

快递下乡还要跨越哪些“大山”



6月8日对于四川省汶川县垮坡村来说,是不同寻常的一天。这个盛产樱桃却无人问津的村庄,第一次迎来11万多人的云游览。相比于电商行业,开网店、做直播尽管不是物流企业的专长,但为了能让农产上行,他们也为了下乡进村绞尽了脑汁。然而,需要跨越的大山,似乎并不只是眼前这一座。

▲将樱桃加入购物车仅需要手指轻轻一点,而这背后,是从业人员的跋山涉水。

十几万斤樱桃烂在地里

在直播间,京东物流成都南片区管理部负责人李端凤站在樱桃树下,向网友介绍着垮坡村的特色樱桃。

将樱桃加入购物车仅需要手指轻轻一点,而这背后,是从业人员的跋山涉水。每天早上7点多,沿着山路前往垮坡村时,京东物流成都新园营业部快递员陈国平的心一直悬着。尽管有着十几年的驾龄,他也尽可能避免向车窗外看去。

他形容山路陡峭的程度称:如果在山路上放一个萝卜,它能不停地滚到山脚。”

在这座海拔2200多米的山上,生长着茂密的樱桃树。

垮坡村121户人家中有100户种植樱桃。据村长余小凤说,每年树上结出的樱桃就有20万斤左右,是人们主要的收入来源。按照以

往,村民都是自己包车,或是走路,将樱桃送往县城的水果批发市场去卖。然而,由于路程太远,采摘费时,每年十几万斤的樱桃因为滞销,只能烂在地里。

当陈国平和同事们第一次进入这个村子时,围上来的村民误以为他们是专程来买樱桃的游客。如果我们能运输这些樱桃,不仅能解决滞销问题,还能帮助村民增收。”陈国平回忆道。

向上反映情况后,陈国平和村民们建立了微信群,每天提前将订单数量发在群里,第二天,几千斤樱桃将搭上小面包车下山,在近2个小时运输后抵达县城,最后销往全国。

摸爬滚打跑通销路

为了让垮坡村的樱桃尽快增加销路,李端凤和京喜平台的一位商家协商后,将樱桃产品挂靠在商家的店铺中,短期内解决了

订单起量的问题。不过长期来看,商家也会考虑到自己产品的流量问题,所以今年我们希望将这种模式跑通,之后等条件合适,我们会考虑为垮坡村单独开设一个店铺。”

若想从零起步为当地农产开设网店,并不是简单之举,甚至要交经验的“学费”。

湖北崇阳中通负责人庞进飞就因缺乏经验,损失了不少钱。庞进飞第一次开网店的时候,订单量不多,结果小麻花等食品滞销,又过了保质期,只好扔掉。

和盛产樱桃的垮坡村类似,崇阳县的特产包括小麻花和炒米。据了解,仅是生产小麻花的企业,崇阳县就有60多家,年产量超过6万吨。为了能将家乡小麻花这一招牌打响,庞进飞创立了小麻花自有品牌“草没味”。依托自己拥有的物流资源,以及网上渠道,庞进飞与当地工厂合作,主要负责包装和线上销售。2019年全年,“草没味”销量超过80万斤,年销售额超过200万元。

也就在近日,“草没味”登上“总裁直播间”。中通快递董事长赖梅松在上海的一处中通云仓进行了首个直播带货活动,吸引了800多万网友前来观看,平泉香菇、崇阳小麻花和袁隆平大米迅速售罄,订单量达到110多万。

百世则以“农产品优行”助农项目提供直播、渠道销售等专业指导服务,并计划打造百余位网红快递小哥,帮助销售和推广农产品。目前,该项目已完成了徐闻菠萝、广西沃柑、秭归脐橙、恩施土豆等6场助农直播,累计助农金额突破百万。

协作布点呼唤政策扶持

开网店、做直播,依托物流的加持,大批农货得以走出山村,这是快递企业下乡后带来的直观变化。不过,从国内整个行业来看,农村物流基础设施建设方面,依然存在缺口。

根据国家邮政局发布的《2019年邮政行业发展统计公报数据》,全行业拥有各类营业网点31.9万处,农村共10.5万处。其中,快递服务营业网点21万处,而设在农村的网点仅有6.5万处。

因此,建设农村网点,提升农村电商消费服务水平势在必行。国家邮政局在今年发布的《快递进村三年行动方案(2020-2022年)》中提及,到2020年底,东中西部建制村的快递通达率要达到80%、50%和30%,全国层面达

