

与京东到家握手 每日优鲜预热上市

配送端有待磨合

每日优鲜将视线转向了主站之外。据每日优鲜相关负责人介绍,此次合作中,首批在京东到家和京东App上线的门店及前置仓主要位于北京、上海、广州、深圳、杭州等全国上百个区市区,其余店仓后续也将依次上线。

事实上每日优鲜与达达集团在配送端早已互相示好。在两者达成合作之前,北京商报记者曾在每日优鲜下单后,发现前来配送的骑手为达达快送。据每日优鲜客服人员解释,在订单高峰时段,如果门店运力较为紧缺,会使用达达的骑手资源进行补充。而在此次合作中,接入京东到家门店的每日优鲜门店配送均为达达快送的运力,送达时效为50分钟至1个小时,与京东到家平台的整体时效一致。

“每日优鲜的前置仓模式在分拣、装袋等流程作业和响应能力上已经很成熟,而京东到家则希望进一步扩展供应链渠道,来补齐商超线上履约的短板,因此两者在业务上有很好的契合度。”深圳鲸鲜云仓超市有限公司CEO李波涛说道。

不过北京商报记者在京东到家平台下单体验后发现,在上午11点半左右于京东到家下单后,显示达达快送的最晚时效预估达到1个半小时。不仅如此,在下单时隔1个小时后,每日优鲜相应站点仍未匹配到合适的达达骑手。通过比较两者配送模式不难发现,每日优鲜的骑手为派单制,即骑手与配送区域形成稳定的履约关系,与达达快送的抢单制有所差异。这无疑会导致部分接入京东到家的每日优鲜门店无法在第一时间匹配到运力。

可以看到,两者的履约契合度仍处在磨

在生鲜行业的牌桌上,两家巨头握手言和。4月22日,每日优鲜宣布与京东到家达成合作,同时还将通过“物竞天择”项目同步上线京东。而就在数天前,每日优鲜还被传出秘密递交招股书的消息。前置仓模式终于从生鲜赛道中冲出重围,但却难以估摸路在何方。无论如何,从骑手端降低成本,到用户端拉升订单频次,尽可能争取盈利空间的最大化,成为每日优鲜急需交出的上市成绩单,而京东到家通过合作不仅能再扩供应渠道,也能新添业务营收。不过,巨头合作总有微妙地带,除了磨合业务,还考验着双方在利益分配上的统筹协调。



合期,京东到家1小时达的时效习惯还需进一步适配每日优鲜30分钟达的用户消费习惯。

盈利空间最大化

实际上,就在数天前,市场传出每日优鲜已向美国证券交易委员会秘密递交招股说明书的消息。据相关媒体爆料,其最快6月中下旬正式公开交表,募资规模预计为5亿-10亿美元,由高盛等投行为其安排IPO事宜。颇有意味的是,同在4月,前置仓模式的叮咚买菜也传出上市消息,考虑最快年内赴美IPO,募资至少3亿美元。

玩家们均向资本市场发起冲锋,成绩单上的固有指标如GMV、用户量、订单量、月销量等一时间成为难以绕开的话题。显而易见,

每日优鲜接入京东到家,新添流量入口不仅意味着更多订单量,提升营收能力,达达快送的配送支持还能分担一部分运力成本,从而有能力挤出更多的可盈利空间。

一位朝阳区的每日优鲜站长向北京商报记者表示,骑手的月薪从5000元到1万元不等,如果订单量多,工资能达到1万元以上。“前置仓的成本压力还是不小的,每月租金、维修费、水电费月支出在1万-2万元,仓内分拣员薪资在5000-7000元,因此要想盈利,客单价至少得达到60元以上才能实现成本持平。”该站长说道。

李波涛分析指出,每日优鲜等电商在午餐和晚餐时段的订单量更为密集,而其余时间段较为空闲,一方面平台的运力成本没有得到最大化利用,另一方面又得应付高峰期时

段的运力保障,需要第三方运力来补充。因此,每日优鲜与京东到家合作既能降低自身派送成本,又能使后者承载更多业务。不过这也说明,前置仓模式盈利难,与人力成本有很大关系,而且能预见,未来骑手的成本会越来越高。

而电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营表示,由于过高的获客成本和相对较低的客单价,每日优鲜的盈利状况一直比较尴尬,因此为了在IPO时获得好的估值,借助京东到家资源加持不失为一个方法。同时,他补充道,作为客单价偏低、配送成本相对较高、高频的消费品,生鲜产品在电商领域很难单独存在,要求平台在货品矩阵的构建过程中既有效利用好生鲜的媒介价值,还必须考虑利润承载品的问题。

