

# 农产品电商成长将跨越五道门槛

证券时报记者 张昊昱

在电商洪流几乎冲击一切商品领域的今天,农产品像水中顽石般兀自挺立。一方面,背靠产值达数万亿元的第一产业,农产品电商的前景值得期待;但另一方面,即便是阿里、京东、一号店这样的电商巨头,在这个领域的发展步伐依然谨慎。

农产品电商目前呈现怎样的发展态势,它的发展面临着什么样的问题?对此,证券时报记者日前采访了多位农产品电商从业者人士和行业观察者,他们从不同角度阐述了农产品电商遇到的问题。归纳起来,目前农产品电商的发展主要面临五大难题:发展迅速但比重较小、标准化制约大规模流通、缺乏较好的电商模式、高昂的物流成本、较低的客单价赚了吆喝不赚钱。

## 整体规模偏小

农产品电商近年来发展快速。阿里巴巴集团研究中心发布的《农产品电子商务白皮书》显示,淘宝网2010年涉及农产品的类目完成销售额37.35亿元,2011年攀升至113.66亿元。2012年,淘宝网增加了茶叶和生鲜水产两个大类目,销售额达到了198.61亿元。去年,阿里平台上农产品销售继续保持快速增长,同比增幅达到112.15%,对应交易额约为421.3亿元。截至2013年底,淘宝网经营农产品的卖家数量达到39.4万个。

淘宝在农产品电商所取得的成绩,是整个行业迅猛发展的缩影。除淘宝外,中粮、京东、顺丰等不同领域巨头都在积极布局这一领域:中粮集团旗下的我买网于2011年开通生鲜频道,顺丰速运2012年跨界上线的电商平台顺丰优选也以生鲜农产品为主,一号店、苏宁易购等电商巨头也在去年涉足生鲜电商领域。

据统计,目前全国涉农电子商务平台已超3万家,其中农产品电子商务平台已达3000家。随着2014年中央一号文件首次提出“加强农产品电子商务平台建设”,业界预期农产品电子商务将在今年得到快速发展。

尽管发展迅猛,不过身处体量日益庞大的电商行业,农产品电商所占的比例还很小。作为国内电商标杆的淘宝网,2013年完成农产品交易额约421.3亿元,这个数字在淘宝高达万亿的年交易额面前显然十分渺小,要知道,去年仅“双十一”当天,淘宝的交易额就达到380亿元。

根据国家统计局初步核算结果,去年我国GDP达到56万亿元,其中作为第一产业的“农林牧渔”产值是5.7万亿元。而据业内人士分析,目前农产品的网购渗透率仅仅在2%左右,相比服装、3C数码等将近20%的渗透率,行业前景巨大。

## 产品如何标准化

标准化是商品能够在电商市场上大规模流通的必要前提之一,然而,目前农产品面临的首要问题就是标准化。

我国农产品标准化水平程度不一。关系国计民生的大宗农产品,如面粉、玉米、棉花、菜籽等,经过了十几年的发展,大多已经形成了工业化流通的标准体系,并借之走入生产与生活的消费中。但蔬果、鲜肉、海鲜等大多数农产品,目前仍以非标准化的状态存在,难以在电商平台上形成规模流通。

作为非标准品,一些农产品的采购、物流、销售等环节,与目前成熟的标准品电商业务完全不同。中华新农人联盟“发起人、农产品电商研究者魏国峰认为,在供应链的前端,农产品源头货源不具备规模化,商品标准化程度低。多数产品没有品牌化运营的基础,从而无法进行系统性的包装和营销,不能满足流通市场的需求。

在农产品电商研究领域,魏国峰以“野地里的辛巴”这个名字活跃在各大社交网站上,是业内知名人士。他告诉记者,现在网上卖的农产品是

需要经过标准体系认证的,有认证才能销售,比如绿色标准、有机标准。这是电商市场的流通规则,也是硬性门槛。”

