

基于新零售业态背景的物流创新发展研究*

王 红

(三门峡职业技术学院 经济管理学院, 河南 三门峡 472000)

摘 要: 当前, 以大数据、物联网、互联网+、区块链技术为支撑的新零售模式发展日趋成熟, 物流业作为新零售模式运行过程的支撑条件已成为新零售健康发展的支柱性产业。同时, 新零售反之也拉动新物流的快速发展。速度、服务、成本、库存、创新、开放等成为新零售对新物流的诉求, 故探索服务于新零售的创新物流模式就成为物流相关人员急需解决的重要论题。论文以当前新零售业态下物流模式为研究点, 通过对新零售深层内涵的解读及新零售业态下物流服务市场供需实际, 总结出传统物流模式存在的问题, 并有针对性地从事物流流程优化、服务优化、成本降低、服务创新等方面提出创新物流发展路径。

关键词: 新零售; 物流; 物流模式

中图分类号: F252

文献标识码: A

文章编号: 1672-0105(2020)01-0026-04

Research on Logistics Innovation Development Based on the Background of New Retail Form

WANG Hong

(Sanmenxia Polytechnic, Sanmenxia, 472000, China)

Abstract: Currently, with the development of the new retail mode supported by big data, internet of things, internet plus and block chain technology, the logistics industry has become a pillar industry for the healthy development of the new retail mode. At the same time, the new retail also pull the rapid development of the new logistics. Speed, service, cost, inventory, innovation, opening and so on have become the demands of new retail to new logistics, so it is an important topic to explore the innovative logistics mode to serve the new retail. The paper takes the logistics model under the new retail trade as the research point, through the interpretation of the deep meaning of the new retail trade and the reality of the supply and demand of the logistics service market under the new retail trade, sums up the problems existing in the traditional logistics model, aiming at the problems of traditional logistics mode, and at last the paper puts forward innovative logistics development path from the aspects of logistics process optimization, service optimization, cost reduction and service innovation.

Key Words: new retail; logistics; logistics mode

一、前言

2016年10月, 马云在云栖大会首次提出“新零售”概念并指出:“根据当前市场消费群体的表现, 未来的零售业不是思考怎样卖东西, 而是要学会怎么替你的客户做好服务”。阿里在相关研究报告中用“以消费者体验为中心的数据驱动的泛零售形态”定义新零售^[1]。雷军指出:“针对小米客户表现, 新零售的本质就是高效, 如果传统行业做到互联网的高效, 世界将会更美好”。^[2]从两位电商巨头

对新零售的简单定义不难看出, 新零售的出现是消费市场驱动下的必然。传统线上、线下独立运营的模式已不能满足消费者对消费过程效率、体验、个性、质量、服务、价格等方方面面的要求。只有寻求线上线下的融合, 才能为新零售打开突破口。然而, 线上线下融合发展过程中物流的发展成为关键性要素, 物流模式的创新要从效率、服务、个性等诸多方面迎合新零售要求, 这样才能使新零售与新物流互为促进、融合发展。

收稿日期: 2019-11-29; 修回日期: 2020-02-17

基金项目: 三门峡市科技局软科学项目“三门峡市物流业转型发现问题研究”(2019060603)

作者简介: 王红(1982—), 女, 陕西渭南人, 三门峡职业技术学院讲师, 硕士, 主要研究方向: 物流管理、工业工程。

新零售的出现使得诸多专家针对新零售、新物流展开研究,但从知网对相关研究成果调研发现,现有研究成果以新零售、新物流特征、市场表现、发展意义研究为主,针对具体发展思路的研究成果较少。新零售与新物流二者关系紧密,只有相互融合才能有所突破,但从二者协调发展具体思路研究的成果更是少之又少。故论文以新零售模式运行过程的流通需求基础为着眼点,针对服务新零售背景的物流服务创新模式展开研究就具有重要的现实意义。

二、传统物流模式及存在问题

(一) 传统物流模式

传统物流模式以供应链节点核心企业为中心,围绕核心企业展开基于上游供应商、中间分销商及下游终端消费者为服务对象的仓储、装卸搬运、运输、配送、末端送达等物流功能活动。具体如图1所示。

