

源小鲜:这是一家月复购率达到80%的生鲜电商

英国伟大的政治家丘吉尔的名句“不要浪费任何一次危机”近日成为网红用语。初发于2019年底的新冠肺炎在给一些行业带来灭顶之灾的同时,也成就了一些行业。作为刚需行业,生鲜电商则成为最大受益者。

今天记者为大家介绍一家成立不到一年的生鲜电商企业——源小鲜。在疫情期间,源小鲜销量环比增长70%,日订单1000多件,粉丝增长60%,平均日活跃人数达2.8万人次。还有一个数据让同行瞩目,源小鲜的月平均复购率达到4次以上的占比60%,月平均复购率达3次以上的占比80%。源小鲜正在成为生鲜电商行业的一匹黑马。

郑报全媒体记者 谢宽

源小鲜是谁?

在物质富裕时代,产品同质化严重,让消费者知道自己是谁并不是一件容易的事情。

然而,成立不到一年时间,源小鲜做到了这一点。在消费者心目中,源小鲜是一家专业的生鲜直采直供平台,不仅提供优质新鲜的核心产区水果,还提供生鲜知识科普、产地直采旅游观光、小鲜农场定制等服务。

与生鲜巨头相比,源小鲜只做小众市场,目标群体是追求生活品质、喜欢原生态健康食材的都市白领一族。源小鲜的很多小鲜店长是宝妈,她们大部分是吃了多次源小鲜的水果后觉得很不错,才做了小鲜店长,把优质的产品分享给更多的人。



源小鲜的水果有多新鲜?

源小鲜创始人席振华曾是一家上市公司高管,是一个追求精致生活的人,在体验了高品质新鲜水果与超市水果的明显区别后,他希望更多的都市人能享受到新鲜的核心产区水果,于是毅然辞职,创办了源小鲜。通过不断实践,席振华总结出生鲜水果行业独具特色的“O2C”模式,即从果园(Orchard)直接到消费者(Consumer)。

源小鲜如何让产品更具性价比?

性价比是消费者永恒的追求。对于中高端消费者来说,性价比就是品质和口感更匹配。在这方面,席振华和他的团队没少下功夫。

只选核心产区水果是源小鲜的核心标准。为了把水果这种非标农产品尽可能做得标准化,源小鲜制定了6条原则:1.坚持核

心产区大地块(大果园)集中采摘;2.坚持精选一级以上果;3.坚持至少三重精包装;4.坚持全程贮运恒温保鲜;5.坚持用顺丰、京东等优质快递;6.坚持快速高效售后赔付,售后无忧。

源小鲜对水果新鲜度的承诺是:从田间地头到消费手中,只需要一个顺风快递的时间。源小鲜全部采用预售制,消费者下单后,果园开始采摘、精选、打包、发货,整个过程在一天之内完成。

席振华半玩笑半认真地说:仔细看下,也许你收到的大果子上还挂着前一天果园的晨露呢。

标准化的产品,标准化的价格,才能让消费者放心购买。

源小鲜能做多久?

创立之初,源小鲜就确定了不做重资产、不负盈利的经营原则。

源小鲜通过社群平台把消费者和产地果园直线连接,并严格控制费用,只留取合理的平台运营利润,把最大的实惠留给消费者,迅速积累了大量用户。而预售制为企业创造了良好的现金流。

完善的商业模式及富有效率的运营,让源小鲜受到众多投资方青睐。成立不到一年,源小鲜已完成首轮融资,估值达千万级。

社会责任让企业更长久

席振华说,源小鲜的初衷,是为了让都市人能吃上最新鲜的核心产区优质水果,未来,在初心不变、情怀不变的前提下,源小鲜要做一家专业的线上生鲜运营服务商。

在这次疫情大考中,源小鲜也交上了一份满意的答卷。

新冠疫情突如其来,很多生鲜电商受制于货源、物流,无法正常开展业务。源小鲜采用纯线上社群销售模式,签约的是顺丰、京东等优质快递,在特殊时期优势突出。更具前瞻性的是,源小鲜团队在春节前把核心果园考察了一遍,保障了年后的稳定供应。

到目前,源小鲜出货30余吨,帮助广西、河南、四川、海南等十几个省份的果农解决了产品滞销难题。

另外,做小鲜店长零投入零风险,也给很多宝妈创造了机会,让她们在获得经济收益的同时,收获了社会认同感。

有了庞大的消费群体、众多小鲜店长和稳定的货源,相信源小鲜会更快地发展。

线上看电影首映,社区小店买生鲜…… 疫情之下消费行业的



3月22日早,晨练结束后,在河南省传染病医院上班的李医生来到单位附近的早餐店喝胡辣汤。对于胡辣汤,不仅李医生爱喝,它也是很多河南人早餐中的最爱。

刚一进门,李医生感到与往常不同,早餐店的门前贴出了大大的“告知书”：“致敬白衣天使,凭有效证件,喝胡辣汤立减一元。”

一元钱不算多,但对于五元一碗的胡辣汤来说也不算少。让李医生欣慰的不是因为钱,而是社会对医护人员的一份尊重。郑报全媒体记者 樊无敌



全民“宅”家 消费行业迎来“大考”

没有一个春天,让我们如此期待!也没有一个春节假日,让我们如此难熬。

从1月24日到现在,很多人一直待在家里近两个月,即使上班也是小心翼翼,尽量自己从家带饭吃。对于餐饮、白酒等消费行业来说,这个假期太漫长了。

“疫情将对第一季度经济产生较大影响。”宏观经济研究院原副院长马晓河分析。这次疫情对于服务业的冲击是全方位的,不管是商业、酒店、旅游、餐饮还

是快递、外卖、家政等。

郑州大学教授王刚伟分析说,春节假期,本来是拉动消费增长的黄金周。有数据显示,在过去的10年里,春节假期全国零售和餐饮企业销售额从2010年的3400亿元增长至2019年的10050亿元,而今年春节的销售损失近5000亿元。

据了解,有些三四线城市的餐饮公司,可能全年有一半的利润来源是春节的团餐,所以这次打击还是比较严重

的。王刚伟说:“甚至有很多商家为了布局春节消费,提前在去年12月就做了各种基础设施的投入。”

此外,今年的春节院线更是受到了前所未有的冲击。据了解,2020年春节档备受期待的《唐人街探案3》《囧妈》《夺冠》《姜子牙》《紧急救援》《急先锋》和《熊出没7》等7部影片被誉为“史上最强春节档”。但受疫情影响,影片相继撤档,多地影院宣布休业。