



重塑生鲜供应链 菜市场与生鲜电商应错位发展

作者：王欣蕾

电话：010-58352887

邮箱：xhcj@xinhua.org

编辑：范珊珊

审核：张 骐

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



重塑生鲜供应链对于保障“菜篮子”备货充足具有重大意义。重塑生鲜供应链首要任务是开展集约化种植，冷链物流平台型企业或是生鲜零售产业链的整合者。菜市场与生鲜电商是错位发展的关系，菜市场生鲜品类全、供应量充足，生鲜电商对于生鲜零售的专业化运作程度更高。

目录

一、产品非标化和消费个性需求导致生鲜供应链管理难度加剧	3
二、冷链物流平台型企业或是生鲜零售产业链的整合者	3
三、菜市场与电商的生鲜品经营各具优势	4

重塑生鲜供应链 菜市场与生鲜电商错位发展

重塑生鲜供应链对于保障“菜篮子”备货充足具有重大意义。重塑生鲜供应链首要任务是开展集约化种植，冷链物流平台型企业或是生鲜零售产业链的整合者。菜市场与生鲜电商应是错位发展的关系，菜市场生鲜品类全、供应量充足，而生鲜电商对于生鲜零售的专业化运作程度更高。

一、产品非标化和消费个性化需求导致生鲜供应链管理难度加剧

生鲜种类多、链条长、易耗损、管理缺位制约着生鲜供应链发展。生鲜种类繁多，每种生鲜又按产区、季节、规格、品质分为不同的品种，每一品种都有特定的区域市场、客户群以及销售渠道。生鲜零售从产品源头就注定是一桩对精细化管理要求极高的生意。从农业生产的产后加工环节开始，生鲜供应链管理的难度急剧上升。按照生鲜农产品品类，清洗、筛选、分拣、产品化加工、包装加工、保鲜加工、储存加工、食品化加工流程、产出要求各有不同，链条普遍偏长。农产品进入流转环节后，按农产品保质期，流转路径规划、物流网点布局都得灵活处理。冷链物流建设涉及冷库搭建、冷藏车配备、信息化流程化管理，提升冷冻加工、冷冻贮藏、冷藏运输的时效性。而且冷链设备资金占用较大，生鲜零售对配送商的资金实力要求较高。生鲜农产品易耗损，菜场、超市、生鲜电商、社区电商对配送的时效性要求极高，直接影响着售卖期限，从而影响售卖速度和破损率。

生鲜品牌化消费趋势凸显，消费者越来越讲究原产地直采直供。国内品质消费观念盛行，消费者对于进口生鲜的接受度不断提升。随着自贸区扩大开放，设立食品农产品进口指定监管作业场地，打造食品农产品进出口集散中心，执行严格的检验检疫标准，农产品贸易便利化程度大大提高。美国泰森生肉、都乐鲜果蔬菜、新西兰佳沛奇异果等进口高端生鲜品牌在一二线城市各大商超连锁、电商全球购占据一席之地。而褚橙、科尔沁牛肉等国内高端品牌也供不应求。但随之而来的是一定程度存在的市场乱象，消费者对于品质溯源的需求也逐渐上升。品质溯源认证系统是侦破农产品真伪的常用手段，另一手段是农产品原产地直采直供。“产地直供”，在这个由国内生鲜电商率先提出，号称能缩短供应链中间环节降低水果蔬菜价格的模式，正逐渐成为诸多生鲜电商通用宣传口号。但在实际的供应链环节，这些“直供”却被一些生鲜电商玩成了从批发市场采购的“曲供”模式。真正的原产地直采直供不等于批发市场采购，没有第三方经销商介入筛选、分拣、产品化加工、包装加工。当采购需求量特别大，能产生规模效应时，原产地才有意愿与平台合作，类似淘宝村、苏宁村算是实现从“田间地头到城市餐桌”的成功案例。

二、冷链物流平台型企业或是生鲜零售产业链的整合者

生鲜供应链上游是农业生产，其中农业产前、产中环节产业偏传统，**重塑生鲜供应链的第一步或是集约化种植**。农业产前环节涉及种苗业、饲料业、信息指导、产品规划。农业产中环节涉及田间管理、技能指导、农用物资、肥料业。农业产后加工环节细分为筛选、分拣、产品化加工、包装加工、保鲜加工、储存加工、食品加工。生鲜供应链首要比拼的是种养殖产业的标准化建设，要求在集约化种植、品种搭配等规划方面要具备科学性，手工或机械采摘应在保证成熟度的基础上减少损伤，保证农产品的商品性。农产品初加工产业成熟度高，在引入现代化操作系统后精深加工环节产业成熟度大大提高。

