

■ 本报撰文 本报记者 杨颖 霍玉茜



编者按:近年来,随着收入的增加以及生活水平的提高,消费者对食品营养、品质、新鲜度的需求不断攀升,这对冷链物流提出了更高的要求。在这些需求的刺激和政策的利好下,冷链物流行业高速发展。

但是,就现状而言,国内冷链行业与发达国家相比还存在很大差距,不论是在消费者的消费意识方面,还是生产者的经营准备和对流通环节的全程保障方面,抑或是在基础设施配套、行业标准建立层面,都存在很大的提升空间。不断“火”起来的冷链还有很多困难要克服。

冷链物流需求大挑战多

变形的冰激凌、外包装上有水雾的酸奶、一煮就破的速冻水饺,这些是多年来消费者最能直观了解到的冷链断链造就的“后果”。随着经济的高速发展、科技的日益发达,冷链配送条件不断改善,但人民生活水平的逐渐提高也催生出了一些新的需求,其为冷链市场带来了更多的空间和更大的挑战。

中小型生产者的困惑

2012年以来,《舌尖上的中国》系列节目的热播将消费者对产地直送的认识和期待助推到了一个前所未有的高度。消费者足不出户就能遍尝全球美味的愿望促使更多中小型生产者萌生了拓展市场的意愿。看到这些,不少冷链从业者也加快了全产业链条布局的步伐。

但从现实来看,中小型农产品企业想融入冷链发展当中,仍须克服很多困难。针对于此,中国新农人联盟发起人辛巴举了两个非常有意思的例子,一个是不敢吃的贵妃鸡,另一个是不敢送的高原梨。

“去年夏天,有一个在山东莱芜养贵妃鸡的新农人,为了打通销售渠道,请求我们帮助疏通流通环节。他的贵妃鸡品质非常好,要价每只198元。根据相应情况,我们为他引荐了渠道商,并告诉他可以发两个样品给对方看一看。于是,他从山东莱芜发了两只样品鸡到深圳。为了求快,他选择顺丰快递配送,并且在发货之前对产品进行抽真空保存,并放置冰块和泡沫进行保温。第三

天,样品到达深圳,但冰块已经融化,鸡也解冻了。渠道商告诉我,虽然看起来鸡的品质确实不错,但他不敢吃这样的货物,也不敢卖。”辛巴接着说,“另一个例子的主角是浙江庆元县的高原梨。一箱梨的重量是5公斤,我称量后发了快递。大概也是过了三四天,高原梨到达目的地北京。但收货的朋友告诉我,货物破损较为严重,东西不错,但很可惜,没有办法出售。”

“当优质农产品遭遇不完备的冷链配送时,对买卖双方的伤害都很大。现在的农产品流通需要两条‘腿’发展,一条是能不能有优质的、能被按单的产品,另一条是产品能不能被安全送达。这两方面对现在做优质农产品的群体来说,是非常大的挑战。而如果能够把运输链条打通,尤其是把‘最后一公里’做好,对所有农民来说都将是好事。”

食品的流通和安全需求

的确,为适应特色优质食品流通需要的不断增加以及消费者对食品质量要求的日益提升,近年来,更多的生鲜食品正不断加入到冷链配送的大军中。据研究发现,控制易腐食品安全的关键是控制微生物的生长数,而控制微生物的关键是控制温度。温度每升高6摄氏度,食品中的细菌生长的速度就会翻一倍,所以,全程把控各个产品的温度、湿度需求,保障整个运输、交接和储存过程始终在冷链环境下进行,对保证食品的安全、新鲜度以及营养度有很大帮助。

中国物流与采购联合会提供了这样一

组触目惊心的数字:我国果蔬冷链流通率仅为10%左右,而且损耗率高达30%。“如果将果蔬损耗率降低到5%,每年可节省1000多亿元,或可节省1亿亩耕地,提供1.8亿人一年的口粮。”中国物流与采购联合会副会长兼秘书长崔忠付指出,由上述数据可见冷链物流的重要性。这些年出现的“豆你玩”、“蒜你狠”等现象,一方面显示出食品在运输过程中经历的流通环节过多,但另一方面也凸显了冷链物流体系的缺失。由于冷链体系不完善,冷链基础设施落后,农产品损耗严重。而且,很多产品在没有成熟的情况下就被采摘,通过常温运输到消费地,这也造成了产品品质的下降。

