

# 生鲜电商扩“外围”品类求生

万亿级的生鲜市场中,生鲜电商渗透率一直较为低迷,丰富品类无疑是企业抓取消费者眼球的捷径之一。近日,生鲜电商本来生活在不断调整首页页面的产品分布,除核心的生鲜品类外,厨具用品、海外零售等品类整合成为新的栏目。每日优鲜则上线椰子灰冰淇淋、可口可乐纤维汽水等网红零食。天天果园推出品牌衍生品。生鲜电商借扩充品类抓取消费端关注点的背后,实则与行业竞争导致首尾企业差异不断拉大的结果相关。面对新一轮的行业洗牌,垂直类生鲜电商终归要提高在搭建供应链方面的硬实力,形成竞争壁垒。

## 扩充品类 刺激购物需求

扩充品类对生鲜电商来讲已经是常态之举,一些自带流量的网红商品和备受消费者认可的高品质商品逐渐成为生鲜电商的座上宾。近日,每日优鲜、本来生活、天天果园等生鲜电商不断调整着页面布局,汇集海外零食的国家馆、网红商品系列、高颜值的日百商品时常位于页面的醒目位置。每日优鲜表示,平台以生鲜为核心时,会根据消费者的需求,上线日百、粮油以及网红商品,借此为消费者提供多样性的购物选择。

生鲜电商以生鲜商品为核心的同时,通过不断扩充“外围”商品提升丰富度。本来生活曾在首页页面中增添“本来全球购”的频道,初步包含韩国馆、泰国馆和中国港台馆的网红零食,尽管商品种类有限但呈现扩充的趋势,中国港台馆中的众多零食标着“尽请期待上线”的字样。在每日优鲜中,熟食、粮油、速食、网红商品已经早已成为单独的频道,卡乐比混合燕麦、木村牌招财猫苏打水、椰子灰冰淇淋等众多网红商品时常闪现在热卖频道中。

实际上,在零售不断被创新的过程中,生鲜已经成为企业为店内其他品类拉取流量的工具。今年3月,因生鲜走红的盒马鲜生将品牌定位升级,从原本的生鲜新零售品牌,升级为社区生活服务品牌。零售专家、上海尚益咨询创始人胡春才称,生鲜是吸引消费者产生消费的第一步,目的是尽可能将流量在自身的体系内流转,提升流量的转化率,用生鲜吸引客流再凭借其他商品获利。

## 行业减速 寻获利空间

作为高频且刚需的市场,生鲜电商一直被视为可以产生万亿价值的有生力量,但有限的渗透率却让生鲜电商的发展难以明朗。根据电子商务研究中心

公布的数据显示,2016年国内生鲜电商整体交易额大约913亿元,而整个生鲜市场,规模则到了1.36万亿元,而电商的渗透率还不到7%,2017年生鲜电商线上渗透率也仅有7.9%。

尚不足10%的渗透率促使生鲜电商不断寻求着刺激用户频繁打开App下单并提高忠诚度的方式。自带流量的网红商品、满足一站式购物需求的日化、粮油以及厨具等,甚至是衍生的周边商品均成为生鲜电商刺激用户购物需求的手段。

与此同时,扩充“外围”商品不失为生鲜电商扩充获利空间的方式。一位生鲜电商创始人表示,当平台通过主打的生鲜品将消费者引导至平台产生购买行为时,更丰富的品类会刺激消费者需求,举例来讲,快消品产生的利润是企业平衡不同品类获利以及支出的关键品类。

中国社科院财经战略研究院主任李勇坚表示,生鲜本是高毛利产品,电商平台通过“原产地直采”等能力压缩环节、降低流通成本,可以放大利润空间,提供了盈利可能性。电商将生鲜的流通环节扁平化,具有发掘生鲜利润空间的潜力。无论增加快消品还是增添生鲜品类,企业均需要对供应链进行精耕细作,在产品、配送等维度提供更多细致的服务。

不仅限于盈利方面,生鲜电

商扩充品类也是在满足消费者对全品类产品的需求。沱沱工社董事长董敏此前在接受媒体采访时称,生鲜电商也需要考虑通过上线多品类商品,为消费者提供一次性购买的便利条件。

## 暗自较量 强化供应链

扩充品类抓取消费端关注点的背后,实则与行业竞争导致首尾差异不断拉大的结果息息相关。2005年前后生鲜电商如雨后春笋般迅速崛起,百家争鸣,而随后行业快速步入淘汰期。2016年生鲜电商行业进行了一系列的混战,大量中小型生鲜电商倒闭或重组,阿里、腾讯、京东等电商巨头入局搅动市场。如今生鲜电商行业再度开始洗牌,小型生鲜电商开始依傍电商巨头寻求生机,甚至成为商业巨头构建商业版图中盘活众多资源、搭建网络的工具,而盒马鲜生、超级物种、7FRESH等衍生出“超市+餐饮”新型业态冲击着线上生鲜市场。

值得注意的是,活跃用户数为生鲜电商的未来发展蒙上了一层阴影。从统计机构公布的App用户活跃人数来看,生鲜电商的发展并没有持续上升的市场体量而保持高活跃用户数,反而有所下滑。

根据艾媒北极星数据显示,7月排名前五的生鲜电商App

中,除了多点之外,活跃人数环比都有所下滑,排名第一的每日优鲜环比下滑2.86%,在6月更是环比下滑13.3%。

面对上述胶着竞争局面,生鲜电商最终还是要凭借硬实力突围。相较于经营服饰、数码电器等品类的电商来讲,生鲜电商的入门门槛较高,产品是吸引用户的外在表象,服务、供应链以及物流的品质才是衡量生鲜电商是否具有竞争力的硬实力。

