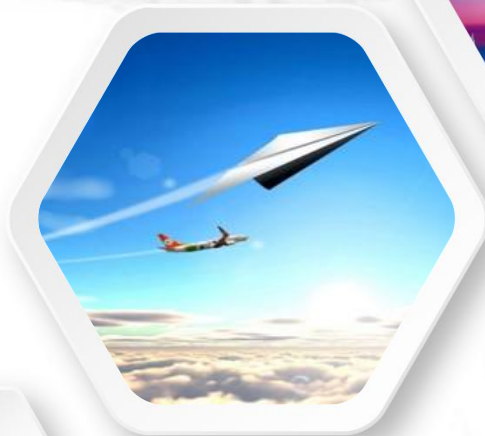


新货栈简介

集团简介 | 企业宣传 | 企业文化

了解更多>>



CONCENTS

目录

1

企业简介

2

关于冷冻食品

3

运营模式

4

商业模式延展

5

冷冻行业新局面



1



企业简介





新货栈：冷冻食品线上批发商城

新货栈集团于2017年成立于北京，新货栈作为国内首批专注于冷冻食品领域的产业互联网公司，以冷冻食品的在线销售作为核心业务。重点打造冻品线上批发平台“新货栈商城”。

在业务布局城市建立了实体店、城市大仓、物流配送、支持服务中心。打通了从工厂源头到终端交付过程中的所有环节，实现了冻品批发行业的高效流通和集约。以稳定的订单帮助上游厂商实现以销定产，为终端客户提供了优质的供应链服务。

新货栈公司在西北、华中、华东，主要城市已成立了数十个城市大仓。自有现代化冷链运输车辆60余辆，另有可控外协车辆100余辆，拥有仓库作业面积40000多平方米。经过两年多的快速发展，目前已经在北京、兰州、西宁、张掖、酒泉、武威、石家庄、保定、青岛、天水、邢台，共设立了十一家全资控股子公司。并在近百个县城城市设立了分销网点，正迈入急速发展的快车道。

- ★ 线上商城
- ★ 多地覆盖
- ★ 一件起送
- ★ 物美价廉
- ★ 跟进售后
- ★ 服务完善

新货栈商城



新货栈商城是一个已拥有**50000**多家优质商户的商圈，目前商户数以每月新增**5000**家的速度迅猛发展



商户以零售商为主，包括商贩、餐饮店、商超等，客户群体广泛，采购量稳定且持续，市场需求量巨大



商户**100%**通过线上商城下单，是厂商对接终端商户的有效纽带，实现厂商营销渠道下沉



线上商城作为连接终端的纽带，帮助厂商实现精准营销，提升营销效果，降低营销成本



全天**24**小时客服在线，持续精准营销，帮助厂商推广商品品牌、不断提升产品销量



已上架数百家厂商、多个品类品牌的产品，涵盖冻品全品类商品



线上商城实现厂商渠道下沉，帮助厂商不仅赚到产品的钱，还能赚到渠道的钱，厂商收益增加



“全程冷链、配送当日达、售后**100分**”，让口碑相传

2



关于冷冻食品



冻品行业概况

冻品行业概况

- 中国人均冻品消费量仅为发达国家的**10%**。美国是冻品产量最大、人均消费量最高的国家，人均年消费量**60**千克以上。欧洲冻品人均年消费量**30**千克。日本是世界第三大冻品消费市场，人均年消费量**20**千克。我国冻品市场起步较晚，尽管近几年发展速度极快，但目前我国人均年消费量仅约**9**千克，与发达国家存在较大差距。随着居民消费水平提升，城镇化进程下生活节奏日益加快，冻品一定会被更多人接受，达到发达国家水平。
- 目前我国具备一定规模的冻品厂商有**40000**多家，年产量超过**2000**万吨，据预测到**2021**年，我国冻品的总产值将超过**40000**亿元
- 冷链物流发展促进冻品行业扩张。冷链物流水平的提高不仅能够减少浪费、降低食材损耗、增加产业收入，同时对冻品行业的产能增加有着重要的作用。我国冷链物流市场空间巨大，发展迅猛。未来结合大数据技术应用，消费者线上线下购买冷冻产品会更加便捷，冻品行业也会得到助力。



