

CEO

一周财经言论

湘鄂情孟凯:

我在餐饮业已无路可走

“做过餐饮的人都知道,这盘棋已经没法再继续往前走了,高端餐饮没了,低端餐饮我也提前一年做了,也没成,我有什么本事说在本行业内崛起?已经无路可走。”

——湘鄂情董事长孟凯表示,湘鄂情一季度餐饮亏了四千多万,餐饮不剥离就是死路一条,目前湘鄂情主营业务转向环保产业。

“一开发商坚定地对我说:政府一定会救市的。我想,政府也不创造财富,它也只能是拆东墙补西墙,把明天的钱挪到今天用。四万亿救市让一些人有了依赖症,把政府看成上帝了。”

——针对近期楼市不振、房价下滑等形势,潘石屹发表了自己的看法。

“假如销售量下降30%,大约还有十亿平方米左右的销量,各国都不会有这么大的市场。”

——任志强以美国房地产市场发展轨迹举例称,美国约800多万套的交易中,新房最高100多万套,目前只有60万套。而中国近两年年均交易新房约1000万套,保障房约200多万套。

创富荐书

《生产力:工业自动化的社会史》

作者:诺布尔

上世纪五六十年代,美国白领第一次超过蓝领,但失业率并没有随着蓝领工人相对减少而增高;与此同时,社会矛盾越来越缓和,财富和文化的增长也表现出加速倾向,于是技术决定论粉墨登场了。

然而作者却认为,技术的发展和用不是我们想象中的那样——新技术出现后立即就可以享受其带来的益处。技术同样是社会共同的产物,绝不仅仅是科研人员的“宠物”。我们的社会发展仍然是以投入/回报式的经营发展绩效来决定采取什么样的发展轨迹。

“去年初海尔员工数量是8.6万人,年底减少至7万人,裁员比例为18%,今年预计再裁掉1万人。”

——近日,海尔首席执行官张瑞敏在出席某商业论坛时自曝裁员计划,称今年委员会在去年基础上继续进行,且对象主要是中层,原因是制造业务的智能化减少了用工数量。

“很多数据都是没价值的,特别是对于传统产业。现在数据爆炸,要解决的是信息爆炸数据过多的问题。”

——李彦宏认为,新一代数据收集难点不在于制造新型硬件,而在于找到什么数据对你是有价值的。在海量数据中挖掘有价值的信息,需要有跨领域思考的能力。

“恐惧是变革的唯一理由,如果有什么东西能革命掉我们的老业务,我们希望这个东西是我们做出来的。”

——58同城姚劲波认为,在部分细分领域,很多创新公司会用更加移动,更加标准,更加闭环的方式把58同城现有的一个原来有优势的类别替代掉。

本报记者 张頔 整理

谁是烟台大樱桃产业链上的最大赢家呢?

答案是顺丰。整个大樱桃产业链上,目前顺丰快递垄断了烟台大樱桃的全部电商发货运输。记者了解到,去年顺丰共发出了1900余吨大樱桃,运费1800万元左右。今年,这个数字超过3500万元,翻了一番。5月27日至6月8日,顺丰专门从总部调来“樱桃专机”,每天一班从烟台直飞深圳,这是顺丰首次针对生鲜单品出动专机运输,标志着烟台大樱桃全面迈入“航空时代”。

顺丰在大樱桃生鲜产业链上的“通吃”,给它带来了高利润。而一套完整的“冷链解决方案”背后,是一个高效的服务配送体系。

顺丰如何做到“赢家通吃”

一颗樱桃的“生死时速”

本报记者 李虎 廖雯颖

上午10点,在深圳顺丰嘿店,附近小区业主王女士在触屏上点击“顺丰优选”下单购买了产自烟台的大樱桃。第二天上午,她再次来到小区家门口的这家顺丰嘿店,取走了头一天才刚刚从烟台原产地采摘下的大樱桃。

