

生鲜电商如何脱困



今年以来,多家生鲜电商获得BAT大额融资,生鲜大战正式开打。不过据了解,近年来行业中不断有生鲜电商退出或转型的声音传出。业内分析指出,生鲜电商能否打破亏损怪圈有待进一步观察,但其高“死亡率”证明了生鲜电商绝对不会是小玩家的游戏。

继阿里盒马鲜生、本来生活进军线下门店后,美团也推出掌鱼生鲜加入战团……一时间,生鲜大战正式开打。

生鲜电商模式各不同

2017年第一财年,天猫生鲜推出全球十大纯净原产地计划。新西兰、挪威、阿根廷等原产地商品,在全国11个重点城市布局,实现当日达和次日达的生鲜物流服务。

而近期阿里盒马鲜生扩张的消息进一步吸引了各界眼光。阿里介绍,目前在北京、上海、宁波开出13家门店,门店附近3公里可实现30分钟送达。

美团表示,掌鱼生鲜的企业

主体为北京宝宝爱吃餐饮管理有限公司,为美团点评旗下投资企业。美团外卖为其提供配送服务,实现30分钟配送到家服务。根据记者现场探访情况,掌鱼生鲜目前主要商品品类包含饮料酒水、休闲零食、乳制品、餐饮烘焙、方便速食、缤纷鲜果等范围,并未像盒马鲜生、本来生活那样售卖活海鲜产品。店里采用的还是人工拣货的方式。

也就是说,掌鱼生鲜没有跳出之前生鲜电商的传统模式,其采用的是线下超市+美团外卖+APP的模式。盒马鲜生和本来生活则在现场体验上有所创新,均采用了线上+线下的融合、餐饮+社交的多元化场景体验。

生鲜电商瞄准万亿市场

无独有偶,京东近日宣布生鲜加拿大馆正式上线,推出海外自采,可以做到28小时送达消费者。

巨头纷纷进军生鲜领域与生鲜市场庞大的规模有关。艾瑞咨询公布的数据显示,2016

年,国内生鲜电商的整体交易额约900亿元,比2015年的500亿元增长了80%,预计2017年整体市场规模可以达到1500亿元。

数据显示,目前中国生鲜市场规模接近1万亿元,电商的渗透率不到3%,但却以每年超过50%的速度高速增长,成为业界瞩目的新蓝海。不过,近年来行业中不断有生鲜电商退出或转型的声音传出。也有分析认为,生鲜易损、供应集中的特点决定了只有规模化的销售、强可控的供应链才能解决商品从原产地到餐桌的一系列难题。

自建门店经营压力较重

本来生活副总裁刘有才称,线上线下融合及现场加工餐饮其实都是表象,其背后的供应链管理、购物体验的营造、衍生服务的提供乃至对周边社区的融入,才是与传统商超最终产生区别之处。

中国电子商务研究中心主任曹磊表示,生鲜电商通过搭建门店,可以缩短冷链物流的时间

从而降低成本,门店是消费场所也是商家的库存,一定程度上满足消费者对生鲜配送速度的要求,同时线上与线下的融合是零售的发展趋势。自建门店虽然要面临较重的经营压力,但可以在短时间内提升企业的估值,获取更多的资本认可。

不过,电商分析师李成东认为盒马鲜生、掌鱼生鲜的模式也存在一定挑战,“首先,供应链不是很成熟,阿里本身也不是做产销。第二个,把一个模式放到不同的城市,用户的喜好不同,不可能完全照搬,管理运营供应链都是比较大的挑战。”

生鲜电商不是小玩家的游戏

不过,生鲜电商并不是一块好啃的骨头。2016年9月,中国农业生鲜电商发展论坛发布的数据显示,在全国4000多家生

鲜电商中,只有1%实现盈利、4%持平、88%亏损,剩下的7%则是巨额亏损。2016年,美味七七、水果营行等创业公司纷纷倒闭,一米鲜、爱鲜蜂等明星公司频频爆出裁员消息。

一边是倒闭的消息,另一边则是大体量的生鲜电商获得BAT大额融资。记者粗略统计发现,今年先后有阿里苏宁投资易果生鲜、京东入股天天果园、百度跟投中粮我买网、腾讯与浙商创投联合投资每日优鲜等。

中国电子商务研究中心主任曹磊认为,“生鲜是电商中门槛最高、要求最高的品类,需要包括物流、金融、用户运营在内的生态力量。但同时,生鲜也是复购率最高、市场想象空间最大的品类,值得巨头去做深度布局。”曹磊表示,“高死亡率”也证明了生鲜电商绝对不会是小玩家的游戏。

(人民网)

