

# 累计亏损84亿元 仅剩55名员工 昔日生鲜巨头每日优鲜还能撑多久

■中国城市报记者 张亚欣

昔日生鲜巨头正深陷经营困境。

近日,每日优鲜在纳斯达克提出退市合规警告期限的最后一天提交了公司2021年财报。财报显示,2021年每日优鲜净亏损为38.49亿元,千人员规模缩水至55人。

上市不足一年半,每日优鲜缘何从生鲜零售头部活跃平台之一跌至被迫出售全部核心业务的经营低谷?除连年亏损外,每日优鲜官司缠身,内忧外患下,其未来还能否逆风翻盘?当前严峻的全球经济压力之下,生鲜赛道日益拥挤,如何构建生鲜赛道下半场护城河?

## 运营成本过高,连年亏损

自今年7月关闭前置仓业务后,每日优鲜负面消息频传。先是曝出大幅裁员,紧接着又被曝出北京总部人去楼空的消息。

为保住“上市公司”头衔,每日优鲜在纳斯达克提出退市合规警告期限的最后一天,提交其公司财报。数据显示,2021年每日优鲜净亏损38.50亿元,2020年同期为净亏16.50亿元,亏损同比扩大133.33%。

每日优鲜在财报中称:“我们过去遭受了重大损失,公司2019年、2020年及2021年的净亏损分别为人民币29.094亿元、16.492亿元及38.498亿元;2019年、2020年及2021年经营活动使用的现金净额分别为人民币19.669亿元、16.118亿元及25.89亿元。截至2019年、2020年及2021年12月31日,公司流动负债总额分别为24.188亿元、28.978亿元及

32.993亿元。”也就是说,三年时间每日优鲜累计净亏损超84亿元。

实际上,每日优鲜自其上市起就状况不断。2021年6月,每日优鲜在美股上市,但上市当日遭遇破发,随后股价一泻千里;今年7月后,每日优鲜更是陷入多重危机,社交平台出现“生鲜电商每日优鲜内部宣布公司解散”的消息,每日优鲜APP在包括北京、上海、天津等多地无法下单,且售后页面显示暂无客服在线;8月,北京市消协约谈北京每日优鲜电子商务有限公司。

昔日生鲜巨头缘何沦落至此?

“每日优鲜的问题,既有其本身运营模式的问题,也反映了整个生鲜电商所面临的困境。”天使投资人郭涛在接受中国城市报记者采访时表示,每日优鲜比较突出的运营特点是前置仓模式,其优势是配送快、用户体验好,基本上半个小时左右送货到家。但弊端也很多,比如前置仓模式会产生大量的固定资产投资,运营成本更高,需要不断地烧钱以维持运转,亏损也因此不断加大。

财报显示,去年全年,每日优鲜的总成本与运营费用达到108.12亿元,同比增长近四成。

和弘咨询总经理李志宏在接受中国城市报记者采访时表示,每日优鲜之所以在纳斯达克上市,背后很重要原因就是其在一级市场很难通过私募股权的方式实现融资,寄希望于通过上市,在二级市场拿到融资,为企业续命。但是上市后,其股价大跌,再加上为维持其自身发展,不断烧钱、越烧越多,因此就出现了这种状况。

## 融资不易、自救困难,每日优鲜“摇摇欲坠”

除了经营困难,每日优鲜还官司缠身。

此前每日优鲜在快速发展的过程中,曾招揽了大量员工。财报显示,截至2019年、2020年、2021年年末,每日优鲜拥有的员工数分别为1771人、1335人、1925人。以截至去年年末的1925名员工为例,其中涉及每日优鲜极速达业务的员工多达1472人,涉及人力和公共关系人员为205人。尽管每日优鲜的员工规模在此前的几年内始终保持在千人以上,但截至2021年财报披露日,每日优鲜共有55名全职员工,相较之前庞大的员工规模已大幅缩水。

同时,每日优鲜与多数被遣散员工之间存在劳动纠纷,主要集中在欠薪及社保公积金欠缴等情况。财报透露,截至今年10月31日,以每日优鲜子公司为被告,由供应商提起的诉讼约616起,由员工或前员工提起的劳资纠纷约765起,总计金额约8.127亿元。

此外,天眼查数据显示,北京每日优鲜电子商务有限公司、常熟每日优鲜电子商务有限公司均涉及多个法律诉讼信息,案由多为买卖合同纠纷、房屋租赁合同纠纷等。其中多份判决书显示,常熟每日优鲜公司被判返还多家公司货款数万元至数百万元不等。

