

电子商务模式下养生保健醋饮公司的供应链优化研究

赵笑进

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2024年11月6日; 录用日期: 2024年11月22日; 发布日期: 2025年1月9日

摘要

随着互联网技术的进步, 电子商务呈现出蓬勃发展的态势, 其覆盖范围持续扩大且交易规模不断攀升。在此背景下, 养生保健醋饮行业被注入了新的活力, 同时也面临着一系列新的状况。本文系统地对电子商务模式下养生保健醋饮公司供应链的现状展开剖析。在原材料采购方面, 研究采购渠道的多样性、采购价格的合理性等; 生产环节着重考察生产流程的标准化程度、生产效率的高低; 仓储管理关注库存容量的规划、货物存储的安全性; 物流配送分析配送路线的优化、配送时效的保障; 营销与客户服务则探讨营销手段的有效性、客户服务的及时性与专业性等方面存在的不足。通过深入研究这些问题, 进而制定出符合实际需求的优化策略, 致力于提高供应链各个环节的效率, 降低运营成本, 增强消费者的满意度, 从而推动养生保健醋饮公司在电子商务环境里提升自身的竞争力, 更好地适应市场变化与发展。

关键词

电子商务, 养生保健醋饮, 供应链, 营销与客户服务, 竞争力

Research on Supply Chain Optimization of Health Care Vinegar Beverage Company under E-Commerce Model

Xiaojin Zhao

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Nov. 6th, 2024; accepted: Nov. 22nd, 2024; published: Jan. 9th, 2025

Abstract

With the progress of Internet technology, e-commerce has shown a vigorous development trend,

with its coverage continuously expanding and the transaction scale constantly rising. Against this backdrop, the health care vinegar beverage industry has been injected with new vitality, while also facing a series of new situations. This paper systematically analyzes the current situation of the supply chain of health care vinegar beverage companies under the e-commerce model. In terms of raw material procurement, the diversity of procurement channels, the rationality of procurement prices, etc. are studied; in the production process, the degree of standardization of the production process and the level of production efficiency are mainly examined; in warehouse management, attention is paid to the planning of inventory capacity and the safety of goods storage; in logistics distribution, the optimization of distribution routes and the guarantee of distribution timeliness are analyzed; in marketing and customer service, the effectiveness of marketing means, the timeliness and professionalism of customer service, etc. are explored in terms of existing deficiencies. Through in-depth research on these issues, optimized strategies that meet the actual needs are then formulated, aiming to improve the efficiency of each link in the supply chain, reduce operating costs, enhance consumer satisfaction, and thus promote health care vinegar beverage companies to enhance their competitiveness in the e-commerce environment and better adapt to market changes and development.

Keywords

E-Commerce, Health Care Vinegar Beverage, Supply Chain, Marketing and Customer Service, Competitiveness

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来,消费者对健康的关注度不断提升,养生保健醋饮作为兼具保健功能和美味口感的饮品,其市场需求日益增长,与此同时,电子商务迅速崛起,改变了传统商业模式,为养生保健醋饮的销售开拓了更广阔的平台。然而,在电子商务模式下,养生保健醋饮公司的供应链面临着供应链协同性差、物流配送效率低下、库存管理不善等一系列新问题,这些问题制约了企业发展,因此对其供应链进行优化研究意义重大[1]。本研究通过运用供应链管理理论、协同理论和信息技术与供应链融合理论等方法,结合电商模式下保健醋饮公司在优化采购、降成本和库存风险、保障供应、质量控制、协作共享以及大数据、云计算助力企业发展等方面的具体措施,旨在分析电子商务模式下养生保健醋饮公司供应链存在的问题,并提出有效的优化方案,从而提高企业运营效率和市场竞争力,满足消费者对养生保健醋饮的需求,促进整个行业的健康发展。

