

生鲜电商 95%亏损 黄金时代还有多远?

■ 赵陈婷

2015年O2O创业潮中大批倒下的生鲜电商们成功给这个行业贴上了“惨烈”的标签。

作为电商发展至今标准化最差、供应链最薄弱而仓储配送条件又最为苛刻的细分品类,生鲜电商最大的共性是——投入太多,不赚钱。

只不过,对于这一冗长的淘汰赛中幸存下来的为数不多的玩家们而言,行业远没有外界描述得那么凄惨。

最近,京东终于将今年1月刚成立的生鲜事业部正式推到台前。这个与3C、家电等并列的京东第六大事业部背后,是京东集团董事局主席兼CEO刘强东“花100亿打造的第三张网”,要从生鲜电商入手投入巨资建立一个覆盖中国所有大中城市的冷藏冷冻一体化B2C网络。

在京东正式入局之际,对于硕果仅存的几家垂直细分类的生鲜电商而言,融资的消息并不那么罕见。

本来生活刚宣布已完成C、C+轮融资,本次融资1.17亿美元,由中城投资及上海南都、信中利资本、九阳股份共同投资,鼎晖资本、富厚资本跟投。而在此之前的今年上半年,易果生鲜宣布完成C轮融资。随后,天天果园宣布获得1亿美元最新融资,另一品牌每日优鲜也宣布获得2亿元人民币B轮融资。

只不过,不管是后来者的京东还是已经扎根多年的“老牌”生鲜电商们都还在摸索,至今也没有谁有底气说找到了真正的生鲜电商O2O模式。

生鲜电商纷纷抱“大腿”

天猫生鲜超市的发力,已经使得淘宝不再只是生鲜电商的平台,而是拥有平台+竞争者的双重身份,而京东生鲜事业部的成立同样打破了京东作为电商平台的单一身份。

于是,“站队”在刚刚过去的一两年内,成为大多数垂直生鲜电商不得不做出的选择。而目前的生鲜电商格局是:我买网拿了百度的投资;天天果园背后的投资方有京东的存



在;易果生鲜得到了阿里巴巴和KKR集团联手投资的C轮;美味七七有亚马逊的投资。相比之下,本来生活似乎成为当下唯一一个“落单”的存在。

从融资路径上来看,成立于2012年的本来生活在2014年获得A轮融资,投资方为鼎辉创投;2015年,宣布完成B轮融资,但并未披露具体的金额和投资方。C轮、C+轮投资方之一的中城投资是由南都、万科、华远等全国25个主要城市的55家地产商组成的私募投资管理机构;九阳股份则是中国小家电行业领导企业。

“我们C轮之前的融资都是跟产业融资在合作,比如说鼎辉有很丰富的农产品融资经验,而九阳做智能厨房的,我们正在和它一起研究一些很酷的事情。那么到D轮之后我们会有一些战略上的,甚至是大的财务投资人。”本来生活网创始人喻华峰对记者并不排斥“抱大腿”的举动,“这种事情随缘,我们持开放态度。”

只不过喻华峰认为,这种“站队”、“抱大腿”的举动在现阶段更多的价值是拓宽销售渠道。“我们自己在天猫、淘宝、京东、1号店都建站了,只是也没有去推而已,这是各个公司的选择和策略问题或者是我们的发展阶段问

题。”

而这背后,是被生鲜市场巨大的可挖掘空间吸引住的“大腿”们。

从京东商城3C事业部负责人调职到生鲜事业部总裁后,王笑松首次面对媒体的感慨就是,3C市场的总量也不过是1万多个亿,但整个生鲜有4万亿的市场总量。

根据市场调研机构尼尔森的报告,中国生鲜电子商务市场将在未来三年内呈现爆发式增长。2018年有望超过1500亿,年均复合增长率达到50%。目前,生鲜食品在中国的电商渗透率不到1%,相比服装和3C数码产品20%的电商渗透率,生鲜的提升空间还非常大。

