

基于电商经济背景下的物流配送模式优化研究

——以连锁便利店为例

黄 镇, 李松林

贵州大学建筑与城市规划学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年12月11日; 录用日期: 2024年12月27日; 发布日期: 2025年2月13日

摘 要

随着消费水平的提高和生活节奏的加快, 连锁便利店因其方便快捷的服务和满足即时需求的优势条件而受到越来越多消费者的欢迎, 迅速发展壮大。然而, 随着电商经济的迅猛发展, 企业之间的竞争也越来越激烈。其中, 物流配送作为连锁便利店经营的重要竞争力之一, 不仅关乎到产品的送达和客户的满意度, 还影响到连锁便利店的运营和成本。因此, 应该持续优化物流配送能力, 通过合理优化物流要素来降低物流成本, 促进商品流通, 提高经济效益, 以适应市场变化和满足消费者不断提升的需求。同时, 对于便利店配送网络的优化关键点在于提高服务质量、增强竞争力并降低配送总成本。

关键词

电商经济, 连锁便利店, 物流配送, 物流成本, 优化研究

Research on the Optimization of Logistics Distribution Mode Based on the Background of E-Commerce Economy

—Taking Chain Convenience Stores as an Example

Zhen Huang, Songlin Li

College of Architecture and Urban Planning, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Dec. 11th, 2024; accepted: Dec. 27th, 2024; published: Feb. 13th, 2025

Abstract

With the improvement of consumption level and the acceleration of the pace of life, chain

convenience stores have been welcomed by more and more consumers because of their convenient and fast services and the advantages of meeting immediate needs, and have developed rapidly. However, with the rapid development of e-commerce economy, the competition among enterprises is becoming more and more fierce. Among them, logistics distribution, as one of the important competitiveness of chain convenience stores, is not only related to the delivery of products and customer satisfaction, but also affects the operation and cost of chain convenience stores. Therefore, we should continue to optimize logistics and distribution capabilities, reduce logistics costs by rationally optimizing logistics factors, promote commodity circulation, and improve economic efficiency to adapt to market changes and meet the increasing needs of consumers. At the same time, the key point of optimizing the distribution network of convenience stores is to improve service quality, enhance competitiveness and reduce the total cost of distribution.

Keywords

E-Commerce Economy, Chain Convenient Store, Physical Distribution, Logistics Cost, Optimization Research

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

在全球经济一体化和电子商务迅速发展的背景下,随着消费者购买力的不断提升,以满足客户紧急需求和便利性,并提供日常生活必需品为核心功能的新型零售业态便利店逐步兴起[1],加上《全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划(2023~2025)》政策的实施,进一步提升了人们对便利店及其物流服务的关注。随着社会经济的快速发展和贸易物流需求的不断增加,便利店的规模和覆盖范围不断扩大,导致了巨大的物流需求。在连锁便利店运营中,物流配送发挥着关键作用。对于这种高频次、小批量、多样化需求的零售模式,物流配送的效率和模式直接影响到商品补货速度、物流成本以及顾客的服务体验。然而,连锁便利店货物的物流配送方式也存在一些问题,具体表现为物流配送成本高、物流效率低等。这些问题已成为制约连锁便利店经济发展的重要因素。在面对市场激烈竞争的情况下,优化物流配送模式已成为提升连锁便利店运营效率、降低成本、增强竞争力的关键所在。

2. 连锁便利店的特点及发展现状

2.1. 特点

连锁便利店是一种零售业务模式,由同一品牌的管理方运营多个分店,分店通常规模较小但覆盖面广,提供包括食品、饮料、零食、日用商品等多种商品和服务。它们一般位于人流密集的区域,如居民区、商业中心、学校和旅游景点,便于消费者快速购物。与传统超市相比,连锁便利店更注重便利性和快捷性,通常提供24小时营业、送货上门和自助结账等便捷服务,以更好地满足消费者的即时需求。尽管两者在功能上互为补充,但它们在经营模式和服务内容上依然存在明显区别[2]。

2.2. 发展现状

根据中国连锁经营协会(CCFA)的统计,全国便利店销售额从2015年的1181亿元持续增长至2023年的4248亿元人民币,年复合增长率为17.4%,预计到2029年,便利店行业的销售收入将突破7526亿

