

大数据视角下智能化物流的火箭发展模型

孙彬,王欣

(新疆财经大学 信息管理学院,新疆 乌鲁木齐 830012)

[摘要]大数据驱动着智能化物流的实践,但在发展中却出现许多资源衔接不畅问题,成为影响物流经济发展的较大隐患。文章基于物流业智能化创新发展的视角,实例分析大数据对物流业务智能化的引领作用,总结出“助推器”“载荷舱”和“箭头舱”等核心模块,形成“火箭式”发展模型。结果表明:实施大数据与智能化物流的高品质融合,能维系物流经济的市场侵蚀、技术创新和客户价值集聚等优势,形成物流业高质量发展的可靠途径,助推全球人类命运共同体和社会治理现代化的进程。

[关键词]大数据;物流;智能化;高质量发展

doi:10.3969/j.issn.1673-9477.2021.02.006

[中图分类号]F252

[文献标识码]A

[文章编号]1673-9477(2021)02-028-06

近年来,大数据物流在传统经济市场中的智能化创新现象频发,逐渐渗透到全球经济活动的各个角落,促成了经济社会的智能化新格局。在大数据和智能化物流的交织推动下,全球经济进入数字经济的高潮阶段^[1]。2016年到2017年网络购物净增长1.4亿元,大数据物流成为时代经济特征。在物流业取得长足发展进步的同时,物流业还存在较大的发展障碍,成为影响经济社会发展战的较大隐患^[2],业务发展不平衡不充分问题^[3]和联运转运衔接设施短板问题^[4]成为影响民生的首要瓶颈,突出物流经济治理现代化的紧迫性和必要性。

大数据与物流智能化体系具有广泛而深远的内在联系。大数据通过提供一套全新的数字化功能,改变了物流业务指标和客户期望,启动了智能化工具,拓展了物流业“为民服务”的触角。面对物流智能化的诸多新问题和新挑战,在经济社会命运共同体理念的引领下,深入分析大数据对物流经济的引领作用,明晰当代物流经济的新架构和新规律,对经济社会的高质量物流发展具有积极而深远的意义。

一、文献梳理

国外学者在大数据和智能化物流等领域,成果丰富,引起广泛关注。例如:智能化物流是传统经济企业达成跨越式发展的驱动力,能助力经济社会步入高品质发展道路^[5]。大数据物流新技术,对传统经济社会的产业创新,产生显著二次曲线正向影响^[6]。智能化物流利用“弯道超车”方式,提高经济

实体的创新效率和竞争优势^[7]。智能化物流能升级弱势公司与在位公司的资源集成和协同创新效用^[8]。物流业务智能化是相对的,对有些企业来说属于智能化创新,对其它企业来说,则不属于智能化创新^[9]。国外研究成果丰富,催生了大数据和智能化物流协同一致的规范化进程,展示了大数据与智能化物流的融合的发展前景。

国内学者在大数据和物流智能化创新等领域有大量研究成果,多属于实践应用层次,理念融合特征显著。例如:智能化物流的创新理念从传统经济技术上延伸而来,面临着资源集成效用低下的难题^[10]。物流资源实施高效能集成是在当代物流经济实体迈出营销困境的有效途径^[11]。基于物流大数据和人工智能技术,可以提升物流资源的协同共享水平,重构营销产业链^[12]。以物流科技创新为横坐标,以发展路径为纵坐标,构建智能化物流资源协同模型^[13]。物流资源集成是一种网络经济特征的模式异变,能呈现出新型大数据经济的优势状态,展示出许多发展新机遇^[14]。将大数据理论结合物流贸易体系,重构价值创新的逻辑源头,能形成对物流经济市场的高效能资源集成作用^[15]。随着互联网技术的不断进步,越来越多物流实体通过智能化,来升级物流经济资源的集成化功效^[16]。面对市场价值与客户需求的精准化对接需求,需要构造智能化物流资源集成的新理念,形成物流业精细化发展的新对策^[17]。由此可见,在物流智能化创新的过程中,大量物流业务缺乏资源集成模型的有效支撑,虽

