

# 嘉兴至天津冷链配送公司 冷冻运输 铸造冷冻冷链

产品名称	嘉兴至天津冷链配送公司 冷冻运输 铸造冷冻冷链
公司名称	踏信冷链物流有限公司
价格	420.00/吨
规格参数	嘉兴踏信冷链物流:浙江冷链物流 冷冻冷藏产品:冷冻冷藏运输 嘉兴冷冻运输:嘉兴冷链冷冻
公司地址	全国服务
联系电话	17280155564 17280155564

## 产品详情

浙江踏信冷链物流自有及长期合作车辆有700余台，其中包括箱式车、超长车、冷藏车等各型车辆。可根据客户产品特点及运输要求提供不同车辆，且所有在踏信合作的车辆均与踏信签有严格的合作合同。

### “互联网+”冷链物流管理中的问题难点与对策

摘要：物流管理贯穿于冷链系统的生产和运营过程，有效疏通管理，控制温度、降低成本、信息技术创新与监管到位是冷链物流管理核心和难点。本文通过阐述我国“互联网+”冷链物流现状，分析“互联网+”冷链物流管理存在问题，针对性提出“互联网+”冷链物流管理对策。

关键词：冷链物流商品；物流管理；“互联网+”冷链物流;管理

## 引言

随着城镇化水平提高、生活消费方式变化、对食品安全重视、物流企业规模化经营，冷链物流快速发展，但是冷链物流仍是物流行业的“老大难”，对冷链技术、运输实力、运输效率要求极高。冷链物流是垂直细分行业，控制温度、降低成本、信息技术创新与监管到位是冷链物流管理的核心和难点，这也使得冷链物流相对其他行业对物流管理依赖性更强。“互联网+”冷链物流管理将互联网介入物流管理，采用云技术、互联网信息技术解决冷链物流问题，将这一领域创新、升级为行业生态链条上具有价值的一环，带来冷链行业全新的革命。

## 1. “互联网+”冷链物流的概念

冷链物流是指从初始供应商提供冷链商品，中间经历了采购、运输、配送三个环节，后到达消费者的供应链系统。冷链物流商品主要有：初级农产品（果蔬、禽肉、蛋、水产品，冷冻食品）、加工食品（速冻食品如冷冻禽肉等包装食品、冰淇淋和奶制品，快餐原料等）和特殊商品（药品等）。不同于传统常温保存的物流，冷链商品易腐烂变质，冷链物流货损高、成本高、管理监管难，这就要求从生产到流通都要\*\*低温调整控制，保证商品质量，低损耗、少污染，因此冷链物流具有高水平、高投入、高效率“三高”特征。高水平是指对冷链技术要求高；高投入是指对资本、设施设备要求高，高成本投入是保证冷链物流的基本条件；高效率是指有效衔接、整合冷链，快速稳定实现消费。冷链物流管理是把冷链物流的上游(采购环节)、中间(运输环节)和下游(配送环节)各个环节紧密对接和整合，形成供应链体系(图1)。如果缺乏有效的组织管理机制，上游冷链商品采购环境和物流运输疏于管理，整个流程信息不畅，信任缺失，反应迟钝，下游销售终端的消费者无法有效参与。一旦某个环节出现“断链”，都可能导致高昂成本。“互联网+”冷链物流是以消费者需求为经营导向，生产地通过互联网终端将冷链商品的相关信息录入形成相关文件，提供给供应商。供应商采集冷链上的各种商品信息，包括：冷链商品数量、成长或生产记录、成熟或者完成时间、产地地址、货主、货主联系方式等，供应商获取相应信息并经过筛选加工处理后，将它输入至互联网电商平台，客户根据自己需求在互联网电商平台搜索、筛选所需商品信息，然后向对应的冷链商家发出需求订单，供应商将根据获得的需求信息去生产地采购产品，产品集中、初加工处理后，供应商和采购商的信息需要及时互通，促进供需双方达成交易。“互联网+”冷链物流管理是整合“线上线下”管理，即线下的冷链物流管理同线上的互联网电商平台相结合，对冷链物流管理信息集中整合，提高供应链各个环节之间信息传递速度，连接与协同运输链条上各方利益，形成化物流解决方案。

