



生鲜水果电商没盈利 仓储物流烧钱严重



上周,前华为荣耀总裁刘江峰宣布其创立的生鲜电商Dmall在没有Logo的情况下已获得IDG等1亿美元天使投资,而京东则宣布投资千万美元,战略入股水果电商天天果园。按照刘江峰的预期,Dmall的目标是5年实现盈利,而一个残酷的事实是,Dmall的前辈们目前还没有一家实现盈利。

负重前行的水果电商 仓储和物流特烧钱

尽管水果市场的万亿元前景吸引着人们前赴后继地卖水果,但真正投身后才发现,卖水果尤其是网上卖水果并不是件容易事儿。

这些年烧钱成为水果生鲜电商的标签。天天果园市场总监陈嘉杰对记者表示,水果电商烧钱主要在基础设施建设——仓储和物流,“而且不烧不行”。陈嘉杰感慨道,从市场份额来说,水果电商现在是蓝海,而从进入门槛来说,水果电商已经变为厮杀激烈的红海,因为几乎所有的生鲜电商都是重资产模式,大家都在负重前行。

“做生鲜电商的老板们有一个相似的困惑,就是一不小心就把模式做重,比如最后一公里的配送原本外包给第三方配送企业,但却发现成本不但没降低,配送效率反而降低了,于是还得自己来,所以

重资产运营并非个人意愿所决定。”新农商学院创始人辛巴指出,因生鲜行业的特殊性,现有的生鲜电商们一般都是把“上游+下游”一起做,基本都成了全产业链模式。

贴着成本线开打价格战 电商们基本都在赔钱赚吆喝

更为残酷的是,为了抢占市场份额,生鲜水果电商的价格战愈演愈烈,“生鲜电商价格战是贴着成本在打”,陈嘉杰对记者表示,价格战进一步压缩了利润空间。

一个生鲜电商负责人算了一笔账,以荔枝为例,进货价5元/斤,网上售价6元/斤,看似利润率达20%,但20%以上的货物在进货过程中就被损耗掉了,加上人工、物流成本,利润率微乎其微。运送不到40元的一单货,快递费就要20元。加上愈演愈烈的价格战,生鲜水果电商基本都在赔钱赚吆喝。

2012年被誉为生鲜水果电商元年,本来生活、沱沱工社、顺丰优选等一大批垂直生鲜电商横空出世,优质水果成了最大的卖点。过去几年不断有新玩家加入,也有老玩家轰然倒下。业内人士指出,倒下以及濒临倒下的生鲜水果电商大多数经营不善、内部管理出了问题。“仓储物流的投入是基本的,不烧不行,现在价

格战特别凶猛,使得一些生鲜电商现金流上出了问题,投资人看不到核心竞争力,也不会继续跟进。”一名业内人士对记者表示。

(陈琼)

延伸阅读

■专家说

一定要让消费者尝到甜头

“改变消费者的购买习惯,一定要先让消费者尝到甜头。”中国人民大学农业与农村发展学院教授郑风田对记者表示,生鲜水果电商的烧钱大战很正常,就像打车软件的烧钱大战一样,都是必经之路。

■从业者说

大家在共同教育市场

在陈嘉杰看来,现在的所有生鲜水果电商都在赔钱教育市场。“现在传统零售商也可以送上门,电商重要的门槛是信任”,陈嘉杰指出,超市的销售行为永远是把快到保质期的产品放到前面,而生鲜电商和水果精品超市则带来了传统水果销售模式的碰撞,在他心目中,水果电商与线下水果超市并不存在那么直接的竞争关系,“大家在共同教育市场,消费者不只停在苹果香蕉梨的阶段,我们都是市场变化中的受益者”。

重庆两江新区果园港 打造内陆首个智能港口

本报讯 近日,记者从重庆两江新区直属企业重庆港务物流集团了解到,重庆果园港已完成TD-LTE(4G)专网系统建设,成为长江上游第一个港口专用无线终端与TD-LTE宽带集群系统全覆盖的港口。这意味着果园港在“智能港口”的建设上迈出关键一步,将有力助推两江新区打造长江航运中心,融入“一带一路”国家战略。

