



生鮮電商經營之道

愛上新鮮 執行長
張右承



品牌介紹

- 2013年1月開站
- 「淨食文化」為核心理念
- 擁有專業食材採購團隊
- 台灣第一間提供24小時到貨 & 超商冷凍取貨的生鮮電商

The screenshot shows the i3Fresh website interface. At the top, there's a navigation bar with the slogan "全台24h 快速到貨" (Nationwide 24h fast delivery) and "嚴選安心食材 專家品質把關" (Strictly selected safe ingredients, expert quality control). Below this is a search bar and a customer service line: "02-23210311". A horizontal menu lists various categories like "健康零嘴", "熱銷排行榜", "旬味蔬果", etc. A promotional banner for a "揪團達標瘋狂送" (Group purchase target crazy gift) event is visible, offering a 10% discount on purchases over 1000. The main product featured is "頂級有機紅肉火龍果" (Top-grade organic red dragon fruit), with a price of \$725 per box. A circular badge on the product image says "草生栽培 鮮採直送 TAIWAN BEST".

營運里程碑

2016: 年營業額突破2億元

2015: 年營業額突破1億元 成長率
60%

會員超過15萬名

2014年: 全年度轉虧為盈

退貨率達0.1%

2013年: 開站60天營業額超過1000
萬

營運紀錄



月銷售20,000片牛排

日銷售5000台斤(一萬盒)



清楚的真實商品圖

同樣都是800G~1000G大小差很多

•包冰率30-40%

•包冰率5-10%



其他團購平台

VS

勝

愛上新鮮

面積約為
人臉大小
真實商品為真空包裝



厚度接近“50元硬幣”



每片長度約為“20CM”



