

冷链物流爆发性增长之下“隐忧”几何？

□ 全媒体记者 甘琛



近年来，随着人们消费不断升级，生鲜电商、蔬菜宅配等新经济模式逐渐兴起，冷链物流业迅速发展。

我国冷链物流市场规模有多大？行业趋势是怎样？还存在哪些短板？百强冷链物流企业发展有何奥秘？

近日，记者参加“2021亚洲国际冷链物流与技术装备展览会”及“中国冷链物流企业论坛”，采访了业内权威专家及相关展商，为您揭晓答案。

三大短板亟待补齐

在冷链物流业迅猛发展的同时，冷链物流基础设施不足、科技信息化水平不够、合规性经营观念不强等三方面的短板也日益突出。

秦玉鸣表示，我国冷链物流基础设施有待加强，冷链物流规划及运营管控存在短板。据他介绍，2020年我国冷藏车市场保有量为28.67万台，较上年增长7.2万台，年增长率为33.54%，但与发达国家相比仍然严重不足。“美国的冷藏车保有量达200万台，我国连美国的15%都不到。”

2020年我国冷库总量达到7080万吨（折合1.77亿立方米），新增库容1027.5万吨，同比增长16.98%，该数字已超过美国。“但我国的许多冷库是常温库改的，高标准冷库的供给是不足的。”秦玉鸣表示，从地域分布看，我国冷链设施和企业东多西少，分布极不均衡，“西北和东北地区作为农产品的主产地，其冷库容量总和占全国比例不到15%，而华东地区超过40%。”

科技信息化水平不高也是制约冷链物流业发展的一个短板。据介绍，由于冷链物流信息化程度较低，从产地到消费者均无法及时获取到匹配的链条信息，导致产销不对等或者“断链”。截至2020年底，仅有北京、天津、上海、浙江、福建、广东等逾十个省市可以实施冷链食品追溯，在我国冷链“断链”所导致的农产品腐损率是发达国家的1—2倍。“信息化支撑冷链物流发展未来还有很大的提升空间。”秦玉鸣表示。

头部冷链物流企业则持续加大科技投入，强化链条韧性。何斌表示，顺丰已建立全国性食品冷链网络，冷链技术及执行标准行业领先。2020年，受益于非接触式线上消费放量增长，顺丰冷链B2C产品业务获得良好增长。

排在百强第二位的京东物流相关负责人告诉记者，公司基于人工智能、5G、大数据等技术应用联合推出了“智慧链”防伪溯源平台，通过一物一码区块链溯源，实现冷链食品生产流通全过程信息上链与国内各省市溯源码互通，让全环节冷链流转可查询、可追溯，让消费者买得放心。

此外，冷链物流业的发展受到监管部门的高度重视，但各部门之间缺乏顶层设计，使得合规经营等问题突出，“全链条”监管体系未建成。“合规是个大问题，很多企业如果做到合规经营，利润可能就不多，甚至没有利润。”何斌表示。

韩天舒告诉记者，现在他们公司在与客户合作时非常看重是否合规，“但很多企业确实不合规，这会造成为劣币驱逐良币，严重影响行业的未来发展。”

秦玉鸣也深以为然，他认为，合规是行业内95%的企业都要面对的问题。“以前有很多冷链物流企业连社保都不交，税收也有问题，其实真正合规后，会受到大企业的青睐，往往走得更远。”秦玉鸣表示。



连云港冷藏集装箱堆场。本报资料室供图

深耕细分市场是“王道”

《2020年中国冷链物流百家重点企业分析报告》显示，2020年中国冷链物流重点企业，原重点企业有76家，新晋重点企业有24家，新晋重点约占原重点的30%，这意味着企业竞争压力较大。

如何从众多企业中脱颖而出成为重点冷链物流企业？如何保持原有排名甚至将排名提前？受访的企业家和专家们认为，深耕细分市场，确保差异化竞争，才是制胜“王道”。

河南华鼎供应链管理有限公司是新入榜的企业，在百强中排名第60位。陈海涛分析称，公司能够上榜，与他们走下沉市场路线和细分赛道分不开。“我们服务的5家准上市公司主要业务都在中小城市乃至县乡地区，这决定了我们只能走下沉市场路线，用心耕耘好这一块市场。”

