



电商想方设法玩「下沉」

配送不断提速，网点不断增多

从2014年下半年起，快速增长的农村电商获得业界空前关注，进入2015年，多年来忙着构建城市大数据的电商们已然将触角伸入二三线城市郊区，甚至向国内四至六线市场进行渠道下沉。记者近日获悉，早前已经落地1000多家加盟性质县镇服务站的苏宁，已经组建了新渠道拓展中心，并将于本月底在江苏宿迁市洋河镇试点开业首家自营服务站，这也点燃了2015年农村电商市场争夺战的第一把火。

现代快报记者 王立航

为了“下沉”电商使出什么招？

元旦过后，工作在南京、老家在山东省惠民县的许梦通过快递公司给老家的双亲寄了一个小家电，快递小哥告诉他，快递公司的配送点今年起覆盖到了老家的镇上，这次的快递可以直接寄到父母手中了，再也不需要年迈的双亲到县城的物流点去上門取了。“太好了！以后给老家寄东西不仅更快了，而且方便多了！”许梦难掩激动和兴奋，一边盘算着：送货时间提速了，是不是也可以给老人家寄点南京的特色食品了呢？

许梦的经历，印证了电商渠道下沉中首要部署的物流配送环节。

2014年12月12日，京东宣布进驻河北赵县，当月18日，阿里农村网点“清远试点”正式揭牌，而早在一年多以前，拥有实体零售渠道优势的苏宁已经将农村电商的触角伸展了出去，对原先三四级市场的代购点、售后服务网点等进行升级改造，集销售、物流、售后、客服等功能为一体的苏宁易购服务站正式亮相，目前这样的

服务站在全国已经有1000多家。但苏宁的目标显然不满足于这种改造型的服务站，于是自营服务站被提上了日程。“小城市及区县的市场虽然很大，但是太散，常规级别的连锁门店很难生存，点状的服务站则更加灵活，便于实现对农村市场的覆盖。”苏宁市场相关负责人告诉记者。

记者了解到，苏宁自营服务站不同于顺丰嘿店，而是专门针对农村市场开出的灵活性高、便捷度高、服务范围广的一类门店，首家服务站有望本月底在宿迁市洋河镇落地开业。店内既有实体商品出样，又重点打造二维码、平板电脑、视频演示的虚拟出样，目的在于进一步培养三四级市场消费者的网购习惯。

自营服务站店面较小，仅100平米左右，但融合了销售、物流、售后、客服、金融、招商、生活服务、二维码出样等功能，可谓麻雀虽小、五脏俱全。同时，自营服务站对苏宁而言又是一块立体的广告招牌，对于苏宁提升在三四级市场的品牌影响力作用很大，有助于吸引大量

农村新用户。

某知名电商公关部相关负责人告诉记者，2014年渠道下沉措施是要求三四线城市物流配送服务提速，特别是TOP100的城市。过去是2-3天送达，现在全部要求24小时送达，而且要覆盖城市郊区，包括区县和乡镇。这位负责人表示，未来则继续采取自营配送+第三方平台的模式。在自营配送方面，将加大对既有区县的深耕与新区县的拓展；而在少部分目前业务量还不支持的地区，采取跟第三方快递公司合作。

“对连锁商业来说，渠道下沉最重要的方式是开店。但对电商来说，最重要的是物流和送货，是否可以下沉到每一个有购买力的乡镇。扩大送货范围和提升送货速度是很重要的。”电商业内人士坦言，在分析消费者购物习惯时我们发现，五六线城市和农村市场更愿意接受货到付款的方式，这无疑对物流送货提出了更高要求，提升“货到付款”的覆盖区域范围成为关键。

“下沉”带来的是购买力“上升”

苏宁布局农村市场，不局限于将商品卖到这些五六线城市，也着力推进农产品进城。2014年8月份，苏宁就与江苏一家专营龙虾的企业达成合作事宜，并协助对方入驻苏宁线上开放平台，后者在苏宁“8·18”大促中取得了很好的销售效果。同时，苏宁在江苏省盱眙县投产的食用菌生态农业培训示范基地获得丰收，并计划协助当地食用菌产品上线销售，面向全国市场拓

宽渠道，苏宁将通过进一步规范化的模式与手段打通农村市场销售与农产品进城的通道。

此外，电商在家电市场的渠道下沉也是不遗余力，针对农村市场分散、用户网购习惯未形成、网购环境不成熟等特征，探索流动宣传车、乡村代购点、一村一牌、App推广等多种方式，彻底激活四至六线市场的家电购买力。

电商在渠道下沉的同时，也都纷纷和家电

企业展开更深度合作。2013年年底，海尔集团与阿里巴巴集团联合宣布达成战略合作；2014年11月，海尔电视与阿里巴巴推出了海尔阿里系列智能电视；2014年12月31日，京东、美的在北京签署全面战略合作协议。业内人士分析，电商渠道下沉以及和家电厂商的互惠合作，将带来不少的利好。挖掘五六线城市的消费潜力的同时，缩减城乡的消费差距。

延伸

快递量二三线增幅最大 快递公司全国忙铺点

电商公司在物流问题上加速前进的时候，快递行业也在积极部署未来市场。申通南京公司工作人员告诉记者，现在已经感受到了市场的变化。尽管快递量主要还是集中在北上广浙地区，但是目前二三线城市的增幅很大，有地区的增幅甚至超过了北上广。

据不完全统计，截止到2014年，申通的服务网点已经达到了15000多家。江浙沪地区在两年前就已经实现全部覆盖无盲区。目前全国330多个的地级行政区也都已经设立网点。这位负责人表示，2015年申通的目标是继续覆盖全国网点，尤其是新疆、西藏、内蒙

古等偏远地区。

据了解，目前各家快递公司做偏远地区市场基本都是处在亏损状态。“快递网点铺到乡镇，成本是最大的问题。”申通负责人表示。从现状来看，五六线城市及郊区的快递量还是偏小的。尽管如此，该负责人表示还是会坚持开拓这块领域，满足偏远地区的快递需要。例如新疆哈密地区的伊吾县，一个月只有两三个包裹，而来回的物流距离有300多公里。针对这种情况，申通也会选择和当地的便利店合作，有件时再来收件，以此来减少成本。

“申通快递深入到偏远地区，也是顺应市场需求。配合电商渠道下沉的大环境，从一个侧面来刺激市场。”申通负责人介绍，现在申通也一直在和农产品对接，从田间地头采摘后直接发货减少中间环节。

记者在采访中了解到，多地政府相关部门都在积极推进电子商务向农村市场延伸，实现电商下乡、促进消费。一家快递公司相关负责人告诉记者，现在不少地方政府也都重视物流平台的建设，由政府牵头搭建这个平台，作为一个公共资源给百姓带来更多的机会。