

基于乡村振兴背景下农村电商物流“最后一公里”配送模式研究

贾文慧 顾维萍

南京工业职业技术大学

[摘要]在科技进步、信息发达、竞争激烈的时代,农村物流企业的发展必须立足于农村电子商务企业的进步。“最后一公里”是指电子商务物流公司与消费者面对面接触的方式,通过物流公司交付。虽然目前物流的相关驿站建立起来了,但是由于农村基建等一系列的相关问题,导致物流相关配送问题在广大农村地区无法点对点送达到位,广大农村用户无法享受到送货上门服务,“最后一公里”问题难以解决,农村物流的配送方式和配送模式急需迭代升级。

[关键词]农村电商;物流配送;最后一公里

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.1101

一、概述

(一)农村电商物流的定义

农村电商物流是指在农村区域范围内发生的,农村居民买卖双方通过网络购物平台推广和下单,网上购买产品、网上销售等经济活动中提供商品的包装、加工,经由信息流、快递、物流、公交车捎货等运送方式实物运输配送活动,在城市县城与乡镇之间运输、中转、派发并最终到达客户手中的过程。

(二)“最后一公里”的定义

农村电子商务物流企业提到的“最后一公里”是指电子商务物流企业和消费者面对面接触的方式,通过物流企业的送达,将产品放置驿站并有相关人员送货上门并最终顾客接手,虽然目前物流的相关驿站建立起来了,全国各大城市都互联互通了,但是由于农村基建等一系列的相关问题,使得农村物流的成本相对于城市来说要高上不少,导致物流相关配送问题在广大农村地区无法点对点送达到位,存在“最后一公里”无法送达,顾客需要自己去找货物,农村孤寡老人由于身体原因无法取件等一系列问题。

(三)定义

物流配送并不是一种单一的环节,往往通过物流配送可以使得不同的物流相关的内容来实现紧密的衔接,使得商品和资金之间能够更加高效的流通。物流配送并不单纯指一般货物的配送,还可以通过其他不同的形式来实现物流配送。可以说物流配送是很多活动的一种整合,是整个环节中有机结合,使得物流在装货,卸货,包装等等不同环节过程中都可以实现有机结合,从而更好地实现运输和配送。

二、配送模式

(一)按配送的物品来划分的配送模式

物流配送往往是通过根据不同的配送物品来进一步划分,使得配送模式能够更加多样化,更好地满足市场的发展需求。尤其是在生产原材料配送的过程中,可以大致分为以下几类,一种是工业类商品,另一种是农业类的一些材料。在生活材料的配送过程中,往往更多的将人们的日常用品来进行配送。通过配送材料的进一步分配和整合,能够使得物流在运输的过程中更加高效,更加科学合理。根据不同种类来分摊不同的分配任务,可以更加精准的将配送的物品更好的运输到消费者的手中。正因如此,生产资料的配送过程中,通过科学和标准化的操作,会进一步增加工作的业务量,使得工作的难度呈现上升的趋势。

(二)按配送的形式来划分的配送模式

1. 自营配送模式(类似于京东自营)。自营配送模式与其他种类的配送模式有其他的不同,比如京东和淘宝之间就

有很大的差距,淘宝往往是通过其他物流来进行配送,而京东往往是通过自营的配送模式来实现商品的配送。通过自营配送的模式,可以进一步确保货物在所有部门,工厂之间实现高效的配送。这种配送模式是一种创新的发展方式,虽然在某种程度上来讲,会造成一些社会资源的浪费,但是这种配送模式却能更好地满足当前市场发展需求,尤其是企业自身发展的要求。当前很多企业都通过这样的发展模式来实现了物流和配送。比如说京东自营配送中,消费者可以选择送货上门这一选项,减少了消费者要出门拿快递的麻烦。而这样的配送模式往往是通过有企业承担相应责任,更好地实现物流配送,很多消费者都会对自营配送模式更加青睐,也进一步引导了当前社会发展的需求。