重庆港务物流集团信息技术部部长刘世刚告诉记者,基于TD-LTE专网技术研制的无线终端也已经运用到码头作业中。通过为现场作业人员配备手持无线终端、作业机械上安装车载无线终端等方式,将一个个移动的信息孤岛变成一个移动的网络节点。移动手持终端之间可进行语音通话、短信、视频通话,也可以实现包括单呼、组呼、群呼和对讲PTT等集群调度业务。基于视频传输功能还可对港口作业区、集装箱货场、堆场等必要监控区域的远程视频监控,协助管理部门根据视频监控的实际情况及时调整作业计划、处理突发事件,加强安放保卫能力,防止货物失窃。刘世刚说:“果园港推进智能港口建设具有重大示范意义,为提升运行安全保障和运营效率、合理调配人力和机械资源进行了有益探索。”

信息化是衡量一个港口综合实力的重要指标。目前,智能技术已经应用到果园港从生产调度、码头操作、业务管理、安全监管,到数据交换、物流平台、口岸平台建设等各个方面,实现了真正意义上的货物高效、快捷、安全流转,推动果园港“全程物流”、“智慧物流”的发展。在“一带一路”国家战略的背景下,世界第一大内河港口果园港建设成为快速通关、物流链管理一体化服务的“智能港口”,将有利于重庆两江新区扩大物流网络,畅通向东通江达海大通道、向西国际陆路大通道,打造内陆对外开放高地。(夏一仁 张晓峰)

中原冷链物流产业园落户航空港

本报讯 坐在家中,想吃全球新鲜美食,轻点鼠标就可以实现。日前,记者从郑州航空港经济综合实验区获悉,中原冷链物流产业园项目已落户航空港,致力于建设全球新鲜食品的“集散地”。

中原冷链物流产业园首期占地面积360亩,投资18亿元,计划今年年底开工,建设周期4年,由三弦国际投资集团有限公司投资建设。该产业园将依托航空港“连天接地”的物流优势,将全球的生鲜水果和食品等运抵郑州,再从郑州分拨到全国各地,进行“全球—郑州—全国”的物流运输。

三弦国际投资集团有限公司总部位于北京,是一家由国内多家民营企业发起的以项目投资及管理为主导的集团化公司。该公司总裁张伟说,借助“互联网+”和第三方物流,园区企业将提供“私人定制”服务,承担“生活方式服务者”的角色,即消费者可以通过O2O平台订购全球美食,快递公司及时配送到消费者餐桌。

目前,郑州航空港经济综合实验区正加快普传物流基地等物流园区建设,进一步深化与UPS、TNT等国际物流货代商的合作,强化圆通快递等货代企业招商,尽快形成完善的物流体系。(栾 珊)

宁夏移动助力物流转型

本报讯 记者日前从宁夏移动公司了解到,该公司针对传统行业推进信息化建设进行了成效尝试,帮助物流业提升效率,降低成本。

银川移动相关负责人介绍,日前,他们与宁夏众一物流有限公司积极对接,解决所辖物流园大量车辆出入的管理难题:传统停车场管理依靠人工方式,成本高,效率低,存在管理漏洞与安全隐患,缺乏完善可靠的进出管理机制,无法核查车辆进出的一致性。对此,银川移动制定了综合停车管理系统,充分融合移动互联网技术、卫星定位技术及ARM技术,集成了卫星定位系统、车位计数系统、3G传输系统及停车场管理系统,以有效解决车辆的通行权限、通行安全、通行效率、停车收费、车位信息发布等问题。该系统可在手机上实现远程查看车位、远程预定车位、手机移动支付等功能,支持扩展车位车辆照片查看、反向寻车系统、自助缴费系统等高科技的车辆管理功能,并为货车司机提供预约住宿、预约停车、线上支付解决方案,提升园区运作效率,并确保资金安全。(张慈丽)

青岛农村电商兴起 物流难题待解决



琅琊镇渔家两个月内卖掉300万元存货,大泽山村妇把自酿葡萄酒销往全中国,而这些都是他们在“触网”做电商之前不敢奢望的“大生意”。当火热的“互联网+”邂逅最缺乏效率的农业市场时,青岛农户们的赚钱方式开始发生变化。不过,受困于物流、网络技术普及和网上支付等“最后一公里”难题,农村电商依旧面临诸多“成长的烦恼”。今年5月,国务院电商“国八条”、《“互联网+流通”行动计划》等重大文件先后出台,商务部联手20多个部委制定的相关指导意见也于近日完成,农村电商健康起步、农民在家门口获取更多财富的前景值得各方期待。

