

O2O 模式下生鲜农产品的物流配送模式解析

◆马 骏

(青岛工学院)

摘要: 电子商务的突飞猛进, 推动了国内服务业的更新, 而未来的消费模式会日益呈现个性化及小众化的特征, O2O 经营形式将非常有效地体现市场消费增加的潜力。文章对当下生鲜 O2O 行业的经营形式及发展状况进行分析, 力图从冷链技术视角阐明推进生鲜冷链 O2O 的必要性, 并基于此提出其创新发展策略。文章分析了 O2O 背景下生鲜农产品物流配送的特点, 在此基础上提出了不同的生鲜农产品物流配送模式, 并对每种配送模式进行了优劣分析。

关键词: O2O; 生鲜农产品; 配送模式

近年来, 我国中央政府出台的 1 号文件都是关注于农业及农村的发展。在政府的大力扶持下, 我国农产品产量稳步增长, 基本能够满足中国市场需求, 但随着 O2O 的发展, 传统的流通渠道已经不能满足消费者对农产品高品质和高时效的需求。为迎合消费者的需求, 各大电商纷纷开拓线上生鲜农产品市场。但是, 目前国内关于生鲜农产品 O2O 业务仍然处于探索阶段, 配送业务还不成熟, 配送成本居高不下, 配送效率较低, 服务水平不高, 同时关于这方面的理论研究也相对比较滞后, 成果较少。因此, 在当今 O2O 日益普遍的环境下, 如何构建有效的生鲜农产品配送模式, 缩短生鲜农产品的在途时间, 降低生鲜农产品损耗, 提高物流配送效率、保证生鲜农产品的质量和新鲜度, 对生鲜农产品的物流配送有重要的意义和价值。

1、O2O 背景下生鲜农产品物流配送的特点

O2O 拓展了生鲜农产品的交易形式, 并且还改变了物流、信息流和资金流。在 O2O 背景下, 消费者对生鲜农产品的交易和服务的要求发生了巨大的变化。所有通过 O2O 平台购物的顾客都希望在交易订单下达后, 所购商品能高质量、高速度配送到位。O2O 背景下的生鲜农产品物流配送运作模式主要以 B2C 模式为主, 其主要特点有以下几个方面。

1.1 生鲜农产品的易腐性

生鲜农产品在配送过程中易腐坏、变质以及易受外界污染等特点会造成食品安全问题, 而随着人们食品安全意识的提高, 消费者对食品的质量要求更加严格。国家肉类食品质量监督中心的抽检结果显示, 春、夏季节食物中毒发生的概率最高, 其中有 90% 以上的食物中毒都是因为细菌数量超标导致的, 因此保证生鲜农产品的质量是十分重要的。O2O 背景下生鲜农产品的物流配送方案要确保生鲜农产品的质量, 不仅要严把生鲜农产品的供货渠道, 更要在运输条件、配送时间、配送距离上进行优化以消除生鲜农产品变质和被污染的隐患。

1.2 生鲜农产品配送的时效性

生鲜农产品的新鲜程度与配送的时间成反比, 即配送的时间越长, 新鲜程度就越低。因此生鲜农产品在配送过程中更应注重时效性, 从而能保持较高的产品新鲜度。这就需要在前期利用 O2O 网络平台对农产品的需求信息做出较为详细和准确的统计; 另外, 需要尽可能地减少产品的配送环节, 优化配送方案, 优化仓储中心选址, 从而快速响应消费者的需求。

1.3 生鲜农产品配送的多样化

在 O2O 背景下的消费者, 他们对生鲜农产品的需求完全根据个人的需求而定, 通常具有个性化, 消费者希望在同一次的配送服务中, 得到不同种类的产品; 或者希望同一次订购的产品能够送到不同的地点等。

2、O2O 背景下生鲜农产品物流配送现状

O2O 背景下的生鲜农产品配送是新生事物, 生鲜农产品物流配送模式还不完善, 以致生鲜农产品物流配送和连锁超市生鲜区之间无法进行有效衔接, 同时生鲜农产品冷链物流问题也没有得到很好的解决。从而导致生鲜农产品物流配送成本偏高, 无法获得价格优势, 难以体现 O2O 背景下的优越性; 此外, 我国物流基础设施落后, 难以达到生鲜农产品对加工、冷藏、配送的要求, 导致生鲜农产品的腐损率比发达国家高出一倍, 说明我国生鲜农产品物流配送水平还较落后, 难以承担起生鲜农产品对其高的需求。

