，覆盖率达 87.5%；建成 208 个“社区之家”示范点，向社区居民开放内部服务设施 671 处，惠及 409 万社区居民。各地养老服务企业根据家庭经济能力和老人照护需求，提供多元化、专业化、个性化养老服务，扩大智能养老监护设备应用。

——**智慧物流**。商贸物流领域积极引入物联网、大数据、云计算、人工智能等技术及无人机、无人车、无人仓等设施设备，加强大数据共享和社会化协同，提升智能化水平。京东在陕西、海南、青海等地开展无人机配送服务，解决偏远地区配送难问题；推出全流程无人仓，实现从商品入库、存储、包装到分拣的全流程智能化和无人化。菜鸟通过大数据、智能技术和高效协同，与合作伙伴搭建智慧物流网络，使物流供应链上的不同服务商、商家和消

费者实现高效连接。苏宁运用先进信息技术打造“苏宁云仓”，实现入库、拣选、分拨、出库等全程自动化，每日处理货物 180 万件，效率提升 10 倍，订单最快 30 分钟出库。

（四）协同发展

城乡一体、区域协作、产业联动的发展格局加快形成，内贸发展的整体性、协同性不断增强。

——**城乡协同**。商务部等五部门联合发布《城乡高效配送专项行动计划（2017-2020 年）》，提出加强城乡配送网络衔接，形成衔接有效、往返互动的双向流通网络，打造“一点多能、一网多用、深度融合”的城乡配送服务网络。电子商务进农村工作扎实推进，2017 年新增示范县 260 个，累计达 756 个，其中国家级贫困县 499 个，重点建设农产品流通基础设施、物流配送体系、农村电商服务网点等，打通工业品下乡和农产品进城双向流通渠道，为满足农民消费需求、带动农民增收致富、促进城乡协同发展发挥了积极作用。

——**区域协同**。北京、天津、河北按照《京津冀商贸物流协同发展规划》要求，加快优化基础设施布局，促进技术标准对接，推进信息服务贯通，初步形成以北京商贸物流业态、模式创新为引领，以天津国际化、专业化物流为支撑，以河北集约化、绿色物流基地为保障的商贸物流发展格局。上海、江苏、浙江等地深入推进长三角区域市场一体化合作，协同推动供应链平台建设、现代物流体系建设、市场应急保供协作等工作，区域发展协调性进一步增强。湖北、湖南、江西等地按照《长江中游区域市场发展规划（2017-2020）》要求，实施优化商业功能布局、发展智慧流通等 9 项主要任务及物流体系建设、市场体系建设等 9 项重点工程，区域协同发展格局正在形成。商务部会同有关部门开展“百城万村”家政扶贫试点，推动北京、上海等家政服务需求大的城市与中西部贫困地区进行对接，助力脱贫攻坚，缓解供需矛盾。

——**产业协同**。商务部推动出台《国务院办公厅关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》，首次就供应链创新发展做出全面部署；在天津、上海等 17 个城市开展供应链体系建设工作，推动建设和完善各类供应链平台，提高供应链协同效率。会同有关部门在 11 个城市开展电子商务与物流快递协同发展试点，形成了一批可复制推广的经验和做法；推动出台《国务院办公厅关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》，从更高层面部署电商与物流协同发展工作。流通企业与生产企业合作更加紧密，通过建设供应链协同平台，及时准确传导需求信息，引导生产端优化配置生产资源，加速技术和产品创新，按需组织生产，合理安排库存。

（五）绿色发展

绿色流通加快发展，有效引导绿色生产和绿色消费，推动形成绿色发展方式和生活方式。

——**培育绿色流通企业。**商务部深入开展绿色商场创建工作，推进门店节能改造、节能产品销售和废弃物回收，目前全国已有 85 家购物中心被确定为创建单位；大力发展绿色餐饮，推动出台绿色餐饮标准，构建大众化绿色餐饮服务体系，培育绿色餐饮企业、绿色餐饮街区。北京翠微大厦通过使用高效压缩机、LED 灯、热能回收、数字控制等先进技术，推动空调、冷藏冷冻、照明、给排水、包装物等环节节能减排，取得良好效益。大型电商平台主动实施包装物回收再利用，引领行业走绿色发展之路，如京东推出可降解包装、减量包装、循环包装、闲置纸箱换京豆等，苏宁推出共享快递盒、牛皮纸胶带、零胶纸箱等。

