

# 家具垂直电商模式破冰 物流企业抢行

本报记者 宋笛

能在网上选购到心仪的家具固然是好事,而此后漫长的等待和安装的困扰又让一些人却步。如今的物流界正尝试着手解决这一系列的麻烦事。

来自天地华宇、德邦等企业提供的干线家具运输和来自居家通、日日顺等企业提供的终端配送以及入户安装的服务正在逐渐形成一个整体的家具服务体系。未来,通过这些体系,家具业的线上购买体验或许会与买件衣服别无二致。

## 物流企业期待较高

3月12日,德邦推出了一项“家具行业解决方案”,为家具商提供相关货物从运输、配送到安装的一整套服务。

相较于自己的竞争对手,德邦在家具物流这一分类市场算是晚到者了。从2014年12月起,新邦、天地华宇等物流企业,陆续通过战略合作、入驻天猫平台等不同的方式进入了这一分类市场。

在物流企业纷至沓来的背后,是家具电商的日渐勃兴。以家具类目排名居首的林氏家具为例,2013年双十一,林氏家具的销售额为1.1亿元,而到2014年,这一数字变为3.3亿元,增长300%。

而对于这一市场,物流界有更为乐观的判断。“在我个人看来,未来这块市场将保持旺盛的增长,并持续10年左右,毕竟习惯用电商的85后正在逐渐进入买房装修的阶段,特别是90后,他们对家具的个性化和性价比都很看重,电商是个好选择。”居家通的营销中心总监任江告诉记者。主营家具配送这一分类市场的居家通,近年来的业务增长率始终保持在300%到500%左右。

对未来增长的乐观估计让物流行业的诸多巨头对于这一分类市场抱有相当的期待。2014年年末至今年年初,家具重镇佛山举办了一系列的物流产品推介会,在这些会议上,物流界赫赫有名的人物一一在列,新邦物流董事长石浩文、居家通物流总经理蒋继东、卡行天下董事长翟国良和



总经理钱钰等均亲自上手推介自己的物流产品。

## 干线终端合作案例多

对公路货运企业而言,家具物流并非一个惯常熟悉的市场,尤其是在最终的安装环节。

据德邦相关人士表示,德邦的5包服务并非完全由德邦自己负责,在最终的安装环节德邦选择了一家“更有经验的公司”进行了合作。

与此类似的还有天地华宇,据天地华宇的孙秋平表示,目前天地华宇在家具运输这一块只能保证入户,还不能进行安装。而在3月底,天地华宇将推出从配送、入户到安装的整体服务,至于安装部分,天地华宇也将选择外包合作的方式。“我们还是希望专业的活交给专业的人做。”

孙秋平所说的“专业的人”指的正是日日顺、居家通一类在家具家电分类配送市场已经积攒经验多年的公司。而目前他们也正在成为整合干线物流终端、实现家具物流标准化的主角。

1月17日,日日顺与卡行天下达

成战略合作,由卡行天下负责干线运输,日日顺负责终端配送即安装。在2014年,双方均接受了来自马云系的资本注入,两者的结合也为马云电商构建了一个完整的家具整体服务体系。

同样的还有居家通,任江表示,目前居家通已经与一些大型的货运企业达成了合作,由货运企业提供干线服务,而居家通则负责完成家具运输的第一公里和最后一公里的配送与安装。“如何有效率的完成不同规格产品的入户安装是需要企业长期培训的,这个还是需要专业的公司来做”。

对于同一个分类市场,从货运企业和专业家具配送企业不同角度看,风景截然不同。

近日的天地华宇内部,讨论最多的话题就是偏线业务和特许经营,孙秋平对此的解释是,这两者都是在“开源”,而目的则是为了提高天地华宇对于行业的覆盖能力。

从这个角度而言,此次进入家具运输市场则是天地华宇的另一个“开

源”方式。“目前核心地区和分类的物流市场已经基本处于饱和了,对于物流企业而言,向次级市场和分类市场扩展是必然的趋势,比如家具市场,比如跨境电商和电商进村等,都是开源的方式。”孙秋平表示。

而在居家通营销中心总监任江看来,货运企业的进入给其提供的更多的是整合与合作的机会。“居家通致力于打造的是一整个家具行业物流解决方案,在这其中,希望能够对社会优秀资源进行整合,特别是在干线部分,我们的心态是开放的”。

对于“优秀资源”的定义,任江也做了一些阐述。在其看来,家具业的物流即使在干线部分也与普货的物流有一定的差异。家具属于易损品,因此家具在干线运输要尽量减少中转的次数,装卸上也要更为谨慎小心,对于货运企业的服务能力有较高的要求。

而对于家具整体运输方案最终的形态,任江也做了一些预测,“在干线部分由优秀的货运企业负责,而居家通一类的公司将提供行业服务的标准以及第一公里、最后一公里的入户和安装。”

(上接第七版)

