

# 公益与变现间摇摆 丰巢二手业务遭闲置

■ 丰巢运行两年多的二手业务,如今遭遇了瓶颈。近日,北京商报记者调查发现,北京部分丰巢柜机页面引入了“欢乐送”入口,然而平台内部分品类的商品已经大量下架,不仅品类丰富度难尽如人意,寄件等费用甚至还超过商品价。既想做公益,又急于变现,既想为寄件引流,又掣肘柜机空间的有限性。如何做二手业务,丰巢显得迷茫又摇摆。

## 运营两年终遇冷

快递柜企业要想讲好二手闲置交易的故事并不轻松。

北京商报记者浏览发现,丰巢二手物品交易业务“欢乐送”尚未被大众知道,就已经被遗忘在角落了,平台部分类目如母婴、数码、服饰的大量商品已经下架,呈现的商品多以服装、日用品为主,吸引力较为有限。和二手买卖相比,丰巢发布的物品更倾向于闲置转让的公益性特征。在标价一栏,用户可以选择免费送。

据丰巢过往资料显示,该业务上线于2019年5月,是一个主打物物交换的平台,依托快递柜为中站实现用户交易闲置物品。据了解,用户在平台设置物品的价格、品类、新旧等选项后,若是审核通过,便能将物品放置在指定的快递柜内。买家可以选择到柜取货或是快递到家两种方式进行购买,而平台均会收取5元的柜机服务费。

实际上,丰巢的二手业务受过一段时间的追捧。据其过往数据显示,在运行一个多月后,2019年7月,丰巢送出和被领取频次最高的物品为服装、美妆和数码,占比分别为21%、13%和14%。“90后”和“80后”合计占比近八成,住宅区的柜机交易频次最高,达到73%,其次是写字楼,占比13%。深圳、上海和杭州的用户最为活跃。

如今,该业务除了在丰巢App首页底部有所展示之外,在北京部分丰巢柜机的取件首页上也有入口呈现,可见丰巢希望能以寄

取件流量为二手业务引流。那么,目前该业务的用户活跃度和柜机周转率如何?丰巢还会坚持将二手业务做下去吗?对此,丰巢相关负责人向北京商报记者回应称暂无更多信息,只是称该业务是运营中的正常调整。

## 费用超过商品价

按理说,身处小区的丰巢离用户最近,较之社区设置的旧衣回收点,快递柜在存储安全性、卫生条件和智能化方面都更有吸引力,为何反而门庭冷落?

在浏览“欢乐送”页面时,北京商报记者注意到,由于卖家需要将物品放置在快递柜中等待售卖,企业不仅需要平衡柜机格口使用的周转率,还需要解决物品放置的合规性问题,这都对其发展二手业务造成了一定掣肘。

据丰巢一位工作人员介绍,快递柜能为卖家免费保管7天,若7天后仍无人购买,卖家需要在3天内取出,否则会有人员对物品进行清理;不同地区的快递柜要求不太一样,有的快递柜没有二手物品回收功能,而且收费标准、存储时间都会因快递柜自身周转情况有所不同。”他表示。

根据平台的提示,如果一位用户在深圳南山区一公寓的快递柜放置一款便携式蓝牙耳机,需要买家在4小时内到柜取货,而买家若是想购买上海市崇明区的快递柜里的一套共30元的短裤、衬衫和丝巾,可以在24小时内自提。然而,若是选择快递到家,用户花的钱反而还超过了二手物品的价格。例如从上海上述快递柜寄往重庆,用户只能选择顺丰寄



丰巢推出的欢乐送服务,邮费加柜机服务费有时会高于商品价。

件,邮费加柜机服务费达到35元。若想退货,两项费用也无法退还。

无论是商品丰富度还是价格成本,较之其他二手电商平台,丰巢都很难博得用户眼球。问题是,一旦没有足够订单量拉动,滞留的物品还会对柜机快递周转造成影响,特别是在大促等包裹高峰期,二手业务还得为主营业务“让路”,这在一定程度上限制了丰巢的拓展空间。