商超资讯

山姆会员店拟在华推广紧凑型门店

本报讯 7月26日,沃尔玛旗下的高端会员制商店山姆会员店深圳龙华店开幕,山姆会员商店中国区总裁文安德在开业仪式上宣布未来山姆将尝试紧凑型门店,并推广到正在推进的20个项目中。

山姆会员商店是沃尔玛旗下的高端商店,以会员制、仓储式购物为特点,目前在中国有16家店铺,平均面积在2.1万平方米左右。龙华店是山姆首次在深圳采用美国标准的后补式冷柜,将冷库与货架直接相连的店面。据文安德介绍,这种新冷柜的运用有助于山姆最新紧凑型门店的推广,可以在不被消费者察觉店面变小的情况下,节省后仓空间和相应的成本。而之后建立的山姆会员店将设立配送中心及家电仓,通过改善物流链来缩减门店后区面积,同时优化商品陈列以压缩店面面积。据山姆市场部负责人鲁燕芳介绍,紧凑型门店的面积大概在现有平均面积的80%左右。

除了面积变化,选品上也会更“紧凑”。目前山姆的SKU在4500~5000左右,紧凑型门店将减少数百个SKU。同一产品中的品牌种类将进一步精简,比如山姆之前会卖两三个品牌的香蕉,现在则专注卖性价比最高的那款。而那些消费者不常买,又占据大量店面空间的商品,则可能转移到山姆为个别消费者打造的特殊订购服务上,不再于门店展示。

红旗连锁上半年营收34.33亿元

本报讯 2017年上半年,红旗连锁实现营业收入34.33亿元,比上年同期增长11.79%;归属于公司股东的净利润9852.25万元,比上年同期下降3.56%。

红旗连锁方面表示,报告期内营业收入增长主要是门店销售增长所致。报告期,红旗连锁新开门店85家,截至2017年6月30日,共有门店2713家。此外,红旗连锁预计今年1-9月归属于上市公司股东的净利润1.15亿元至1.39亿元。变动幅度为-15.00%至3.00%。

红旗连锁方面称:“业绩变动主要是公司不断优化商品品类、管理更加精细化,有力促进销售业绩提高”。

华润上半年实现利润同比增8.1%

本报讯 近日,华润集团上半年业绩出炉。2017上半年,华润集团整体业绩稳中有进,增长基础好于去年。绝大部分利润中心均实现营业额同比增长,带动华润集团整体营业额按年同比增长6.5%至人民币2480亿元。

上半年,华润集团业务整体提速,主办业务稳固,传统业务出现复苏,困难企业的经营得到改善,部分正在探索转型的利润中心扭亏为盈。数据显示,前6个月,华润集团实现利润总额252亿元,同比增长8.1%;净利润172亿元,按年上升3.6%。

在华润集团2017年上半年经理会议上,华润集团表示,下一步,华润将加大力度培育新业务增长点,坚决退出落后行业及低效资产,抓住雄安新区、粤港澳大湾区建设等发展契机,进一步优化集团资源配置,谋求发展新空间。

华润集团董事长傅育宁表示,各级企业在发展的过程中要注重质量与效益,避免片面追求规模,以内涵式增长为动力,保持业务稳中求进。同时,要将重塑香港业务的战略构想融入粤港澳大湾区建设的发展契机,加强战略协同,敏锐抓住新机遇。

永旺天津首家新型食品超市开业

本报讯 近日,永旺天津天河城店正式开业。该店是永旺在天津开设的首家新型食品超市(SM)。将通过提供安全、安心的商品以及丰富的商业活动与特色公益活动,让消费者在节约时间成本的同时获得生活品质的整体提升。

据了解,永旺天津天河城店位于天津最繁华、最成熟的商圈——滨江道-和平路商圈的天河城购物中心地下一层,商业面积约4000㎡,以20岁到45岁左右的上班族为中心,打造特色卖场。

针对上班族越来越忙碌的生活现状与不断升级的消费需求,该店在商品供给及整体服务上也相应做了调整及布局,志在帮助顾客以“最低的时间成本”,成为“更好的自己”。

一方面,与以往的综合百货超市(GMS)店铺、食品超市(SM)有所不同,紧凑型的布局是该店的一大特色,生鲜食品、即食食品、H&BC商品、生活用品等区域划分得井井有条,同时各区域还为顾客提供品类丰富的商品配置,有效节省消费者的购物时间,达到最大程度的方便、快捷。

另一方面,随着我国社会迎来全面的“消费升级”,永旺致力于将通过优质的商品和服务帮助顾客成为“更好的自己”,并将此全新理念渗透在该店中,不仅主打精致、品质路线,为顾客提供多种消费选择,更以绿色、健康的基础食材、食品作为主要的呈现内容,使上班族在便捷购物的同时,又可轻松获取更切合自己心意的购物及饮食体验。