

生鲜物流发展现状、问题及对策

——以盒马鲜生为例

王安逸, 吴叶婧

浙江工商大学杭州商学院经济与统计学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2023年3月8日; 录用日期: 2023年3月22日; 发布日期: 2023年6月13日

摘要

新零售时代下, 物流水平决定了生鲜电商的服务质量。本文首先通过国内外生鲜物流业务的对比, 分析出国内物流行业的发展还存在一定的滞后性。其次将国内市场生鲜物流发展较好的盒马鲜生作为研究对象, 从内外双直采与店仓一体化、用户年龄与收入水平定位、产品种类与产品价格对比等方面将盒马鲜生与每日优鲜进行对比, 分析盒马现阶段的物流状况, 并针对其门店运营成本较高、冷链物流技术落后、商品消费群体固定、缺乏专业物流人才等问题提出适当的建议, 希望对盒马鲜生未来生鲜物流的完善给予一定的帮助, 并对其他生鲜电商平台的发展提供参考和借鉴。

关键词

生鲜物流, 盒马鲜生, 现状, 问题, 对策

Development Status, Problems and Countermeasures of Fresh Logistics

—Taking Hema Fresh as an Example

Anyi Wang, Yejing Wu

School of Economics and Statistics, Zhejiang Gongshang University Hangzhou College of Commerce, Hangzhou Zhejiang

Received: Mar. 8th, 2023; accepted: Mar. 22nd, 2023; published: Jun. 13th, 2023

Abstract

In the new retail era, the logistics level determines the service quality of fresh e-commerce. In this paper, through the comparison of domestic and foreign fresh logistics business, it is analyzed that there is still a certain lag in the development of the domestic logistics industry. Secondly,

Hema Fresh, which has a good development in fresh logistics in the domestic market, is taken as the research object. From the perspectives of internal and external direct purchasing and store integration, user age and income level positioning, product categories and product price comparison, Hema Fresh is compared with Missfresh. Hema's current logistics situation is analyzed. And appropriate suggestions are proposed to address the high operating costs of its stores, outdated cold chain logistics technology, fixed consumer groups, and lack of professional logistics talents. It is hoped that this will provide some help to the development of Hema Fresh's future fresh logistics, and provide reference for the development of other fresh e-commerce platforms.

Keywords

Fresh Logistics, Hema Fresh, Status Quo, Problems, Countermeasures

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

据数据预测¹, 中国生鲜零售市场规模将从 2020 年的 5 万亿元增加至 2025 年的 6.8 万亿元, 在稳步增长的过程中, 展示了人们的消费观念的逐步改变和消费水平的逐年提高。生鲜作为民生刚需行业, 未来生鲜零售市场必将持续增长, 因此我们需要推动生鲜产品物流业的建设加速和完善。

传统生鲜物流业尽管可以带动产品在交易市场上的交易, 但周转时间长、程序复杂、交易期限长等问题, 极易造成生鲜产品损害和产品价格过高现象。自从互联网、大数据等分析技术在生鲜领域广泛应用, 生鲜物流业的发展趋势走向智能化、科技化。此外, 新零售可总结为“线上 + 线下 + 物流”, 无论是传统零售行业还是新零售体系中, 都少不了“物流”的影子, 物流在其中担任着商品存储与流转的重要职能。因此, 生鲜行业的市场运营中, 从消费者的角度看, 物流的好坏会直接影响到消费者的消费意向和购物体验; 从供给者角度看, 新零售商业模式要求智能、高效的智慧化物流作为支撑。

因此, 本文将对对比分析国内外的生鲜物流差异, 总结出国内生鲜物流行业较为落后的原因。同时, 选取国内生鲜物流较为领先且具有相对知名度的生鲜零售电商——盒马鲜生作为本文的研究对象, 将盒马与另一广受民众喜爱的每日优鲜生鲜电商平台进行对比, 综合分析盒马和每日优鲜的物流现状。其次, 分析盒马目前存在的一些问题, 以小见大, 从盒马这个缩影放眼到国内生鲜行业, 以此提出相对应的建议对策来改善国内物流行业存在的部分问题。