“如果在产地配套有完善的冷库及加工设施,就可以有效延长产品的货架周期、拓展农产品的销售区域、增加农产品的附加值,并最终实现农民增收。比如,胡萝卜收货后如果不能在短期内卖掉就会导致质量下降。种植者在没有冷库的情况下往往会着急出售,这时收购商就有机会进行压价。而有了冷库和冷链加工中心之后,原本每吨1400元的胡萝卜,错过收购旺季后可以卖到每吨2000元甚至更高。”崔忠付说。“其实,我国的生鲜农产品在出口方面也具有比较优势,但由于冷链产业发展滞后,我国的蔬果出口量仅占总产量的1%至2%,其中,还有80%是初级产品,在国际市场上缺乏竞争力。近年来,发达国家不断提高农产品进口准入标准,相关质量、技术和绿色壁垒已成为制约我国农产品打造品牌和出口的重要障

碍。加快发展农产品冷链物流,有助于提高出口农产品质量,突破贸易壁垒,增强相关产品的国际竞争力。”

政策重视 问题犹存

近年来,国家高度重视冷链物流产业发展。早在2009年,国务院关于印发物流业调整和振兴的规划里就把冷链物流摆在了突出位置,专门提出要编制一个冷链物流的专项规划。2010年,国家发改委发布《农产品冷链物流发展规划》。国家发改委、财政部、商务部、农业部等部委也都从不同角度来补贴农产品物流项目。今年6月11日,国务院常务会议还通过了《物流业发展中长期规划》,提出到2020年物流发展的目标和任务,部署的12大工程中,第一大工程就是冷链物流。

“今年,商务部、农业部为冷链物流专门召开了多个会议,而且中央政府对这一领域也非常重视,我国冷链物流发展前景看好。”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表示,国家支持冷链发展将对农民增收、城市消费者买到更优质的产品、保障食品安全等都有促进作用。

不过,虽然各界对冷链物流的认识和需求都在不断提升,但就目前来看,我国的冷链物流发展也存在一些问题。辛巴认为,当前,我国对物流冷链的认识普遍不足,呈现三大困局:一是“不知道”,即城乡之间信息不对称,城里人不知道偏远地区的优质产品;二是“知道吃不到”,即消费者或者销售

商明知道有优质产品,但因为路途遥远,不可能实现送达而放弃购买;三是“知道能吃到,却不敢吃”,这涉及物流冷链配送安全的问题,配送过程是否存在断链,而消费者很难去了解相关问题。

崔忠付借此表示,当下,我国冷链物流至少存在3个方面的困难。首先,冷链基础设施落后,与发达国家有很大差距。同时,我国冷链行业的冷库结构还不尽合理,导致功能失衡。比如肉类冷库多果蔬类冷库少,冷冻库多保鲜库少,城市冷库多农村冷库少,经营性冷库多加工类冷库少,土建式冷库多装配式冷库少,东部冷库多中西部冷库少等。其次,冷链标准缺乏监管,企业执行力度差。据统计,我国冷链相关标准已超过200项,但这些标准都是推荐性标准。而在很多发达国家,冷链物流已上升到了法规层面。例如欧洲很多国家采用的《易腐食物国际运输及其特种运输设备协议认证》(简称ATP),其中就对冷链运输和冷链设备进行了详细规定,一旦企业触碰相关规定,将可能面临法律制裁。最后,冷链理念薄弱,易腐食品安全意识不强。这既体现在政府层面,也体现在消费者层面。我国政府部门往往相对重视食品生产、终端零售环节,缺乏对冷链环节的监管和追溯。此外,虽然我国居民家庭易腐食品消费占比已经超过30%,但大部分消费者还认识不到温度变化对于食品安全的影响,认识不到冷链的价值。目前,冷链行业所遇到的这些困难,也直接体现了国内与发达国家的水平差距,需要引起各方更多的关注。

冷链宅配背后的商业“秘密”

冷链宅配,这个概念对于潮流“吃货”来说,并不陌生。当美国车厘子、千岛湖鱼头、大闸蟹等食物经过长途跋涉仍被新鲜地送到消费者家中时,一次冷链宅配就完美达成了。然而,这看似容易的下单、送货、收货背后,其实隐藏了大量的人力、物力和精力投入。

在实际操作中,一系列从产地、仓储到干线运输,再到业界为之头疼的“最后一公里”的制约,让许多公司不堪重负。那么,冷链宅配背后的商业模式应当如何?

