

解读  
商业模式

在国内电子商务快速发展的今天,生鲜电商被看做是最后一片蓝海,生鲜电商已进入到最后阵地争夺战。在业内人士看来,生鲜电商虽然前景广阔,但目前仍面临着冷链配送、消费习惯培养等难题。

## 北京水产老号布局生鲜电商

被视为电商领域最后一片蓝海的生鲜业态无疑是今年“双11”的一大亮点。目前生鲜电商主要定位于中高端消费者,并未进入大众市场,2015年之前仍是行业蓄势期。目前各电商企业体量均比较小,市场有着巨大的空间。

在顺丰优选、沱沱公社等一大批生鲜电商上线之后,传统生鲜企业也开始加速布局。作为“二商”旗下重要一员的北京水产有限责任公司,也在积极拓展销售渠道。“北水”注重营销模式创新,积极开辟线上购物,通过“北水商务网”,将制作精美的产品图片在网上展示,对产地、营养价值、适宜人群等相关信息进行详细介绍,使客户足不出户就能全面了解到产品知识,为客户购买称心的产品提供了更加便捷的服务。

随着人们生活水平的提高以及消费观念的改变,消费者对于生鲜产品的质量要求越来越高,绿色、有机产品需求大幅提升,电商平台得益于地理空间的优势成为消费者获取中高端生鲜类产品的渠道。



商务部公布的数据显示,2013年我国电子商务交易总额超过10万亿元,其中生鲜电商交易规模达到130亿元,同比增长221%,但生鲜产品所占的比例仅为0.7%,尚不足1%。

据了解,目前进入生鲜电商领域的企业可以分为三类:一类是以天猫、京东为代表的电商平台;另一类是顺丰优选、我买网等垂直类电商;最后一类是沃尔玛、大润发、永辉等传统零售企业。但主力做生鲜的

电商企业体量多在几百万美元至上千万美元之间,并未受到资本市场的关注。

有业内分析人士认为,目前生鲜电商并未找到成熟的模式,大家都还在“讲故事”,进行事件营销,并没有太多的正面竞争,各家还在通过前期营销取得优势。当生鲜市场的配送效率、破损率等关键因素能控制在一定范围后,必定会引起资本市场的关注,届时出现过百亿元的生鲜电商企业就一点也不稀奇了。

在冷链物流配送上,已有生鲜企业为客户提供冷链仓储、冷运干线、冷运宅配、生鲜食品销售、供应链金融等服务。对于冷链配送难题,只有在生鲜市场形成规模之后其成本才会降低。在没有形成规模的情况下,物流企业不可能牺牲自己的利益去推动行业的发展。生鲜电商的物流配送应该是大规模配送到社区,然后在社区进行拆分,由此保证商品的新鲜度,将商品做到大众化,最终实现O2O,解决消费者的菜篮子问题。

北京商报记者 李铎 王运

## 聚焦·企业架构

## “北水”四大板块

## ■烟台北京远洋渔业公司

北京水产有限责任公司是惟一一家拥有国家农业部授予的远洋渔业企业资格的内陆城市企业,于1991年成立远洋渔业公司,组建远洋船队。该公司主要从事远洋捕捞和水产品经营。现拥有远洋渔船10艘,以金枪鱼延绳钓、鱿鱼钓、拖网捕捞、定制网捕捞为主要生产方式,分别在太平洋、大西洋、印度洋等海域作业。年捕捞水产品达2万吨以上,主要渔货为金枪鱼、鱿鱼、带鱼、黄鱼、鲳鱼等高品质无污染水产品,重点供应北京市场,并销往日本、欧盟。

## ■北京市北水嘉伦水产品市场

北京水产有限责任公司旗下北京市北水嘉伦水产品市场,是目前我国“三北”地区规模最大、功能最全、档次最高的专业化水产品批发市场。市场总投资3.75亿元,占地9万平方米,主要经营干、鲜、冷冻水产品的批发、交易,集仓储、加工、配送、商住、办公为一体,拥有2万吨大型储藏冷库和3000吨地下恒温库,196座10-20吨的经营周转冷库和批零售摊位,年交易额达30亿元。被中国渔业协会远洋渔业分会授予“中国远洋渔业产品推广示范基地”,推介为“纯天然远洋捕捞产品”质量承诺企业。

