

“新零售”商品物流配送研究

何世奇¹ 梁炯墙¹ 韩珊珊²

1. 江西应用科技学院 江西南昌 330100

2. 南昌工学院 江西南昌 330108

摘要:在“新零售”模式中,线上与线下渠道的深度融合,不仅拓宽了消费者的购买途径,也通过“最后一公里”配送延伸了服务半径。与此同时,消费者对产品品质与新鲜度的要求日益提高,促使各门店在补货环节必须将提升终端消费者满意度作为核心考量,文中以连锁店为例探讨了连锁店在“新零售”背景下在物流配送方面存在的有关问题。本文分析了目前“新零售”环境中物流配送存在的系列问题,并从信息技术的使用水平,物流的创新和硬件设备的改善等多方面提出了相应的改善措施。希望能够为“新零售”的背景下,对连锁店物流配送的发展有所裨益。

关键词:新零售;物流配送;最后一公里;连锁店

一、研究背景

信息网络与移动通信技术的普及深刻重塑了零售业格局,推动传统线下企业向“新零售”模式转型。此类转型致力于构建省时、高效且便捷的物流体系,以契合主流消费趋势。与此同时,在互联网蓬勃发展的驱动下,即时物流领域的核心议题也聚焦于配送效率的持续提升。二者研究要点不谋而合,即如何提升物流配送效率,继而提升顾客消费满意度。“新零售”背景下线上与线下为了实现最佳效果,在高度协同和达成战略合作的前提下,实体店应通过全面共享库存和快捷物流服务来提高其水平,持续提高顾客满意度。因此,连锁店物流配送问题是一个着重急需解决的关键性问题。

冯等^[1]认为随着市场红利消失、获客成本连年上升、电商平台增速逼近极限,从而迫使电商积极谋求与线下合作、全渠道布局。在大数据所驱动的时代,通过对消费者全域消费行为的深度挖掘,全渠道“新零售”迎来了关键的发展窗口。对于正面临增长压力的电商平台而言,这一新模式预示着巨大的转型可能与新的增长曲线。另外为能适应“新零售”时代下对于当前物流配送的全新需求,今后通过大数据,云计算以及物联网等信息技术的全面融合与深度运用,已经成为物流发展中十分关键且重要的发展方向。王等^[2]认为从物流目前发展所面临的问题出发,结合“新零售”发展历程中商业特征及

发展需求,分析了“新零售”时代物流行业未来的发展方向,并提出其趋势是向全渠道物流场景迈进。成等^[3]对“新零售”模式来说,全渠道平台建设水平及新兴技术支持力度将是影响其最终成败的关键。

本文基于“新零售”这一切入点展开研究,通过分析认为大型实体零售业向“新零售”转变时,因为会出现线上线下、物流三环节的结合逐步展现出“最后一公里”配送能力弱等特点。为破解这一难题来提升线上消费者满意度,本文介绍一种新型物流模式——即时物流,该模式源于移动互联网与即时物流在当地生活中的蓬勃发展,以最低的成本、最高的效率、最快的速度,从企业端配送至消费端。

二、连锁店物流配送的问题

2.1 物流配送信息技术运用水平较低

在“新零售”背景下,连锁店要面对海量的顾客,产品以及信息等问题,时至今日物流行业已经成为交易全过程中较为敏感的一环^[4]。当前整个物流业采用配送信息技术的程度不高,所采用的物流技术也比较粗放和肤浅^[5]。为了实现从消费端到制造端的精准响应,物流业必须普及配送信息技术的应用。

其核心是让每件物品的流向与时效都得以前置化、透明化管理,以此指导工厂的制造决策。这不仅解决了供应链成员间的协作壁垒,将分散的环节串联为有机协同的整体,攻克了传统模式下的运营难点,还能通过实时感知客户需求,确保物流全过程的高效与稳定。例如:顾客将商品配送信息遗留至APP端,配送信息能够在第

基金项目:本文为江西省教育厅科学技术研究项目(GJJ2203318)的阶段性研究成果。

一时间转化为数字信息并快速传递至配送人员以将商品配送至消费者^[6]。

2.2 物流配送成本偏高

在“新零售”背景下，现今的消费者对于物流配送的速度和准确性有更高的要求，若物流配送距离过远，则会导致物流配送时间延长，进而增加物流配送成本。连锁店可以考虑在合理的范围内选择物流配送中心的位置，降低物流配送距离，以减少运输成本；物流配送效率和准确性对于消费者的满意度和忠诚度至关重要，如果物流配送流程不完善，会导致物流配送效率低下，从而增加了物流配送成本。连锁店可以优化物流配送流程，提高物流配送效率，降低物流配送成本；消费者对于物流配送的速度和准确性要求越来越高，物流配送服务商价格过高会导致物流配送成本偏高，连锁店可以通过多家物流配送服务商进行比较，选择价格合理、服务质量好的物流配送服务商。

