

2016年,全国4000多家生鲜电商企业仅1%盈利——

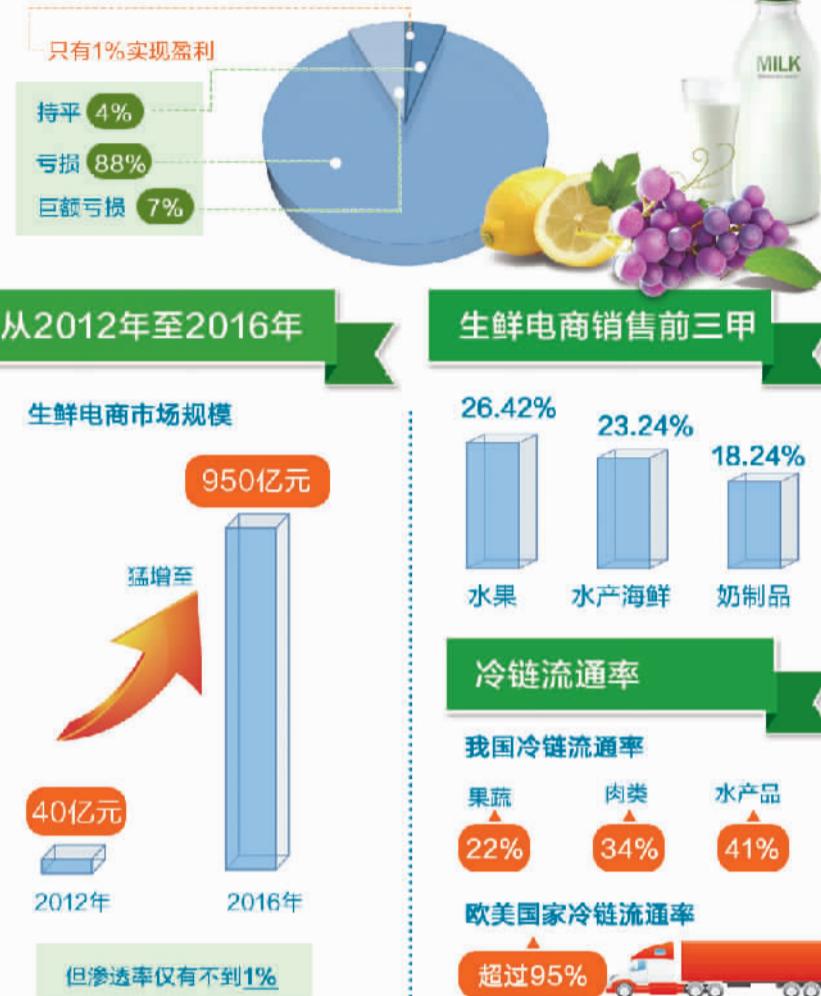
# 生鲜电商如何告别“赔本吆喝”

经济日报·中国经济网记者 陈 静

透 视

生鲜电商作为电商领域内的后起之秀,近年来虽然深受资本追捧,却陷入了盈利困境。一方面生鲜冷链物流成本高,冷链物流建设不足,带来高腐损率;另一方面,生鲜电商缺乏上游控制力,产品标准化难度高,同质化竞争严重。经历了上半场的野蛮生长,下半场生鲜电商该如何找到盈利的方向——

数据显示,全国4000多家生鲜电商企业中



点评

□ 安 之

## 服务“触角”要向上下游延伸

尽管生鲜电商成长面临不少难题,但毕竟“民以食为天”,在消费升级的大背景下,“吃”这件事本身同样会体现出个性化、碎片化消费需求,传统线下门店受限于面积和成本,难以在品类上实现充分有效供给,生鲜电商仍有良好发展前景。问题在于生鲜电商的商业模式并不完善,手中握有的筹码还不够多。在下游,冷链配送与仓储建设尚未完成;在上游,生鲜电商平台的议价空间也相当有限。

这方面发展更早、目前更加成熟的是网购或可为生鲜电商提供借鉴。从目前发展趋势来看,网购平台的重要盈利空间在于为生产企业提供多种多样的服务;但在生鲜领域,电商与龙头企业和顶级供货商之间的关系目前还过于单一。

一方面,生鲜电商平台手中的流量和数据,以及它们在网络营销上的经验与实践,应该为生产企业和供货商们“触网”、特别是在基于用户画像的精准营销上提供服务,从而以广告形式创造价值。同时,与上游企业的资源置换,也能够让生鲜电商平台在商品价格和品质上有更多话语权。