[投稿日期]2021-02-28

[基金项目]国家哲学社会科学基金项目“‘一带一路’背景下新疆现代物流业发展战略研究”(16BGL198)研究成果

[作者简介]孙彬(1970-),女,黑龙江牡丹江人,教授,研究方向:技术经济及管理。

然已经有一定的市场资源集成经验,但在业务架构、价值取向、市场构造和产业融合等方面,发展瓶颈众多,集成能力还不够强,存在经济发展不平衡、不充分的问题。需要进行大数据视角下的物流资源智能化的集成模型研究,增强物流业高质量发展的内生动力。

二、大数据与智能化物流的集成化机理

在现有经济市场中,当代流通经济实体需要现代化物流贸易轨道,吸取大数据物流与智能化创新的融合优势,不断拓宽发展瓶颈,并以此构建面向全球市场的核心竞争力。

(一) 大数据与智能化物流的融合机理

依托大数据新媒体平台的市场动员能力,物流贸易能精准化侵蚀传统经济市场的产品销售领域,增强物流高质量发展的内生动力。物流业务精准化侵蚀传统销售领域的主要表现:侵蚀新产品销售领域、中低档产品销售领域和高档产品销售领域。物流业务需要准确解读大众需求,从满足客户需求出发,开辟新产品销售领域,抢占大众市场,为客户提供传统产品与服务所不具有的新效能。目前,大数据物流的智能化创新特征主要是颠覆性创新、智能化新技术应用、经济资源高效集成等,这些都赋有冲击现有传统经济市场的特性和新内涵^[18]。

1. 颠覆性创新。利用大数据技术,开辟新产品销售领域,创造新产品和新服务,从应用市场、门户网站等收集客户对销售活动的反馈,挖掘客户新的需求,在新产品销售领域中取得市场侵蚀实效,形成全新的体验式消费营销体系。

2. 智能化新技术应用。将科技新技术作为智能化工具,进行营销内容的创新,如:客户情绪体验、人工智能、机器人配送和自然语义分析等方法,能更精准地把握产品的流行趋势。通过精准化营销、精准化制造和精准化追溯,物流业务集聚客户市场的新兴创新价值,掌握自主性核心技术竞争优势,赢得市场营销主动权^[19]。

3. 经济资源高效集成。全面精细化梳理已有物流营销资源,创设推动物流贸易的高质量营销流程,满足产品服务的高水平客户服务,在现代化经济市场中建立的不可替代性的物流贸易市场优势。依托高能资源集成,树立市场地位,集聚创新价值,为其它价值链实体提供发展机遇和资源支持,形成颠覆式创新发展的智能化资源体系。

大数据与智能化物流的资源集成,能建立物流

经济领域的社会治理现代化和全社会共同价值取向,推动现代物流业与制造业深度融合,进而形成一个横跨整体行业的营销命运共同体。智能化物流集成的终极目标是构建面向全球经济市场的核心竞争力,以大数据分析来建构社会资源凝聚、体验经济流程和智能搜索引擎等职能,实现物流贸易资源的智能化创新发展新格局。

(二) 大数据物流的火箭发展模型

大数据物流的智能化创新路线,展现出“火箭式”的创新发展格局。大数据智能化条件下的物流业务,囊括了入股融资者、生产者、营销者、供给者和终极客户等多种参与者。大数据与物流智能化创新的“火箭式”发展模型(图1),包含真实追溯、精准化营销、精细化制造、客户价值升值和价值共识等技术模块。该模型由下到上,建构了强劲的市场侵蚀活动的推动力引擎,能有效形成物流经济各种资源高效衔接和高质量发展的攻坚武器。大数据“火箭式”发展模型,为物流智能化提供了更简单的节点、更突出的效率、更少量的库存、更优质的服务。