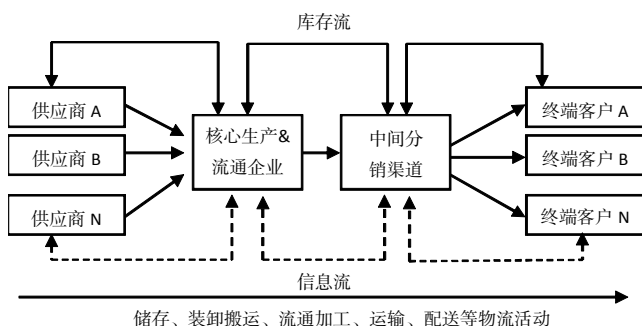


图1 传统物流模式图

(二) 传统物流模式存在问题点

从图1可以看出,传统物流模式以供应商对核心生产&流通企业的采购供应物流开始,以产品流通至客户的销售物流为终止,包含了装卸搬运、仓储、运输、流通加工、配送等物流活动。但因供应链中间环节较多,供应链信息流通不畅、库存管控不佳,最终使得物流模式存在诸多问题,具体表现在以下几个方面:

1. 物流服务效率低下

传统物流模式在服务商贸活动过程中,以核心企业为中心的供应链模式从核心企业向供应商采购供应物流开始,中间包含仓储、运输、装卸搬运等物流活动,核心企业经过产成品的中转或生产,流向实体或电商分销渠道,进而再次通过相关配送活动流向终端客户手中。无论是实体店还是网络平

台,因中间环节较多而使得流通时效低下。且基于网络平台的商贸交易因电商与物流产业融合度不够,双方在交接过程中也存在等待浪费。终端物流配送因区域问题、物流网点设置问题等亦存在配送时效不能满足消费者要求。总之,传统物流模式因以服务供应链核心企业为主,整体服务活动因环节冗繁、管理混乱而导致服务效率低下。

2. 物流成本居高不下

物流成本与服务质量存在效益背反原理,即要提升物流服务质量,物流成本必将持续提升。作为终端客户的消费者而言,因购买商品而支付的物流费用若较高,消费者则会考量是否适合于网络平台完成消费活动。故物流成本与服务质量二者间的协调对网络平台经营者而言无疑是必须要平衡的重要问题。同时,传统物流服务模式因商家销售的不可预测,通过建立过高的库存成为普遍性应对策略,库存资金的占用也导致商贸交易活动的物流成本居高不下。

3. 现代信息技术有待提升

物流服务时效是决定服务水平的关键要素,而物流时效的提升需依靠准确、及时、通畅的信息流。商流、物流、信息流、资金流是伴随商务贸易活动开展而产生的活动,而信息流是保障商流、物流、资金流顺利、高效开展的基础,故保证信息流的通畅性是关键。此外,现代信息技术的使用不仅可提高服务准确性,亦可提升服务效率,降低成本。而传统物流服务模式现代信息技术的使用明显不足,如行业发展过程中分拣环节大多还采用纯人工、半自动分拣模式,分拣环节是决定物流时效的重要环节,人工作业无疑降低作业效率,也会大大提升快件丢失、破损、污染等事件的发生概率。

4. 管理水平粗放

在我国物流业快速发展的过程中,市场供需不平衡,市场需求大于市场供给,故企业在发展过程中重服务、轻管理,此种模式的确为我国商贸活动的开展奠定基础,但随着行业的进一步发展,管理的弊端也成为物流业发展的羁绊。如针对物流服务成本管理、客户管理、物流企业管理等都存在这样或那样的问题,粗放的管理模式使得我国物流业发展过程中成本居高不下,且由于在行业发展进程中对管理活动关注度不够,依靠传统人力管理的最终结果必将是管理混乱、效率低下。

三、新零售业态对物流市场需求分析

新零售是根据当前中国消费市场表现而开展的新型商务贸易活动模式。传统线上、线下零售平台已不能满足消费者对消费活动时效性、便利性、高体验感的需求,故针对市场需求开展精准服务成为商务贸易活动经营者探讨的论题。马云、雷军等电商巨头通过对客户分析,提出基于线上线下全渠道融合的新零售运营模式。根据新零售运行状况,作者对新零售模式运行过程中的物流业提出新要求汇总如下:

(一) 物流服务时效应满足消费者购物后对商品的即可获得性

传统电商平台购物后消费者需等待快递运输,正常情况下的3~5天消费者才能获得实际产品,在消费者急需产品或不愿消耗时间等待的情况下,交易难以实现。新零售模式使消费者可随心所欲通过线上线下购物,且通过大数据获取距消费者距离最近配送网点,以此实现消费者购物的即可获得性。此过程的完成就需要快递物流服务企业不仅要通过对服务流程的优化进行配送时效的改善,运用信息技术开展智慧物流服务更是关键。

(二) 物流服务应“降本增效”,推进新零售贸易活动成交量

电商平台购物活动主要由两部分构成,一是消费者通过平台进行商品的选择、支付,二是消费者等待快递物流服务企业进行产品配送服务。商家在进行销售的过程中除给出产品报价外,快递服务费也需消费者买单。当前虽多数商家打出免费快递服务口号,但“羊毛出在羊身上”,快递费用卖家必定会通过产品售价进行补给。部分商家在进行销售时打出满减快递费口号,如多数冷冻速食产品质量较重,消费者要么支付较高快递费用,要么买较多产品,如此导致交易活动有可能因快递物流费较高而无法实现。

(三) 针对个性化消费需求提供多样性物流产品

消费者多样化、个性化消费需求不仅表现在对产品本身的诉求,物流服务作为支撑商务贸易活动的核心要素,多样化服务需求亦是当前市场诉求。从物流产业发展进程来看,我国物流业从开始的基本运输、仓储、配送服务到当前的提供货款代收、

上门取货、送货、流通加工以及快递物流服务的限时达、次晨达等,充分说明物流服务业产品完善、创新的历程。然当前新零售模式运行过程中对物流服务产品的创新在现有基础上仍有待提升,线上线下全渠道融合过程中产品品类更加丰富、消费时效更加严格、产品包装更加精细,如此种种都迫切要求物流服务产品创新有所突破。

四、新零售模式下物流服务创新发展路径

基于对我国传统物流模式运行过程中存在问题分析,结合新零售运行过程中对物流服务的市场要求,作者从产业融合、服务创新、降本增效、优化流程等方面为当前物流业健康发展寻找突破口。

(一) 以拉动方式创新物流服务

传统推动式生产方式是企业通过大批量生产为社会提供大量单一性产品,以此提高生产效率,降低生产成本。而随着市场需求的个性化、多样化表现,大批量单一性产品、服务远不能满足消费者消费需求,故基于市场需求的拉动式生产方式成为企业生产的主流模式,服务业也不例外。物流业作为第三产业的重要构成,根据产品特性、客户要求及成本考量,以拉动式服务产品推进为方向,持续以客户需求创新服务产品应成为行业参与者必须考虑的问题,具体如图2所示。从图2中可以看出,以拉动式创新物流服务应改变传统以供应链核心企业为主的服务模式,市场中消费者需求才是企业重点应考虑的要素,根据对市场需求的深入分析,物流服务企业要了解新零售市场服务需求的前提下,按照客户需要提供其所需的服务。故拉动式物流服务与传统推动式物流服务的最大区别在于采用市场倒推法,为新零售模式运行下的客户提供有针对性服务产品。真正实现了企业生产的“定制化”。