另一方面,就像实物网购服务商家们开始更深入地通过C2B(反向定制)和大数据分析来指导制造企业的产品设计一样,生鲜电商平台同样可以用好手中的数据“金矿”,分析消费者的消费偏好,为传统企业的决策提供参考,通过与上游企业更深入地互动,也能够实现差异化经营,改变同质化竞争的现状。

车厘子、褚橙、阿根廷红虾、澳大利亚牛排……提起生鲜电商,消费者的第一反应往往是这些高档水果和进口食材,这正是生鲜电商同质化严重的缩影。

市场研究机构速途研究院的数据显示,水果、水产海鲜和奶制品作为生鲜电商销售前三甲,占比分别为26.42%、23.24%、18.24%,合计已近七成。

生鲜电商沱沱工社CEO杜非也在离职后坦言,生鲜电商行业的最大问题是同质化竞争,缺乏内在核心竞争力,“企业没有自己的特点”。

那么,是因为生鲜电商缺乏创意吗?并非如此。造成生鲜电商同质化的原因正是行业发展亟待突破的瓶颈问题。

一方面,是冷链物流建设不足带来的高腐损率。

数据显示,我国果蔬、肉类、水产品的冷链流通率分别为22%、34%和41%,欧美国家冷链流通率超过95%,这让生鲜冷链的物流成本居高不下。

北京大学市场经济研究中心研究员李刚说:“生鲜产品在仓储、运输以及终端销售过程中极易出现损耗,保鲜所需的冷链系统建设需要大量资金支持,成本颇高。”某生鲜电商高管给记者算了一笔账。由于缺乏足够的“最后一公里”冷链支持,生鲜电商不得不选择泡沫箱、冰

袋等包装,还得再支付运输费用。

另一方面,我国农产品生产分散化,也让生鲜电商缺乏在上游的控制力。深农电商总部总经理陈磊表示,所有农产品电商都面临标准化的问题。之所以货不对板导致客户投诉,是因为产地碎片化,资源化和标准化难度极高。为避免投诉,生鲜电商不得不在购买商品后自行分拣选货,这必然带来货损进一步提高。此外,生鲜电商有限的体量也让它们在竞价中缺少话语权。上述生鲜电商高管表示,电商的竞争力应该来自尽量减少中间环节,利润也应该来自于直接连接生产者和消费者的渠道。“但现在生鲜平台能吃下的货量有限,大部分生鲜品类其实还是来自于中间批发商,生鲜电商的货源渠道和线下实体区别不大,议价能力并不高。”上述生鲜电商高管说。

## 迎难而上另辟蹊径

1.5万平方米的大仓库被分为控温、冷藏、冷冻和深冷四大区域,从10摄氏度至15摄氏度、零摄氏度至零下4摄氏度、零下18摄氏度至零下22摄氏度不等,水果、蔬菜、肉禽单品、海鲜等各式生鲜商品被分门别类地放在不同区域。这是京东在北京的生鲜仓库。京东商城生鲜事业部供应链负责人朱铭告诉《经济日报》记者,在线下超市里,鸡蛋多半只是常温保存,但在这里却要放在冷藏区,“目的尽是尽可能保证生鲜产品的新鲜程度”。

再难啃的骨头也要啃。面对竞争,生鲜平台只能自己动手补齐短板。自建冷链物流、减少损耗这样的重资产投入必不可少。顺丰优选、每日优鲜、沱沱工社、易果生鲜等一系列生鲜电商平台都建起了自己的冷链物流。“生鲜电商企业正在尽力完善冷链物流这一关键竞争力,确保产品的仓储及配送。”中国电子商务研究中心网络零售部主任莫岱青说。

互联网技术也在其中发挥着作用,甚至创造出新的模式。生鲜电商每日优鲜CEO徐正表示,他们的解决方案是“前置仓模式”,即建立“城市分选中心+社区微仓”。简而言之,就是在社区3公里范围内建大量冷库。根据订单密度、天气甚至节假日等因素,作出一套数学模型来计算不同的补货系数,能够相对准确地将货品从大仓调货到相应微仓,这样一方面用户下单两小时后即可送达,体验更好,另一方面履约成本只有传统方式的三分之一。从去年7月份开始,每日优鲜已经在北京市场实现盈利。

