

专访英格索兰亚太区企业传播与公共事务副总裁邓宁

加快创新 迎接中国冷链物流新时代

本报记者 张涛

第二届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)将于11月5日在上海举行。据悉,在今天的进博会上,英格索兰(中国)投资有限公司将扩大展位面积,旗下多个品

牌将一起亮相,并将现场发布重磅新品。与此同时,英格索兰也将继续为会议期间的冷链物流运输保驾护航。作为最早进入中国的外资企业之一,几十年来,英格索兰在中国不断发展壮大,在为中国经济作出贡献的同时,旗下的冷王也成为

中国冷链物流行业的旗帜。接下来,英格索兰还会继续加大在中国的投资发展力度吗,未来英格索兰在冷链运输行业将着重进行哪些方面的布局和创新呢?中国商报记者日前采访了英格索兰亚太区企业传播与公共事务副总裁邓宁。



英格索兰亚太区企业传播与公共事务副总裁 邓宁

为何能领航冷链物流行业

中国商报: 时间飞逝,转眼2019年进博会召开的日期又近了。去年进博会期间,英格索兰旗下的温控运输品牌冷王携战略合作伙伴领鲜物流共同为进博会提供了强大的冷链物流保障,给人留下了深刻印象。今年,冷王品牌还将继续为进博会提供服务吗?

邓宁:冷王将继续携手其战略合作伙伴领鲜物流及世权物流,为本届进博会期间的冷链物流提供全力保障,确保食材在20分钟内从物流总仓运送到展馆内,食材每6小时完成一次流转。冷藏车将配备冷王独立制冷机组T系列和非独立制冷机组SV及RV系列,制冷强劲、运行安静、安全可靠,并通过“馆外大物流,馆内小物流”的配送模式,确保会议的所有参与者都能够享用新鲜、健康的美食。

中国商报:冷王是冷链物流领域的领军企业,能否介绍一下冷王品牌在中国的发展历程和目前的发展情况?

邓宁:冷王品牌创立于1938

年,为各类运输系统提供温控解决方案,包括拖车、卡车、客运汽车、海运集装箱和铁路运输等,是全球最大的运输温控系统制造商。经过80多年的创新和发展,目前冷王在全球共拥有七个世界顶级工厂及三个尖端研发中心,在全球有超过900个代理商,为世界各地的客户提供优质的产品和服务。

1993年,冷王在中国深圳建立了第一家工厂——深圳大冷王运输制冷有限公司,它的成立标志着冷王正式进入中国,并将高效可靠的产品及业界领先技术带到了中国,在中国冷链行业的起步阶段,为推广冷链理念、培育市场、促进行业发展等起到了积极作用,同时也推动了绿色冷链的发展。目前冷王已经在中国建立了110家服务站+全国联保体系,全方位为客户提供24小时服务。

自2013年起,冷王开始助力“一带一路”中欧班列,保障全程冷链的运输。冷王针对“中欧班列”提供全程双向监控的温控解决方案,

所有的温控机组均安装有智能控制器,以确保长途运输过程中车厢内的温度保持在货品储存所需的恒定温度,目前已广泛应用如渝新欧、郑新欧等在多条线路中,使货物无需再被不断卸载和重新装箱,而是可以随着恒温集装箱整体转移到列车、汽车等交通工具上,实现铁路和公路联运,将“丝路洋货”带给千家万户。

凭借80多年的运输温控经验以及创新领先的技术,冷王在中国不仅提供了铁路公路联运及海运运输的全系列冷链解决方案,还成功助力国家863计划、北京奥运会、上海世博会和杭州G20峰会等国家大型项目和活动。未来,冷王将继续秉持创新精神,带来更多超越客户期望的优质产品和解决方案,不断引领行业发展。

中国商报:和其他同类产品相比,冷王品牌的优势是什么?