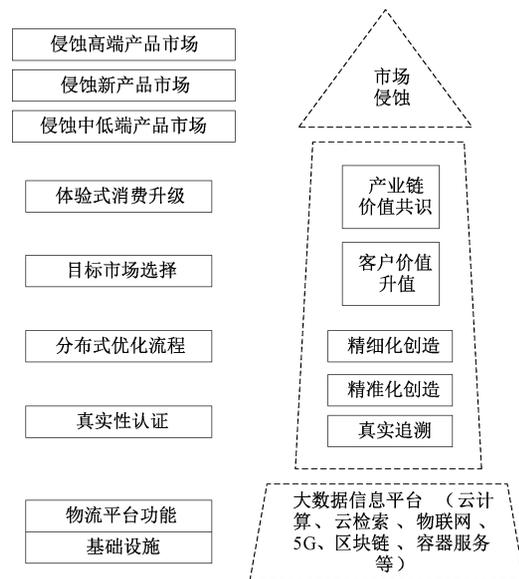


图1 大数据物流的智能化发展框架

大数据与物流智能化的“火箭式”发展模型,强调“远程营销”的精准化市场侵蚀、精细化核算、事实追溯和全社会价值共识等职能。在大数据物流的“火箭式”创新发展的资源集成格局中,大数据技术平台是根基,组成助推器;真实性追溯、精准化营销和精细化制造(科技进步和更新换代)等关键业务环节,构成控制仪器舱;经济价值养成(客户价值升级、价值集聚和物流价值共识)是目标,构成有效载荷舱;市场有效侵蚀,引发新产品与服务的价值集聚反

应,构成智能化创新的箭头舱。

1. 助推器

大数据时代,物流行业智能化创新的动力源泉是科技新技术。基于大数据平台的信息化引擎支撑,物流业全面展开智能化进程。大数据信息平台是根基条件,网络化市场信息是助推的原料,组成了助推器要件。在人工智能新技术为物流业务带来“甜头”的同时,面临着“联运转运衔接设施短板”的挑战。如何将人工智能与物流资源深度融合,更好地将高新技术服务于客户,是物流经济实体需要重点探究的实践内容。基于大数据物流的资源融合模型,进行大数据深度检索和聚类,健壮信息流通渠道,能助推网络化设施的精细化衔接局面,是物流业务实施科学治理现代化的物质基础。

2. 控制仪器舱

控制仪器舱的核心职能是完成物流业务的精准化过程,包括精准化营销、真实性追溯和精细化制造等。

(1)精准化营销。利用大数据技术,对市场资源进行调整和优化配置。在大数据业务统筹的基础上,对客户数据市场进行挖掘与分析,通过建立客户习性数据库,精准把握客户的内在需求和兴趣偏好,形成客户最为关注的产品属性,精准定位可行性营销范式,实现高回报物流营销业绩。如:根据市场偏好进行精准化物流业务的定向投放,从而满足客户个性化需求出发,将现代化物流服务更为精准地传递给消费者。在大数据视角下,客户价值集聚是多方面市场参与者共享的结果,对经济市场的智能化创新活动,体现出不可替代的关键作用。

(2)精细化制造。通过大数据思维和大数据检验,吸取客户市场偏向,重构产品制作的市场标准和工艺流程,准确应对消费者的切实需要,形成具有自主核心技术的市场竞争能力。精细化制造通过大数据的整合作用,让物流产业价值链汇集不同类型的生产企业,以群体化互助和团队科技攻关的形式,来提高整体敏捷制造和二次创新的市场应对水平。在物流贸易产业链中,精细化制造将物流贸易体系(智能市场渠道)与产品加工实践相结合,使得各个企业的创新价值均由产业链平台转向全球销售市场,最终实现自主核心技术条件下的营销模式升级。

(3)真实性追溯。由于互联网经济领域的诚信缺失问题,诞生了大数据的真实性追溯需求。真实性认证是智能化物流的关键步骤。如:应用区块链技术实现全链用户共识,验证的抗抵赖过程。大多数物流实体,通常因构建真实性追溯系统的成本较