元, 年均增长率为 10% 左右[3]。随着全球经济的复苏和顾客需求的改变, 连锁便利店的市場空间不断放大, 另一方面则需要面对消费者习惯改变、配送成本上升和行业竞争加剧等多重挑战, 便利店的连锁经营面临着新的挑战与调整, 下沉市场逐渐成为连锁便利店角逐的重要领域。消费者在追求质量和便利的同时, 也对健康和环保等方面提出了更高的要求[4], 同时对于商品价格的敏感度提高, 寻求更优惠的商品的同时兼顾商品的价格优势, 因此许多连锁便利店开始引入更多有机、绿色、健康的商品, 以满足消费者的需求, 推动了行业的创新和发展, 也提供多样化、个性化的服务, 如送货上门、会员优惠等, 以提升消费者粘性。从发展趋势方面来看, 未来连锁便利店应通过优化配送模式, 以在竞争激烈的电商经济下寻求发展。

3. 连锁便利店配送模式

物流配送是连锁便利店运营中至关重要的一环, 是保障商品供应和及时送达的关键。为此, 许多连锁便利店建立了完善的物流配送体系, 通过集中采购、统一配送等方式实现成本控制和效率提升。同时开拓与第三方物流公司合作, 拓宽的物流配送范围和提高配送效率, 以满足消费者对便捷、快速服务的需求[5]。

3.1. 自营配送模式

自营配送模式是指企业自己负责建立和管理整个物流配送过程, 包括内部和外部货物的配送[6], 需要企业具备足够的资金和高效的管理能力, 以确保配送系统的顺利运行。

目前, 自营配送的连锁便利店企业主要可以分为两大类。第一类是规模型便利店企业, 它们专注于便利店业务并已建立起独立的物流配送体系。第二类是便利店业务进一步扩大, 并保留了以前的零售业务, 如京东便利店等。这些企业在业务发展过程中已经建立了完善的自营物流配送体系, 实现了资源的高效利用。

3.2. 供应商配送模式

供应商配送是指连锁便利店直接利用供应商的物流系统进行配送[6]。订单信息经过专业处理后, 会迅速发送给相应的供应商。供应商根据订单信息在规定的时间内准确地将货物送达各个便利店。这种高效的配送流程不仅有助于降低便利店的配送成本, 还能有效降低在物流配送过程中可能遇到的风险, 提升了整体运营效率。

3.3. 第三方物流配送

第三方物流配送是指连锁便利店将其部分或全部的配送业务委托给专业的第三方物流企业[7], 可以有效地降低连锁便利店的运营风险。通过专业的物流公司配送货物, 利用第三方物流公司的专业知识和资源来提高配送效率和服务质量。这种模式能帮助连锁便利店有效地管理库存和提高服务质量, 同时也能够降低成本和提高效率[6]。

4. 连锁便利店的配送现状及问题

4.1. 配送现状

连锁便利店所采用的配送经营模式既能保障服务质量, 又有助于快速扩张。在产品方面, 连锁便利店具有其独特的优势。首先其产品种类极为丰富, 几乎涵盖了人们日常生活中所需的各种商品, 例如个人护理用品、生活用品、烟酒、方便食品以及快餐等。同时还积极与各大知名品牌展开合作, 引入更多优质、时尚的商品, 满足顾客多样化的需求, 带来更好的购物体验。然而在物流配送方面, 连锁便利店

精细化的物流配送模式也带来了显著的成本问题。一方面, 众多配送中心的建设需要庞大的资金, 但配送量过小, 会出现负债太多、回收期长的问题; 另一方面, 有相当数量的仓库设备被闲置, 造成了严重的资源浪费[8], 加上购买和维护运输车辆需要大量资金投入, 且在运营过程中会产生较高的成本。尽管混合运输模式提高了车辆的使用效率, 但由于不同产品之间存在特性差异, 这不仅增加了装卸和管理的难度, 还导致了配送成本的上升。虽然当前的配送方式能够满足特殊食品的需求, 但整体的物流配送服务仍面临诸多问题。例如, 配送安排无法应对顾客的突发需求, 如高峰期间货品短缺等问题。同时, “少量多次”的配送模式也增加了额外的配送成本, 而在实际操作中, 缺货或积压现象难以避免。这种配送模式未能充分考虑顾客需求的多样性和变化性, 导致物流配送服务与顾客实际需求之间存在较大的差距。

