

上海到山西阳泉的冷链物流公司 优质企业的选择

产品名称	上海到山西阳泉的冷链物流公司 优质企业的选择
公司名称	上海踏信物流有限公司
价格	268.00/吨
规格参数	上海冷链物流:服务好 冷冻产品运输:时效快 上海:质量高
公司地址	上海市嘉定区星塔路1125号
联系电话	17821956366 13524994705

产品详情

上海市踏信冷链物流有限公司低温冷链物流运输服务公司、踏信冷藏物流在上海、厦门、福州、重庆、昆明、银川、广州、武汉、长沙、南京、杭州等地均设有分支机构（温度为0 ~7℃）：如果蔬，饮料、鲜奶制品、花木、熟食、糕点、和各种食品原料等。主要经营食品的控温运输和配送等，公司现有全新冷藏车多部，公司所用冷藏运输车辆，全部采用进口原装制冷机组，能充分满足各类冷藏冷冻食品货物的运输质量要求，冷藏物流是市场经济中的一种特殊的服务之一，踏信物流有限公司为阁下企业提供、安全的冷链运输及仓储服务。冷冻运输从-18℃ ~ -25℃，提供符合标准的冷冻运输车辆，运送速冻食品、肉类、冰淇淋等需要低温运输，配送，储存的货物，恒温运输（15℃ ~ 25℃）：提供符合标准的保温、温控运输车辆运送如巧克力、糖果、生物、特殊要求化工产品等等货物，争当同业市场服务先锋，力做优良客户的物流，结合传统的经验与科学的管理，努力发展成为乃至国内、具实力的物流企业，踏信物流公司在现拥有平方米普通仓库8000平方，冷藏冷冻仓库2000平方秉承诚实守信，视服务质量为生命，踏信物流将继续以“以诚为本，互惠互利”的原则，以客户满意为标准，以保持行业为目标，不断提升自我，超越自我，踏信物流同时也为您提供、安全的常温货品公路运输服务，其中包括市内配送以及江苏，浙江两省和国内主要城市的各大卖场、物流中心、工厂、企业等。主要货物包括食品、日用品，非危险品类的化工产品等，自行管理的仓库及一大批长期合作的车辆，均能为贵公司产品达到各地的接货、入库、配送提供服务，车辆均携带GPS定位系统，让您随时理解您的货物的位置及温度信息！

主要运输；食品乳品；冷冻食品；冷冻保鲜物品，水果蔬菜，，化工等；踏信物流有限公司是一家现代化的新型物流企业，从事货物运输，冷链物流，冷藏仓储及普通仓储服务，并在深圳、重庆、广州、东莞、青岛、乌鲁木齐以及长三角地区、珠三角地区分别建立了分公司和办事处迅速搭建起了国内一、二级城市货物运输桥梁，我们根据客户的需求，提供不同的服务，比如承包货物的运输和配送，降低客户物流运输成本，提高物流运输的效率，成为我们勤劳奋斗的动力。踏信冷链物流公司是及少数拥有冷藏运输资质的物流公司,提供冷藏运输、冷冻货物运输、保温运输，服务内容到全国冷藏物流专线-奔豹冷藏是及少数拥有冷藏运输资质的物流公司,提供冷藏运输、冷冻货物运输、保温运输，市内冷藏配送运输,零担及整车的长途、中转、冷藏配送运输，并提供0-5℃,-18℃冷藏运输及5℃-20℃保温运输业务。货物品种及运输区域范围一、货运产品定位：1、食品冰淇淋、奶制品、乳酸菌饮料、速冻食品、肉制品、禽制品类、调味料、巧克力、果脯蜜饯、海鲜、水果和蔬菜等。2、生物制剂包括疫苗、人和动物的血液及组织、微生物、微生物产品等。3、其他需低温运输的物品需低温运输的个人保养品、精密仪器、特种