邓宁:冷王客车空调无论是在技术还是在环保理念上都居于行业领先地位,这与冷王多年的历史

经验积累及其严格的产品开发流程密不可分。冷王产品在开发的每一个阶段都经过了全球顶级研发中心的测试,并通过了极端操作环境的考验,确保每一款产品都能提供无与伦比的可靠性和效能。

冷王运输制冷机组产品制冷强劲,能够确保所运输的食材始终保持在适宜的温度,安心无忧地到达目的地。其循环启停的模式,大大降低了发动机的工作负荷,从而节省25%以上的油耗,提高运输效率,降低成本。值得一提的是,经过

各种振动、加速、噪音和极端路况测试的冷王机组,在实际复杂的各种路况和运输环境中,能保证温度始终精确、食物新鲜送达。

冷王的多温运输方案能在同一个车厢内划分出多个区域,对不同区域设置不同温度,满足多样化的冷藏需求,环保而又节省成本;冷王提供的远程监控功能,不但可以随时了解车厢内的温度以及冷机冷箱状态,还能实时远程控制,包括开关机组、改变温度、设置多种模式转换等,让物品24小时处于监控状态中。

加快创新迎接冷链运输繁盛期

中国商报:近年来,随着中国经济的发展,市场对于冷链运输的需求越来越多,英格索兰怎样看待冷链运输市场的机会和面临的挑战?

邓宁:近年来,我国冷链运输行业在国家政策的支持下飞速发展。2017年4月,国务院办公厅印发的《关于加快发展冷链物流保障食品安全促进消费升级的意见》以及交通运输部于同年8月印发的《关于加快发展冷链物流保障食品安全促进消费升级的实施意见》等相关文件,无不体现出政府在发展冷链物流方面的决心和力度。据统计,2018年中国冷链物流市场规模已达3035亿元,相比上年增长485亿元,同比增幅19%。预计今年中国冷链物流市场规模将突破3800亿元。

与此同时,随着经济的发展以及国民生活水平稳步提高,人们对新鲜食材的需求与日俱增,也更加关注一日三餐食材的安全与品质。这使得更多的新

鲜蔬果需要通过冷链运输的方式从产地向城镇输送,冷链运输已然成为干线物流中极为重要的一部分。

尽管发展态势良好,但中国冷链运输行业仍处于起步阶段。数据显示,美、日等发达国家和地区的冷链流通率达到了85%以上,而中国综合冷链流通率仅为19%,每年由于冷链不达标导致的产品损耗达5000万吨,难以满足消费者的需求。国家对食品安全和冷链行业的重视以及企业的不断发力,让我们看到冷链运输行业的繁盛终将到来,对冷链行业未来的发展很有信心。

中国商报:未来,英格索兰在冷链运输行业将着重进行哪些方面的布局和创新,冷王品牌发展的目标是什么?

邓宁:如今冷链物流产业已进入物联网时代,作为最早将冷链设备与“互联网+”进行整合应用的全球运输温控品牌,冷王一直在整合资源,不断提升产品功能和服务

与“互联网+”的对接,引领冷链物联网的发展。

与此同时,针对中国未来细分市场和高端冷链市场的需求,冷王还将为客户提供智能化、个性化的产品与服务,如恒温控制制冷产品、多温区分控制冷机组、超低温陆运制冷机组、航空应用冷链温控设备等。通过不断推出节能环保、高效智能的产品和解决方案,冷王致力于持续推动冷链运输业新应用和发展。

冷王将秉承敢于挑战的精神,不断改进研发满足客户和时代需求的产品,加大对创新技术的投入,始终坚定地做食品安全的守护者,以高品质的服务和产品为客户带来强劲制冷、精确温控、低油耗、低排放的卓越体验。

中国商报:就英格索兰公司整体而言,未来在中国市场上有什么样的发展计划?