然而现实是,大部分国内的农业生产者都是小农户,他们没有这个意识去给自家生产的农产品做一个质量认证的背书。有的农户有这样的意识,但要么被较高的认证成本吓退,要么找不到简单易得的认证途径,因而无法实现认证。

国内农产品的标准化问题,导致了“外国的月亮比较圆”现象在行业内屡屡上演。去年,天猫预售的美国车厘子,13天订单额就达1500万元;预售的阿拉斯加野生海产也获得消费者热情地追捧,这些产品都来自国外。

由于发达国家农业现代化、集约化程度高,加上良好的食品安全信誉度,各大电商在拓展生鲜品类时,首先会考虑引进国外的农产品来增加用户粘性。据魏国峰观察,目前比较主流的B2C(商家对顾客)生鲜电商网站,其主打产品超过半数均为国外农产品。

## 探寻逐网模式

在供应链的前端,农产品标准化程度低成为流通的首要问题。而在供应链中端,单一农户难以形成规模化的货源。魏国峰认为,由于缺少懂懂农业又懂电商的专业人才和服务机构对货源进行组织,生产者和流通者中间缺了这么一环。

“一个小农户,就这么几十亩地,种出来就那么点产量,中间的沟通成本很高,电商平台不可能帮你流通。”魏国峰说。

产量是不是足够大,也是电商选择销售农产品时的标准之一。那么,像魏国峰所说的“小农户”,怎样才能让自己种出来的东西走进电商渠道呢?在货源和渠道的两端,需要一根管道进行撮合连接。

在浙江省丽水市遂昌县,有一个样本或许具有参考意义。成立于2011年的遂网电子商务公司,隶属于遂昌县网店协会旗下,如今已经成为农产品电商业内小有名气的综合服务商。

遂昌县有着优越的自然环境和丰富的农特产品资源,遂昌的冬笋曾在央视纪录片《舌尖上的中国》第一集中被播出介绍。

遂昌县网店协会副会长潘君跃在接受证券时报记者采访时表示,遂网公司成立的目的是为了整合资源,集中采购、发货、品控、仓储,打通产品和销售之间的通道。

据介绍,遂网公司搭建的麦特龙分销平台,将县域内各个合作社的优质农产品做成产品包放到平台上,而后将信息发布给有合作关系的网商会员以供他们销售,麦特龙负责统一配送和物流。

目前,遂昌县网店协会拥有1600多网商会员,200多家网货供应商,10多家包括物流、快递、银行等在内的第三方服务商。同时,遂网公司还会给农民提供种植规划、产品标准、包装设计、溯源体系,公司有团队每日跟进,帮助农民让所种的产品更好地符合市场口味。用潘君跃的话来说:“农民什么都不用管,只需按要求把东西种出来就可以了。”

目前,遂网公司已经与淘宝、沱沱工社等业内领先的生鲜电商平台建立了战略合作。潘君跃认为,遂昌的农产品电商模式解决了两方面的需求。种出来的东西能卖掉,这是农民的需求;收购来的东西能在市场上有竞争力,这是电商的需求。我们去做双方都很难做到的碎片化资源整合,去培训农民,去跟政府、跟银行、跟物流对接。”

专业的人做专业的事,让农民回归种植、养殖,让开网店的人回归到店铺运营。”这是潘君跃反复提及的。遂网公司希望将来在全国多地输出其模式,再通过云端将这些平台连接打通。而今,该模式已经在浙江桐庐的分水镇开始复制。

## 克服物流短板

电商烧钱,地球人都知道。但很



资料图

多人不知道的是,农产品电商其实更烧钱。

目前,农产品电商中比较成熟的类目,如坚果干货、零售等,由于门槛较低,竞争激烈。而被认为是“蓝海”的生鲜电商,在遭遇前端货源问题的同时,还要面对高昂的物流成本。

干线物流和末端配送是生鲜农产品流通中绕不开的重要环节。由于生鲜农产品的独特性,在配送过程中,冷库自然必不可少,同时还必须要有冷藏加冷冻的混合配送车辆,以及冷藏周转箱及恒温设备。否则,再好的商品送到消费者那里都会成问题商品。