2. 国内外生鲜物流业务对比分析

我国的生鲜物流行业起步远远晚于国外发达国家, 所以无论是成本还是技术我们都明显落后, 因此, 通过比较国内外的生鲜物流来分析出国内生鲜物流落后的具体方面。

2.1. 生鲜产品在物流过程中的损耗较大

从表 1 可以看出, 与其他国家相比, 中国生鲜冷藏加工技术在产品保鲜化这一方面比率较低只有 30%, 而前者基本维持在 60% 以上, 至于产值比率, 也远低于发达国家。

由于我国产品保鲜化比率较低, 致使生鲜产品在物流过程中的损耗较大, 据数据统计, 发达国家常

¹ 艾瑞发布的《2021 年中国生鲜电商行业研究报告》。

见生鲜产品, 例如果蔬、水产品损耗率在 5% 以下, 而我国在损耗率在 8%~15%, 可以看出, 我国在物流损耗方面还有待提高。

Table 1. Fresh-keeping ratio and pre- and post-production ratio of products in China and developed countries

表 1. 中国与发达国家产品保鲜化比率和产前后之比(单位: %)

国家	产品保鲜化比率	产后产值与自然产值比
中国	30%	0.38:1
美国	75%	3.7:1
日本	72%	2.2:1
欧洲	60%	2.1:1

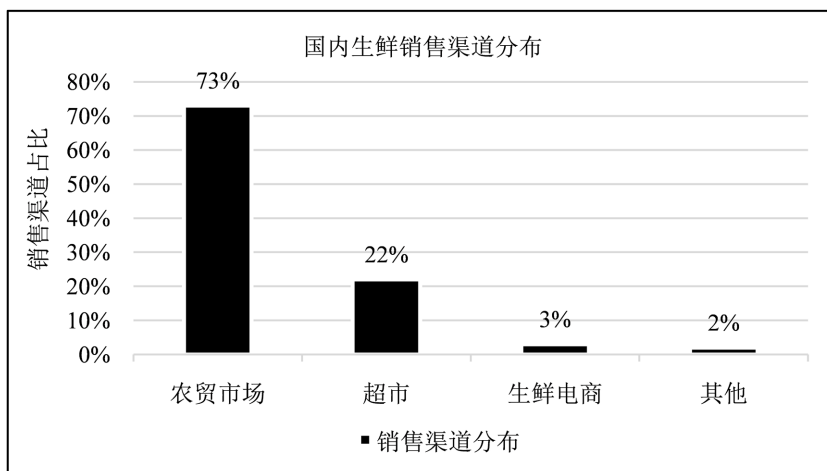
数据来源: 公开资料整理。

2.2. 我国生鲜物流链技术水平落后

当前我国果蔬、肉类、水产品的冷链流通率分别为 22%、34%、41%, 与发达国家平均水平的 95%、100%、95% 相比差距巨大。同时, 远距离运输需要较为完善的冷链基础设施来保证生鲜产品的质量, 而从冷藏车以及冷库保有量角度看, 冷藏车只有 7.6 万辆, 不及美国、日本, 冷库保有量为 107 百万立方米, 落后于印度、美国。这导致生鲜产品的运输范围小, 本地化消费较多, 而在需求旺盛的区域存在供不应求的情况。

2.3. 我国生鲜物流链分段现象严重

在物流发展相对成熟的美国、荷兰、日本等国家, 其物流发展模式逐渐走向一体化, 把商品的生产、供应、销售有机结合起来的一体化模式已经成为他们的主流形式。而我国目前生鲜物流业主要划分为三个部分: 第一部分是产品的采集阶段, 也即上游, 参与主体主要是农户和个体商户。第二部分是生鲜蔬菜的储蓄阶段, 主要由加工企业、运货商等生鲜物流中间商来完成。第三部分是生鲜的零售环节, 这一阶段主要由个体户、商贸市场以及超市、线上 APP 等零售终端完成[1]。