邓宁:目前,中国仍是公司增长最强劲、最看好的市场,中国市场的业务在全球业务的占比也在

不断提升。

在中国市场的掘进过程中,我们也看到市场的趋势及其需求给英格索兰的业务发展带来很多机遇,尤其是对高能效、高可靠性、高质量产品和解决方案的需求。随着对外开放的深入,中国市场蕴藏着巨大深耕潜力。未来,英格索兰将持续创新,为客户带来更加优质的产品和服务,为人们创造更高品质的生活。

随着中国政策和营商环境的进一步开放,英格索兰期待看到中国业务更大的增长。首先会持续对创新技术和产品研发投入投入。2003年英格索兰亚太区工程技术中心成立后,于2015年完成了扩建,作为英格索兰全球三大工程技术中心,它支持着全球产品、技术、解决方案的设计和研发;2009年斥资近1.6亿美元在江苏吴江建立了亚太区规模最大的旗舰工厂,并于2017年又投入3600万美元对其进行扩建,启动了全球离心式空压机核心备件制

造中心的建设,目前该制造中心已经于今年5月竣工并正式投入使用。

其次在可持续发展方面,我们的2020年可持续发展目标即将全面完成,未来将努力践行公司的2030年可持续发展目标,以应对全球气候变化带来的挑战,为建筑、住宅、交通和工业客户提供卓越的系统和服务,并提升公司运营和服务的社区百姓的生活品质。在9月刚刚结束的“纽约气候周”期间,英格索兰及旗下品牌特灵和冷王进一步承诺将采取更大胆的行动来实现2030年可持续发展目标,并与联合国环境规划署、RE100、EP100等气候组织携手,还发起了“十亿吨挑战”,以帮助客户在2030年前减少十亿吨的碳排放量,同时改变世界各地建筑供暖、制冷及货物冷藏运输的方式。在中国,我们也将继续加大对环境和的可持续发展方面的投入,持续践行企业社会责任。

网购旺季来临 电商需提前做好物流规划

本报记者 蒋永霞

网购已成为中国消费者生活方式的重要组成部分,随着年末电商购物季的到来,网购市场亦会格外火热。

那么,面对网购旺季,物流快递企业又应该做什么准备呢?对此,DHL电子商务解决方案大中华区董事总经理郑攀分享了几个在线上购物节期间应对销售量不断增长的技巧,这也是物流快递企业旺季保障工作取胜的关键。

一是预测需求并提前计划。查看过去几年所收集的数据,推测企业可能面临的特定需求高峰期。有

了对历史数据的参考与研究,企业可以评估其库存水平,并在需求旺盛的情况下按照地域或产品类型选择合适的供应商。

二是优化网站性能。KissMetrics的研究发现,网站页面加载仅延迟一秒钟,就会导致客户访问量下降7%。为防止负载,企业应竭力改善所有设备上的页面加载时间和响应速度,以提供无缝连接的客户体验。

此外,企业还应该考虑在网站上进行高网络流量下的压力模拟测试,以确保其可以轻松地应对大量访问者涌入的准备。

三是明确物流规则。如果在结

算时出现额外运费,会导致客户流失。电子商务软件开发商Shopify新加坡地区经理Arun Verma表示:“对运输条款与规则的良好沟通不仅能促进销售,还能减少客户放弃选购的现象。与客户建立明确的期望,有助于实现顺畅的结账流程,并打造优质的客户体验。”

另外,运费、关税或任何其他附加费应透明化,而且应向访客说明,最好是在页面的显眼位置或利用弹出窗口显示。运送到特定国家或涉及特殊处理的任何相关限制也应予以说明,以避免引起购物者的混淆与误解。

四是提供实时数据,使物流全

程可视化。“越来越多的在线购物者期望更透明、更便利和更快速的服务。货运跟踪功能可以让我们的客户即便是在高峰旺季也能知道在何时可以收到包裹。”郑攀表示,企业也能从可视化中受益,可以通过跟踪功能快速了解订单交付情况,从而迅速解决问题,提高服务的交付标准。

五是做好退货准备。节日购物季结束后,网上购物的退货数量将进一步增加。届时,许多购物者会退还大部分不需要的礼物或服饰等。企业在处理退货时需要考虑一些事项。提供顺畅的退货体验尤为重要,因为这是他们吸引客户的又

一次良机。还有一种方法是在每次发货时添加可退货标签,从而减少客户退货的不便。

事实证明,无论大型零售商还是小型企业,处理退货成本都很高昂,但如果处理得当则会产生积极效应。例如,在线服装和鞋类零售商Zappos提供免费的双向运输和退货政策,客户可以试穿鞋子并免费退货。有数据显示,退货率最高的客户反而消费更多。

