

葡萄酒企业物流运输中的成本控制

吕志红

(天津王朝酒业销售有限公司,天津 300402)

摘要:随着经济全球化和市场信息化的发展,企业将产品的经销网络扩展至全国各地乃至全球范围内,物流作为生产与销售最重要的连接桥梁,其地位和作用不可忽视。物流作为当代企业发展的重要环节,承担着扩大企业市场份额、提升企业盈利水平、增强企业综合实力的责任,物流体系的健全程度与合理性对企业的正常运营产生着至关重要的影响。随着改革开放,国内酒类行业得以发展,其中葡萄酒物流的相关问题成为了新的关注点。

关键词:物流;运输;葡萄酒

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.02.078

在无法继续降低生产成本,同时市场占有率无法继续提升的情况下,企业想继续提升利润率,只能从降低在总成本中占据相当比例的物流费用这一角度考虑。而想要降低物流总成本,需要建立完善的物流体系并进行合理的物流管理。而运输、配送作为物流活动的核心环节,其费用是企业产生物流费用的关键来源^[1]。所以要想降低物流成本,应主要从两方面考虑,首先,企业应制定先进的物流运输管理和优化方案,结合企业自身实际,选择合理运输工具与方式,寻找最佳运输路线,使运输成本最小化。另外,企业应制定合理的配送方案,例如整合路线等,以期降低成本、提高效率。

1 葡萄酒物流运输问题

葡萄酒本身对温度、湿度较为敏感,且此类产品为液体质量较重,多采用易碎的玻璃包装,且因含有酒精而易燃易爆。在长途运输过程中,长时间颠簸不仅易使玻璃包装破碎造成直接损失,而且葡萄酒与瓶身长期碰撞产生的泡沫还会影响其口感和品质,造成间接损失。为保障其质量稳定,要求时刻注意行车的安全与平稳。以天津王朝酒业来说,公司主要从事白葡萄酒、红葡萄酒、起泡酒、白兰地四大类 200 多种品的销售工作,主要采用邀标方式通过铁路、公路、海运等途径运输货物,每种运输方式有 2-3 家承运商,平时公路采用合同价,铁路海运询价,在旺季时均采用一单一议询价方式,由于订单缺乏计划性(零散订单多),运达地点比较分散,部分地区报价较高,以及各种特殊情况(带装卸、时间紧)等导致运输成本无法有效降低^[2]。由于要求高,风险大,葡萄酒物流成为多数快递公司不愿涉足的领域,能够承担葡萄酒运输工作的物流公司寥寥无几。物流公司的选择范围小,费用居高不下,服务质量忽高忽低,是中国葡萄酒企业目前面对的最主要问题。承运公司提供的货运汽车多不具备固定专用瓶体、调温、调湿等功能,且费用高昂。所以葡萄酒企业应在运输工具的配备上进行考量,如果条件允许,尽量配备具有调温、调湿等功能的运输工具,并可考虑安装卫星定位系统,实时监督汽车的运行过程^[3]。

葡萄酒价格区间跨度大,针对的人群差异较大。普通消费人群可以承担起日常饮用的价格低廉的葡萄酒费用。而一些品牌、年份的葡萄酒价格不菲,甚至达到奢侈品的程度,针对的人群富有程度、社会地位相对要高,对配送过程提出了更高的要求。从物流配送角度来说,关键是要满足不同需求方或消费人群对葡萄酒的不同需求,同时又要注意成本控制。可以说物流配送所面临的主要问题主要体现在选址方面。

(1) 现在配送中心的最大储存容量已经无法满足顾客的需求。随着人们经济实力的增强,生活质量的改善,对葡萄酒消费的日渐增多,昔日的配送中心固定的最大储存量已经不能满足广大消费者的需求,而临时增加配货也需要大量的配送时间,消费者的愿望得不到实现,从而影响顾客满意度^[4]。

(2) 销售点设置不合理。现代建筑物的增加,这些新的变化对过去设置的销售点造成一定的冲击。周围不同时期的改造,早已失去了之前地区销售特殊性。

(3) 配送中心的选址方案未实现最优,增加了物流的运输和配送成本。有时候为了一次性完成物流活动,会进行过远运输、迂回运输等不合理的运输路径,这样的活动造成运输费用增加,增加企业的物流配送成本,也就增加了企业的经营成本。

2 解决的思路

为了有效解决上述提出的问题,我们需要做出科学的决策,建立科学的选址模型,制定出新的选址方案,对现有的物流配送系统进行优化重组,以降低企业总配送费用。在葡萄酒企业占有绝对优势市场份额的市场区域专门设置一个配送中心服务于这个市场。科学合理地做出决策,既要考虑到物流成本费用问题,也要分析消费者与配送中心的距离,按照客户的消费情况,在葡萄酒消费数量较高的地区建立配送中心,统一配送产品,通过设置集销售、配送为一体的销售点,判断拟建配送中心的车辆台数,来验证企业现有的物流方案是否合理。同时合理选择配送方式,规划最优路径,做好相应管理工作,满足消费者需求,提高顾客满意度。

