

河南省十八地市报业冷链宅配联盟在郑成立 搭建冷链物流配送平台 助推媒体融合转型发展

本报讯 5月3日,省长陈润儿到郑州报业集团旗下的华夏易通物流调研,详细了解第三方冷链物流配送及城市冷链物流产业发展,寄语冷链物流要立足中原,辐射全国,连通世界。如何贯彻落实陈润儿省长调研讲话精神,加快公共信息平台建设、健全冷链物流标准体系、加快建设冷链物流基地?

5月5日,河南省十八地市报业冷链宅配联盟成立大会在郑州举行。此次会议由郑州报业集团承办。联盟将共同发展,互利共赢,做好冷链物流网络配送平台搭建、优质产品的联采联销、冷链配送行业标准制定、大数据分析、行业信息共享、冷链产业发展的研究等工作,从而助推媒体转型,充分安排就业,进一步释放生产力。

近年来,随着以互联网为平台的新媒体崛起,传统纸媒转型已成为新闻人的时代命题。在传统广告盈利模式日益衰落的情况下,跨界经营、多元发展就成了报业人的必然选择。

据了解,目前,在发行面临困境的情况下,一些传媒集团纷纷转型发展,多元化经营。国内各家报社发行团队多向电子商务、物流配送、产品销售转型。当前,常温物流配送已经饱和,盈利空间极小,很多企业还出现了亏损,但冷链宅配物流却刚刚起步,发展空间巨大,是一片蓝海。

河南省十八地市报业冷链宅配联盟的成立,正是这种跨界经营、多元发展的一种有益尝试,其宗旨是为进一步创新报业转型发展、探索构建以城市物流宅配为主题的发行网络联动机制、加快推进报纸发行与冷链融合发展,打造河南省十八地市报业冷链物流宅配共同配送平台。

郑州报业集团负责人告诉记者,冷链物流行业是一个相对蓝海的行业,未来潜力巨大。根据专业机构测算,2020年我国冷链物流行业将达4000亿元的规模。在河南自贸区建设、郑州国家中心城市建设和郑州建设国际性综合交通枢纽的大背景下,冷链物流将会是一个朝阳产业。为贯彻落实陈润儿省长对冷链物流关于进一步强化标准意识,打造全链条、高标准、可追溯的现代化冷链物流体系的寄语,十八地市报业成立此联盟,用媒体的责任、担当和使命去打造中国冷链物流的“河南模式”。

河南省十八地市报业的发行负责人5月4日在郑州举行筹备会,决定成立河南省十八地市报业冷链宅配联盟,会议选举产生了理事长、常务理事长、秘书长、副秘书长。

昨日河南省十八地市报业冷链宅配联盟成立大会上,成员单位举行了签约、授牌仪式。河南十八地市报业冷链宅配联盟与思念食品、中荷乳业签署了战略合作协议。

据了解,联盟今后的工作将立足于两个方面,一是以十八地市报发行现有的团队和网络,打造河南省十八地市冷链宅配共同配送平台,实现联采联供联包联交,共同做大做强。二是借助报社的平台资源筹建河南省十八地市冷链物流产业园区,发展“媒体+冷链+宅配”特色产业,形成联采联配、资源共享的产业合作联合体,打造河南冷链物流的宅配共同配送平台,为提升人民生活水平、为食品安全流通保驾护航。

郑报融媒记者 徐刚领 李丽君 徐智慧/文 白韬 张翼飞/图



河南省十八地市报业冷链宅配联盟在郑成立



联盟成员代表发言



河南报业冷链宅配联盟筹备会



联盟成员单位签约



成立大会嘉宾云集

■嘉宾观点

河南郑报易通供应链管理有限公司总经理 鄧英武 打造河南最大O2O冷链实体平台

“冷链和我们的日常生活息息相关。”河南郑报易通供应链管理有限公司总经理鄧英武介绍说,国内冷链需求主要有3类:食品、药品、少量的工业品。河南是速冻食品大省,也是国人厨房,年增速达15%。

2016年中国冷链规模为1906亿元,随着人们生活水平的不断提高,电商的迅速发展和电商下乡,还会有更多来自世界各地的生鲜产品进入中国。2020年全国冷链行业的市场规模将达4000亿元。

鄧英武说:“公司将投资10亿元建1000亩的冷链物流配送产业园。未来公司将加快以郑州为中心,多个区域的冷链物流基地建设。”

“我们要做河南最大的O2O冷链实体平台,把媒体资源和冷链紧密结合。”鄧英武介绍说,主要包括四个板块,一是万人配送团队,二是万家社区店,三是网上商城,四是冷链物流地产。

鄧英武说,省发改委目前正在制定冷链

配送标准,他建议在冷链过程中,不仅要实现GPS定位,每时每刻从手机上可以看到每一单流通过程,还要增加温度等内容。

“我希望通过一个多维的共同配送冷链物流园区,把更多货物全部装入这个园区,然后对报纸发行站实现改造,作为二级仓,然后走进社区,走进千家万户。”通过搭建地方体系、连接网上商城,力争打造河南最大的O2O实体店,实实在在为河南亿万百姓提供服务。

郑州思念食品有限公司郑州分公司经理 毛新莉 通过郑报易通配送思念产品

郑州思念食品有限公司郑州分公司经理毛新莉说,公司有四个模块:郑州思念的速冻模块、洛阳杜康、海外思念和干味央厨。目前,思念食品有7大品类,300多个单品,涵盖思念的水饺、汤圆、馄饨、粽子、休闲食品等。

毛新莉介绍说,从消费者数据研究来

看,礼盒粽子每年增长大概在27.1%,真空类增长速度也比较高。真空和礼盒的渗透率都是增长速度比较快的,尤其是公司的礼盒粽,在礼品购买和团购渠道,从0.5%增长到1.6%,真空从1.1%增加到2.2%,是非常高的增长比例。礼盒粽的购买金额也是增长比较大的,通过消费者研究数据来

看,购买礼盒每次花费是88元,如果通过礼赠渠道是122元。”

“今年是公司 and 郑报集团进行粽子销售合作的第四年。”毛新莉说,“我非常期待河南省十八地市报业冷链宅配联盟的成立,以后我们的冷冻产品就可以在郑报易通这个系统进行售卖和配送了。”

图说 我们的价值观

圆梦是福

友诚敬爱法公平白和文民富
善信业国治正等由谐明主强

中华有福

天津大郑剪纸

中宣部宣教局 中国网络电视台 人民日报 漫画周刊

图说 我们的价值观

“讲文明·树新风”公益广告

中华有福

圆梦是福

天津大郑剪纸

友诚敬爱法公平白和文民富
善信业国治正等由谐明主强

中宣部宣教局 中国网络电视台 人民日报 漫画周刊