



盈利仍难

# 电商再次发力生鲜赛道为哪般？

## 2019年TOP4房企销售额均破5500亿元 2020年地产业或现“大鱼吃大鱼”

生鲜电商近年来受到资本青睐，但自2019年下半年以来，多家生鲜电商平台被爆经营困难，运营成本高企、同质化竞争、资金链断裂等问题导致一波又一波的“关店”。有数据显示，当前，资本对生鲜电商的发展已开始持观望态度。但在近日，生鲜零售连锁品牌“肉联帮”完成了A轮融资，由美团点评产业基金龙珠资本独家投资。是什么让巨头再次发力生鲜电商？

羊城晚报梳理发现，美团此前曾多次发力生鲜赛道。最开始在线下

试点“掌鱼生鲜”门店，2018年5月，“掌鱼生鲜”升级为“小象生鲜”，美团正式下场生鲜电商。自2018年年底开始，生鲜已成美团战略级孵化的业务。

分析认为，美团希望小象生鲜作为其线下流量的载体，实现线上线下流量的互通。然而，小象生鲜的发展并不尽如人意，不到一年就关闭了线下5家门店，占其全国布局一半以上。

随后，美团又推出“美团买菜”和“菜大全”两个新业态，前者在2019年完成了京沪深等4个城市的试点

布局，后者主打菜场代运营。

据天眼查数据，龙珠资本此前还投资了康品汇、谊品生鲜等生鲜电商企业，美团发力生鲜赛道的决心可窥一斑。

“生鲜用户与美团现有用户有着高度的重合。”网经社电子商务研究中心生活服务电商分析师陈礼腾对记者分析表示，拥有万亿级市场规模的生鲜业务引得巨头扎堆进入，盒马、7FRESH、苏鲜生等背靠电商巨头借助资本快速崛起，或许让美团看到

了机会。

美团为何对肉联帮有信心？记者了解到，主营社区生鲜零售小店的肉联帮的创始人陈生毕业于北京大学，业内称呼他为“北大猪肉佬”，曾连续创办天地壹号、壹号食品两家企业。

近20年来，陈生带领的壹号食品深耕农产品，采取“公司+基地+农户+连锁店”全产业链管理模式，实现了从产地到餐桌的保障，并积累了在猪肉、禽、蛋、牛肉等主要生鲜品类的产品认知与供应链资源。

美团龙珠资本创始合伙人朱拥华表示，生鲜零售市场规模超4万亿，也是美团龙珠重点赛道之一，龙珠非常看好陈生团队对行业的理解。

“生鲜电商行业一直面临着难以盈利等难题，大多平台发展并不顺风顺水。对于美团来说，目前也处于尝试阶段，并未大规模推进。”陈礼腾表示，此前美团更多是自己孵化生鲜产品，此次的投资将实现取长补短、优势互补，减少自营的风险。

羊城晚报记者 沈钊

羊城晚报讯 记者赵燕华报道：2019年12月31日，“2020拥抱未来——丁祖昱楼市年度发布会”在上海举行。易居（中国）董事局主席周忻在致辞时表示，未来将推动区块链、人工智能、大数据等前沿信息技术在不动产垂直领域的落地创新和融合应用。作为知名楼市专家，易居中国执行总裁丁祖昱用大数据对2019年回溯复盘，并对未来一年抛出大胆预测。他认为，2020年行业兼并重组加剧，且“大鱼吃大鱼”。

### TOP30成规模分水岭

根据丁祖昱发布的数据，截至2019年12月31日下午4时，TOP100房企的累计权益销售金额同比增长6.5%，不及2017年的40.5%和2018年的35.1%。行业整体规模增速较前两年放缓，特别是百强房企规模增长变化较大。

值得注意的是，过去几年行业集中和分化再度上演。克尔瑞数据显示，截至2019年年末，TOP3、TOP10、TOP30、TOP50和TOP100房企的权益销售金额集中度已分别达到9.5%、21.4%、35.7%、43.5%以及53%。分梯队来看，百强内部各梯队房企分化加大。

