

文·李欣宜

東南亞生鮮電商 搶賺台灣人買菜錢

本地電商不支倒閉，代購同行仍登台

只做代購，沒貨源，沒倉儲，卻有信心搶攻台灣業者拿不下的市場。毛利低、限制多讓生鮮電商陷入困境，但印、星電商以新模式來台。

限制多，運費高，再加上產量重，右承表示，生鮮電商毛利低，電商的「愛上新」執行長張鮮商的困境與挑戰。同是生鮮電商的甲地的死亡，暴露出生鮮門大吉。

中國千四家，僅1%獲利，生鮮，電商最難的一塊。

都沒想到，它會這麼快就關。獲得十部金網獎，去年又得甲地接連獲獎，二〇一四年，終未能轉虧為盈。過去五年，的努力不夠，以致營運狀況開始的營業公告寫著：「因為我們停在甲地網站上，貼出的費倒閉，震驚電商業界。

農產電商甲地無預警，一月初，經營五年的生鮮

之深。張右承說。經營中間的know-how非常難，鮮有強大需求，可是很多人不數出，算是預期中事。更難經營，吉甲地經營五年來規模不大，原本就比一般電商

而來的生鮮代購業者，卻有一家在遠從新加坡，Honestbee（蜂窩登台，殺入鮮的生意規模高達一千萬元，金發在未來三年要



代購生鮮的概念類似Uber，大部分代購員是兼職，沒倉儲、物流，資產負擔輕。圖中為樂鮮執行長 Ronald Chan。

在，投入五億元，金發在未來三年要

最困難的鮮下手？這兩家外來的業者會挑選內，狀況與去不遠，顯地顯示虧損，幾乎獲1%的電商，中四千家生鮮電商，但是，生鮮商堪稱最難做的市場。

正式敲響國內生鮮代購市足，戰場。

發台滿月「戰績」，火藥味十

代購，倉儲，成本大省 沒貨源，倉別於舊模式

冷鏈物流的經營壓力，他們或鮮代購沒有貨源、倉儲或電商非同尋常。

通業者，或像甲地等生鮮代購業者，與經營電商的鮮，是目目前台灣唯一的「代原，誠蜂樂鮮只做二代