

# 新商業文明下中國冷鏈物流的前瞻性思維

■ 文 / 祁豔 總經理助理

中外運物流投資控股有限公司

法學學士、清華大學MBA，中國冷鏈物流行業的拓展者，擁有團隊領導、戰略佈署、專案規劃與投資，以及對利潤直接負責的可追溯經歷，尤其是在中國的冷鏈物流服務行業有著豐厚的改革與創新的經驗。歷任中外運上海冷鏈物流有限公司董事總經理、上海中外運裕和冷鏈運輸有限公司董事總經理、中外運物流投資控股有限公司總經理助理，一直致力於“中外運冷鏈”品牌的締造和傳承。同時為中國物流與採購聯合會冷鏈物流專業委員會的主要發起者，中國食品工業協會副會長。

曾榮獲“2009年中國冷鏈物流十大傑出人物”、中國食品工業協會冷鏈物流專家、“2009年物流業大獎——經典物流解決方案獎”、“2010年度中國冷鏈物流業領軍人物”等個人獎項。帶領中外運冷鏈榮獲2009、2010年度中國十大冷鏈物流企業模範單位、全國食品冷鏈物流定點企業、示範基地、中國食品物流50強；連續三年榮獲長三角冷鏈物流領軍企業等榮譽稱號。

2011年起，專注於中國冷鏈產業的研究、企業戰略規劃和行業策略投資。

E-MAIL: qiyen-bj@sinotrans.com



iPod、iPhone 和 iPad 等一系列具有未來主義色彩的產品征服了全世界，其創意也推動了傳統產業的走向，重新定義了音樂、手機、電影和電腦市場。當 iTunes 和 iPod 問世後，人們開始轉向網路，購買線上音樂；iPhone 真正推動了智慧手機的普及；iPad 的問世使傳統書籍和報紙雜誌受到了前所未有的挑戰。顯而易見，蘋果的應用性跨越了國界、民族、文化和年齡。蘋果的超越，亦不是一個公司的勝利，更多的是一種路徑的選擇。

淘寶網是中國電子商務服務業的典型代表。2010年，淘寶網註冊用戶達到3.7億，線上商品數達到8億，最多的時候每天6000萬人訪問淘寶網，平均每分鐘出售4.8萬件商品。2010年11月11日單日交易額峰值達到19.5億元，分別超過北京、上海、廣州三地社會消費品零售單日額。以淘寶為代表的新商業模式不停地挑戰、衝擊、顛覆傳統管道和舊商業文明，中國的電子商務服務業正在成為全球矚目的戰略性新興產業。

從 window+intel 到雲計算，從互聯網到移動互聯網，無論是約伯斯還是馬雲都不是技術派先驅，但他們同樣抓住了由技術革命引發的社會和經濟變革的重大歷史機遇，使其產品或其服務改變了人們固有的習慣和生活方式，顛覆了工業化時代“通路為王”的金科玉律，第一次真正地將消費者請上了聖壇。

約伯斯與馬雲的勝利，是其商業模式對以往商業習慣和認知的顛覆，重新打造了基於自身核心價值的新商業文明生態系。在新的商業生態系中，一個個新的產業集聚在開放、協同、分享、透明的平臺上應運而生。

今天的世界已經邁入新經濟時代（資訊化時代）、世界經濟跨越國界越來越趨向全球化融合，同時在經濟高速運行的同時越來越注重地球自然的生態環境。在這樣的新經濟時代背景下，源於中國自身的驅動力的影響，對於中國“從田間到餐桌”的冷鏈物流的終局目標，其實現路徑必然不同於歐美、日韓等任何一個發達國家。我們在開啟引擎的同時，一定應該有一條由了然清晰的座標點構建的航行圖。

### 新商業文明下傳統物流的變革

迄今為止，商業文明經歷了農業化時代、工業化時代以及資訊化時代三個階段。從農業化到工業化，以蒸汽機等的出現和普及為標誌；從工業化到資訊化，則以互聯網的產生和普及為標誌。新商業文明，是由資訊技術革命引發的生產力、生產關係和生產方式的一系列社會、經濟和文化

的變革，使得產業結構向知識密集型產業和高品質服務業轉變，賦予傳統產業新的生機。

在工業化時代，企業產供銷一體化的縱向關係模式下，物流環節中的倉儲和運輸是在經銷商、代理商和批發商這些分銷環節中附帶完成的部分。在整個供應鏈體系中，其作用是在商品發生物理位置移動的過程中保證商品的完整性，實現其在空間和時間上的轉移。因此在供應鏈管理流程中物流環節只是作為企業的成本項列示，它不會使商品增值，通常也是企業在成本控制時首先削減的部分。直到沃爾瑪模式和戴爾模式的出現，物流的重要性才得以顯現。這種重要性體現在：物流亦不僅僅是倉儲加運輸，也不僅僅作為供應鏈的成本，它是供應鏈價值再造的推手。

儘管如此，在全世界如此眾多的零售企業中，自始至終也只有唯一的沃爾瑪，至今在零售業也無人能夠超越。物流是其供應鏈中的核心價值和核心競爭力。沃爾瑪的巨大利潤來源不在零售終端，而是其配送中心。

但這場新技術革命，使得還未完成工業化進程的中國毫無選擇地邁入了資訊化時代。2010年遭遇中國電子商務業的爆發式增長，使得“淘寶”和“京東”這樣典型的平臺公司轉身斥鉅資開始自建物流網路。隨著移動互聯網的發展，移動電子商務正日益走進人們的生活，機場、高鐵、下午茶時間都可以通過手機、平板電腦等移動終端實現隨時隨地購物，電視、互聯網、手機構成的立體化電子商務體系將逐漸成型，一個更大更完善的商業通道正在