2.1 运输路线规划

气候适宜、土地肥沃的天津地区盛产葡萄,其出产的王朝葡萄酒更是誉满天下,孕育出杰出的葡萄酒品牌。王朝葡萄酒被越来越多的消费者熟知与认可,随着销售数量的增加,企业需要投入更多的人力、物力以扩大产量,这同时也给企业的物流管理带来了巨大的挑战。在天津,王朝葡萄酒发车将葡萄酒运往各销售地区,各销售地区若不进行合并,单独运输后返程,往往带来较高的运输成本。所以可以采用“节约法”来优化运输路线,缩短运输里程与时间,减少运输车辆的使用,从而降低运输成本,同时能够提升客户满意度。节约法的目标就是最大限度地减少车辆的使用并缩短运输里程,从而降低运输成本^[5]。该方法的核心思路是依次将运输地点的两个回路合并为一个回路,每次使合并后的总运输距离减少到最大程度,直至达到卡车的载重限量,然后再进行下一辆卡车的优化。仓库到 A 网点和 B 网点都有一辆卡车(见图 1),在仓库和网点之间分别进行往返运输,这时的运输里程最长,如图 1 左图可清晰看到,即总运输路程为 $d_{OA}+d_{AO}+d_{OB}+d_{BO}$,但在我们优化后减少一辆货车时,总运输路程为图 1 右图可见,此时总路程为 $d_{OA}+d_{AB}+d_{BO}$,实际节省路程为 $d_{AO}+d_{OB}-d_{AB}$ 。

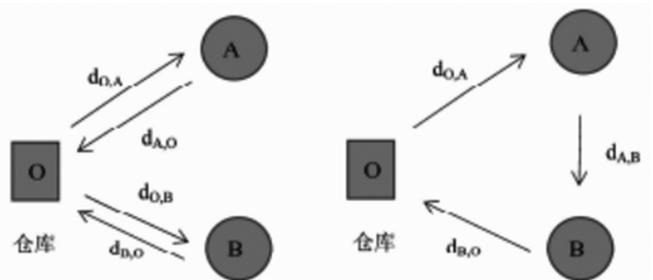


图 1 节约法示意图

2.2 城市配送新模式

物流的城市配送过程中面临着许多挑战,如城市对大型货车的限行,城市道路容易拥堵,大货车对城市污染的额外成本等等。而对于葡萄酒来说,配送种类多,每种的需求量又较少,运送要求高,故而在城市里用货车配送成本较高。借鉴目前一款较火的打车软件——“滴滴出行”APP,其利用发达的移动网络,改变了传统出租车运营方式,吸引了众多城市私家车加入,使得乘客出行更加方便快捷。既然私家车可以载人,那么也可以载物,所以针对以上的问题,可以采用私家车后备箱配送方式加以解决。葡萄酒的客户多为中高端群体,并且客户所在的小区地理位置好找、基础设施完善。通过私家车对葡萄酒进行配送,既方便快捷、节能环保又可以降低运输成本。通过APP,销售店铺、葡萄酒、私家车、客户需求的相关信息都可上传,客户可在网上确认订单并进行网上支付。由于私家车体积小,运费低,且多是“顺道”捎带而非专车配送的形式,故而可以缩短运送时间,减少成本,提高效率。同时,私家车多通过GPS技术与软件相连,客户可对行车过程进行全程监控。当然这种配送方式也面临很多挑战,如零散接单,装卸成本高,社会认可度低等,企业需要谨慎选择。

2.3 设立周转仓

在销售集中地区根据市场需求设立不同大小的周转仓,首先地理位置要选好,交通要方便,另外,像葡萄酒这样产品的仓库,对温度、湿度这些方面有要求的,储存不当,不仅影响口感,还会使葡萄酒变质,不能饮用,费钱费力。如今,很多企业为了降低仓库存储、管理等成本的,都会选择第三方仓储公司,如嘉禾云仓这样的专业酒类仓储公司,他们有一套专业酒类的信息系统,将订单、仓储与物流全程打通。虽然总部在深圳,但是全国都有分仓,提供全国物流服

务,只要客户这边下单需要发物流的,他们可以保证左手打出库单,右手出物流托运单。

3 结束语

随着人们生活水平和生活质量的不断提高,各类不同档次的葡萄酒不断地从世界各地涌入中国,给中国本土葡萄酒企业带来了冲击,国内葡萄酒企业需要不断发现问题、创新发展,来应对各种机遇与挑战。我们应该对物流运营现状及存在的问题给予高度的重视,以期降低物流成本,提升葡萄酒企业的盈利水平,使企业得到长远的发展。

参考文献

- [1]林雅楠.葡萄酒物流中运输与配送的问题研究[J].山东青年,2016(8):87-88.
- [2]林雅楠.烟台葡萄酒企业物流运营现状及存在问题研究[J].山东青年,2018(9):127-128.
- [3]陶润元.冷鲜货物托运人见证集运服务不断改善[J].中国远洋海运,2020(3):58.
- [4]覃世军.关于葡萄酒质量安全风险问题的若干思考[J].食品安全导刊,2018(3):37-38.
- [5]杨艺,李延来.基于综合统计分析模型的葡萄酒评价问题探究[J].酿酒科技,2015(6):118-123.