对于从低频高客单价3C产品起家的京东而言,作为高频低客单价消费品的生鲜成为另一个极端,对于京东做大平台性电商的野心来说如今具有不小的吸引力。

对此,王笑松告诉记者,京东如今要花100亿打造第三张网,不看短期回报,要做的就是怎么让用户体验最好。“第一张大网是最常见的B2C网络,仓配一体化的B2C模式;第二张大网是以大家电为核心的大件送货仓;而第三张大网是生鲜的冷藏冷冻仓配一体化网络。”

海淘新政为何按下“暂停键”?

■ 张钦

近日,海关总署正式下发《关于执行跨境电商零售进口新的监管要求有关事宜的通知》,之前传言的监管部门将为4月8日起实施的跨境电商新政设立的“一年缓冲期”正式落定。

保留税制调整 其他新政暂缓一年

通知明确,在过渡期内,上海、杭州、宁波、郑州、广州、深圳、重庆、天津、福州和平潭10个试点城市继续按照税收新政实施前的监管要求进行监管。这意味着除了进口税制的改变外,此前跨境电商新政中其他对电商具有杀伤力的规定都已暂缓实施,显示出监管部门在一定程度上向大幅下滑的跨境电商业务做出了适当让步。据悉,这一政策过渡期至2017年5月11日。

由于杀伤力太大,今年4月8日开始高调实施的跨境电商新政将部分暂缓实施。最近有多个消息源证实,海关总署和质检总局等部门已经就此问题达成一致,决定对新政部分内容暂设“一年过渡期”。有知情人士表示,事实上海关总署在跨境电商新政中只是执行部门,而此次新政实施得以缓期,应该是财政部、税务总局甚至更高层的决策,只是在各方达成一致后由海关总署对外发布。

海淘企业陷入“通关单绝境”

对于海淘新政,之前外界最关注的是税费问题,即原来海淘按照行邮税且有免税额的模式缴税,如今则全部变成了新的税率。这固然给海淘企业增加了一定税收成本,但事实上新政条款中对于海淘企业最致命的打击是通关单制度,这项措施被很多电商企业称作“通关单绝境”。

按照新政规定,4月8日以后跨境电商发运的商品必须按照一般贸易要求提供通关单。所谓的通关单,是指由检验检疫机构签发的《入境货物通关单》,所需的材料包括原产地证书和检验检疫证书等,化妆品、保健品等商品还须在食药监总局注册备案。跨境电商完成报检获得检验检疫部门出具的通关单后,才能向海关进行报关。这也意味着,监管部门针对跨境电商保税进口商品的监管,与一般贸易已经没有差别。而这份通关单,对于从批发商拿货并没有品牌方渠道的电商来说,几乎是不可能实现的。

针对电商的反弹,国家质检总局曾在5月15日发表的说明中解释,跨境电商商品

的货物属性,检验检疫应依法签发通关单。同时质检总局表示“其实清单内仅有36%的编码在‘法检目录’内”,言外之意多数编码商品并不受影响。

而事实上,有电商企业告诉北京青年报记者,虽然仅有36%的编码在“法检目录”内,但其实目前跨境电商热销的商品基本都在“法检目录”中。有电商称,“如果按照货值计算,估计超过九成商品都需要通关单。”

保税区进口单量降幅超六成

通关单问题不仅造成了电商大量货物无法进口,也直接影响到很多跨境电商综合试验区、保税区的进口单量。此前曾有媒体报道,因跨境电商平台无法提供“通关单”所需的资质,单据证明而大量商品无法进口,各大跨境电商综合试验区的进口单量出现锐减。在4月8日至4月15日之间,郑州、深圳、宁波、杭州等跨境电商综合试验区进口单量分别比新政前下降70%、61%、62%和65%。

