

新零售背景下“盒马鲜生”供应链现状分析

王诗韵

重庆交通大学 经济与管理学院, 重庆, 400074;

摘要: 随着新零售模式的快速发展, 供应链管理在零售业中的重要性日益凸显。作为该领域的领军企业, “盒马鲜生”开展了一系列供应链创新实践。本文旨在分析新零售背景下“盒马鲜生”的供应链现状, 探讨其优势与挑战, 并提出优化建议。研究认为, “盒马鲜生”应着力增强供应链稳定性、优化物流配送体系、强化供应商管理、保障数据安全与隐私、推行可持续采购和加强法规遵从与风险管理。通过持续创新与完善供应链管理, “盒马鲜生”有望巩固其竞争优势, 更好地满足消费者多元化需求, 实现可持续发展与增长。

关键词: 新零售模式; 供应链管理; 供应链稳定

DOI: 10.69979/3029-2700.26.01.063

引言

当前, 移动互联网技术在中国应用日益广泛, 为零售业的整体转型升级创造了广阔空间。2016 年 10 月, 阿里巴巴创始人马云首次提出“新零售”概念, 定义了零售业发展的新形态。随着新零售时代的到来, 零售业正在经历一场前所未有的变革, 这场变革不仅改变了传统零售业的面貌, 而且对整个供应链管理产生深远的影响^[1]。在新零售背景下, 供应链已经成为企业核心竞争力的重要组成部分, 其发展趋势对于企业的成功与否至关重要。

“盒马鲜生”在新零售背景下的供应链现状进行分析^[2], 有助于深入了解其管理策略、实践与优化措施。特别是对于“盒马鲜生”这样的企业, 其供应链的效率和优化程度直接影响到企业的竞争力和市场地位。“盒马鲜生”在新零售领域的创新, 有效激发了生鲜电子商务企业的优势, 通过线上线下融合, 满足消费者的需求^[3]。这种新的营销模式在社会经济发展过程中值得借鉴。对“盒马鲜生”在新零售背景下的供应链现状进行分析, 我们可以深入了解其供应链管理的策略、实践和优化措施。这不仅有助于“盒马鲜生”进一步提高其运营效率和市场竞争力, 同时也可以为其他企业提供借鉴和启示, 推动整个行业的供应链管理和优化水平的提升。本文将探讨在新零售背景下的供应链发展趋势, 分析其对“盒马鲜生”的影响和挑战, 并提出相应的应对策略。

1 公司概况和供应链管理策略

盒马是阿里巴巴集团旗下, 以数据和技术驱动的国内首家新零售商超。盒马致力于为消费者打造社区化的一站式新零售体验中心, 以科技和人文服务提升生活品质。作为阿里巴巴集团投资的新零售项目, “盒马鲜生”采用了“线上电商+线下门店”的经营模式, 将生鲜超市、餐饮体验和物流配送融为一体。“盒马鲜生”的门店承载了更多的功能, 与传统零售相比具有更高的效率和更好的购物体验。“盒马鲜生”的特色在于其自建的三公里半小时送达的物流体系以及阿里巴巴大数据支持下的生鲜供应链。其产品来自全球 103 个国家, 超过 3000 种, 覆盖了从生鲜到日用品的各类商品。综上所述, “盒马鲜生”是一家致力于提供高效、优质购物体验的新零售企业, 其独特的经营模式和供应链管理策略使其在市场中具有较高的竞争力。

在供应链方面, “盒马鲜生”坚持做自有品牌, 通过垂直整合供应链来提高效率。其供应链管理策略主要包括以下几个方面: 第一, 以消费者为中心。通过大数据分析掌握消费者的购物习惯和需求, 为消费者提供个性化的推荐和服务。同时, “盒马鲜生”与供应商建立了紧密的合作关系, 确保商品的质量和供应的稳定性, 以满足消费者的需求。第二, 高效的物流配送体系。“盒马鲜生”拥有高效的物流配送体系, 通过智能化的配送中心和先进的物流技术, 实现了对商品的快速分拣、打包和配送。此外, “盒马鲜生”还与第三方物流公司合作, 构建了覆盖全国的配送网络, 确保商品能够及时、准确地送达消费者手中。第三, 向上游延伸。“盒马鲜

生”注重与供应商的合作，通过与供应商建立长期战略合作关系，共同制定生产计划和库存管理，降低成本，提高效率。同时，“盒马鲜生”还向上游供应商提供技术支持和资金支持，帮助供应商实现转型升级，提高整个供应链的竞争力。第四，数字化管理。“盒马鲜生”利用大数据、人工智能等技术手段，实现对供应链的实时监控与智能优化。这一管理方式不仅提升了供应链的透明度与可预测性，也有助于企业及时发现问题并调整策略，从而提升整体运营效率。

此外，“盒马鲜生”还采取了其他一些供应链管理策略，例如建立完善的供应商管理制度、优化物流配送模式、改善分拣人员结构、优化智能库存系统、优化生鲜供应链信息管理系统等^[4]。这些策略的制定和实施旨在提高企业的运营效率和满足消费者的需求。