目前国内冷链运输水平较发达国家仍有差距。据统计,目前国内仅有7万多辆冷藏车,平均2万人有一辆;而日本是15万辆左右,美国是25万辆左右,平均800人~1200人就拥有一辆冷藏车。中国物流与采购联合会冷链物流专业委员会秘书长秦玉鸣曾表示,要接近发达国家的冷链运输水平,国内至少需要60万辆冷藏车。

现状显示了我国冷链基础设施薄弱。由于缺乏满足自身配送要求且保证服务质量的第三方物流公司,大多数生鲜B2C网站采取了自建物流的策略,也就是所谓的“电配一体化”。

沱沱工社、顺丰优选等业内领先的生鲜电商平台都是自建物流的践行者。不过,自建物流随之而来的问题是,一旦规模扩张开展跨区域经营,势必加重物流建设成本。

据魏国峰透露,一个冷库的建造成本从几百万元到上千万元不等,投入较高但辐射区域有限。此外,冷库的运营成本也非常高,一个1000平方米的冷库一年的电费就要100万元左右。

对电商平台来说,与第三方物流公司合作或许是一种划算的方式。中国供应链联盟理事、汉森世纪供应链总经理黄刚认为,冷链的投入不是一般的农产品电商企业能够玩得起的,社会化、专业化的冷链物流队伍成为整个农产品电商急需的资源。

海博股份(600708)相关人士在接受证券时报记者采访时表示,生鲜电商有其行业发展的规律,离开冷链作支撑势必难以为继。而冷

## 链接 | Link |

# 农产品电子商务发展三个阶段

### 第一阶段 2005年~2012年

2005年,以易果生鲜为代表的生鲜电商起步发展;2009年,专业面向上海外籍人士的青田网上线;2010年,沱沱工社和优菜网开始运营。在此期间,国内频发食品安全事件,导致消费者对品质高、安全性高食材的需求大增,不少企业看到了这个巨大市场,在2009年~2012年之间,涌现出一大批生鲜电商。

### 第二阶段 2012年~2013年

大量资本涌入这个行业,同时导致了行业泡沫的产生,不少网站经营陷入困难。2013年初,北京“优菜网”曾经寻求转让,上海“天鲜配”被下线。不过,社会化媒体及移动互联网的发展让生鲜电商们有了更多模式的探

索。随着生鲜水果电商“本来生活”凭“褚橙进京”事件营销一炮走红,柳传志、潘石屹等各界大佬也开始玩“跨界”推出个人品牌,生鲜电商再度引起关注。

第三阶段 2013年~现在

在目前的农产品电商格局中,以顺丰优选、1号生鲜、本来生活、沱沱工社等为代表的商家都获得了强大的资金投入,并形成了各自的经营模式,例如,顺丰优选的供应链驱动型、本来生活的营销驱动型、沱沱工社的产品驱动型。云计算、大数据及2013年微博、微信等工具将为各商家提供更多的选择工具。

链、冷库的建设又十分烧钱,电商网站背后的投资机构不可能一直支持下去,这成为部分网站发展的瓶颈。去年,海博股份收购了沪上领先的农产品电子商务网站“菜管家”。菜管家是工信部首批农产品冷链信息化应用试点企业,不过由于缺乏稳定仓储配送,发展一直受到制约。

上述人士表示,海博股份收购菜管家,是基于看到产业上有有一个可匹配的机会。据了解,目前海博股份在上海已有冷库储藏量4万吨,还有在建冷库6万吨,这个冷库规模可以在上海排第二。

