

## 2024年冷链物流需求总量达3.65亿吨

■本报记者 冯雨璠

1月20日，中国物流与采购联合会发布的2024年冷链物流运行数据报告显示，2024年，我国冷链物流需求总量为3.65亿吨，同比增长4.3%；冷链物流总收入为5361亿元，同比增长3.7%。

深圳市前海排排网基金销售有限公司研究员卜益力向《证券日报》记者表示，在技术创新和市场需求增长双重因素的驱动下，冷链物流发展前景非常广阔，“一方面，随着消费者对生鲜食品品质需求的提升，叠加电商行业的快速发展，冷链物流行业有望保持持续增长势头。另一方面，人工智能等技术的落地应用，大幅提升了冷链物流行业的智能化和信息化水平，

从而推动了行业服务质量的提高。”

中研普华产业研究院发布的《2024—2029年冷链产业现状及未来发展趋势分析报告》显示，2022年我国冷链物流市场规模已达6371亿元，预计2025年将进一步增长至8686亿元。

“冷链物流的市场规模的持续扩大，主要得益于消费者对高品质生鲜食品和药品安全需求的不断提升，尤其是生鲜电商、医药电商、蔬菜供应链、外卖预制菜配送等业态的快速发展，助推了冷链物流产业的成长，持续驱动行业向智能化、绿色化、标准化的方向发展。”一位业内人士对记者如是说。

政策层面，国务院办公厅于

2021年印发的《“十四五”冷链物流发展规划》(以下简称《规划》)提出，到2025年，初步形成衔接产地销地、覆盖城乡、联通国内国际的冷链物流网络，基本建成符合我国国情和产业结构特点、适应经济社会发展需要的冷链物流体系。

《规划》明确，通过现有资金支持渠道，加强国家骨干冷链物流基地、产销冷链集配中心等大型冷链物流设施建设。物流企业冷库仓储用地符合条件的，按规定享受城镇土地使用税优惠政策。拓展冷链物流企业投融资渠道，鼓励银行业金融机构等对符合条件的冷链物流企业加大融资支持力度，完善配套金融服务。

为满足国际贸易的往来，冷链

物流已应用在中欧班列上。“现今的铁路冷链运输已经很成熟，可以满足我们对低温药品的运输需求。”一家主营医药流通的上市公司工作人员向《证券日报》记者透露，中欧班列的车厢非常智能化，安装有控温装置和监控设备，通过大数据平台，工作人员可以实时查验药品的运输。

企业层面，一些传统物流企业正在凭借其业务优势，积极布局冷链物流市场。一些专注于冷链服务的中小企业也在通过提高服务质量、加强技术创新和成本控制能力，不断抢占冷链物流市场。

业内普遍认为，未来我国冷链物流的市场渗透率仍有望进一步提升。

在快递物流专家、贯铄企业管

理(上海)有限公司CEO赵小敏看来，目前，相当多的产品还没有纳入到冷链体系。随着资本的持续投入以及用户需求的提升，冷链物流市场仍有进一步提升的空间。

冷链物流的快速崛起，也为新能源冷藏车产业带来了利好。数据显示，我国新能源冷藏车2024年销量为21368辆，同比增长350.8%；新能源冷藏车渗透率为33.9%，同比增长25.2个百分点。

“预计随着冷链物流市场规模的进一步扩大，新能源冷藏车销量有望继续保持快速增长，并在行业中占据更大市场份额。”卜益力说。

赵小敏认为，不仅是新能源冷藏车领域，在冷链物流的末端环节，如智能柜、无人车等也有非常大的成长空间。

## 交大昂立大股东提高要约收购价格

■本报记者 张文湘

1月20日晚间，上海交大昂立股份有限公司(以下简称“交大昂立”)发布了上海饰杰装饰设计工程有限公司(以下简称“上海饰杰”)要约收购公司股份的第一次提示性公告。上海饰杰拟以4.5元/股的价格，要约收购交大昂立3874.6万股股票。