此外,线上与线下深度融合的新零售,也为生鲜电商带来新的商业逻辑。通过与线下实体的合作,生鲜电商平台有机会变身成为供货商,以降低最后一公里的成本。易果生鲜以8.5亿元受让了永辉超市转让的联华超市股份,后者在全国范围内拥有三四千家门店;味道网也计划在未来两年将自有及合作门店数量扩展到5000家。春播创始人王昕表示,目前春播也与线下社区店合作,设立了超过300个店中店“春播角”。

市场瞭望

采取市场化定价——

## 电力中长期交易有了“说明书”

本报记者 王铁辰

近日,国家发展改革委、国家能源局印发《电力中长期交易基本规则(暂行)》,从市场主体及其权责边界、交易品种和方式、价格机制、发电计划及交易时序安排等角度给出制度框架,厘清了电改的发展方向。

电力市场主要由中长期市场和现货市场构成。2015年底下发的新电改配套文件《关于推进电力市场建设的实施意见》曾明确,具备条件的地区逐步建立以中长期交易为主、现货交易为补充的市场化电力、电量平衡机制。由于我国电力市场化改革刚起步,尚不具备开展现货实时市场的条件,因此规范电力中长期交易成为重中之重。

在《规则》出台之前,我国电力主要市场交易规则只考虑单一的交易品种,如跨省区交易、直接交易、发电权交易等。为促进交易品种多样化,《规则》提出,中长期电力交易品种包括电力直接交易、跨省跨区交易(指越发电调度控制区)、合同电量转让交易,以及辅助服务补偿(交易)机制等。

华东电力设计院有限公司智能化室副主任吴俊宏表示,在中长期交易中,由于用户用电需求存在较大不确定性,难以准确预测,在我国现阶段电力市场发展体系下,通过合同电量转让交易,不仅可以降低市场主体的违约风险,也可以实现替代发电、促进资源优化配置。

电价改革是本轮电改的核心之一。《规则》明确,电力中长期交易的成交价格由市场主体通过自主协商等市场化方式形成,第三方不得干预;计划电量应随着政府定价的放开采取市场化定价方式。

对于“用户拖欠电费”的担忧,《规则》提出,各市场主体暂时保持与电网企业的电费结算和支付方式不变,并由电网企业承担电力用户侧欠费风险,保障交易电费资金安全。不承担电费结算职能的电网企业也不再承担欠费风险,市场主体可自行约定结算方式。

在交易时序上,为确保清洁能源送出,跨省跨区送受电中的国家计划、地方政府协议送电量将优先发电。同时,在省内优先发电方面,应首先安排规划内的风电、太阳能等可再生能源保障性收购小时以及可再生能源调峰机组优先发电。对于备受关注的燃煤发电,各地应有序开放用电计划,按照国家发展改革委、国家能源局确定的比例,逐年缩减燃煤发电企业基数电量,直至完全取消。

与其他商品交易相比,电能交易最本质的差异在于与电力系统紧密相连。电力系统需要保持实时平衡,如果电力平衡遭到破坏,不仅电能无法交易,甚至整个供电区域还会面临停电风险。因此,交易机制的设计必须保证电力系统的正常运行。对此,《规则》指出,直接交易、合同调整和合同电量转让必须通过电力调度机构安全校核。安全校核未通过时,对于双边协商交易,按时间优先、等比例原则削减;对于集中竞价交易,按价格优先原则削减,价格相同时按发电侧节能低碳电力调度的优先级削减。基数电量受市场交易电量影响不能通过安全校核的,可以转让。

树立标杆企业 构建指标体系

## 纺织业扎实推进绿色发展

本报记者 许红洲

花园式的厂区,井然有序的织造、整理、染整车间。日前,《经济日报》记者跟随“中国纺织生态文明万里行”走进湖北嘉麟杰纺织品有限公司,这里的绿色发展让人印象深刻。“依托先进工艺设备,采取小浴比、超低浴比等先进技术,改良高档织物面料的染整工艺,不仅提高了产品品质,还实现了绿色生产。”嘉麟杰纺织品股份有限公司董事总经理杨世滨表示。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇告诉记者,湖北嘉麟杰实现了真正意义上的染整工序清洁生产,极大改善工作环境,降低劳动强度,节能减排、环保低碳,不仅填补了中南地区乃至全国印染清洁生产的空白,而且为纺织印染行业转型升级、绿色制造作出了示范。

