

“双11”物流大战之后，家电物流有人欢喜有人忧！

11月16日，日日顺供应链提交IPO申请，拟登陆深圳创业板。去年营收近172亿，净利润近6亿，拟融资32亿，覆盖1000座仓库、15000条干线，5000个网点。

日日顺也是从家电制造老兵张瑞敏旗下海尔孵化成长的家电物流老兵，终于快熬成正果了。不过，并不是每个家电物流老兵都可以熬成正果。

对苏宁来说，今年是创始人张近东辞职后的第一个双11，而苏宁物流已易主。对国美来说，今年是创始人黄光裕归来的第一个双11，国美旗下安迅物流正危机。



黄光裕回归前后，国美复兴计划以“线上、线下、供应链、物流、大数据&云、共享共建”六个平台为抓手，推进“真快乐”和“家·生活2.0”战略的落地，打造全零售生态共享平台。

但半年过后，安迅物流CEO韩磊离职。韩磊曾数次向记者强调，之所以加入国美，就是因为对创始人黄光裕的期待。但如今“人心散了”。

黄光裕发力电商心有余而局难破，关键在于安迅物流上游的国美在线（真快乐等）在新零售市场已无号召力，流量不足，物流需求不足，无法给安迅形成倍增的规模效应。

2012年，国美安迅物流成立一年前，苏宁物流从苏宁物流配送事业部独立，正式转型为家电第三方物流企业。

苏宁物流也是国内最大的运输及配送物流车队之一，曾经收购桐庐系天天快递，获得一张全国性快递牌照及国内150多个区域性快递牌照，一度成拥有快递牌照最多的电商企业。

但苏宁易购线上业务发展没超越破京东商城，苏宁快递及物流主要服务于苏宁自身的零售业务，没有大规模综合电商销量支撑，苏宁快递品牌也逐渐匿迹。

二、物流地产：被冲击的供应链中枢

近日，京东斥资4400万英镑（约合3.68亿元），收购了英国最大连锁超市Tesco位于英格兰北部城市唐卡斯特的一个温控仓库，显示了刘强东在物流地产上的大手笔。

而国美和苏宁在物流地产资产方面也可以称得上是“老对手”。

国美家电巨头的江湖地位让安迅物流积累了遍布全国的中大件商品物流网络，服务覆盖全国31个省、自治区和直辖市，拥有10大自建物流基地，全国仓网数量5327个，仓网面积达到2千万平以上。

物流地产为安迅物流迈向供应链物流提供了保障。仓储是安迅物流核心优势，自建物流基地成为供应链的中枢，既可服务全渠道，又能进行库存管理、系统优化。



随着苏宁整体的失势，苏宁秒达缺乏后续资本弹药，10月21日，苏宁易购宣布成为正式入驻美团平台，成为首家家电3C品类大型连锁品牌。这或许也意味着苏宁易购也放弃了自建即时物流平台。

（2）国美“闪店送”

2020年7月，“苏宁秒达”已经上线两年，国美推出了“闪店送”。在国美APP改名为“真快乐”发布会上，国美零售CFO方巍明确的指出：“快”是以准时送达为基础、快人一步的“闪店送”等快送服务。

得益于国美的中大件物流服务优势，“闪店送”将“前置仓”功能赋予门店，

通过2600多个门店实现了3-5公里网格化运营，实现了“闪送”。

2021年7月，国美对原有的“闪店送”业务进行了升级，成为“国美快递”。消费者在真快乐APP下单购买3C、小家电等中小件商品，由国美快递送货。

未来怎样？不得而知。物流就是商流，国美和苏宁要涉足即时物流，不止意味着面对传统电商巨头压力，也要面对本地生活服务电商压力，美团已经发展到从送外卖到送万物，未来也势必切入家电，与国美和苏宁争夺商流。

四、供应链金融：苏宁金融和国美金融

供应链金融实质是提升供应链内部资金效率，达到多方共赢。

而国美和苏宁作为电器巨头，拥有深挖供应链，进军金融业的先天条件，通过“链主地位”，国美和苏宁可以协调整链的物流、商流、信息流和资金流，提高整链竞争能力。

在立足自身的零售场景和仓配物流网的基础上，国美和苏宁都致力构建“生态圈”，成为供应链金融领跑者。

(1) 国美金融

在杜鹃与国美老臣们布局下，2014年国美金融（现国美信科）成立。立足国美电器线下的1600余家店，国美金融的初期发展获得了有竞争力的场景与客源，后逐步推出消费金融、供应链金融、理财、保险、基金以及跨界创新六大产品体系。

供应链金融是国美金融主打，围绕内部供应链金融产品开发上贴合上下游企业的需要，曾开发出账云贷、信云贷、货云贷、票云贷四款供应链金融服务产品，后重点打造供应链金融平台“美易融”。

但这一切的引擎都离不开商流，没有商流就难有应用场景支撑。面对国美大厦危机，金融企业也被拖累。截至今年9月，国美金融阵营的国美小额贷款有限公司（国美小贷）先后3次股权出质，合计5亿元股权被质押。

(2) 苏宁金融

苏宁转向综合零售以来，张近东反复强调“要自上而下聚焦零售主航道、主战场，深挖供应链、全场景运营。”而苏宁物流的物流生态也为苏宁金融扩展供应链提供了保障。