“行业的交易量有所下降是肯定的,主要集中在采用保税备货模式的跨境电商方面。”有知情人士透露,新政实施以后,聚美优品整体出区单量和订单量下降幅度都在60%左右;蜜芽宝贝、网易考拉等区内企业的出区单量也出现不同程度的下降。网易考拉从4月8日新政实施后4天内的出区单量下降比例达到47%。这些都直接造成了各个跨境电商综合试验区的进口单量大幅下降。有消息称,郑州跨境电商综合试验区进口单量比新政之前下降了70%。

所谓跨境电商电子商务综合试验区,是我国针对跨境电商快速发展,在传统保税区的概念上设立的更有利于跨境电商的政策探索。我国于2013年将杭州定为首批跨境电商电子商务贸易的试验区,今年1月份又确定向更大范围推广中国(杭州)跨境电商电子商务综合试验区的相关政策体系和管理制度,新设天津、上海、重庆、郑州等城市试点跨境电商电子商务综合试验区。

这些跨境电商电子商务贸易的试验区具有保税、展示、交易等功能,不仅可以实现传统保税区的功能,而且消费者可以直接到产业园内现场体验、现场下单、现场提货,相当于在传统保税区的基础上进一步提升了交易效率。

高层5月9日左右拍板“缓期”

4月8日起我国对跨境电商零售进口商品按照货物开征关税和进口环节增值税、消费税,被称为“让电商好日子到头”的

新税制正式来临。近日有跨境电商人士向记者介绍,其实早在本月上旬他们已经隐约得到新政暂缓实施的消息,“大约是5月8日、9日的样子我们第一次得到消息!”而据他介绍,在4月8日新政实施到5月8日得到这一信息的一个月间,包括财政部、商务部、质检总局等部门分别在多地召开了有跨境电商企业参加的调研会议,“一方面是听数据,另一方面就是听建议,主要都是在听企业说”。据他介绍,在新政实施首月的后两周里,这些部委的高层级会议就开始密集召开,更多的是在探讨各种解决方案,其中就包括是否需要推迟新政的实施。“到了5月8日、9日时,各方基本达成了一致,即设立一年的暂缓期。目前看来,新政暂缓期截至2017年5月10日,那么‘缓期’确实也是从那时开始计算的。不过当时的暂缓范围已经很明确,保留税制调整,其他延长一年实施,直至形成新的合理监管方式。”

一些通过直邮方式做进口贸易的商家也在不久前隐约感到了政策似乎有调整。一些商户选择在新政前将可能受影响的产品发往位于香港的保税仓,然后再通过直邮发给客户。最初直邮通关的速度非常慢,几乎陷入停滞;不过在4月底时直邮通关明显提速,现在几乎恢复到了新政之前的水平。

第一次“放水”放行婴儿奶粉

据记者了解,其实此次已经不是对于这项新政的首次调整,只不过之前都是比较委婉的方式,其中就包括迅速调整的“正面清单”。

在4月8日新政实施的前一天,财政部公布了《跨境电商零售进口商品清单》,不过这份清单一经公布引发了电商行业一片哗然,因为之前跨境量较大的生鲜食品、液态奶并未被列入清单。而且海外购中最关注的品类之一婴幼儿配方奶粉则需按《食品安全法》规定实施注册。

不过,正当众多电商处于绝望之中时,

第二份“正面清单”于4月15日意外出炉。“像这种相隔一周就大幅放宽政策的情形之前很少出现,这说明政策带来的企业压力确实太大了!”一位电商人士介绍,第二份清单在很大程度上“放了水”,虽然只有151个8位税号商品入围,但备受关注的婴幼儿配方奶粉得以“满血复活”,而且规定直至2018年前进口婴儿奶粉都不需要获得相关产品的配方注册证书,这相当于一下给了两年的宽限期。同时这份清单还对进口保健食品、化妆品等有了新的解释。

黄金时代还有多远?

