

O2O 模式下生鲜食品物流服务商的选择研究

申风平,师星,柳春岩

(兰州理工大学 经济与管理学院,甘肃 兰州 730050)

摘要:近年来,随着互联网和电子商务的蓬勃发展,一种新兴的电子商务模式迅即出现,即 O2O 模式。与此同时与这种模式相结合的生鲜食品电商也如雨后春笋般迅速崛起。这种消费的最大特点就是线上付款,线下享受,对于没时间去市场买菜的上班族来说,这种定时定点的送达无疑为他们提供了巨大的方便。那么,什么样的物流服务商能够真正成为 O2O 模式下的生鲜食品的物流服务商,这是我们要重点研究的问题。

关键词:O2O 模式;生鲜食品物流;物流服务商选择

中图分类号:F572 **文献标识码:**A

DOI:10.13395/j.cnki.issn.1009-0061.2015.09.006

一、引言

O2O 模式下生鲜食品的配送难度较高,生鲜食品易腐烂变质、包装费用高昂,再结合 O2O 模式对物流服务商信息系统的高要求,使得物流服务商的选择区别于传统物流服务商选择。本文所要研究的是在 O2O 模式下如何选择生鲜食品的物流服务商,这种联系了线上线下各种信息资源的物流有别于传统的物流服务商选择,也大大方便了那些生活在快节奏下的都市上班族,定时定点的送达既保证了生鲜食品的新鲜度,也节省了上班族买菜的时间。^[1]

二、O2O 模式下生鲜食品物流服务商选择的影响因素

O2O 模式下生鲜食品物流服务商的选择与传统生鲜食品物流服务商的选择有哪些区别呢?主要考虑因素有以下几点:

1、物流要求高

生鲜食品的产品质量容易发生变化,损耗比较大,因此对物流服务商的运输技术有很高要求,这也是我国生鲜食品运输方面的薄弱环节。因此在选择物流服务商时要重点考虑这一方面的因素,这对生鲜食品的保鲜和及时送达率起着至关重要的作用。^[2]

2、物流昂贵

生鲜食品的物流成本十分高昂,主要体现在对产品的包装和温控装置的投资上。因此,在选择物

流服务商时,要考虑到性价比的问题,即要选择既能保质保量送达,还能严格控制了运输费用的物流服务商。^[3]

3、物流时间紧迫

由于生鲜食品的时效性较短,因此在选择物流服务商时要选择及时送达率在同行业中较高的,对于那些经常延期或者对货物损坏率较高的物流服务商将不予以考虑。时间上的精确性如果无法达到将造成食品无法食用,这就使得配送工作的难度大大提高了。总而言之,就是在选择服务商时要选择那些及时配送率高的物流服务商。^[4]

4、物流信息流要强

O2O 模式下生鲜食品的配送是一种联系线上线下各种资源汇总的产物。因此,物流服务商不仅要具备强大的线下物流系统,还要拥有一个完善的有效的线上物流信息系统,时时更新和汇总各种物流信息。只有具备这种信息系统的物流服务商才可以完成 O2O 模式下生鲜食品的配送。^[5]

三、O2O 模式下生鲜食品物流服务商评价指标体系的构建和选择模式

1、指标体系建立

本文在选取评价指标时对生鲜电商企业和生鲜食品生产商进行了走访,走访的主要对象为企业中高层管理人员。通过对生鲜食品冷链物流领域的

收稿日期:2015-03-25

基金项目:兰州理工大学基金项目“基于物联网的产品智能配送体系研究”的部分研究成果

作者简介:申风平,师星,柳春岩,兰州理工大学经济与管理学院

专家进行咨询,对指标进行了进一步的筛选。最终得到了以下指标体系(见表1)。

表1 O2O模式下生鲜食品物流服务商评价指标体系

目标层	准则层	指标层	号码
O2O 模式下 生鲜食品物流 服务商 选择指标	物流价格	物流价格	01
	物流质量	准时率	02
		准确率	03
		完好率	04
		装卸速度	05
		信息响应时间	06
		顾客满意度	07
		物流水平	业务覆盖范围
	物流经验		09
	物流技术		10
	信息系统		11
	物流环境		12
	应急能力		13
	市场能力	企业总资产	14
		盈利情况	15
		财务状况	16
		管理情况	17
	合作能力	知名度	18
		提高自我能力	19
		赔偿率	20
		合作历史	21

在指标体系中,由于生鲜食品具有易腐易损性,生命周期短,因此,对物流服务商的服务水平要求就更高了。而市场能力反映了物流供应商的动态运营效果与管理能力。合作能力反映了双方的合作历史及服务商的自我提高能力和赔偿率。

2、在进行选择模型的构建时,主要运用的方法是 AHP-TOPSIS 法

构建模型的具体步骤见图1:

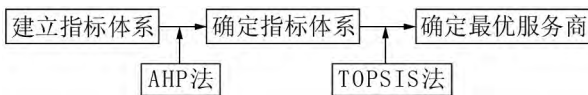


图1 O2O模式下生鲜食品物流服务商选择模型

四、算例

1、案例简介

T公司是一家大型的生鲜电商集团,公司成立于2010年,主要在网络经营各类生鲜食品,通过O2O模式将供货商的食品销售到网民手里,销售网络遍及全国各地。为了实现公司的长期发展,公司决定对物流服务商进行公开招标,通过初步筛选,选出来A、B、C三家物流服务商,准备从中选出最适合的一家成为公司的物流服务商。

