

生鲜电商8年轮回



在特殊的年景,任何一家企业都在负重前行,包括那些手里攥着大量资金的投资机构。如今它们比以往更渴望优秀的投资对象,而生鲜电商这个曾经的风口,又成了不可多得的价值洼地。

近日36kr报道称,每日优鲜已经完成了新一轮的融资,投前估值超过30亿美元。据悉,此次投资方有多家机构,包括中金集团旗下的中金资本。

而在每日优鲜之前,另一家在疫情期间迅猛生长的生鲜电商叮咚买菜,也曾多次传出相关融资消息。5月12日,据路透社报道称,叮咚买菜已经完成了新一轮3亿美元的融资,估值达到20亿美元。就在消息传出的半个月前,叮咚买菜已经有过一次融资传闻。另外相关媒体也报道称,4月份之后多家地区性中型生鲜平台都传出过融资消息。

虽然相关融资信息大多尚未被证实,但坊间如此频繁地传闻,也在一定程度上反映出当下资本市场对生鲜电商的热情。

不过,生鲜电商并非新风口,回顾过去几年的发展历程,用跌宕起伏形容并不为过。此次疫情为逐渐沉寂的生鲜电商带来了强大需求,全行业出现爆发性的增长。但如今备受关注的投资热潮也无法回避一个现实问题,就是疫情所催生的“增量”是否是可持续的,资本的涌入能否确保疫情结束后用户的日常“复购”?

行业几度沉浮

就在两三个月前,买菜对于很多城市居民而言仍是一件颇具挑战的事。小区封闭,菜市场 and 超市的停运,使得需求暴增的用户开始涌入线上平台。但是,包括盒马鲜生、每日优鲜等都出现过(因限时限次配送)需要用户定闹钟抢购的情况。此前北京居民的生活圈甚至一度流传着一张《北京抢菜指南》,上面标注着各个生鲜电商平台不同时间点抢购的难度及大概库存状况。

这份《指南》,直到各大生鲜平台一个多月前恢复正常营业才淡出“历史舞台”。

从相关数据可以看到疫情期间的用户需求变化。艾媒咨询的数据显示:今年1月22日到2月6日的两周内,国内主流生鲜电商平台每天新增用户规模都在1万人以上。其中盒马、京东到家、叮咚买菜在2月6日当天的新增用户量均超过了4万。

2012年,包括苏宁、亚马逊、顺丰、淘宝、

京东在内的多家电商平台都陆续推出了生鲜电商业务。因此,2012年也被称为国内生鲜电商元年。如果以2012年为始,至今生鲜电商在国内已经走过8个年头。

8年来无数的创业企业、创业者以及投资机构投身其中。但是生鲜电商具有的行业特殊性,使其对供应链、仓储、物流等方面都有着太高的要求,也意味着其始终要保持高成本运营。如果不能通过规模化摊薄成本,就需要外部投资的持续输血。

可惜的是,生鲜电商的市场规模并没有随着时间的推移、资本的涌入而快速扩大。根据艾媒咨询公布的《2019中国生鲜电商行业商业模式与用户画像分析报告》显示,截止2018年底,国内生鲜电商领域活跃用户有一定增长,但与综合电商领域37213.6万的月度活跃用户数及70.3%的渗透率相比,生鲜电商整体线上月活用户仅为262.2万,渗透率仅为3.4%,差距巨大。

市场增长和规模始终达不到理想的水平,也让投资者在近两年逐渐失去信心。根据网经社电数宝监测数据显示,生鲜电商领域从2013年的3次融资事件到2014年的26次融资事件,同比增长766.66%。至2015年,融资事件创新高达70次(同比增长169.23%)。但从2016到2018年融资事件逐渐下滑,分别为55次、24次、36次。2019年情况更糟,截至12月11日仅为22次。

融资金额方面的数据同样如此,2013~2016年行业融资金额从1.3亿元迅速上涨到101.6亿元。但在2017年融资总额迅速滑落,金额仅为26.1亿元。此后2018年和2019年市场有所回升,均在65亿元上下。