2. 电子商务模式下养生保健醋饮公司供应链现状分析

2.1. 原材料采购环节

1) 采购来源广泛但管理复杂

养生保健醋饮原材料种类多,包括优质醋、新鲜水果、中药材等,采购来源广,有本地农产品供应商和国内外专业供应商。供应商多且地域分散,公司管理其关系有挑战,如选择供应商需综合考虑价格、质量保证、供应稳定和交货及时等因素,但部分公司实际评估不全面,出现质量不稳定或供应中断问题。

2) 受市场波动影响大

养生保健醋饮市场需求具有较强的波动性，受季节、促销活动、消费者偏好变化等因素影响明显。这种市场需求的不稳定性使得原材料采购计划难以准确制定，公司往往很难准确预测原材料的需求量。结果可能导致原材料库存积压或缺货，影响生产的连续性和产品的供应稳定性[2]。

2.2. 生产环节

1) 生产工艺与设备水平参差不齐

不同规模的养生保健醋饮公司在生产工艺和设备水平上存在显著差异。大型企业通常拥有先进的生产工艺和自动化设备，能够有效保证产品质量和生产效率。然而，部分中小企业由于资金有限，生产设备陈旧，工艺相对落后。这不仅影响了产品的质量稳定性，如产品口感、成分含量的一致性，还降低了生产效率，增加了生产成本。

2) 生产计划与市场需求脱节

生产计划的制定往往未能充分考虑市场需求的变化。在电商促销活动期间，订单量可能会大幅增加，而企业的生产能力却无法及时满足需求，导致交货延迟，严重影响客户满意度。相反，在销售淡季，又可能出现生产过剩的情况，增加了库存成本和企业的资金压力。

3) 质量控制体系不完善

生产过程中的质量控制是确保养生保健醋饮质量的关键环节，但部分公司的质量控制体系存在漏洞。例如，对原材料的检验不够严格，可能会使不合格的原材料进入生产环节；生产过程中的卫生标准执行不彻底，容易导致产品受到污染；成品的抽检频率不足，使得一些不合格产品有机会流入市场，对消费者的健康和企业的声誉造成潜在威胁[3]。

2.3. 仓储环节

1) 仓库布局缺乏科学性

一些养生保健醋饮公司对仓库的布局规划重视不足。货物的存放没有按照合理的分类标准进行，经常出现不同批次、不同保质期的产品混放，原材料和成品的存放区域划分不明确等问题。这种不合理的布局不仅导致出入库效率低下，延长了货物的处理时间，还增加了库存管理的难度，容易出现货物丢失、损坏或过期等情况。

2) 库存管理信息化程度低

许多公司的库存管理系统不够完善，信息化程度较低。企业无法实时准确地掌握库存数量、位置和状态，库存盘点主要依赖人工操作，容易出现误差。在电子商务环境下，面对复杂多变的订单，这种库存管理方式无法满足快速响应的需求，可能导致订单无法及时处理或出现缺货现象。

3) 仓储成本控制难度大

由于库存管理不善，仓储成本居高不下。一方面，库存积压占用了大量的仓储空间，增加了仓储租金和保管费用；另一方面，缺货情况的出现可能导致紧急补货成本的增加，以及因缺货而失去销售机会的损失，进一步影响企业的经济效益[4]。

2.4. 物流配送环节

1) 物流配送模式依赖第三方且存在问题

大部分养生保健醋饮公司依赖第三方物流企业进行产品配送。虽然这种模式可以降低企业自身的物流管理成本，但也存在一些弊端。企业对物流配送过程的控制能力较弱，无法直接保证物流服务质量，如货物的运输速度、安全性等。一旦出现物流问题，企业很难及时有效地解决，容易引起消费者的不满。

2) 物流配送效率和质量问题

物流配送效率在不同地区和不同时间段存在较大差异。在城市中心地区和交通便利的地方，配送速度相对较快，但在农村和偏远地区，配送时间可能会显著延长。此外，物流过程中的产品损坏、丢失等质量问题也时有发生，这些问题严重影响了消费者的购物体验，降低了消费者对企业的信任度。

