

冷链跑上“热”赛道

冷链物流一直受到社会各界广泛关注,近期,国家发展改革委同有关部门,专门研究编制了《“十四五”冷链物流发展规划》(以下简称《规划》),并由国务院办公厅印发实施,于12月12日向社会正式公布。



冷藏箱。本报资料室供图

发展前景广阔

“一骑红尘妃子笑,无人知是荔枝来。”彼时,生鲜蔬果的仓储和运输殊为不易。如今,大江南北,想吃新鲜荔枝,可谓轻而易举。而这些,都得益于冷链物流的发展。

近年来,我国冷链物流市场规模快速增长,国家骨干冷链物流基地、产地销地冷链设施建设稳步推进,冷链装备水平显著提升。2020年,冷链物流市场规模超3800亿元,冷库库容近1.8亿立方米,冷藏车保有量约28.7万辆,分别是“十二五”期末的2.4倍、2倍和2.6倍左右。与此同时,我国冷链物流发展也存在不少短板,但随着《规划》落地,我国冷链物流或许将打破发展不平衡不充分

的现状,成为一条全新的热门赛道。

12月13日,国家发改委就《规划》有关情况举行发布会。国家发改委经济贸易司副司长张江波介绍,总体来看,《规划》有以下3方面特点:第一,突出“两个导向”。一是突出目标导向,围绕建设符合我国基本国情和产业结构特点、适应经济社会发展需要的冷链物流体系,提出建设串接主产区、主销区的“四横四纵”冷链物流骨干通道,构建“321”冷链物流运行体系,加快推动冷链物流高质量发展,充分发挥冷链物流在减少农产品产后损失和食品流通浪费、扩大高品质市场供给等

方面的重要作用,为构建新发展格局提供有力支撑。二是突出问题导向,聚焦制约冷链物流高质量发展突出瓶颈和痛点难点卡点问题,按照“减损、提质、增效、降本”政策导向,提出补齐基础设施短板、畅通通道运行网络、提升技术装备水平、健全监管保障机制等一系列针对性举措。

第二,注重“两个结合”。一是注重总分结合,从设施、通道、服务、监管、保障等方面对构建现代冷链物流体系进行总体部署,并分章节逐一细化明确具体工作任务,强化统筹谋划、系统推进。二是注重条块结合,纵向围绕产、运、销冷链物流3个主要环节,横向围绕

优化全品类服务、推进全流程创新,强化全方位支撑,加强全链条监管4个主要方面,加强因地制宜、分类指导。

第三,强调“两个强化”。一是强化创新驱动。全面体现“创新是引领发展的第一动力”,推动新型技术装备和组织模式在冷链物流主要环节推广应用,从数字化、智能化、绿色化发展,打造新双向通道,构建产业发展新生态等方面,对提高冷链物流创新发展水平提出明确要求。二是强化可操作性。为推动落实《规划》提出的总体布局重点任务,《规划》有针对性地列出12个专栏,系统提出21项工程,着力解决相关具体问题。

改善社会民生

近年来,我国肉类、水果、蔬菜、水产品、乳品、速冻食品以及疫苗、生物制剂、药品等冷链产品市场需求快速增长,营商环境持续改善,推动冷链物流较快发展,但仍面临不少突出瓶颈和痛点难点卡点问题,难以有效满足市场需求。尤其是新冠肺炎疫情常态化对冷链物流提出新的更高要求,冷链物流发展面临新的机遇和挑战。

会上,张江波在答记者问时表示,为充分发挥冷链物流对促进消费、改善社会民生的重

要作用,《规划》重点从以下三个方面进行系统谋划——

宏观层面,建设内外联通的国家冷链物流骨干通道网络,打造“三级节点、两大系统、一体化网络”的“321”冷链物流运行体系。其中,“3”指完善国家骨干冷链物流基地布局,加强产销冷链集配中心建设,聚焦产地“最先一公里”和城市“最后一公里”,形成高效衔接的三级冷链物流节点;“2”指构建服务国内产销、国际进出口的两大冷链物流系统;“1”指建设设施集约、运输高效、服务优质、