上述要约收购的价格，较2024年12月份交大昂立首次公告该要约收购事项时的价格提升了4.65%。

交大昂立内部人士在接受《证券日报》记者采访时表示，上海饰杰提升要约收购价格，是出于对公司未来发展的信心，后续上海饰杰将通过资源共享等方式，加大与公司的业务协同。

## 拟增持3874.6万股

2024年12月26日，交大昂立发布公告称，公司股东上海饰杰拟以4.3元/股的价格，向除上海饰杰及其一致行动人以外的交大昂立全体持有无限售条件流通股的其他股东发出部分要约收购，要约收购股份数量为3874.6万股，占交大昂立当前发行股份总数的5%。

交大昂立2024年第三季度报告显示，上海饰杰是公司第四大股东，并与公司第二大股东上海韵简实业发展有限公司、第五大股东丽水新诚新科技发展有限公司(有限合伙)、第六大股东丽水农帮咨询合伙企业(有限合伙)为一致行动人。截至今年1月15日，上述一致行动人合计持有交大昂立29.99%的股份，如要约收购顺利完成，上述一致行动人对交大昂立的持股比例将达到34.99%。

今年1月13日，交大昂立披露公告称，要约收购人上海饰杰将要约价格提升至4.5元/股，要约收购股份数量仍为3874.6万股，收购所需最高资金总额约为1.74亿元。本次要约收购期限共30个自然日，即2025年1月15日至2025年1月13日。

“控股股东一直看好上市公司未来发展，并坚定增持的决心。大股东今后将继续利用自身资源和经验，为上市公司提供战略指导，提升上市公司的竞争力。”交大昂立内部人士对《证券日报》记者如是说。

## 加快产业升级

资料显示，交大昂立主要业务为保健品、保健食品和保健品原料的研发、生产、销售，以及老年医疗护理机构的运营及管理。2024年前三季度，公司营业收入、归属于上市公司股东的净利润分别为2.37亿元和674万元。

在保健品板块，交大昂立保健品终端产品主要有益生菌系列、护肝系列等，原料业务则主要从事天然植物提取物的研究、生产和销售，产品应用于保健品、食品饮料、药品和化妆品等领域。公司表示，将以核心技术优势为切入点，加快产业升级，丰富产品线，加大研发力度，发展更多药食同源的植物提取物产品，迅速融入药食同源大产业。

在广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬看来，益生菌产业的核心是菌种，在菌种研发和产业化方面，国人更需要符合自身体质的益生菌产品，国内益生菌产业仍有可为。企业要从加大产品研发、加强分销渠道建设、注重场景设计等方面匹配新世代的核心需求。

在医疗护理板块，交大昂立自营的营利性老年医疗护理机构共计6家，公司也具有对非营利性老年医疗护理机构输出管理咨询服务的能力。

据上述交大昂立内部人士透露，目前，公司所在的医疗护理服务行业已成为当地养老服务市场的重要组成部分。公司将以运营机构入住率为基础、长三角区域开发为机遇，控制医疗风险及运营风险，提升总体经营业绩。

## 东方甄选2025财年中期自营产品GMV占比约37%

■本报记者 桂小笋

1月21日，东方甄选控股有限公司(以下简称“东方甄选”)公布了2024年6月1日至11月30日的2025财年中期业绩。财报显示，报告期内，东方甄选总GMV(商品交易总额)为48亿元。东方甄选财务总监尹强表示，自营产品业务已成为公司GMV的主要增长动力，该业务在报告期内贡献了公司总GMV的约37%。由于自营产品及直播电商业务健康发展，东方甄选持续经营业务的整体毛利率提升至33.6%。

截至报告期末，东方甄选App的付费会员订阅数量已达到22.83万人。App中的自营产品业务GMV占公司整体自营产品业务总GMV的比例，从2024年上半年(2023年6月1日至11月30日)的16.8%增长至2025财年上半年(2024年6月1日至11月30日)的28.9%。

