《物流与供应链管理》读书笔记

**——由配送定义的物流新模式**

配送，在经济合理区域范围内，根据客户的要求将所需要的物品按时送达指定地点。根据配送的定义来看，这是在求一个区域内的送货资源和路径的最优解，即资源的最大利用效率。

沃尔玛超市抓住了配送过程中最关键的效率问题，为了降低配送成本，沃尔玛极力求最合适地点建立配送中心，配送点的选址尽量在多家零售店的中心位置，这样既可以让一个配送中心满足附近100多个销售网点的需求，同时配送距离也是最最短最快的。用心的选址为沃尔玛带来了丰厚的利益，将物流成本占销售额的比例压缩到了1.3%，而在凯马特是8.75%，在希尔斯是5%。以销售额100亿美元计算，沃尔玛的物流成本要比凯马特少7.45亿美元，比希尔斯少3.7亿美元，沃尔玛的物流成本优势非常明显。

因此，实现配送过程的合理化至关重要。主要做法有：推行一定综合程度的专业化配送，推行共同配送，实行送取结合，推行加工配送，执行准时制配送系统和推行即时配送。在这些合理化途径的加持下，每日优鲜平台应运而生，我对每日优鲜还是比较熟悉的，手机上下单，最快几十分钟到一个小时样子就可以送货到家，物品物美价廉，100元便可以买上一大袋食物，平台上的经营品类很多，有水果，水产，肉蛋，蔬菜，乳品，饮品，零食，轻食8种。每日优鲜的成功得益于其配送的效率，每日优鲜在客户聚集的地方如社区，写字楼附近建立自己的微仓，相当于直接把冷库建在了离客户最近的地方，每个微仓覆盖半径3公里，顾客下单后，半小时送达率70%，一小时送达率90%,两小时送达率99.5%以上。每日优鲜内部有一个专门的数据团队做大数据分析和测算，以确保货品的足量供应，最大限度降低损耗，目前每日优鲜的损耗率已经从之前的7个点降低到目前的一个点。

合理地配送不仅可以为消费者带来方便和快捷的服务，也为企业控制成本起到了重要的作用，也有企业致力于创建合理的配送系统从而出现在人们的视野之中，形成自己独有特色的新型物流企业，每日优鲜的成功便是抓住了配送带来的利润与民众满意度，从而获得了大量的人气以及巨额的利润。