

运输 仓储 配送 东莞到安庆 物流专线 踏信 全国物流运输托运

产品名称	运输 仓储 配送 东莞到安庆 物流专线 踏信 全国物流运输托运
公司名称	踏信冷链物流（深圳）有限公司
价格	20.00/件
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

生鲜供应链行业现状：

公开数据整理，2014-2019年之间，生鲜供应链及服务商领域投资事件超796起，可查投资总额约2000亿元人民币。诸如IDG资本、经纬中国、高榕资本、阿里巴巴、腾讯资本、真格基金等VC机构参与其中。

2020年，超过14家生鲜供应链企业斩获千万、上亿级别的资金，全年投资总额超百亿级别。其中，不乏同年多轮融资的案例。

图片来自：红餐网

不同以往，资本的目光专注在生鲜供应链企业本身，2020年，蔬东坡作为生鲜供应链行业第三方服务商回归资本青睐，拿下近亿元融资。

资本的本质属性是逐利的，通过逐利完成社会资源的优化配置，因此，资本市场也被看作判断一个行业前景空间的重要参考标的。

资本高频加注生鲜供应链产业的背后，究竟蕴含着什么新商机呢？

初，零售行业流传出一句话叫“得生鲜者得天下”，因为生鲜复购率、消费频次高，还能带动其他品类的销量。

后来，互联网电商行业蓬勃发展，生鲜成为了电商后的“堡垒”，“得供应链者得天下”的箴言不胫而走，行业发展越成熟，越容易发现生鲜生意的门槛在供应链，生鲜供应链为复杂，九死一生不足为奇。

2014年，伴随着移动互联网技术的成熟与网民的普及，万亿生鲜市场风云际会，涌现出一批再次挑战生鲜供应链领域的企业，诸如美菜、链农、蔬东坡（2015年转型提供生鲜SAAS软件服务）、每日优鲜等，背靠资本和互联网技术的力量，入局万亿生鲜市场，重新优化配置资源，一时间生鲜供应链江湖暗潮涌动。

qichacha数据显示，2015年起，生鲜供应链公司注册数逐年递增（2015年可查注册数21家）。2020年，这一数字上涨5倍之多。可见，生鲜上游供应链产业市场依然有着大把的商业机会。

从当前生鲜市场的发展状态来看，生鲜供应链的参与者大致分为以下四大类：

，区域性老牌食材供应商，指各个区域从传统生鲜配送企业或相关农贸企业衍生而来的从业企业，地域性供应链能力强，代表性如广西军英汇、新疆菜篮子、湖南麦菜邦、湖南鲜湘缘、四川玛王农业、上海静捷农业、吉马供应链、西安延农投等。

第二，B2B生鲜电商平台，2014年后成立依托互联网电商技术，建立独立的仓储物流和配送体系，其中以美菜为首，美团快驴、饿了么有菜、杭州菜无忧、安徽菜递网、昆明鲜活派、

第三，垂直客户领域/品类生鲜供应链平台，比如服务幼儿园健康食材配送的幼鲜通，净菜加工配送平台送达，为党政军机关、企事业单位等单位及社区提供生鲜配送的江西兵哥送菜，专做速冻冷鲜食品的冻品汇，火锅食材配送品牌锅圈食汇，专注于小龙虾、牛蛙等爆品供应的信良记。

第四，传统零售商超、社区团购平台、餐饮企业及延伸上游供应链，打造销配一体化供应链体系，这一类代表有兴盛优选，南方报业集团旗下南方优选，以社区团购平台起家入局团批配送的九佰街，海底捞自有供应链品牌蜀海

生鲜供应链行业发展趋势：

、生鲜市场高速增长同时，企业经营利润空间越来越小；

杭州菜无忧作为当地一家经营时间超过15年的生鲜配送企业，一直有着不少合作稳定的客户群，业务量过亿且长期稳定发展。另一方面，杭州作为电商发展为成熟的都市之一，不可避免的成为互联网巨头抢夺的“重镇”，阿里巴巴、美菜、快鱼等大资本dapinpai接连入局，竞争的压力越来越大。

菜无忧创始人王朝义谈到，这种所谓的“竞争压力”并非单纯的对于市场的竞争，双方也不是零和博弈，互联网新的商业模式带来新的市场机会和份额，更深层次的压力来自于对于“利润”的挤压。以菜无忧为例，2020年虽然受到疫情的一定影响，但整体利润额基本能够维持在20%，2021年之后在原有客户群体基础上，还承接了几个大的社区团购平台的，业务总量tisheng了很多，但利润额却下降到了16%，按照稳定一个亿的业务，利润差就是几百万，经营边际效益在下降。

、千团大战局势日益明朗化，成为平台供应商当谨慎；

2020年受到xinguan疫情的影响，社区团购生鲜到家的新商业蓬勃发展，2021年随着疫情回稳，各大团购平台从初的liuliang时代，回归当下留量时代，千团大战战局日益明朗化。