此外,有市场机构认为,海博拥有300多张BH货车牌照,可以通过对车辆的专业化改造,大幅提升“菜管家”冷链配送的能力,并且海博股份的大股东光明集团旗下有农场和新近并入的上海蔬菜集团,可以提供优质稳定的产品。

电商研究机构万擎咨询CEO鲁振旺认为,生鲜电商的核心就是物流,降低损耗率,提高配送体验,控制物流成本。生鲜电商很有前景,但是必然经历艰难的过程。

## 客单价解决之道

客单价(每位顾客平均购买商品金额)是生鲜农产品电商的痛点。魏国峰认为,大众水果、蔬菜、禽蛋、肉食这些产品,本身的价格就比较低,加上产品附加值不高,导致客单价较低,盈利能力不强,这是多数生鲜电商难以逾越的门槛。而高端生鲜市场,能够相应地提高客单价,但受众却很小。

数据显示,目前生鲜电商客单价如果低于200元,抵扣物流成本和流通损耗后,将是一笔亏本的买卖;但另一方面,过高的客单价又会打击消费者的购买热情。

趋势很好、总量太小、基数太低”是快速物流咨询网首席顾问徐勇对生鲜农产品电商发展现状的评价。目前部分农产品电商的定位还比较高端。本来这些有机农产品的价格就高,再加上物流成本,推高了客单价。”徐勇对证券时报记者表示,由于市场还处在培育阶段,应该有一些资本进来,初期不以盈利为目的,多去刺激消费者的需求,把市场建立起来,就像当初淘宝、京东这些电商巨头刚成立时那样。”

# 中国中冶 将大力推进混合所有制改革

证券时报记者 刘杨

中国中冶 601618 2013年实现净利润29.81亿元,顺利扭亏为盈。公司总裁张兆祥在媒体沟通会上表示,在遵循市场化原则的基础上,今年公司将大力推进混合所有制方面的试点改革,这也是公司今年要推进的重点改革工作之一;但由于公司体量大,因此试点暂时不会全面推开,将重点在下属子公司、三级公司推进。

张兆祥说,中国中冶之前已有一些混合所有制的经验,比如集团在重组葫芦岛有色的过程中,就引入了民营资本,最终民营企业在其中占股35%;公司下属河南、天津子公司也在拓展业务过程中尝试引入战略投资者。

在总结经验的基础上,公司下一步将探索员工持股、引入战略投资者等改革,在合适时机成熟一个推进一个,范围暂时仅限于下属子公司。在子公司的混合所有制改革上,将遵循市场化原则,以资本确定话语权,控股权并不是最终目标。

今年1~2月,中国中冶新签合同金额461亿元,较去年同期增长83.9%。公司副总裁黄丹解释说,外因方面,主要是几个大的冶金工程

项目,如湛江项目、日照钢铁扩产项目正好在1月、2月份开始实施;其次,城市基础设施建设、城镇化建设市场比较活跃,城市道路改造、管网改造等业务带动了公司非冶金工程业务的发展。内因方面,公司成立了市场开发部,侧重于未来战略开发,并且改革了激励机制,同时也重新调整了组织架构,新建了9个区域公司。

目前,中国中冶一些重大项目的风险已得到有效控制;南京下关房地产项目和珠海横琴基础设施建设BT项目资金占用问题已基本解决,资金的回笼改善了公司财务结构和资金状况,而且调整盘活后的两大项目也呈现出巨大的发展潜力。

对于一直处于舆论风口浪尖的西澳SINO铁矿项目,黄丹透露,随着第一、二条生产线的建成投产,中国中冶项下工作已经结束。公司已与中信泰富方签署了《补充协议四》等在内的5个文件,实现了工程移交及保函释放,对第三到六条生产线的合作做了新的安排。目前,第三方审计工作已全面启动,待审计工作结束后,将办理工程最终接收和工程结算,由此最终确定成本。而对于第三到第六条生产线的合作,中国中冶所扮演的角色也将发生变化,将不再是总承包商,而仅负责设计服务及现场施工管理。

