

投资大家电物流 马云在盘算什么



弥补大家电配送短板

今年5月,阿里牵头组建“菜鸟网络”,顺丰、申通等快递巨头应邀加入。从此次“双11”的配送情况看,菜鸟首秀已然及格,但快递企业趋向于标准化运营,靠电动三轮送货的快递企业对大家电以及大件物流存在先天缺陷。

在配送网络层面,虽然顺丰、申通等快递巨头网络布局已十分发达,但在村镇级别以及偏远地区无论快件大小依旧只能走EMS。不过,EMS“贵、慢、差,不讲究效率”的特色很难得到消费者认可,今年“双11”期间,有超过25万人次在微博上吐槽EMS,有4.6万人次参与“EMS滚出快递界”的投票,其中近九成网友支持“EMS滚出快递界”。

快递三轮拉不动,EMS又不得民心,阿里只好另谋出路。对阿里而言,海尔日日顺专注家电、家具等大件物流17年,在全国拥有9个发运基地,90个物流配送中心,仓储面积达200万平方米以上。同时,海尔日日顺在三四线市场的数字更令欲下沉服务的电商叹服:7600多家县级专卖店,约2.6万个乡镇专卖

日前,阿里与海尔达成协议,前者向后者投资28.22亿港元,重点扶持海尔电器旗下的日日顺物流。在物流领域折腾了一年的阿里,在年底突然联姻传统实体企业,马云到底在盘算什么?

店,19万个村级联络站,2800多个县级物流配送站和1.7亿多家服务商网点。这些都将有效弥补目前阿里棋局中大件物流和网络布局的短板。

抢夺三四线市场

阿里牵手海尔注资日日顺,除了弥补短板提升自身物流配送水平外,更直击苏宁、国美的安身立命之本以及京东正在发力拓展的大家电领域。

众所周知,由于配送成本高,大家电一直是传统家电连锁比新兴电

商企业更具优势的品类。可以想象,如果新兴电商企业通过联姻海尔等传统家电厂商开发大家电市场以及三四线市场,可以真正做到京东商城CEO刘强东此前说的打掉传统家电卖场的“命根子”。

目前,由于一二线市场的家电需求趋于饱和,在城镇化的背景下,更多的市场需求将会集中于三四线市场。但由于消费水平以及市场太过分散,无法支撑这样大体量门店的销售。面对4.5万

元的蛋糕,苏宁、国美今年已纷纷表示要加大在三四线市场的开店步伐,并通过多种渠道拓展网络。但能否将渠道有效下沉,则成为家电零售商把握城镇化商机的关键所在。

京东商城确定了在2016年成为中国规模最大的大家电零售企业的目标。其在自建物流领域成果显著,目前有6个区域总部,在多数省会城市都建立了大家电仓。到今年年底,京东会建设完成34个大家电仓。但

在物流与供应链管理专家黄刚看来,京东物流主要投入还是铺在二线城市,农村市场相比较而言是短板。

业内人士表示,目前电商对大家电的物流配送方式主要依赖于厂家上门安装以及与具备大家电配送能力的物流公司合作。相关资料显示,目前日日顺除海尔外,与亚马逊、物流宝、创维、三洋、国美等企业均有合作关系。阿里此次参股日日顺,可以迅速占有市场,辅助其物流配送和提货

等环节,在和苏宁、国美、京东的比拼中弥补纯平台的不足。

抢占拼杀先机

如今,电商间的竞争已进入新阶段,在产品、价格等方面差异化不大的情况下,更具创新性的营销、更高品质的服务已成为决定未来电商生死的关键。显然,在众多服务环节之中,配送速度和质量最具说服力。

虽然马云曾对阿里不做物流有过表态,但马云深谙“得物流者得天下”的道理,阿里在物流方面的布局也早已开始。2007年,马云个人联合郭台铭投资百世物流;2010年初,阿里耗资7000万元入股晨晨急便;2010年7月,百世物流收购汇通快递70%的股权;2010年9月,淘宝建立了四大配送中心以及20多个省市级区域性配送中心。

今年,阿里在物流领域更是大动作频频。今年5月菜鸟网络成立,往年悲催的“双11”物流今年平稳度过,算上此次牵手海尔弥补短板,今年还差“双12”这个“小Case”就将给阿里物流年画上一个圆满的句号。