大,而选择忽略诚信认证环节。大数据火箭模型通过整合认证信息,创设人工智能算法,实现自动认证过程,形成一套无人值守的低成本诚信认证体系,保障将物流客户带向数字化的高度诚信时代。

3. 载荷舱

载荷舱是大数据物流火箭式发展模型的核心,体现出社会价值养成过程,包括客户价值升级、客户价值集聚和客户价值共识等内容。

(1)客户价值升级。在体验式消费的经济时代,物流贸易市场的入股者、建造商、经销商、供货商、消费者与行业组织等,均融入到体验式市场运筹的消费空间中,形成营销命运共同体模式。物流贸易市场充分融合体验经济特征,在产品和服务的功能、容易性、真实性、实用性等方面,均实现精细化的体验度、满意度和个性化程度测量,来升级客户价值。

(2)客户价值集聚。各经济主体合作协同,改良体验式客户服务水平,促进客户价值升级,并加快价值网络的价值集聚。在网络经济条件下,面对个体价值及其微小的稀疏性价值,大数据技术将各类客户价值集聚(长尾效应),划分低端市场和中高端市场,从而发现客户价值升级的契机,重构智慧物流供给的生态体系。

(3)客户价值共识。大数据物流贸易,旨在促成产业链成员,自觉自愿形成公平公正的群体性营销公约和价值取向。在人类命运共同体理念基础上,寻求全社会各种经济实体的价值共识,达成核心价值发现途径的广泛认可。价值共识能持续推动物流企业的价值创新,逐步构建面向全球化市场营销的准入规则、运转监督标准和文明治理规范。物流贸易的全球市场共识规范,不再是单一的物流贸易产品和服务的收益价值问题,而是关系到全球社会文明进步价值的升级。

4. 箭头舱

大数据物流的“箭头舱”的职能,是突破市场保护堡垒的攻坚武器,完成市场侵蚀的有效保障。市场侵蚀是物流贸易经济实体取得颠覆性成功的最重要环节,使企业创造出的新价值,得到产品销售领域的认可,是新生业态颠覆旧贸易格局的过程。“箭头舱”帮助物流贸易实体对传统营销领域,实施有效侵占渗透。物流贸易市场侵蚀的成果,很容易被新兴的其它实体再次颠覆。如何保持住市场侵蚀的成果,是摆在各级物流贸易经济实体面前的现行难题。火箭舱的最终目标是:将高性能、高体验度的新产品(服务)推广到新市场领域,侵蚀陈旧产品服务霸占的传统市场,激发客户价值升级过程,持久延续市场

侵蚀的营销成果。实践结果证实,火箭舱基于低价、高质、易用和性能卓越,远程侵蚀优势不可替代,是实施颠覆性创新的基本保障。

总之,大数据与物流智能化发展的火箭模型,将引领经济社会的物流科技进步和高效率资源集成,是新时代物流贸易跨越式发展的催化剂,为物流贸易实体提供更加直观的战略导向和升级途径,满足全球大众体验式消费的幸福期许。

三、实例验证与分析

中国物流贸易经济实体置身于大数据技术背景下,产生了许多智能化创新的发展案例,可以验证大数据与物流智能化“火箭型”模型的适用性,并进一步明晰物流资源高度集成化的整体协同效能。

(一) 大数据基础平台

许多大数据物流经济实体,通过大数据平台和人工智能应用,实现了智能化技术创新,并对传统物流业务的运作方式不断革新。例如:启用计算机分布式运算架构,有效实现物流业务数据及物流业务周边数据环境的采集、加工、过滤、认证和加密等功能;对庞大而复杂的物流数据集,进行客户稀疏价值的快速检索、价值聚类、结果提炼与实践检验等,为物流贸易过程提供完整、可靠的数据支持功能^[20];物流业务与公交公司、汽车车队、供应商和零售商积极开展合作,将机器人、图形码、移动支付、刷脸支付、云闪付等支付业务上线,促进物流业务的体验消费舒适度,创设“智能便民”的大数据物流基础设施,树立了智能化服务应用的标杆^[21]。由于大数据等智能化技术的升级,物流业务的智能化设施设备全面改良,使得传统的物流经济的组织结构和业务流程全方位升级,例如:顺丰的无人仓和无人车、京东的无人送货机器人和阿里巴巴的无人超市等。