东方甄选相关人士表示，针对自营产品业务，公司将持续聚焦“大单品”策略，全方位发力提升爆品数量。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林告诉《证券日报》记者，近年来，零售企业纷纷推出自营产品，是想要通过自营来寻找差异化。零售行业发展至今，产品同质化比较严重，想要获得消费者的认可，只能在供应链、配送、自营等环节上下功夫。

发展策略方面，东方甄选表示将更加关注家庭的实际需求，集中资源于用户访问频率高、需求稳定的业务领域，如日常消费品、食品和家庭用品等。通过深入分析用户行为数据，精准定位高频消费场景，优化商品陈列和推荐算法，提高用户转化率和复购率。此举将有助于巩固现有市场份额，同时挖掘潜在的盈利增长点。

“公司还着力推进自动化精控降本，利用大数据平台进行数据分析、智能管控，拓宽生产提质增效新路径。”刘永明介绍，2024年生产系统全年降本同比增加25%，其中仅第四季度，通过深挖生产精细化潜力，依托自动化信息系统实施工艺精控调整项目156项，创效成果显著，不仅提升了公司的盈利能力，更为公司在激烈的市场竞争中赢得了更多的主动权。

(CIS)

## 淘宝天猫缘何集中公布12项惠商举措?

■本报记者 李春莲  
见习记者 梁傲男

1月20日，阿里巴巴集团控股有限公司(以下简称“阿里巴巴”)旗下平台淘宝天猫集中公布了2025年12项惠商举措，以降低商家成本负担，帮助商家创造生意增量，全面提升商家营商环境。其中，公司围绕优化平台规则、强化惠商政策、深化诚信体系三大方面提出了多项举措，以保护商家权益、治理“羊毛党”，推动商家、消费者、平台三方共赢，助推平台经济高质量发展。

伴随着电商行业竞争的日益激烈，电商平台正通过更进一步的“价值竞争”，强化其业务能力。2024年，淘宝天猫在行业中率先松绑“仅退款”政策，并推出“退货宝”服务后，于2025年再次“上新”多项营商环境优化举措，全方位、深层次地为商家权益保驾护航。

## 优化营商环境

具体来看，在促进商家发展大方面，2025年，淘宝天猫将投入超百亿元，推动商家生意增长；“蓝星计划”将对优质商家持续提供15项权益，单个商家最高获250万元激励。对搜索、推荐、流量机制升级，优化“人群和商品”匹配。

在商家权益保障与服务体验升级上，淘宝天猫将完善“仅退款”处置机制，针对好服务商家，淘宝天猫将不主动介入支持“仅退款”，并为全体商家提供快捷申诉通道，升级“仅退款”识别模型，以拦截异常行为。阿里巴巴旗下的大数据营销平台阿里妈妈将升级平台异常订单识别模型，自动返回异常订单的推广费，还推出了“优化净成交”能力提升推广投放效果。

在降低商家成本负担、提升经营利润层面，淘宝天猫将升级“退货宝”降费政策，预计全年将为商家合计节省超60亿元。其次，取消193个类目的“平台年度软件服务费”，对“年成交低于12万”的商家全额退还基础软件

## 数据显示

2024年淘宝天猫“双11”活动期间订单量超1.5亿，带动家电、美妆、服饰等多个品类的销售额实现强劲增长



魏健琪/制图

服务费。持续投入AIGC技术，以“万相营造”“AI助理”“店小蜜AI”等工具帮助商家降低经营成本。

在深化诚信体系、优化营商环境方面，淘宝天猫推出了账号诚信体系，商家可将异常行为录入，平台视情况对涉事账号驳回售后、实施限购等。在规则优化方面，公司将试点在“退货宝”中，商家可选择是否为部分用户提供退货包运费服务的功能，并新增价格设错保障机制，进一步明确各行业纠纷处理标准。

“从淘宝天猫推出的多重举措来看，行业营商环境正在进一步改善。”零售电商行业专家、北京百联咨询有限公司创始人庄帅向《证券日报》记者表示，电商平台只有通过差异化的经营理念、经营模式、优势品类和技术投入，并与优质商家一起为消费者提供高性价比的商品和服务，不断开