连锁店需要根据实际情况，针对以上问题制定相应的物流配送策略，从而降低物流配送成本，提升物流配送效率和质量，满足消费者的需求。

2.3 城市物流配送体系不合理

城市物流配送规划不合理的主要原因是科学管理不完善，同时信息管理手段的硬件不足。当前，许多城市的连锁店在供应商环节普遍存在一种低效的配送模式：由供应商自行派车，在同一城市内进行“单车多线”的多头配送。这种做法催生出大量交织重叠的运输路线，不仅极易导致货物延迟，也严重拖累了整个城市物流体系的运转效率。其根本原因在于，高效、集约化的运作模式未能得到有效落实。而这一问题的根源在于不能有效贯彻高效的运作模式如图1所示。

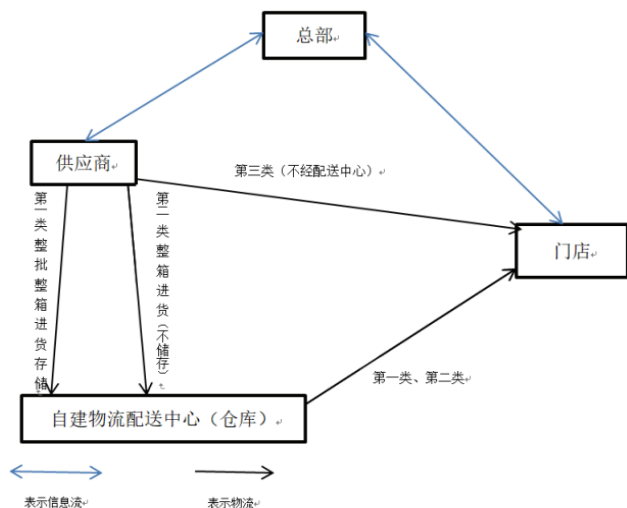


图1 连锁店物流配送流程图

2.4 从业人员素质低，流动性较大

物流配送中从业人员素质不高、流动性大等问题同样影响物流配送质量。以“新零售”蓬勃发展为例，连锁店销售额逐月攀升，销售订单也不断增加，但是因为业务人员数量和增加销售量并不成正比，造成了人员配备的严重不足，并且为了提高配送时效，质量大幅下降，进而影响顾客对购物过程的满意程度。例如在运输时，仅仅根据驾驶员的经验来安排车程虽然可以通过地图导航来辅助，但实际送货时却无法最大限度地考虑到各需求店铺的预期时间窗口。

例如，车辆配送延迟不仅直接拉低了各门店的配送满意度，更会引发一系列连锁反应：一方面，它影响到店铺产品的正常销售与终端消费者的提货、收货体验；另一方面，也导致配送成本上升，并最终损害消费者的购买体验与连锁店的品牌形象。特别是在“新零售”模式下，消费者处于核心地位，其对生鲜产品新鲜度与时效性有着更高要求。若连锁店在配送中忽视送达时间、路径规划主观随意，将难以保障产品品质，从而对店铺声誉造成巨大冲击，并进一步反噬产品销售。所以，连锁店要想深耕“新零售”模式，促进生鲜业务的发展，必须对车辆配送路径进行合理规划，同时兼顾每个店铺的预期到达时间，减少不必要的浪费。

三、物流配送优化策略

3.1 应用先进技术与现代管理方法

目前，信息化已成为一个深入人心的概念，在生活中广泛应用，物流也不例外，离不开信息化和智能化。信息化的推广让超市物流配送更加便捷、易于控制。在连锁店优化路径方案的实施过程中，信息化起着至关重要的作用，可以实时检测方案的具体实施步骤，从而为该连锁店争取更高的利益。应用先进技术和现代管理方法可以提高企业的物流配送效率和整体服务水平。现代信息技术，例如自动识别技术，能够快速有效地获取并传递信息。立体仓储可以提高仓库存储空间的利用率，自动分拣系统可以提高分拣速度、降低分拣错误率，电子地图可以用于规划配送路线，缩短距离、提高车辆利用效率。这些技术和管理方法的应用，可以大幅提高企业的物流配送效率，进而提升整体服务水平。