动动鼠标

农妇把假睫毛卖到日本

在青岛渔业捕捞强镇——青西新区琅琊镇,28岁的杨玉杰卖掉了60平方米的门店,从去年9月份开始转型做微商。如今大半年过去,杨玉杰对自己的转型很是庆幸。

在此之前,他从父母手中接过的海产品加工厂拥有20位工人,但从前年开始,受大环境影响,这家位于闹市的店铺一连几天接不到一个订单。“螃蟹、海参、虾米、干鱼,我们的海产品丰富也优质。但传统的销售渠道过窄,明显感觉有些卖不动了。”杨玉杰说。

2014年中秋节,他在朋友圈偶然的一次推销彻底改变了现状。“大概五天后,订单已经有100多个。”更让杨玉杰意外的

是,今年春节前两个月,他仅通过微商渠道售出的干、鲜海产品就将近300万元。

“感觉很神奇,突然就火了。”杨玉杰的生活也随之改变——早起,看手机;中午,看手机;晚上,看手机。新鲜的梭子蟹、虾米通过那部百看不厌的手机南达深圳,北至沈阳,日均1万元的营业额让杨玉杰欢心,“以前实体店每天能有3000元进账就算不错,现在不但省去了店铺、人工和水电费,还形成了全国范围的客源。”

和杨玉杰一样从农村市场突围的还有王惠娟。

5月份,34岁的她开车从平度市区返回大泽山秦姑庵村,路两侧每隔几百米就有几个卖樱桃的妇女。车里的她不时查看旺旺上的信息,来自贵州、福建的客户从她的店铺拍下一件又一件葡萄酒。

“五年前,路不通,网络不发达,根本不敢想自己酿的葡萄酒能卖到全国去。”说这话的王惠娟已经是一家5年双冠网店的老店主。依靠较早的起步和优质的葡萄原料,她的店长期占据着淘宝自酿葡萄酒的头牌,10亩葡萄园供给的1.7万多名会员遍布全国。

创建大泽山第一个卖葡萄酒的网店,王惠娟不仅为大泽山引来了游人,还带动

了村子里的电商“创业”。

2014年6月,作为村里为数不多会网购的人,高婕向王惠娟请教了网店装修的几个问题,“生完孩子留守在家可以自力更生。”高婕从娘家长乐的工厂买回假睫毛半成品,又雇了十几个妇女做件工,卖起了假睫毛。成千上万对假睫毛从大泽山北麓的小盆地里发往武汉、深圳甚至日本,高婕做梦也没想到自己也有机会做起“国际贸易”。

“生活品质提高了,比如以前给女儿从镇上买的尿不湿都是杂牌子,质量也差,后来都是从网上买大品牌。”高婕说:“触电”虽然没有赚大钱,但从农村突围出去改变了她的精气神儿——“有成就感,也有自信了”。

物流之困

“最后一公里”亟待打通

黄俊昊把农村电商称作“一项美好的事业”,但如何让刚刚起步的农村电商更美好,大小电商需求不同。

黄俊昊最近不断思考的是平台的定位问题。最初做全国性农产品电商平台的想法很快在实践中被排除。5月,他带着同事参观了一家投资1000多万元的省级供销社电商平台,“他们那么好的条件,最后才做一个省级的区域平台”,黄俊昊更加务实,“我们的定位只能是把眼前的范围经营好,有了品牌再说以后。”

而对于生鲜平台和个体电商,物流成本的老问题仍比较棘手。“对于生鲜海产品来说,与第三方物流合作,成本仍然偏高。”高鲁东表示,最近正在协商物流的解决方案。对地处大泽山的王惠娟和高婕来说,“最后一公里”的配送问题仍待解决。高婕每次需要集齐30个快递,镇上的物流公司才会派车到村里取件,一旦有退换货则需要自己骑车半小时到镇上自取。

相对于硬件配套,美工、运营等技术问题也困扰着新手和老手。“产品收集、拍照编辑、下单配送、售后,整个流程都是我们完成。”即墨农民专业合作社网的工作人员告诉记者,因为缺乏专业的美工,一些产品介绍并不美观,“工作流程有待进一步细分。”王惠娟花了500块钱,将店铺装修的活交给了淘宝的专业人士,但五年来经营的困扰也达到了顶峰,新的信誉榜出炉,她的名次从第一掉到了三四名,在“要不要像别人一样通过刷信誉上位”的问题上,她有些纠结,“这些问题都需要人交流和指导。”

近日,青岛市商务局公布的《青岛市加快推进农村电子商务工作的实施意见》中,对农村电子商务配套体系建设、业务咨询、人员培训等内容进行了规定。王惠娟专门去找了村书记询问,“希望政策早点落实”。

(李兴丽)