行业物品配送。二、运输路线：市外：江苏、浙江、安徽、江西、广东、福建、湖南、山东、山西、湖北、河南、河北、乌鲁木齐、乌鲁木齐、成都、重庆、陕西、昆明、贵阳、广西、新疆、西藏、内蒙古、海南、青海、甘肃、宁夏及东北三省等线路冷藏、冷冻往返。三、货运模式：冻品、鲜品零担、整车或普通货物零担、整车。踏信冷链物流有限公司从事冷藏物流公司,冷链物流公司,冷藏物流专线,冷链物流专线,冷藏配送,低温物流公司,冷藏运输公司,冷链运输公司,冷藏货运专线等关于冷链冷藏低温干线的物流公司。踏信冷链物流有限公司在软件上拥有一支高素质、化、年轻化的物流管理团队和专家顾问群,有现代化的物流信息平台,集聚了冷藏运输的丰富经验和先进管理的服务理念。普通散货运输、危险品运输、零担配载、专线运输、展品运输、监管运输、大型货物运输、重大件货物运输、重大件监管运输、综合物流、供应链服务、进口货物分拨国内运输、港口码头保税区等,框架箱运输,开顶箱运输,捆扎,包装,进港,勘路等。物流咨询,策划,实施集于一体的综合型物流4冷链“中毒”了吗?一条在北欧养肥的三文鱼,飘洋过海终成为你餐桌上可以新鲜生吃的美味鱼生,它是冷链物流具代表性的商品之一,也可能正是你格外关注冷链安全的直接原因。我们当然知道你头上冒出来的问号——冷链运输到底会不会传播新冠踏信?我们曾回顾了多篇研究论文,这些论文研究新冠踏信及早先SARS踏信在体外不同条件下的存活能力。新冠踏信感染能力在吸水材质上消失快,打印纸及纸巾仅需3小时,木制品及织物为2天。光滑物体表面利于踏信保持活性,不锈钢及塑料上的踏信可存活7天,玻璃及钞票4天(钞票材质不同,时间也会有差异)。在踏信感染性消失后,仍可检测到踏信核酸。需要注意的是,到第7天时,仍可在医用外科口罩外表面检测出具有感染性的踏信。但踏信能在低温下存活、能通过冷链传播,与切三文鱼的案板检测阳性之间可能并无直接联系。冷链的确有能力把远处的踏信带来,然而患病的直接原因,无非还是两条:没戴口罩、没洗手。在疫情严重的宅家时间里,生鲜电商为我们送来冻肉、蔬菜与牛奶,它是我们的救星。冷链已经成为当代生活中必不可少的基础设施,因为疫情就废掉冷链行业与生鲜商品供应?不可能的。“快递+冷链”助力消费升级近日,研究中心专家研究员兰艳丽接受了本网记者的专访。对于冷链市场近几年的发展状况,以及自己本身的工作情况,兰艳丽研究员都和我们娓娓道来。此次专访,兰艳丽研究员对冷链市场有了更进一步的,也更加了解了“快递+冷链”真正的意义所在。兰艳丽先后参与《全国快递业发展“十三五”规划》、《快递服务中长期发展专项规划》、《国际邮件快件航空网络研究》、《全国快递服务时限测试》、《快递发展对经济增长的贡献研究》、《中国物流投资报告2014》、《长三角邮政业打造“三区”行动计划》、《南陵智能快递装备制造业发展规划》、《西安市邮政业发展十三五规划》、《快递发展系列示范工程综合评估》等40多项课题,曾在《中国信息报》《物流时代》《快递》杂志发表论文20多篇。访谈实录记者冷链市场近几年发展如火如荼,但也有很多人认为,目前冷链市场外热内冷,你怎么看待这个市场,到底是蓝海还是红海?兰艳丽如果说两年前冷链依然是挂在嘴边的新兴词汇,如今冷链已成为市场竞相追逐的热门领域,各大资本纷纷介入,各类主体群起争锋,冷链发展趋势已经明朗,冷链市场已进入群雄争霸的阶段,成为真正的红海。目前冷链主要服务于生鲜市场和医药市场,两类市场需求均呈现火爆。中国生鲜电商市场发展迅速,平均每年保持50%以上的增长。2017年中国生鲜电商市场交易规模约为1391.3亿元,同比增长59.7%。与冷链相关的疫苗制品、生物药品等所属的生物药品制造行业实现主营业务收入达到3700亿元,较上年增长了10%。未来,受到二孩政策开放、老龄化增长、健康中国战略的实施等因素的持续影响,药品冷链市场将继续保持较快增长。受上游需求市场主导,未来的冷链市场将继续蓬勃发展。记者既然冷链市场有可为空间,那么快递与冷链结合会发展什么反应?“快递+冷链”历史悠久,历久弥新。“一骑红尘妃子笑,无人知是荔枝来。”这首耳熟能详的诗词反映出的是早在唐代,我国就有了冷链快递的雏形,八百里加急,快马加鞭,当时递送的新鲜荔枝主要是满足皇室贵族生活的需要。