

生鲜难做 生鲜电商承压明显

最近一年多,生鲜电商是主要热点,几乎主流电商都在做生鲜电商生意,还有像本来生活这样的专门生鲜电商,甚至还有物流公司出身的顺丰也在做电商;但与此同时,生鲜电商承压明显,从今年开始各地生鲜电商陆续倒闭,而活下来的也不多。前瞻产业研究院的数据显示,截至今年10月前,全国4000多家生鲜电商企业中只有1%实现了盈利、4%持平、88%亏损、剩下的7%是巨额亏损。

虽然生鲜电商“看上去很美”,但却是不容易做好,从供应链到配送链再到产品利润,对于电商而言都是“大考”。消费者如今想坐在家中通过电商吃到鲜活的东西,看来还真是不容易……

供应配送链：链条太长成本太高

生鲜电商本意是为了让消费者迅速吃到鲜活食品、土特产等。生鲜链条比较长,需要从食品源头开始供应,而源头可能来自于全国乃至全世界各地。这需要整合供应链条。从目前情况看,生鲜电商普遍依靠各地合作供应商。

但这个链条可能很长,供应商既要有拿得出手的货品,还要有符合国家规定的食品等方面的资质,更重要的是,需要配备比较完善的网络平台。相对而言,大型综合性电商以及发展比较成熟的电商,有着较为完善的供应链;物流出身电商如顺丰,陆续上线过嘿客、顺丰家、顺丰优选等,最近还上线了B2B大物图电商平台,优势在于物流配送,而部分电商平台上供应商却显得非常少。

相比于供应商,物流配送尤其是冷链物流配送更加关键。生鲜货品很容易就会变质,但单纯电商平台很难靠自己的力



量实现物流全覆盖,大部分是通过与物流公司合作的方式配送。易果生鲜最近在苏宁入股之后,成为苏宁上线品牌“苏鲜生”的供应商;反过来,可以利用苏宁的物流、仓储以及门店资源。

而由于物流并不在单纯电商平台的掌握之中,物流合作方的服务就显得非常关键。经常有消费者抱怨生鲜配送不够及时,出现因物流不给力而导致货品霉烂、变质。货品损耗也加重电商的成本。

价格高大上：32%的毛利率才能赚钱？

由于供应配送链条的特点,生鲜电商产品价格偏高已经是常态。

但高端的价格并不见得能完全填补电商的成本“窟窿”。尤其是电商的量和单价是个摇摆不定、很难平衡的天平:如果针对普通用户(B2C),毛利率比较大,但单笔订单的量较小,而且不太稳定;如果针对集团用户(B2B),订单比较稳定而且量有保证,但是可能毛利率不够高,仍然要靠更多的量。这个矛盾几乎是所有生鲜电商都要考虑的问题。

本来生活 CEO 喻华锋就公开谈到,本来生活预计到2018年才可能实现盈亏平衡。言下之意,未来一年多本来生活仍然是处于亏损不平衡阶段。尤其是B2C业务如果要想实现盈亏平衡,商品毛利率可能要到32%以上;而如果单量过小,可能38%的毛利率都无法实现盈亏平衡。

这个毛利润如果对比一般的超市生鲜,利润绝对是不可想象的。反过来说,这意味着高端才能吃得起高价,能吃得起生鲜电商的消费者,“非富即贵”,属于比较有经济实力的高端人群。

今年从4月份开始,上海、深圳等地陆续有“美味七七”、“果实帮”、“壹桌网”等关闭生鲜业务。中投顾问互联网行业研究员王宁远接受采访时公开谈到,生鲜电商的难点主要是,是否能够兼顾供应链管理、平台运营以及物流,而且生鲜电商的成本居高不下,产品价格相对较高,愿意购买的消费者数量较少。一个成功电商的背后需要供应链管理、平台运营和物流三者的共同支撑,缺一不可。

(中经网)