4.2. 配送问题

4.2.1. 物流配送成本较高

连锁便利店采用的配送模式面临着物流配送成本较高的问题。受到燃油成本、人工成本和场地租赁等因素的影响, 持续盈利的能力降低, 企业对于成本控制提出了更高的要求, 呈现出人员流动性大、附加成本较高, 用工量的峰谷明显。

4.2.2. 物流配送时效性差

由于连锁便利店的物流配送涉及多个环节, 配送时间往往难以掌控, 导致配送延误, 进而影响顾客的满意度。在配送过程中, 人工操作的疏忽可能导致商品损坏或丢失, 这直接影响了商品质量, 并使得便利店无法及时满足顾客的需求。

4.2.3. 物流配送效益较低

目前, 连锁便利店的物流配送主要依赖人工操作, 这种传统模式已无法满足现代商业对高效配送的需求, 效率问题日益突出。同时, 由于门店遍布广泛, 运输难度增大, 导致物流成本上升, 给企业的经营效益带来了压力。此外, 一些小规模门店的日均订单量较低, 导致每次配送的成本较高, 进一步削弱了物流效率, 使得企业在激烈的市场竞争中处于不利位置。

5. 连锁便利店物流配送影响因素分析

5.1. 成本因素

根据陈璐的物流成本核算在会计规划中的应用研究中体现的关于物流成本影响物流配送的依据[9], 可以得出, 在选择配送模式时, 成本是一个关键因素, 主要包括配送作业成本, 仓储成本与运输成本。

首先, 配送作业包括人力、设备折旧、维护和管理费用在内的成本是重要的部分[10]。一个高效且成本控制得当的配送流程不仅能显著提升运营效率, 还能够有效降低开支, 从而拓宽企业的盈利空间。同时, 仓储成本涵盖租金、设备投入、存储费用以及损耗等各项开销需要引起重视[11]。合理的仓储管理能减少积压和损耗, 降低成本。优化布局和流程还能提高效率, 增加效益。运输成本则包括工具费用、燃油、路桥费和保险[12]。选择适当的运输方式和路线能降低成本, 提高竞争力。

5.2. 配送因素

配送货物的供货能力、配货能力和储存能力是影响连锁便利店自身竞争力的关键因素[13]。这三者直接影响到便利店的运营效率。

首先, 供货能力直接决定了便利店商品种类的丰富性和库存的稳定性。拥有强大供货能力的便利店能够确保商品充足、品类多样, 满足顾客的多元化需求。当顾客发现店内商品应有尽有, 且质量上乘时, 必然会增强他们对店铺的信任与忠诚。其次, 配货能力直接影响到便利店的销售效率和顾客购物体验。

高效的配货系统能确保商品及时、准确地配送至各个门店,使得新品能够迅速上架、库存得以及时调整,从而抓住销售机会。同时,精准的配货还能提升顾客的购物体验,让顾客在店内轻松找到所需商品,节省时间并提高满意度。储存能力则是确保商品质量和安全的重要环节。具备出色储存能力的便利店能够合理规划仓库空间,科学管理商品存储,防止商品损坏或变质,并通过有效的库存管理降低滞销和损耗,从而减少成本风险。因此,对于连锁便利店而言,不断提升供货能力和配货能力是提升竞争力的关键。通过优化供应链管理、完善物流配送体系、提升信息化水平等多项举措,才能在激烈的市场竞争中脱颖而出,吸引更多顾客的青睞。

5.3. 经营因素

门店的效益与人流量息息相关。人流量大,意味着潜在的消费者多,门店的曝光率和销售机会也就相应增加,从而带来更高的效益。反之,如果人流量小,门店的知名度和销售额都可能受到影响,效益自然会相对较低。通常情况下,人流量越大,订单量也会随之增加,然而并非所有的人流量都可以转化为订单。因此店铺选址,人流量和订单数量相互影响。