不仅如此,北京商报记者还观察到,由于“欢乐送”平台未推出买卖双方的沟通机制,物品真实性审核只能依靠平台对卖家上传的图片来判断,而快递员不会对物品真实性进行对比确认,只要商品不属于违禁品便能寄出。这也为用户的购买体验埋下了隐患。

在《欢乐送服务协议》中,丰巢提醒用户放置的物品需要与发布信息一致,并禁止放置违禁品、生鲜、活物及其他易变质易腐物品。但在黑猫投诉平台上,有用户称自己购买了一款美的电磁炉,收到的却是大葱,平台对发布虚假信息现象不进行处置,而且退货费得自掏腰包30元,已经超出了25元商品价格。

## 商业模式需打磨

“二手平台的核心是建立信任机制,否则很难维系下去,但丰巢在这方面还存在空白。”中国社科院财经战略研究院互联网经济研究室主任李勇坚指出。

不止二手业务,从开屏广告,打造特惠商城,新增打包功能,切入社区团购,到延伸高校、交通枢纽、健身房等场景,近几年丰巢一直在尝试撬动和转化寄件流量,将存储功能覆盖更多领域,包括2020年被推上风口浪尖的快递柜收费一事,都能一窥丰巢对商业变现的急迫。

在今年1月,丰巢开曼以股份认购方式获得4亿美元投资,交易完成后,顺丰控股对丰巢开曼的持股比例将从10.06%稀释至8.73%。顺丰认为,这有利于公司“最后一公里”无接触配送战略的加速实施。2020年1-9月,丰巢开曼净利润亏损达8.46亿元。

另一组顺丰的财报数据显示,今年上半年,丰巢柜机的投放量已超过30万组。尽管有庞大的流量支撑,但丰巢依然花了很长时间和精力去摆脱“工具柜”的印象,引导人们在快递柜消费而不只是取件。“虽然接入了商

城,当前使用丰巢二手物品交换服务的用户仍然很有限。”一位接近丰巢的知情人士向北京商报记者称。

较之闲鱼背靠阿里,拍拍依附京东,以及各垂类二手电商平台如多抓鱼、红布林等细分市场,很难预估当前的“二手闲置交换”商业模式到底能为丰巢带来多少寄件增量和盈利。

物流行业专家杨达卿认为,快递介入二手交易有一定的商业价值,但这类交易平台多是在长尾市场,需要有超级流量的注入,否则难形成长尾效应。其次,二手物品中如科技产品等高价商品也存在价值评估等规范动作。

北京商报记者发现,当前快递企业介入二手市场,或是和电商平台合作,或是在寄件小程序页面开通公益寄件入口。例如顺丰的公益寄件对接了多个公益机构,指定机构可以免费捐赠衣服。而中通能免费寄的公益物品包括衣服鞋帽、毛绒玩具等。

中国物流学会特约研究员陈燕燕认为,到底是做公益还是要赚取商业利益,企业在构建商业模式的时候需要将目标人群、盈利模式界定清楚。

北京商报记者 何倩  
图片来源:App截图

## 增长12.7% 前10月我国服务贸易提质发展

前10月,我国服务贸易继续保持良好增长态势。在12月2日召开的商务部例行新闻发布会上,商务部新闻发言人束珏婷介绍,1-10月我国服务进出口总额41980.3亿元人民币,同比增长12.7%。其中服务出口19974.3亿元,增长29%;进口22006亿元,增长1.1%。具体而言,知识密集型服务贸易规模稳步增长,而旅行服务贸易则继续下滑。目前,新冠疫情的反复性加重了不确定性,束珏婷表示,将及时研究政策举措,科学妥善应对。

