

共享租衣走俏 你会穿租来的衣服吗

共享经济潮流下，“租赁”已经成为年轻人青睐的方式。除了大家比较熟悉的共享充电宝、共享单车以外，还有瞄准白领日常衣物租赁的共享服装平台。消费者缴纳一定的费用成为会员后，就可以租赁自己喜欢的衣物，省去购买衣物的花费，也可以避免大量衣物闲置。不过，服装相对单车、充电宝等物品来说更加贴身，其清洁问题也一直困扰着用户，服装租赁行业的衣物洗护、质检环节仍有待完善。

租衣成为消费新趋势

越来越多的人愿意尝试租衣的形式，只要花费三四百元成为包月会员后，即可不限次数在共享租衣平台上租赁到百万件时尚大牌或者轻奢单品。共享经济热潮下，服装领域也涌现了衣二三、女神派、多啦衣梦、美丽租等众多租衣平台。

据了解，共享租衣平台主要瞄准白领客群，提供职场通勤、派对礼服等的租赁。另外，目前大部分共享租赁平台在收取会员费用后，不再收取物流、服装洗护等费用。消费者一次通常可租赁3~5件衣服，下单后最快隔天就能收到衣物，只要动动手指，就会有快递小哥再上门取走要归还的衣物。

不过，目前多数共享服装领域的玩家仍处于依靠资金提升竞争力的初级阶段。其中，多啦衣梦由于盲目扩张于去年年末陷入倒闭。除服装品类丰富度、物流时效性等问题外，租赁衣物的清洁卫生一直是消费者心中的顾虑。

实现洗护全程可追溯

尽管租赁服装省钱又方便，但是衣服的质量及卫生也成为不可忽视的问题。因为消费者并不知道这件衣服之前是什么样的人在穿，因此衣物洗护环节的透明公开也至关重要，不少平台也着重在这方面下功夫。比如，女神派自建了洗护消毒工厂，对回收衣物进行洗涤、消毒等工作；衣二三则于近日联合福奈特，引入RFID智能追溯技术的仓储配送运营中心。

记者了解到，衣二三华东运营中心面积有2万平方米，其中有5000平方米设置为智能中央洗护工厂，每日可清洗衣物9万件，主要覆盖江、浙、沪、皖、鄂、赣、鲁7地的用户。另外，他们还引入了RFID射频跟踪技术，可实现衣物的自动识别和洗护过程自动记录。

据悉，租赁衣物被寄回洗护中心后，首先会被拆包和添加RFID智能标签，RFID标签里记录了该件衣物的材质、颜色、洗涤方式、洗涤次数等基础信息。企业通过自动读取节点可进行衣物的自动分拣，并实时记录后续洗涤、烘干、熨烫、质检、返洗等各个节点，实现整个洗护过程的可追溯。

行业标准待建立

目前，我国传统洗护行业已经有相应的安全标准，例如，经过洗涤的衣物应达到细菌总数≤200cfu/25cm²，大肠杆菌、致病菌不得检出。服装租赁比传统洗护的流程更多样、环境更复杂。这也意味着，服装租赁的洗护工作需要更严格的标准。

中国商业联合会洗染专业委员会主任潘炜认为，洗护工作属于相对非标准化的服务，较难制定比较细致的质检标准。尤其是对于租赁的衣物来说，由于被陌生人穿过，消费者的接受度和期待度就更不一样，对于清洁安全的要求也更高，更需要尽快建立细致的行业质检标准。另外，租赁衣物的清洁安全与否不仅涉及洗护环节，仓储环境及仓储设备也应被纳入考量范围，可追溯体系的建立很有必要。

(据《北京商报》)



跨国生鲜

金秋“敲开”中国市场

9月是瓜果飘香、鱼虾满仓的时节，众多海外高品质应季生鲜正借着电商平台敲开中国市场的门户。冰岛金海参、秘鲁蓝莓、新西兰奇异果、阿根廷红虾、墨西哥牛油果、加拿大北极甜虾等商品不远万里，漂洋过海，以亲民价格走入寻常百姓家。凭借电商在消费端的影响以及供应端的密度，散落在世界各地的珍贵生鲜可以无缝实现从农场到餐桌甚至到餐盘的旅程。