2. 共同配送模式(类似于淘宝商家)。共同配送模式是当前社会发展最普遍的一种现象。我们在购物的时候,大多数选择的都是这一类购物的模式,通过共同配送模式,能够让社会资源更加优化,更加合理。同时通过这类的配送模式,可以进一步提升商品配送的工作效率,使得相关物流产业能够实现产业化发展。进一步整合社会资源,促进社会发展。使得物流公司与电商公司能够形成长期的合作关系,从而进一步共享社会资源,分工更加明确,进一步提升社会整体的效率。尤其是当前很多物流公司都配备了智能化的设备,通过智能化设备能够使得配送更加高效,更加科学。一些物流公司通过物流的配送,与相关企业以及制造商成长长期合作关系,进一步促进其销售活动。从整体上来看,我国随着电商经济的不断发展,很多物流都选择了共同配送模式,其中以淘宝商家为主。一些淘宝商家往往与很多物流公司进行合作,通过共同配送的模式来进一步整合社会资源,同时一些淘宝商家可以让消费者自行选择配送快递的物流公司,更好地满足不同消费者的需求。

三、农村电商物流“最后一公里”配送模式存在的问题

(一)农村物流人员的缺乏

随着我国经济的不断发展,很多大城市都已经实现了物流的高效运转。尤其是一些社区,很多人都可以足不出户,甚至只需要下楼便可以取到快递。可以说,在大城市,物流最后一公里的问题基本上已经得到了解决,但是在农村地区还存在很大的问题。在农村电商与物流发展的过程中,人才短缺是进一步影响农村物流发展最主要的原因之一,由于当前农村整体社会资源比较差,工资待遇也不高,使得很多优秀的人才不愿意去农村,很少到农村去参加工作,同时农村也缺乏对人才的培养机制,进一步导致了农村地区缺乏物流的高素质人才。不仅如此,由于当前很多电商物流培训系统不够健全,缺乏专门

的人才培训设施,进而农村电商物流领域应用型人才培养,很多快递员是快递公司的临时职员,岗位流动性较大,临时快递员的工作责任感会因此降低,配送服务和配送质量也会有所下降,影响了相关物流企业在农村“最后一公里”配送中的作用,使得农村用户不断反映的农村最后一公里配送问题。

(二) 农村电子商务和物流企业基础设施薄弱

电子商务和物流企业的快速发展对设备齐全、效率高的网络通信设施提出更高的要求。但是,目前我国农村的电网通信设施还比较薄弱,相关道路建设也存在一定的不足,农村信息服务站点不完善,农村人民的生产效率无法提高。农村网络通信设备状况的下降,使得网络通信技术、速率、网络速度、安全和保障条件等方面的问题日益突出。现代电子商务物流的快速发展给物流企业的安全和保障条件带来了更大的挑战,导致物流企业的成本上升。许多物流企业会选择承担更少的风险,便不会在农村地区投入过多的能源,从而使得城市和农村在快递物流方面的差距越来越大,农村跟不上城市物流发展的速度,形成恶性循环。提高快递进村的组织化程度,是快递进村工程得以长效运行的关键举措。

(三) 农村电子商务和物流行业存在安全风险

首先,由于电子商务和物流行业的强劲发展,电子商务和物流公司不断增长,蓬勃发展的电子商务和物流公司没有得到专业的培训,因此,农村电商物流公司的员工素质更加异质,他们直接工作,没有经过培训,缺乏专业操作技能,员工流动性高,他们不重视对特许经营行业的监控,销售信息系统不完善,客户难以跟踪整个销售过程。一旦包裹丢失,客户就无法找到丢失的原因。即使客户因为快递无法收到的问题,联系了快递配送员和当地物流公司,也会存在快递员推卸责任,快递公司没有保障客户财产、赔偿客户损失的明确条例等问题,对消费者来说存在重大安全风险。

(四) 农村物流配送不规范

农村电子商务和物流企业存在配送服务质量低下的问题。农村电子商务和物流企业存在配送服务质量低劣的问题十分普遍,配送作业现场快递服务混乱,员工将包裹从快递车辆上扔在地上的野蛮暴力行为在分拣快递服务中很常见。由于快件的放置顺序不规范,导致客户取包裹时无法选择,不但浪费时间,还会造成包裹错领,取到快递时快递破损等情况的发生。农村电子商务和物流企业的后续服务也没有很好的保障,在出现快递错领或丢失的情况下,很难提供完善的解决措施,客户的个人利益难以保障,客户信任度也会随之下降,进而导致相关电子商务在农村举步维艰。