数据来源: 公开资料整理。

Figure 1. Distribution of domestic fresh sales channels

图 1. 国内生鲜销售渠道分布

从图 1 可以看出, 在第三阶段, 国内大部分生鲜销售主要是通过农贸市场、超市等渠道来完成, 其中农贸市场和超市各占 73% 和 22%, 生鲜电商仅为 3%。农贸市场在销售渠道上占比高意味着全国范围内零售商的分散, 零售商的分散增加了供应商采购难度, 导致物流阶段的衔接不畅。在三个物流阶段中, 产地和销地批发市场将物流链分割成两个部分, 批发市场成为了物流链的断裂点, 使得三个间断点各自孤立, 信息传递不畅, 物流费用较高[1]。

3. 盒马鲜生物流现状分析

在新零售环境下, 以盒马鲜生和每日优鲜为代表的生鲜电商企业蓬勃发展, 二者各有优势且互为竞品, 下面将对二者进行对比分析, 阐述盒马与每日生鲜各自所具有的优势和劣势。

3.1. 内外双直采与店仓一体化

在产品供应方面, 盒马采取国外进货和国内采购的方式。在国外, 盒马主要采购全球上等果蔬、优质水产、肉制品等商品; 国内直采分为原产地直采和本地直采。每日优鲜虽然也采取直采模式, 过程与盒马相似, 都是将产品从源头直采, 统一送达加工中心进行质检、包装, 再统一送往门店, 但是, 盒马的内外双采购充分保证了商品品类的多样化和齐全化, 也更强调生鲜产品的新鲜度和质量。

在仓储管理方面, 盒马通过设置“前置仓”的方式实现了店仓一体化管理, 前面设置线下门店承载着超市、餐饮店的功能, 给予客户真实的购物体验感; 后面设置仓库, 承载分拣、配送功能, 可以减轻盒马鲜生的运力, 减少配送成本, 提高存货周转率。每日优鲜是前置仓模式, 同样也是覆盖 3 公里范围, 每一单都需要配送, 运力承压大, 服务同样多的客户, 其配送成本会高于盒马鲜生。

3.2. 产品种类与产品价格对比

在买菜种类方面, 两者都有着较为丰富的商品品类, 由于盒马具有 6000~8000 个 SKU, 每日优鲜有 4300 个 SKU, 两者相比, 盒马在库存量单位上优于每日优鲜, 因此, 盒马的商品内容更为丰富, 从普通菜品, 到各类水产、大闸蟹, 甚至火锅料都可以买到。

从表 2 可以看出, 盒马鲜生的菜品价格普遍高于每日优鲜, 特别是蔬菜类, 多为有机蔬菜, 所以价格也会偏高, 适合对生活品质有一定需求的群体, 而每日优鲜的价格更符合广大消费群体, 受众面更广。

Table 2. Comparison of commodity prices between Hema Fresh and Missfresh APP (jin/yuan)

表 2. 盒马鲜生和每日优鲜 APP 商品价格对比(斤/元)

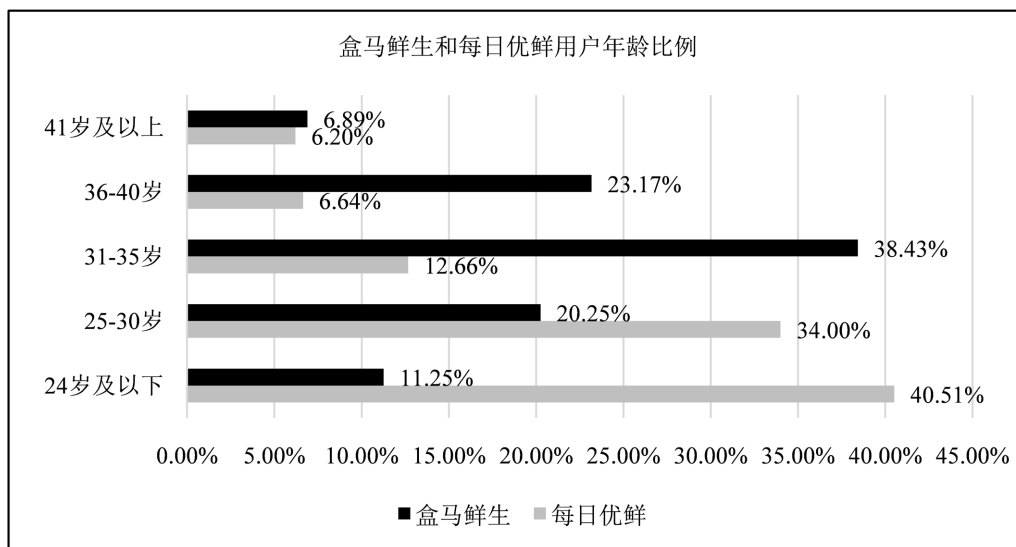
商品品类	盒马鲜生	每日优鲜
白菜	23.6 (有机)	9.3
油菜	34.79 (有机)	5.8
白萝卜	3.6	3.4
排骨	49.9	39.8
羊肉	63.5	49.8
鸡蛋	11.2	10.8

