

深圳东莞广州到黄山速冻米面制品速冻水产品冷链物流运输费用咨询

深圳合肥冷链干线物流

产品名称	深圳东莞广州到黄山速冻米面制品速冻水产品冷链物流运输费用咨询 深圳合肥冷链干线物流
公司名称	踏信冷链物流（深圳）有限公司
价格	300.00/吨
规格参数	上门提货:深圳 东莞 广州 佛山 时效保障:2-3天 温控可调范围:冷冻-18 到-25 冷藏0到10
公司地址	深圳市龙岗区平湖街道平湖社区平安大道1号乾龙物流园1栋103
联系电话	15986619992 15986619992

产品详情

鉴于目前冷链物流行业的发展趋势，冷链物流企业应围绕“规模”、“科技”、“平台”三个核心要素，螺旋迭代发展，最终形成业务飞轮。

在中国生鲜消费需求逐年增长和中国消费者对食品的质量和安全的越来越高的背景下，近年来中国冷链物流市场发展迅猛。据统计，2018年中国冷链市场整体规模将突破2500亿元，2022年将达到4500亿元规模。

在快速发展的冷链市场中，以电商、快递和初创企业为代表的公司纷纷选择加码冷链物流。企业并购十分活跃，交易额逐年上涨。2017年，中国冷链市场并购交易金额达到80亿元。但与此同时，政府对冷链物流行业不断加强监管，严格实施国家标准政策，对冷链物流企业提出了诸多挑战。

三大趋势加码冷链物流市场

为帮助冷链物流参与者更好地了解当下行业所面临的挑战和机遇，贝恩公司对冷链物流行业内的lingxian企业展开调研。我们的研究发现，中国冷链物流行业正面临着城配市场迅速崛起、技术应用持续升级、平台模式趋成熟三个重要的发展趋势。趋势一：城配市场迅速崛起通过调研走访发现，传统品牌企业、连锁零售/餐饮企业对冷链物流的需求持续增加，以生鲜电商为代表的增量用户也快速增长。需求驱动下，城配市场增长迅速，年复合增长率实现20%，高于仓储服务的15%及干线运输10%的年复合增长率。预计2022年城配市场规模将达到1800亿元，占整体冷链物流市场约40%。同时，由于城配市场服务存在城市冷库资源有限、交付复杂等较高门槛，其盈利性相对较高——目前市场利润率可达8-10%——亦高于冷链仓储服务的5-8%及干线运输2-5%的利润率。趋势二：物流技术应用升级冷链物流技术，包括仓内运营、运输管理以及管理增效技术已广泛被物流企业应用于实际生产，并不断向大数据、人工智能方向发展。

仓内运营技术目前主要基于电子自动识别技术、人工智能技术及机械自动化技术。典型的仓内搬运机器人已在以电商为代表的冷库中有较多应用，它能有效提升仓库管理效率并降低人工成本。随着未来人工智能的深入发展，无人化将进一步发展。运输科技则基于物联网技术。其在温度监测、电子栅栏等过程监控及安全管理中多有实施，主要效果在于运输管理效率及运输标准监控的提升。随着冷链物流设备更加广泛的接入物流网，其将在远程、实时控制方向落地更多应用（如将冷机接入物联网的远程控温技术）。管理增效科技主要基于电子化软件技术，例如OMS、WMS、TMS系统。近年来随着互联网技术发展，加油统筹、税票统筹等原先分散管理的部分环节进行统筹管理已成为可能。其对于整体管理效率提升、成本控制都有裨益。未来随着大数据及人工智能的发展应用，线路优化、订单整合等功能将不断完善，其在规模化企业的应用有望广泛推进，助力企业运营效率更上层楼。

趋势三：平台模式探索实践借鉴其他行业撮合/统筹类平台的成功实践，平台模式在冷链行业也崭露头角，且不断摸索巧用社会资源的方式。目前，应用平台有两种模式。一是平台为供需双方提供交易撮合收取服务费，例如冷链马甲的模式。二是统筹冷链资源统一提供服务收取服务费，例如京东冷链及九曳的模式。

另外平台往往还提供相关增值服务，如金融等增值服务，并收取额外费用。总之，平台模式纳入社会第三方的冷链物流资源，能够提高企业对于客户的服务范围及服务深度。

致胜模式赋能冷链物流企业

鉴于目前冷链物流行业的发展趋势，冷链物流企业的成功应围绕“规模”、“科技”、“平台”三个核心要素，螺旋迭代发展，最终形成业务飞轮。首先，抓住城配发展机遇，物流企业可以在区域内形成规模优势。其次，在业务规模基础上充分利用物流科技，提升运营效率，并形成标准化运营管理的技术能力。最终，在技术基础上，引入社会冷链物流资源，拓展服务能力，进一步实现规模化。如此循环往复，实现螺旋式上升。

