



他们伴随鲜果市场共同成长

你与水蜜桃的距离,只差一个快递

七月,是阳山一年中最热闹的时节,四周弥漫着水蜜桃的香甜气味,这香甜的空气也为阳山带来了人气,一场激烈的“酣战”正在这里上演。阳山水蜜桃享誉世界,快递的入驻功不可没,这里也成了快递公司的必争之地。

布局

七月的阳山,装箱搬运的小工、临时聚集起来的快递员奔走在乡间小道上,快递车和小货车交替驶过,路边支满了各色遮阳棚,寄递点之间的距离不足百米。闻名遐迩的白凤桃成熟在七月,而红紫相间的遮阳棚却早在今年五月就支了起来,红色棚是顺丰快递的营地,紫色则是另一家快递公司跨越的旗帜,作为最早进驻阳山的排头兵,顺丰和跨越都做了哪些准备呢?

“好地方要靠抢,虽然现在一天才十几单,但来晚了就没地方落脚了”,一位快递小哥说。六月中旬,记者第一次去往阳山桃源村时,大量顺丰小哥就已驻扎在此。往年,顺丰的市场占有率很高,近三年寄递量直线上涨,但去年开始,跨越慢慢切入了这块市场。桃

升级

“以前天一热,桃子在路上两三天肯定坏了,水蜜桃只是包邮区的自娱自乐”,果多多农场老板吴晓波介绍,十年前快递桃子,一盒十二个装的桃子到客户手里可能只剩十只了,彼时装桃的包装随意,水蜜桃也远没有今天的“金贵”待遇。

今时不同往日,鲜果市场“井喷”的形势下,水蜜桃的寄递也益发受到重视,成为各大快递公司争抢的“香饽饽”。激烈的竞争从密集的遮阳棚上可见一斑。阳山的小道上,顺丰的红色遮阳棚分外惹眼,

市场

顺丰的抢占先机不仅是在水蜜桃上市前的两个月,早在2012年就已开始。助力水蜜桃寄递7年间,超500万单水蜜桃搭乘顺丰走向全国,运输总量超2500万吨。2014年,顺丰成立项目组,开启项目制运维;2015年,联合阳山镇政府建立水蜜桃电商村,引入电商;与此同时,推出水蜜桃寄递行业解决方案助力水蜜桃出口香港、新加坡。

“给农户牵线搭桥把产品销出去,给电商客户寻找优质供应商,这是顺丰正在做的事”,顺丰阳山水蜜桃业务负责人赵慧介绍,顺丰正在致力于打造国内领先的生鲜“商家对商家”撮合平台,通过整合产地端的优质农特产品资源,对接

园旁的小道上,顺丰的红棚旁几乎都能见到跨越的紫棚,应对跨越的“来势汹汹”,顺丰今年提前进行了保障工作,和客户对接、寄递点甚至直接驻扎在了桃园里面,农户只要把桃子采下来,第一时间就能寄走。

和顺丰的驾轻就熟不同,今年是跨越进驻阳山的第三年。比起第一年在水蜜桃上市前十天才匆忙赶来凑个热闹,经过了两年摸索,跨越今年有备而来。“今年的准备工作做得很早,去年水蜜桃销售季一结束就开始为今年的寄递业务做准备”,跨越水蜜桃业务负责人周敏表示,“商家对客户”的模式,在跨越正在受到越来越高的重视,其中生鲜享有优先配货、搭乘最早航班的特殊待遇。此外,硬件

网点覆盖超150个,收集驻店达120个,派驻自有员工和临时外聘人员4000余人,主产区投入超过25个冷柜,更有升级版的防撞包装——一体箱的组合取代了原来隔板、网套和海绵垫片的搭配。

“以前寄桃子都要到市场上,近五年来寄递点到处都有了,仅一个自然村就能看到四个棚,有的直接搬进了种植大户的家里”,农户过阿姨回忆,寄递更方便的同时,寄递效率也在大大提高。她们家一年3000箱桃子的收成寄往全国各地,即便远如长春,吃过饭寄出去,

国内优质销售平台,助力推广优质农特产品。

“除了阳山水蜜桃,无锡往外运输的时鲜货还有马山的杨梅和宜兴的百合”,无锡市邮管局相关负责人介绍,水蜜桃寄递在顺丰的品牌运作下日趋成熟,配备了专业部门设计包装和专门的运输设备,但目前来看其他大众化的产品产量不多,季节性很强,相对不集中,还没有达到一定的规模。

鲜果的特殊属性决定了对寄递过程中保鲜的要求比较高,整个快递行业目前正在探索冷链的应用,但冷链投入大,使用范围还很小。据了解,在普通鲜果保鲜的手段上,快递公司的做法大同小异,更偏向于使用冰袋和冷运车进行