当食品、服装、3C、图书、母婴到大家电,一个个品类逐步成功从线下销售搬到了线上,而生鲜这个品类依然表现得挺艰难,即使在去年大量生鲜O2O培育了众多北上广深市民网上买生鲜的购物习惯的利好。

做了多年3C产品的王笑松最多的抱怨是,相比3C生鲜的标准化太低。“中国太大,好东西太多,京东生鲜要把好东西搬上网,而好东西往往并没有好的标准化,这是京东生鲜的重大挑战,也是重要的机会。”

“我接手京东生鲜四个月没有大动作就是要做得更好、把基础打牢固。”在王笑松看来,如今生鲜电商的盘口已经开了,未来三五年是黄金机会期。

只不过,在黄金期到来之前,喻华峰更愿意把现在的生鲜电商格局形容为春秋时期,百家争鸣,参与者众多。有可能从今年下半年或者2017年开始,生鲜电商将进入一个战国时期,市场开始群雄割据,兼并整合。

“黄金时期估计在2018年前后,行业大规模的模式整合、线上线下的整合、资本的整合。”喻华峰认为从2012年至今,除了供应链的探索,生鲜电商还没有真正黏住用户,模式也还没有成熟,还有技术性的难题需突破,冷链的保鲜技术、配送的实效,生鲜包装的进一步标准化,这些都有待慢慢地进行培养。

在地大物博但农产品缺少品牌经营意识的中国,经营好一个生鲜品类有多难?

2014年夏季,中国的生鲜电商企业们曾一窝蜂地投入网上卖荔枝的热潮中,只可惜很多电商公司花了大价钱做荔枝结果大都以亏本结束。

“2014年南方下雨下到7月份,下雨耽误采摘荔枝就没法发货,然后电商平台很多的用户就会不满意,还没等到总结经验教训,当年的荔枝季节已经过去。而从第二年又一个荔枝采摘周期来临的时候看,又将面对新的情况。”从媒体人跨界做生鲜电商,喻华峰总结的经验教训是真正要卖好荔枝可能要三年的周期,在这个过程中,时间门槛和经验门槛是特别高的。

而大电商平台们自己做生鲜同样需要面



揭秘医院虚假医疗：体检必有病 而且病得很重

国家卫生计生委近日举行会议,要求医疗机构必须依法执业,禁止出租或变相出租科室,禁止发布虚假医疗广告等违法违规行为。但一些虚假医疗广告并未杜绝,依然花样百出,一些医院以“无中生有”的病情和虚假宣传的套路,使前来就诊者落入“医疗陷阱”之中。

套路1 两性疾病成虚假宣传“重灾区”

在听到自己患有男科、妇科特别是性传播疾病时,一些患者羞于到大医院看病,而选择民营医院。通常情况下,不正规的民营医院在治疗疾病尤其是生殖系统疾病时,喜欢夸大病情,用似是而非的语言描述病情,加重患者心理负担,增加患者治疗费用。以“尖锐湿疣”这种疾病为例,有些不规范医院除了将患者所患其他疾病诊断为尖锐湿疣外,还会告诉患者这种疾病易复发,要通过各种光照、高科技手段持续跟踪治疗。实际上,尖锐湿疣在规范治疗后,通常患者3至6个月不复发,即被视为痊愈,无需过度治疗。

套路2 体检必有“病”,且“病得很重”

一些不法医疗机构利用推广活动作幌子,吸引患者前往体检,患者只要参加体检,都会被查出患有“严重”的疾病。例如,有年轻女士到一家专科医院体检,被检查出“宫颈糜烂”,当天就上药冲洗做了红光治疗,光看体检报告上的照片就让人感觉到害怕。医生还会不失时机地给“患者”普及有关“宫颈糜烂”的知识,称“宫颈糜烂是比其他妇科炎症更加麻烦的一种疾病,不及时治疗十有八九会产生癌变”,现在病情已经很严重,需要立即治疗等。一些专科医院将正常的生理现象夸大成重病,给病人心理和生理上都带来了不良影响。

对的问题是,作为一个相当考验供应链的领域,需要从每一个生鲜品类的标准开始介入,综合考虑机制、时间成本。

喻华峰的疑问是,大平台有很多很多的事情要做,有很多更紧迫的领域要和对手打,“是否能像我们一样,把钱和精力只花在一个品类上?”