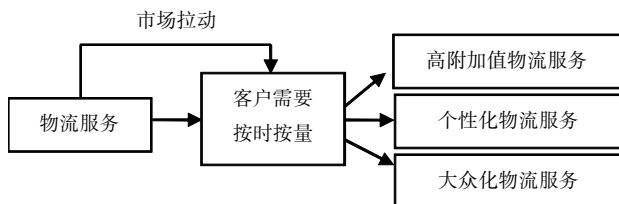


图2 拉动式物流服务创新

(二) 以区块链技术推进新零售与物流产业融合

新零售模式运行过程中产品即可获得性是消费者关注的重要要素,要实现网络平台购物后产品快速达

到消费者手中的关键要素即使物流服务的时效性。同时,新零售模式运行过程中的生鲜产品也迫切要在较高时效流通的前提下实现高品质交易、消费。所以,如何提高物流服务效率是重中之重。区块链技术在物流领域的运用可以实现电商平台与物流服务企业数据实时共享,利用区块链数据库技术实现供应链企业间数据信息的无缝连接,同时针对以往供应链运行问题追溯,以便后续的及时改进^[9]。电商与物流服务业相互依存、互为促进,若在库存设置、货物拣选包装、配送等方面探索产业深度融合,如电商根据大数据分析获得市场需求,物流根据客户分布状况合理进行前置仓设置、开展仓储管理、货物分拣、包装、配送等,电商平台在接到客户订单信息后,后续流程由物流服务提供,不仅可节约二者交接包裹产生等待揽件时间,也可使配送在距客户最近前置仓或实体店铺开展,提高客户网络购物效率。

(三) 推进新零售业务的末端高效、高质配送服务

新零售模式的线下平台线上销售受“最后一公里”配送时效影响较大,消费者往往考虑自身时间的不足而在实体店铺的APP平台下单,若配送时效不足,则交易的完成将受影响。物流“最后一公里”服务产品中生鲜产品占比较大,若时效性不足,产品品质也将大打折扣。故针对“最后一公里”配送时效的提高诉求迫切。当前,以传统三轮车、电动摩托开展的末端配送服务因服务人员尽可能开展一条通路多个订单配送服务,服务人员工作效率提高,但客户所需之高效配送服务未达成。故针对新零售模式运行过程中的末端配送,积极探索无人机配送服务是解决策略之一。同时,依靠大数据分析,设

置合理的实体店铺、前置仓也是关键,商家可以选择距离客户最近的位置为客户提供配送,以末端距离的“缩短”取得配送服务的“高时效”。

(四) 持续推进物流服务“降本增效”

2019年“双十一”过后,16.57亿包裹数量使得快递业务量同比增高23.7%。面对电商平台的新业绩,我们在欣喜后应理性面对。“双十一”过后的快递陆续抵达消费者手中,但趋近理性消费的顾客在收到包裹后也开始大量退货,退货使得快递服务并未因“双十一”的结束而有所收缩。人员不足、工作时间延长等使得部分城市快递费用出现短暂上调,普通十元快递费上涨为十二元,引发诸多客户不满。物流服务“降本增效”是一个永恒话题,消费者购买的是商品,若要为快递支付较高服务费用,消费热情势必受阻。降本增效的实现不仅要依靠现代信息技术推进智能物流活动的开展,从从业人员操作流程的优化也是关键。如从业人员在提供物流配送服务的过程中合理优化配送路线、通过仓储管理环节为产品提供适应性包装、通过新零售实时数据协调物流建立合理化库存水平等。

(五) 物流服务模式创新

物流服务模式的创新是当前新零售运行过程中对物流服务改革提出的最核心要求。物流为谁服务(Who)、服务什么产品(What)、什么时间服务(What time)、什么价格服务(How much)等都是物流业需要考虑的问题。物流服务模式的创新基础要通过区块链技术在物流领域的应用,通过市场驱动的拉动力,推进满足新零售模式运行下的个性化、特性化服务。如基于新零售的物流服务模式创新如图3所示。