早在4月初,顺丰优选网站首页已发起了对烟台大樱桃的预售攻势,在“时令优选”栏目中,烟台大樱桃被作为热门商品推荐。

为什么保鲜期极短,运输不便,对于食用果温有着极高要求的烟台大樱桃成为顺丰优选的“当家花旦”?其背后隐藏着顺丰打开生鲜电商之门的商业逻辑——用原产地、速度、营销战略来跑赢生鲜B2C的规模大战。

从采摘到送达,最短不超过24小时

王女士下单后,远在千里之外的烟台张格庄樱桃园,果农们开始忙活着采摘大樱桃了。

中午12点左右,果农们将大樱桃送到顺丰的直供包装点。大樱桃先要在空调屋中凉快半小时降温,然后工人进行拣果和包装。大樱桃室外采摘温度在32℃至35℃之间,这会对其果温,食用起来影响口感。而空调屋的温度保持在18℃左右,大樱桃降温后口感更好。

下午3点左右,包装完毕的大樱桃坐上冷链车,一路奔至烟台机场附近的顺丰中转中心,这个过程要1小时。稍作中转分拣后,大樱桃开始准备打“飞的”。

晚上10点钟,满载大樱桃的“樱桃专机”启程,3个半小时后抵达深圳。凌晨1点半,深圳顺丰中转中心接到来自烟台的航空樱桃后,在凌晨3点半前完成货物分拣。这趟“樱桃专机”满载14吨,需要在2小时内分拣完毕,稍有延误,将影响后续派件工作。

早上7点30分前,深圳的顺丰收件员拿到来自烟台的大樱桃。根据总部统一要求,生鲜快件需要优先派送。接件的第一时间,快递员就马不停蹄开始派送。正常情况下,头一天上午下单的顾客,第二天上午9点前就能收到新鲜的大樱桃。

一颗小小的樱桃,考验着顺丰的速度极限:从采摘到送到消费者手中,中间不超过24个小时。

烟台大樱桃以水分大著称,如果不进行有效保鲜很快就会腐烂变质。因此,除了山东省内地区外,国内大部分地区能买到的烟台大樱桃一般使用加冰甚至药水浸泡的方式保鲜。

“为了保证大樱桃配送的新鲜和快速,我们做足了功课。”顺丰烟台区相关负责人说。

大樱桃装箱时,选择了一种特殊干冰作为冷源。工作人员会在大樱桃上面铺上气泡纸,然后再在上面放上干冰。这样大樱桃全程配送无水无冰,与市面上看到的



在顺丰快递配送站,从果园直接采摘的大樱桃被放上冷源保鲜后打包准备发往目的地。见习记者 吕奇 摄

绝大多数樱桃相比,在口感和品质上都有了很大提升。

航空货机成顺丰利器

在速度的赶超中,航空货机成了顺丰的利器。顺丰航空一共有34架货机资源,其中自有的15架。为保证外地客户24小时内吃上新鲜的烟台大樱桃,今年顺丰总部转部门调了一架波音737来运输烟台大樱桃,从烟台直达深圳。每次运量14吨,单程成本14万元。

这架飞机主要是用来保证覆盖华南地区。对于京津冀等华北地区,烟台顺丰投入几百万元新增了35部冷链车,以保证大樱桃“次日达”。除了飞机和冷链车,通过快递员和顺丰嘿店完成好“最后一公里”配送,才能保证大樱桃送达时的品质。

竞速生鲜冷链:速度决定一切

一场24小时的烟台大樱桃“高空走钢丝”表演背后,是各大电商竞速生鲜冷链的实力角逐。

生鲜食品中,像樱桃这种不适合入库冷藏的水果,先采后卖会使新鲜度大打折扣,只能在聚拢购买力后短时间内予以满足。这是个短平快的过程,就如同是高空走钢丝,看起来简单,做起来难度系数相当高。

