学习了《工业4.0实践版》和《工业4.0大革命》后，结合本公司实际业务，我最深厚体会的是：物流发展的趋势是智能物流、信息化和大数据。

智能物流运输通过互联网、物联网、物流网，整合物流资源，充分发挥现有物流资源供应方的效率，连接供应和客户，是构建工业4.0的基石。在中国，我们面临有效需求不足和供给能力不够的矛盾，以淘宝双十一为例，阿里巴巴通过菜鸟第三方物流平台在全国建立了强大的仓库数据库，首先重点解决仓储数据问题，从传统配送到集中配送、协同配送、共同配送，最后到智能配送，运用智能化手段做订单处理。未来中国的物流行业，仓储将是物流系统里最具价值的东西，以前仓储最原始的是货物的承运中心，接下来仓储要发挥第二个功能，它是订单的处理中心、经营服务和信息系统的实现中心。所以，工业4.0颠覆了原有的方式，原来的方式是人找货，但接下来却是货找人。

结合物流公司实际的普货和危货运输，现在依旧停留在人找货的阶段，只有经过长时间的数据积累，逐步完善物流网络，搭建连接市场部、信息调控中心、车队的信息化系统，才能开始迈向智能物流。

连接一切的信息通讯网络是实现智能物流的基础，工业4.0希望通过各种传感器、终端、控制系统通过网络形成一个平台，实现人与人、人与机器、机器与机器之间能够互联，最终实现信息系统集成。德国工业4.0的核心正是信息物理系统，通过传感器紧密连接外界现实世界，将网络的高级计算能力有效运用在现实世界中，将设计、开发、生产等所有流程的数据通过传感器采集并进行分析，性成果可自律操作的智能生产系统，并具备独立思考能力，让生产设备因信息物理系统而获得智能。

物流公司在现在的业务流程中，监控GPS是一种有效的传感器，可记录车辆的行驶轨迹，但行驶轨迹所代表的意义并不能通过报表直接体现出来，只是机器对人传达信息；而所有的运行记录又只是人和人之间的沟通，机器无法识别，无法有效利用计算机高速的分析能力。

大数据的理念已经广为大众所接受，其核心都强调价值，包括销售预测、用户关系挖掘与聚类、推荐系统、观点挖掘等。中国互联网三巨头百度、阿里巴巴、腾讯，腾讯依靠的是社交，阿里巴巴依靠的是电子商务，而百度依靠的就是大数据。百度依靠天然的搜索引擎积累的大数据，把开放云、数据工厂、百度大脑组成“大数据引擎”，把大数据存储、分析和智能化处理等一整套核心能力通过平台化、接口化的方式对外开放，成为了各个企业拥抱大数据的桥梁。但隔行如隔山，大数据需要跨行业、跨领域去融合数据资源，各行业各平台之间没有共享的接口，是一座座数据孤岛，真正通过大数据来实现预知未来短期内很难突破。

作为物流公司，能够也仅能够在大数据中占据一角，所有的信息化智能化建设都需要提前考虑好为成为大数据中的一员。我们很难成为一个大数据平台对整个供应链中所有的数据进行收集、加工、分析，但对自身的数据依旧需要足够的采集能力，在依靠市场链为纽带，以订单信息流为中心，才能带动物流和资金流的运动，对客户的敏捷响应，实现价值最大化。