发新品，以技术创新让优质商家的经营更简单高效，建立良性竞争的生态体系，才能实现多方共赢的营商环境。

## 改善行业生态

自2024年7月份开始，淘宝天猫率先松绑“仅退款”后，已推出体验分、“退货宝”等多项优化营商环境的举措，让商家不再卷“低价”，而是以提升消费者体验为价值导向，实现可持续增长，增强长期经营信心。

从成效来看，商家生意有所增长。2024年淘宝天猫“双11”卖家数量创新高，589个品牌成交额破亿元，88VIP年度合作品牌“双11”活动期间成交额同比增长超300%。淘宝“百亿超级补贴”成为品牌增长新引擎，“双11”活动期间订单量超1.5亿，带动家电、美

妆、服饰等多个品类的销售额实现强劲增长。

淘宝天猫数据显示，自去年7月份松绑“仅退款”至今年1月9日，平台“仅退款”总量同比下降30%，异常退款主动拦截增加3倍，发货投诉赔付量降低超50%，商家经营正得到有力保障；消费者体验不断提升，体验分4.8分以上商家从30%上提升至36%，商品体验分90分以上高分商品占比目前已达60%。

在业内人士看来，市场供需两端都在从追求“价格”转向追求“价值”，电商行业的重心也在转向生态构建与服务升级。这些转变，有助于改善行业生态，是向可持续发展路径的一次理性回归。

在电商战略分析师、海豚智库创始人李成东看来，“电商行业当前面临的形势严峻，‘生存’成为了商家的核心关键词。电商平

## 东北制药：全力保产保供 冲刺“开门红”

元旦假期刚过，辽宁方大集团东北制药原料销售公司就迎来了今年首个海外客户到访，双方就新一年在海外市场的客户开发和未来三年的销售目标达成一致，为公司新年伊始奋力冲刺注入强劲动力。

近日，笔者走进东北制药，感受到企业生产经营正在释放浓浓暖意，感受到开年即起跑的满满活力。

## 销售先行 抢占市场先机

“早谋划、早落实！”东北制药原料销售公司总经理李立用六个字概括了2025年开年加速跑的状态。

李立介绍，目前公司一些主要原料药出海订单稳步增长，国际市场销售情况良好。为确保在新的一年里稳步开拓市场，提销量，原料销售公司未雨绸缪，结合各业务单元销售特点提前一个月制定了详细的销售策略，鼓

励各业务单元保持冲锋冲刺的状态，紧紧抓住市场机遇，全力推进重点产品的销售。

与此同时，制剂销售公司在全面复盘过去一年各项工作并总结经验的基础上，要求各销区在首月聚焦抓招商、抓项目和抓发货，紧盯终端和政策变化，加大客户开发力度，并在服务、学术、质量等方面形成差异化竞争优势，以加速跑的姿态抢占市场销售先机，全力奋战首月首季“开门红”，为2025年指标达成打好基础、开好门。

## 生产保障 全力满足需求

销售是龙头，生产则是坚实的后盾。为保障国内市场供应和出口订单需求，东北制药各生产单位在开年首月便马力全开，抢时间、保供应。

“维生素系列、磷霉素系列和黄连素等十余个产品，开年即处于满负荷生产状态。”

东北制药生产指挥中心主任刘永明介绍，在刚刚过去的2024年，公司生产、保障系统与前方销售紧密配合，以全链条协作机制和快速响应体系及时稳定的保障产品供应，满足市场需求，今年生产系统将全力配合，做好订单保障工作。

东北制药产品远销100多个国家和地区，离不开过硬的产品质量。据了解，东北制药通过引入先进的信息技术，将大数据、云计算、人工智能等现代科技手段应用于生产过程中，实现了对生产流程的数字化管理和智能化控制，实现了医药“制造”变“智造”，以高品质的产品和严格的质量管理，在市场中赢得了较高口碑。

## 技术创新 赋能降本增效

在全力冲刺“开门红”的过程中，东北制药不仅注重眼前的销售业绩和生产效率，更

## 全力保产保供 冲刺“开门红”