基于行业普遍的痛点,转型和升级就是生鲜电商必做的功课。举例来讲,易果集团作为国内生鲜电商行业最早一批的试水者,正加速摆脱“生鲜电商”的标签向供应链整合平台转变。易果集团联合创始人金光磊称,易果集团早已不是垂直生鲜电商,而是以生鲜品为切入点布局供应链,对生产端到消费端的全过程进行监控,实现端到端的全链条监管。

与此同时,保证仓储的质量以及运输的速度是生鲜电商增强竞争力的关键要素之一。

相较于生鲜电商的快速发展,我国的冷链物流尚处于初级阶段,为此易果生鲜、本来生活自建冷链物流,天天果园将冷链配送交由京东负责,每日优鲜则凭借招募城市合伙人扩充前置仓数量。生鲜电商寻求着新方式缩短配送时效并提升交付效率。

(北京商报)

## 全时北京单店日销售额破1.5万元

**本报讯** 近日,从全时便利方面获悉,全时便利在今年二季度业绩保持增长,北京单店日销售额实现达1.5万元以上。与此同时,下半年,全时便利的全国会员系统也将正式上线。据悉,在商品运营等方面,全时便利大力发展自有品牌以构造自身差异性,从非日配型产品、生活百货类产品切入,再到休闲食品等,结合全力猫

IP,在消费者心中逐步建立品牌形象,同时带来了较高的毛利率。在数字化创新方面,全时便利技术团队打造了第三代电商系统“盘古系统”,打通了线下ERP与三方外卖系统,实现了线上线下会员一体化。同时,全时便利已搭建自己的大数据平台,实现全渠道、全场景的获取用户数据。据悉,全时便利技术平台在线上可以从三

方获得会员及购买数据,也可以在自营微信商城、APP通过埋点获得数据,通过线下POS交易、店内的Wi-Fi探针获得数据,能更全面地分析用户的购物习惯、商品认识、兴趣爱好等。下半年,全时便利将持续在单店效益、经营水平上发力。据了解,全时便利全国会员系统也即将上线,届时全时会员的线上线下权益将全部打通。

## 家家悦首家智慧无人超市落子济南

**本报讯** 9月3日,家家悦首家智慧无人超市在山东青年政治学院正式开业,开业当天吸引了大批学生前来体验,现场异常火爆。这家位于山东青年政治学院内的超市,是家家悦集团推出的首家无人零售超市,顾客从进入超市、选择商品,到结算、出门,实现了全流程自助模式,只需通过一部手机即可搞定。近年来,家家悦不断探索智慧零售新模式,相继推出了移动支付、刷脸支付、无人收款、无人智慧微超等新技术、新手段,让消费者享受到了智慧零售带来的便捷购物体验,越来越多的消费者特别是青年消费者,选择使用移动支付方式购物,也为开设无人零售店提供了技术支持和可行性。

此次,在青年政治学院开设智慧无人超市,在提供无人值守、自助服务的同时,利用家家悦网上商城作为平台,开展以店代配的B2C的业务,顾客可以通过电脑或移动端APP登录家家悦网上商城进行下单,无人零售店提供送货到家或自提服务,通过互联网+无人店,提高门店的高效便捷服务。该店由家家悦集团与青年政治学院共同合作经营,主要经营日常所需的快消食品、熟食制品和日用品等,门店配备家家悦DRP订货、监控、收银和可追溯等系统,能够实现门店自动要货、补货功能和全程实时监管功能,商品由家家悦自有物流公司统一配送,保证商品流通过程中的质量安全。

同时,该店作为智慧零售实践教学基地,为在校学生提供实践岗位,负责门店的管理和运营,实习学生可以通过家家悦会员管理系统,对门店销售数据进行分析,根据学校学生的实际喜好,制定精准营销活动,家家悦在提供商品的同时指导配合门店运营,实习学生通过实践教学既可以积累经验,还可以获得相应的提成工资,增加个人的收入。青年政治学院智慧无人超市的开业,标志着家家悦在智慧零售模式探索上迈出了坚实的一步,未来家家悦将继续加快新技术应用和经营模式创新,通过开展无边界的技术合作,为消费者提供更加高效便捷的服务。

## 三只松鼠开出首家松鼠联盟小店

**本报讯** 三只松鼠第一家不收加盟费、管理费的“加盟店”9月1日在山东淄博正式开业,松鼠联盟小店项目计划五年内开出1万家店铺,并打造线上新零售创业平台。据了解,松鼠联盟小店项目分为两大板块,一个是松鼠联盟小店,还有一个是松鼠直供平台,即三只松鼠对外开放的海量零食一站式采购平台,现阶段已经推出了App零售版,面向所有拥有营业执照的实体用户(含联盟店),全渠道唯一底价,25大仓就近发货;后期“松鼠直供系统”PC企业版也会上线,满足所有想要采货的商户伙伴需求。

近些年来,三只松鼠、良品铺子和百草味等品牌构成了国内休闲食品电商领域的领头羊。不可否认的是,食品行业作为一个体验性要求极高的行业,单一化的休闲食品和渠道很难满足消费者需求,只有符合消费者口味的食品和无限制场景的渠道,才能有更好的发展。

据官方网站显示,目前线下体验“投食店”已在芜湖、武汉、南昌等33家城市相继开店,同时定位为城市公园升级版商业综合体的松鼠小镇将于2019年5月1日开园营业。今年5月29日,三只松鼠入驻零售通,线下小店可以通过零售通平台进货三只松鼠产品。8月9日,三只松鼠宣布与苏宁小店达成合作,并且成为首个线下合作渠道。

此外,9月8日,另外3家联盟小店店铺将分别在安徽芜湖、安徽马鞍山、辽宁鞍山开业。由于目前处于内测阶段,全国只开4家松鼠联盟小店。