陈海涛表示，我国城镇居民人均

可支配收入月均3700元左右，对于三、四、五线城市来说，这一收入的幸福感远高于一二线城市，他们消费升级的需求也在释放。“很多连锁品牌在大城市已经饱和，它们开始布局中小城市，主要的增长点也在中小城市，这为我们创造了千载难逢的机会。”

陈海涛告诉记者，目前他们在黄河以南长江以北布局了12个中心仓，可以辐射16个省1000多个县，确保冷链服务24小时到达县乡。一直保持在百强头部靠前的位置的荣庆物流供应链有限公司CEO熊星明也认为，“唯有不断研究细分市场，让客户对你产生粘性，才能够保持不败。”他介绍说，“荣庆物流与很多客户合作20多年，提供的服务往往超过客户的需求，客户早就对我们产生依赖性了，这也是我们始终保持在百强前三名的秘密。”

排在百强第一名的是顺丰速运有

限公司，顺丰冷链副总裁何斌告诉记者，顺丰有自己的DNA，注重网络+服务底盘的建设，始终靠近行业需求市场去投放资源，从而保持最强竞争力，争取最优质的客户。

与河南华鼎供应链管理有限公司走下沉市场路线不同，传胜供应链管理(上海)有限公司含着金钥匙出身，主要服务于一二线城市。据介绍，该公司由百胜中国控股有限公司控股，服务于百胜中国的整体战略。“目前我们在成都布局一个基地，未来肯定不止这一个。”传胜供应链管理(上海)有限公司副总裁韩天舒透露，百胜中国给他们的任务是，在中国投10亿美元布局物流，目前只花了不到1亿美元。“我们将利用百胜中国30多年的网络优势，做平台型物流企业，提供高端服务，同样的服务，我们的价格肯定是最底的。”

头部集聚效应进一步凸显

冷链物流行业贯通一、二、三产业，是巩固脱贫攻坚成果，有效衔接乡村振兴，促进消费升级的重要产业，更是物流领域中的一块蓝海。近年来，国内冷链物流蓬勃发展，市场规模不断扩大。

2020年我国冷链物流市场规模继续扩张，达3832亿元，比2019年增长440.8亿元，同比增长13%。我国食品冷链物流需求总量为2.65亿吨，比2019年增长3191万吨，同比增长13.69%。

“我国城镇化率已超过60%，按欧、美、日等发达国家的经验，城镇化率达到60%的时候冷链物流市场就会有爆发性的增长，现在中国就处于爆发窗口期。”河南华鼎供应链管理有限公司总经理陈海涛接受记者采访时透露，该公司2019年的营业额是6300万元，2020年已增加到2.6亿元，今年预计达5—6亿元。

据中国物流与采购联合会冷链物流专业委员会秘书长秦玉鸣介绍，2020年冷链物流企业收入实现增长的三大核心原因是业务体量增长、业务范围扩大、市场需求旺盛。“随着疫情下生鲜新零售的长期爆发，以及连锁便利店持续扩张，终端低温消费提升，冷链物流市场需求将持续得到释放。”

据中关村绿色冷链物流产业联盟预测，至2025年，我国冷链物流行业的市场规模有望突破5500亿元。

我国冷链物流企业头部集聚效应进一步凸显。会上，中国物流与采购联合会冷链物流专业委员会发布的《2020年中国冷链物流百家重点企业分析报告》显示，全国重点企业冷链业务营业收入合计达694.70亿元，同比增长26.36%，占2020年冷链物流市场规模的18.13%。重点企业市场占有率已由2018年的13.79%攀升到了2020年的18%，市场集中度持续提高。其中，2020年冷链物流重点企业前5名的营收达到256.42亿元，已占到重点企业总营收的36.91%。

