

融资暴减,企业规模负增长 2023年生鲜电商走过艰难一年

2023年,生鲜电商也踏上折扣化路程,叮咚买菜开折扣店,盒马放弃会员制,谊品生鲜转型批发。与此同时,巨头的入局和“第一股”每日优鲜的摘牌通知,也让生鲜电商玩家稍显迷茫。

社会智库网经社4月23日发布了《2023年度中国生鲜电商&社区团购市场数据报告》,网经社电商研究中心网络零售部主任莫岱青在报告中表示,2023年生鲜电商行业的发展既有机遇也有挑战。在折扣化、巨头入局和“第一股”退市等多重因素的影响下,生鲜电商企业需要保持敏锐的市场洞察力和强大的创新能力,才能在激烈的市场竞争中脱颖而出。

■新快报记者 郑志辉

交易规模增,企业规模降

网经社电商大数据显示,2023年生鲜电商交易规模达到6424.9亿元,同比增长14.7%。2023年城镇居民食品消费支出为21878亿元,生鲜电商交易额占城镇居民食品消费支出的比例为29.4%。

莫岱青表示,生鲜电商交易规模的增长也反映了行业的竞争态势和发展趋势。随着越来越多的企业进入生鲜电商领域,市场竞争日益激烈,但也推动了行业的整体进步和升级。同时,生鲜电商企业也在不断探索新的商业模式和技术手段,以提高运营效率和服务质量,满足消费者的多样化需求。

数据显示,2023年生鲜电商行业用户规模为5.13亿,同比增长11.52%。与此同时,2023年生鲜电商企业规模为26316家,同比下降5.05%。此前的2017年至2022年企业规模分别为:10983家、15275家、20232家、25764家、27566家、27715家。

2023年国内生鲜电商行业共发生了4起投融资事件,融资总额约7200万元。涉及的平台为:猪行鲜生、猪肉隆、今普生鲜社区。2022年国内生鲜电商

行业共发生了4起投融资事件,融资总额约3亿元。2023年生鲜融资总额同比下降76%。

社区团购交易规模增长超五成

2023年,社区团购“烧钱”扩张的消息不再传出,取而代之的是撤城与转型。兴盛优选撤出广东,美团买菜、美团优选扩张全品类。此外,京东、美团等巨头的再次入局似乎让这个赛道局势更为紧张。

据莫岱青介绍,社区团购是依托社区和团长社交关系实现生鲜商品流通的新零售模式,是指真实居住社区内居民团体的一种互联网线上线下购物消费行为,是依托真实社区的一种区域化、小众化、本地化、网络化的团购形式。

网经社企业库显示,全国主要社区团购平台企业有44家(截至2023年底)。其中广东地区社区团购企业数量最多,有8家。

2023年社区团购交易规模达到3228亿元,同比增长53.71%。莫岱青称,这种高速增长可能源于多个方面的因素,如消费者对于便捷、实惠的购物方式的追求,社区团购平台在商品品质、价



VCG供图

格、服务等方面的持续优化,以及平台在营销和推广方面的有效策略等。

此外,2023年社区团购行业用户规模为6.78亿,同比增长8.3%。

“独角兽”“千里马”总估值均下降

整体来看,2023年度生鲜电商规上平台公司总值(市值+估值)约为1143.1亿元,其中,上市公司市值为3.55亿美元,“独角兽”估值为929亿元,“千里马”总估值为189.25亿元。

生鲜电商上市公司包括叮咚买菜。2023年叮咚买菜营收199.71亿元,同比下降17.55%。连续五个季度,叮咚均实现了Non-GAAP标准下的盈利,已经从2021年年度亏损30.4%,提升到全年盈利0.2%,本次公司也首次实现Non-GAAP标准下的年度盈利。2023年,叮咚买菜实现GMV(商业交易总额)219.7亿

元。此外,截至2023年底,叮咚买菜市值为3.55亿美元。

网经社资料显示,2023年生鲜电商“独角兽”为5家,分别是美菜网、多点Dmall、永辉彩食鲜、谊品生鲜、本来生活,估值分别为490亿元、158亿元、75亿元、69亿元、67亿元,总估值达929亿元。

从数量上来看,2023年生鲜电商“独角兽”对比2022年减少一家,为百果园(已上市);此外,去年生鲜电商“独角兽”总估值为254亿美元,从金额上来看,2023年同比下降47.75%。

