

有效物流成功家居购物的最后障碍 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/183/2021_2022__E6_9C_89_E6_95_88_E7_89_A9_E6_c31_183623.htm 家居购物将给零售业和消费者的消费行为带来巨大变化。但是对于各方来说真正的挑战是获得有效的成本和有效的末端配送。无论你的网站多么生动，也无论你的数据多么安全有效，或者你的价格多么有吸引力，消费者将以配送服务为最终判断标准。Kenneth Porter 分析了一些影响生产企业满足消费者家居购物期望的关键问题。配送的功能表现在，在正确的地方得到正确的商品，而且保证品质和准时。任何错误都可能将供货商的信誉悔掉，吞噬掉全部利润，并影响消费者再次进行家居购物。按照Boston 咨询公司最近在时代杂志上引述的那样，一些欧洲在线零售商的定单有50%不能正确履行，其中期报告更加强调了许多英国在线零售商在配送方面遇到的困难，所以配送已经成为影响家居购物的成功与失败的关键。面对降价及提高服务品质的要求，家居配送变的更加难以实现。家居配送服务，需要有人对此支付代价但那又不可能是消费者。零售商和物流企业需要重组他们的操作及配送程序，处理好传统零售业务和家居配送但是，不得增加任何成本。预计未来五年内，食品的家居配送相对总销售额比例由现在的15%上升到40%，这样一来，配送市场的发展更加难以确定。仓库还是零售店？大型零售商投巨资建设散货配送中心，为地区的零售店提供服务，并采用了托盘化或滚动笼等标准化技术。每个定单涉及多个巷道，每个巷道涉及大量箱位，对箱位进行拣货作业。这个系统以间隔舱，托盘和插车及一些自动化

传输系统为基础。家居配送每单涉及很少巷道，商品量少并需要分别派发。大量的操作可以通过自动传输机在区域的拣货和高速的分拣系统完成；对于少量作业，如纸箱储存和分检工作只得由手工完成。舆论趋向建立独立的配送中心，以满足家居购物的服务标准，使现有的零售店结构不受影响。这个战略能够确保随着家居配送的发展核心业务的服务水准不受影响。但是，它确实需要房产方面的大量投资，并只能服务于先进的大型城市。据报道Sainsbury和Asda公司都在实施这个战略，他们以独立配送中心建设为基础开展家居配送业务，最初开展伦敦地区业务。另一方面，Tesco公司已经在他的零售店建立了家居配送服务，随着家居购物销售额冲破100万英镑，该公司取得了英国任何其它零售商都无法比拟的处理大批量定单方面的经验。相同的，Iceland Frozen Foods公司认为，建立单独的家居配送仓库并不经济，他们采取在现存的零售店分检并履行定单的作法。该公司认为保持低成本的方法是提高配送密度即在一个小的地方拥有大量客户。零售店检货也节省了大批兴建家居配送中心的投资。该公司声称他们的家居配送战略已经获得利润，而且定单的平均价值提高5倍达到45英镑（可能受益于最小的互联网定单40英镑）。在实践中有一种折中方案，即在零售店内设置一块专署的分离区域供家居配送的集货和分发。商品可以在主要零售店分拣，在家居配送区域完成定单的作业之后，一些商品可以分别得到补充。通过使用单独的区域，工作人员能够总结出零售店业务量较少的时间段，并通过该时间段进行家居定单的货架拣货，也不会影响正常的零售业务。谁来承担配送费用？零售商决定提高家居配送服务品质，设施设备投资将

有所增加。这些费用只能由增加的利润、销量抵消或由消费者承担。目前，每单家居配送的配送费用为5英镑，显然不会给那些“有钱，却时间紧张”的顾客造成影响但是，随着业务量的增加，大量顾客可支配的收入并不富裕，零售商会面临顾客对该费用的反对。现在最重要的是，了解所有额外费用的来源及如何将它们最小化。从已经报道的该费用信息看，Total logsitcs公司计算得出，一个典型家居配送的实际成本远高于目前物流企业的通常成本。所以，随着配送量的增加，将会严重影响零售商的利润率。Total logistics 公司预计，当主要家居配送服务的成本是5英镑时，配送的实际费用可能至少9英镑。两个数据之间的差额很容易吞并大多数配送业务的利润，可能影响到家居购物的长期利润问题。加上为冷藏保鲜商品分离，独立设立仓库等的额外费用，配送费用的数额变的更加让人难以接受。同时，象订单大小，配送距离，配送密度及道路拥挤等因素都会影响配送费用，还包括配送工具和人员的固定费用。这也许说明低成本的家家居配送在城市中可以实施，但是对于被忽略的乡下居民可能被要求承担该服务的额外费用。食品卫生 健康与卫生问题与最初的家家居配送的商品如书，CD及衣物之间没有关系。但是对于食品配送，为了保证配送品质满足卫生相关立法，仓储和作业过程要求更加严格。由于在所有环节都有卫生需要，家居配送的整个保鲜链更加容易受到威胁。同样是配送车辆，食品要求必须是达到冷藏保鲜温度。对于远距离、多配送点的家居配送保鲜冷藏是不现实的，特别是在炎热的气温下。同时，保鲜冷藏车的高额费用，使配送更加不经济。配送安排同样更加困难。由Tesco公司提供的两小时家居配送服务，如果顾客留