### 知识密集型占比高

商务部发布的数据显示,前10月我国服务出口增幅大于进口27.9个百分点,带动服务贸易逆差下降67.6%至2031.7亿元,同比减少4247亿元。与2019年同期相比,服务进出口下降5.4%,两年平均下降2.8%,其中出口增长26.6%,两年平均增长12.5%;进口下降23.1%,两年平均下降12.3%。10月当月,我国服务进出口总额4139.7亿元,同比增长24%。

商务部研究院自贸所博士后赵若锦在接受北京商报记者采访时表示,通过服务业开放水平的扩大,新冠疫情冲击下我国服务出口快速回升,服务出口规模已恢复至疫情前水平。随着服务贸易复苏措施的持续推进,预计全年服务贸易将延续增长态势,服务贸易规模较2019年有所增长,在世界服务贸易中的占比也将有所提升。

具体来看,知识密集型服务贸易占比有所提高。1-10月,我国知识密集型服务进出口18566亿元,增长13.3%,占服务进出口总额的比重达到44.2%,提升0.2个百分点。其中,知识密集型服务出口10060.4亿元,增长16.9%,占服务出口总额的50.4%;出口增长较快的领域是个人文化和娱乐服务、知识产权使用费、电信计算机和信息服务,分别增长33.6%、29.1%、21.7%。知识密集型服务进口8505.5亿元,增长9.3%,占服务进口总额的38.7%。

“知识密集型服务贸易规模稳步增长,国际竞争力趋于提升。新冠疫情的发展加速了服务贸易数字

化转型,服务贸易新业态、新模式不断涌现,促进了知识密集型服务贸易规模的提升。”赵若锦说。

### 旅行服务受冲击

与知识密集型服务相比,旅行服务贸易则深陷衰退的泥潭。数据显示,新冠肺炎疫情对旅行服务进出口的影响仍在持续。1-10月,我国旅行服务进出口6316.8亿元,下降27.7%,其中出口下降39.5%,进口下降26.1%。

剔除旅行服务,1-10月我国其他服务进出口增长25%,其中出口增长33.7%,进口增长16.1%;与2019年同期相比,其他服务进出口增长27.9%,其中出口增长40.1%,进口增长16%。

在赵若锦看来,旅行服务贸易短期内难以恢复。“随着传染性更强的新冠病毒变异株奥密克戎等的出现,摩洛哥、以色列、日本等国重新实施旅行限制,抑制了全球旅游业的恢复。近年来我国出境游几乎处于停滞状态,导致旅行服务进出口规模持续下降。”

“旅行出口的下降也进一步促进了旅行服务贸易逆差的收缩。作为我国服务贸易逆差最大来源,旅行服务贸易逆差的下降也将带动我国服务贸易整体逆差的收缩。预计随着奥密克戎在全球范围内的蔓延,加之疫苗供应链紧张,我国旅行服务颓势难掩,短期内仍将延续下降态势。”赵若锦说:“展望未来,服务贸易发展的外部环境趋紧,新冠疫情的反复性加重了不确定性,但与新冠疫情相关的检验检测、医疗健康等服务贸易将得到快速发展。”

对于新冠疫情新形势,束珏婷表示:“当前,全球疫情起伏反复,世界经济复苏仍面临不确定性。我们将继续密切跟踪形势变化,及时研判疫情对我国外贸以及全球供应链的影响,针对外贸企业可能出现的问题和困难,及时研究政策举措,科学妥善应对。”

### 高质量发展提速

商务部日前印发的“十四五”对外贸易高质量

发展规划显示,今年以来,外贸对中国经济和世界经济的贡献日益凸显,有力带动了经济增长。前三季度货物和服务净出口对GDP增长的贡献率达19.5%,拉动GDP增长1.9个百分点。《规划》从优化货物贸易结构、创新发展服务贸易、提升贸易数字化水平、推进内外贸一体化等十个方面明确了未来几年的重点任务。

服务贸易创新发展试点是一项重要工作,重庆市就是一个成功实践。经过一年的试点推进《重庆市全面深化服务贸易创新发展试点实施方案》160项试点任务已落地111项,落实率近70%。在试点的带动下,2020年,重庆市服务进出口总额达675亿元,位列中西部前列。今年1-10月,该市离岸服务外包执行额14.35亿美元,同比增长51.4%。