2、指标权重的确定

结果如表2所示。

表2 指标权重

目标层	一级指标	二级指标	号码	权重
O2O 模式 下生鲜食 品物流服 务商选择 指标	物流价格 a1 0.1729	物流价格	01	0.1729
	物流质量 a2 0.2671	准时率	02	0.0369
		准确率	03	0.0391
		完好率	04	0.0469
		装卸速度	05	0.0574
		信息响应时间	06	0.0452
		顾客满意度	07	0.0416
		物流水平 a3 0.2825	业务覆盖范围	08
	物流经验		09	0.0371
	物流技术		10	0.0796
	信息系统		11	0.0441
	物流环境		12	0.0426
	应急能力		13	0.0397
	市场能力 a4 0.1675	企业总资产	14	0.0307
		盈利情况	15	0.0268
		财务状况	16	0.0521
		管理情况	17	0.0367
		知名度	18	0.0212
	合作能力 a5 0.11	提高自我能力	19	0.0362
		赔偿率	20	0.0433
		合作历史	21	0.0305

表2是最终确定的指标权重表,从指标权重的分配可以看出,服务价格、技术水平、装卸速度、完好率、信息系统、赔偿率这些指标所占权重较大,符合O2O模式下生鲜食品物流服务的特点。

3、利用 TOPSIS 法进行物流服务商优选

上文中说到T企业经过初步的筛选确定了A、B、C三家物流服务商,如表3。

根据表3的数据以及上文中得到的各指标的权重,具体结果如表4。

本文假设物流服务商对距离和关联度无特殊偏好,令 $\alpha_1=\alpha_2=0.5$,则:

$$F_1^+=1, F_2^+=0.819121, F_3^+=0.753623$$

$$F_1^-=0.864523, F_2^-=0.725469, F_3^-=0.862378$$

由此我们可以计算出贴近度为:A=0.54358, B=0.53617, C=0.47364

对贴近度进行比较可以得出:A>B>C,因此我们建议该企业选择物流服务商A作为其物流服务商。

此案例运用AHP-TOPSIS法对物流服务商进行了选择,证明了本文所建立的O2O模式下生鲜食品物流服务商选择模型的有效性。

五、总结

表3 A、B、C三家物流服务商的具体资料

指标 号码	指标名称 与单位	备选企业		
		A	B	C
01	物流价格(万元/年)	210	170	150
02	准时率(%)	98	99	97
03	准确率(%)	96	96	92
04	完好率(%)	91	90	89
05	装卸速度(分钟/吨)	7	9	11
06	信息响应时间(小时)	1.4	1.3	1.2
07	顾客满意度(%)	96	93	91
08	业务覆盖范围(%)	80	75	81
09	物流经验(年)	5	4	3
10	物流技术(十分制)	9	8	7
11	信息系统(十分制)	9	8	7
12	物流环境(十分制)	6	8	7
13	应急能力(十分制)	8	7	6
14	企业总资产(万元)	5300	5000	4600
15	盈利情况(%)	10.5	7.6	11.3
16	财务状况(%)	43.3	32.7	45.2
17	管理情况(%)	75	86	80
18	知名度(十分制)	7	8	4
19	自我提高能力(十分制)	8	6	7
20	赔偿率(十分制)	9	7	6
21	合作历史(十分制)	6	5	5

随着人们生活与网络的紧密结合,O2O模式下生鲜食品的消费将会蓬勃发展,与那些传统的消费

表4 对备选服务商的研究结果

备选服务商	S ⁺	S ⁻	T ⁺	S ⁺
A	0.755353	1	1	1
B	0.721317	0.851246	0.765438	0.763685
C	1	0.773645	0.764583	0.763651

模式相比,O2O模式更注重消费者的体验,为了达到消费者对这一消费模式的要求,就要对物流服务商进行严格的选择。因此,只有制定出严格的选择标准和规范才能使物流服务商达到标准。本文研究了O2O模式下生鲜食品物流服务商的选择,结合O2O模式下生鲜食品的特性,对物流服务商选择的原则、选择指标、选择模型及选择方法进行了阐述,为O2O模式下生鲜食品物流服务商的选择提供了依据。

参考文献:

[1]潘鸿.冷链食品企业物流外包服务商选择研究[D].南京农业大学,2013.
 [2]陈修齐.体验时代末端快递O2O模式研究[J].哈尔滨商业大学学报,2014,(2):41-49.
 [3]李翠芝.基于电子商务O2O模式的利弊研究[J].网络与电子商务,2014,(7):10-14.
 [4]孙志伟.大数据时代物流行业的O2O应对策略[J].物流科技,2014,09:70-73.
 [5]黄蕾.大型连锁超市生鲜农产品物流配送系统路径选择[J].商业时代,2013,36:53-54.

The Selection Research Of Fresh Food'S Logistics Service Providers In O2o Mode

Shen Feng-Ping, Si Xin, Liu Chun-Yan

(School Of Economics And Management, Lanzhou University Of Technology, Lanzhou, Gansu 730050)

Abstract: In recent years, with the vigorous development of the Internet and e-commerce, a new mode of e-commerce named O2O mode develops prosperously, O2O means Online To Offline (Online, Offline/Online To Offline), this mode means combining the Offline business opportunities with the Internet, the Internet has become an Offline payment at the front desk. In the same time, the fresh food electricity combined with this mode also have sprung up quickly, the biggest characteristic of this kind of consumption is the online payment, offline enjoy, this mode provides great convenience for workers who don't have time to go to the market to buy food, so which kind of logistics service providers can truly become a fresh food logistics service provider of the O2O mode is the problem that we should focus on.

Key words: O2O mode; Fresh food logistics; The choice of logistics service providers