市场增长放缓,融资次数和融资规模的减少,也让很多生鲜企业压力倍增。尤其是2019年,倒下的生鲜电商企业多如牛毛,包括呆萝卜、妙生活、吉及鲜等曾经一度风光无限的生鲜电商平台,都没能躲开资金链断裂、关仓裁员的命运。

对于这些市场起伏变化,相关电商行业分析师对懂懂笔记表示:“投资人是追求回报的,过去几年生鲜电商没有特别明显的增长,烧钱也变成了一个持久战。阿里、京东、美团这些巨头都已经亲自下场,腾讯方面也投资了每日优鲜,至于中小投资机构已经很难看到市场中的优秀平台,自然就会变得更加谨慎。”

模式之争的背后

经过市场几轮淘汰和洗牌,目前生鲜电商的商业模式主要有三种。其中,每日优鲜、叮咚买菜等采用的是前置仓的“到家”社区模式;京东生鲜、天猫生鲜等采用的是传统B2C自营模式;而盒马鲜生、7Fresh、小象生鲜则是“到店+到家”模式。

哪种模式最符合当下市场需求,一直都是行业最大的争议焦点。

对于生鲜电商而言,最重要的就是保证

产品的新鲜,所以企业的供应链都在强调低库存、高周转,尽一切可能缩短用户与商品之间的距离,而前置仓的概念就是在这种行业硬性要求下诞生的。

但是前置仓也有自身的短板,因此到店+到家模式又成为不少巨头旗下生鲜平台的选则。以盒马鲜生为例,其目前是唯一尝试过各种模式的企业,从效果来看,根据招商证券发布的最新研究报告显示,前置仓模式的盒马小站“站+店”模式与盒马mini之间最大的差异在于,前期成本投入上mini要明显高于小站,但mini的盈利周期更短(最快只需要三个月),而小站却面临大面积亏损。

前不久盒马方面也表示,今年盒马mini将加速开店,盒马小站也将全部升级为盒马mini。

当然,这也只是盒马鲜生的选择。从现在市场状况来看,无论采用哪种模式,生鲜电商行业依然处在大规模烧钱的阶段。根据此前中国电子商务研究中心的数据显示,目前国内生鲜电商近4000多家入局者中,只有1%实现了盈利,4%持平,还有88%是亏损,至于剩下的7%——则是巨额亏损。

对此,相关电商行业分析师分析表示:“无论是‘前置仓’还是‘店+仓’的模式,企业想要覆盖更多的用户群体就需要在各个城市中大规模开店,开更多的店就需要囤更多的货和更高效的物流周转,以及供应链控制的能力。”

该人士强调,目前绝大多数企业都仍然处在亏损阶段,这就造成开店越多亏损就越大,“从本质上来看,现阶段的生鲜电商还处在烧钱换用户的时代。”

无刚需难成“后浪”

2003年的非典推进了综合电商行业的发展,而受此次疫情影响,生鲜电商再次成为“当红炸子鸡”,很多业内人士开始相信,生鲜电商行业会重现当年综合类电商的崛起。

不过,从现在来看可能性似乎并不大。

非典让很多普通市民初次接触到电商,同时也体验到了电商的便利性,很多线下不方便甚至没有的商品,在电商平台能够轻松买到,价格还很便宜,如此相对优秀的使用体验最终让电商行业得以快速普及。但生鲜电商显然没能为正常生活状态下的用户,提供更多不可替代的用户体验。

从日常体验来看,生鲜电商最大的改变就是在约定的时间内可以送货上门。这在一定程度上确实提升了用户体验,但并不足以改变绝大多数人的日常生活习惯。

为此,懂懂笔记采访了身边不少用户,从中老年群体到青壮年覆盖了城市居民的主要年龄段。有部分年轻用户表示,疫情期间他们确实养成了在网上购买生鲜商品的习惯,现在疫情逐渐平稳后,他们依然会坚持在网上买菜,主要就是因为他们能按时送货上