大数据核算的效能显著。例如:京东建立了自设仓配物流网络,在全球创设的7大物流运转中心,在全球100余座城市中的123个大型仓库,构建3,210个自提点和配送站,覆盖了全球各地的经贸市场,实现仓储配送与订单集成的高效能数字化核算^[22]。数字化仓库、实时运输、准时配送等多种业务核算系统,成为大数据物流体系与体验式经济活动关联的关键性基础支撑结构。

(二) 大数据精准化营销

随着智能化经济技术的发展,产业效能提升,客户消费水平提高,各地物流公司均积极实施精准化

营销的转型,主要表现为:精准化营销、精准化制造和精准化追溯。

大数据精准化营销能动员更多经济资源,更加精细化地核算,更高效地经营,充分融入体验式消费经济的高速轨道。例如:精准化智能业务调度,通过深度学习和人工智能模拟,激活物流贸易体系内的沉淀资源,形成物流业务优化产业链^[23]。基于智能物流技术为支持,许多物流贸易企业,已经自主研发了在线仓库管理系统和自动化物流配送系统,通过搭建客户体验匹配测算和个性化推荐销售模式,精准化应对了订单量喷发式增加的局面,满足了消费者个性化突增的体验式消费需要,形成了O2O精细化营销新范式^[24]。网络化大数据精细化调控市场规范,在提升工作效率、减少运转成本的同时,将市场运转范式与消费者嗜好完全匹配,精准化对接,成为大数据精准化营销的第一要义。

很多加工型实体依托物流贸易产业链在价值链分工方面的优势,得到准细化对接用户市场、精细化生产加工的契机。例如:海康商务在物流业务过程中,各级加盟经济实体利用大数据销售预测,将客户需求、商家产品和大数据物流体系进行优化集成配对,精细化定制产品、制定自主研发计划和开辟智能化服务流程^[25],实现商品从车间到消费的全程精细加工。

真实可靠性追溯是物流贸易保持智能化效益的关键步骤。大数据追溯畅通了物流信息链,加强社会物流活动全程监测预警、实时跟踪查询,全方位保障物流业务的安全可靠性。真实性物流业务认证平台展开了全方位社会化共识认证布局,个别企业甚至启用了“区块链”技术。例如:顺丰物流通过大数据认证平台,对物流信息实现全流程真实性追溯,建立防伪追溯平台,不但促进了客户的一致信赖,更扩大了物流业务声誉和质量。又如:阿里物流在生鲜、生鲜、乳制品等物流业务中,客户可以通过扫描产品包装底部的二维码,能详细了解各项产品数据和信息,实现产品信息全程可追溯。真实可靠性追溯是客户获得真实可认证的体验式消费的基础。

(三) 客户价值集聚

大数据物流客户价值集聚体现出大数据物流智能化创新的“载荷舱”效用。利用大数据分布式的AI人货匹配技术,围绕客户价值升级要求,以竞争、合作和沟通的价值链思维为基础,共创市场价值增值。例如:物流业务的人工智能系统,能从客户的上网的时间模型和信息评价模型等层面,精确地挖掘