下两个地址或一个模糊的地点，对于爱尔兰和其它地区应该提供充分的时间误差准备，而且食品配送必须投保。保温箱可以保证几个小时食品品质，但会增加成本。Tesco的网址上提供保温车配送服务，将保温车分为三个部分冷藏、保鲜及其它商品以保证商品品质。一些消费者喜欢商品配送到工作单位，这样可能会提高配送密度。这种想法可以进一步扩展，需要配送的商品提前安排放到前端配送站或其它地区配送中心，但是零售商必须能够提供保温箱。退货处理从接受订单到配送到户无论品质控制多么有效，事情总会有差错的时候，出现消费者要求退货的情况。配送人员需要进行客户关系培训，能够解决问题或争议，同时又不会造成其它配送的迟延。配送错误或商品出现差错，消费者可能因任何原因拒收商品或最简单不在家。好的退货程序应该可以让零售商确定重复出现的问题并找到根本原因。不象传统的散货仓库或零售店，专业的家居配送中心具有处理大量退货的功能。家居配送新员工能够通过仿真网络学习到如何处理退货。生产商会不会进行直销？面对来自零售商要求提高利润的压力，许多生产商感到采取直接销售并直接配送到户是提高利润率的方法。然而，目前的情况是，大多数生产企业并没有受到得到更高利润的诱惑，已经发现了里面的陷阱。考虑到以有限地区商品配送为基础的配送基础设施及文化理念，他们意识到在直接家居配送中发生的费用将完全吞噬掉业务利润，同时他们也发现生产商无法提供零售商通常所能提供的安装、装配、售后服务。其它一些问题包括处理退货，回收用过的器具，处理包装，这些问题处理不好很可能失去家居配送客户。一个更加积极的对策是与零售商合作，组织更加有效

的散货配送系统以简化最终由零售商向家居用户的配送。对于第三方配送企业是威胁还是机会？不但食品是这样，通过互联网或者说电子商务的家居配送，看上去为那些能够提供到户配送服务的公司提供了市场机会。大多数客户喜欢订购的商品能够立即送到的，以致工作日使用的配送车辆现在使用在晚上和周末。商业快递公司Littlewoods公司的全资子公司从事邮件业务看到了次日配送和周末配送的市场需求，由于消费者不愿承担家居配送服务的费用，造成成本压力进一步加大。Securicor Omega公司的家居配送服务由本公司的相关部门分离出来的设施设备完成。但是，没有哪一个人相信他们能够将传统业务扩展到家居配送这个新领域并能够赚钱。Tibbett&Britten公司及其它业务遍及欧洲的具有领先地位的物流企业断言，市场预期与进一步的成本压力这对矛盾不会得到一个好的解决方案。他们认为目前计划涉足家居配送领域的包裹运输公司应该至少前两年会赔钱。家居配送对改善环境有否帮助？无疑电子商务以及家居配送的开展将改变传统的配送模式并影响到人们生活的许多方面。初级的家居配送对环境不但没有任何益处反而还会影响我们的生活环境，因为消费者还会开车到超市购物，同时，配送车辆在夜晚或周末会占用更多的地方。如果业务量达到一定水准，消费者会大幅降低外出购物活动，废气的减少将对我们的生活产生积极影响。包装立法，其它欧洲国家要比英国严格的多，随着一体化进程的发展，对家居配送的影响将加重。由于处理及回收废弃的包装材料的责任落在供货商头上而不再是消费者，配送组织不能再采用原始包装了。就象最近Bill Gates所说的：“互联网改变了一切”他甚至还说互联网将改

变零售业，这种改变是如此的迅速。他并没有预言谁来承担变革的成本，是消费者还是零售商。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com