随着经济社会和电子商务的发展,原本高端的冷链服务走入寻常百姓家。快递进入冷链领域是顺应市场的必然举措,相对于小、散的冷链物流市场来说,冷链快递虽尚处于起步阶段,未来发展空间广阔。随着消费者需求的全面激发,冷链快递市场将迎来爆发式增长,对快递企业现有的冷链设施和服务提出挑战。很多人把冷链归结为一种服务,认为把冷链嫁接到快递现有服务中,就可以创造新的服务领域,激发新需求,你怎么看?冷链是一个有深度内涵的领域,不是单纯的服务,从本质上说是一项技术,基于这类技术的成熟完善,快递能够实现的服务领域将更加广阔,服务模式将更加多样,服务人群将继续扩大。冷链追求的目标是全程不断“链”,每个步骤要环环相扣、无缝衔接,才能发挥冷链物流的大作用,保障食品、药品的大价值,这也是冷链的精髓和难点。目前,很多企业曲解了冷链的价值,甚至出现真冷链与假冷链的不同导向。由于快递相对普通物流时效短,冰袋制冷为常见。但这种模式与真正的冷链相距甚远。事实上,冷链物流的核心不完全是“冷”,而是“恒温”,是将温度控制在一定的区间内,通常可以分为深冷(-25以下)、冷冻(-18)、冷藏(-10)、恒温(18)、常温等不同温区,不同的产品需要不同的保存温度。因此,冷链更准确的说法实际是温控供应链,是对物品在适当温湿度控制下流通过程的管理。

这也体现了冷链的技术性和差异性，单一温控手段是无法真正实现冷链的。冷链是民生工程，其发展轨迹快慢主要取决于消费者的需求程度，以市场为主导，会大化激发冷链快递企业的市场活力和创新能力，倒逼淘汰不规范和落后的冷链快递企业。针对冷链快递的研究要放开视野，放到大物流、大快递角度进行思考，因为在冷链领域物流与快递的界限将更加模糊，竞合趋势也将更加明显。我国冷链物流市场参与主体都有哪些，目前格局如何，冷链快递在其中扮演什么角色？目前国内的冷链服务商，共有仓储型、运输型、城市配送型、综合型、供应链型、电商型和平台型等七种模式。该市场的竞争者可分为四类，分别为：由传统物流企业转型，生产商自建自营的冷链部门，冷链服务商，国外冷链巨头联手国内企业设立的合资企业。冷链快递企业虽数量较少，但规模、网络、信息化、人员素质等方面都具备较强优势，是改变冷链发展格局的重要力量。当前大部分冷链物流企业服务观念比较传统落后，同质化竞争严重，大大影响行业效率。冷链快递企业的进入极大提升了消费者服务体验，带动了冷链行业信息化、网络化、规模化发展。随着移动互联网时代的崛起和技术的飞跃发展，冷链物流产业蕴含无限机遇，企业的组织分工和业务模式存在很多变化空间，新的经营模式层出不穷，多元化发展的冷链市场正在形成，要求企业向供应链、宅配、零担、平台化等多个方向转型升级，快递、快运、整车等细分物流市场互相渗透，市场边界渐趋模糊。冷链快递的先锋者顺丰早在2014年3月便单独成立了医药物流事业部；两年后，顺丰正式成立了“冷运事业部”，分离医药冷链和生鲜冷链资源。据顺丰透露，顺丰医药供应链有限公司注册资金5000万元，目前拥有冷藏车辆227辆，仓储面积27666平方米，下设四个子公司：四川成都子公司、黑龙江子公司、北京子公司和江苏南京子公司。顺丰医药干线运输网络目前覆盖全国26个主要城市，支线配送覆盖26个主要城市周边200公里范围区域，基本覆盖了全国75%以上重点地区。顺丰自有39架全货机，也将为医药供应链提供航空运力支持。据了解，顺丰医药制定了医药冷链物流的运输标准操作流程，包括订单管理、收件、运输、中转和派件5个环节31个步骤65个动作从需求和供给角度看，我国的冷链市场尚处于起步期，供需还不成熟，那么国外冷链物流到底发展到什么程度？