随着市场资源加速向优势企业聚集，TOP30房企已成为规模发展的分水岭。

记者对比发现，在行业竞争加剧中，恒大、碧桂园、万科、融创等房企继续发力，其中，恒大的权益销售金额位居第一，而曾是明星房企的招商蛇口却跌出前十。

截至2019年年末，四家龙头房企全口径销售额均已突破5500亿元，但增速较2018年同期明显放缓。中国恒大累计实现全口径销售金额6080亿元，碧桂园则以7715.3亿元的全口径销售额再揽行业第一，而融创首破5000亿元，2019年累计实现全口径销售金额5556.3亿元。

### 行业规模企业规模或双见顶

对2020年房地产行业演化方向，在丁祖昱给出的十大预测中，最受市场关注的是行业格局——2020年房企兼并收购“大鱼开始吃大鱼”。“所谓大鱼吃小鱼的年代进一步演变成大鱼吃大鱼的年代，未来也会如此。”

此外，预测认为，“稳定”将是2020年房地产调控政策主基调，大涨肯定不是稳定，大跌也同样不是稳定。在“房住不炒”指导下，房地产去杠杆是长期战役。房企行业规模、企业规模双见顶，整体企业在2020年增长率非常有限，部分企业甚至会出现下调。为加速去库存，渠道依赖仍将表现突出。此外，租赁市场未来空间很大，但企业需要在细分领域进行细化。

## 退休前最后一次创业 进军5万亿中国肉类市场 “北大猪肉佬”的最后野心 要从跟美团的合作发酵？

文/图 羊城晚报记者 孙晶 陈泽云

2019年年末，壹号食品旗下生鲜品牌“肉联帮”获得美团产业基金龙珠资本数亿元独家投资，一下子变成腾讯的“远亲”。与此同时，作为“肉联帮”品牌的母公司广东壹号食品股份有限公司，在去年12月也正式与商业巨头苏宁签订了战略合作协议，此前“肉联帮”已在苏宁小店开出十多家店中店。

1月2日，在广州维多利亚广场广东壹号食品股份有限公司总部，“肉联帮”创始人“北大猪肉佬”陈生带着师弟“北大屠夫”陆步轩一起接受媒体采访，畅谈退休前最后一次创业的诱惑和野心，也谈到了中国肉类行业的诸多痛点。

### 十年前就想退休 却挡不住5万亿市场的诱惑

羊城晚报：为什么选择做“肉联帮”？

陈生：我32岁就是亿万富翁了，对钱的感觉非常有限，但对事业有感觉。其实，早在2007年，我对太太说就不干了，想退休，结果又干出壹号土猪。

我今年58岁，陆步轩也55了。这个时候创业干个一般的事，我是不干的。我目前的天地壹号如果成功转到主板将有100个亿市值，壹号食品的估值也达到百亿，要是再做一个100亿的事业，一点意思都没有，我要干个不一样的事。

在我看来，中国的肉类市场从生产到销售都是分散的。中国养猪的大佬基本不卖肉，全国最大的养猪企业温氏才占市场的3%。有机构统计，中国肉类市场有5万亿以上的市场规模，但没有强有力的品牌和流通渠道。

我和陆步轩在行业沉淀了十多年二十年，由于背景和能力的特殊性，就想

要改变这个生鲜行业。举个例子，我在上海一间“肉联帮”店不到两个月改了三次。美团也就是看中我们的迭代、变革的能力。

我最后的创业，就想做一个颠覆行业的有意义的事。现在又进入了一个5万亿的市场，这个市场太诱人了，加上这个行业这么不规范，对我们的吸引力更大。

陆步轩：现在市场比较分散，无论是养猪还是养牛、养鸡，养的、贩的、宰的、卖的，各个环节都是脱节的，这样就很难形成一个品牌。但我相信在未来的二三十年内，这种情况会变化。到时候无论消费者去超市还是社区店，买到哪个肉类品牌，就是哪个厂商养的。这样就形成了一个产业链，更有安全保障，肉类更美味，而且各个价格层次都有。这就是我们“肉联帮”想要做的事。