## 2、我国“互联网+”冷链物流现状

据全球管理咨询公司麦肯锡发布的2015年中国数字消费者调查报告显示，食品网购需求量大幅增长，其中购买频繁的是常温和生鲜食品，购买频次34次/年，远高于服饰类22次/年。中国报告网显示，2011-2015年我国生鲜电商交易规模分别为10.5亿元、40.5亿元、130.2亿元、289.8亿元、542.0亿元，环比增长率分别为150.0%、285.7%、221.5%、122.6%、87.0%，我国冷链物流市场快速发展(图2)。根据宇博智业发布的冷链物流行业市场调查分析报告预测，未来我国冷链设备需求年均增长15-20%。智研咨询发布的《2016-2022年中国冷链物流市场研究及发展趋势研究报告》，预计2017年我国冷链物流需求规模将达到19515万吨，2017-2021年年均复合增长率约为25.02%，2021年需求规模将达到47672万吨。“互联网+”冷链物流管理促进生产商与客户交流，弥补了供应商和采购商之间信息不对称，降低企业成本，增加企业盈利能力。山东省搭建能覆盖全省物流企业云平台，企业在平台上免费注册，实现省平台、合作企业之间的业务数据信息共享，但这只是区域性的物流公共信息平台，由于我国“互联网+”冷链物流企业化程度不高，实力薄弱、经销规模小，服务标准不统一，难以实现综合性、全过程、集成化的网络物流服务体系，提供的综合性全程服务不到总体需求的5%。2015年末，上海市消费者权益保护委员会对网购苹果进行了抽样调查，从20家网站随机购买39斤样品，经检测39斤苹果中11件不符合标准，不符合率为28.2%。可见我国“互联网+”冷链物流企业尚处于初级阶段，很难保质保鲜的将冷链商品配送到消费者，实现“互联网+”冷链物流行业的规模经济与化发展。

## 3、我国“互联网+”冷链物流存在问题与难点

### 3.1政府重视不够

政府关注度不足，国家投入小，致使我国“互联网+”冷链物流全程技术、基础设施建设等缺乏资金，创新条件不足，技术落后，电子数据交换、远程控制平台、自动识别射频技术(RadioFrequencyIdentification, RFID)、项目化管理软件、云物流等冷链技术没有普及应用，信息化设备配备较低。

### 3.2 供应商与采购商之间存在信息不对称、信息漏洞

信息不对称、信息漏洞是导致冷链物流管理成本高的首要因素。美国农业部与国家农业书馆联合开发的AGNET是全球大的农业互联网系统，覆盖美国、加拿大等9个国家，连通美国农业部、州农业署、大学和农产品生产加工企业，实现冷链上下游互联网信息共享，促进了美国农业经济发展。而我国冷链物流管理供应商与采购商不重视利用互联网电商平台搜索、筛选所需商品信息，基本靠物流经理协调、管理数条运输线路，电话、邮件是货物在途的主要追踪方式，商品质量、温度等信息内容少，时滞效应造成供应商与采购商之间信息不对称。同时供应商采集各种采购商发出的商品需求信息，存在信息漏洞。采购商发出的采购信息不能被供应商及时获取而产生时间成本。

### 3.3 流通环节冗长、运输成本高

运输成本高是制约冷链物流管理的关键。“互联网+”冷链物流的主体是冷链商品生产者和消费者，从生产者通过批发商或者直销，将产品配送至超市连锁店、中小商店、餐饮企业等，直接到达消费者，流通环节少、效率高，一体化程度高(图3)。英国C.R.England运输公司拥有先进辅助设备，包括电子数据交换、卡车卫星定位系统、车载电脑及远程控制平台、项目化管理软件及自主开发的TENFOLD编程语言软件，为每个车辆配备全球定位系统、网络跟踪设备和网络账单功能，按照客户指定时间送抵，提高公司营运效率，规避因不能按时送递货物承担赔偿责任。而我国冷链供应链传导机制从生产商获取采购信息到消费者消费，中间经历五到六个环节，冗长、复杂的冷链环节增加装卸成本、运输成本，增加人、财、物的损耗。又由于跨区域的长途运输条件限制，冷链商品的特殊性导致中转或延长销售的时间极短，只能近距离销售，部分冷链商品不得不处理掉，造成了物资成本提高。

### 3.4 配送效率低，控制协调难度大

由于信息化软件应用不广泛，配送管理依赖人力控制、协调各个业务流程，受主观因素产生的不确定性影响，使得配送过程更为复杂，引起物流监管成本高、监管难度大和监管不到位，出现受控性薄弱，处理问题时效性差，不能及时有效地完成配送。同时，配送路线过于辗转、配送方式不合理造成大量隐性费用。从配送中心到销售商，冷链物流采用多种混合冷链商品使用一辆车到多家店的配送方式，增加了冷链商品的在途时间，延长到货时间。如在途温度较高，温控不当，会损毁商品质量，加快腐烂变质，也增加了不必要的开支，比如燃油费用和维修费用等。