客户消费倾向,形成大数据聚类结果,动态地推荐客户购买清单^[26]。中国物流始终秉持客户价值升级的理念,将客户价值升级视为经济企业进步发展的核心标志,实施产业链价值创新的有效凝聚。例如:京东物流自主研发智能物流客户管理系统和物流决策系统,为生产厂家提供备选方案,同时为消费者量身定制购买方案^[27]。由于互联网经济市场庞大,中国物流经济实体打破了传统经济的价值网络边界,以客户价值集聚为核心,在差异化竞争中取长补短,主导体验式消费过程,深入理解新时代客户消费者心理,实现了消费者、商家和物流经济实体的共赢^[28]。中国物流贸易企业通过构建贸易价值共识体系,与广大消费者、众多经济实体和科技研发机构,共同达成社会大众广泛认可的商品价值交换契约,获得全球各地的广泛认可和广泛认同,成为营销业绩升值的核心环节。

(四) 市场侵蚀新格局

市场侵蚀新格局展示了“火箭式”发展模型的“箭头舱”作用。借鉴客户价值聚类的分析成果,量化客户体验消费倾向,根据市场仿真预测,确定目标市场,实施市场侵蚀和颠覆性创新。例如:在2017-2019年的3年时间里,中国物流业表现出对全球市场的全面颠覆性创新格局^[29]。许多物流企业专注于实施市场侵蚀计划和整体性产品市场颠覆计划,最终成功完成了与对全球经济市场的产品服务的有效侵蚀。例如:中国的顺丰物流依托智能化设施,对全球各地传统经济市场进行了市场侵蚀,具有显著的颠覆性创新成效。

四、总结与启示

新时代条件下,物流业暴露出发展不平衡、不充分和联运转衔接设施短板的严重问题。基于大数据与物流智能化创新的资源集成化角度,构建“火箭式”发展模型,从“箭头冲击舱”“载体舱”“协议控制舱”和“助推器”4个部件,展示智能化高质量资源衔接的应对方案,切合物流业集成化转型发展的实际,推进了物流经济治理现代的进程。“火箭式”发展模型的研究结果,为物流智能化转型带来重要的发展启示:(1)利用大数据和人工智能等新技术,能构建高质量物流基础设施网络体系,升级物流新业态,形成一批跨区域物流活动的智能化设施,解决联运转衔接设施短板难题。(2)探索市场化机制下精准化物流资源的整合利用新模式,能促进现代物流业与制造业深度融合,形成具有自主核心技术能力

的枢纽性物流贸易企业。(3)结合现代化消费时尚的体验式营销理念,能实现物流客户的高水平服务和价值延伸,形成智慧物流的市场价值集聚效应。(4)物流市场资源的集成化改良,能加强面向全球市场资源的侵蚀能力,形成具有长效机制下的颠覆性创新局面。

参考文献

- [1] 靳宗振,罗晖,曹俐莉. 发展颠覆性创新的导向策略研究[J]. 中国软科学,2017(9):168-174.
- [2] 黄惠良,吴志华. 大数据时代的物流信息安全意识亟待强化[J]. 物流技术,2013(22):18-23.
- [3] 李隽波,谢奇洁. 谈如何缓解“双十一”物流曲棍球棒效应[J]. 对外经贸实务,2014(4):89-91.
- [4] 张锦,陈义友. 物流“最后一公里”问题研究综述[J]. 中国流通经济,2015,29(4):23-32.
- [5] 梁冰,张凤杰,陈继祥. 颠覆性创新与后发企业跨越式发展[J]. 技术经济与管理研究,2008,159(4):24-26.
- [6] Kumaraswamy A, Garud R, Ansari S. Perspectives on disruptive innovations[J]. Journal of Management Studies, 2018, 55(7):1025-1042.
- [7] Osiyevskyy O, Dewald J. Explorative versus exploitative business model change: the cognitive antecedents of firm-level responses to disruptive innovation[J]. Strategic Entrepreneurship Journal, 2015, 9(1):58-78.
- [8] 何黎明. 中国智慧物流发展趋势[J]. 中国流通经济, 2017, 31(6):3-7.
- [9] NAGY D, SCHUESSLER J, DUBINSKY A. Defining and identifying disruptive innovations[J]. Industrial marketing management, 2016(57):119-126.
- [10] 张枢盛,陈继祥. 颠覆性创新的框架分析及技术的角色[J]. 科技进步与对策,2013(2):1-3.
- [11] 陈雪雁. 破解在位企业颠覆性创新障碍:基于二元性组织的视角[J]. 吉林工商学院学报,2017,33(1):51-54.
- [12] 何黎明. 中国智慧物流发展趋势[J]. 中国流通经济, 2017, 31(6):3-7.
- [13] 靳宗振,罗晖,曹俐莉. 发展颠覆性创新的导向策略研究[J]. 中国软科学,2017(9):168-174.
- [14] 张枢盛,陈继祥. 颠覆性创新的框架分析及技术的角色[J]. 科技进步与对策,2013(2):1-3.
- [15] Sood A, Tellis G J. Demystifying disruption: A new model for understanding and predicting disruptive technologies[J]. Marketing Science, 2011, 30(2):339-354.
- [16] 林春培,余传鹏,吴东儒. 探索式学习与利用式学习对企业破坏性创新的影响研究[J]. 研究与发展管理,2015(6):19-28.
- [17] 李志君. 基于价值创造的物流业颠覆性创新系统分析[J]. 特区经济,2014(11):46-48.
- [18] WAN F, WILLIAMSON P J, YIN E. Antecedents and impli-