### 生鲜的未来是怎样不知道 反正我们不想被熬死

羊城晚报：美团投资肉联帮，苏宁也跟你们合作，未来你们将有哪些新布局？生鲜的未来是什么？

陈生：目前生鲜电商没有一个敢说模式是盈利的模式，大家都有点忐忑。未来是什么我不知道，但肯定不是现在这样。有人分析，电商大佬们要熬到2025年，那些没钱的可能熬不过。我怕被熬死，要参与进来跟他们一起熬死别人。美团现在首先是钱，接下来我们会探讨线上线下的合作。还有美团自己的生鲜toB已过了百亿了，我们想将我们的鸡、牛等卖进美团的toB里。可以说，我们高层之间沟通的渠道非常畅通。“结婚”才两天，讲未来不好说。

说实话，我的两家公司还有十

几个亿现金，我对美团的几个亿兴趣不如对它的整个配送网络、流量兴趣大。

生鲜最大的痛点是配送费，一单十几元。我们为什么选美团，因为消费情景跟我们最吻合，未来我们可能借助美团的小哥，同一栋楼送外卖还可以同时送菜。

跟苏宁的合作是店中店模式，苏宁现在6000多家苏宁小店，未来还有很多想象空间。

羊城晚报：壹号食品2019年表现如何？

陈生：2019年壹号食品营收可达30个亿左右，2020年预计达50亿，“肉联帮”目标开店达到1000家-2000家，销售超过30个亿。

### B 做养殖产业上游和下游的区别 好比猪跟人的区别

羊城晚报：在中国，很多农业企业在改变战略，比如做饲料的新希望涉足养猪，温氏从养猪到卖猪肉，互联网大佬丁磊也养猪，你们凭什么认为有实力要整合全产业链？怎么做？

陈生：养猪是跟猪打交道，卖肉是跟人打交道。猪跟人有很大区别，这两个行业就有多大区别。在我看来，养猪相对容易，土猪的养殖技术要实现变革，十多年的变化不算大。

但做品牌千变万化，人的变化是无穷无尽的，要研究好消费者心理、营销、各品牌建设，是非常大的挑战。做终端非常痛苦，可以说，我往上游容易，他往下游走难。

### C 未来在广东市场 只有肉联帮和钱大妈的爱恨情仇

羊城晚报：目前“肉联帮”的情况如何？与钱大妈之间的竞争如何？

陈生：2012年，我就跟团队说农贸市场要被互联网所颠覆，于是我们开始对生鲜连锁展开实验。我们自己做亏得一塌糊涂，中间碰到很多坑。前年我们开始自己开店、收购，去年确立了“肉产品优质高价+其他产品低价”的组合模式，全力打造社区生鲜品牌“肉联帮”，并在广深、沪杭、厦门等多个城市

布局，旗下已经拥有近500家门店。

目前，“肉联帮”500家店四成是直营的。去年12月，“肉联帮”一个月营业额有1个亿，目前每个月都新开几十家店，我们将在2020年3月将旗下生鲜超市品牌统一为“肉联帮”。

羊城晚报：最近生鲜超市出现了店关现象，你们如何看待与钱大妈的竞争？

陈生：肉联帮的面积是50平方米

-100平方米，规模跟钱大妈差不多，钱大妈目前约有1700多家店，京东投资了它，钱大妈把我们当成最大的竞争对手，我则认为我们之间是良性竞争。

有句话“神仙打架小鬼遭殃”，在广州丽江这个楼盘，钱大妈和“肉联帮”各开四家门店，其他生鲜超市还有空间吗？未来，我想在广东市场，只会是钱大妈和肉联帮的爱恨情仇，其他的故事是插不进去的。

### 工银瑞信基金荣获“最佳FOF投资团队”等两项大奖

近日，“2019东方财富风云榜”颁奖典礼于成都隆重举行。凭借领先的综合实力、专业的投研能力、良好的业绩及在FOF投资布局上的突出表现，工银瑞信基金荣获“2019年度最佳基金公司”以及“2019年度最佳FOF投资团队”等两项重量级大奖。