数据来源: App 价格收集。

3.3. 用户年龄与收入水平定位

由图 2 和图 3 可以看出, 盒马鲜生的用户年龄比例中最大的是 38.43% 为 31~35 岁的年龄段, 偏向于

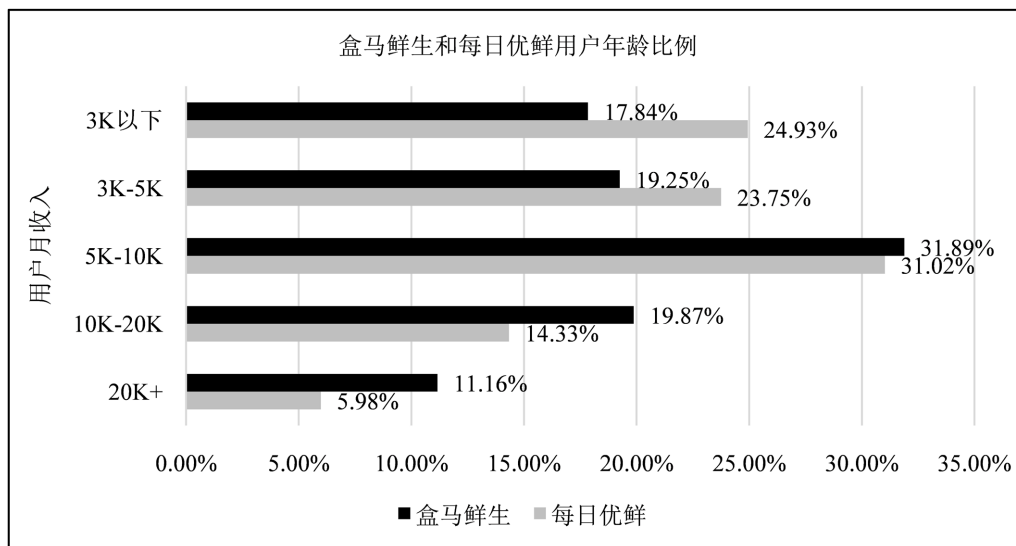
青年群体, 每日优鲜最大的为 24 岁及以下和 25~30 岁两个年龄段的群体, 更偏向于年轻化。且从两者用户的月收入比例可以推断出盒马鲜生月收入在 5K 以上的为 62.92%, 每日优鲜月收入在 5K 以上的为 51.33%, 3K 和 3K~5K 集中的人群较多, 比较得出盒马鲜生用户的购买力相对较强。由此可以推断出, 盒马鲜生目标主要是中高端群体, 这类群体的特点是对价格敏感度低, 具有较强的购买力水平并且更加注重商品的质量和新鲜度; 每日优鲜主要提供高性价比的商品, 且客户定位主要是中产阶级家庭, 用户偏年轻化。在客户定位上, 虽然盒马鲜生的用户定位明确, 但是相比于每日优鲜, 存在消费群体狭窄, 无法拓宽市场的问题。