生鲜供应链中游是农产品的流转环节，在途径规划、网点布局、冷链物流具备资源整合能力的平台型企业引领行业发展。装袋费、装车费、代收费、市场管理费、菜市场租赁费、代销费、检疫费、税收在农产品终端售价占比较高。鉴于生鲜商品易损耗的特点，生鲜商品从产地运出后亟需快速进入下游消费环节，中游流通环节越短越好。农产品直采直销依赖于产业规模效应、高度发达的农业信息化水平。产业横向协同，做大做强，依托规模化物流企业的仓储配送中转网络，减轻对传统经销商渠道的依赖，是缩减农产品流转环节、降低农产品流转成本的关键。目前，以仓储为核心的传统冷链无法满足现代生鲜零售需求。疫情催生生鲜零售新机遇，订单量暴涨，带动分拣量增长，现代冷链物流中心2/3是操作区，1/3是仓储区。阿里旗下驯鹿冷链计划在全国范围内已开通30个生鲜云仓，遍布26个核心城市，拥有100条生鲜冷链运输干线，链路缩短，打通城市末端配送。

缩短消费半径是生鲜零售下游促消费的常用策略，盒马鲜生引领体验式消费热潮。社区生鲜是“短途消费”的代表，作为小业态零售，极大地节省了消费者的购物时间。同时，鉴于生鲜商品高频、刚需的消费特征，以及社区生鲜便利店运营人员通常也是社区人员，消费的互动性会比较强，社区生鲜便利店象征着门店与消费者的“信任感”，售后问题在社区生鲜门店也比较容易得到解决。由此一来，消费粘性会增强。前置仓模式是解决调货复杂的常规措施。不同于社区生鲜，盒马鲜生属于复合型业态，既是超市，也是餐饮店，场景感强，引领体验式消费热潮，末端配送效率高。

三、菜市场与电商的生鲜品经营各具优势

信息中介职能与空间枢纽职能耦合，菜市场作为城市配套难以被取代。生鲜零售行业，一直以来，都有菜市场与生鲜电商谁优谁劣的争论。生鲜零售，无论是菜市场还是生鲜电商，都难以覆盖所有客群，原因在于定位不同。菜市场定位在于“品类齐全，供应量大”，生鲜电商定位在于“缩减中间环节，降低流转成本，满足即时性、差异化的消费需求”。菜市场通常都是覆盖特定街道、社区，是不可或缺的城市配套。当菜市场作为物流、人流、信息流的交点，地理位置极其便利时（如

毗邻高速公路，便于货车卸货），这样的菜市场就难以被取代，生鲜零售链条有多长都不再是痛点，因为品类全是其最大的优势，且断货的情况也不多见。

生鲜电商缩减中间环节、撮合交易，生鲜供应链数字化升级势在必行。生鲜电商是新零售赋能的另一种生鲜消费方式，与菜市场实则是错位发展的关系。生鲜商品品类繁多，在新零售时代，凭借刚需、高频消费特征，以及疫情催生的新消费需求，生鲜新零售市场急剧扩大，对资本和产业专业化运作机构的吸引力持续提升。生鲜新零售已然是真正能够实现原产地直采直供的生鲜电商企业，往往能直接控制数字化冷链物流平台，中间环节确实缩短，运输链路得以优化，生鲜品质得以控制，末端配送服务质量高，近距离撮合交易，提升转化率。

综上所述，生鲜产品非标准化特征、消费者个性化需求凸显，导致生鲜供应链管理难度加剧。生鲜品牌化消费趋势凸显，消费者越来越讲究原产地直采直供。当采购需求量特别大，能产生规模效应时，原产地才有意愿与平台合作。原产地直采直供直销是最大程度上缩短供应链中间环节，节省成本，撮合交易的理想状态。新消费模式要求重塑生鲜供应链，首要任务是集约化种植，冷链物流平台型企业或是生鲜零售产业链的整合者。在生鲜供应链产业链重塑的大背景下，菜市场 and 生鲜电商本质是错位发展的关系。信息中介职能与空间枢纽职能耦合，菜市场作为城市配套难以被取代。生鲜电商缩减中间环节、撮合交易，生鲜供应链数字化升级势在必行。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。