

# A公司快速消费品同城配送问题与对策

张云龙

辽宁工业大学经济管理学院, 辽宁 锦州

收稿日期: 2023年6月15日; 录用日期: 2023年7月17日; 发布日期: 2023年7月24日

## 摘要

结合目前物流企业发展快速消费品同城配送的现状对快速消费品同城配送问题进行全面分析。对目前A公司快速消费品同城配送业务的优劣势进行了细致的分析,提出了需要加强同城配送企业的信息化管理、采用共同配送模式、通过产品特性制定配送计划等建议。所提出的研究结论对快速消费品同城配送管理具有一定参考价值。研究表明A物流企业在快速消费品同城配送中存在企业信息化程度不高、订单应对对策单一、同城配送企业服务水平低下、配送效率难以达到消费者的心理预期同时快速消费品具有使用寿命较短、消费速度较快的特性等一系列问题。

## 关键词

快速消费品, 同城配送, 信息化管理, 企业服务水平, 对策

# Company A's Fast-Moving Consumer Goods Intra-City Distribution Problem and Countermeasures

Yunlong Zhang

School of Economics and Management, Liaoning University of Technology, Jinzhou Liaoning

Received: Jun. 15<sup>th</sup>, 2023; accepted: Jul. 17<sup>th</sup>, 2023; published: Jul. 24<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

Combined with the current situation of logistics enterprises developing intra-city distribution of fast-moving consumer goods, this paper comprehensively analyzes the problem of intra-city distribution of fast-moving consumer goods. The advantages and disadvantages of the current intra-city distribution business of fast-moving consumer goods of Company A were carefully ana-

lyzed, and suggestions were put forward such as strengthening the information management of intra-city distribution enterprises, adopting a common distribution model, and formulating distribution plans through product characteristics. The proposed research conclusions have certain reference value for the intra-city distribution management of FMCG. The results show that logistics enterprises have a series of problems in the intra-city distribution of fast-moving consumer goods, such as low degree of enterprise informatization, single order response measures, low service level of intra-city distribution enterprises, and difficulty in meeting consumers' psychological expectations in distribution efficiency, and fast-moving consumer goods have the characteristics of short service life and fast consumption speed.

## Keywords

FMCG, Intra-City Distribution, Information Management, Enterprise Service Level, Countermeasures

Copyright © 2023 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

2019年第三季度中国的GDP增长速率下滑到6.0%，达到近27年来的增长速率水平最低时刻，但快速消费品的消费对于中国的消费者来说是刚需，对其购物态度的热情程度与日俱增，快速消费品的粘性越来越大。从总体的数据上来看2019年前三季度，快速消费品的消费总额增长达到了4.9%，与2018年5.2%的增长率十分接近，2019年分季度的增长率依次是2.7%、6.9%和5.7%。伴随着人民生活节奏的改变、生活偏好的侧重，中国居民对快速消费品越来越倚重。