“从企业层面开展生态文明创建,可为纺织行业乃至整个工业生态文明建设积累经验。”中国纺织工业联合会副会长孙淮滨说。从2014年开始,中国纺织工业联合会和中国生态文明研究与促进会共同研制了“培养和创建纺织行业生态文明示范企业评价指标体系”,把生态经济、环境、人居、文化、制度5个模块近60项指标作为评分依据。“评价最终目的是将经济效益、资源消耗、环境风险、教育培训、社会责任等指标纳入体系中,使该体系成为纺织行业生态文明建设的评价标准。”孙淮滨说。

高勇表示,“十三五”期间,纺织行业将继续推进能效、水效达标活动,加快建设废旧纺织品回收和再利用体系,积极创建绿色工厂,打造绿色供应链,肩负起绿色发展的社会责任。

## 全国工业超低温阀门技术中心落户湖北



日前,中国石油石化研究院全国唯一工业超低温阀门技术中心落户湖北泰和石化设备有限公司。该公司自主研发生产的低温零下256摄氏度至高温540摄氏度、压力150磅至2500磅区间的阀门产品,首次打破国外技术垄断,迈向国产化。

本报记者 郑明桥摄

行业观察

2016年12月份中经有色金属产业月度景气指数重回“正常”区域,表明行业复苏趋势明显。伴随行业回暖,有色金属产品价格逐渐回升,大部分企业实现弹性生产,去产能取得成效。未来,行业还要在降低企业税赋和融资成本,努力营造良好的市场环境方面下功夫,巩固行业的回升态势——

由中国有色金属工业协会、经济日报社中国经济趋势研究院、国家统计局中国经济景气监测中心联合编制的2016年12月份中经有色金属产业月度景气指数报告近日发布。报告显示,2016年12月份中经有色金属产业景气指数为31.1,较上月回升1.3点,实现连续13个月回升,目前已突破“偏冷”区域上沿,回升至“正常”区域。

“一年多来,有色金属景气指数首次升至‘正常’区域,在一定程度上说明有色金属行业复苏趋势已经确立。”中国有色金属工业协会副秘书长王华俊分析说,经季节性调整,10种有色金属产量近一年来均

本报记者

吉蕾蕾

计,2016年规模以上有色金属工业企业(不包括独立黄金企业)实现利润同比增长30%左右。

值得关注的是,2016年大部分有色金属企业虽已实施弹性生产,但去产能仍任重道远,行业运行持续回升格局仍需进一步巩固。王华俊分析说,一方面,英国脱欧影响逐步释放、美国总统特朗普上台等一系列事件给全球政治、经济带来很大不确定性,美元走势与主要有色金属价格变化存在反向关系,美联储加息将对金属价格形成压制,直接影响2017年国际市场有色金属价格走势;另一方面,我国有色金属行业虽出现部分新亮点、形成一些新动能,但这些新亮点和新动能与行业整体规模相比,所占比重很小。如航空铝材、动力电池材料等高端产品发展很快,以锂为代表的稀有金属也供不应求,但这些产品市场规模有限,一时难以形成强力支撑。

“当前,主要有色金属阶段性供应过剩已是全球性问题,这也是深化产业结构调整、加快供给侧改革的有利时机。”中国有色金属工业协会政策研究室主任赵武壮认为,2017年有色金属工业生产

要继续维持趋稳态势,必须着力振兴有色金属实体经济。

首先,要切实降低企业税费。比如对电价附加开展一次清理,除居民用电调节外,尽量取消其他附加;暂缓出台有色金属伴生产品资源税;修改矿产资源法,不再研究制定矿产资源权益金征收办法。研究制定有效的矿山企业增值税抵扣办法,或是直接降低矿山企业增值税税率。

其次,切实降低企业融资成本。单一层次和单一品种的资本市场难以满足民营企业做大做强需要,要形成多层次、多元化、高效率的融资渠道;通过积极稳妥发展企业债券市场,大力发展投资基金市场、进一步规范企业产权交易市场来为企业创造良好融资环境和条件;同时,稳步发展期货市场,加快金融工具创新,为有色金属企业规避风险、降低财务费用、实现产品保值增值提供机遇。

最后,还要努力营造优良的市场环境。政府在简政放权过程中要更加注重需求导向,以企业、市场满意度为出发点,企业反映最强烈的先放,从政府“端菜”转为社会“点菜”,提高简政放权含金量,打通企业发展过程中的“堵点”。

本报记者 李 景