创富
周刊
星期五
2015.1.9
齐鲁晚报 B01-B04
引领市场风尚 启迪财富智慧

当淘宝、京东、顺丰喊着“原产地直供”的口号，将远在大洋彼岸乃至南半球的车厘子、奇异果以相当于超市近一半的价格端上中国市民的餐桌时，传统的水果批发企业正遭遇生鲜电商的严峻挑战。

上个月，在即墨，随着山东省首家进口水果口岸的建立，北方进口水果市场的格局又添变数。这不光是行程缩短5天，运费减少80%的改变，依托这个进口水果口岸建立的区域性电商平台，会给传统水果批发企业带来哪些变革？它们正在勾画的雄心，未来能有机会挑战阿里吗？

越南火龙果从采摘到上山东人餐桌最快不超过24小时

即墨水果口岸开讲“海外直供”故事

在电商挑战下，传统水果批发市场面临转型。像东方鼎信这样的进口水果交易市场也在积极搭建区域性电商平台。（资料片）

本报记者　姜宁　宋祖锋

抢回5天“新鲜度”

6日上午，青岛祥得丰商贸有限公司总经理林永贤刚刚运走了一车来自越南的火龙果，这种一次可装载十几吨的大货车，在一天之内就能将刚摘下来的火龙果运到鲁中、鲁西等地。

在几个月之前，林永贤需要在广州或者是上海办理了通关手续后，再将这些火龙果装车长途运输两千多公里到达目的地，这一过程需要耗费两天时间。如果是夏天的话，长途运输还会造成一定数量的水果腐烂。

虽然几个月前，青岛口岸也能办理水果贸易通关手续，但从海关、检验检疫部门把所有通关程序走一个遍的话，需要五天时间。如果赶上中秋节、春节这样的旺季，5天时间很可能就把商机错过了。因此，在各大贸易商眼里，过海关是他们最怕的过程，通关中的任何一个一旦出现滞留，一批货就没了。

上月中旬，伴随着从越南进口的第一箱水果开箱查验，由青岛大港海关和青岛检验检疫局合作通关的模式正式运行，这标志着山东省内首个进境水果指定口岸正式建成启用。

1月6日下午，6辆集装箱大货车缓缓驶入位于即墨市大信镇的东方鼎信国际农副产品交易中心。货车箱体内，满载着从越南等国运送过来的新鲜水果。

按照以往程序，这些进口水果抵达中国口岸后，应该先转卸至港口货场，呆上五六天后才能踏入陆地。现在，随着新的通关模式建立，这批水果在6日当天下船后，直接被吊至大货车上拉赴果品批发市场，和此前相比，相当于为水果抢回了5天的新鲜度。“从水果从树上摘下来，到端上中国市民的餐桌，最短不超过24个小时。”东方鼎信国际农副产品交易中心的董事长刘煜祥说。

几年前，刘煜祥刚开始做进口水果贸易时，就为北方没有合适的通关口岸而苦恼，很多次趁着水果价格大涨时进口的水果，有的时候甚至还没通关价格就已经降了下来，他吃了不少亏。因为这一原因，刘煜祥决心搭建一个省内最大的进口水果口岸。

运费从8000元降到不到1000元

这5天时间是如何抢过来的呢？让我们来看看这种关检政合作搭建的进口水果通关“绿色通道”。

记者了解到，东方鼎信国际农副产品交易中心实行的是一次申报、一次查验、一次放行的“三个一”现场监管模式。据青岛大港海关通关处负责人介绍，这种“三个一”现场监管模式，可以将海关、国检以往串联运行、独立操作的两套程序，整合为并联运行、同步操作的通关模式。据初步测算，这一做法可为企业节约通关时间30%，节约查验费用50%。

此前，青岛地区的大额水果进口多数从上海、广州转手进货，远程物流环节不仅影响了水果新鲜度，平均价格也比上海、南京等地贵15%之多。

“即墨进境水果口岸建成后，济南、潍坊、郑州、北京及东北三省等地大型果品市场进口水果可经该口岸报检进口，不必绕道上海、广州等地转口，可以大幅缩短运输时间，降低企业成本。”即墨市商务局局长于毅说。

这一进口水果平台的建立，为企业带来了实在的收益，最重要的是节省了运费。“以前将火龙果运到广州港进行通关，然后再运到山东来，一路上每辆车运费至少要8000元，但是在青岛港通关之后，每辆车运费降低到1000元不到。”林永贤说，随着运输费用的降低，售价也随之下降。现在他们公司销售的火龙果、榴莲这类进口水果更抢手了，“最近一个月的火龙果销量就能顶上以往一年的销售量。”