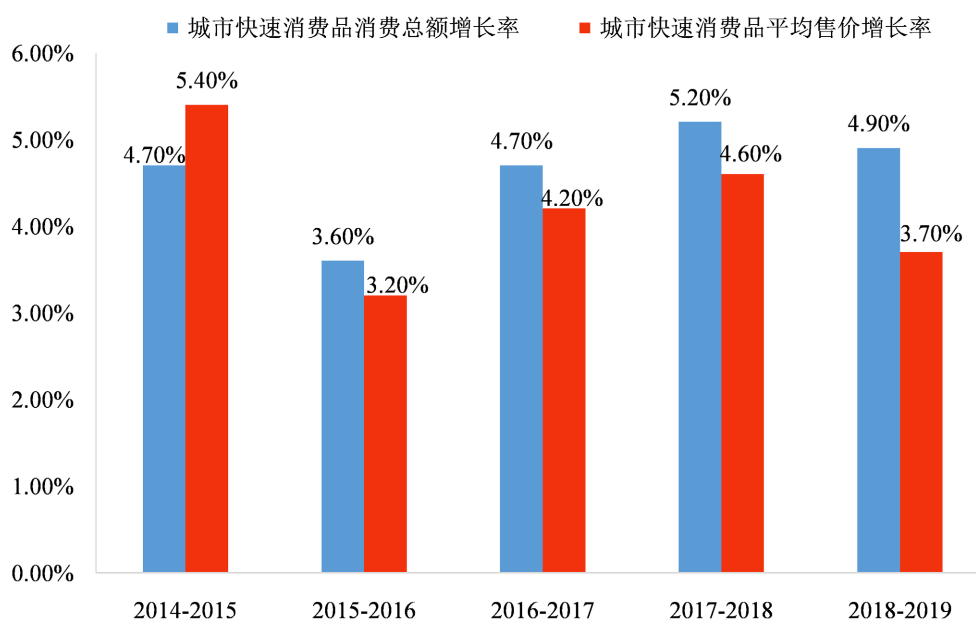


Figure 1. The growth rate of total sales and average selling price of urban FMCG in 2014~2019

图 1. 2014~2019 年城镇快速消费品销售总额与平均售价增长率

快速消费品具有使用寿命较短、消费速度较快等不同于其他商品的特性，因此导致对物流的使用频率较为频繁，对 A 企业的配送速率较高并且造成物流对快速消费品的配送供不应求。从整体上来看，我国物流较他国来看发展较晚，发展水平不充分不发达。伴随着行业越来越激烈的市场竞争，追求配送效率最大化、获取利润最大化的物流模式，不断的去降低物流成本已经成为越来越多企业的选择。物流业是中国经济高质量发展的重要支撑，更是实现国际贸易的基础和必要条件，促使国际贸易的发展离不开物流业的发展，快速消费品的飞快发展对我国物流经济的发展影响巨大，因此在目前物流发展的基础上，我们要在深入地去了解 A 企业面临的外部压力和内部压力的基础上，研究如何有效地利用优势、摒弃劣势来提高同城配送的水平，这是我们必须解决的问题。如图 1 所示。

## 2. A 公司快速消费品同城配送现状

### 2.1. A 公司基本情况

A 公司是中小型的第三方物流公司，成立于 2015 年，位于黑龙江省大庆市。A 公司是大庆的本土企业，根据大庆城市特点采取合适的配送方式。该公司的配送业务与其他公司的同城配送略有不同，由于该公司主要从事于快速消费品同城配送，因此需要 A 公司的配送能力更强。

A 公司目前拥有员工 500 多名，分布在大庆的五区四县。A 公司主要从事快速消费品的同城配送，主要包括食品行业、饮料行业、化妆品行业、快餐行业，是大庆市从事快速消费品同城配送中极具影响力的第三方物流企业之一。

### 2.2. 国内外快速消费品同城配送研究现状

西方发达国家的第三方物流市场发展比较迅速，拥有较为成熟的系统(西方国家对第三方物流企业的服务要求更高)。已发展成为不但得有传统的配送功能，而且还向客户提供附加值的延伸服务，他们的物流服务大大发展了起来。EDI、GPS、GIS 系统等信息技术和手段已经广泛的应用在国外的快速消费品同城配送当中，因此很大程度上快速消费品同城配送依赖于完善的第三方物流信息系统。

伴随着信息技术的创新、软件工程技术的发展，大批量的新技术、新观念被应用到物流各领域。

Burmeister (2018)论述了面向代理的方法可以提高物流交通运输的效率，并给出了面向代理的方法的应用领域[1]。

Grue (2019)采用面向代理的方法进行城市交通系统的建模和模拟，更加清晰的掌握城市交通系统布局[2]。

Enrique (2017)采用多代理方法进行城市物流交通网络的控制，有效的控制物流交通轨迹[3]。

Hakim (2019)论述了采用多层多代理技术进行物流交通系统的建模，使物流交通系统透明化[4]。

Melkonyan 等人(2020)论述了当前的趋势与可持续性要求的增加、新数字技术的应用和消费者行为的变化有关，这些因打乱了传统的食品供应链，给最后一公里的物流和食品分销带来了挑战[5]。

