

外卖平台突破拐点 “把世界送到消费者手中”

延伸产业链上下游,扩大配送品类,提高用户体验度



王利博制图

■ 本报记者 贺璐

共享经济和平台经济模式变革,以及人口红利的消退和老龄化带来的社会压力,被业内人士看做是推动我国物流业转型升级的两个核心驱动力。而将这两种驱动力导入物流业并驱动其转型发展的最佳支点是“互联网+”,既包括互联网技术,也包括互联网代表的新经济模式。

美团外卖 CEO 王兴表示,前面的 20 年,尤其是最近的 4 年时间,可以认为是互联网的上半场,以用户红利、用户规模快速增长以及用户的广度为代表。现在,则处于关键的拐点时期,接下来的下半场,不仅要依靠用户的广度扩张和数量增加,还要加大服务的深度。

发挥各自优势 抢夺市场

王兴通过美团外卖企业发展战略的转变,阐释了互联网发展的新趋势。对于外卖平台未来如何发展,已成为各界比较关注的焦点。

美团外卖负责人在接受《中国企业报》记者采访时表示,美团外卖业务各流量入口的引流,为美团点评生活服务平台提升了联动性。美团点评平台聚合了营销资源、流量资源以及成熟的用户消费习惯,可提升平台协同效应,从而可以充分挖掘用户需求和用户聚合的价值,为商家提供更加丰富的运营和推广渠道,实现商业

模式的最大化;消费者也可以根据这些渠道更便利地买到产品和享受到服务。

这不仅仅是一名配送员在做简单的运送工作,美团外卖“O2O 实时配送智能调度系统”充当起了配送员的“超级大脑”,可实时追踪配送员行进的方向和当前位置,结合当前运单和新运单的服务要求进行计算,依托配送大数据平台,采用精准画像建模,运用多目标实时调度、分布式仿真等创新技术手段,按照系统效率最高的方式分派和优化订单。美团点

评智能配送调度系统有效提升配送效率,降低配送成本。

王兴称,未来,美团点评会把配送逐渐开放,与生活服务类商户合作,除了外卖,还能把整个世界送到消费者手中。

这已经成为业界普遍想法。饿了么 CEO 张旭豪表示,饿了么现在最重要的工作是即时配送,这使他们今天不再只做外卖,还能覆盖更多品类。张旭豪举例,饿了么现在和闪电购、喜士多进行合作,将线下的便利店服务整合起来,未来饿了么也会通

过餐饮发展成全品类平台。而饿了么的 Napos(饿了么商家管理系统)有助于精细化运营。可以根据商家的实际情况,为老板制订营销方案;根据用户习惯与口味偏好,通过商家置顶等方式,让用户在最短的时间内,选定最适合自己的服务。

今年双十一饿了么正式进军物流业的举动,搅局快递业。业内人士认为,一方面为快递公司承担百万订单,缓解压力;另一方面,饿了么蜂鸟配送的即时配送,比快递物流时效性要高许多,有助于提升用户体验。

搭建完整产业链

针对饿了么进军传统物流领域的行为,快递专家赵小敏表示,“外卖与快递业的结合是必然趋势,未来二者界线不会很清楚,目前处于试探性合作阶段。”有可能诞生一批小规模更加注重同城或专业性的快递公司;对于规模比较大的外卖公司,借助快递领域,服务保障和流程更加容易监控。

美团点评负责人向记者表示,美团更重视站在整个产业的角度去思

考,为整个餐饮行业创造价值。为此,他们在两个方向做出努力:一是让产业提供新的服务,新的服务拉动新的需求,使产业产生新的增长动力;二是帮助产业提高效率,降低成本。“过去对他们来说是‘消费者第一,商家第二’,现在,准确排序应该是‘产业第一’,具象一下就是要围绕商家提供服务,商家的效率提高了,产业的效率也就提高了”。