安全可靠的国内国际一体化冷链物流网络。

行业层面,创新组织模式,提高冷链物流规模化发展和网络化运作水平。《规划》提出,在产地,建设一批产地冷链集配中心,推广“移动冷库+集配中心(物流园区)”等新模式,提高产地冷链设施利用效率和农产品产后商品化处理水平。在城市,建设一批销地冷链集配中心,集成整合流通加工、区域分拨、城市配送等功能,引导存量冷链设施资源集中,优化城市冷链设施布局。

运行层面,打造消费品双向冷链物流新通道,促进农民增收和消费升级。在生产端,发展“平台企业+农业基地”“生鲜电商+产地直发”等新业态新模式,畅通高品质农产品上行新通道,促进冷链惠农、品牌兴农、特色富农。在消费端,推动冷链物流服务网络向中小城镇和具备条件的农村地区下沉,鼓励供销合作、邮政快递、交通运输、电商等企业共建共用冷链物流设施,打通高品质生鲜冷链物流下乡进村新通道,扩大生鲜等高品质消费品供给。

助力乡村振兴

“冷链物流是减少农产品产后损失和食品流通浪费的重要手段;是支撑农业规模化产业化发展,促进农业转型和农民增收,助力乡村振兴的重要基础;是健全‘从农田到餐桌、从枝头到舌尖’的生鲜农产品质量安全体系,提高疫苗等医药产品全过程品质管控能力的重要保障。”张江波在会上说。

冷链物流对减少农产品损耗,促进农民增收具有重要作用。《规划》中也有促进农产品上行和高品质生鲜消费品下行等相关任务,针对如何通过发展冷链物流,加快现代流通体系建设,更好地促进农民增收和农村消费双提升,商务部流通发展司副司长李刚表示,商务部始终高度重视流通领域冷链发展工作,党的十八大以来,

连续支持冷链流通基础设施建设。截至目前,已累计支持新增冷库库容600余万吨,全国超过70%的农产品批发市场建有冷链设施。促进农民增收,提高农民消费能力,让农民和市民享有更多获得感、幸福感,是乡村振兴和发展县域商业的根本出发点和落脚点。为落实好这项工作,商务部将加快补齐冷链设施短板作为县域商业体系建设的重要任务,不断完善农产品市场网络,提高农产品冷链物流的信息化、规模化、集约化、组织化水平。

李刚表示,为贯彻落实好《规划》,下一步,商务部将在流通领域重点抓好三项工作,着力增强三种能力。一是抓产地流通基础设施建设,增强商品化处理能力。

在产地就近建设改造集配中心、冷库、产地仓等设施,提高产地移动型、共享型商品化处理设施利用率,增强产地商品化处理能力和错峰销售能力,让好产品卖出好价格,把更多流通增值收益留在农村。

二是抓跨区域农产品批发市场和干线冷链物流建设,增强流通主渠道冷链服务能力。发挥国家物流枢纽、农产品跨区域集散地等组织核心功能,推动大型农产品物流园区、批发市场等加快完善具备物流集散、低温配送等功能的冷链设施,对接主要产销地,创新物流干支衔接模式,畅通农产品冷链物流“大动脉”。

三是抓终端零售网络“冷环境”建设,增强冷链配送能力。支持升级改造连锁超市、农贸

市场、菜市场等零售网点,完善终端销售冷链配套设施。引导农产品流通企业加强供应链建设,完善产地仓、中心仓、前置仓等冷链设施,线上线下相结合促进冷链流通。鼓励第三方社会化冷链物流企业发展,推动冷链云仓、共同配送、零担物流等模式推广应用,提高冷链资源综合利用率。

展望2025年,我国也将全面建成现代冷链物流体系,设施网络、技术装备、服务质量达到世界先进水平,行业监管和治理能力基本实现现代化,有力支撑现代化经济体系建设,有效满足人民日益增长的美好生活需要。