国内物流系统的研究主要集中在企业物流领域。目前，同城配送物流企业只能提供一些简单的订单信息查询，根本无法让客户及时了解货物在配送中信息的完整性。在同一城市配送中，用户只能看到货物的配送轨迹，而货物何时到达客户手中和客户领取货物等信息具有延迟性，不利于客户、物流公司对货物在配送过程中的追踪。国内物流系统的研究主要集中在企业物流领域。在中国，中国学者对物流的研究始于对物资体系的认识，但在国际上对于物流概念的定义鱼目混杂，这就导致大多数人对物流和物流流通这两个概念模糊不清。近年来，许多学者通过对西方物流的科学研究，提出了许多方案。

钟晓燕(2017)在 O2O 模式下同城货运配送的发展研究中指出由于传统货运市场存在着散、乱、脏、差等特点，忙时忙不过来闲时又特别闲，市场利用率极低。“O2O + 同城货运配送”成为了货运行业的

创新, 通过 O2O 模式能够有效解决同城货物配送的问题为货主、用户等提供更好的服务[6]。

谭洁敏(2016)以第三方物流企业 X 公司的物流配送作为案例进行研究, 通过运用质量管理理论结合物流配送业务的特点, 提出针对 X 公司的配送业务如何建立质量管理体系通过具体实施持续运行该体系从而提高配送质量管理水平[7]。

邸亚芹(2019)从物流配送质量角度出发, 运用 SERVQUAL 模型从移情性、可靠性、保障性、响应性和便捷性构建物流配送质量评价体系, 并探讨各指标对消费者满意度的影响, 旨在为生鲜物流配送质量的提高提供合理化建议[8]。

李亦杨(2019)在同城配送发展的瓶颈及其对策分析一文中基于我国同城配送发展现状及存在的问题, 提出提高行业标准、提升配送效率和搭建物流平台等建议措施[9]。

胡健(2020)指出随着信息技术的快速发展, 信息技术已经被普遍的运用到了第三方物流企业的发展当中, 并且取得了良好的反馈[10]。

问晶晶和陈威燕(2018)在智能化背景下同城快递共同配送模式研究中提出了发展对策建议: 坚持云计算、大数据分析, 保证同城配送的价值; 保持发展速度, 优化服务; 优胜劣汰, 加强联盟[11]。

贾倩倩(2018)在快递“最后一公里”配送新模式中指出应将信息共享平台以及众包模式引入快递配送, 提出了“面向信息共享的干线协同运输 + 末端众包配送”的综合配送模式[12]。

孙林林(2019)在物流信息技术在物流管理中的应用探究中指出物流信息技术逐渐应用到物流管理中, 该技术给物流管理带来了机遇和挑战[13]。

### 2.3. A 公司快速消费品同城配送现状英文缩写

伴随着中国经济的高质量发展和全球化经济体系的形成, 中国对快速消费品的消费比例逐年上涨。由于快速消费品本身的特性, 因此它不同于其他商品的同城配送。由于快速消费品使用周期短, 配送需及时等特性导致快速消费品对 A 公司同城配送的配送效率和质的要求更高。快速消费品行业包括食品行业、饮料行业、化妆品行业、快餐行业等。下面我将以 A 公司的快速消费品同城配送为例, 指出目前快速消费品同城配送所存在的主要问题。