——**促进二手商品流通。**商务部积极推动取消二手车限迁政策，完善二手车流通体系，促进二手车消费。2017 年，全国二手车交易量达 1240.1 万辆，比上年增长 19.3%，交易额 8092.7 亿元，增长 34%。“互联网+二手商品”蓬勃发展，旧货流通焕发新活力。阿里巴巴旗下闲置物品交易平台闲鱼注册用户达 2 亿人，其中活跃用户超过 1600 万。58 同城旗下二手商品交易平台转转 2017 年交易额达 258.49 亿元，用户数突破 1 亿人，其中“90 后”人群占比超过 56%。

——**创新再生资源回收。**商务部大力推进再生资源回收行业转型升级，总结推广创新模式，构建新型回收体系；配合国务院法制办修订《报废汽车回收管理办法》，加快制定相关配套标准和实施细则。2017 年，我国废钢铁、废有色金属、废塑料、废轮胎、废纸等十大类再生资源回收总量约为 2.86 亿吨，比上年增长 11.4%；回收总值 7621 亿元，增长 29.1%。回收废旧机动车 174.1 万辆，其中汽车 147.2 万辆，为扩大新车消费创造了空间。

三、存在问题

（一）发展不平衡不充分的问题仍较突出

城乡发展不平衡，城市流通体系较为完善，农村流通体系还存在不少短板。据调查统计，目前农村人均商业设施面积仅有城市的十分之一，农村人均消费品零售额仅为城市的五分之一。区域发展不平衡，2017 年东部地区人均社零总额达 3.5 万元，是中部地区的 1.7 倍，西部地区的 1.9 倍。优质商品供给不充分，老百姓的一些需求在国内得不到满足，造成消费外流。据初步估算，我国居民一年去境外购物大约 2000 亿美元。服务供给不充分，难以满足快速增长的服务消费需求。

（二）发展质量和效益还不高

尽管近年来流通行业降本增效取得了积极成效，但与发达国家相比，仍存在不小差距。2017年，我国社会物流总费用与GDP的比率为14.6%，比世界平均水平高约5个百分点，接近美国的两倍。果蔬冷链流通率仅有20%左右，损耗率高达20%-30%，而发达国家的果蔬损耗率一般控制在5%以下。超市平均存货周转率为7.7次，商品周转一次需47天，而美国超市平均周转率为19次，周转天数不超过20天。

（三）消费环境有待改善

尽管近年来消费环境有了明显改善，但与人民群众的期盼相比，仍有一定距离。一些领域市场秩序不规范，商务信用缺失，假冒伪劣、虚假宣传、商业欺诈等现象屡禁不止，消费者维权难度大、成本高，导致其不敢消费、不愿消费。2017年，全国消协组织共受理消费者投诉72.7万件，比上年增长11.2%，其中合同纠纷、售后服务、质量安全、虚假宣传等问题较为突出，案件量占比分别为31.1%、28.4%、21.8%和5.9%。

四、前景展望

综合分析国内外形势，下一步国内贸易发展既面临许多有利条件，也面临不少困难和挑战。从有利因素看，随着新发展理念日益深入人心、供给侧结构性改革持续推进，宏观经济运行将延续稳中向好态势，为内贸发展创造良好条件。对外开放不断深化，营商环境持续优化，发展流通、促进消费各项政策措施逐步落地见效，为内贸发展释放新红利。乡村振兴战略、区域协调发展战略加快实施，“一带一路”建设、京津冀协同发展、长江经济带发展战略深入推进，为内贸发展打造新格局。城乡居民收入水平持续提高，中等收入群体不断壮大，脱贫攻坚向纵深推进，为内贸发展拓展新空间。新一轮科技革命和产业变革蓄势待发，各种新技术、新产业、新业态、新模式不断涌现，为内贸发展增添新动能。

从挑战看，消费升级面临供给瓶颈制约，汽车、住房两大消费热点趋于平稳，其他消费新增长点暂时难以形成足够支撑，消费增长后劲有待增强。制度性交易成本仍然较高，人工、房租等成本上升，一些流通企业特别是中小企业经营困难。资源环境制约加剧，粗放型发展方式难以持续，内贸绿色、低碳、循环发展任重道远。世界经济有望继续复苏，但不稳定不确定因素依然很多，主要经济体政策调整对全球产业布局和资本流动带来外溢影响，贸易和投资保护主义上升，地缘政治风险较多，内贸发展面临的外部环境仍然错综复杂。

总的来看，2018 年国内贸易将继续保持平稳发展势头，引导生产、促进消费、扩大就业、稳定经济增长的作用将进一步凸显。预计全年社会消费品零售总额比上年增长 10%左右，网络零售额增长 30%左右，内贸行业增加值增长 7%左右，消费对 GDP 增长的贡献率稳定在 60%以上，继续成为经济增长的第一驱动力。