电商首发时令水果

秋天是收获的季节，世界各地的时令瓜果借助电商渠道飞入了寻常百姓家。这些远道而来的海外生鲜，凭借高颜值、好口味吸引着消费者的眼球。

8月31日，天猫总裁靖捷和来自加拿大、秘鲁、冰岛等10个国家的外交官代表在杭州共同启动首届“天猫全球丰收盛典”。据了解，天猫全球丰收日历也同步诞生，仅在9月就有20款生鲜新品在天猫首发，品质与颜值兼具的海外生鲜纷纷上线。

在天猫超市，秘鲁蓝莓的月销量已经达到4517笔，秘鲁蓝莓果粉厚、果肉细腻，清甜中带着微酸，散发着清凉果香。相较于国产蓝莓，秘鲁蓝莓多一些酸味。秘鲁驻上海经济贸易参赞Vladimír Kocerha称，秘鲁蓝莓可单独食用，也可作为佐料，甚至可以搭配啤酒。不仅限于秘鲁蓝莓，新西兰奇异果、墨西哥牛油果等海外水果同样在天猫超市售卖。

在京东商城，海外的时令瓜果呈现在京东生鲜的醒目位置。南非进口柑橘、南非进口蜜橘、秘鲁进口柑橘等受到消费者青睐。此外，还有加拿大进口车厘子、南非进口西柚、泰国山竹、越南火龙果等均是京东生鲜的“座上宾”。

五湖四海水产摆上餐桌

在水果摆上餐桌的同时，自然也少不了来自深海的水产。阿根廷红虾、加拿大北极甜虾以及丹麦三文鱼成为天猫全球丰收日历中的代表。丹麦三文鱼、加拿大北极甜虾将于9月15日~16日闪亮登场。加拿大副总领事Mr. Jean-Christian Brilliant表示，加拿大北极甜虾100%野生，捕捞自加拿大北大西洋海域，由于在深海中缓慢成长3.8年，北极甜虾的肉质鲜甜。京东商城在特色购中推荐了加拿大北极贝。据了解，这些北极贝生长在离海岸200公里~300公里的北大西洋海域，需要在50米~60米深的冰冷水底和15厘米厚的沙砾保护下平均生长12年才能成熟，还需保持0摄氏度~5摄氏度的水温，只有具备上述条件，才能使北极贝有着细腻鲜甜的口感。

实际上，海外水产成为新宠儿的同时，国内水产质量也毫不逊色。今年8月初，伴随东海开渔，短短一周内，天猫平台首发的梭子蟹就售出8万只。“菊黄蟹肥秋正浓”，目前，距离各地开湖仅一个月左右时间，为保证“天猫优选蟹区”的质量，天猫生鲜已与阳澄湖、太湖、兴化、固城湖、大纵湖、盘锦6地的政府、协会和商家达成战略合作。天猫生鲜总经理朱霞透露，9月，天猫还将联合当地政府，开启山东开渔节、象山开渔节首捕。9月7日，京东商城生鲜事业部拉开了金鲳鱼开捕仪式。五湖四海的水产随着天猫、京东以及众多生鲜电商渠道快速进入市场，企业用最短的时间运输、包装和配送，确保水产的新鲜度。

消费需求促使企业深入产地

作为终端消费者，需求始终是驱动企业探索海外生鲜市场的原始动力。根据《中国生鲜电商行业消费洞察报告》显示，2017年，中国生鲜电商市场交易规模约为1391.3亿元，并且每年以50%以上的增长率高速发展。其中，水果、牛奶乳品和粮油副食以20.4%、15.4%和10.8%的购买占比成为用户最爱的3类产品，生鲜网购仍以水果为主品类，高频刚需引流作用明显。

海外的生鲜能够走进中国市场并迅速普及，与电商向源头采购息息相关。早在今年初，京东便计划着将生鲜触角伸展得更加长远一些。京东曾表示，2018年底之前，京东生鲜搜寻小组将进入全球100个国家，将这些国家的优质生鲜产品引入中国国内。据悉，京东生鲜独有的海外直采模式，在未来还将深入延伸至西班牙、南非、智利等更多国家，为中国消费者带回更多海外优质的生鲜产品。

当前，中国生鲜电商市场发展迅速，在消费升级背景下，消费者对于生鲜产品的品质要求越来越高，对于海外生鲜产品的需求也在逐渐提高。

(据《北京商报》)