# 紫金矿业 尝试探索页岩气等新能源矿业

证券时报记者 陈勇

受全球矿业市场低迷的影响,国内有色矿业公司利润普遍下滑。紫金矿业(601899)日前发布2013年年报,公司去年实现销售收入497.72亿元,同比增长2.8%;实现净利润21.25亿元,同比下降59.22%。

去年,金、铜等矿产品价格一路下滑,黄金价格从1700美元/盎司跌至约1200美元/盎司,累计跌幅达30%;铜价由8300美元/吨,跌至7000美元/吨附近,跌幅超过15%。金属价格持续下跌,波及国内多家以金、铜矿产为主的上市公司。

据不完全统计,黄金企业中港股公司招金矿业、灵宝黄金以及A股公司中金黄金净利降幅均达60%左右;铜企上市公司中,江西铜业净利下降32%,云南铜业亏损约15亿元。

据紫金矿业年报数据,公司2013年度矿产金和铜的产量分别为31.24吨和12.5万吨,占全国矿产金、铜产量的8.9%和7.05%,利润总额占全国规模以上黄金企业利润总额的10.66%。在资源储备方

面,公司去年新探获黄金资源61吨,铜资源40.2万吨,以及数量不等的铅、锌、钼、钨等矿产。扣除消耗资源储量,紫金矿业目前保有黄金和铜资源储量分别达到1200吨和1362.4万吨,比上年增长15.52%;海外并购方面,紫金矿业去年已逐渐步入正轨。3月27日公司海外并购项目诺顿金田发布年度业绩报告,实现净利润2247万澳元,成功扭亏为盈。紫金矿业虽然去年利润出现较大下滑,但公司金、铜产量以及利润在国内仍处行业领先地位。

面对全球矿业进入全面调整,主要金属矿产品价格持续低迷的态势,紫金矿业董事会日前制定了公司第三轮发展战略。具体在主业方面,公司明确坚持金、铜矿产为主其他金属矿产相结合的主业,同时尝试探索页岩气等新能源的矿业;矿业金融方面,董事会提出,研究矿业与金融相结合的路径,适时发起成立具有协同效应的商业银行;并购方面,公司强调,加大矿产资源和大中型矿业公司并购力度,争取实现多个超大型矿床的成功并购。力求多方面并举,确保到2030年把紫金矿业建设成为高技术效益型特大国际矿业集团。

# 中国中铁 去年净利增长27%

证券时报记者 刘征

中国中铁(601390)日前公布的年报显示,去年公司新签合同额达9296.5亿元,同比增长27.2%。报告期内,公司实现营业收入5587.99亿元,同比增长15.77%;实现净利润93.75亿元,同比增长26.85%;每股收益0.44元,同比增长25.71%。

年报显示,公司各业务板块均有较快增长,其中,基建建设业务新签订单7312.7亿元,占比79%。截至报告期末,公司未完工合同额1.72万亿元,同比增长31.8%。

2013年,中国中铁积极应对房地产宏观调控,调整开发节奏,加大销售推广力度,取得了一定的效果:全年销售额达332亿元,同比增长27.7%;全年实现销售面

积367万平方米,同比增长18.8%;实现营业收入272.9亿元,同比增长38.53%。截至2013年年底,公司房地产开发项目共计115个;公司可供开发的土地储备面积为1491万平方米,可开发建筑面积达2362万平方米。

从公司主要业务来源的铁路投资来看,2014年国家铁路将安排固定资产投资6300亿元,投产新线6600公里以上,之后的“十三五”期间铁路投资仍将保持相当规模。铁路发展将深入推进铁路投融资体制改革和建设管理机制创新。同时国家领导人积极开展“高铁外交”,一些国家计划修建高速铁路,中国政府积极推动周边国家互通互连铁路,为中国中铁发挥自身优势,积极拓展国际市场提供了新的机遇。