速度的PK成了决胜砝码。顺丰优选、本来生活、一号店等生鲜电商纷纷打出“航空直达”、“当日采摘,次日到达”等口号。

从去年的京城荔枝大战,到今年的樱桃,蓝莓、水蜜桃之争,对于比拼“最后一公里”的生鲜B2C来说,速度决定了用户体验,最终也将左右成败。

因此,在生鲜电商竞争中,除了优秀的货源,冷链配送更是取胜关键,冷链物

流成了生鲜电商的核心命脉。如果生鲜电商企业不能做到快速销售,快速配送,亏损的不仅仅是金钱,一旦失去信誉,想再次建立难上加难。

每个环节都是“惊险一跳”

由于生鲜商品对冷链配送要求很高,作为生鲜产品主体的农产品并非标准化工业品,很难进行标准化生产和销售。除了顺丰优选等少数电商平台有自建冷链物流外,多数将这部分业务外包,但国内大部分冷链物流企业很难满足生鲜电商的要求。

樱桃的速度大战中,顺丰优选就是依托顺丰的快速配送能力和冷链管理能力,在最短时间将大樱桃送到用户餐桌上,实现了产地直采闭环供应链模式,做到了C2B零库存。

其中每一个环节都仿佛惊险一跳,对冷链物流配送体系和后期操作流程都要求极端的精细化。顺丰优选去年试水烟台大樱桃,遭遇20%的投诉率,而今年只有2单投诉,背后的“冷链解决方案”也是磨合再三。

其实,顺丰优选成立之初是独立的B2C运营模式,在供应链体系经历半年历练后,顺丰优选发现无法独立完成冷链物流的配送,便将仓储和配送业务慢慢嫁接到顺丰速运的大网中。顺丰优选CEO李东坦承,正是在顺丰快递和顺丰航空的配合下,才能将广东高州的荔枝以最快速度运输到全国各地。

业内人士分析认为,从产出与投入比来看,顺丰优选此次的樱桃专机,营销意义远大于赚钱目的。顺丰优选更多的是借此跑顺整个流程,对于蛋糕尚未做大的生鲜电商来说,冷链仓储之外,市场份额和口碑依然是他们目前最为看重的。

布局。

顺丰大力投入冷链电商,借助顺丰优选提供的优质生鲜农产品串联起顺丰速运业务和O2O服务终端——顺丰嘿店。顺丰嘿店将为顺丰优选提供生鲜农产品末端营销、末端O2O体验、末端提货等功能,顺带进行快递业务收派,这将是其他电商无法具备的优势。

通过两者布局串联,未来的顺丰不仅仅是物流,也不仅仅是电商,通过顺丰优选这个电商纽带将向着平台化发展,成为一个一体化的生活服务平台。

会冷链物流资源,将配送业务外包不同,顺丰选择了一条物流逆袭电商的路子。

顺丰速运在顺丰优选成立之前,已开始在冷链领域的布局,通过利用自身物流优势介入传统B2C模式。

顺丰速运现在已经在将冷链物流平台社会化开放,为其他B2C服务,全面推动生鲜速配业务。目前很多天猫、淘宝的商户还是利用顺丰的冷链物流体系。

5月,全国518家顺丰“嘿客”门店同时亮相,按照王卫计划,顺丰今年要在全国开3000多家便利店,完成其“最后一公里”

行业观察

樱桃与时间赛跑背后的产业逻辑

本报记者 李虎

一颗小小的樱桃,考验着顺丰的速度极限。顺丰速运拥有34架货机,可以满足娇贵的樱桃快速配送需求。顺丰优选的物流基础,在国内生鲜电商界无人能敌。

除此之外,顺丰为什么要到南方消费量并不大的烟台大樱桃上投入巨大的物力和财力?背后有着怎样的商业逻辑?

顺丰一直被认为是快递行业龙头,成立顺丰优选转做电商平台一直不被看好。与阿里巴巴早早渗透农业电商平台,然后盘活社