1.构建规模，抓住城配发展机遇城配市场客户需求具有区域集中特点，冷链企业抢占区域市场的客户后，能够基于规模建立成本及服务标准优势，形成竞争壁垒，使得企业在该区域内保持长期lingxian地位。因此，抓住城配发展机遇的核心在于构建规模，并借助规模实现运营lingxian，产生在此区域内的核心竞争力。市场中，构建规模有两种常见方式。一是借力自身资源形成dujia业务，其典型的路径有三种：1) 电商自建物流品牌专注服务体系内物流需求，如安鲜达；2) 品牌企业成立物流企业，如领鲜物流；3) 经销商企业独立成立物流企业，如马力科技。二是通过战略合作绑定货主，货主企业为物流企业提供稳定货源并分享物流资产的运营收益，某冷链物流企业与一家电商平台即采取此种模式。大多数物流企业由于自身无其他关联货源，因此需要在战略合作中寻找合适的货主共同发展。当然，借助规模实现运营提升还有两种具体方式。一是统仓共配，将终端重合的商品统一仓储，统一配送，提升满载率，并相应减少车辆行驶距离，节约油费及维修费用，当货物存在反季还能形成淡旺季互补效应。某lingxian物流企业与外部客户的合作即采取此种方式。二是分时复用，将单车每天运输趟数增至两趟，增加车辆时间上的利用率，以增加单车平均收入，摊薄固定成本，行业中的lingxian企业也有此种方式的实践。

2.引领科技，打造标准与管理能力短期内，冷链企业应该结合当下冷链物流科技发展现状，充分应用仓内运营、运输管理以及管理增效技术。在实施中，企业需充分考虑借力外部赋能企业，保证对投入产出比高的如车辆管控技术这样的成熟技术能够快速实施。对于投资较高、周期较长的技术，例如OMS/WMS/TMS系统，则可自建与外部合作相结合的定制开发，例如希杰荣庆自行开发物流系统。长期来看，冷链物流技术正向数字化供应链管理发展，即从原产地到消费者全链条中各方数据能够实时同步，使供应链的大数据分析预测及精细化管理成为可能，例如京东与雀巢“联合预测与补货系统”的合作对整合供应链的物流已有所尝试，并取得效果。物流企业应该充分结合自身业务发展需求，形成长期技术发展蓝图，考虑自研与科技赋能企业合作相结合方式，达成时间、成本及效果的最优化。

3.搭建平台，引入社会资源在规模与科技lingxian的基础上，能否实现平台的搭建对于企业实现规模化突破至关重要。通常，平台的主要职能包括：需求整合、订单匹配、标准制定、质量管控、科技赋能、金融赋能共六项。科技是平台搭建的前提条件。平台承接货主企业冷链仓储及运输需求，相应引入社会冷库及冷链运输资源。例如，京东与广东茂名建辉实业合作的冷库项目中，京东负责库内操作系

统、运营监控、标准制定、库内规划设计及客户获取职能，而合作商负责库房资源与设备及库内工人团队等职能。九曳也同样在部分三线城市接入冷链运输资源，提供城配服务。正是平台模式的应用帮助两家企业拓展了服务的范围。借助社会闲散资源，冷链物流企业不仅能够拓展对现有客户的服务范围，还可以持续为更大规模的客户服务。但正如京东的实践，平台模式的核心在于制定统一的管理标准、赋能合作方，还能把控服务质量，形成可持续的服务能力。

行业建言冷链物流市场的迅速发展，是机遇也是挑战。我们建议身处冷链物流行业中、对冷链物流行业感兴趣的物流企业与投资方考虑以下四项关键举措：1.重新审视冷链战略结合行业趋势，重新审视现有冷链战略，围绕“规模”、“科技”、“平台”三个致胜要素，进一步确定冷链业务愿景及未来发展模式。2.发展战略伙伴策略考虑自身业务资源及区域市场情况，确定目标合作货主企业，建立战略合作伙伴关系，形成规模优势。3.提升科技应用水平评估企业科技应用水平，借力科技赋能企业，制定技术发展蓝图，优先快速应用降本增效的物流技术，并对长期技术应用发展制定实施计划。4.思考平台模式应用

研究撮合/统筹平台的商业模式，理解所需的科技基础，探索建立平台模式引入社会物流资源，服务现有客户并开拓新客户的发展机遇。