合作与试探

数年间,尽管活下来的前置仓模式在各类生鲜电商赛道中冲出重围,却也不得不依赖几乎一年一次的资本输血。据天眼查资料显示,截至目前,每日优鲜已经获得10轮融资,最近一次发生在2020年12月,融资金额为20亿元。而叮咚买菜的融资轮次也达到9轮,今年便在4月进账7亿美元。

前置仓烧钱何时是尽头,业内似乎也难寻最终解。但无论如何,一份数据好看的成绩单必不可少。利益最大化,让本是竞争对手的两者成为朋友。

值得注意的是,北京商报记者在对比每日优鲜和京东到家同一家每日优鲜站点的价格后发现,京东到家的大部分商品价格均高于每日优鲜,如毛利较低的蔬菜品类,每日优鲜会便宜1元左右。以500g的紫长茄为例,京东到家每日优鲜石佛营门店的价格为5.9元,每日优鲜为4.9元。而像肉类,500g的恒都国产谷饲牛腱子为59.9元,每日优鲜为34.9元。每日优鲜仍试图在价格上保持主站对用户的吸引力。

“在电商盈利模式难找的情形下,抱团取暖或是取长补短,成为当下企业合作共享利益的开放心态,如果仅靠自身单打独斗,就不得不承受高昂的成本压力,拓展市场能力也会受限,”李波涛说道;“不过,每日优鲜与京东到家的合作深度如何,还有待观察。巨头之间彼此有各自的利益点,数据能放开多少,流量扶持多少,影响着双方的契合度。例如京东到家的流量输入若是远超过每日优鲜的主站,难免会让后者产生危机感,毕竟每日优鲜是一家已经形成商业盈利闭环的企业。而巨头若是想自己来做前置仓,也不是不可行。”北京商报记者 赵述评 何倩 赵驰

编者按:新职业、新打工人,因向往而生,也因向“网”而生。原本因需要而生的职业,得益于互联网,催化成为必不可少的新职业。互联网热浪之下,职业内涵有了更新的诠释,职业特点与类型更是千姿百态。每个时代,总有特定的职业人群,他们是生活和商业的亲历者、缔造者。为此,我们将用文字、视频与图片记录时代背景下的职业变迁。

老胡同里的快递员:月送件1.2万 用脚丈量城市

没有谁能比段亮亮更熟悉阜成门胡同。哪户人家早起、上班忙,哪户人家爱睡懒觉,哪户人家希望将快递投送到一个犄角旮旯的地儿,段亮亮心里都有谱。六年间,他自如地穿梭在北京唯一一片南北走向的胡同群里。枝枝叉叉、弯弯曲曲的胡同巷儿,与一张复杂的中国物流网络重叠在一起。

在中国这片土地上,有着像段亮亮一样的400万从业者,他们在这张网络上奔忙,见证着网购消费的兴盛、数字技术的迭代和行业的规范发展。而所有的一切,最终都是为了了一份包裹准时送达的承诺。

脑子里印着地图

2015年,段亮亮从河南来投靠北京的亲戚。在成为一名中通快递员之前,他卖过早餐,进过厂,做快递员只是一个偶然。那时他派送的区域比现在的范围还要大,100-200件能派送一天。尽管一人职有老师傅带着,段亮亮还是在复杂的胡同巷里迷路。为了把路记住,他特意画了一张派送路线的地图,时常拿出来看看。

而这份地图现已嵌入他的脑海里。不仅是路线,人们的作息时间、取件喜好、性格特点,都成为地图里纷繁杂的记号。每天一来到分拣处,段亮亮就会熟练地将快递装进三轮车。哪些比较好送,一来就能找到人,放在靠近车门的后座;哪些客户早出晚归,需要等待一整天,快递就放在里面;还有些人希望把快递放在门口,或是投放到自己做的快件箱里,段亮亮只需一扫人名和地址,就能迅速作出判断,一条效率最优的路线自动浮现在眼前。

和过往相比,虽然段亮亮当前的派送区域有所缩减,但件量却逐年递增。从服饰、化妆品、日用品,到生鲜食品、小件用品,越来越多的中老年客户开始和他打照面。一个月算下来,段亮亮的派件数能达到1.1万-1.2万件,日均300-400件成为常态。若是按着六年前

的区域来送,日均件量能达到500-600件。

伴随着网购的普及,快递行业已成为洞察居民生活消费、经济活力的重要窗口。国家邮政局数据显示:“十三五”期间,邮政行业的业务收入规模从2015年的4039亿元增长到1.1万亿元,五年净增7000亿元,每年的增长速度达到了22%。国家邮政局预计,2021年全年,全国快递量将超过950亿件。