不同地段的门店在人流量上存在明显差异,例如商业办公区则集中大量企业和员工,拥有稳定且较高的人流量,能够更轻松地吸引潜在消费者,进而带动较高的订单量,从而提升门店的盈利表现。相比之下,社区或景区等地段的情况则不同。社区区域的人流量较小且波动较大,主要依赖居民的日常消费需求,需要更加精准地洞察消费者需求,通过提供优质的商品和服务来吸引顾客并增强他们的忠诚度。尽管景区虽然拥有较大的人流量,但游客的流动性强且停留时间有限,这意味着要特别抓住旅游旺季的机会,推出具有地方特色的商品和独特的服务,以吸引游客并促成购买。

因此,门店在选址时就需要充分考虑人流量和订单数量的因素,选择适合的地段,并通过优质的服务和产品来吸引和留住顾客,从而实现更高的效益。

6. 连锁便利店物流配送模式优化路径

6.1. 优化配送过程,降低运输成本

连锁便利店应根据精细化的物流配送要求以及产品的特性差异,针对不同类型的产品,采用量身定制的包装方案,以确保高效的装卸过程,减少货物损耗,保障运输的稳定性与效率,同时降低能源消耗和维护成本。通过合理规划货物装载,优化订单合并与货物搭配,实现批量配送并最大化利用车辆空间,从而降低每次配送的整体成本。此外,根据商品特点和运输需求,进行精准的包装设计,以确保商品在运输过程中的安全与完好,提升其市场竞争力,进一步提高消费者的满意度。

6.2. 提升供应能力,合理选择配送模式

连锁便利店应通过建立稳固的供应商合作关系,确保能够及时获得高品质的产品。同时,精确的库存管理能够有效防止库存积压和资源浪费,从而提升资金的使用效率,降低商品额外成本。其次建立严格的货物交接制度,以保障配送过程中货物的安全性和完整性,最大限度减少损坏与丢失的风险。通过优化订单处理流程,并充分利用信息系统,可以实现高效、精准的订单处理。同时,加强与供应商的沟通与合作,确保订单按时满足需求,从而提升供应链的整体效率与响应速度,最后根据物流业务的数量多少合理选择配送模式,实现专业化的物流配送管理控制,整合相关物流配送资源,实现低成本配送。

6.3. 提升配货效率,及时解决需求

结合连锁便利店的门店布局及其他相关因素,可以考虑引入先进的物流管理系统,实现配送过程的

自动化与智能化。通过促销活动和优化产品组合等策略,提升订单量,从而进一步提高配送效率和成本效益。同时,制定应急预案,以便在突发情况下迅速调整配货计划,确保门店需求得到及时满足,确保客户满意度。通过合理优化配送路径,结合现代物流技术与大数据分析,实现最短运输路线的精准规划,有效降低运输成本和时间。此外,借助实时物流监控,根据需求灵活调整运输路线,避开交通拥堵等问题,确保按时交付。运用智能仓储系统,可实时监控库存状况,确保精确补货与库存控制。同时,优化仓库布局与高效的分拣方式,加速产品出库,缩短物料等待时间,从而提升整体运输效率。

6.4. 完善配送体系,提高配送效率

连锁便利店物流配送人员应分析和评估商品配送情况,优化相关流程,提升工作效率,从而减少人工成本和降低错误率,例如,选用差异化作业流水线进行整箱或拆零商品拣货,结合出货频率高低实施商品分类,在作业方式上进行差异化区分不同类别商品[14]。配送人员还应运用智能化的订单管理系统实现自动化处理和分配,通过快速识别问题并进行改进,提升配送效率和服务质量。同时,系统还能够支持做出更科学的决策,优化进货策略,从而有效降低库存成本。完善的客户反馈渠道能够及时收集客户需求 and 意见,针对配送延误或商品质量问题采取迅速而有效的措施,确保消费者的满意度。