除了国内各项政策举措,服务贸易的增长也离不开国际上的经贸合作。就在11月30日,中俄总理第二十六次定期会晤期间,就下一步合作达成了多项共识。今年以来,中俄贸易增势强劲,前10个月货物贸易额1156亿美元,已超过去年全年规模,创下历史新高。商务部与俄方编制完成了《中俄货物贸易和服务贸易高质量发展的路线图》,为实现中俄双边贸易额2000亿美元目标作出规划。双方还商定促进跨境电商和服务贸易增长,提升便利化水平,扩大农产品准入,用好展会平台,继续积极落实《中国与欧亚经济联盟经贸合作协定》。

本次总理会晤期间,商务部与俄方签署了多双边和区域经济合作备忘录,商定深化在世贸组织、金砖国家、上合组织、二十国集团、亚太经合组织、大图们倡议等多边和区域框架内的协调配合,积极推进“一带一路”倡议与欧亚经济联盟建设对接合作。

束珏婷表示,下一步,中方将同俄方一道,全面落实两国元首重要共识和本次总理会晤达成的各项成果,进一步发挥政府间合作机制作用,推动双边经贸关系和各领域务实合作朝着“更大范围、更宽领域、更深层次”发展,不断巩固和深化中俄新时代全面战略协作伙伴关系的内涵。

北京商报记者 陶凤 吕银玲

(上接1版)

## 主播注意! 互联网营销师“行规”来了

此前辛巴售卖“假燕窝”事件、薇娅“田园主义全麦面包”事件等,也都让消费者们对本应值得信赖的头部主播产生了一定的质疑。

2020年3月31日,中国消费者协会发布了《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》。报告指出,消费者的主要担忧表现在“担心商品质量没有保障”和“担心售后问题”。据中国消费者协会发布的2021《“双11”消费维权舆情分析报告》称:“双11”促销活动期间,消费负面信息主要集中在直播间价格争议、虚假发货等方面。

此外,此次出台的互联网营销师国家职业技能标准,也对主播们的职业技能提出了不少要求。例如,应掌握计算机知识、营销知识以及产品基础知识等,还需掌握相关法律法规知识共计22条。

### 告别草莽时代

在直播行业高速发展的同时,《标准》的出台对整个行业提出了更高的要求。

上海商学院数字商务中心执行主任娜日认为,《标准》的出台是非常及时而且必要的。直播作为我国数字经济高质量发展的重要赋能工具,已经延伸至各行各业,演化成为新的行业生态链。带货主播作为直播+行业生态链的重要窗口,经过野蛮生长,到了需要规范的阶段,包括道德规范、专业规范、话术规范、行为规范、品控规范等,要尽快促进直播+行业生态链良性发展。

电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营也表示,职业技能标准的出台一方面可以提醒主播,高影响力也伴随着一部分责任,也有利于主播慎重思考直播过程中的操守底线;另一方面也可避免劣质货品拉低顾客对主播带货的信任度,避免波及整个行业的发展。

此外,主播们未来也需要不断自我完善,才能适应日新月异直播电商行业。赵振营认为:“随着职业技能标准的出台,直播带货的野蛮生长时代将会结束,结合国家金税四期的落地,带货主播在直播间语言不规范的情况、产品质量不佳等问题都将得到改善”。主播及商家必须及时学习相关法律法规,遵守相应的职业操守,以免被罚时才大梦醒来迟。

“今后可能会产生行业的垂直直播,他们不仅掌握产品的功能,还熟悉产品的生产过程、物流运输等过程。”娜日表示,商家们也需对标规范标准,加强自身产品建设和社会责任意识,遵纪守法,把控好产品质量关,将直播作为重要的试验田,树立平台思维,以用户为中心,重视消费者的体验,以更好地适应市场。