不只是賣食材

無膨發蝦仁怎麼區分？



無膨發安心白蝦仁

蝦肉不會看起來非常膨脹飽滿

表面的斑點依然清晰可見

蝦仁本身有明顯鮮蝦味

市場上膨發過的蝦仁

- 表面的斑點被膨發劑膨脹到幾乎消失
- 蝦肉被膨發劑破壞纖維組織，讓蝦仁看起含水量非常豐富
- 蝦仁本身幾乎無蝦味，需靠料理調味才有味道

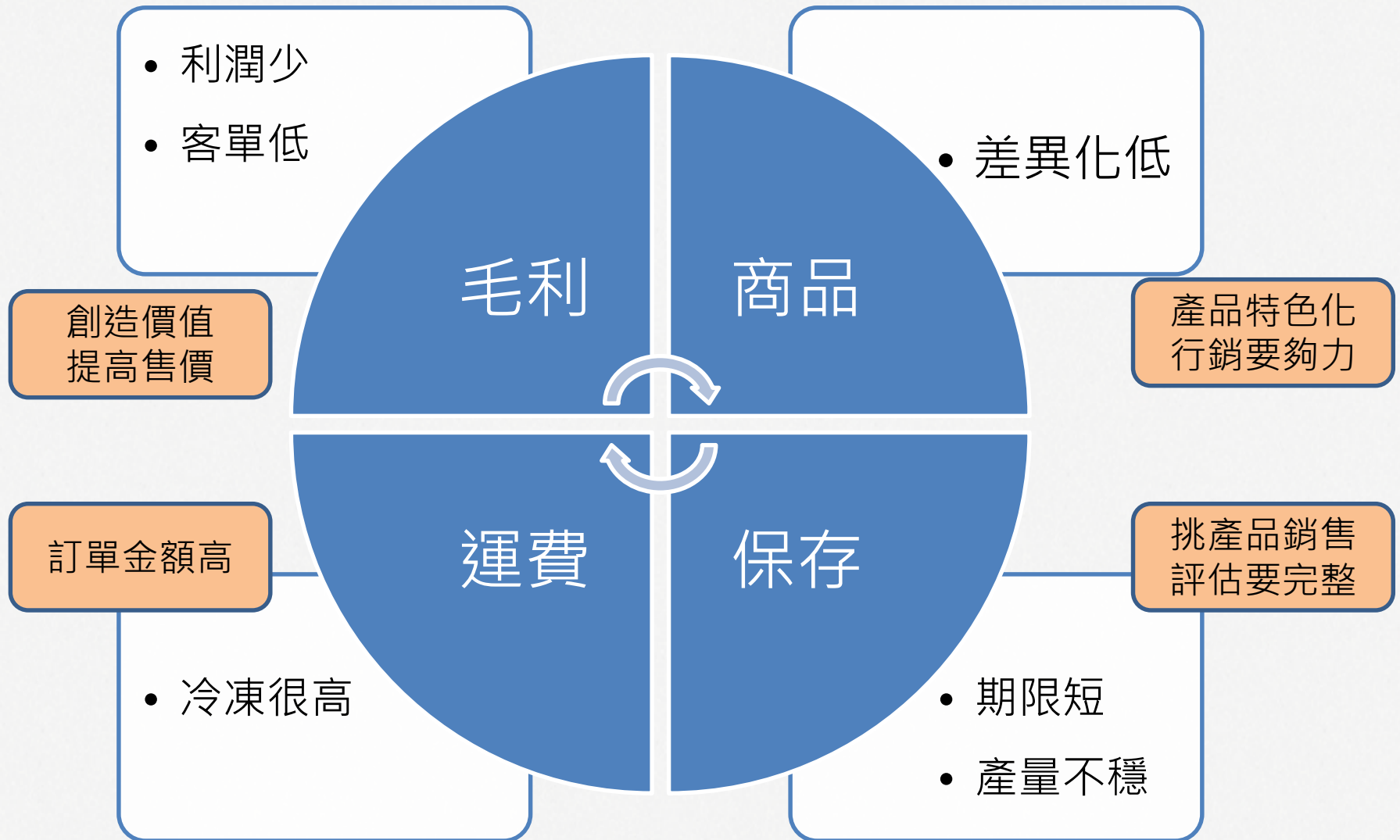


媒體報導

- TVBS — 上班這檔事
- TVBS — 一步一腳印
- 三立財經 — 富郁向錢衝
- 年代新聞 — 向錢看
- 東森新聞 — 新聞專訪
- 蘋果日報 — 新聞專訪
- 數位時代 — 創業小聚專訪
- Facebook — 成功案例



生鮮電商四大難題



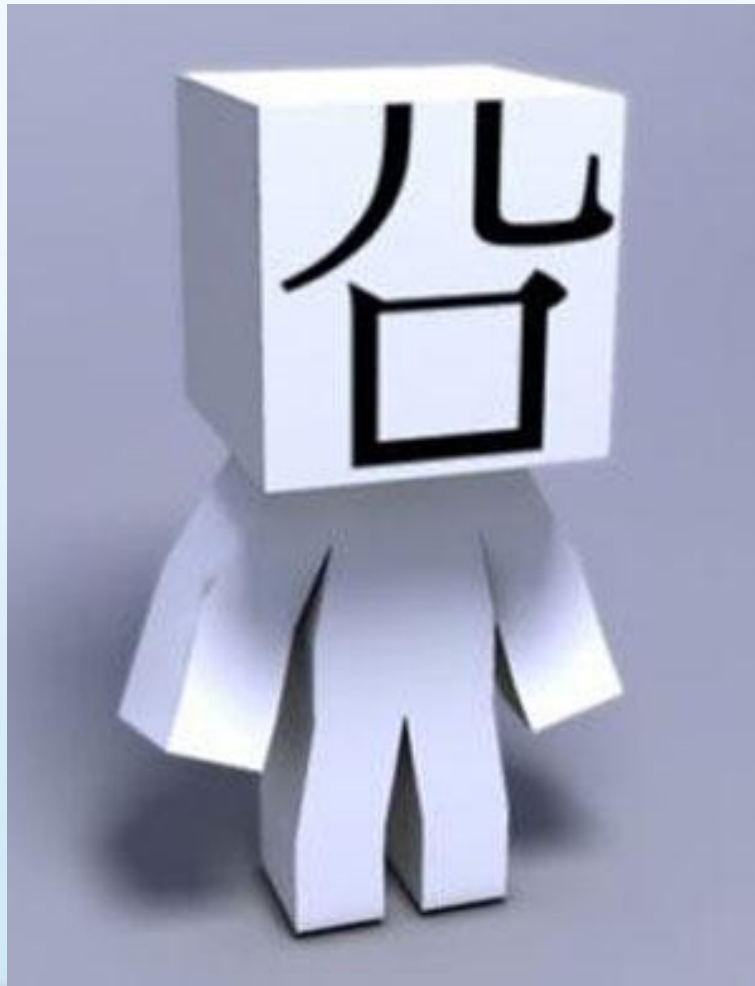
什麼你想要做電商(數位行銷)



90%的人都會這樣說



事實上電商比實體店還難做





狀況描述	營業額100萬	客單價 1000元	每月1000張訂單	退貨率1%
	電子商務(毛利50%)		實體店(毛利50%)	
人事成本	美編	35,000	店員	35,000
	行銷	35,000	店長	40,000
	工程師	50,000	採購	30,000
	會計	35,000		
	採購	35,000		
	包裝人員	30,000		
	客服人員	30,000		
		費用	250,000	費用
固定成本	辦公室房租	30,000	店租	100,000
	倉庫	30,000	水電費	20,000
	水電費	20,000	保全	2,000
	金流費	20,000		
	物流費	100,000		
	系統費	10,000		
		費用	210,000	費用
浮動成本	廣告費(20%)	200,000	廣告費(10%)	100,000
	退換貨(1%)	10,000		
		費用	210,000	費用
每月基本費	總費用	670,000	總費用	327,000
	淨利	-170,000	淨利	173,000