目前自营物流模式和第三方物流模式是我国快速消费品行业目前同城配送所采用的主要配送模式, 其中主要采取的配送模式为第三方物流平台。由于 A 公司成立的时间较晚、规模较小、技术水平落后导致快速消费品同城配送存在如下问题。A 公司在配送所采取的配送方法是订单信息集中, 然后采取就近分配, 不针对某一商家进行配送服务, 配送组织形式单一。A 公司的企业信息共享技术具有很大的问题, 商家和买家都不能时时准确的掌握配送信息, 常常存在人到货未到或者货到人未到的现象, 信息无法及时准确的共享。同时 A 公司对待商品的配送, 都按照一个标准去为买家进行配送服务, 不根据商品的特性去采用不同的配送对策。这些问题都导致快速消费品同城配送效率、质量不高。以上便是目前为止 A 公司快速消费品同城配送的研究现状和实际情况。

### 3. A 公司快速消费品同城配送存在的问题

在“互联网+”条件下, 快速消费品市场销售总额增长的一个关键因素是配送体系。商品的分配和服务的好坏, 它们对快速消费品市场的成败有直接的影响。因此良性的配送体系在快速消费品市场中占据着难以替代的地位。

同城配送又被称“微物流”就是物流服务企业根据客户的需要, 在特定的一个城市范围内来进行配送, 指定量、单一或多种货物的专业配送服务。目前, A 公司的快速消费品同城配送体系还很不发达, 在互联网条件下快速消费品同城配送仍处于初级发展阶段, 存在一系列问题, 主要是配送组织形式单一、

配送中配送信息无法及时共享、订单应对对策单一等原因从而导致配送效率、配送质量达不到消费者心理期待。

### 3.1. 配送组织形式单一

以 A 公司为快餐行业服务为例，A 公司在为快餐业进行同城配送时暴露出 A 公司配送存在组织形式单一的问题。

A 公司是对货物的配送和货物的经营等技术具有很高的专业水准，它们能够融合各种各样物流资源，为商家供货成本低、效率高的配送业务流程。可是 A 物流配送企业配送方式是将用户的订单信息进行整合，整合到平台后进行信息处理，然后进行就近分配。A 公司并不是独立的去为一个商家去服务，而是为好几个商家去服务，所以导致配送效率不高。

由于快速消费品的特性，它对配送效率具有很高的要求因此现有的配送模式难以满足快速消费品市场。目前 A 配送组织体系单一劣势明显，导致配送效率不高。

### 3.2. 配送信息共享程度不足

不论是上游供应商还是下游配送商，都希望通过网络建立自己的信息系统，来实现物流业务信息化。目前 A 公司拥有自己的网络信息系统，但许多方面尚未实现内部资源信息共享，更不用说为客户随时提供订单的配送信息了。同一城市订单配送的跟踪、查询等外界信息共享以及现代物流配送所需的配置、储存、订货管理等系统有待发展和加强。在快速消费品配送中，由于配送信息共享程度不够常常会造成人到货未到和货到人未到的现象。由于配送信息共享程度不够，从而导致快速消费品同城配送的效率。

### 3.3. 客户订单响应策略单一

快速消费品本身的特殊性导致对其物流配送要求必须得有快速的响应能力，因为消费者在购买和使用快速消费品时的核心价值体现在于“快速”，只有足够“快速”，才能使自己的产品更加的具有粘性更好的去占领市场紧紧的抓住自己的客户，快速响应能力的高低直接影响消费者对快速消费品的选择偏好。但是由于快速消费品包含的行业过多、商品属性不同导致对于快速消费品的配送应采取不同的配送对策。快餐业需要 A 公司具有较强的快速响应能力，在用户下单后商家需要对商品进行准备商品并且进行包装然后进行配送这一系列的操作环节都会导致快速响应能力无法满足快速消费品同城配送市场的需求。而可乐公司，他们同属于快速消费品但是可乐的配送相对快餐业在配送中可以采取延迟对策。