四、农村电商物流“最后一公里”配送模式的解决策略

(一) 企业加强配送服务。

国外电子商务和物流企业的国家对货物车辆没有限制,我们国家也应该根据国情,取长补短制定相关的政策,合理考虑对货物车辆的限制,完善配送服务专用通道,以确保快递能够快速及时地送到客户手中。

(二) 政府部门合理规划农村道路建设和维护

为了更好地保障农村能够实现高效的物流运输,政府应当制定相关政策,改善农村道路路况。由于部分工厂会建设在远离城市的农村地段,一部分大吨位超限车辆上路行驶,导致农村路面出现沉陷、坍塌、破损等现象,道路建设成果难以巩

固,给管理也带来难度。进一步提高农村道路建设使得农村道路能够适应当前物流发展,更好地利用社会资源,保障物流的高效运输。

(三) 物流加强数字化建设

在农村公共交通和物流配送体系中,农村电子商务与物流企业配送服务有机结合的难点在于配送广度大、配送周期长。这导致了快递的高成本。由于农村地区的物流道路偏远,物流人员的浪费非常严重。考虑到农村客车的广泛覆盖范围,可以研究使用客车将特快专递邮件运送到城市配送点的可能性。农村可以加强建立物流智能决策体系,加大智慧物流数据挖掘力度,拓展智慧物流数据分析深度。比如,通过多维度数据分析,对物流作业进行预处理,做到智能运作、科学调度,整合电子商务、物联网等资源,打造智能型物流服务体系。重点是加强电商与现代物流企业的深度合作,运用云计算、大数据等信息技术,加快推广无人配送、共同配送等智慧物流模式,提升智慧物流配送的集约化水平,配送服务系统可以使用条形码扫描等新的数字手段跟踪在途货物的配送,以提高货物的配送效率,有效解决物流配送“最后一公里”问题。

(四) 加强相关企业合作

任何企业都不是独立的个体,都需要与其他企业实现共同合作,只有科学有效的联合,才能提供更好的服务,实现共赢。中国的物流市场广阔,无论是运输工具、价格成本还是时间周期,任何企业无法全面承揽实现所有的服务,实现战略联盟与合作已是大势所趋。正因如此,要进一步倡导不同企业之间的合作,加强其联系,使得企业之间能够进一步整合资源,促进信息的交流,更好的保障其服务水平的提升。国内物流企业在资源共享,服务创新,客户服务,生产制造业等方面加强合作,挖掘国内市场潜力,尽可能地扩大市场份额,为物流市场竞争中的战略联盟,为战略合作打下坚实的基础。

(五) 加强管理监督职能

农村相关政府部门可以成立快递物流市场管理监督小组,对快递的收发进行监管,避免发货方对快递的恶意损坏,服务态度恶劣等,监督收货方不误收,不错收,达到对双方监管的效果,在问题发生时也能及时协调解决。相关企业也可投入适当人力来加强企业内部的监管和处罚。

五、结语

经过一系列的研讨活动,笔者认为,农村市场作为未来国家发展战略的着力点,有着深厚的,待挖掘的发展前景。但同时存在的相关问题也确实影响着未来农村电子商务物流的发展,农村“最后一公里”的问题,同时也是国家发展战略上的阻碍因素,如何理解并解决问题,后面还有一段路要走,但是我们坚信,随着国家“乡村振兴战略”的全面铺开,广大农村群众对于美好生活的向往终究会实现。

参考文献:

- [1]胡琦琦,吕迪.电商“最后一公里”物流配送管理体系研究[J].现代经济信息,2016(18):306-307.
- [2]王晨旭.农村物流配送“最后一公里”策略研究[D].北京邮电大学,2020.
- [3]廖翠菊.农村基础设施建设对电商物流的影响研究[D].常州大学,2021.