3.2 提高整体物流配送效益

“新零售”背景下连锁店需要根据实际情况，采取多种措施，降低物流配送成本偏高的问题，提高物流配送效率和质量，满足消费者的需求。首先要优化订单管理、

运输管理、仓储管理等方面，提高物流配送效率和准确性。选择合适的物流配送服务商，比较价格、服务质量和配送速度，选择价格合理、服务质量好的服务商。然后建立合理的物流配送网络，在合理的范围内选择物流配送中心的位置，降低物流配送距离；最后精细化管理库存，通过精细化管理库存，避免库存积压和过多的订单滞留，以提高物流配送效率和准确性，降低物流配送成本，提高配送效益。

3.3 建设强大的城市配送体系

在“新零售”背景下，城市已成为消费需求最集中、信息流最密集的区域。这一趋势未来还将强化其作为物流信息中心的地位，从而进一步提升城市在整体物流网络中的战略价值。然而，对于以城市配送为核心的连锁店而言，当干线物流与“工厂直送城市”模式深度融合后，其传统业务量正受到显著挤压。

面对这一挑战，连锁店必须集中资源，构建从集散中心到末端门店的高效物流网络，以提升对各专卖店及商圈门店的配送效能。尤其是在城市交通日益拥堵的现状下，通过优化配送路线以降低能耗，已成为适应“新零售”配送要求的必然选择。另一方面持续提升配送的有效性与及时性，并持续引入智能化设备实现由顾客位置信息对消费者所处地点进行即时分析，以更加有效的完成配送工作。

3.4 注重专业配送人员培养

(1) 应定期为职工组织专业技能培训。门店员工作为冷链配送环节的重要一环，需掌握相关的产业知识以提升整体运作效率。因此，必须对门店与配送人员实施系统化培训。具体而言，门店人员需精通区域布局、设备操作与货物对接卸货等操作，确保其能高效完成商品衔接、订单拣选及与消费者需求的协调工作。与此同时，冷链配送人员则需熟悉配送路线，并具备处理突发情况的应急能力，最大限度的确保商品能够按照店铺预期的时间到达，不会影响店铺的正常经营；同时有效地完成了卸货和产品对接工作，降低了卸货时的货物损失，确保了零售产品品质。因此，建议对冷链配送人员围绕门店布局熟悉度、配送路径规划、高效卸货作业及突发事件应对这四大核心模块展开专项培训。同时，可通过组织技能竞赛等实践形式，促进理论与实操的深度融合，

从而切实提升员工的作业能力，为整体配送优化提供有力支持。

(2) 在“新零售”背景下，引进专业人才是连锁店优化配送体系的核心环节。针对生鲜品控、路径规划、设备效能等关键问题，必须有的放矢地引入冷链领域的技术型人才。他们将运用自身专业知识，破解连锁店在技术与管理上的瓶颈，不仅能为现有运营提质增效，更能为整个体系的创新注入新动能。

三、结论与展望

“新零售”环境中消费模式为人们生活提供了便利，可以满足顾客多样化消费需求并为顾客带来个性化服务体验。但是“新零售”环境中，必须要有合理的物流配送体系来支持，所以建立系统的物流配送体系同样具有重要意义。

物流配送在“新零售”环境下需兼顾社会效益与经济效益，降低对城市环境造成的负面影响。这要求有关企业在配送环节集中精力进行业务流程优化与信息平台建设，并对“新零售”背景下物流工作需求进行再梳理，最后明确具体配送形式。城市物流配送作为支撑现代社会平稳发展的一项现代化工作，城市物流配送优化是经济发展内在要求和商贸企业可持续发展基础保证。对个别企业来说，要制定配送成本与效率最优方案的同时实现企业效益，从而实现节约成本，提高消费者满意度等发展目的。

参考文献

- [1] 冯铭举. 关于新零售环境下物流配送的相关探讨——以广州市TH连锁超市有限公司为例[J]. 中国物流与采购, 2021(16): 52-53.
- [2] 王婧, 张文. 医药新零售物流终端配送模式研究[J]. 物流工程与管理, 2021, 43(08): 16-19+15.
- [3] 成诚. 新零售环境下电商物流配送优化路径分析[J]. 商展经济, 2021(15): 64-66.
- [4] 苏彩, 李学强, 贾东晨. 新零售背景下生鲜电商物流配送优化研究[J]. 现代商业, 2020(29): 35-36.
- [5] 陈颖. “新零售”背景下零售企业物流配送优化策略[J]. 大陆桥视野, 2021(01): 62-63.
- [6] 周香. 新零售背景下城市末端智慧物流配送模式研究[J]. 商场现代化, 2021(21): 32-34.