门。他们平时的生活习惯,也都是不太愿意去菜市场或者超市购物回家。

但绝大多数人的日常购物习惯,并没有因为几个月的疫情影响就为之改变。送货上门这个特点在用户无法出门的疫情期间可以得到最大程度发挥,但一旦回归正常生活状态,“送上门”似乎并不是很多用户的刚需。目前绝大多数城市社区周围的菜市场、生鲜超市分布密集,基本上可以做到下楼几十米即可到达。多数社区居民往往在“最后100米”范围就能购买蔬菜、水果以及各种肉类。

恢复正常生活状态后,人们不会像疫情期间一样每天不出门,特别是那些平时拥有大量空闲时间的中老年群体。对此,懂懂笔记询问了小区内部分中老年人,他们表示每天早上出门买菜就是自己的例行公事,买肉买菜只是顺便而已。而年轻人即便工作日很忙不愿意出门,周末也会出门采购一次,一次买下一周的量。他们的理由也很简单:能出门溜达,同时自己挑选水果蔬菜,能更好地保证蔬菜肉类的品质。

显然,对于很多用户而言,出门购物的理由除了想散心之外,能够把控商品品质也是非常重要的一点。品质一直都是生鲜电商的老大难问题,虽然目前所有平台都表示自己采用的是全程冷链运输,能够保证商品的品质。但我们在网上、朋友圈不止一次见到过用户下单之后收到烂水果、蔬菜的“投诉案例”,这种情况就像罗永浩520卖烂花一样——防不胜防。

冷链并不能完全保证产品质量,也不是一个生鲜电商公司致胜的法宝。要知道目前市场中,顺丰可以被视为最好的冷链公司,但它旗下的生鲜电商平台顺丰优选也不太成功。至于目前正在获得资本新一轮助推的各生鲜电商平台,不妨思考一下成为“后浪”的可能性有多大。

【结束语】

当人们开始走出家门,整个生鲜电商市场也开始逐渐回到疫情前的状态。经过了一次疫情洗礼,从商业模式和用户体验来分析,整个生鲜电商市场并没有特别明显改变。而当新一轮资本进入,生鲜电商的新一轮扩张和烧钱补贴大战也已经在路上,这一切或许会和8年前的场景如出一辙。但赛道中选手们面临的风险,相比几年前并没有太多变化,高损耗、高成本依然伴随左右。

混沌大学创始人李善友曾经说过,企业需要用第一性原理跨越非连续性,实现第二曲线增长,因为只有第二曲线才能带来10倍的增长。但遗憾的是,目前虽然生鲜电商行业已经经历了一轮洗牌,但场内玩家依然没能找到自己的第二曲线。新一轮的投资热潮,或只是让这个行业又一次回到了第一曲线上。



川陕名吃

地址 (DC店和Rockville店)
2700 New York Ave. NE,
Washington, DC 20002
316 N. Washington St.,
Rockville, MD, 20850

营业时间
周日至周四: 11am-10pm
周五、周六: 11am-11pm

电话: (202)636-3588 (DC)
(202)534-1620 (DC)
(301)-875-5144 (MD)

* 从马里兰大学沿1号路南下, 从乔治城和乔治华盛顿大学沿New York Ave 东行, 均约15分钟车程。店内有大型KTV包厢享受美食, 纵情欢歌。



肉夹馍



凉皮



羊肉泡馍



夫妻肺片

长期诚聘英文好且业务熟练的收银员和大堂经理, 有意者请电洽。

地道陕西名吃, 聘请原陕西文、八沟国宾馆主厨省师傅和赵师傅及其团队主理厨艺; 同时聘有精通川菜, 粤菜和各类家常菜的驻店厨师; 新的经营理念, 为您提供一流的服务。店内设钓鱼台豪华包厢(最多容纳60人)及大型宴会厅(可容纳300人以上), 酒水齐全, 卡拉OK助兴。环境优雅, 空间宽敞, 自拥上百停车位, 可承接各类公司、社团和私人大型宴会。餐厅地处华盛顿近郊, 交通便利, 诚挚恭迎大华府地区各界人士前来品尝指导。

董事长: 柳奇 敬呈



钓鱼台豪华包厢