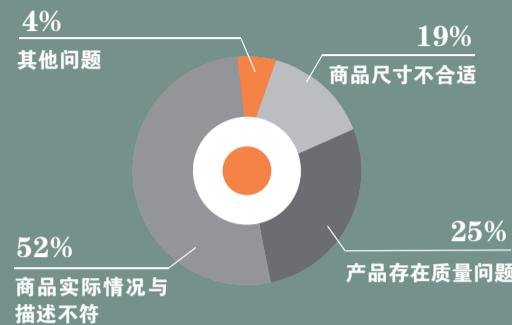


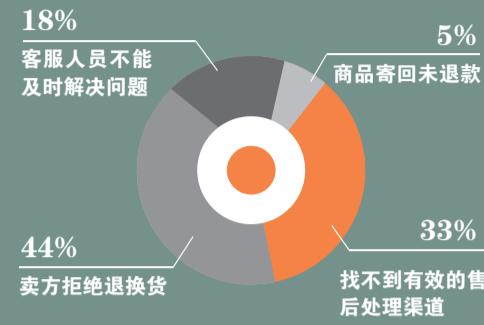
▼ 用户生鲜网购原因占比



▼ 网购下单前最担心遇到哪些问题



▼ 售后服务问题上最怕遇到什么麻烦



消费者在生鲜网购中遇到的各类问题,从促销中的优惠噱头、配送中的关卡障碍,到售后上的索赔难题,究其原因大多绕不开生鲜电商企业当下面临的经营压力。有业内人士表示,降低成本和提高毛利是生鲜电商走向盈利的核心要素。但面对日益增长的物流、人工、推广等成本压力,更多从业者选择通过整合供应链上游资源,提高毛利,打开发展通路。在此背景下,“产地直采”成为生鲜电商吸客的新手段。

直采口号大于实际

“产地直供”、“全球采买”、“原产地筛选”等生鲜电商打出的口号,一度是吸引消费者网购生鲜的重要原因。一方面消费者希望买到鲜美的优质果蔬,同时也希望能够享受更加实惠的价格。但在实际的供应链环节,平台上出售的生鲜果蔬,究竟是产地“直供”,还是从批发市场“曲供”,消费者很难辨清。而对于生鲜电商来说,想要真正打通从产地到消费者的采销模式,显然并不容易。

所谓的“产地直供”相当于将生鲜产品直接从原产地运送到消费者手中,不仅可以缩短供应链中间环节,减少运输中的损耗,降低水果蔬菜价格,同时也是对消费者购买健康优质水果的品质保证。但根据此前媒体报道称,在企业的供应链基础设施尚未健全,用户规模效应尚未显现的情况下,高昂的直采成本也让这样的许诺成为噱头。就部分北京生鲜电商企业为例,虽然打着“产

地直采”的名头,但却是在新发地等批发市场设立采购与物流中心,网售的商品也是从这里进货,甚至也有企业将筛选、分拣、包装等重要品控程序委托给了第三方经销商,在批发市场档口直接发货给消费者。

事实上,生鲜电商企业从批发市场采购水果并不是什么秘密。新发地相关负责人向北京商报记者表示,现在很多电商企业依然在市场内设有采购中心,每2-3天上次货,销售量很大。同时,他表示,再早之前也看到有企业通过高买低卖的方式,按市场价买走水果,但在网上以更低的价格销售,但是后来这样企业倒了不少,现在也不太常见了。

盈利尴尬

直采难题背后体现出生鲜电商企业盈利难的窘境。有数据显示,在全国4000多家生鲜电商企业中,仅有1%实现了盈利,4%持平,总体上95%的企业都是亏损。电商行业专家李成东表示,短期内生鲜电商行业依然看不到盈利的方向,这不仅是线上的问题,在线下的超市、便利店等业态,很多企业把生鲜作为引流的品类,实际上也是不赚钱的。

生鲜电商盈利难的根源在于商品的特殊性。灵兽传媒创始人兼CEO陈岳峰表示,生鲜类商品的非标准化属性,让垂直类电商企业需要投入更多的成本。如果销售的是服装、3C等标准化商品,可能只需要一个常规的仓库就能解决仓储问题,在配送环节也

没有太多要求,但对于生鲜商品来说,首先在仓储环境上有不同的温度要求,另外如何在配送环节保证生鲜的储存环境也存在很多问题。“消费者可能会在电商平台上买一袋带鱼的同时再买半斤车厘子,这两样商品对存储温度的要求显然不同,但对同一订单内的不同商品,电商企业基本不会分开配送,否则成本会更高。”

据了解,生鲜电商的成本项目大致可分为产品、包装、仓储、物流四部分。北京商报记者此前在京东冷链生鲜仓中注意到,京东生鲜仓的工作人员会把消费者订单的商品先行打包,然后放进统一规格的保温快递箱中,并在上下加放冰板用于保温,据工作人员介绍,两个冰板的重量约在2斤左右。这意味着生鲜电商企业在配送环节,保温设备的重量很可能更甚于消费者所购买商品的重量,这也是拉高生鲜配送单成本的原因之一。

网购成投诉高地

生鲜电商企业的经营压力不应该成为消费者为糟糕网购体验买单的借口。从近两年的行业发展态势来看,今年生鲜电商仍将保持快速发展,但这意味着对消费者的权益保护,以及相关的行业规范亟待完善。从市场格局来看,目前如每日优鲜、天天果园、易果生鲜等生鲜电商企业已经先后完成了C轮、D+轮、C+轮融资。另据BCG《2016中国生鲜消费趋势报告》显示,在未来

几年内,中国生鲜品类线上销售增长将持续保持迅猛势头。从2012-2016年,生鲜电商市场规模已从40亿元人民币猛增至950亿元人民币,预计到2020年将达到6000亿元规模,而渗透率亦将达到15%-25%。

反观行业内的相关标准规范,尽管2015年10月实施新食品安全法后,对入网食品经营者的资质、第三方平台提供者监督责任、赔付义务等做出了相应规定,明确网络食品交易第三方平台提供者对平台上卖家的监督作用,网络食品交易第三方平台提供者未履行规定义务,使消费者权益受到侵害的,应当承担连带责任,并先行赔付。但从消费者的反馈情况来看,网购生鲜的过程中难免遇到难题。

根据江苏省消协发布的《江苏省消协组织2016年全年消费投诉情况分析》显示,2016年该省网络消费投诉同比增长157.18%,成投诉热点之首,生鲜食品成2016年网购投诉新焦点,有关阳澄湖大闸蟹投诉达246件。以苏州阳澄湖大闸蟹为例,不少经营者将大闸蟹提货券通过网络提前预送给消费者,消费者需登录相关网站凭券提货。这种方式使阳澄湖大闸蟹远销全国各地,但也带来诸多问题,如虚假提货网站、提货券过期失效、产品缺斤少两、质量难以保证、异地维权困难等。分析人士认为,生鲜电商需要具有较强的品控能力,建议在电子商务立法中增加食品安全、品控等专门监管内容。