电子面单拯救时效

相较之下,2015年全国快递量为206.7亿件,2021年仅花3个多月就达到了这个数字。能消化如此海量的包裹,离不开收转运派各个环节数字技术的运用。2015年8月,德邦接入菜鸟网络电子面单平台,全国市场排名前15的快递企业已全部使用了电子面单。基于此,发货商家、快递公司 and 消费者数据获得了串联,一条包裹流转信息链实现可视化、可查询,单个包裹在上亿件包裹中能被精准识别、分拣、配送,成为了现实。

不过,段亮亮刚上岗时,电子面单在行业的渗透率还没那么高,快递分拣显得较为笨拙。快递员得仔细辨认纸质面单上潦草的字迹,还需背下网点的地址,用大头笔进行标记。对于行业新人来说,写错是常有的事。一旦标记错误,快递建包时便会递送到错误的网点区



六年间,段亮亮自如地穿梭在北京唯一一片南北走向的胡同群里,从不迷路,如同行走的城市地图。

域,时效得延迟4-5个小时。因此在那时,一个业务老练的分拣员在行业里十分抢手。

2017年,中通在“二段码”的基础上推出“三段码”,在目的地城市、区县数据基础上增加了快递员分拣难度的数字识别,分拣效率再次提升。这意味着,到了末端环节,段亮亮只需核对包裹上的末尾数字就能进行精准派送。不仅如此,快递企业相继推出各类技术支持系统来帮助从业者减轻工作压力,智能语音、派送提醒和选项、付款提示等线上功能将消费者的取件通知前置,从而扭转着过往末端效率低下的局面。

北京崇文一部网点负责人王飞至今还清晰记得,曾经在一个冬夜,段亮亮代收了一个价值一千多、货到付款的包裹,然而那时没有提示和付款系统,客户迟迟不来,段亮亮只能在宾馆门口硬等。“我看着他耳朵冻得通红,心里就想着要是客户还不来,我就把这一千

块给亮亮。”提及员工的辛苦,王飞不禁有些哽咽;“我们网点有11位五星快递员,有的年龄已经50多岁了,其实‘五星’只是一个名次,背后都有着难言的辛苦。”

权益保障层层升级

石板路、灰瓦灰墙,从院里探出的绿植,耳边偶尔传来一两句老人们的闲话……老北京胡同的生活光景里早已融入段亮亮的身影。居民们太熟悉他了,要是有人问“我的快递怎么还没到呢”,王飞只要一提醒段亮亮派送比较忙,可能得稍等下,大家几乎都会回应“噢,亮亮送啊,那没什么,我们放心”。有时候,段亮亮送出一件快递,手里又会多一瓶水或一袋零食。

这份难以割舍的人情纽带,也带来一些“烦恼”。段亮亮已经很久没回过家了,几乎很

难有同事像他一样能摸清楚阜成门胡同的面子和里子。带过的小徒弟吃不了奔波的苦,难以应付各种各样的客户要求,扛不住每天超14小时的工作时长,最后都没能留下来。今年企业“春节不打烊”,妻子带着女儿专程来北京看望段亮亮。

快递行业的苦远不止于此。一方面派件越来越多,对快递员的业务熟练度要求进一步提升;另一方面快递品牌持续降价价格战,又导致派费逐年走低。据国家邮政局数据显示,2010-2020年这十年间,快递单票价格从24.6元降至10.55元。另一组来自中国邮政快递报社的统计显示,50%以上的快递员月收入不超过5000元,超过1万元收入的群体占比仅达1.3%。

因此,要想切实提升末端快递服务质量,快递员的劳动权益、薪资保障等成为重要的考量维度。3月8日,第十三届全国人民代表大会第四次会议,最高人民法院院长周强作最高人民法院工作报告时提及,加强对外卖骑手、快递小哥、网约车司机等新业态从业者合法权益的保护。此外,2021年,国家邮政局将制定快递员劳动定额标准和末端派费核算指引,积极推广人身意外险等适合快递业的险种。

这份与居民消费息息相关的职业,从曾经的草莽发展开始向规范化、制度化转变。在《中华人民共和国职业分类大典(2015版)》新增快递员、快件处理员、快递工程技术人员之后,2020年1月,人力资源和社会保障部、国家邮政局联合颁布《快递员国家职业技能标准》和《快件处理员国家职业技能标准》。其中,对快递员职业分别设置五个等级,明确了各等级需掌握的工作内容、技能要求和相关知识,在安全、绿色和技术层面进行了操作规范。

“我一直很看好快递这个行业,会越来越好的。”段亮亮说。

北京商报记者 赵述评 何倩/文并摄