头部集聚效应还体现在吸纳社会就业方面。2020年冷链物流重点企业提供就业岗位数量约5.71万个，其中前15名重点企业的员工人数达2.79万人，占到重点企业员工总人数的48.86%。

民营企业仍是冷链物流重点企业的主要组成部分，百强企业中，民营企业有72家，国有企业、外资企业、合资企业等占比不到3成。而从分布区域来看，华东区域入围企业数量最多，其次是华中和华南地区。顺丰速运、京东物流、荣庆物流等企业位居冷链百强榜前3名，其中，顺丰连续3年蝉联榜首。

(上接第1版)

永远跟党走，唯有追随高瞻远瞩、运筹帷幄的“掌舵者”，交通强国航船才能行稳致远。党的十八大以来，习近平总书记多次对交通运输工作作出重要论述，为交通运输发展提供了根本遵循。党的十九大开启了建设交通强国的新征程，这是党中央赋予交通人的历史使命，是全国人民对交通运输工作的殷切期望，是新时代做好交通工作的总抓手。新的伟大征程上，少不了爬坡过坎、前进道路上还有许多“雪山”“草地”要跨越，许多“娄山关”“腊子口”要征服，只有坚持和加强党的领导，才能牢牢把握正确航向，为交通强国建设提供坚强的政治保证。

永远跟党走，唯有追随“我将无我、不负人民”的“带头人”，交通强国建设的群众根基才能坚实有力。我们党来自人民，从诞生之日起就深深植根于人民群众之中、建立与人民群众的血肉联系。坚持人民至上、一切为了人民，是我们党执政的最深厚基础和最大底气，也是交通运输事业发展进步的基石。交通运输走过从“瓶颈制约”到“初步缓解”、再到“基本适应”乃至“适度超前”经济社会发展需求的历程，就是一部坚持来自人民、植根人民、依靠人民的奋斗史。只有从最广大人民的根本利益出发，坚持人民

永远跟党走

主体地位，尊重群众首创精神，调动群众参与热情、畅通群众参与渠道，从人民群众中汲取智慧和力量，才能使交通运输改革发展与增进群众利益同频共振，为加快建设交通强国凝聚共识、汇聚力量。

永远跟党走，唯有追随随力挽狂澜、坚如磐石的“主心骨”，交通精神支柱才能巍然屹立。百年征程中，党的历史铸就的伟大精神谱系，是党宝贵的精神财富，是鼓舞和激励全党全国各族人民顽强拼搏、不懈奋斗、勇敢前进的强大精神动力。而以“两路”精神等为代表的新时代交通精神，正是传承红色基因、赓续中国共产党人精神血脉的体现，是对中国共产党革命精神的传承发展和生动诠释。只有弘扬新时代交通精神，不断丰富和完善其内涵，才能引导行业广大干部职工以永不懈怠的精神状态和一往无前的奋斗姿态，争做新时代加快建设交通强国的坚定者、奋进者、搏击者。

征途漫漫，百炼成钢。新征程上，让我们坚定信念、践行宗旨、拼搏奉献、廉洁奉公，把对党和人民的忠诚和热爱牢记在心目中、落实在行动上，加快建设交通强国，为全面建设社会主义现代化国家当好先行！

交通运输业着手布局“双碳”战略

□ 全媒体记者 吴静

作为全球生态文明建设的参与者、贡献者、引领者，2020年我国正式宣布将力争2030年前实现“碳达峰”、2060年前实现“碳中和”。

“碳达峰”“碳中和”带来的绿色转型将重塑未来的生产生活方式，对今后30—40年的经济社会发展产生广泛而深远的影响。“十四五”是实现“碳达峰”“碳中和”关键期、窗口期，交通运输行业如何抓住“双碳”战略的巨大发展机遇？

未来绿色低碳大趋势

今年2月，国务院印发《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》，要求全方位全过程推行绿色生产、绿色流通、绿色生活、绿色消费等，统筹推进高质量发展和高水平保护，确保实现“碳达峰”“碳中和”目标，推动我国绿色发展迈上新台阶。