网络技术的快速进发展使得各类零售企业面临着不同程度的挑战与机遇, 特别是在某些传统运营的行业, 许多商业形式都悄悄发生了变化。依托于网络信息的公开性及便捷性, 众多的电

商开始深挖迥异于过去的盈利形式。根据相关资料, 我国 64% 的传统销售商已进行互联网、移动端等多途径销售业务。2014 年开始, 越来越多的销售商尝试 O2O 模式, 故而这一年也被称做“O2O 元年”。同质化、一体化的商品易催生网络消费, 然而针对生活定制型、高端体验型的产品, 线下的感受式消费更占优势, 线下及线上都有自身的优点, O2O 交融会引发无限商机。针对当下电商销售的品类选择来说, 生鲜市场无疑市场广阔, 该市场已然成为了诸大型电商竞争的核心。

3、O2O 背景下生鲜农产品物流配送模式研究

3.1 企业自配模式

企业自配模式是指企业物流配送的各个环节由企业自身筹建并组织管理, 实现对企业内部及外部货物配送的模式。在自配模式下, 企业对配送运作过程拥有较高的控制权, 快速、灵活, 有利于一体化作业, 系统化程度较高, 可以很好地提高配送服务效率。但是, 企业自配需要投入大量的资金, 增加企业的负担, 分散其精力, 在一定程度上不利于企业发展自身的核心竞争力。对于单个企业配送量相对较小, 不能形成规模经济, 就会产生较高的物流成本。综合分析, 企业自配模式适合于规模较大的集团公司、有代表性的连锁企业等。

3.2 共同配送模式

共同配送模式是对供应商、终端客户等多种渠道资源进行整合, 将物流运作模式从“点对点”转变为“多对多”, 实现更高的集约化和规模化, 从而达到降低物流成本的目的。在生鲜农产品的供应链上的成员主要有农户、农业企业、批发商、加工企业、仓库经营者、网络经销商、客户等。针对生鲜农产品分散经营、配送成本高、损耗大、信息化程度低的特点, 建立共同配送模式, 以达到降低生鲜农产品的配送成本、提高配送质量的目的。

3.3 第三方合作配送模式

此种模式下企业通过 O2O 平台, 根据消费者的订单, 经由第三方配送企业直接将产品送到消费者手中, 这样, 可以减少中间批发商、经销商环节, 从而使需求预测更加准确, 减少出现“牛鞭效应”的概率, 同时, 由于中间环节的减少, 产品价格降低、送货及时、新鲜度较高。同时企业可以减少资产的投入, 可以加快资金的周转, 并且能够集中精力致力于核心业务。第三方配送有更多的经验和物流技术支持, 生鲜农产品选择此种模式可以有效地减少腐损率, 提高配送速度, 从而提高客户的满意度。

3.4 便利店集中配送模式

此种模式指的是网上商城与便利店合作, 企业提供线上购买信息, 便利店为顾客线下的自提点, 此时, 便利店就相当于企业的临时仓配中心。此外, 上班族白天都在公司不在家, 配送员无法将产品送达顾客手中, 再加上生鲜农产品的易腐的特性, 可能会导致客户收到产品时的新鲜度降低, 从而降低顾客的满意度。便利店集中配送模式利用便利店现有的冷藏设备, 很好地解决了配送最后一公里的问题, 并且集中配送可以降低运输成本, 获得更高的利润。

4、结论

随着网络科技的发展, O2O 的优势越来越明显, 本文从分析 O2O 背景下生鲜农产品物流配送现状出发, 对不同配送模式进行综合评价和分析, 探索更优的 O2O 生鲜农产品配送的方式和途径, 促进我国 O2O 农产品健康、稳定、快速发展。

参考文献:

- [1]张蕊, 翁凯, 罗先元.我国农产品 O2O 发展研究[J].企业科技与发展, 2009(2)
- [2]李子路.O2O 环境下生鲜农产品的家庭配送模式及配送模型研究[J]重庆大学, 2011
- [3]钟燕.O2O 环境下农产品物流配送模式的对比分析[J].中国市场, 2014(49)
- [4]王冬冬, 李丽琴.基于供应链管理视角的生鲜农产品共同配送模式[J].江苏农业科学, 2012(12)

作者简介: 马骏(1997.03.11-), 男, 汉, 籍贯内蒙古赤峰市, 学历本科, 青岛工学院, 研究方向: 物流与供应链管理。