6.5. 提高人员素质,提升配送质量

针对不同消费者的多样化需求,可以构建智能化物流系统,通过分析消费者的购物历史、配送地址和时间偏好等海量数据,提供最优的配送方案,以提高运输效率和准确性。同时,制定针对性的策略和改进措施,强化员工培训与管理,特别是在物流部门提升服务质量与工作效率,从而提升企业品牌形象,增强市场竞争力引入具备物流知识、物流信息系统、配送中心运营等方面知识的复合型人才[15],通过培训连锁便利店配送人员,提升其操作技能和配送效率,从而缩短配送时间并降低人力成本。首先,确保配送的安全性与准时性,并制定科学的排班和激励制度,以增强员工的工作积极性和效率;其次,结合线上与线下培训方式,借助网络平台等现代化教学工具,提高培训效果;最后,定期进行考核评估,及时向员工提供反馈和指导,确保培训质量的持续提升。同时,设立合理的薪酬体系,激发员工的工作热情和动力。

7. 结语

连锁便利店在现有的配送过程中存在效率不高、成本偏高等问题,影响了物流的效率。针对这些问题,提出了优化配送的相关建议:首先优化配送过程,确保商品流通的高效与顺畅,降低运输成本,以减轻经营负担,提升利润空间。其次建立完善的配送体系,一个高效、稳定的配送体系,能够确保商品及时、准确地送达消费者手中,引入先进的物流技术和管理理念,提高配送的智能化水平,可以进一步提升服务质量和顾客满意度。最后加强员工的培训和教育,提升专业素养和操作技能,为物流配送模式的优化提供有力的人才保障。在社会不断进步的当下,物流配送已经不再是企业运营中的一个基本环节,它对于企业的整体效益产生了深远影响。选择合适的物流配送模式,对企业的经营效率、成本以及在市场中的竞争能力都有很大的影响。因此,对于物流配送模式的优化与改进,成为了企业追求发展的重要一环。

参考文献

- [1] 黄俊翔. 本土连锁便利店竞争力分析[J]. 经贸实践, 2017(22): 174.
- [2] 刘磊. 关于提升加油站非油品经营质量的研究——以便利店经营提升项目为例[J]. 当代石油石化, 2019, 27(10): 34-39.

-
- [3] 前瞻网. 预见 2024: 《2024 年中国便利店行业全景图谱》(附市场规模、竞争格局和发展前景等) [EB/OL]. <https://www.163.com/dy/article/JBSKJFTI051480KF.html>, 2024-12-12.
- [4] 中国银行课题组, 刘连舸, 陈卫东, 等. 国内国际双循环大格局下居民消费研究及扩大居民消费的政策建议[J]. 国际金融, 2020(10): 3-32.
- [5] 李克卫. 电商平台选择合作第三方物流公司的影响因素及决策分析[J]. 物流技术, 2021, 40(5): 65-69.
- [6] 便利店物流配送模式的选择与变化[J]. 物流技术与应用, 2019, 24(3): 113-114+116.
- [7] 聂佳佳, 徐晓萱. 竞争环境下生鲜电商企业配送模式选择研究[J]. 工业工程, 2023, 26(2): 1-11.
- [8] 王荻. 探析我国连锁便利店经营现状及发展策略[J]. 市场论坛, 2018(3): 77-79.
- [9] 陈潞. 物流成本核算在会计规划中的应用研究[J]. 中国储运, 2024(2): 106-107.
- [10] 李国珍. 供应链视角下 JD 公司物流成本优化研究[D]: [硕士学位论文]. 太原: 中北大学, 2023.
- [11] 张秀青, 程华. 我国企业流通成本变动趋势、问题及降本增效路径[J]. 全球化, 2024(1): 110-123.
- [12] 唐建. 海运企业船舶运输成本管理与控制分析[J]. 船舶物资与市场, 2023, 31(9): 106-108.
- [13] 徐旭. 物流学概论[M]. 南京: 南京大学出版社, 2017.
- [14] 潘艾华. 连锁企业物流配送管理存在的问题与对策研究——以武汉城市圈连锁企业为例[J]. 哈尔滨职业技术学院学报, 2014(4): 136-137.
- [15] 高亦诚. 连锁便利店在配送中存在的问题及对策[J]. 物流工程与管理, 2015, 37(10): 76-77.