冷冻食品品类划分

冷冻食品（frozen foods）是指以一种或一种以上的可食用农、畜、禽、水产品等为主原料，经预处理、速冻、包装等工序，在-18℃以下储运与销售的食物。冻品完全以低温来保存食品原有品质，而不借助任何防腐剂和添加剂，同时使食品营养最大限度的保存下来。冷冻食品易保藏，广泛用于肉、禽、水产、乳、蛋、蔬菜和水果等易腐食品的生产、运输和贮藏。



3



运营模式



新货栈上游客户：工厂

工厂面临的问题



厂商在各地不断寻找经销商，但无法把货快速铺到终端去，厂商没有触达终端商户，钱都被经销商赚走，厂商只能赚3%-5%的产品生产加工利润



营销政策都给了经销商，实惠没给到终端商户，真正的营销效果无法衡量。厂商想打造品牌，而经销商只想赚钱，不愿为服务和售后买单，心不齐，劲儿使不到一起



品牌价值没有直接传递给终端，而是通过经销商传递给终端商户，无法对终端形成粘性，同类商品性价比参差不齐，明明是好的产品却没有得到市场认可



商品在多层级批发市场流通，经过多次搬倒、零担物流，物流成本高，销售价格没有竞争力



厂商手里没有终端商户，而且没有力量对终端进行有效维护和管控，无法传递品牌价值



和经销商合作不稳定，订单量忽高忽低，厂商生产计划被打乱，生产成本增加

新货栈下游客户：终端

特点：离终端消费者最近

诉求：会综合考虑质量和价格，讲究性价比

社区周边菜市场里卖冻品的档口

农贸
市场

餐饮
店

商圈、中高档社区、街道
周边餐饮店

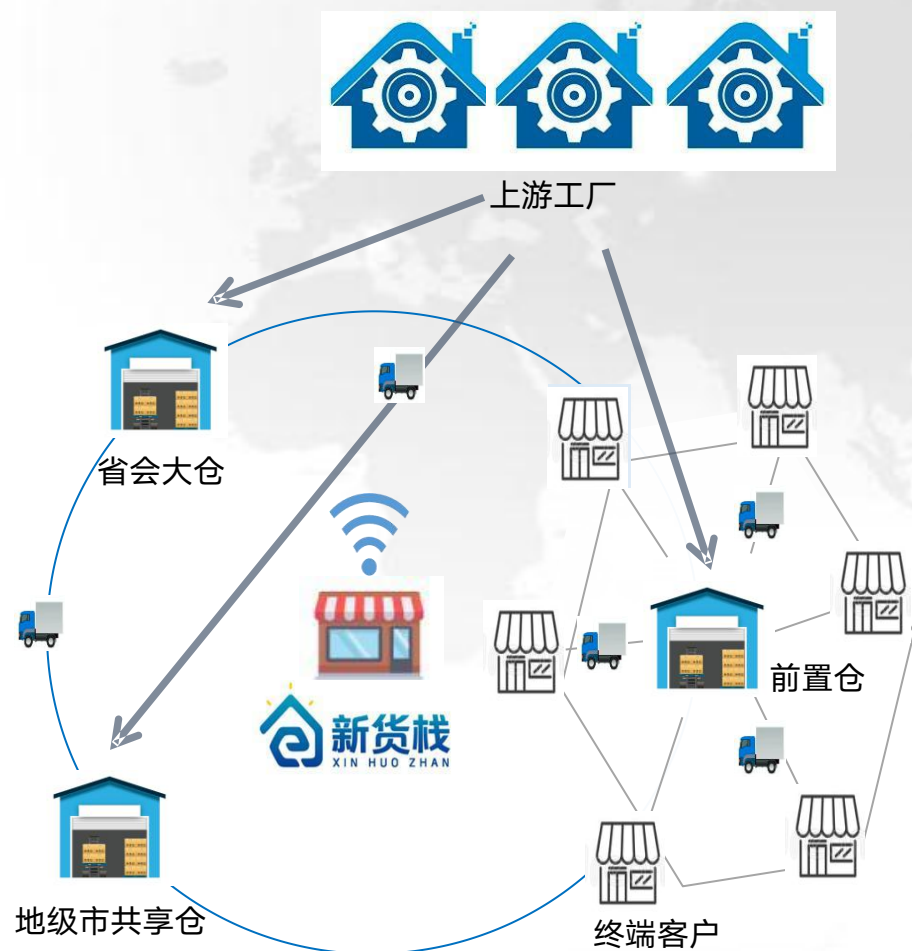
大润发，新乐超市等

商场
超市

以大学，高中为主，人口密度高

学校
军队

新货栈运营模式：F2B



品牌是基础、网络是关键、决胜在终端

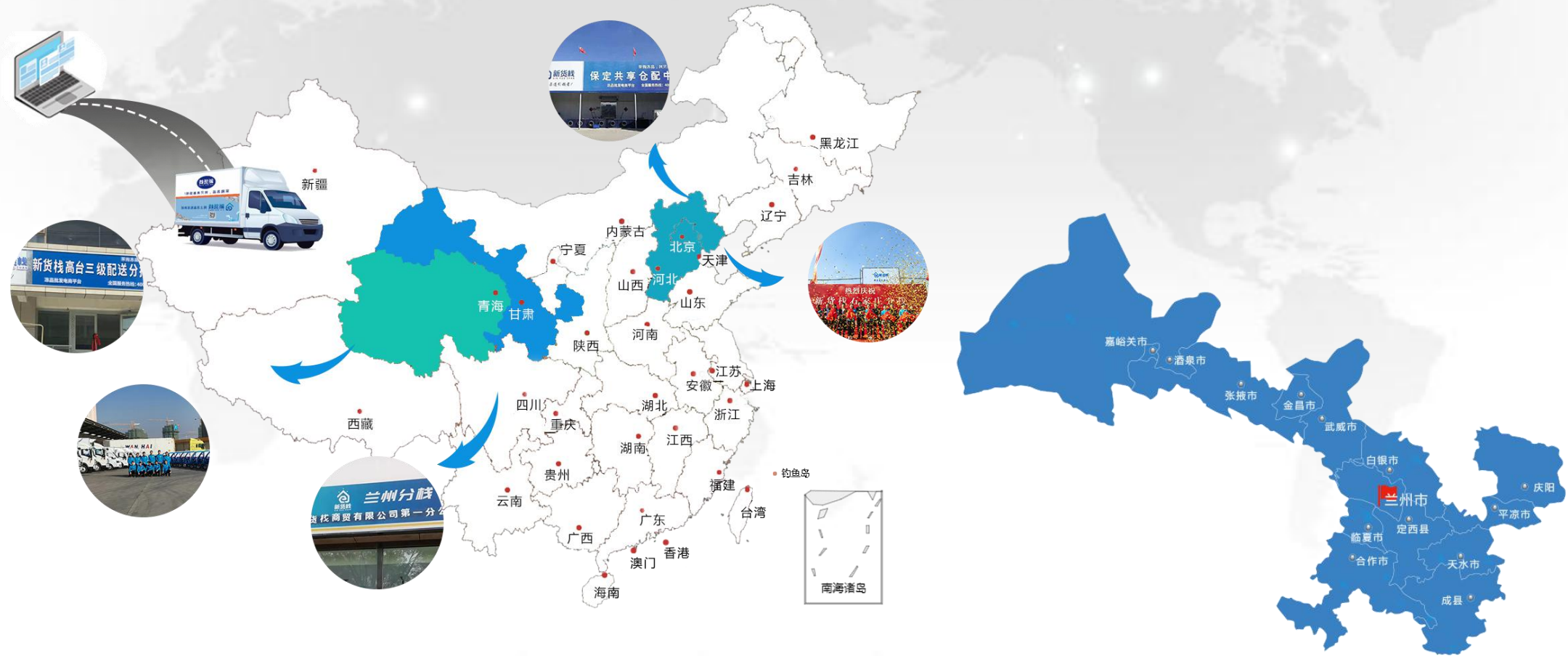