智利大使馆派人来了

作为开拓中国市场的排头兵，各国驻华使馆是不愿错过任何一次机会的。驻华大使们不光在天猫这样的电商平台为本国水果站台，连东方鼎信这样区域性平台也不错过。

去年12月，智利驻华大使馆曾经派人来到东方鼎信国际农副产品交易中心，考察现场后，双方约定在今年深入合作，智利的车厘子、蓝莓可以直供这一交易中心。

东方鼎信能引来智利大使馆关注，源于这个市场在青岛海关进行平台审批时，海关把这一信息透露给智利驻华大使馆。没过几天，智利大使馆就派人来东方鼎信考察。现在，智利金牌水果车厘子、蓝莓的宣传画已经在东方鼎信的交易大厅里挂起来了。

据交易中心客户经理袁铭介绍，东方鼎信在跟智利方面达成合作后，除了能拿到第一手的优质进口水果之外，还将会享受价格优势，像蓝莓的进口价格要比市场价低10%以上，车厘子的价格优势也很明显。

据了解，现在通过这一交易平台进口的水果有二三百种，主要来自南美、澳洲、东南亚等几大区域，以热带水果为主。在打通了智利进货渠道之后，东南亚和澳洲等水果原产地也将会直供该交易市场。

袁铭说，以前这个市场的水果还要从国内另外一些批发市场进货，一些水果商实际上是加价销售的“二道贩子”。现在有了原产地直供后，价格优势、货源优势将更加明显。智利等国家之所以能够对他们这个市场感兴趣，主要是看中了北方水果市场蕴含的巨大潜力和即墨这个水果进口口岸在未来的辐射面。

在打通了上游进货渠道后，下游电商也被吸引了过来。在几天前，交易市场内来了不少生鲜电商企业主考察，他们对这一交易平台非常感兴趣，打算近期在市场上设立贸易点。

“背靠着这个市场，有着充足的货源，也不需要压货。一旦有顾客下单，直接到市场上拿货即可。”林永贤说，他最近也在接触一些这样的电商企业，很多人希望和他们公司建立贸易关系，就是看中了这一市场的货源优势。

挑战阿里还早，这其实是垄断生意

刘煜祥说，从今年开始，东方鼎信要着手打造属于自己的线上交易平台，让从青岛港进口通关的水果通过网络化的模式，结合顺丰等物流企业的运输网络，将触手伸到全国。

在这个平台上，水果批发商们可以开店，买方可以通过交易平台选货，下单后物流配送到家。不过，做了多年线下水果生意的刘煜祥坦言，做线上交易阻力很大，这其中有平台覆盖面的问题，也有平台流量的问题。网络化的电商销售模式，在淘宝大获成功之后，得到了全国数万企业的效仿，但毕竟是赚钱的少，看热闹的多。与淘宝相比，地方性区域平台的差距又在哪呢？

在淘宝的挑食栏目和天猫的瞄鲜生栏目中，当用户打开网页时，甚至能够和种植户直接砍价，而淘宝的宣传广告也充满诱惑：“减少了三道中间商，省钱100%”。水果种植户-淘宝平台-市民，三级网络就能实现一个越南火龙果的自由流通。

电商平台自身的销售能力，是国外电商考量关键。而要让一个美国加州车厘子农场主知道中国的“东方鼎信”，不光是流量的支撑，整个平台要进行密集宣传，这又是一场公关烧钱大战。试问，国内又有哪一家电商平台比得上阿里在纽交所上市所获得的巨大的免费广告效应呢？

从某种角度看，中国水果电商进入的上游供应链其实是一门垄断生意。以2013年贡献了天猫车厘子大半销量的大卖家“天天果园”为例，其前身是一家线下水果零售贸易商，在食品行业已有超过30年积累。这种线下的多年积累，让天天果园在2014年同时拿下了加州和华盛顿的车厘子“原产地直供”货源。而我买网则是中粮集团旗下电商，母公司成为其快速切入“海外直采”的关键，它的第一单海外直采生意美国缅因州大龙虾也是中粮董事长宁高宁亲自谈成的。

袁铭坦言，现在水果种植户-交易平台-大批发商-中小批发商-市民这五级网络是像东方鼎信这样的区域性电商平台的基本层级，目前还不太可能进一步减少中间程序。面对生鲜水果这么一块大蛋糕，区域性电商平台还有许多瓶颈要突破。

出品：经济新闻中心　板块统筹：蔡宇丹
设计：壹纸工作室　晓莉　组版：马秀霞