新兴的团购平台多有三类：

一是原有商贸商超等传统企业电商化转型而来，如兴盛优选；其次是看准风口的创业群体，如大庆九佰街；再是老牌电商平台成立新的事业部，美团、滴滴、阿里、拼多多、美菜之类。

如今平台间战争的关键点发展为“供应链”之争，除了兴盛优选这类自身有着完备的供应链体系的平台外，其他团购企业强化供应链途径无一例外，发挥平台资源整合能力，向上游寻找成熟供应链。

团购平台依赖下游订单优势，成为不少生鲜供应链企业眼中的香饽饽，但和多个平台打过交道的杭州老牌配送公司菜无忧董事长王朝义不这么认为，在其看来：在分享和平台合作的成本细节时说道，冷链供应是团购平台为看重的，正是因为菜无忧1200平方恒车间，菜无忧吸引了多个团购平台洽谈合作，2021年年初，和当地多多买菜合作，4月份的时候一个应季爆品蔬菜单天订单4万份合计2万斤，加上手上原有客户订单，菜无忧当天买断了杭州农批市场该单品所有的货，导致仓库爆仓，员工通宵作业，但整体利润是十分微薄的。

给团购平台配送的成本主要包括人工、损耗、物流等成本，举个例子，给平台1.35元的进价货，分包、分拣包装费每件合计5毛；平台对于重量、质量要求双高，导致配送企业损耗成本大增，基本超过40%以上，质量要求高加工损耗自然就高；重量的要求要命，平台商城展示1000克的标件，我们交付几乎都在1500克左右，一旦到达家庭用户有低于1000克，比如说有一单只有800克被抽检或投诉，后平台就将所有订单按照800克结算，以惩罚供应商降低自身成本。再加上司机出货、物流费等，基本得不偿失。

对于和团购平台的合作问题，湖南麦菜邦创始人周钢却有不同看法。社区团购的兴起是对传统生鲜供应链的一种变革，推进了中国生鲜供应链行业标准化的进程；其次，tisheng了从产地到销地之间的流通效率，使产地销地之间信息壁垒更加透明，所以中间供应链环节的利润在压缩；另一方面，周钢也在积极探索新的盈利点。

长沙作为社区团购的发源地，麦菜邦可以说是早一批团购平台供应商，2018年早期麦菜邦手上团购订单已超10万单，大批量订单给麦菜邦很大的分拣压力。2020年，疫情催化下的团购行业大爆发，周钢敏锐的发现了其中的商机，周钢先是和湖南鲜湘缘总经理陈立军牵头成立了湘菜同盟会，联合本地供应商集合订单直达上游源头；又联手创立湖南百农汇创农，探索研究生鲜标件的智能化分拣与配送服务，与传统配送商不同，创农将目标市场锁定以生鲜标件商品为主的团购平台类客户，内部引进智能化、自动化分拣软硬件设备。在创农的仓库，我们看到了周钢口中的智能化设备，以1000克/袋的土豆订单为例，分拣人员只需要在投料区倒入土豆，设备自动组合不同重量土豆达到1000克，然后进入打包-贴标的环节，整体效率比人工分拣tisheng2-3倍以上。

、智能化工具、信息化管理将成为生鲜老板的左膀右臂；

生鲜之所以成为互联网电商发展后的壁垒，大的因素在于自身“非标”，但随着互联网技术的日益成熟，这一壁垒正在逐步攻破。

重庆幼鲜通负责人康栋梁谈到，生鲜供应链是一个“高大上”的行业，但作为其中一环的生鲜配送企业来说，说白了干的就是一个“拉来拉去”赚差价的活儿，缺少核心竞争力，这是很多传统生鲜配送面临的困局。好的一面是，目前行业正在向着“科技化”、“信息化”的方向发展，这中间还需要像“蔬东坡”一样的技术支持。

智能化工具为企业原始数据的积累提供了必要条件，也是生鲜企业开展信息化管理的步，现代信息技术与先进的管理理念相融合，转变企业生产方式、经营方式、业务流程、传统管理方式和组织方式，重新整合企业内外部资源，tigao企业效率和效益、增强企业竞争力。

、食品安全重视度加强，政府对生鲜供应链市场管控力tisheng；

xinguan疫情的爆发将“食品安全”的关注度推向国民级别，从国内生鲜供应链流通现状来看，食材源头安全风险依然很大。近一两年来看，政府对生鲜市场全供应链监管体系逐渐向下游流通、消费市场加强投入，大力发展农贸市场及产业链信息化改造，实施农副产品流通全链条、可视化管理，实现食品溯源，切实保障食品安全。

广西军英汇负责人谈到，从2020年开始，政府出面牵头整合整个广西大B端食材供应市场，一些优质的生鲜配送商渐渐向政府靠拢；遵义吉马供应链总经理也在今年遇上了类似的事情，政府的重视必然强化食品安全的保障。