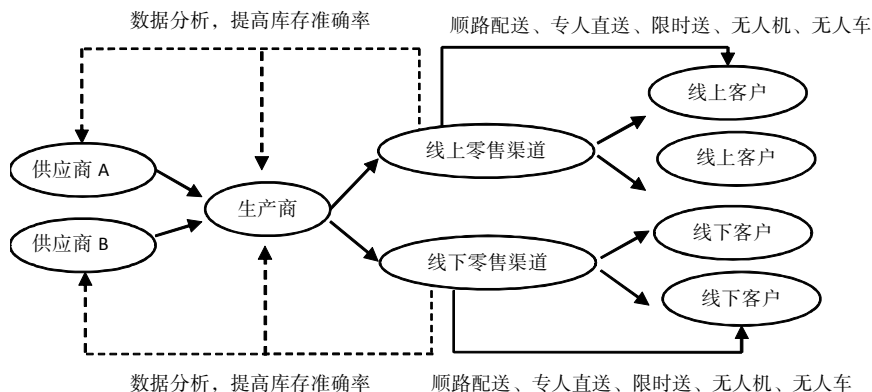


图3 新零售模式物流服务模式

国职业教育的国际影响力,打造中国职业教育的国际品牌。

四、结论

提升国际化水平是“双高计划”建设的重要任务,也是全面完成“双高计划”任务的必然要求,各院校在建设过程中既不能照搬照套、也不能闭门

造车,而应紧紧围绕《意见》《国家职业教育改革实施方案》以及陕西省政府推出的相关文件要求,以“双高计划”为契机,结合自身在“双高计划”建设过程中面临的机遇与挑战,通过不断完善内部建设、优化资源输入、强化资源输出等措施,以打造陕西省职业院校国际化品牌,从而大力提升我国高职教育国际化水平。

参考文献:

- [1] 教育部、财政部.关于实施中国特色高水平高职学校和专业建设计划的意见[EB/OL].(2019-04-01)[2019-12-20].http://www.moe.gov.cn/srcsite/A07/moe_737/s3876_qt/201904/t20190402_376471.html.
- [2] 莫玉婉.高职教育国际化:内涵、实践及改革趋势——基于国家百所高职示范校的调查分析[J].顺德职业技术学院高教所,2017(16):24-28.
- [3] 成军.深刻把握“双高计划”建设的关键[N].中国教育报,2019-06-04(09).
- [4] 教育部 财政部.关于公布中国特色高水平高职学校和专业建设计划建设单位名单的通知[EB/OL].(2019-12-10)[2019-12-20].http://www.moe.gov.cn/srcsite/A07/moe_737/s3876_qt/201912/t20191213_411947.html.
- [5] 教育部.全国职业院校教师教学创新团队建设方案的通知[EB/OL].(2019-5-13)[2019-12-20].http://www.gov.cn/xinwen/2019-06/17/content_5400895.htm.
- [6] 教育部,国家发展改革委等.深化新时代职业教育“双师型”教师队伍建设改革实施方案[EB/OL].(2019-8-30)[2019-12-20].http://www.gov.cn:8080/xinwen/2019-10/18/content_5441474.htm.
- [7] 张慧波.以国际化视野和行动推动“双高计划”[N].中国教育报,2019-05-21(09).

(责任编辑:曹大辉)

(上接 第29页)

从图3可以看出,第一,基于线上线下融合的新零售运行为客户提供服务,末端配送方式可分为顺路配送、专人直送、限时送、无人机、无人车等。因其完成效率所需费用的差异,产品价格也有区别。第二,新零售模式运行体系下的库存控制要受终端渠道的销售数据的影响,这样倒逼生产商、物流提供商针对数据信息进行相应生产、库存建立、采购等活动的开展。第三,物流要尽量减少中间环节,如生鲜产品尽量采用产地直采进行线上线下平台销售,以环节的精简提高实效。

参考文献:

- [1] 任芳.阿里新零售下的新物流[N/OL].物流技术与应用,2018-03-25.http://www.360doc.cn/article/42754030_740118125.html.
- [2] 王钰超,杨宇鹏,刘勇强,熊光燕.零售趋势下新型物流模式的创制[J].前沿理论,2019(5):6-8.
- [3] 吴国庆.电商物流末端共同配送联盟的新型模式构建[J].商业经济研究,2018(20):90-92.
- [4] 刘阳阳.新零售背景下我国智慧物流的特征、问题及发展路径[J].商业经济研究,2019(17):14-16.
- [5] 王苑.新零售对城市物流的影响分析[J].现代营销,2019(10):90-91.

(责任编辑:何丹)

五、总结

新零售的发展离不开物流业的支持,物流的创新发展更需要新零售的不断促进,二者相互依存。当前,我国经济正处于高质量发展的创新驱动阶段,物流业作为创新驱动的重要推动力,其发展形势是各行业发展的支柱。论文从新旧模式对比确定物流发展存在问题,并通过对新零售市场表现提炼出物流改革要点,针对改革要点进行创新物流发展进程,具有一定的推广价值。