工厂端：

- 新货栈在数十个城市有分栈、仓库及前置仓，产品可以快速铺到终端市场去，帮助厂商对接终端商户，精准营销，商品利润高
- 商品从源头直接到终端，市场价格竞争力非常明显，新货栈有客户、有实体店、有冷链、有仓配、有售后，有数据，有营销全部共享给厂商，协助工厂打造自己的品牌，让优秀品牌脱颖而出
- 订单稳定，厂商不愁卖，计划性生产，销售量稳定增长，让厂商变被动为主动，逐步提升自身抗行业风险能力，把货卖出去，把影响力逐渐做起来，逐渐沉淀品牌，赚品牌溢价的钱
- 销售量有保证，厂商库存压力没有了，还降低了生产成本，帮助厂商实现渠道下沉以及精准营销，逐步在终端实现品牌沉淀

客户端：

- 货品厂家直供，质量有保证。没有中间商层层加价，终端价格更实惠
- 食品安全问题更多出现在流通层，新货栈流通简单，没有反复搬倒，大大降低了货品损耗和出现质量问题的可能性
- 商城货品种类齐全，可以给消费者提供多样美食享受
- 订单全程跟踪，不隐瞒不回避问题，商家没有后顾之忧
- 行情分享，降低经营风险，提高行业透明度

新货栈市场分布



4



商业模式延展

商业模式延展

控厂

新货栈低成本高效的供应链优势+平台级销售能力，为厂家提供稳定的订单。把控商流，拥有低成本高效的交付基础设施，区域内获得商品定价权



现货拼团

拼团销售帮助新货栈有效实现客户裂变、拉新；精准快速激活、唤醒，客户，提升商城活跃度；助力新产品推广、协助商品快速周转、出清等



期货订购

新货栈为国外工厂提供信息化销售平台，国外工厂在线报价客户。借助“一带一路”采购绕开港贸商、一批、二批、三批，直接向国外工厂“拼单订购”，采购成本降低、采购门槛降低



联营

降低上游成本，增加销售，整个交付场景由新货栈解决；新货栈商城同时解决了产品种类问题，丰富SKU

冻品电商发展前景

