

杭州到泉州冷链，冷藏，冷冻物流直达专线

产品名称	杭州到泉州冷链，冷藏，冷冻物流直达专线
公司名称	杭州踏信冷链物流有限公司
价格	100.00/吨
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市临平区崇贤街道龙旋村北马桥3-1号201室
联系电话	18858262723 18858262723

产品详情

杭州踏信冷链物流公司：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、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。

根据陕西省果业部门统计，2016年陕西苹果产量达到1100万吨，数量庞大。农户大量的陕西苹果需要通过物流的运输，实现空间效用转化，产生经济效益。而且随着我国国民经济水平的提升和人民生活水平

的提高，消费者对于苹果的品质要求也越来越高，订单越来越倾向于个性化。近年来我国冷链物流不断发展，但冷链腐损率较高，仍处于初级阶段，长时间的运输也降低了苹果的品质。因此，运输环节的优化、合理化和个性化显得至关重要。目前陕西大部分苹果还是传统的经销模式，苹果从选种、种植、采摘到终销售给客户经历了多个环节、长时间，不合理的运输导致物流成本成倍增加。并且，运输环节单一运作，缺乏整体协调和统一，也阻碍了陕西苹果的物流运输，制约陕西苹果产业发展。

2 电子商务环境下陕西苹果产业发展存在的问题

2.1 电子商务的概念及其内涵

电子商务(ElectronicCommerce)是通过互联网技术(计算机技术、网络技术和远程通信技术)，实现整个商务交易中的买方卖方无需见面，可以通过网络查看商品信息和交易信息，从而完成物流配送和资金交易的商务活动。商务活动是电子商务的本质核心，电子商务终要服务于商务，借助现代信息技术，促使各类商务活动更直接、更便捷、更有效。

2.2 市场信息不及时，供需对接不

陕西苹果产区果农的生产主要是以家庭为单位的连片集中种植，大多数果农都是在本家果园独自种植，独自销售。随着互联网的发展和智能手机的普及，越来越多的果农开始在“朋友圈”、“公众号”进行批发和零散销售，但果农的渠道各不相同，导致掌握的市场信息也不尽相同、市场信息难以及时传递、往往延误销售好时期和供需对接不等情况。一方面，城市中的买家想要买到没有污染的优质苹果却不知渠道，另一方面果园优质苹果因无销路滞销烂在地里却无人问津。信息传递的不畅通，运输环节的不合理都导致物流中间环节过多，物流时间也不可避免的延长。物流成本的高昂，又负向阻碍了陕西苹果产业的发展。

2.3产区基础设施建设，缺乏整体统一规划

往返运费固定成本的高昂，使果商只能另找货源，果农不能及时运出销售，果品的保鲜度得不到保障，价格自然也上不去。交通条件的不合格、高速公路的高收费等问题都严重阻碍了果品的流通速度，无形中又增加了果品的物流成本。一些苹果产区的道路依然是石子路或者田间土路，至今还没有得到硬化，大型货车难以进入，小型货车运量不足。小批量多次数的折返运输，往返运费固定成本的高昂难以承担，这使得果商们无能为力，只能另找货源。产区基础设施建设不到位，配套的保鲜包装设备的匮乏，单独的生产经营，不能形成规模效益。终造成果园里面的苹果成熟了，但不能及时运出销售，果品的新鲜度和品质都失去佳状态，价格也难免降低。

2.4传统产销模式成本高，冷链物流水平尚处在初级阶段

“新鲜”、“优质”是陕西苹果产销的生命和价值所在，陕西苹果目前大部分还是传统的经销模式，中间环节过多，传统产销模式的不合理阻碍了陕西苹果的发展。陕西苹果目前冷链运输工具和物流技术都相对落后，高效专用运输车辆少，果品运输主要靠中型卡车，缺少对果品有效保护，苹果在运输过程中，容易受外界气温、温度和卫生条件的影响。在仓储方面，果农的土窖贮存，甚至是毫无保温和保湿措施的露天堆放，很大程度上损失了新鲜度。在发达国家美国，伴随着物流运输果品的价值不断增加，但在陕西苹果产区由于冷链物流水平的低下，果品的价值却不增反减。

2.5缺乏协调运输的综合体系，不合理运输现象普遍

在物流系统中，各个大的功能之间往往存在着大量的此消彼长的依赖关系，运输与库存的协调，运输与搬运、装卸的协调以及运输与包装的协调。例如中长途运输中，包装过于精细包装成本就要增加，包装过于简单运输过程中货物便容易破损。目前，陕西苹果运输主要不合理运输有以下几种：单面空载行驶、迂回运输、过远运输、托运方式和运力选择不当。货物运输不合理导致苹果在途时间长、环节多、流转慢、消耗大、费用高，影响农户生产经营和市场供应。

3对策建议

3.1争取政府支持，成立供货联盟

通过将绝大多数的农户联合起来成立供货联盟合作社，根据标准对苹果进行分类、定价，然后派代表和中间商谈判，实现供需信息匹配，甚至提前预定后一年生产计划。协调政府支持，适当地给予技术和资金双支持，提高果农生产积极性和苹果品质，解决供货端囤货资金和营销思路的问题，以及果农小、散、心不齐的生产模式问题。

3.2跨过中间商，减少多余运输环节

首先通过打造核心文化及销售品牌，提升品牌影响力。利用当下迅猛发展的互联网技术和平台，线上采用陕西苹果交易平台营销团购、直销。线下采用基于O2O的信息技术，利用区域连锁，实现去中间环节，跨过中间商(见图1)，减少多余的运输环节，解决农产品的供应链问题，实现果农与产地直接对接客户，尽可能避免不合理运输。

3.3发展社会化运输体系，促进果品运输合理化

建立第三方物流运输协会，打破一家一户的自成运输体系的状况，改变难以形成规模经济的独自运输小生产。利用第三方物流运输，实现运输社会化，统一安排运输工具，共同享有公共资源的使用权和支配权。避免对流、倒流、空驶、运力不当等多种不合理运输形式。通过发展社会化运输体系，创新物流联运体系，探索通过协议进行一票到底的联运方式，发展从原产地到终目的地的“一条龙”货运方式，降低物流成本，保证果品的正常流通。

3.4发挥产业特色，大力推行“互联网+苹果”营销

立足陕西苹果产业特色，通过建立“果农(生产地)+果品企业+消费者”的生产合作模式，由果品企业培训，提高果农的种植和加工水平，发展果品深加工提高苹果产业发展潜力。利用互联网信息技术，对产区果品进行品牌营销，大力推广宣传，借助互联网营销轻资产低成本的优势，提高陕西苹果产业核心竞争水平。