■ 商超资讯

百果园并购水果电商一米鲜

本报讯 近日,水果零售巨头百果园在京召开新闻发布会。百果园创始人、董事长余惠勇在会上宣布,百果园已正式完成对一米鲜公司的并购。两家企业通过交叉持股的方式进行了合并重组,一米鲜公司及其团队并入到百果园线上运营体系,一米鲜品牌将保持独立运作及发展。一米鲜创始人焦岳出任百果园集团副总经理,主要负责百果园集团的电商业务。目前,双方并未透露具体并购金额。

据记者了解,水果连锁是我国首创,准确来说是百果园首创。历经15年的不断锤炼,百果园现已拥有1700多家门店,成为中国最大的水果零售连锁企业。一米鲜成立于2014年11月,通过C2B的模式快速形成了以线下自提、次日达、O2O及时送的全场景消费模式。仅用了一年半的时间,做到了交易用户数量从0到400万的增长,月销售额峰值达4000万元,成为水果生鲜行业的一匹黑马。

通过线上吸引顾客,再由线下门店进行配送,百果园在与一米鲜试融合的三个月内,销售额每月以200%的速度进行提升,线上新增购买用户量突破60万,月度复购率大于80%,销售额已成为全渠道品类第一。

上接 04 版

中国农业大学食品科学与营养工程学院教授王世平在接受采访时指出,我国食品安全监管任重而道远。食品安全监管的对象大多是个体经营者、小业主,这些经营者的文化素养不高,专业背景弱,对《食品安全法》等相关法律法规的了解还很欠缺,这也加大了监管的难度。

中国农业大学食品学院营养与食品安全系副教授范志红介绍,农大一些研究人员有时会与农民说好要配制一定浓度的农药,在哪一天、具体什么时间使用,但农民们可能会搞错,最后没有达到促进生长的作用,反而可能抑制生长了。“提高农民的素质水平,也能在很大程度上保证源头生产的合格”。

68.1%受访者建议设立并宣传便捷举报渠道

“像海鲜、肉类等容易滋生细菌,也出过问题,就要着重检查。像零食、罐头等,最好在包装的醒目位置写清楚生产的主料、配料。此外,要坚决取缔无照经营的小商贩。”尹菲菲表示,消费者自身也要提高警惕,遇到非法商家及时举报。

周绍鹏说,即便知道很多外卖不卫生,还是离不开它。“消费者是被动的。一方面我们不知道哪些安全、哪些不安全。另一方面,即便知道有问题,也没什么解决办法”。

35.3%的受访者认为政府对食品安全违法行为的相关举措产生了足够的威慑力,40.5%的受访者表示没有,24.2%的受访者表示说不好。

在去年的调查数据中,36.0%的受访者对此给予肯定,33.7%的受访者表示没有。可见,政府对食品安全违法行为的相关举措还有待加强。

在范志红看来,从生产源头到餐桌,安全的好产品不仅是检测出来的,更是管理出来的,应该注重源头管理。“农业生产的技术和管理都要提高”。她介绍,在一些西方国家,农场主的学历普遍比较高,对于农耕机械、防虫防害等农业知识也比较了解,而我国农民群体整体学识水平比较低,科学养殖种植还有努力的空间。

“落实农产品的优质优价问题非常重要,为高营养价值、高安全性的农产品赋予相应的价格,农民生产也更有积极性。”范志红建议,应多对农民群体进行农业科学培训,还要加强各环节检测,后面环节严格了,这种压力也会倒逼前期的落实。“各行业各部门也要形成及时辟谣、快速反应的机制,形成常态化监督,避免公众产生恐慌,对农民造成不必要的伤害”。

调查中,68.1%的受访者建议设立并宣传便捷举报渠道,鼓励消费者参与食品安全行动;61.1%的受访者主张加强宣传,增强消费者辨别问题食品的能力;53.7%的受访者认为要提升公民维护食品安全的意识;52.6%的受访者建议提高食品经营者的总体素质,遵守职业道德;46.0%的受访者希望政府相关部门加大监督力度、管治力度

受访者中,“00后”占0.8%，“90后”占18.6%，“80后”占54.2%，“70后”占19.9%，“60后”占5.3%。在北上广深的占32.4%,在其他一线城市的占17.7%,在二线城市的占30.5%,在三四线城市的占18.0%。

(央广网)