日本、美国、德国、英国和加拿大等发达国家的冷链物流发展已经非常成熟，在电子商务发展之前，现有的冷链物流就已经细化得非常完善，国家标准的严格执行，使电子商务的蓬勃发展，有了线下冷链物流的支撑，反过来更推进了电子商务的进步。日本蔬菜水果的筛选、定级、冲洗、预加工、包装、预冷、冷藏、运输和销售冷链保鲜早已贯穿始终。相关冷链的研究也在持续完善，例如对于运输中的温度调控、湿度管理、低温流通设施的建立以及冷链机械的开发等。农林水产省牵头建立的低温流通推进协会，制定了行业管理办法和未来走向规划，还规定了食品在低温情况下流通的严格温度环境范围，使生鲜食品冷链保鲜技术进一步完善。美国建立了蔬菜冷链流通体系，在比较完善的全国性的蔬菜生产分工体系上，建立了追溯系统和全程冷链配送，田间采后预冷—冷库—冷藏车运输—批发站冷库—超市冷柜—消费者冰箱。德国98%的生鲜农产品从原产地到加工厂再到销售网点，全程都处在要求的温度环境中，冷库中的主要制冷设备完全通过电脑实现精细控制。生鲜蔬果实施分等级包装方法，流通市场中所有的生鲜肉类都置放于相应的严格冷藏温度环境里。加拿大先建起一整套由空运、陆路、铁道、水路多种途径有机结合的复杂而高效运转的综合冷链物流体系，各种载体资源之间巧妙的整体规划和组织协调，形成了高度发达的农产品冷链物流网络。在农产品冷链物流的全过程实现了低温控制，使得农产品在储存、运输过程中的损耗降到小，并有效降低了由此所引起的污染。该网络通过现代化的手段保证将加拿大的蔬果损耗控制在5%以内，其物流成本不到30%。在医药冷链物流运输方面，美国、英国、日本物联网技术应用率很高。美国应用RFID、GPS配备温度控制系统，通过自动控温与温度监控实时监控医药温度，保持医药冷藏运输温度在2-8℃范围内，保障疫苗、生物制剂等医药在冷链运输过程中的温度监控。同时，美国拥有世界先进的“三段式”冷藏运输车，可同时满足三种不同冷藏医药品的温度需求。英国C.R.England冷链服务运输公司，也拥有电子数据交换、卫星定位系统、远程控制平台等先进辅助技术，并为每辆冷链车配备了冷链GPS定位、网络跟踪设备和网络账单功能，可实时追踪每辆冷链车辆的运输信息，做到有据可查，保证医药冷链运输过程的质量安全。日本也拥有先进的条形码技术与温度传感器技术，可实时监控医药冷链物流服务质量。同时，日本还引入车载地图系统，为医药冷链配送车辆规划物流配送路线，极大减少物流在途消耗时间，医药冷链物流配送效率较高。在正视我国冷链市场潜在价值的同时，也要充分考量目前的问题和短板，那么冷链快递发展存在哪些桎梏？一是供需端存在发展瓶颈。冷链快递基础设施投资金额高、周期长、回报率低，造成冷链成本居高不下。随着国内外原材料价格及人工成本上涨，压缩了生产加工企业的利润空间，企业物流费用也相应削减，冷链快递利润空间得不到保障。此外，冷链市场认知程度有待提高，冷链需求规模结构尚不合理。冷链快递需求处于上升阶段，但尚未形成整体需求，市场需求仍在培育。需求结构不均衡，主要订单需求来自少数大城市，跨区域订单少，成本难以覆盖。二是冷链快递主体较少。目前开展冷链运输的快递企业仅有顺丰、京东、申通、圆通、苏宁等企业，其他企业也有进军冷链的计划，但尚未形成规模。相对于庞大的冷链物流企业来说，冷链快递主体具