- cations of disruptive innovation : evidence from China[J]. Technovation, 2015, 39-40 (1) :94-104.
- [19]周洋,张庆普. 高端颠覆性创新的技术演进轨迹和市场扩散路径[J]. 研究与发展管理, 2017(6) :99-107.
- [20]常青. 多层分布式防伪第三方物流管理系统设计[J]. 现代电子技术, 2017, 40(13) :155-158.
- [21]林有来. 创新服务模式 提升服务水平——北京市物流业发展特点分析[J]. 中国流通经济, 2013, 27(12) :10-11.
- [22]李莉. 京东“两翼一体”盈利模式研究[J]. 财会通讯, 2018(23) :67-70.
- [23]张馨. 新型物流产业供应链体系建设研究——基于区块链技术的分析[J]. 技术经济与管理研究, 2019(7) :103-107.
- [24]杨东林,荣鹰. 在O2O情景下的送取货集成决策[J]. 管理工程学报, 2019, 33(2) :205-210.
- [25]武赫. 智能化时代传统产业因应新业态的经营管理方式更新研究[J]. 云南社会科学, 2019(4) :147-152.
- [26]肖荆,涂光御. 全渠道零售商业空间的价值选择与创新实践[J]. 商业经济研究, 2019(24) :25-27.
- [27]于斌,刘伯超. 物流企业关键运营能力与服务能力:识别与演进[J]. 商业经济研究, 2019(20) :113-116.
- [28]张海燕. 渠道竞争视角下我国零售业竞争变革研究[J]. 商业经济研究, 2020(7) :37-40.
- [29]安志东,吴文兴. 价值网络视角下物流企业颠覆性创新研究[J]. 商业经济研究, 2020(4) :101-104.
- [责任编辑 王云江]

Rocket development model of disruptive innovation from the perspective of big data logistics

SUN Bin, WANG Xin

(College of Information Management, Xinjiang University of Finance & Economy, Urumchi 830011, China)

Abstract: Big data drives the practice of intelligent logistics, and many resource bottlenecks appear in the development, which has become a major hidden danger affecting the development of the logistics economy. Based on the perspective of intelligent innovation and development of the logistics industry, this article analyzes the leading role of big data in the intelligentization of logistics business, and summarizes the core modules such as "booster", "load cabin" and "arrow cabin" to form a "rocket style" Development model. The results show that the implementation of high-quality integration of big data and intelligent logistics can maintain the advantages of market erosion, technological innovation and customer value aggregation of the logistics economy, form a reliable way for the high-quality development of the logistics industry, and promote the global community and society Governance of the process of modernization.

Key Words: Big data; Logistics; Intelligence; Innovation; High-quality development