到60%。到2021年,东部基本实现建制村通快递,中部和西部建制村快递通达率要达到85%和65%,全国水平达到80%。

然而,面对散布在山间的村落,设点布局的物流企业不得不考虑盈利的问题:“若想实现农村全覆盖,如果单纯靠某家物流公司,每家自己设一个点,是比较难盈利的。”李端凤说道:“我认为这需要大家相互协作,或者和当地的便利店、小超市、村委会一起合作,来降低设点造成的成本问题。今年我们在汶川县和一家企业达成合作,通过对方现有的资源,和我们一起在乡镇布点,不过若是要真正覆盖到村,还需要一些时间。”

庞进飞对这样的合作也表示赞同:“我们今年和中国邮政正在尝试共建邮快合作的网点,这样就能将快件集中起来,目前合作还在摸索中。”

另一位不愿具名的从业人士则向北京商报记者表示,希望能获得当地政府在政策方面的支持:“在当地,像工业企业能拿到60-70亩地,而我们属于服务业,很难拿到这样的审批,而且商业用地的价格太高。快递企业要想发展壮大的话,如果没有自己的场地,就没法放手去做,很难实现‘快递+电商+仓储+乡村物流’的模式。比如房子租期到了,我们就要考虑搬迁的问题,所以不敢大量投资做流水线。”

北京商报记者 王晓然 何倩

图片来源:受访企业

·相关链接·

京东提升24小时达覆盖率 涉及县镇村三级

北京商报讯(记者 王晓然 何倩)6月8日,京东物流宣布,2020年将升级“千县万镇24小时达”时效提升计划,提升24小时达覆盖率。根据计划,京东物流今年拟投入“亚洲一号”(以下简称“亚一”)达到12座,全部面向二到五线城市;新建扩建城市仓和转运仓13座,四到六线城市订单占比最高达九成,服务县镇村三级地址消费者的购物需求。

京东物流有关负责人表示,今年拟投入的12座亚一分布既包括哈尔滨、沈阳、长春、太原、郑州等省会城市,也包含廊坊、广汉、滁州等物流枢纽城市。此前投入的20余座亚一大部分分布在一二线城市,主要是围绕北京、上

海、武汉、西安等全国八大物流枢纽落地,新建设的亚一将瞄准新基建下沉,推动智能物流向二到五线城市快速渗透,这也是京东物流未来新基建布局的重要方向。”

与此同时,2020年,京东物流累计新建扩建仓储数量将达到13座,包含大同、阜阳、揭阳、衡阳、银川、西宁、阿克苏、厦门、福州等不同城市,与亚一物流园区互相配合,提升各区域物流辐射能力,更快更好地服务县镇村三级地址消费者的购物需求。据介绍,这些城市仓和转运仓的四到六线城市订单占比最高能达到90%,在完成扩建后,无论是本地商品满足率还是24小时达覆盖率,都将大大提升。

副中心·蓝图绘到底

“运河市集”释放通州消费潜能

北京商报讯(记者 王晓然 赵驰)在刚刚结束的周末,通州区内的超市、商场等业态客流有明显提升;夜间消费也逐渐恢复,仅一家酒吧客流最多时就达到600余人;运河市集”开集仅20多分钟,农产品便一售而空……伴随着“欢乐通州欢乐购”的正式启动,北京城市副中心正在释放更多的消费潜能。

6月8日,北京商报记者采访了北京市通州区参与北京消费季的企业,除了商超、文旅消费表现优异,众多老字号、非遗等通州特色商品也受到消费者追捧。

借助此次通州消费季的契机,撬动了全区的消费热情。此次消费季活动期间,通州区整合商业、文化、旅游、体育、农业等资源,推出了品美食、访书香、赏运河、探非遗、购文创、享田园等一系列活动。

其中,家乐福通州门店相关负责人透露:刚刚过去的这个周末,明显感觉客流有大幅度的提升,消费者买东西积极性很高。有的消费者还特地来咨询如何领取消费券的事情。我们也在门店里布置了专门的工作人员向老年消费者介绍领券方式。”

一位消费者告诉北京商报记者,原本自己打算买太多东西的,但是注意到现在很多平台、商场、超市都在搞活动,结果自己也没控制住。

除了商超购物之外,通州的夜间消费热情也有了明显的回升。据东郎(通州)电影产业园负责人介绍,消费季活动启动后,园区客流有大幅度提升。在启动仪式后的当晚,园区一家酒吧接待就超过600人。