以创新为驱动，大力推进产业、能源、经济结构转型升级，也是摆在交通运输人面前的重大课题与历史机遇。6月20日，中国船级社武汉规范研究所博士王志芳接受记者采访时透露，交通运输部已经着手推进行业“双碳”战略的“顶层设计”，从发展、趋势、渠道等各方面研究交通运输行业“双碳”行动方案的时间表、路线图与施工图。目前，交通运输部相关科研院所与中国船级社已经开展了“双碳”战略的十多项课题研究。

绿色金融引领发展转型

根据全国碳市场总体设计，最终纳入全国碳市场的高耗能行业有8个，包括电力、石化、化工、建材、钢铁、有色金属、造纸、民航。作为推动我国碳减排工作的重要抓手，全国碳市场

第一个履约周期正式启动。

5月26日，生态环境部新闻发言人刘友宾表示，6月底前启动全国碳市场上线交易，“我国碳市场覆盖排放量超过40亿吨，将成为全球覆盖温室气体排放量规模最大的碳市场。”

全国碳市场启动上线交易，碳排放权交易市场，将激发各行各业的减排动力，对实现绿色低碳发展发挥重要作用。比如某个交通运输企业每年的碳排放限额为1万吨，如果通过技术改造、减少污染排放，每年碳排放量为8000吨，那么多余的2000吨，就可以通过交易出售。而其他用能单位因为扩大生产需要，原定的碳排放限额不够用，也可以通过交易购买。这样，整个交通运输行业的碳排放总量控制住了，又能鼓励企业提高技术、节能减排。

水运开启绿色低碳产业变革

据了解，2018年全球碳排放的第一大来源是火力发电，占比42%，其次是交通行业，占比25%，工业占比23%。2020年我国交通领域二氧化碳排放量在整体能源消费中占比约10%，电气化率仅3%。其中，公路排放最大，达77%；航空、水运、铁路的排放占比分别为10%、9%、4%，交通领域的绿色转型具有较好的提升空间。

我国水运领域，一直在探索绿色低碳发展之路，管理部门、航运巨头、大型港口“纷纷入场”，着手产业布局。

近日，交通运输部海事局二级巡视员王泽龙表示，“十四五”期，部海事局将实施我国“碳达峰”“碳中和”重大决策海事应对策略，推动建立全国船舶能耗中心，建立航运温室气体减排监测、报告和核算体系，完善船舶能耗数据收集机制，实施船舶大气排放清单和温室气体

排放清单制度，推进深圳大鹏湾、宁波舟山港核心水域、上海外高桥等船舶大气污染物排放控制监测监管示范区建设，实施船舶排放控制区监测监管示范工程，积极参与航运业减排全球治理，提升我国航运减排制度话语权。

中国船级社科创中心主任蔡玉良介绍，CCS来自总部的相关处室、研究机构及认证公司的团队正在开展“双碳”研究，CCS的8个实验室中，航运绿色生态实验室、清洁能源水上应用与安全实验室正在参与“双碳”研究工作。

5月18日，中国船级社与中国远洋海运集团在上海签署“推进‘碳达峰’‘碳中和’工作协议”。双方将按照国际海运温室气体减排和欧盟“绿色协定”气候中性目标要求，有序开展能源消费结构的调研，制定航运业实现“碳达峰、碳中和”的技术路径，合力突破关键核心技术，搭建国际化合作平台，为航运业高质量发展提供示范和经验。

在长江流域，长航集团坚持实施低碳发展措施，参加工信部“绿色智能内河船舶创新专项”研究，首创内河油气电混合动力技术，并完成实船改造及运营；推进长江水上化学品船舶洗舱站及水上绿色综合服务区建设。

6月5日，山东省港口集团在全国港航领域率先发布绿色港口“十四五”规划，明确提出要瞄准“建设国际领先的智慧绿色港口”1个目标，力求实现“能源消费低碳化、运输方式绿色化、资源利用集约化、管理模式智慧化”4个突破，推进绿色低碳发展。

交通运输行业的碳排放权交易空间巨大。未来40年，在“双碳”战略的大背景下，我国的交通运输相关产业必将形成一系列新的变革。