事实上,美团已经有所行动。美

团点评今年成立了新部门“餐饮生态平台”,重点工作是建设“开放平台”,通过开放平台搜集接口需求,提出接口标准,和餐饮软件企业合作,提升与餐饮商家的合作效率。有利于推动商家更好地发展和落地,提高经营效率,带来产品改善,提高用户体验。

完善产业链已成为必不可少的一步。饿了么积极向产业链上下游延伸,饿了么上线的食材 B2B 采购平台“有菜平台”,连接更多平台和供应

商,将优质食材提供给商户;与线下连锁实体店合作,拓展下游产业链。通过与快递公司合作,延展产业链。

共生物流平台大区总经理张超认为,外卖企业进军物流市场,一方面加剧物流市场激烈竞争,资本的涌入刺激了物流行业转型升级,同时,外卖本身具有快递属性有利于资源跨界整合,优势互补,助力行业发展整合。

着眼未来 玩转“互联网+”

对于外卖平台如何适应未来新零售的商业模式,赵小敏表示,未来企业发展更加注重发展零售加贸易的综合体,大企业发展综合业务,小企业做电商或线下的专业。大的企业可以打造新零售概念,小的企业只是新零售概念上下游的分支。

王兴表示,美团点评的目标是让中国人 Eat Better, Live Better。让中国人吃得更好,包含几种吃法:比较传统的是到餐馆用餐;还有一种是人不动,食物动,食物做好送上门,所以 2013 年底美团开始做美团外卖,现在看来过去几年时间增长比较快;第三种是,把原材料送给用户,让用户在

家自己做着吃。

据介绍,目前,美团外卖日订单量超过了 800 万单,美团专送的平均配送时间为 28 分钟。

饿了么张旭豪则表示,他们更关注的是如何提升配送效率,把即时配送作为长期的核心竞争力。目前,饿了么上餐饮商家有近 70 万的商户,但是全国的餐饮在 300 多万家,目前商户的覆盖只在 20%—30%,很多商家未能覆盖到,能做的还有很多。饿了么的发展方向是全品类平台。

张超表示,线上线下融合发展还有更长的路要走,外卖如何实现线上线下场景结合,提高消费者的消费

体验是现阶段需要进一步思考和探索的。

在智能物流时代,赵小敏建议,外卖平台从长远发展要更加本地化和更加多元化,食品安全问题、配送队伍不专业等问题、配送和安检过程中成本问题短期难以解决,所以需要专业化分工,建立和完善发展体系。

在智能物流与当下移动互联网技术普及的时代背景下,外卖消费市场需求巨大。张超建议,提高物流配送及时率满足消费者更好更高的需求是外卖企业未来要做的关键;消费主导企业发展方向,互联网+高效物流、智慧物流的不断发展,外卖企业也要

高度融合发挥自己的互联网思维模式助力自己的企业持续向前发展。



欢迎关注公众号“物流前沿观察”

本版主编:刘凌林

公司



林安物流: 构筑物流互联网生态系统

■ 本报记者 贺璐

深耕物流领域多年,在物流界享有阿里巴巴美誉的林安物流通过整合资源,以信息化为核心将电子商务、电商网购、物联网应用、物流金融、第三方总部经济整合在一起,搭建起全国性的智慧物流、商贸物流、产业物流、金融物流、绿色物流、电商物流公共服务平台。

据广东林安物流集团负责人介绍,目前林安物流在全国拥有多家连锁商贸物流园且还在扩建中。这些商贸物流园区除具备物流信息化、运输、仓储配送等物流功能外,还将引入商贸、展贸、电商网购,融入物流金融和总部经济等高端业态,以促进当地现代物流和新型城镇化的转型升级和协同发展,真正打造现代商贸物流的航母和标杆。