竞争,也不愿打破目前的价格体系。“国家的政策就是扩大医保受益人群,既要加大医保投入,又要严格控制医保支出,如果外资药企不降价,就势必会被仿制药代替。”这位业内人士表示。

对此,业内人士指出,过去因为原研药单独定价等原因,外资药企对进入基药目录的热情并不高。但是随着基药目录的调整,越来越多的外企原研药已经被纳入其中,同时不少省份开始在药品招标中采取了基药与非基药“上下联动”的做法,外企只能选择降价与本土企业竞争或整体放弃这部分市场。业内数据显示,到2015年,基本药物在医药市场中的规模将达到

3431亿元,占整个医药市场两成左右的份额,而这一数字还在不断增长中。

“外资药企在湖南的中标率较高或许就是一个开始,未来外企或许会出让更多的市场给国内企业,但变化的比例有多大还需全国各地招投标结束后再观察。因为从内心讲,外资药企并不愿意丢失市场。同时国内相关部门也要在低价格上兼顾药品的质量,而在这一方面外资药品仍然很有竞争力,所以如何在这两者中找到平衡点,有关部门和药企还应继续探讨。”石药集团一位高层表示。

据医药市场调研咨询公司艾美仕市场研究公司(IMS)的调研报告显

示,目前跨国药企只占中国医药市场的24%,此数据明显低于4年前

27.7%的份额。“通过最近几个季度的观察,市场增速上外企是慢于市场平均数的,所以外企占比预计还会持续下降。”该报告中指出。

据前述外资药企销售人员表示,虽然进口药物相较国产仿制药价格要高不少,但是产品质量比较稳定,因此一线医生在为患者用药时也会倾向于外资药,如果外资药企真正放开价格,同国内药企进行竞争,凭借更好的医生口碑和产品控制,市场占有率不会下降太多,“关键就看企业有没有决心用价格换市场”。

## 全国第二批符合《铸造行业准入条件》企业展示

### 天津大站集团有限公司

天津大站集团有限公司是一个集科研、生产、销售、进出口经营为一体的集团公司。公司位于天津市津南区小站镇东大站工业区,占地面积40万平方米,建筑面积17万平方米,现有职工2756名,总资产2.8亿元,年销售收入10亿元,年上缴税金5000万元。公司主要产品有低、中、高压阀门、钢管、金属网、水泥、油漆、环保型中高档内外墙涂料等。拳头产品“力”字牌阀门,拥有铸铁、铜制、碳钢、不锈钢、塑料等385个系列,4000余种规格,适用于化工、石油、天然气、建筑等行业,产品销往全国各地,拥有56个销售办事处,123个代理商,1400多名经销商,部分产品出口韩国、美国、日本、非洲等国,连续三年工业总产值和销售收入在全国中低压阀门制造企业中名列前茅。“力”字牌阀门被命名为天津名牌产品。公司曾获得《新世纪中国优秀企业》、《全国守合同重信用企业》、《全国产品质量、售后服务信誉双保障企业》、《天津市优秀企业》、《天津市科技创新先进企业》。公司与天津大学、阀门研究所等十余所大专院校科研院所紧密合作,不断研发应用新技术、新材料、新工艺及装备,自主创新能力,研发中心被认定为天津市技术中心。近三年,研制开发新产品75项,在阀门行业起到龙头作用,并带动周边企业集群发展。公司经营宗旨是:以市场为导向,以科技为龙头,以效益为中心,以质量和服务为前提。公司的集体意志是:务实创新、科学发展、上下同欲、勇攀高峰。

地址:天津市津南区小站镇东大站村 电话:022-88625968 传真:022-28618611 邮编:300353

### 沁水县顺世达铸造有限公司

沁水县顺世达铸造有限公司成立于2006年5月,是一家冶铸一体化生产企业,从生铁冶炼到铸管加工一条龙生产,在同行业中具有一定竞争力。采用世界先进的离心铸管工艺,严格的质量检测系统,产品质量完全符合行业标准要求。公司产品通过ISO9001质量管理体系认证,单位信用等级为AA级,2011年“顺世”牌商标被认定为山西省著名商标。2013年被山西省商务厅列入“231”工程重点企业。2013年被山西省发改委评定为“循环经济试点企业”。