数据来源: 公开资料整理。

Figure 2. Age ratio of Hema Fresh and Missfresh users

图 2. 盒马鲜生和每日优鲜用户年龄比例



数据来源: 公开资料整理。

Figure 3. Income ratio of Hema Fresh and Missfresh users

图 3. 盒马鲜生和每日优鲜用户收入比例

4. 盒马鲜生物流现存问题

4.1. 门店运营成本较高, 规模效益难形成

盒马鲜生门店采用前店后仓模式, 前面是线下实体店, 主要是为消费者提供生鲜食品展览、餐饮等体验服务, 后面是仓库, 承载线上 APP 订单的仓储、分拣、配送等功能[2]。由于门店的选址主要集中在交通便利、经济较为繁荣的商业区, 这类地区人流量大, 有利于吸引顾客, 但是存在房租高的缺陷, 再加上盒马店仓一体化的模式, 店铺所需要的面积较大, 房租成本相对较高, 特别是在门店初建期, 还没有形成规模效益, 成本难以摊薄。

4.2. 冷链物流技术落后, 供应链发展受限

由于我国冷链物流起步较晚且缺乏专业人才和技术支持, 存在许多问题, 诸如冷链方式不专业, 冷库、冷藏车不足等问题, 因此很大程度上限制了生鲜行业的发展。然而因为生鲜产品的特殊性质, 商品在运输过程中依赖于冷链物流技术, 据表 3 数据显示, 2020 年广东省盒马鲜生的蔬菜、水果、水产品 and 肉类等产品产量为 3330.2 万吨、1547.8 万吨、842.4 万吨、449.9 万吨, 同比增长 4.8%、8.9%、1.1%、1.3%, 但是冷链物流占比只有 53.97%、25.08%、13.65% 和 7.29%, 难以覆盖整个物流过程, 因此, 为了保证产品的新鲜度和质量只能缩减商品的运输时长和范围, 冷链技术的落后导致盒马鲜生每家门店只能覆盖 3 公里范围内的消费者, 这大大限制了盒马鲜生市场份额的抢占。

Table 3. Relevant data statistics of Hema Fresh cold chain logistics in Guangdong Province in 2020

表 3. 2020 年广东省盒马鲜生冷链物流相关数据统计

类别	产量(万吨)	同比增长(%)	冷链物流占比(%)
蔬菜	3330.2	4.8	53.97
水果	1547.8	8.9	25.08
水产品	842.4	1.1	13.65
肉类	449.9	1.3	7.29

数据来源: 公开资料整理。

4.3. 用户对产品要求高, 资金投入量较大

盒马鲜生的用户地域分布主要集中于一二线城市, 因为他们这类群体的特点是乐于接受新型零售模式, 对商品价格的敏感度较低且更加注重商品的质量和新鲜度。此外, 这类群体生活节奏较快, 空闲时间少, 希望能够以最少的时间买到合适的产品, 最好能一站式解决所有购物需求。因此, 盒马在为客户提供的产品总是保证质量高和速度快, 投入的资本也相应较高。

其次, 这类消费群体也具有忠诚度低、规模小的缺点。盒马鲜生过分强调开发这类群体, 缺少对其他不同收入和不同消费特性群体的开发和培养, 其销售渠道难免受到限制, 而且会出现发展动力不足的问题, 久而久之会影响公司的发展。

4.4. 缺乏专业物流人才, 物流业发展较慢

目前, 我国物流人才供给不足, 缺乏能宣传推广专业物流知识的高端科研型人才, 整个社会现代化物流的观念仍旧滞后[3]。许多物流企业的从业人员都是低学历群体、流动性强且都是非专业人员, 没有经过系统的培训就直接上岗, 因此他们很难适应新型智慧物流的发展模式以及把控全局, 于是就会出现