林安模式

近年来,林安物流立足市场,探索与创新出“基地+网络、物流+商贸”的“林安模式”,发展多种增值服务,即建立“电子商务+连锁经营”的全新模式,通过提升产业层次,力图改变中国传统物流园区的做法及盈利方式。以物流园区的实体物流信息市场为载体,以先进的物流电子信息系统为纽带,以供应链一体化服务为核心,构筑厂家、商家流通一体化的产业基地群,最大限度地降低物流成本,提高物流服务效率,实现物流资源全面整合的最终目标。

搭建物流金融体系,集团成功向中国人民银行申请了第三方支付牌照,实体经济与互联网业务的融合创新模式将为互联网支付模式树立标杆示范作用。业务发展将带动物流、电子商务、租赁、购物、酒店、餐饮、娱乐等传统行业向网络经济模式转型,有利于促进物流供应链支付产业链增长。

建立应用系统,集团本着为司机货主企业提供更加方便快捷的服务理念,搭建林安物流平台和开发了手机移动端,打造强大的物流车讯、资讯数据库,通过平台的信息撮合交易,为不同需求的客户匹配最适合自己的物流资源。

同时,重视诚信体系的建设。林安物流集团于 2012 年率先提出“中国物流信用标普”的概念,并自主开发了全国物流信用标普系统,物流信用标普系统已成为全国物流行业权威、实用、安全的信用“数据库”,并成为了物流行业交易的“准入证”。

化解最后一公里难题

林安物流集团负责人向《中国企业报》记者表示,电子商务日益影响人们生活,但服务于城区以及市近郊的货物配送活动存在数量多、车况差、非法营运、组织化程度低、经营分散、哄抬价格、难以管理、车辆的实载率和运输效率低以及服务质量差等问题,建立高效、统一、诚信、有序的城市物流配送体系迫在眉睫。林安城市配送在此基础上诞生,并将在三个方面助力最后一公里。

结合林安物流信息平台,做大做深城市物流配送服务。林安集团吸纳众多快速公司在林安物流园驻点,集中收货、分拣,在取得共识后,纳入“城市配送车”系统。利用林安物流信息平台,通过网络调度中心、呼叫中心 and GPS 定位系统等子系统,综合应用物联网技术和现代信息指挥系统进行统一调度,实行共同配送。

以林安信用标普为抓手,强化“城市配送车”的信用建设问题。利用物流信用标普,对交易双方的资信和诚信等级进行评价,有效降低交易风险。建立城市配送信用数据库,方便广大用户查询和使用。按照“五统一”的要求(统一标识、统一车型、统一安装计价器、统一收费标准、统一调度),实行市区道路 24 小时通行。

此外,整合社会资源,规范管理,降低社会物流总成本。

发展“绿色货运”

日前,林安物流集团宣布推出林安速运。林安速运以广东省为试点,通过“加盟制”方式布局全国。林安速运负责人向记者表示,林安速运在商业模式、平台、货源、价格、时效、安全等方面独具优势,以加盟制方式布局全国的方式能带来网络型优势,且给整个物流业带来颠覆式影响。

据介绍,林安速运满足四方面需求:网点需求。速运领域很多专线面临困境,林安有平台、有货源,形成了全国性网络,会给这些专线带来很多增值型服务;政策引导下的需求。国家众多利好政策支持,大好的发展前景促使林安物流集团进军速运行业;市场需求。现在的物流成本高,主要是中间环节过多。林安速运希望能去除中间环节,为社会贡献力量;还有林安物流集团产业链布局的需求。

同时,林安集团打造“绿色货运”,这也是世界银行批准的亚洲唯一一家“绿色货运试点”项目。林安集团从供给侧结构性改革角度出发,不断提高供给质量,根据物流行业发展新要求,通过信息化平台降低物流发展的社会成本。信息化平台有利于化解信息不对称,解决了车辆的迂回、闲置、空载、交通拥堵、资源浪费、不诚信等诸多问题。如:货车在空载状态下在马路上行驶或路边停放,增加碳排放,造成交通拥堵。