(本文综合自人民网、南方都市报、北京日报、中国水运网等媒体报道)

在国家相关政策的指引下,绿色物流的概念正在深入人心,逐绿而行,正成为社会与企业的自觉行动。

绿色——决胜未来

对物流来说,绿色是态度,更是未来。环境承载力问题已成为物流行业不可回避的瓶颈之一,绿色物流成为高质量发展必须坚持的理念和方向,通过资源的高效集聚,来实现经济效益、社会效益和环境效益高度统一,这对物流企业来说,可能短期投入过大,但长期来看,有利于提高效率、降低成本、提升竞争力。

物流领域重要的环节,仓储、包装、运输和配送等都在绿色、低碳方面非常有潜力,比如,以前的运输都是粗放式的,通过采用新能源车降低消耗,同时利用数字技术的能力,优化仓储网络规划和实时最优路径规划,减少在途车辆,提升往返车辆的满载率,从而达到降本增效、可持续发展的目的。

对企业来说,消费者是上帝,今年的“双11”购物节,人们更在意从生产、消费到物流体系的减碳能力,比如,对非环保快递包装材料说“不”,优先选择使用经过绿色认证的快递包装等等。绿色,指引其消费方向,选取物流服务,首先考虑绿色物流。总之,绿色已成为消费增长的新动能,物流企业,要洞察消费者这一变化,并作出回应。

因此,绿色物流,不仅是企业践行社会责任的表现,更是未来物流业可持续发展的必然选项,秉承绿色发展理念、践行绿色发展方式日益成为物流行业的主基调。

笔者认为,通过资源的高效集聚实现经济效益、社会效益和环境效益的高度统一,物流才能继续向前一步走。从大局说,绿色物流承载着中国经济发展与繁荣的梦想;从小处说,绿色物流关系着企业的未来。

绿色物流成为各家物流企业展现实力的“竞技场”,通过政策引导和环境支持,驶入绿色物流发展的“快车道”是大概率,也将是企业在竞争中立于不败之地的重要举措。

包装——需要革命

绿色物流的痛点,体现在快递包装上,因此,绿色物流离不开包装革命,而包装革命,先从快递入手。一直以来,快递过度包装就备受诟病,在这场越来越强的物流绿色风潮中,包装首当其冲。

绿色包装有两大法宝,一是“瘦身”,二是循环。快递绿色化,首先需要给快递“瘦身减重”。资料显示,2017年全国一年纸箱包裹需要的瓦楞纸箱原纸多达4600万吨,换算成造纸用的树木,约等于7200棵大树。

杜绝过度包装,提倡简约包装。国家邮政局已树立了目标——2021年底,电商快件不再二次包装率达80%,推广产品包装与快递包装一体化,减少使用一次性塑料泡沫箱。

在仓储、包装、运输等环节,胶带减量、印刷减墨、可循环包装,都是“瘦身”的重要步骤。然而包装的“瘦身”,不仅是管理上的事情,更是技术上的事情,利用科技技术,实现包装减量前景广阔。首先要开展绿色包装物品研究,研发生产标准化、绿色化、减量化和可循环利用降解的包装材料,淘汰有毒有害物质超标的包装材料,使包装材料更轻便、更环保、更耐用。今年4月,圆通等三家公司在浙江共同成立了“快递绿色化联合实验室”,开展可降解塑料袋配方研究,全力推动可降解塑料袋在快递行业的应用推广;顺丰也建立了集研发、检验、监测于一体的包装实验室,推进技术进步,解决目前包材成本、强度等问题。

其次,应当在包装智能设备上有所突破。从智能化入手,探索出一套绿色包装与智能化相结合的降本增效方案。目前智能包装的打包机,可以节约40%的运输空间和60%的缓冲物。

京东就通过磁悬浮打包机、气泡膜打包机、枕式打包机、对折膜打包机等18种智能设备组成的全链路智能包装系统,实现了针对气泡膜、对折膜、纸箱等各种包装材料的统筹规划和合理使用,可以极大地降低包装材料的消耗。

