广东冷链物流公司列表 广东到哈尔滨冷冻运输公司 冷冻运输 行业信息

产品名称	广东冷链物流公司列表 广东到哈尔滨冷冻运输公司 冷冻运输 行业信息
公司名称	广东踏信冷链物流有限公司
价格	420.00/吨
规格参数	广东冷链物流:服务好 冷冻冷藏产品:时效快 广东深圳:质量高
公司地址	全国服务
联系电话	17280155564 17280155564

产品详情

踏信-物流拥有一批高素质的员工队伍，多年来与众多国际、国内**企业的长期合作，使踏信物流公司的每一位员工均能独挡一面,经过与各公司多年来的合作，踏信物流对产品运送的经验更为丰富，同时建立了良好的合作关系，为踏信物流的发展打下了坚实的基础.

广东踏信冷链物流公司：严格遵守“ 价格让客户满意,时间让客户满意 ”的物流经营方针让客户满意的服务宗旨，为公司赢得了良好信誉,并受到众多中、外生产企业的青睐,公司现已与50余家中、外企业鉴定了长期承运合同,并建立了良好的互信踏信 - 将坚持以高瞻远瞩，积极创新的经营理念，以“ 一切让客户放心，一切使客户更满意，一切站在客户立场着想 ”的经营方针，为广大中、外客户提供价廉、便捷、安全的运输服务。公司凭借自身规模化、专业化经营实力，协同客户设计出经济、快捷的运输方式，同时以操作规范、运作严谨、认真负责的工作态度，为客户提供免费上门货、货物起运、快速、准时的送达、信息反馈全过程的运输服务。

广东踏信冷链物流公司 - 将一如既往的发扬“ 诚信、专业、合作、共赢，您的满意、我的追求 ”的企业精神,以更加严谨、求实、真诚的态度， 珍视与客户的每一次合作，用脚踏实地的工作作风和坚持不懈的努力，为客户规划合理的物流方案及仓储配送方式，降低客户营运成本，为客户提供的供应链综合服务。使广大中、外客户真正安心做到足不出户，货行全国。踏信 - 公司将与每个客户的合作看作是宝贵的发展机会。我们将为满足客户的需求作出不懈的努力。我们期待着与您真诚合作！

与之对应的生鲜供应商，也受到极大的挑战。生鲜没有了销路，资金链就紧张，大量的供应商被迫破产或转型。这种情况下，冷库只能退租。

生鲜电商赛道中，大部分玩家也为了继续生存而开始收缩区域。

图片

自国家发布“ 九不得 ”以来，社区团购的发展受到抑制，中小玩家纷纷退场。剩下的四强选手——美团优选、多多买菜、淘菜菜、兴盛优选，也纷纷关闭亏损严重的非目标核心城市。作为仓店一体的新零售生鲜电商代表，盒马的部分自建物流基地、供应链园区已对外开放，对外招租，说明其之前高估了未来业务量，预期并不理想。

餐饮B2B平台的美菜、快驴等，也由于持续没有找到盈利模式，开始全国收缩区域，由原全自营转为平台模式，降低自身运营成本风险；生鲜前置仓上市玩家叮咚买菜、每日优鲜也在撤城“ 断臂求生 ”，以求亏损更少，在财报上数据更“ 好看 ”。（点击查阅相关文章《【深度】每日优鲜退市，叮咚买菜撤城，生鲜前置仓“ 已死 ”？》）

2.2 资源错配下，忽略风口，盲目扩张

首先，有些冷库开发商和运营商只关注到冷库总需求旺盛，而忽略需求的区域性特征。物流设施需求是有区域特性的，这决定了资源配备也需要差异化。由于多数玩家缺乏开发运营经验，跟风投资，项目选址不合理，产品与市场需求不匹配。

比如，有玩家只考虑一线城市冷库供不应求，所以在周边大量拿地开发以承接外溢需求。但是，有些城市，只是单纯中转仓储，内需并不强。如天津市多以进口冻品为主，冷库多是仓储集散型为主，在此扩建略显鸡肋，*终导致天津冷库市场目前供大于求。

其次，这种非根本性需求更改（如供应链模型改变），所形成的需求增长存在周期风险。即因一波短期的红利，而大量投入资源；一旦风口过去，再加上供给本身存在时滞，*终供给远远大于长期需求，租金下行压力必然会加剧。

如今，随着线上触点集中，流量成本提高，线下转线上的趋势已经开始淡化。且头部生鲜电商自建仓能力提升，外协仓需求有进一步下降的可能，同时“ 十四五规划 ”下各区域建立更多的冷库基础设施，预计冷库空置率会进一步上涨。

找准目标客户，拒绝盲从

3.1 投资基建前做好咨询

投资或建造一座冷库前，需要确定市场定位，所以做好咨询非常关键。

首先是冷库的位置选择，需要考虑到仓库的地理位置如何、周围交通配套是否完善。如是否靠近交通要道、物流运输是否方便，以及电力、场地要求等是否符合该冷库的投资建设要求。

其次是考虑周边的产业类型，是否与冷库的需求相协同。该城市内的冷链供应链如何，主要是哪些客户，分别需要什么样的冷库，是高标库还是平仓，是冷冻占比大还是冷藏占比大；目前市场上的冷链企业的冷库需求，未来该区域内潜在的市场需求；以及目前的客户类型，未来客户的变化情况等等。

3.2 从需求出发，注重行业细分

因为传统物流地产纳税能力弱，政府对物流用地的用途细分也有要求，普通的仓储基本拿不了地。冷链物流、医药等新物流体系，由于技术含量较高，前期基建投资也能满足投强要求，同时满足国家“ 十四五 ”冷链规划要求，因此是重点招引对象。

冷库的建造，*主要的就是要考虑到客户的需求。以温度为例，不同的产品，要求的存储温度几乎都不相同。按照冷库存储产品要求温度的不同，可以将冷库分以下6类：恒温库、保鲜库、冷藏库、冷冻库、速冻库以及超低温库。

所以建造或者改造冷库时，需要考虑能否匹配客户的需求：比如，客户需要哪个温控区间的冷库，需要多大的冷库，冷库的仓型是否匹配客户的业务类型等等。只有了解到该冷库覆盖周边城市所需要的各温度区间的冷链食品，合理分配冷库细分类型，才能更满足客户需求。

3.3 注重运营内涵，拒绝从众

过去10年来，经济资源向一些发达区域聚集的趋势越来越明显。这时，一些玩家看到冷链的发展机会后

，没有实际了解客户需求，拿到地后就投资建冷库。这种机会主义，不利于玩家建设自身竞争壁垒，一旦红利周期性与供给时滞性之间的矛盾激化，必然无力抵抗租金和出租率持续下行的压力。

只用房地产的思维来运营和投资冷库，是非常不理智的行为。没有运营内涵，没有意向去重点培育项目所需的团队，*后租金难以覆盖成本，只能草草收场，面临仓库无法租出去的境地。这意味着，需要更多关注基建的运营内涵，才能在较长的周期里保有竞争力。

对于冷库赛道本身来说，金融工具逐渐完善、营商环境逐渐优化的当下，更有利于行业的快速发展和迭代，赛道的长期价值有待凸显。对于玩家来说，有运营实力、有经验团队、有创新能力的玩家，才能够实现弯道超车，甚至保持长青。