类似因工作人员操作不当而造成的生鲜产品变质的情况。

5. 国内生鲜物流发展对策

5.1. 实行三方把控, 降低企业运营成本

国内许多生鲜企业利润低的一个很重要的原因是成本控制不到位, 像盒马鲜生实行店仓一体化模式, 虽然提高了配送效率, 但也相应增加了固定成本和流动成本。因此, 严格的成本控制是生鲜配送企业需要努力完成的。成本管控可以从三方面入手: 一是降低采购成本, 生鲜配送企业可以货比三家, 挑选更优质的供应商, 有条件的话可以自建种养殖基地; 二是严格控制运输成本, 减少生鲜商品在运输过程中的损耗; 三是降低分拣损耗成本, 生鲜的分拣配送也非常容易增加成本, 高效管理采购、仓储、分拣、配送的产品供应链系统不仅能够提高效率, 而且可以降低人力成本。

5.2. 推进冷链建设, 加强商品质量保证

我国生鲜物流要想得到长足的发展, 需要依靠先进的冷链技术。首先需要政府的大力支持, 2021年12月国办印发《“十四五”冷链物流发展规划》, 明确了产业未来发展方向, 提出补齐冷链短板, 提升冷链流通率[4]。政策的出台为生鲜物流产业的发展创造了良好的外部环境。

此外, 企业自身也需要提高冷链物流设施的建设, 加大对冷链基础设施建设的资金投入, 配备冷库、冷藏车等冷链基础设施, 同时提高冷链物流服务的专业化和集约化水平, 大力打造具有竞争力、覆盖范围更广的冷链体系。另一方面, 由于不同生鲜产品对冷链运输的温度和技术要求有所不同, 因此可通过精细化管理提高运营效率, 降低运营成本。

5.3. 拓宽销售渠道, 扩大多元消费群体

第一增加现有消费群体粘性, 可以通过给予回头客价格优惠, 增强顾客忠诚度。第二发扬品牌差异的优势, 利用消费者的信任打造品牌效应。目前盒马鲜生的单品价处于高位, 消费群体局限于较高收入人群, 因此, 盒马鲜生需要适当降低产品价格, 将受众群体向其他消费人群拓展, 并在此基础上确保产品、消费场景丰富多样, 进一步扩大市场占有率[5]。最后, 企业也可以利用互联网技术, 通过大数据精准定位消费群体的需求, 从而扩大用户基数。消费群体的扩大也意味着能形成更多的规模效益, 而不局限于三公里的运输范围, 可以将相同路径的产品一起配送, 节约成本。

5.4. 引进专业人才, 提升物流服务水平

生鲜产品的存储、保存和运输是需要较为苛刻的环境和条件, 而且运输效率也较其他商品的运输更高, 这就更需要专业的人才参与到物流行业中。专业人才的引入对于生鲜物流业是非常重要的, 一方面, 专业管理人员可以提升企业的管理效能和增强组织管理能力, 更好的帮助物流企业提升运行效率[6]。另一方面, 专业技术人员可以根据生鲜产品的储存需求、特性选择合适的条件加以保存, 有效提升产品的新鲜度和质量。最后, 专业人员能够有效地与客户进行沟通, 推广生鲜产品, 不论是沟通态度还是整体面貌都能给顾客提供直观的质量感知, 有效提升生鲜物流的服务水平和服务质量。因此, 引入高质量且稳定的专业技术人才有助于生鲜物流的发展。

参考文献

- [1] 李瑜生. 我国与国外的生鲜蔬菜冷链物流系统分析比较[J]. 商场现代化, 2014(12): 78-79.
- [2] 李旭, 刘兆惠. 新零售背景下生鲜连锁超市经营现状分析——以盒马鲜生为例[J]. 知识经济, 2020(18): 57-58.

- [3] 周敏, 张玲. 新零售业态下生鲜行业智慧物流发展的 SWOT 分析——以盒马鲜生为例[J]. 物流工程与管理, 2022, 44(7): 25-27.
- [4] 余建群, 牛秀明, 晏芳. 国家“十三五”物流产业政策综述及“十四五”展望[J]. 物流技术, 2021, 40(5): 7-11.
- [5] 周汝珊, 王锡凤. 女大学生消费现状调查分析——以山东女子学院女大学生为例[J]. 现代营销(下旬刊), 2020(1): 107-109.
- [6] 谢涵. 广西生鲜农产品物流发展的现状、问题及对策分析[J]. 全国流通经济, 2022(21): 14-17.