3) 物流信息跟踪与反馈不及时

物流信息的跟踪和反馈不够及时和准确，消费者无法及时了解自己购买的养生保健醋饮的配送状态。企业也难以及时掌握物流配送过程中的问题，难以及时采取措施进行调整和解决，导致企业与消费者之间的沟通不畅，影响客户满意度。

2.5. 营销与客户服务环节

1) 电商平台利用不充分

虽然养生保健醋饮公司主要通过电商平台进行销售，但对电商平台的功能挖掘不够深入。企业没有充分利用平台的数据分析工具来了解消费者的购买行为、偏好和需求，无法进行精准营销。同时，产品的展示方式不够吸引人，缺乏个性化推荐等功能，使得产品在众多竞争中难以脱颖而出，影响了销售效果。

2) 营销手段单一且效果不佳

在营销方面，多数公司仍然依赖传统的广告宣传和价格促销手段。缺乏创新的营销方式，如内容营销、社交营销、体验营销等。这种单一的营销模式在激烈的市场竞争中难以吸引新客户和留住老客户，导致营销效果不尽人意，市场份额难以扩大。

3) 客户服务水平有待提高

客户服务是影响消费者购买决策和忠诚度的重要因素。然而，养生保健醋饮公司在客户服务方面存在不足。售前咨询服务响应不及时，无法准确回答消费者关于产品功能、成分、适用人群等方面的问题。售中订单处理和物流协调能力不足，导致订单延误等问题。售后退换货和质量投诉处理流程繁琐，消费者满意度较低，容易导致客户流失[5]。

3. 电子商务模式下养生保健醋饮公司供应链优化策略

3.1. 原材料采购环节优化

1) 建立完善的供应商评估与管理体系

企业应制定全面的供应商评估标准，包括质量、价格、交货期、环保等多个维度，并定期对供应商进行评估。与优质供应商建立长期稳定的合作关系，加强与供应商的信息共享，实现协同发展。例如，可以通过建立供应商信息管理系统，实时监控供应商的表现，及时发现和解决潜在问题。

2) 实施需求预测与采购计划协同

利用大数据分析和市场调研等手段，对养生保健醋饮市场需求进行准确预测。结合企业的生产计划和库存水平，制定科学合理的采购计划。同时，与供应商协商建立灵活的采购合同，如采用分批采购、应急采购等方式，以应对市场需求的波动，减少原材料库存积压或缺货的风险[6]。

3.2. 生产环节优化

1) 提升生产工艺与设备水平

中小企业可以通过技术改造、设备更新等方式提升生产工艺和设备水平。政府可以出台相关政策，如提供技术改造补贴、低息贷款等，鼓励企业进行升级。大型企业可以发挥示范作用，与中小企业分享

先进的生产技术和管理经验，促进整个行业生产水平的提高。同时，企业应加强对生产人员的培训，提高员工的操作技能和质量意识。

2) 建立以市场需求为导向的生产计划体系

企业应加强市场调研和销售数据分析，建立市场需求预测模型。根据预测结果制定生产计划，并与电商平台的销售数据实时对接，实现生产计划的动态调整。在电商促销活动等需求高峰时期，提前做好生产准备，如增加临时生产线、储备关键原材料等，以满足市场需求。在销售淡季，可以适当调整生产规模，开展设备维护和员工培训等工作。

3) 完善质量控制体系

企业应建立严格的原材料检验制度，确保进入生产环节的原材料符合质量标准。加强生产过程中的质量监控，严格执行卫生标准和操作规程。增加成品的抽检频率，采用先进的检测技术和设备，保证产品质量。同时，建立质量追溯体系，一旦出现质量问题，可以快速追溯到问题源头，采取有效的应对措施，降低质量问题对企业和消费者的影响。

3.3. 仓储环节优化

1) 优化仓库布局设计

根据养生保健醋饮的特点，如不同产品的保质期、批次等，对仓库进行科学合理的布局。划分明确的原材料、成品存放区域，采用先进的货架系统和存储技术，如自动化立体仓库等，提高仓库的空间利用率和货物出入库效率。同时，设置专门的库存管理区域，便于对货物进行盘点和管理。