## 4. A 公司快速消费品同城配送解决对策

### 4.1. 采用共同配送的组织形式

共同配送又称联合配送，联合配送是集约合作化的配送方式。对不同货主的不同商品，通过合理的计划，按照一些规则集中的去运输和进行配送。共同配送是通过建立 A 物流企业和供应商联盟共同去享有配送资源。由于 A 公司配送中存在空洞化现象，能通过企业之间的合作去实现配送当中存在的这种空洞化情况。共同配送以合作企业共同获利、合作共赢为基础去进行合作，可以最大限度地提高配送资源的利用效率。通过整合 A 公司和供应商的优势可以达到降低配送成本的目标，取得最大的经济效益。参加共同配送的企业他们十分关注商品的特征、顾客分布、市场大小、经营方向、配送费分担等重要信息。现阶段能否实施备受关注，但共同配送是配送集中化发展的大的形式，在互联网迅速发展下的快速消费品企业必须要去重视并且运用这种合作性的配送模式。

## 4.2. 构建配送信息共享平台

A 公司信息共享平台总架构从纵向、横向、核心和基础四个方面构建。

横向：A 公司平台体系体现在联接两端，一端是为企业提供联络相关系统平台的服务,如电子银行、城市电子政务系统和数字城市等系统;另一端是为平台用户提供与各相关单位业务系统的连接,包括与交通、税务、保险等部门系统的联系，同时考虑为区域级物流公共信息平台提供预留接口，体现平台的行业服务、政府监管等功能。

纵向：A 公司信息共享平台以物流设施、政策、法规等为基础，通过平台网络服务，为上端的物流行业参与者服务，上端的服务对象包括物流企业、配送企业、工商企业等。

核心：平台核心数据交换及网络设施所支撑的物流信息应用系统，包括面向物流作业和中介组织，及面向政府执法监管部门两大类。以管理中心为核心，实现不同组织间异构系统的数据交换及信息流转。

基础：物流公共信息流转传递的环境基础软环境，包括相关政策法规、业务流程、技术标准，硬环境包括信息基础设施的支撑等。

A 公司构建配送信息网络平台是新型同城配送系统中必不可少的电子平台之一。A 企业通过利用电子订单系统、电子数据交换系统、电子转账系统完成向供应商或同一地区客户的订单资料的传递和货款结算等业务。进而实现同一地区配送管理的信息化，实现更加准确的配送。

## 4.3. 根据商品特性采取响应对策

由于快速消费品包含的行业过多、商品属性不同导致对于快速消费品的配送应采取不同的配送对策，分别为延迟响应策略、快速响应策略。

第一，延迟策略所谓延迟对策就是尽可能将形态和特征变化向后推迟，即在时间和空间上推迟顾客化活动。延迟快速消费品配送的方法有，时间延迟对策、位置延迟对策、形式延迟政策等三种。

A 公司通过管理订单，重点把仓库的半成品或成品的供应能力加以提高。使客户需要的产品尽快的生产和及时的运输去满足对客户的优质服务，选择适合实行以客户为中心的生产模式。A 公司主要是利用规模库存效益，把供应链上的库存尽可能集中在上游，减少下游的分散库存，从而降低整个供应链的库存成本。A 公司尽可能使产品处于最低的库存成本状态中，尽最大可能以较低的成本迅速提高应答力和客户服务水平。库存集中活动应与客户差别化活动相一致，这是采取这种策略的关键一步，否则会降低快速消费品在供应链中的快速反应能力。同时 A 公司尽量延缓差别化快速消费品实体特征的时间，使尽可能多的消费者在获得商品信息后，再进行快速消费品的生产、装配、包装甚至包装设计。

第二，快速响应策略所谓快速响应对策就是在买家进行下单后 A 公司应减少中间配送环节快速的将商品送到客户手中。

这种策略是以配送效率最高为驱动，A 公司做好内部协调使配送不存在空洞化，A 公司在快速消费品的配送过程中，通过标签、包装、装配等活动实行形式快速响应对策。合理运用资源及时从供应商手中完成取货、装配环节进而进行快速配送。