有规模大、网络全、资本雄厚等特点，但面对全网冷链的庞大投入，更多企业尚处于观望和规划阶段。三是基础设施较为薄弱。目前开展冷链服务的快递企业中自建冷库较少，多为租用冷库。由于冷库建设仍旧存在东部多、中西部少，销地多、产地少，冷冻库多、冷藏库少等现象，造成产地预冷设施不健全，难以满足全链条冷链运输的需求。在干线冷藏车辆发力较多，但末端冷藏车辆尚处于起步阶段，购置较少，难以满足大规模末端冷链配送要求。四是冷链人才短缺，冷链行业需要复合型人才，需要懂制冷、保温、食品、物流、供应链等很多知识。冷链快递重点要解决的是末端配送问题，涉及产品品类多，温层处理复杂，人才积累不够。目前国内开设冷链物流的院校不多，大部分冷链人才需要企业自己培养。五是标准化冷链服务动力不足。食品企业对品牌不重视，消费者对品质不敏感，没有从源头和需求两端给冷链快递足够的发展动力。我国易腐食品消费占比超30%，消费者冷链保鲜意识较为薄弱，使得非规范冷链服务充斥冷链市场，挤占标准冷链服务，不利于标准化发展。路桥费、燃油费、人工费等逐年走高，三者加起来占到冷链企业总成本的80%以上，已成为压在冷链物流企业身上的大山，一定程度上造成企业心态较为浮躁，在支出方面精打细算，很少有企业主动在信息系统、设备升级、人才培养、服务提升等方面加大投入。六是冷链标准不统一，监管不到位。目前国内冷链大部分的国标和行标都是推荐性的，企业贯彻积极性不高，大部分企业都在执行自己的企业标准。行业标准及法律法规缺失、市场不成熟的环境下，竞争导致价格战，冷链运营压力大，企业盈利能力不足。针对冷链快递的监管尚处于空白阶段，缺乏对冷链运输环节监管和追溯，未能形成有效引导冷链快递发展的监管环境。面对如此庞大的市场需求，快递+冷链如何能有效提升供给，助力冷链市场，满足人民日益增长的美好生活需要？解决上述问题需要汇聚各方力量，冷链是重资产行业，冷库、冷藏车等设施投入大，企业回报周期长，土地、融资、用水用电等一直是企业的重要成本。冷链快递的发展需要企业主导，政府推动，社会共建。按照“打通上下游、拓展产业链、画大同心圆、构建生态圈”思路，深化业务联动，汇集社会资源，提升科技水平，提高服务质量，强化安全保障，加快转型提效。企业要顺应市场发展趋势，合理预期，规划冷链发展，形成有投入、会经营、强管控、保服务、提质效的良性发展局面。政府应发挥在冷链规划、标准、政策等方面的引导、扶持和监管作用，引导冷链发展方向、净化行业风气、规范市场环境、防止劣币驱除良币。推进规模化、标准化是降低冷链成本，提升服务供给的法宝，规模不足，成本摊销大，标准的不统一导致了整体效率的低下。激发需求、拓展服务可以做大市场，制定标准、规范操作能够提高冷链环节衔接的度。谈到冷链物流的标准化建设，这是一个庞大的系统工程，既要考虑物流行业本身，也要追溯到上游产业。冷链物流企业能够控制的仓储、配送、车辆设备、系统等所有工具的改造，都要依托于上游的产品来进行调整。运输环节越多，标准化难度越大。此外，冷链物流同样是依托物流行业大背景的，因此其标准化也必然要在物流行业标准化的基础上完成。需要有效引导资源共建和资本介入，加快推进固定资产资源共享，基础设施建设和维护成本巨大，应形成设施、网络共享共用的模式，提高设施应用效率，减少重复投资。要推动冷链基础设施共建共享，实现资源合理调配，推动效率提升。有条件的政府可承担部分基础设施建设，引导行业聚集。有效发挥资本推动作用，一方面继续吸引资本投入，另一方面要引导资本投入方向，避免盲目投资，造成产能失衡。要汇聚社会资源，兼顾投资者、消费者、生产者等各方利益，共同推动冷链快递健康发展。编后：当前，“快递+冷链”助力消费升级模式已经初步明确，在这样的时代背景下，相信快递市场将会持续发展。对此，兰艳丽相当有信心。对于自己的工作，她认为快递市场研究将是一项长期事业，她会一直坚持。也希望各位读者朋友多多支持，这也是为中国快递业的发展尽一份力。(以上仅代表个人观点，不代表研究中心官方观点)中心专家研究员市场监管研究处统计师、经济师主要从事快递市场研究，参与规划、政策、发展战略研究，在战略规划、园区建设、冷链快运、多式联运等领域见解独到。