北京商报记者 王瑾一/文 宋媛媛/制图

· 资讯 ·

电商欲上演“双12”大战

“双11”刚过去不久,各路电商又积极加入了年末最后一次的“双12”电商大战。

为备战“双12”,京东日前已上线预售克莱斯勒旗下全球限量999台Jeep牧马人龙腾典藏版。京东表示此举有助于推动汽车和电商两大行业共同发展,为京东打通线上线下业务,为进入全方位的O2O模式开路。同时,腾讯电商旗下易迅网、QQ网购开放平台“双12”主题促销已全面展开。国美在线CEO高翔认为,进入12月,也意味着传统年末销售旺季的开启,消费者仍有一定的刚性购物需求等待释放,将投入10亿元打造年末为期一周的促销活动。此次活动中,国美在线全品类商品都将参加“双12”的促销活动。

大众点评联手微信打通团购服务

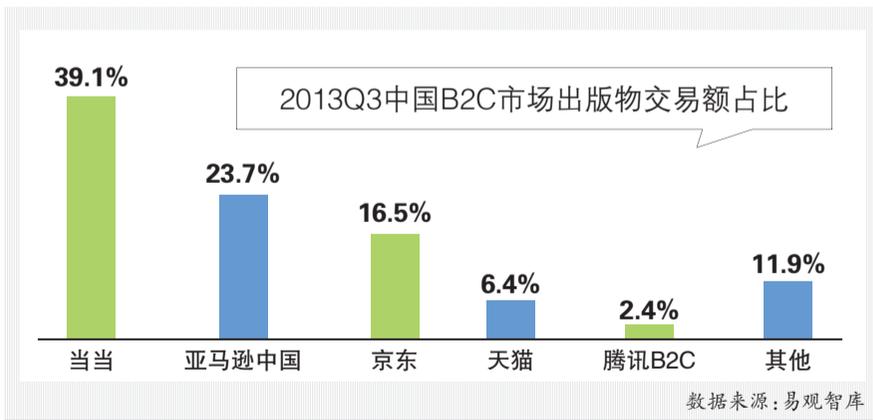
近日,大众点评联手微信打通一站式闭环消费。消费者只需关注“大众点评网”微信公众号,便可在微信内浏览团购信息并通过微信进行支付。

大众点评产品及运营副总裁姜跃平认为,O2O市场潜力巨大,企业之间要共同合作,努力满足消费者需求。微信是移动互联网上最重要的用户和信息流通体系,大众点评是最优质的本地生活内容提供者,而本地生活相关的内容是朋友圈里被微信用户分享最多的内容,两者互补性很强。

栏目主持:耿嘉俊

读图

B2C图书市场现“马太效应”



日前,EnfoDesk易观智库发布了《2013年第三季度中国B2C市场季度监测报告》,数据显示,在2013年第三季度,B2C市场出版物交易规模达到38.7亿元,实现同比环比双增长,较2012年同比增长34.4%,而环比增长6.3%。

而从市场份额来看,图书市场呈现出明显的马太效应,当当持续在业界保持领先优势,本季在市

场上的占有率高达39.1%,高于二季度两个百分点,而亚马逊中国与京东紧随其后,分别占23.7%与16.5%。短时期内,这样的市场格局将不会产生大的变动,但移动互联网的技术变革或会为图书市场带来新意。

有分析师认为,三季度B2C图书市场交易额的增长与学校开学季有关。随着9月学校开学,教辅类

图书受到热捧,而紧接着,国家公务员考试大纲的发布又带动了相关教材的销售,这导致在第三季度不少商家对教辅类图书的促销力度加大。

与此同时,有业界人士指出,随着当当、亚马逊中国与京东等电商在图书市场的地位逐渐稳固,消费者已形成相对固定的购物习惯,而这将导致其他电商很难从这些巨头手中

取得B2C图书市场的较大市场份额,该领域的马太效应将会愈加明显。

但值得注意的是,有分析师指出,目前电子书市场仍在培育期,如何培养读者付费阅读电子书的习惯成为电商企业今后发展的重点之一。

北京商报记者 卢亦杉/文 宋媛媛/制图



遗失公告

宁波十方进出口有限公司不慎将提单遗失,证件编号:NBHAM1311028,特此声明作废。
宁波十方进出口有限公司
2013年12月12日