## 5. 结论

研究 A 公司的快速消费品同城配送，文中融合了快速消费品同城配送研究发展趋势及世界各国现况开展研究剖析，关键的研究依据以下：

1) 从基础理论的层级层面，文中明确提出了现阶段 A 公司在快速消费品同城配送的全过程中存有的特点和不足。

2) 在运用的层级层面，系统地剖析了 A 公司同城配送存在的问题，及其在第三方物流方式下的同城

配送中存有的关键难题，并明确提出文中研究的见解对第三方物流公司存在的不足开展变更。

3) 在现如今经济全球化时期和市场经济体制活跃性的情况下,尤其是在参加总数较多的 B2C 和 C2C 电商标准下,以更快的配送速率对快速消费品的要求“个别差异”配送服务项目的方法和方式也不一样,顺向人性化发展趋势。可是快速消费品的配送具备同样的作用。基本要素包含拣货、仓储物流、订单信息解决、物流包装、快递分拣分派、包装、运送、交货等。快速消费品的生产制造和市场销售公司理应依据具体情况,挑选相互配送的货运物流方式,提高配送的品质和高效率。根据提升全自动追踪技术性和创建配送信息网上平台,来处理第三方物流在配送中信息共享资源的难题;根据商品特性来采取不同的配送对策;根据各环的融洽相互配合,提升工作流程,提高配送高效率。文中根据对 A 公司的快速消费品同城网配送开展了深层次的剖析,可是因为有关统计数据的搜集存有出入,所以没有开展实际的定性分析,因而文章内容中存有一定的不足。

## 参考文献

- [1] Burmeister, B. (2018) Application of Multi-Agent Systems in Traffic and Transportation. Cambridge University Press, Cambridge.
- [2] Gruer, P. (2019) Multi-Agent Approach to Modeling and Simulation Ban Transportation Systems. *Language*, No. 56, 378-379.
- [3] Ferreira, E.D., Subrahmanian, E. and Manstetten, D. (2001) Intelligent Agents in Decentralized Traffic Control. *IEEE Intelligent Transportation Systems Proceedings*, Oakland, 25-29 August 2001, 705-709.
- [4] Hakim, S.M. and Mandiau, R. (2019) Multi-Agent Applications in Urban Transport Systems. *Benchmarking: An International Journal*, No. 32, 236-258.
- [5] Melkonyan, A., Gruchmann, T., et al. (2020) Sustainability Assessment of Last-Mile Logistics and Distribution Strategies: The Case of Local Food Networks. *International Journal of Production Economics*, **228**, Article ID: 107746. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107746>
- [6] 钟晓燕, 欧伟强. O2O 模式下同城货运配送的发展研究[J]. 常州工学院学报, 2017, 30(3): 64-70.
- [7] 谭洁敏. 第三方物流 X 公司配送质量管理研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广东外语外贸大学, 2016.
- [8] 邸亚芹, 刘宗冉, 汤肖迪, 等. 基于消费者满意度的 O2O 生鲜物流配送质量研究[J]. 中家, 2019(20): 74-75.
- [9] 李亦杨, 朱向. 同城配送发展的瓶颈及其对策分析[J]. 产业与科技论坛, 2019, 18(5): 101-103.
- [10] 胡健. 信息技术对第三方物流发展的影响探讨[J]. 商讯, 2020(4): 143+145.
- [11] 问晶晶, 陈威燕. 智能化背景下同城快递共同配送模式研究[J]. 新西部, 2018(20): 58+54.
- [12] 贾倩倩, 康海燕. 快递“最后一公里”配送新模式[J]. 北京信息科技大学学报(自然科学版), 2018, 33(2): 25-29+34.
- [13] 孙林林. 物流信息技术在物流管理中的应用探究[J]. 信息记录材料, 2019, 20(2): 190-191.