农业发展受到重视，利好政策助力电商，国家出台多项政策，鼓励发展农业电商，同时在流通、技术发展等相关方面都出台了相应的规范和利好政策。

国家战略推动进出口业务，一带一路政策和自贸区的建立有力促进跨境电商业务。

“新零售”以生鲜为切入点，提升消费体验。

2017年以盒马鲜生为代表的线上线下融合新零售模式受到消费者热捧。门店即是仓，配送半径3公里，半小时送达的服务，进一步提升消费体验。

政策支持

A

消费升级

B

服务完善

C

科技运用

D

网络零售市场火热，成为冻品电商的发展契机。全国网上零售额55350亿元，同比增长34.0%，电商在深耕原有业务外谋求新的发展，其中生鲜、冻品、母婴、跨境等领域成为发展的热点。农产品供需两侧升级发展，带动消费需求。

大数据、人工智能的应用，提升企业运维效率、降低企业成本。大数据技术应用，协助冻品电商企业更好的管理库存，分析消费人群偏好，提升运维效率物联网、冷链物流的发展，推动产品标准化，降低损耗。



冷冻行业新局面

疫情后的冻品行业



疫情后政府层面将真正加大食品安全管控以及对食品流通领域的监管，不规范的产品、市场行为及批发商将会得到打击和遏制。



新一轮监管措施将会更加注重全程冷链、会更加注重产品标准和品质、溯源，从而使这个行业更加符合产业互联网的改造

监管
更严

门槛
更高



冻品的上游工厂都是严重依赖于全国各地大型批发市场进行产品的分销，短期内因批发市场的影响会使上游工厂经销受阻。



疫情对餐饮的打击非常大，餐饮萧条会促进家庭消费的提升，同时拉动菜市场档口的业务量。新货栈70%以上的业务量是来自菜市场的档口与商超连锁，是门槛更是机会。

新货栈使命：让中国人吃的更好！



新货栈远景



搭建食品流通产业新基建
促进数据供应链蓬勃发展

演示到此结束



感谢您的聆听!