作为行业综合实力领先的超大型基金公司，工银瑞信一直致力于完善业务类型，以期为客户提供更全面、更丰富的理财服务。随着投资工具的丰富和产品策略的多元化，FOF基金作为

资产配置的分化投资工具，发展渐盛。如11月份工银智远FOF实现45.31亿元的首募规模。截至12月27日，市场上共有FOF基金（包括正在发行的）87只，总规模超过360亿元，较去年末增长逾2倍，其中工银瑞信旗下FOF基金规模市场占比逾13%，居行业前列。

FOF基金更强调团队管理和合作，以更好地发挥多资产、多市场研究的优势。工银瑞信高度重视，2017年初即组建FOF投资部，聚集了一支具有国际投

资视野、深谙国内实战经验的FOF投研团队。工银瑞信FOF投资部负责人蒋华安曾在社保基金资产配置处任职，多次参与或负责制定了社保基金战略及战术资产配置计划，具有多年资产配置和管理人选择实践经验；副总监黄惠宇女士则先后在美国君安、GMO任资深投资专家，具有多年全球大类资产配置实践经验。团队其他成员背景丰富、互补性强，涵盖资产配置、基金研究、量化分析多个方面，为FOF基金的投资运作提供了重要保障。

### 2020年配置债券资产正当时

2020年新启，如何调整布局资产也成为大家关心的重点。受到市场广泛共识的是，随着权益市场在2019年的全面估值修复，希望再在2020年获得全线上扬的拐点恐怕不易。在权益市场结构性行情中寻找超额收益机会的同时，重新配置债券资产加强组合防御性，守护前期收益或是不错的选择。

据悉，过去6年债券投资管理地位居行业前列的兴全基金，2020年首只产品——兴全恒鑫债券型基金正在发行中，值得预期配置债券基金的投资者关注。

### 新华基金：坚守价值投资十五年

近日，新华基金“新财富·新声音2020年投资策略会暨十五周年庆典”活动在京举办。新华基金董事长张宗友、总经理刘全胜、投资总监崔建波等多位重量级嘉宾出席活动，不仅对2020年证券市场进行了分析，同时也在新华基金成立15周年之际，展望了公司未来发展蓝图。

2019年是新华基金成立15周年，同时公司也迎来了新股东天风证券。刘全胜在会上表示，新华基金将坚持把投资者利益放在第一位，以绝对收益为目标，坚持长期的价值投资理念。

### 农银汇理赵伟：医药投资机会集中于创新

正在发行中的农银创新医疗混合基金（基金代码：008293）拟任基金经理赵伟近期指出，医药股具有强者恒强的特点，未来医药股的机会集中在创新药和医疗服务两大领域。

截至12月17日，赵伟管理的农银汇理医疗主题基金今年以来收益高达85.14%（成立以来回报率61.83%）。赵伟从事过医药行业，做医药行业研究员的时间比较长，偏向于基本面交易，对个股估值的高低有容忍度，他坚信好公司有好价格。

### 申万菱信量化对冲基金获批

近日，申万菱信基金管理有限公司上报的“申万菱信量化对冲策略灵活配置混合型发起式证券投资基金”已正式获批，成为时隔三年多的公募量化对冲基金再度获批的基金之一。申万菱信表示，此次量化对冲产品的正式获批，是公司扩充量化

### 景顺长城获批公募量化对冲基金新产品

公募量化对冲基金时隔三年再开，景顺长城量化对冲三个月定期开放混合型发起式证券投资基金日前正式获批。景顺长城旗下拥有9只量化公募基金，近年来凭借出色的超额收益赢得市场对其量化投资能力的广泛认可。

### 景顺长城获批公募量化对冲基金新产品

据了解，景顺长城在量化对冲方面已拥有5年可追溯的优秀历史业绩。景顺长城拥有成熟的基本面量化模型，在市场的检验中，几类模型在各类因子上取得均衡，同时风险暴露得到严格的控制。

好日子是干出来的

诚信为本 童叟无欺

中共广东省委宣传部