菜鸟网络自主研发的智能箱型设计和切箱算法,可以选择最优箱型匹配消费者订单,提升纸箱空间利用率,实现包装减量化。

电商启用“绿仓”,使用的都是免胶带的快递箱和100%可降解的快递袋。让包装“绿”起来,不仅要“瘦身”,还要“循环”。事实上,很多快递包装和填充物是可以被循环利用的,然而,有资料显示,中国包装垃圾的总体回收率小于20%,其中纸盒只有不到一半被回收,而快递包装中的填充物、胶带等塑料成分,其回收率几乎为零。回收、循环正成为当今社会亟待解决的难题。

贯彻循环经济理念,优先选择使用可循环快递包装,这方面,目标已确定,国家邮政局要求,2021年底可循环快递箱(盒)使用量达500万个,循环中转袋使用率达到91.5%,在营业场所设置7.6万个包装废弃物回收装置。

以包装回收为主的绿色行为也已经成为一种新的社会风尚,企业也在行动纷纷各显神通,推出共享快递盒、循环快递袋,或推出快递纸箱回收服务等。

京东推出的“青流箱”已经常态化,这种循环快递箱由可复用材料制成,无需胶带封包,破损后还可以回收再生,“双11”期间,京东物流循环中转袋平均使用率超90%,共减少一次性包装垃圾10万吨。上半年,百世快递总投入环保集包袋1020万条,循环使用次数累计达4.1亿次。

链条——不能缺环

绿色物流是复杂的系统工程,绝非一个平台、一个企业能够独立完成,需要全行业和上下游以及各个关联方共商、共建、打通上下游产业链,让绿色物流成为“全链路”。

从绿色物流内涵来说,涉及到各个方面,运输、包装、存储甚至包括生产前端等;从社会角度来说,涉及生产企业,物流企业,广大消费者;从更广的角度来说,则涉及到国家的发展,城市的建设,因此,绿色物流是很大的系统工程,要取得较好的成绩,不能缺环。

发展绿色物流的主体是企业,立足企业的绿色物流,不仅包括绿色包装、绿色仓储、绿色回收和绿色配送等业务的发展,而且涵盖着绿色供应、绿色生产、绿色销售、绿色回收等多部分组成的闭环系统。

绿色物流内涵本身就存在动态调整和延伸性,需要涉及物流供应链上下游多业务环节,多市场主体共同参与,以促进物流业绿色转型升级和高质量发展,带动上下游企业发展绿色供应链。

要打破孤岛,不仅需要企业践行绿色发展,还要行业一起行动。今年9月,中国快递协会组织18家快递企业共同签署《中国快递业绿色包装减塑自律公约》,这种行动,不应只是快递业,快运,还应包括烟草物流等行业物流。不仅是行业,还要与上下游企业一起行动,例如京东携手产业链上下游合作伙伴,打破减碳创新举措的孤岛,实现整个供应链体系内的协同增效。

绿色物流,不只是一个行业问题,还是一个综合性的社会问题,绿色物流需要企业、市场协同发展,更需要消费者理念的转变和行动上实际配合,消费者也是绿色物流中的重要一环。绿色物流洪流中,普通人将扮演什么角色、采取什么态度、具有哪些行动,也很重要。践行绿色消费理念、营造绿色低碳生活新风尚,不再是一句口号,而是正在落到实处的行动。

从与城市的关系来说,绿色物流与“无废城市”建设紧密相关。打造绿色物流城市项目,结合城市发展规划,做好顶层设计,系统推进绿色物流在一个城市的布局非常重要。

可以看到,绿色化发展已成为物流企业、物流全行业,乃至全社会的共识,成为要遵循的基线。然而,需要注意的是,当前绿色物流诸多行动的示范性远远大于实际可操作性,离成为趋势还有很长的路要走,绿色物流之路没有终点。

物流业「逐绿而行」

□李波

