

面对竞争家具业致胜新武器第三方物流优势凸现物流师资格考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/510/2021_2022__E9_9D_A2_E5_AF_B9_E7_AB_9E_E4_c31_510002.htm

随着生活水平的提高，人们对中高档家具的需求与日俱增，家具生产企业、家具卖场与专卖店如雨后春笋般在全国各地建立，买方时代已经到来。在这样的环境中，家具竞争愈演愈烈。在经历了广告、降价促销大战后，家具行业必须寻找新的竞争点以突出重围，那就是服务。目前大型家具商场如月星、红星、居然之家（查看地图）、吉盛伟邦等都提出了差额退款、先行赔付的服务承诺。就这些方面来看，家具行业已无太大差别。要想取得竞争优势，就必须寻找新的切入点，在管理、服务等方面进行创新，争做行业的领跑者，于是家具物流便以其独特的服务方式开始被重视起来。我们仅从家具终端销售方面就可以看到物流的重要。如果没有物流商的适当（时间、货物、数量、地点）配合，不仅会因为二次运输而增加额外的物流费用，还会造成顾客投诉并要承担退货的风险。目前中国大型家具商场几乎都采取商物（物流和资金流）分离的方式，即顾客在购买家具时，先付少量定金（一般为200300元），货款在家具送到指定地点安装完毕经顾客最终确认后全部付清。基于这些因素，物流对家具行业的重要性可见一般。对家具行业而言，物流活动决不仅仅是单纯的同城配送，而是涵概了配送、仓储、搬运、安装、代收货款、采购物流等多方面的集合体。其中创新、超常规、满足个性需要的增值服务（如安装、代收货款等），一经推出就受到广大家具经销商的欢迎。统一物流配送不仅可以减少经销商的资

金投入，更重要的是可以使经销商从他们不擅长的业务中解脱出来，专注于营销工作。就目前的中国家具行业来说，物流对企业成功的重要度高，企业处理物流的能力相对较低，应采用外包给第三方物流公司运作的模式，以降低物流成本，分散经营风险，提高顾客服务水平，以增强市场竞争力。

下面以家具卖场为例对此加以说明：选择具备条件的第三方物流商 物流商必须具有经营管理的组织机构、业务章程和具有法人资格的负责人，以使之能与经销商或配送中心订立物流服务合同；从配送中心接收货物后，即签发自己的物流服务单证以证明合同的订立、执行和货物接收并开始对货物负责；必须对服务全程中的货物遗失、损害和延误运输负责，因此必须具有开展业务所需的流动资金和足够的偿还能力；物流服务商必须能承担物流服务合同规定的与仓储、运输、搬运、安装等服务内容有关的责任，并保证把家具交给物流服务单证中指定的收货人，即最终顾客。因此必须选择具有与合同要求相适应的、能承担上述责任技术能力的第三方物流。

成立配送中心 配送中心一般由家具卖场与物流服务商共同组成，其中家具卖场的工作人员负责对物流服务商的经营活动进行监督、管理，与经销商进行协调；物流服务商进行具体操作，并对其运作行为承担后果，双方人员共同以配送中心工作人员的名义出现。做好重要环节的服务工作 购买家具的客户基本上都与家具卖场在同一城市，配送中心不仅为经销商提供送货服务，实现配送，更使各经销商通过配送中心建立信息交换平台，并通过提高车辆的装载率降低各经销商的物流成本；为经销商提供仓储服务，并通过计算机网络系统实现在线查询库存信息，使经销商及时了解销售、库存

情况；为经销商提供采购物流服务，从源头上为经销商节省物流成本，并使之真正从物流中解放出来。搬运、安装环节对家具的影响很大，加之物流作业人员代表公司形象，所以配送中心须配备专业的高素质搬运工、安装工队伍，并负责他们的岗前岗中培训和思想道德教育，定期考核，竞争上岗，配送中心所有作业人员必须严格遵守卖场的各项规章制度和行业相应的操作规范。配备车况良好、手续齐全的车辆，实行责任运输，保证运输质量。特别要备有符合运输要求的特殊装置或专用设备。经销商在未将商品交付顾客之前，可以要求配送中心中止运输，返还商品，回到装货地或将商品交付给其他收货人，按实际配送所发生的费用结算。因配送中心的责任而将商品错送或错交，应将商品完好、无偿地运送到经销商指定的送货地点，交给指定的收货人，并承担因此产生的顾客投诉等一切后果及损失。 "#F8F8F8" 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