

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

5 月 3 日，河南省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？

为提高人民生活水平 为食品安全流通保驾护航

5 月 5 日，河南省十八地市报业冷链物流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、大数据统计分析、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物流宅配联盟的成立，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，冷链物流行业是发展潜力巨大的行业。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、严标准、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 日在郑州举行筹委会，决定成立河南省十八地市报业冷链物流宅配联盟，会议选举产生了理事长、常务理事、秘书长、副秘书长。

在河南省十八地市报业冷链物流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物流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物流宅配共同配送平台，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，为提高人民生活水平、为食品安全流通保驾护航。

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都息息相关。”河南郑报易通供应链管理有限公司总经理鄧英武介绍说，国内的冷链需求主要有三类：食品、药品和少量的工业品。河南是速冻食品大省，也是国人厨房，每年有 15% 的增长。

2016 年，中国冷链规模是 1906 亿元。随着人们生活水平的不断提高、电商的迅速发展、电商下乡和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到 4000 亿元。

鄧英武说，公司将投资 10 亿元建设 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、多个区域冷链物流基地的建设。

“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。”鄧英武说，主要包括四个板块：一是把 18 个地市送报纸的团队，打造成万人的配送团队；二是万家社区仓店；三是网上商城；四是冷链物流共同配送产业园。鄧英武说，省发改委目前正在制定冷链配送的标准。他建议，以后不

仅要在全过程实现 GPS 定位，还要增加温度。“未来河南郑报易通供应链管理有限公司的体系里，就要增加温度这些内容。”

“我希望通过一个多维的共同配送冷链物流的园区，把更多的货物装入这个园区，然后把我们的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，实实在在地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，郑州思念食品有限公司有四个模块：郑州思念的速冻模块、洛阳杜康、海外思念和千味央厨。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。真空装和礼盒装的渗透率都是增长速度比较快的，尤其是公司的礼盒粽，礼盒粽在礼品购买和团购渠道，从 0.5% 增长到 1.6%，真空装从 1.1% 增加到 2.2%，是非常高的增长比例。礼品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物流宅配联盟的成立，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。”

（徐刚领 李丽君 徐智慧）