2023年生鲜电商“千里马”(指估值不低于10亿元人民币的公司)5家,分别是朴朴超市、生鲜传奇、天天果园、食行生鲜、永辉云创,估值分别为61.75亿元、45亿元、40亿元、30亿元、12.5亿元,总估值达189.25亿元,较2022年的205.05亿美元同比下降7.7%。

厂商急救市猛推AI PC

新快报讯 记者郑志辉报道 过去一周,沉闷已久的PC市场难得再掀起一阵波澜。AMD推出了适用于商用笔记本电脑和台式机的AI芯片,苹果也有M4系列芯片曝光,预期全新Mac电脑系列或在今年年底前亮相,新款产品将能执行更复杂的AI指令。联想和戴尔这两大PC大厂则分别发布了自家对于AI PC的定义。

在这些硬件厂商的联合造势之下,2024年成为AI PC元年似乎已是板上钉钉之事。只不过,从当前的消费者和企业用户的反应来看,AI概念并没有成为打动他们马上升级换代电

脑的足够理由。

能完成AI任务的就是AI PC?

所谓AI PC,全称为人工智能个人计算机,是将人工智能技术应用于个人计算设备的新一代产品。去年9月,英特尔CEO帕特·基辛格在硅谷首次提出了AI PC的概念。他认为,“AI PC就是能玩转AI功能的PC。”

对作为芯片厂商的英特尔来说,AI PC最重要的是必须搭载它们家的第14代及更高版本酷睿Ultra处理器。据了解,酷睿Ultra处理器作为消费者获得AI算力的最快途径,其搭载了三重XPU架构,通过CPU、GPU、NPU多重算力,实现更高效的AI计算能力,英特尔也为此迎来40年来最大的一次处理器架构变革。

据介绍,目前英特尔酷睿Ultra处理器已经出货超500万片,其中中国市场贡献了40%的份额。需要指出的是,超过

价高概念新用户鲜买单

500万片出货的只是处理器,不能等同于AI PC。实际上,消费者用它处理的依然是从前的游戏,从前的文档编辑,而不是如英特尔所期待的AI语音对话、AI视频增强、AI抠图、AI绘画还有AI文章总结等,原因是相关软件应用并未到位,而基于云计算的AI公用服务又不对用户端算力有要求。

游戏玩家小李就对记者表示,从一开始就没对所谓的AI PC有任何期待,“有AI手机就够了,还要什么AI PC?”他说,英特尔因为要强推AI PC大改了处理器架构,导致新的酷睿处理器在玩游戏时频繁爆出一些此前从未见过的bug,这才是他最头疼的。

价格高昂,暂难说服用户买单

尽管如此,各大PC厂商们已经迫不及待了。

根据市场研究机构Canalys的报告,全球PC出货量连续七个季度同比下滑,直到去年第四季度出现了转折,今年第一季度,出货量同比上升了3%,达到5720万台,这一增长或许预示着厂商们期盼已久的新一轮换机潮即将到来。

联想是在AI PC领域发力及声名最大的一个。在日前的创新科技大会上,联想一口气发布了10余款AI PC产品,涵盖了联想ThinkPad、ThinkBook、YOGA、小新等产品线。

联想试图成为AI PC标准的制定者,声称它需具备五大特性,一是自然语

言交互的个人智能体;二是内嵌个人大模型;三是标配本地混合AI算力;四是开放的应用生态;五是设备级个人数据和隐私安全保护。

其他对手当然不买账。华为称其新款MateBook X Pro接入自研盘古大模型,并与超过100个AI大模型伙伴建立合作关系。戴尔的最新技术文档对AI PC不单有处理器的要求,还要求具有神经处理单元(NPU),能支持在Windows Studio中加速背景模糊、语音焦点等AI任务。

有算法工程师表示,这些厂商的AI PC产品声称的种种能力通过算法改进或者第三方应用就能达到,看不出创新性有多大。

此外,由于相关芯片成本高昂,导致当前的AI PC产品价格高昂,售价大多在1000至1500美元之间。

在国外,据媒体最新调查,部分首席信息官(CIO)对于这些价格偏高的新设备持保留态度,表示只会为特定的技术团队提供AI PC,并指出等待一段时间可以获得更成熟的产品,避免早期采用成本过高。

而在国内,有电脑城档口老板直言,大多数消费者并不清楚什么是AI PC,也很少有消费者会冲着AI来买电脑。对普通消费者来说,他们认为AI PC只是个宣传噱头,目的是用于提高售价。



VCG供图



一起了解更多
数智资讯