在购物旺季,延长退货期限是可能造成公司资源紧张的方法。最重要的是,企业需在购物季正式开始前便做好充分规划。

天津持续推进夜间经济暖冬行动

随着气温逐渐转凉,天津各大夜间经济示范街区积极筹备冬季持续运行举措,鼓励商户引进冬季相适应的火锅、热饮、运动等业态,发展体验式、互动式等新兴消费,进一步激发市民夜间消费潜力。

河东区老门口儿夜市积极筹备冬季系列活动,举办夜市暖冬嘉年华,打响夜市冬季持续运行第一炮。11月2日晚,老门口儿夜市将举办为期两个月的“暖冬嘉年华”系列活动,为天津市民提供高品质冬季休闲聚会场所。据悉,天津市商务局正在积极推动和平区五大道、红桥区运河新天地等市级夜间经济示范街区筹备冬季“开街”活动,与美团网、大众点评等策划开展冬季夜市购物节,推动夜市消费热点不断,温度不减。(陶宁 本报记者 齐天宝)

湖南推进中小企业创新创业创造

近日,工信部公布了2019年度国家小型微型企业创业创新示范基地名单,三一众创孵化基地、邵阳经济开发区中小企业创业园、新港区中小企业创业创新基地、常德经济技术开发区中小企业创业基地等四个基地赫然在列。

近年来,湖南省持续推进中小企业创新创业创造,加快平台搭建,完善服务体系,厚植创新创业创造土壤,着力释放中小企业创新创业创造动能。目前,湖南省省级中小企业创业创新基地共入驻企业近7000家,吸纳就业超过20万人。今年前三季度,双创基地入驻企业实现营业收入747亿元,利润78亿元,缴纳税金33亿元。

(本报记者 谢作钦)

中新广州知识城将建“空中T台”

近日,粤港澳大湾区时尚智造中心暨港澳青年创新创业创造基地挂牌封顶仪式在中新广州知识城举行,这里将建设世界首个“空中T台”,预计项目建成以后将实现总产值158亿元。其中,“粤港澳大湾区时尚智造中心”一期将于2020年6月落成并正式投入使用。

据了解,上述基地位于中新广州知识城北起步区,处于“第三代邻里中心”的门户位置,将以时尚产业为依托,深化时尚与智造产业融合,引导企业引进新材料新工艺新设备,运用互联网、物联网、工业云、大数据等新技术,实现时尚产业智造产业链、价值链高端聚集,打造特色鲜明、科技领先、集聚人才的时尚产业“智造中心”。

(本报记者 李和英)

厦门举办“安全用药月”宣传活动

日前,厦门市市场监管局召开新闻发布会,介绍了2019“安全用药月”活动安排,并重点通报了厦门市近五年来药品、化妆品和医疗器械安全监管的主要成效。据悉,此次活动从10月中旬持续至11月中旬,包括公众开放日、过期药品回收、“寻找身边最美医师”活动等,旨在共同促进药品安全领域交流、提升公众药品安全科学素养,推动药品安全社会共治。

记者了解到,目前,厦门市现有药品批发企业29家、药品零售连锁总部35家,药品零售企业由2012年的不到1000家增加到目前的接近1500家,连锁率由2012年的30%左右提高到目前的56.5%。

(颜祥子 本报记者 胡德铨)

河南桐柏县红色小村办起“旅游周”

碧波荡漾的水库美景、琳琅满目的土特产品、色香味俱佳的农家菜……最近几天,在河南省南阳市桐柏老区新集乡磨沟村,丰富多彩的金秋旅游周主题活动为这个偏远的山村带来了旺盛的人气,家家户户忙待客,村民个个笑开颜。

在旅游周期间,磨沟村开展了特色农副产品展销活动,文化搭台,经贸唱戏,拓宽了村民增收渠道。贫困户魏广云仅靠出售特产面食一项日均收入就达百元,他高兴地说:“摘掉贫困帽子已不成问题,我还要争当致富带头人呢。”据统计,旅游周期间前来该村的游客达3.6万人,农产品销售及农家乐、民宿收入为15万元。

(王振兴 本报记者 刘建)