“运河市集”上,一些文旅企业的展示活动受到了消费者的追捧。

与此同时,在北京通州大运河举办的“运河市集”上,一些文旅企业的展示活动受到了消费者的追捧。据绿蜻蜓农场的负责人介绍,当天的市集活动完全超出了预期,开集仅仅过了20多分钟,农产品便一售而空。

此外,来自民间的面塑非遗传承人杨帆针对今年的直播经济制作了许多小饰品。在本次市集活动中共卖出了1000多元的面塑饰品。此外,来自宋庄的向村陶瓷馆当晚也卖出了2000多元的陶艺制品。

值得注意的是,在启动仪式当晚,通州区副区长董明慧在苏宁直播间为西集樱桃、咯吱盒带货直播,全平台观看人数达到12.2万人。特色商品也受到消费者的追捧。与此同时,短短的几十分钟直播,还带动苏宁易购

购平台线上智能家居产品的销售。

“咯吱盒在当天直播期间的销量非常不错。”庸不坊相关负责人表示:“咯吱盒是通州区非物质文化遗产,这次消费季活动,是区政府、商务局、苏宁给我们公司提供一个很好的平台,让我们的产品被更多人熟知和认可。”与此同时,活动中引入直播带货的形式,让观看直播的年轻人更多地购买和了解了非遗文化和产品。

据悉,本次消费季是以政府搭台、企业唱戏、全民参与为宗旨的大型促消费活动。通州依托全区丰富的商旅文体资源,通过线上线下融合、多业态联动、多渠道共振,进一步释放消费潜力,不断丰富居民多样化消费需求。

图片来源:北京通州发布

亦庄打造5G新零售直播电商基地

6月8日,据北京日报报道,北京经济技术开发区(以下简称“经开区”)100余亩的土地上正在打造最大的5G新零售直播电商基地,直播电商大楼也将于今年9月落成,未来将向直播开放,实现“拎包入住”。

与其他直播电商园区不同的是,位于亦庄的这处基地将搭载5G技术。经开区方面也透露,基地将围绕5G时代新零售,对人、货、场核心三要素进行资源匹配和整合,创新经开区“5G视听”应用新场景。

据介绍,目前已敲定在位于亦庄的100余亩园区里打造全产业链5G新零售直播电商基地,在原有的电视购物基础上,增添直播带货业务。根据计划,今年9月,直播电商的主功能楼就将落成,届时园区内将亮相大批“直播间”,可同时进行几百场直播。

自2019年11月22日,在2019世界5G大会闭幕式上,经开区正式发布“5G产业规划”及配套“5G十条”后,亦庄一直因其良好的5G产业生态引发关注。当时,亦庄明确围绕重点领域,打造多种应用场景,促进5G与实体经济深度融合,赋能传统产业转型升级,促进新旧动能加速转换,计划到2022年实现产业规模超过2000亿元。

经开区有关负责人也曾透露,经开区聚集了近百家5G产业链上中下游企业,5G+智慧工厂、5G+智慧交通等十大5G应用场景正加速落地。在智慧园区、智慧社区、智慧医疗、人工智能、能源互联网、新型基础设施等方面,经开区也积极推动“5G”场景的落地。

而在直播带货产业快速发展的当下,经开区瞄准这一领域,结合5G产业优势,创新规划了“5G新零售直播电商”的新模式。

据艾媒咨询数据,国内直播电商市场规模从2017年的190亿元迅速增长至2019年的4338亿元,2020年预计规模将达9610亿元。同时,根据商务部数据,今年一季度,全国电商直播超过400万场,网络零售对消费的促进作用进一步提升。

据了解,在未来的直播电商中,想要实现更好的4K高清转播,需要5G技术的支持。经开区内建设开通的5G基站数量已超过4G基站数量,成为全市乃至全国首个5G网络广域覆盖区域。

几百场

今年9月,直播电商的主功能楼就将落成,届时园区内将亮相大批“直播间”,可同时进行几百场直播。

今年一季度,全区新建5G基站数量超过200个,5G网络快速完善。相关负责人还表示,基地是以升级5G新型消费为根本目标,利用5G前沿技术,为零售企业提供5G视频制作、5G直播、媒资管理、个性场景空间等5G新零售综合服务。

此外,基地未来还将孵化直播人才、更新技术,提供平台服务。除了专业的演播室外,基地还布置了货架、橱柜及网红打卡地,未来将设小型直播间。各路主播可以“拎包入住直播”。基地还将提供专业的服化道和编播支持,并推动直播带货走向2.0版本的升级。

北京商报综合报道