而记者了解到,作为京东战略合作伙伴的永辉超市正在与一家韩国企业接洽合作,今年下半年可能在北京建设一个生鲜工厂,把生鲜产品从非标品变成标品。

“永辉是京东非常重要的战略合作伙伴,京东将会在线上及推广部分,给予最大支持。”王笑松补充道。

不过,摆在行业面前的盈利问题依旧长期存在,《2014-2015中国农产品电子商务发展报告》显示,目前国内包括生鲜电商在内的农产品电商接近4000家,其中仅有1%盈利、7%巨额亏损,88%略亏、4%持平,总体上95%的都在赔。

“整个生鲜盈利水平取决于供应链长度、仓库的周转程度。而生鲜的损耗是非常大的,其实我们整个的损耗才1%,在整个行业中算是处于比较低的水平,仓储物流的成本2016年比2015年整体降低了40%~50%。”在喻华峰看来,如果本来生活的规模继续扩大,运营继续相对提升,上游的供应链水平继续提高,相信有一天会达到一个比较好的盈利状态。

记者了解到,京东在去年花费4个月去测试一个“跑步鸡”模式。具体模式是,京东生鲜跟贫困农户合作,为每一个贫困农户提供100只鸡,京东提供免息贷款让他们帮忙养殖,每只鸡套上测量脚环,还有现场监控,方便了解这只鸡的成长情况。然后,京东以远高于市场价格回收。贫困农户不需要花钱就可以参与进来。通过这种方式,一方面扶贫,另一方为市场提供真正的土鸡。

“怎么让脚环防水还不能被鸡啄坏?如何教农户定期给脚环充电?这个过程非常漫长,很多困难,京东还在摸索。”王笑松解释道。而本来生活在原来B2C的基础上拓展了面向水果店的本来果坊和面向便利店的本来集业务之后,近期正在测试一个社群化的小众特色食品分享平台。

套路3 名医屡屡“被出诊”

一些民营医院利用患者慕名专家的心理,假冒专家之名做虚假宣传,糊弄患者。近年来,不少学科领域的专家不幸成为虚假医疗信息“偏爱”的对象,中医泰斗、名医团频频出现在某些不知名医院的官网上。男科、妇科、不孕不育、皮肤性病科是“被出诊”问题的重灾区。据了解,中国工程院院士钟南山、中国医师协会副会长凌锋、中国医院协会副秘书长庄一强等人,曾以个人身份联合发起网络曝光“名医被出诊”活动。

套路4 拉大旗扯虎皮自封“重点医院”

“重点妇科医院”“不孕不育科研基地”“计划生育定点医院”“官方指定医院”……不少非法医疗机构和民营医院在其官方网站挂出这样的头衔,以混淆视听,欺骗和吸引患者,这种情况在国内许多城市都不鲜见。而真实情况是,卫生部门并没有指定的重点医院,也没有认定某些医院为专门的“重点妇科医院”。

套路5 “山寨网站”迷惑、误导患者

一些不法医疗机构全盘复制正规专科医院官网首页的内容,但当患者点开二级网页后,却指引患者前往另一家专科医院就诊。患者给山寨网站拨打咨询电话,问对方是不是首页所描述的正规专科医院,对方一般会假冒自己就是患者所提及的医院。当“患者”提出要找某位专家时,对方谎称“该专家今天不出诊,我给你推荐另一位专家吧”。据了解,某省级皮肤病医院的专家资料曾多次被不法医疗机构盗用,该医院整个官网也被全盘“克隆”。

(据新华社)