

马云砸21.5亿元“买超市”意欲何为？

甬城生鲜电商或风云激荡

近日，阿里猛砸21.5亿元“买”下宁波人家喻户晓的三江超市。这是继京东牵手永辉、沃尔玛，阿里入股银泰、苏宁之后，电商巨头又一次向线下实体零售业“出手”。在双方未来的合作中，生鲜电商或许将成为三江和阿里联手转型的第一记大招。



漫画 章丽珍

三江与阿里“联姻” 生鲜电商或成重点

三江购物11月18日晚发布公告称，阿里巴巴集团子公司杭州阿里巴巴泽泰拟通过协议受让、认购定向增发股票及可交换债等方式，收购其32%股份，成为战略投资者，投资额约21.5亿元人民币。根据双方签订的《合作框架协议》，三江购物和阿里将合作展开门店的设

立、升级和创新，实现零售业务转型升级，并通过合资设立公司，为创新门店提供相关服务。

三江购物称，引入阿里巴巴后，一方面可以引入互联网思维和视角，拓宽互联网业务的管理和经营思路，另一方面借助阿里巴巴集团在电子商务平台运营方

面的成熟经验，推动公司加速实体与互联网的融合等，实现公司业务战略升级。

其中，三江购物所募集的15亿元将用于超市门店全渠道改造项目、仓储物流基地升级建设项目。

而在双方未来的合作中，生鲜电商或许将成为三江和阿里联手转

型的第一记大招。

根据三江购物公告称，三江购物与阿里巴巴泽泰拟共同出资人民币5000万元设立宁波泽泰网络技术服务有限公司作为双方合作的平台，负责生鲜店的建店服务和日常线上运营（包括App运营、物流履约运营以及其他生鲜店业务运营）。

宁波生鲜市场被搅动 差异化经营各显神通

阿里和三江购物，这两大线上和线下巨头的联姻，也不出意外地搅动了宁波的生鲜电商市场。不过，宁波的本地生鲜电商们，各有各招。

自2010年以来，生鲜一直是三江购物重点布局的品类之一。去年，三江购物加工中心“攻克”了生鲜的标准话，对菜、果、肉、水产等生鲜商品的规格、品牌、克重、价格、包装等进行了统一，并从今年4月份开始，大量复制到门店。门店不再散卖生鲜，而是售卖“标准件”的生鲜商品。与此同时，去年8

月，通过入驻京东到家，三江购物就已经开始生鲜线上线下O2O的探索。据了解，目前京东到家O2O平台已上线宁波的25家三江购物门店，部分门店日均单店订单达300单，客单价50元左右，转换率达30%~40%。每月O2O线上订单额高峰期有1000多万元。

M6生鲜也是宁波市民耳熟能详的一家本地社区生鲜超市，目前在宁波的门店已有近50家，累积的持卡用户超过10万个，活跃用户超过八成。最近，M6生鲜的3家门店也将上线

京东到家。

最困扰生鲜电商们的损耗问题，在M6老总叶维水眼里却不是问题，因为10年前，他们就开始使用大数据对各门店进行管理了。

订货人员随时都能在系统中搜寻到任何一种蔬菜上周同日、一周平均的销售量，在此基础上，再对各个门店报送的数量进行微调，目前，M6生鲜综合平均损耗控制在10%以内，基本上做到无库存。M6的另外一个独特模式，是以社区冷链工作站为中心（服务半径为1公里），建立2~3

个社区店，再设立6~7个城市公共自动柜，辐射2个小区，大大缩短配送链条，从而保证生鲜的新鲜度。

主打食品安全牌的宁波三掌柜网上商城，最吸引消费者的是，每份买来的蔬菜都会配一份农残检测报告，显示商品农残指标、微生物指标、新鲜度指标等各类参数。与此同时，三掌柜开发了具有保鲜功能的冷链配送社区自助终端系统，目前已安装到研发园、高新区科技广场、新洲银座、创新128园区、宁兴大厦等写字楼和商住楼。

质量+服务+内容 生鲜电商用什么圈住用户

生鲜电商，正在越来越深入地融入我们的日常生活。买菜不用出社区，甚至不用出家门，只要用手机APP上下个单，新鲜的蔬果、海鲜马上送上门，已经成为习以为常的生活场景。

相对其他商品类别，生鲜是消费者进行消费升级意愿最高的品类。在记者的调查中，63%的消费者表示希望能够买到品质更好的生鲜产品，超过所有品类42%的平均比例。

“以前下班晚了，紧赶慢赶着还要到菜场里去买菜，现在很少碰到这样的情况了，可以提前在手机APP上下单，三江购物的很多蔬菜水果，在京东到家上买碰到有活动还更实惠些，而且一般30分钟不到就送到家了。给生活提供了很大方便。”家住鄞州区都市森林的何女士半年前第一次尝试在京东到家上购买三江超市的商品，如今已经是京东到家的忠实拥趸了。

而今后，随着生鲜电商市场的进一步发展，生鲜电商做的是食材，提供的不再是单一食材。同时要求更专业、值得信赖的产品和服务，以及创新的生活解决方案。

在生鲜电商中以强调产品的原产地性为特点的本来生活网，开始从消费者、产品和平台三个方面进行改变，实施电商社区化的运营。

“从产品运营上来说，商家变成内容的生产者。以褚橙为例，将非标准化的商品进行品牌化、内容化、故事化。同时对消费群体进行标签化，做到二次精准营销，增加客户，以此来增加购买频率。”本来生活网宁波区域市场总监刘茂高表示。

天猫生鲜也在近期做出坏单包退的服务承诺。如果消费者因收到腐烂变质商品发起的退款，由商家处理超时时间从原来的72小时变为极速退款，个别情况24小时内认证后退款，如果商家未按照天猫统一服务标准处理，天猫客服判责商家责任后，除了正常消费者退款申请，还将由天猫额外赔付100元/单给消费者。

京东生鲜则表示，未来会针对各个地区特色，提供更多个性化、精准化的服务，包括协同仓、快检实验室、专属客服24小时极速处理等。

■新闻链接 三江购物为何受阿里青睐？

为什么三江购物会成为阿里投资入股线下实体商超的第一个选择？

有业内人士认为，本地供应链、密集的线下网点是三江购物开展O2O业务的基础优势。也是三江购物能成为阿里巴巴率先投资入股的线下商超的主要原因。

三江购物是起源于宁波的传统商超，在宁波几乎家喻户晓，是许多人家柴米油盐的主要购买渠道。2015年位列中国连锁业百强的84名，年销售额50多亿元，目前拥有160多家门店。在宁波，三江购物拥有密

集的门店网络，基本上每隔500米有一家三江购物门店，区域内基本上没有与其规模及密集度竞争的大型超市和连锁商业。

阿里方面也向本报记者证实了这样的分析，阿里有关负责人表示，三江购物拥有广泛的门店网络、扎实的供应链体系和丰富的运营经验。阿里战略投资后，双方将达成优势互补的深度合作，共享各自供应链优势，全面打通商品、支付、会员、数据和服务体系，推进前后台业务系统的对接升级。

记者 史娓超