值得注意的是,每日优鲜的高层也并不“安定”。天眼查显示,早在今年7月,与每日优鲜“大调整”同时进行的还包括公司高层的调换。其中,创始人徐正、副总裁李漾、COO孙原、CFO兼合伙人王

珺以及另一位联合创始人曾斌集体卸任了每日优鲜母公司董事、经理和监事职位。同一天,曾斌也卸任了母公司法人职位。

遍地官司、高管变动频繁无疑令增大了外界对每日优鲜的猜想空间。

实际上,每日优鲜从未放弃过自救。据其财报披露,7月14日,每日优鲜与山西东辉集团达成股权战略合作投资合作协议。根据协议,山西东辉集团或其指定子公司将向每日优鲜进行价值2亿元人民币的股权投资,但公司并没有像预期的那样取得资金,因此,每日优鲜不得不对业务进行调整,包括关闭极速达业务以及进行人员优化。

人员优化的背后,也透露出每日优鲜难以自救的困境。人员严重不足,令每日优鲜在全国范围内关停了其前置仓模式下的极速达业务,配送时间变更为“最快次日送达”,后续许多用户发现无法在每日优鲜APP内下单。

在郭涛看来,在资本寒冬和生鲜电商加速整合洗牌的大背景下,每日优鲜难以获得新一轮融资,而进行新业务或新产品创新需要的探索周期也较长,在短期内难以挽救已经摇摇欲坠的公司。“当前,每日优鲜品牌有较高的知名度和相对成熟的运营模式,如果能力及引入有实力的大型零售、食品企业进行重组,优化供应链体系,降低运营成本,或许能挽救公司。”郭涛说。

“由于每日优鲜资产负债极高,这种情况下很难有外部投资机构为其注资续命。”李志宏认为,靠每日优鲜自身走出困境较难,只能依靠重组的方

式令其恢复活力。

## 如何构建生鲜赛道下半场护城河

实际上,不仅是每日优鲜,生鲜电商的日子都不好过。

经梳理,记者发现,各大生鲜电商一路收缩市场。从今年5月开始,叮咚买菜相继撤出了安徽宣城、滁州,河北唐山,广州中山、珠海以及天津市场,10月,叮咚买菜又关闭了厦门市场;今年4月,盒马社区自提业务盒马邻里陆续撤出北京、西安、成都、武汉四座城市,10月,关闭了杭州和南京两个市场,目前仅剩上海市场;京东旗下社区团购平台京喜拼拼在今年3月就已经历过一轮撤城,从20多个省份缩减至北京、山东、河南、湖北四省市,目前,惊喜拼拼自提业务也仅剩北京、河北廊坊、河南郑州三城业务。

生鲜电商的集体撤退也引发业内关注和反思,究竟什么样的商业模式才能令生鲜赛道上玩家长久地生存下去?

“从整个生鲜电商的业态来看,生鲜产品利润率低、损耗率高,普通大众消费者对价格又比较敏感,这些都决定了电商经营者面临着获客成本高的问题,需要不断烧钱、搞地推,推出优惠活动甚至打价格战来培养用户消费习惯和用户粘性。”郭涛坦言,生鲜电商被视为最后一片电子商务的蓝海,但至今未探索出成熟的商业模式,从田间地头到餐桌的中间环节没有减少,成本没有降低,也没有发挥出电商的独特作用,需要进一步探索适合生鲜产品的电子商务发展模式。初步看来,集生产、加工、销售和溯源等一体的智慧农业平台具有良好的发展前景。

“探索出一种除长期烧钱以外的商业模式,才是这个赛道的重中之重。”农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅在接受中国城市报记者采访时认为,目前,生鲜电商的主要业务是线上生鲜售卖,并未大范围涉足预制菜这一领域。而预制菜的盈利能力和增长空间能够为生鲜电商“厮杀江湖”带来生机。“生鲜电商必须以盈利为目标,解决烧钱卖菜不赚钱的问题;而预制菜如果成功,可以为生鲜电商企业带来很大的缓冲空间。生鲜电商们需要的是更好的产品,更优质的供应链,更好的模式。未来要以质换量,告别烧钱补贴,才是生鲜电商下半场的打法和不出局的防护衣。”袁帅说。

## 浙江德清： 助企纾困车间生产忙

11月25日,浙江省湖州市德清县钟管镇南舍工业园区内一家纺织企业的工人在生产车间工作。今年以来,钟管镇针对企业生产经营中出现的困难,积极做好助企纾困工作,因企施策,实施精准服务,确保企业生产经营活动正常运行。

人民图片