## ■北京北水食品工业有限公司

北京水产有限责任公司旗下北京北水食品工业有限公司以水产食品加工、休闲渔业、生态设施渔业为主要经营项目。该公司位于通州廊府,占地3.3万平方米,拥有3300吨冷库,生产车间面积3000平方米,现有水产品加工、观赏鱼饲料加工两条生产线,年生产能力6000吨。公司全面实施食品安全管理,形成了完善的水产品追溯体系和生产管理体系,获得QS体系认证,在北京及外埠设立了多家原料供应基地,形成了三大类约100个系列产品,主要供应北京市场。2008年,被指定为北京奥运水产品供应企业;2012年被政府指定为国家重要会议供应单位。

## ■北京市万泉凯达食品有限公司

北京水产有限责任公司从上个世纪90年代中期开始发展水产食品物流配送业务。旗下北京市万泉凯达食品有限公司以水产品冷藏批发、品牌代理和物流配送业务为主,销售网络遍布北京及河北地区,终端商超过800余家。在北京包括沃尔玛、华堂、乐天玛特、永辉、超市发等在内的大型连锁超市开设了“北水牌”、“海豚牌”水产自营区,同时还承担着北京市酒店、餐饮、机关团体的配送业务。

北京商报综合报道

## 探索·公司新闻

## “北水”:普及绿色水产品



## ■公司简介

北京水产有限责任公司是北京市惟一一家集远洋捕捞、水产专业市场、水产品加工和物流配送为一体的国有大型专业化企业,是北京市农业产业化龙头企业。公司现有15家全资、控股和参股企业,总资产8亿元,是国家及北京市重大政治活动和重要会议的供应单位,荣获北京市政府颁发的“北京2008奥运会(残奥会)先进集体”称号。

随着国内消费水平的稳步提高,中国水产品消费市场迎来巨大发展空间。有统计数据显示,去年我国人均水产品消费水平已达33.58公斤。有业内人士分析预计,到2015年中国水产品加工行业产业销售规模将达到4660亿元左右。

为满足消费者口味的多元化,北京水产有限责任公司于9月初新推出了“北水定制”的新产品——有着“黑色黄金”美誉的鲟鱼子酱,其颗粒饱满匀称、色泽透明清澈、如珍珠般圆润光亮、口感细腻,清香味荡气回肠,沁人心脾。新引进的还有三文鱼调味鱼片,针对年轻人工作节奏快的特点,打开包装放进微波炉或是上

锅煎一下即可食用,做法简单、方便、省时,又营养美味。

“北水”尊崇“以人为本”,积极拓展个人消费领域,今年新推出“私人定制·大V时代”会员营销模式,制作了面值分别为3000元、5000元、10000元的生活卡、缤纷卡、卓越卡等储值型会员卡,会员专享折扣优惠、生日礼品、优先体验等馈赠活动,受到专人产品消费指导、免费送货上门、产品自由搭配、提供推荐烹饪做法等细致周到服务。

为保证餐桌上的安全,公司与多家超市、餐饮、机关、企事业单位食堂合作,推出适宜他们需求、物美价廉的水产品。同时开展“北水”品牌进社区活动,通过

现场讲解、展板展示、发送宣传材料、水产品现场展示、问卷调查等形式向社区居民宣传普及水产品安全知识,把产品直接送到居民手中。还通过在通州等地建立实体店的方式,与消费者面对面交流,树国企品牌,赢国企信誉。与丰台区银地等社区建立服务关系,常年为社区居民提供绿色安全水产品 and 更加便捷的服务。

“北水”视食品安全为企业生命,不断加强食品安全管理,通过开展QS质量管理体系认证、建立食品安全诚信管理体系、与专业质量安全检测机构合作,为百姓提供安全、绿色、无污染的优质水产品。

北京商报综合报道