提前扎营入户抢滩忙

设备也比往年有所升级,今年配备了全自动化塑封装备。

七月,当记者再次踏足阳山时,方知顺丰和跨越何以先下手为强。七月初白凤上市,阳山水蜜桃市场前的广场上,停满了大大小小的货车,而市场的两个入口处早已被顺丰和跨越牢牢把控,邮政的绿棚和德邦的蓝棚缩在了角落。没能把住市口是否意味着无单可接呢?与顺丰和跨越高调“圈地”不同,邮政的准备可謂悄无声息。“邮政依托日常配送网络,对于种植大户选择定向宣传、精准投放,上门收取”,被临时抽调到阳山的邮政工作人员史先生介绍,路边的绿棚虽然不多见,但邮政的快递小哥也没闲着,已直接通过电话联系到农户家去包桃子。

快递配送能力全面升级

第二天晚上也能到了。

吴晓波既在淘宝上做电商,也有自己的网站,多年经营之下也培养了一支稳定的客户群。据她介绍,当前外地的销量正呈逐年上升的趋势。产量稳步提升并没有给吴晓波带来压力,她表示,目前20%的增量基本都能由外地客户消化掉。“快递公司的人驻让桃子卖得越来越好,以前的桃子主要在江浙沪销售,现在全国名号打响了,不光江浙沪吃的人越来越多,吃阳山水蜜桃的地域范围也在扩大”,桃源村委工作人员惊喜地说。

整合资源,推广农产品

保鲜,通过抢时效来缓解天气对鲜果品质的影响。

从江浙沪范围来看,各家快递公司寄递效率已差距不大,顺丰和邮政仍旧占据着寄递业务的大头。“使用顺丰无形中提升了自己的品牌形象,客户收到桃子会感受到商家的认真和诚意,快递品牌的选择表现的是商家的态度”,在吴晓波看来,快递的“品牌效应”已成为了鲜果“形象”的一部分。过阿姨对顺丰的信任则源自于长年合作,“顺丰是陪伴阳山水蜜桃市场共同成长的,在本就高昂的邮费面前,贵上几块已不在意了,更重要的是让客户收到完好的桃子”,过阿姨说。

(晚报记者 陈钰洁/文、摄)

评论

生鲜快递 冷链别断链

阳山美味的水蜜桃,清晨采摘搭上快递,许多城市隔天甚至当日就能吃到。在互联网+及快递企业的助力下,阳山水蜜桃新零售模式发展迅速。水蜜桃已然有了“固若金汤”的防护和高效的运输手段,但更多的生鲜产品尚无如此高待遇。不少生鲜产品因供应链较长、产品损耗率高而产生的物流痛点亟待解决。

在网上订购的盒装草莓,15个有5个是坏的;委托快递运樱桃,客户两三天后收到的大半是烂的。类似的新闻层出不穷。消费者因吃不到新鲜水果头疼,生鲜电商因赔钱而心疼。这除了水果质量问题外,问题或多或少还出在运输过程中。

从去年开始,已有几家保险公司推广生鲜寄递保险服务,以保障生鲜产品在运输过程中易出现的产品丢失、损坏等风险。但这种发生在商品因运输受损、客户感情受打击后的事后救济模式,不利于消费者建立对生鲜运输的信任感。

如何为生鲜产品提供更高效率、更稳定的运输保障?生鲜产品销售过程中,冷链配送是块最难啃的“骨头”,不管是自建物流还是委托第三方,都难以逾越各种成本问题。在全程冷链配送中,屡有物流公司被曝光只在接货和交货时开冷气,而中间运输环节并不开冷气。两端供冷、中间断链,生鲜产品也许不会马上变质,但却让其受了内伤。这一问题在业内存在多年,商家难以监控产品温度变化,运输企业无法确保全程冷链,生鲜产品运输质量何来保障。

如果能在冷链运输中实现生鲜产品温度看得见、有据可查,商家就可以把运输过程的实时温度记录作为支付运费的重要依据,促动运输企业提升技术手段,使生鲜产品损耗降低,品质得到保障。物联网、移动互联网技术迅速发展,温度传感器、声光报警、电子标签等应用日趋成熟,在运输车辆上布置类似设备,通过网络传输实时温度数据,借助这些手段就能利于商家监控、便于企业管理。这也许是一项庞大的系统工程,但依靠智慧物流保证全程监控,建立回溯机制,让整个冷链运输不再断链,这笔功在当代、利在千秋的投入确实很有必要。(薛亮)