狀況描述	營業額200萬	客單價 1000元	每月2000張訂單	退貨率1%
	電子商務(毛利50%)		實體店(毛利50%)	
人事成本	美編	35,000	店員	35,000
	行銷	35,000	店長	40,000
	工程師	50,000	採購	30,000
	會計	35,000		
	採購	35,000		
	包裝人員	30,000		
	客服人員	30,000		
	費用	250,000	費用	105,000
固定成本	辦公室房租	30,000	店租	100,000
	倉庫	30,000	水電費	20,000
	水電費	20,000	保全	2,000
	金流費	40,000		
	物流費	200,000		
	系統費	10,000		
	費用	330,000	費用	122,000
浮動成本	廣告費(20%)	400,000	廣告費(10%)	200,000
	退換貨(1%)	20,000		
	費用	420,000	費用	200,000
每月基本費	總費用	1,000,000	總費用	427,000
	淨利	0	淨利	573,000



狀況描述	營業額300萬	客單價 1000元	每月3000張訂單	退貨率1%
	電子商務(毛利50%)		實體店(毛利50%)	
人事成本	美編	35,000	店員	35,000
	行銷	35,000	店長	40,000
	工程師	50,000	採購	30,000
	會計	35,000		
	採購	35,000		
	包裝人員	30,000		
	客服人員	30,000		
		費用	250,000	費用
固定成本	辦公室房租	30,000	店租	100,000
	倉庫	30,000	水電費	20,000
	水電費	20,000	保全	2,000
	金流費	60,000		
	物流費	300,000		
	系統費	10,000		
		費用	450,000	費用
浮動成本	廣告費(20%)	600,000	廣告費(10%)	300,000
	退換貨(1%)	30,000		
		費用	630,000	費用
每月基本費	總費用	1,330,000	總費用	527,000
	淨利	170,000	淨利	973,000

實體店 => 一百萬營業額可能就有獲利
電商 => 三百萬營業額才有機會獲利

關鍵三大數字

毛利要有 50%

廣告費佔營業額 20%

退貨率 1%

毛利不夠高 怎麼辦?

- 調高售價(增加更多附加價值)
找出更多消費者會願意花更多錢買你產品的理由!
- ~~降低產品成本 · 砍員工薪水(品質下滑)~~
~~請轉頭看看台灣的科X業~~



價值不等於價錢

消費者要花多少錢買你的產品
在於你提供了甚麼價值
而不是你的價錢

案例分享 – 橙蜜香小番茄

碰到的問題:

- 119元/斤 (六斤免運費)
(團購 60元/斤) – 近兩倍的單價
- 產品差異性不高

解決方式:

- 故事行銷

案例結果:

- 日賣5000台斤 (團購網500台斤)
- 10天銷售30000台斤



案例分享 – 華盛頓空運櫻桃

碰到的問題:

- 898元/1KG (免運費)
(團購 712元/KG) – 較高單價
- 產品差異性不高

解決方式:

- 空運下飛機 24小時全台到貨
- 50元比例尺
- 使用者心得
- 真實出貨過程
- 強而有力的素材

案例結果:

- 日賣2000盒 (1000kg)
- 月賣10公噸

美國華盛頓空運櫻桃

豈止於大

24h 今天下訂 明天到貨



你的商品適合做電商嗎？

網路消費者的特性

食

衣

住

行

育

樂

只要是這幾類都能賣嗎？

- 每個人都會用手機
- 可耐零下20度 室溫50度的軍用手機？

市場規模與需求決定你的通路

- 愛上新鮮 生鮮電商
- 市場需求超過一兆元，0.1%市佔即有10億元的營業額
- 3年前市調僅7%消費者上網購買過生鮮食材

你的商品究竟在網路上有多少人會買？

開發商品時 先想想...

需求

- 消費者真的需要你的商品? (Who)
年齡層 / 性別 / 居住地

特色

- 消費者為何要買你的商品? (What)
列舉三個以上理由

如何

- 消費者該如何購買? (How)
如何培養來你網站購物的習性

對待你的消費者
如同對待親人一樣



電商的獲利關鍵

營業額20%的廣告費 你花對了嗎?



資訊爆炸的時代
只有產品好是不夠

電商三大基本元素

