



# 寻找冷链物流的增量市场

文 / 秦玉鸣

中物联冷链委最新研究揭示我国冷链物流呈现三大特点：冷链基础设施设备需求仍高速增长、冷链市场规模稳定增长但稳中趋缓、冷链头部企业营收增速超过行业平均增长水平。此外，还有一些隐藏在背后的趋势：冷链头部企业市场集中度不断提高、行业竞争进一步加剧、企业利润空间不断被压缩。因此，盘活现有存量市场，寻找新的增量市场，成为冷链物流行业的关注焦点。

## 冷链物流的存量市场

目前，超过80%以上的冷链物流企业还一直在争夺存量市场。那么什么是冷链的存量市场？大体

包括：食品生产企业、餐饮连锁、商超连锁等带来的冷链业务订单。

众所周知，效率、质量、成本永远是物流行业相互矛盾的三要素，三者之间没有绝对只有相对的平衡点，而每个甲方企业对平衡点的理解和接受程度是不一样的，所以很多都是在不断压缩冷链物流费用，但是成本太低了，就要在效率和质量方面做出牺牲，这是毋庸置疑的。

要强调的是，要想保证效率、尤其是货品质量不出现问题，物流费用终究是有底线的。当甲方客户开始一味地通过低价招标开始压榨冷链物流费用时，效率、质量、成本三者之间的平衡生态就会被打破。

在过去很长时间，大部分冷链物流企业都在抢



夺所谓的存量市场（从业者可以想想你服务的客户是不是都可归为这三大类），这就导致冷链市场需求的增长速度达不到冷链物流企业增长的速度，大家发现市场盈利开始变得困难，稍有不慎甚至亏损，这其实已经变成“红海”市场。

说到底，我国初级阶段冷链物流市场的打开，是因为这些存量市场的客户愿意给冷链带来的价值买单而成就的，要肯定他们对冷链行业发展带来的推动作用。

## 冷链增量市场在哪里？

纵观我国冷链行业，真正的增量市场主要集中于进口冷链食品、食材供应链、新农批升级等 8 个领域。

**进口冷链食品。**2020 年我国进口食品总额超过 1000 亿美元，即便在疫情影响下肉及肉制品进口量仍达到 991 万吨，同比增长超 60%；水产品进口量 550 万吨；乳制品进口量 337 万吨，同比增长 10.2%；水果进口量 630.2 万吨。按照 6% 的平均冷链物流费用来算，进口食品冷链物流市场规模接近 500 亿元。

**食材供应链。**随着消费方式、消费群体和消费场景的改变，以及疫情给餐饮供应链带来的巨大影响，未来食材供应链将会孕育越来越多的独角兽，为了建立不可复制的壁垒，冷链物流一定是食材供应链企业布局的重心，但是大部分企业不会重资产投入。

**新农批升级。**经过一场疫情的洗礼，我国农批市场可谓历经磨难、向新而生。农批市场的大趋势肯定是减少甚至禁止活禽交易，逐步建立批零分离、物流分时的商贸流通体系。尤其对于生鲜、冻品农批市场而言，这意味着要对原来的商业模式和服务要求升级，淘汰那些不合格、不合规的冷链设施设备，向智慧和物流一体化转型。

**生鲜社区团购。**在生鲜社区团购这个没有硝烟的战场上，汇集了兴盛优选、美团优选、橙心优选等一众实力雄厚的选手，大家都在抢占这条最火热赛道，因为这条赛道瞄准的是万亿级体量的 C 端市

场。这种情况下冷链物流的服务质量至关重要，关乎客户的复购体验，目前这些玩家都没有在冷链物流方面深度聚焦，这也是冷链物流企业的机会所在。

**电商和直播带货带来 2C 的需求。**每日优鲜、叮咚买菜已经上市，后续会加速供应链的布局。一个知名主播可以在短短数小时内带货几吨甚至上百吨，他们背后带来的冷链业务订单丝毫不低于中大型企业客户，所以说千万不能忽视直播带货背后的冷链市场，这类需求的特点是瞬间达到峰值、高度碎片化。

**互联网 + 食品 = 新食品品牌。**在互联网 + 的时代背景下，人们的生活方式发生了很大变化，即时、快速、便捷的速冻食品前景被看好。新食品品牌都通过垂直的产品定位，网红钟薛高的每支价格达到了 20 元以上，与国际奢侈冰淇淋不相上下，却依然收获了庞大的客户，此外还有信良记小龙虾等新食品品牌。但这类企业营销网络线上线下同步进行，单量不稳定，对冷链企业资源挑战巨大。

**产地特色农产品。**我国农业产业化经营发展势头强劲，并呈现出规模化迅速扩张趋势。土地规模化经营初见成效，农民专业合作社极大地丰富了农业产业的构成结构，先后诞生出褚橙、怡颗莓等产品品牌，以及阳澄湖大闸蟹、浙江杨梅、广东荔枝、大连樱桃、赣南脐橙、云南鲜花等地域性品牌，他们的成功是中产阶层消费升级的典型代表品类，季节性的挑战是目前冷链物流企业普遍的痛点，目前能做好的企业屈指可数。

**县乡下沉市场。**随着三四五线城市，乃至广大县乡一级市场消费群体消费意识和购买力的提升，大众开始对食品品牌、品质有了更高的追求，而越来越多的连锁餐饮和商超企业，在一二线城市市场竞争不断加剧后也纷纷深耕下沉市场，这绝对是一个万亿级别的大市场。对冷链物流企业的网络广度和深度提出了更高要求。■

（作者系中物联冷链委秘书长）