2) 提高库存管理信息化水平

引入先进的库存管理软件，实现库存信息的实时更新和共享。通过条形码、射频识别(RFID)等技术，对货物进行精准识别和跟踪。建立库存预警系统，根据历史销售数据和市场需求预测，设置合理的库存上下限，当库存达到预警值时，及时进行补货或调整生产计划。同时，利用数据分析功能，优化库存结构，减少库存积压。

3) 加强仓储成本控制

通过优化仓库布局和库存管理，降低仓储租金和保管费用。采用经济订货量模型等方法，确定最佳的采购批量和库存水平，减少库存积压。同时，建立缺货应急机制，合理评估缺货成本和补货成本之间的平衡，避免因缺货而导致的销售损失和紧急补货成本的增加。

3.4. 物流配送环节优化

1) 优化第三方物流合作模式或建立混合物流模式

企业可以与第三方物流企业建立更紧密的合作关系，如签订服务水平协议(SLA)，明确物流服务质量标准和奖惩机制。同时，企业可以考虑建立混合物流模式，对于核心市场或重点客户，自行组建物流团队进行配送，以提高对物流配送过程的控制能力。此外，加强对物流企业的培训，提高其对养生保健醋饮产品特点的了解，确保物流配送的质量。

2) 提高物流配送效率和质量

与物流企业合作，优化物流配送路线规划，采用先进的物流技术，如智能物流调度系统、全球定位系统(GPS)等，提高物流配送效率。对于农村和偏远地区，可以与当地的物流服务点或便利店等合作，建立配送节点，减少配送时间。加强对物流包装的设计和改进，采用合适的包装材料和方式，减少产品在物流过程中的损坏和丢失[7]。

3) 建立实时物流信息跟踪与反馈系统

企业应与物流企业合作，建立实时物流信息跟踪与反馈系统。消费者可以通过电商平台或企业官网随时查询自己购买的养生保健醋饮的配送状态。企业也可以及时掌握物流配送过程中的问题，如延误、损坏等，及时与物流企业沟通协调，采取相应的解决方案，提高客户满意度。

3.5. 营销与客户服务环节优化

1) 充分挖掘电商平台功能

深入研究电商平台的数据分析工具，通过对消费者购买行为、浏览记录、评价等数据的分析，了解消费者的需求和偏好。根据数据分析结果，优化产品展示页面，提供个性化推荐，如针对不同年龄、性别、健康需求的消费者推荐不同的养生保健醋饮产品。同时，利用电商平台的营销功能，如限时折扣、组合套餐等，提高产品的销售效果[8]。

2) 创新营销手段

开展内容营销，通过撰写养生保健相关的文章、视频等内容，介绍养生保健醋饮的功效、饮用方法等知识，吸引消费者关注。加强社交营销，利用社交媒体平台建立品牌社区，与消费者进行互动，举办线上线下活动，如醋饮品尝会、健康讲座等，提高品牌知名度和消费者的参与度。此外，开展体验营销，如提供试用装、赠品等，让消费者亲身体验产品的优势，促进购买。

3) 提升客户服务水平

建立专业的客户服务团队，加强对客服人员的培训，提高其业务能力和服务意识。确保售前咨询服务响应及时，能够准确回答消费者的问题。优化售中订单处理和物流协调流程，提高订单处理效率，减少订单延误。简化售后退换货和质量投诉处理流程，建立快速响应机制，及时解决消费者的问题，提高消费者满意度和忠诚度。

4. 供应链优化策略实施的保障措施

4.1. 技术与数据保障

1) 打造智能化供应链管理平台

要投资开发或引入先进的供应链管理软件，集成采购、生产、仓储、物流、销售等各环节的数据接口。通过该平台，实现订单自动分配与处理，生产计划根据实时销售数据动态调整，仓储库存水平精准监控与预警，以及物流配送路径的智能规划与实时跟踪。