地址:山西省晋城市沁水县郑庄镇庙坡村

电话:0356-7031248 邮编:048202

### 宁波市恒源铸造有限公司

地址:浙江省宁波市奉化市莼湖镇楼隘一村

电话:0574-88751888 邮编:315518

### 奉化市盛源铸造有限公司

地址:浙江省宁波市奉化市莼湖镇楼隘一村

电话:0574-88751888 邮编:315518

### 内蒙古古通装备制造有限责任公司

地址:内蒙古乌海市海勃湾区狮城东街一号

电话:0473-2991987 邮编:016000

### 天津市大站阀门总厂

地址:天津市津南区小站镇东大站村

电话:022-88625968 邮编:300353

### 马鞍山市诚鑫金属制造有限公司

地址:安徽省马鞍山市博望区丹阳镇龙山村

电话:0555-6862118 邮编:243000

### 鞍山华士金属制品有限公司

地址:辽宁省鞍山市腾鳌经济开发区西一马路12号

电话:0412-5065588 邮编:114225

### 黄山恒鹰实业有限公司

地址:安徽省黄山市徽州区永佳大道41号

电话:0559-3588289 邮编:245900

### 河北兴盛机械有限公司

地址:河北省邢台市邢台县宋家庄镇宋家庄村167号

电话:0319-2764092 邮编:054011

### 扶沟世通机械制造有限公司

地址:河南省扶沟县产业集聚区

电话:0394-6309999 邮编:461300

## 物流政策加码 电商平台渠道下沉提速

实习记者 潘博

近日,交通运输部、农业部、供销合作总社、国家邮政局联合印发了《关于协同推进农村物流健康发展、加快服务农业现代化的若干意见》(简称《意见》)。鼓励、支持规模较大、基础较好的第三方物流企业,延伸农村经营服务网络,推动农产品物流企业向产供销一体化方向发展。支持电商、物流、商贸、金融等企业参与涉农电子商务平台建设,引导农村物流经营主体依托第三方电子商务服务平台开展业务。

## 电商加力建设县、村两级新网点

事实上,早在去年10月底,阿里巴巴的“千县万村”计划中的第一个县级运营中心就在“快递之乡”桐庐启动,第一个村级服务站桐庐县富春江镇金家村服务站也正式运营。去年12月底,京东将自己的第一家服务中心安放在四川仁寿县。随后便是两大电商在全国各县的加力布局,阿里巴巴正在推进的“千县万村”计划在三至五年内投入100亿元,建立1000个县级运营中心和10万个村级服务站。京东则要在2015年开设超过500家县级服务中心、招募数万名乡村推广员。与之相对应的则是农村电商销售额占电商总销售额比例不断增高。

面对看似突如其来的县级、村级网点大爆发,一位业内人士认为主要是两点原因造成的。“首先是因为电商发展到这么一个阶段,很多人就去开始尝试农村电商了。第二个是物流原因,以前核心城市和一、二、三线城市的物流都没做好,没有他们作为支撑点的话物流下不去。而现在,农村物流已经不再是农村电商的障碍,其现在已经成为了农村电商的一个争夺点了”。

但是,这位业内人士同时也认为农村物流通了并不意味着所有的问题就解决了。某个地方的物流发达是因为物流量大,规模效应产生了经济价值。但农村居住分散,货物需求人群不集中,一个区或者一个县在量和规模没有做起来之前,整个的成本和其价值是不相符的。所以,农村物流不是下不去,而是如何去平衡付出的成本和其产生的价值。

其实,第一个开设县级运营中心和村级服务站的并不是阿里巴巴,而是一个名为赶街的电商企业。“农村电商市场并非是由阿里或者京东来开启的,真正的吃螃蟹者是我们赶街。我们在2013年6月份布下第一个网点,此后经过一年多的不断摸索,才于2014年7月21日引来马云对赶街的亲自考察,在此之前先后有数批阿里高管和专家团来过赶街调研。”浙江赶街电子商务有限公司市场部负责人白磊说。

赶街的县级运营网点也在不断的拓展之中,他们计划在2015年底在全国完成6000家网点的建设和开设88家县级运营中心。

白磊表示,现在各大电商平台的渠道都在加速下沉,这是毫无疑问的。他认为,在目前以及未来较长一段时间内,农村电商市场都是个蓝海市场,暂时还谈不上各大企业的直接碰撞和竞争。但是他也同时提出,企业最大的瓶颈可能是人才的缺乏,做好农村电商其实并不难,难的是如何将成本消化掉。随着农村电商的发展,农村网购数量的增加,城乡快件数量的增加,成本自然会被摊薄。

## 农村网点建设还应遵循价值规律

对于电商大举进军农村布局县、村站点,向农村快递出货,快递物流咨询网顾问徐勇强调不能为成就电商而成就电商,而要根据农村的实际情况,以成本为导向。假如,在农村设立便利店或者小超市能够比快递网购成本更低的话,这就可能更加适合农村。

“有的地方条件不具备,就不要这样去做。尤其中西部农村特别分散的地方,快递成本是非常高的。有一个基本的数学模型就是商品的价格加上快递费高于当地价格,那么电商是没有市场的。我们应该从快递成本和农民利益同时考虑,用他们能够接受的方式逐步推进。”徐勇说。

“单价小的商品,翻倍是正常现象。大件商品,如家电等,加价动辄上千”。白磊则告诉记者,“我们有非常多这样的案例。遂昌县有一个村民靠种植花木为生。他每年要用很多培育幼苗的营养钵,大约1万个左右。在遂昌县买一个差不多5毛,一年光在这上面就要投入5000元。赶街服务站建好后,这个村民让站长帮他网上搜一搜营养钵多少钱一个,结果是2分钱一个,1万个200元还包邮。”

(下转第十四版)