模式布局

2012年5月,顺丰优选上线,为生鲜电商的运营模式提供了一个重要参考。

作为快递业的领军人物,顺丰优选的生鲜配送所依靠的就是顺丰快递的快速和全程的冷链技术。从顺丰优选的案例来看,对于产地直供的产品,其多采取预售模式,这种产品不用入库,原产地发货时直接在包裹中加入冰袋等温控材料,再使用顺丰航空运输至目的地。顺丰优选产地直供的生鲜会使用顺丰速运专门的“生鲜速配”服务,顺丰速运实现长途全程冷链的条件在于,在内部针对“生鲜速配”快件开设绿色通道。这种“一段式”全程冷链在一定程度上保证了配送的速度。顺丰优选总裁崔晓琪表示,开通一个城市就要把客户体验做好,利用仓库和干线运输的冷源保证产品质量。

未来,顺丰优选还将跟很多线下实体店开展合作。比如跟嘿客便利店合作,把产品放到嘿客便利店的冰柜里面,实现最后100

米的配送。这些不仅能够有效降低成本,还能提升客户体验。

而进入上海的雅玛多(中国)运输有限公司(以下简称雅玛多)也是“一段式”全程冷链的代表,其旗下的“黑猫宅急便”是著名宅配品牌,它的宅配模式被业内称为“黑猫模式”。

“黑猫模式”是本地化的冷链配送,从仓库到分拣基地再到配送至最终消费者手中,全程使用移动冰箱,配备相应运输车辆,自带制冷插电装置,在6个小时之内实现温控。这种方式保证了全程冷链以及食品的质量。但是,由于成本较高,一直在日本做冷链的雅玛多在国内的发展不尽如人意,巨大的设备及人员等方面的投入也没有换来雅玛多预期的大量订单。

据悉,日方在中国的投资计划是9年,这是雅玛多在中国的目标,但是从目前情况来看,在上海,要达到盈亏平衡也需要4年。这种模式短时间内无法复制。上海某物流公司负责人就直言:“民企不可能像雅玛多一样,通过9年实现盈利。”

而黑猫与顺丰选择的路径一样,开设自营门店,在所有门店中配有冷冻冷藏库,当客户不在家无法配送时可以按要求储存。

以上两家公司所选的“一段式”全程冷链宅配是典型代表,还有目前适用较多的“两段式”冷链宅配,即“干线冷链运输+落地配”的模式。靠做商超冷链起家的快行线食品物流有限公司(以下简称快行线)就是其中一个代表。

快行线主要依托城市间干线冷链运输。在北京等城市,同城客户将货交给(或

自提)快行线后,由快行线提供专业的冷库保鲜、分拣包装等,再根据订单要求,运输到北京的落地配网点,然后由落地配公司完成最后一公里。在落地配无法覆盖的北京密云、怀柔等偏远区县,则由快行线自行配送。外省客户则由干线冷链运输企业完成城市间运输,到达本地后再采用上述方式完成。

成本之困

热起来的冷链宅配,其实反映了消费者对于高品质生活的渴望。但是无论是“一段式”还是“两段式”冷链宅配,都要求企业投入巨大的成本,这样一来,相关食品的价格也会有所上升。据了解,冷链宅配的价格几乎高于常温宅配40%,消费市场能否接受?

快行线食品物流有限公司董事长刘培军认为,其实无论是冷链宅配还是冷链城配,成本高无外乎有这样几个因素:一是单量和单量的区域分布,配送价格的高低直接受配送单量左右。第二是冷链中技术设备成本。第三是信誉成本,由于环节与环节之

间缺乏信任,人和人之间缺乏信任,使得交接流程越来越复杂,成本也越来越高。

很多业内人士用5个字形形容冷链物流现状,即散、小、弱、乱、差。目前,从事冷链物流的企业非常多,但都不大,竞争力差。冷链企业可分成仓储型、运输型、市场型、流通型等很多类,但是,每一类都缺少龙头企业。业内普遍认为,增加集约化程度是降低物流成本非常重要的因素。

中国物流与采购联合会副会长兼秘书长崔忠付说:“从宏观的角度来看,冷链的成本肯定要比非冷链高一些。要想降低成本的话,实际上从产业链上来讲,有几条渠道:一是企业不仅要自身增加配送量,在企业之间还要提升共同配送合作,这样才能降低运