还可以运用物联网技术(IoT)，在原材料仓库、生产车间、成品仓库以及运输车辆上部署传感器。在原材料仓库，传感器可实时监测原材料的温度、湿度、库存数量等信息，确保原材料质量稳定且供应充足；在生产车间，监控设备运行状态、生产进度和产品质量参数，以便及时发现生产异常并进行调整；在成品仓库，实现库存盘点自动化，提高仓储管理效率；在运输车辆上，跟踪车辆位置、行驶速度、货物状态(如温度、震动情况等)，保障产品在运输过程中的安全与质量，同时为客户提供准确的物流信息查询服务。

2) 强化大数据分析与应用能力

建立专业的数据团队，负责收集、整理和分析来自电商平台、社交媒体、市场调研机构等多渠道的数据。通过分析采购数据，找出成本较高的原材料供应商或采购环节，与供应商协商或寻找替代供应商，降低采购成本；分析生产数据，识别生产流程中的瓶颈和浪费环节，进行工艺改进或设备升级，提高生产效率，降低生产成本；分析物流数据，优化配送路线、整合物流资源，降低物流费用。通过对海量数据的深度挖掘，精准预测不同地区、不同季节、不同消费群体对保健醋饮的需求趋势，为采购决策提供科学依据，避免盲目采购导致的库存积压或缺货现象，不断满足市场需求。

4.2. 人才与组织保障

1) 构建复合型人才团队

招聘具有电子商务、供应链管理、信息技术、数据分析、物流管理等多专业背景的人才。对于现有员工,制定个性化的培训计划,包括电商运营技巧培训、供应链管理理论与实践培训、数据分析工具应用培训、物流配送优化培训等,提升员工的综合业务能力,使其能够适应电商模式下供应链管理的复杂要求。

2) 优化组织架构

建立以供应链为核心的跨部门协同组织架构,打破传统部门之间的壁垒。设立供应链管理委员会,由公司高层领导担任负责人,成员包括采购、生产、仓储、物流、销售、财务等部门的负责人。定期召开供应链管理会议,确保各部门在供应链运作过程中目标一致、协同高效。

4.3. 资金与财务保障

1) 确保充足的资金投入

要制定专门的供应链优化预算,确保技术平台建设费用、人才培养费用、物流设施升级费用等各项优化措施所需的资金能够按时按需投放。合理安排公司自有资金,并积极寻求外部融资渠道,如银行贷款、风险投资、政府产业扶持资金等,为供应链优化提供充足的资金保障。要建立资金监控与评估机制,定期对供应链优化项目的资金使用情况进行审计和评估,确保资金使用合理、高效。根据项目进展和市场变化,及时调整资金分配方案,优先保障重点优化项目的资金需求。

2) 加强成本控制与效益评估

建立全面的供应链成本核算体系,对采购成本、生产成本、仓储成本、物流成本、营销成本等进行详细核算和分析。通过与供应商谈判、优化生产工艺、合理规划仓储布局、整合物流资源等措施,降低供应链各环节的成本。定期对评估结果进行分析和总结,及时发现问题并调整优化策略,确保供应链优化能够为公司带来实实在在的经济效益和市场竞争能力提升。

4.4. 供应商与合作伙伴保障

1) 建立战略供应商合作伙伴关系

对供应商进行全面评估和筛选,选择质量可靠、供应稳定、价格合理、具有创新能力的供应商作为战略合作伙伴。与战略供应商签订长期合作协议,在协议中明确双方的权利和义务,包括原材料质量标准、供应数量与时间、价格调整机制、技术创新合作等内容,建立稳定的原材料供应渠道[9]。并且与战略供应商开展深度合作,共同进行产品研发、质量改进和成本控制。

2) 优化物流与营销合作伙伴网络

选择服务质量高、配送网络覆盖广、物流成本低的物流合作伙伴,建立长期稳定的合作关系。与物流合作伙伴共同制定物流配送计划,优化配送路线,提高配送效率和服务质量。加强与营销合作伙伴(如电商平台、经销商、广告公司等)的沟通与协作,建立紧密的营销合作网络。与电商平台合作开展促销活动、优化店铺运营、提升产品排名等;与经销商建立良好的合作关系,共同开拓市场、推广产品、收集市场反馈信息;与广告公司合作制定精准的广告营销策略,提高品牌知名度和产品销量。

4.5. 风险与应急保障

1) 风险识别与预警体系建设

建立完善的供应链风险识别机制,定期对供应链面临的内外部风险进行全面梳理和分析,包括市场

风险(如市场需求波动、竞争对手策略变化)、供应风险(如原材料短缺、供应商破产)、物流风险(如运输延误、货物损坏)、信息风险(如数据泄露、系统故障)、政策法规风险(如食品安全法规调整、税收政策变化)等。通过建立风险预警指标体系,为每个风险因素设定相应的预警阈值。实时监测供应链各环节的数据,当风险指标达到预警阈值时,及时发出预警信号,并启动风险应对预案。

2) 应急响应与恢复机制制定

针对不同类型的风险,制定详细的应急响应预案。在供应风险方面,建立多供应商应急供应体系,当主供应商出现问题时,能够迅速切换到备用供应商,确保原材料供应的连续性;在物流风险方面,与多家物流合作伙伴签订应急服务协议,在遇到突发物流事件时,能够及时调配其他物流资源,保障产品配送;在信息风险方面,建立数据备份与恢复中心,定期进行数据备份,当系统遭受攻击或出现故障时,能够快速恢复数据和业务运营。此外,通过建立风险恢复机制,在风险事件发生后,及时对供应链进行评估和修复,总结经验教训,完善风险防范措施,避免类似风险事件再次发生。

5. 结论

5.1. 研究成果总结

通过对电子商务模式下养生保健醋饮公司供应链的现状分析,我们发现了在原材料采购、生产、仓储、物流配送以及营销与客户服务等环节存在的一系列问题。针对这些问题,提出了相应的优化策略,包括完善供应商评估与管理体系、提升生产工艺与设备水平、优化仓库布局、改进物流配送模式、创新营销手段和提升客户服务水平等。这些优化策略的实施有助于提高养生保健醋饮公司供应链的效率、降低成本、增强客户满意度,从而提升企业在电子商务环境下的竞争力。

5.2. 研究的局限性与展望

本研究虽然对电子商务模式下养生保健醋饮公司的供应链优化进行了较为全面的分析,但仍存在一定的局限性。例如,在分析过程中可能没有充分考虑到一些特殊情况或新兴技术对供应链的影响。

未来的研究可以进一步关注区块链技术在供应链中的应用,如产品溯源和质量保证方面;也可以研究如何更好地应对突发公共卫生事件等特殊情况对养生保健醋饮供应链的冲击,不断完善和深化对该行业供应链优化的研究。

参考文献

- [1] 信亚伟,孙惜时,谈甜甜,等.食醋的营养价值和保健功能作用研究进展[J].中国调味品,2015,40(2):124-127.
- [2] 刘莉.浅析电子商务背景下食品供应链管理与物流创新[J].现代食品,2024,30(6):13-15.
- [3] 陈贻森.浅析保障食品供应链管理质量的关键因素与策略[J].现代食品,2024,30(4):178-180.
- [4] 陈淑梅.我国保健品行业的现状与发展趋势[J].现代商业,2016(12):30-31.
- [5] 于春男,李冰.保健品消费者行为及营销策略分析[J].中国市场,2014(17):23-24.
- [6] 阳飞,张华山.食醋及其营养保健功能研究进展[J].中国调味品,2017,42(5):171-175.
- [7] 吴佳晨,陈梦琳,童彤,等.生鲜电商新零售模式的消费者满意度影响因素分析——以盒马鲜生为例[J].中国市场,2023(7):118-120.
- [8] 李正军,赵凤,宾厚.“互联网+”农产品供应链模式优化研究[J].吉林工商学院学报,2019,35(1):37-41.
- [9] 程扬,王永钊,刘建文.生鲜电商农产品供应链协同体系构建研究[J].铁路采购与物流,2022,17(12):54-57.