2 优势与挑战

盒马鲜生的成功不仅仅在于其卓越的产品质量，更在于其在供应链管理上的出色表现。作为生鲜电商平台，“盒马鲜生”依托强大的供应链系统，展现出卓越的运营能力。其一，“盒马鲜生”拥有强大的上游资源优势。其在全球拥有超过 7 万亩生产基地，可供应超过 5000 种水果、蔬菜、肉类和海鲜。通过与上游供应商签订合作协议，确保稳定供应，同时严格把控和筛选供应商，保证上游供应链的优质。“盒马鲜生”采用源头直采模式，直接与产地农户或供应商合作，减少了中间环节，降低了不必要的成本。这种模式让“盒马鲜生”能够以更低的价格提供优质的商品。“盒马鲜生”完善的冷链物流体系，确保了生鲜食材在运输、储存和销售过程中保持新鲜。这一体系提高了商品的品质 and 安全性，降低了损耗率，提升了供应链的整体效率。并且，为了更好地了解各个水果和蔬菜的生长情况，盒马在上海建立了自己的农业基地。其二，物流配送是“盒马鲜生”的另一大优势。“盒马鲜生”在配送环节上采用“一小时送达”的独特模式，采用“前置仓+门店+配送员”的三层架构。配送员能在接到订单后迅速出发，实现 30 分钟内送达。为了提高配送效率，“盒马鲜生”还采用“预售制”，消费者下单后，盒马会先进行订单处理，再进行库存调配，减少库存积压问题，确保商品快速送达用户手中。此外，“盒马鲜生”还采用“自建物流+合作

物流”的模式，实现次日达甚至隔日达的高效配送。其三，它具有强大供应链整合能力。以自身为核心，盒马在全国建立供应链体系，通过自身强大的运营能力整合全国的供应链体系。与多个品牌合作，丰富自身商品种类，满足消费者多元化需求，同时快速完成产品配送和销售。例如，与中国邮政、顺丰等合作，提升物流配送能力和供应链整合能力。通过数字化、智能化、紧密的供应商合作和强大的数据分析能力等方面的优势，实现了供应链的高效运作和管理。这些整合能力的发挥，有助于提高“盒马鲜生”的运营效率和消费者满意度，进一步巩固了其在生鲜电商领域的领先地位。其四，“盒马鲜生”对商品和用户需求的洞察能力很强。通过大数据、人工智能技术对用户进行分析，精准推送商品信息；通过社交媒体、自媒体平台等获取大量信息，进行分析、判断，挑选适合用户需求的商品。“盒马鲜生”的洞察能力有助于它更好地把握市场趋势和用户需求，优化采购、生产和销售计划，提高运营效率和用户满意度。同时，这种洞察能力也是“盒马鲜生”不断创新和发展的重要驱动力。由此可见，“盒马鲜生”虽非传统超市，但凭借其强大的供应链基础与大数据技术，能够精准把握用户需求与市场趋势。

虽然“盒马鲜生”在供应链方面具有强大的优势，但也面临一些挑战。第一，供应链的稳定性挑战^[5]。正是由于“盒马鲜生”的供应链体系庞大，各个环节之间的依赖性较强，任何一个环节出现问题都可能影响到整个供应链的正常运转。因此，如何保证供应链的稳定性是“盒马鲜生”面临的一个重要挑战。第二，物流成本的控制。虽然“盒马鲜生”的物流配送体系已经非常高效，但在大规模扩张和运营过程中，如何进一步降低物流成本是一个挑战。同时，随着消费者需求的不断变化和市场竞争的加剧，如何提供更加个性化、高效的物流服务也是一个挑战。第三，供应商合作的管理。“盒马鲜生”与大量供应商合作，如何管理好这些供应商，保证商品的质量和供应的稳定性是一个挑战。同时，如何与供应商建立更加紧密、互利的合作关系也是一个挑战。第四，数据安全和隐私保护。“盒马鲜生”采用数字化管理方式，数据的安全性和隐私保护成为一个重要的挑战。如何保证数据的安全、合规使用和防止数据泄露是

一个需要重视的问题。

3 建议与总结

针对“盒马鲜生”所面临的供应链挑战，本文提出以下建议：第一，加强供应链的稳定性。建立应对突发事件的快速响应机制，以及多供应商合作策略，以备不时之需。与供应商建立紧密的合作关系，及时沟通与协调，确保供应链的稳定运行。第二，优化物流配送体系。持续投入研发，采用更先进的物流技术和设备，提高配送效率。同时，与物流合作伙伴共同优化配送路线和策略，降低运输成本。第三，强化供应商管理。建立严格的供应商评估和选择机制，确保供应商的质量和可靠性。加强与供应商的沟通与合作，建立互信互利的合作关系，共同应对市场变化。第四，保障数据安全与隐私。采用先进的数据加密技术和安全防护措施，确保消费者数据的安全。建立健全的数据管理制度和政策，确保数据的合法使用和保护消费者的隐私。第五，推行环保和可持续性采购。优先选择环保的供应商，推广绿色采购政策。加强与供应商在环保和可持续性方面的合作与交流，共同降低供应链的环境影响。第六，加强合规与风险管理。建立全球合规管理体系，确保在各运营地的经营活动符合当地法规。综上所述，“盒马鲜生”需通过持续创新供应链管理策略并深化与各方合作，方能在新零售背景下保持竞争力，有效应对各种挑战，为企业的可持续发

展奠定坚实的基础。

随着新零售时代的到来，供应链管理在零售业中的地位日益凸显。作为新零售的代表企业，“盒马鲜生”在供应链方面进行了许多创新实践。本文分析了“盒马鲜生”在新零售背景下的供应链现状，探讨了其优势和挑战，并提出了相应的建议。通过不断创新和完善供应链管理策略，加强与各方的合作，“盒马鲜生”有望在新零售背景下持续保持竞争优势，满足消费者日益多样化的需求。未来的“盒马鲜生”应继续关注市场变化和技术创新，积极应对挑战，实现可持续发展和持续增长。

参考文献

- [1] 许久安. 基于新零售模式的企业运营管理变革[J]. 北方经贸, 2023(07): 131-135.
- [2] 林智海. 新零售模式下我国商贸物流业的发展路径分析[J]. 商业 2.0, 2023(18): 64-66.
- [3] 任建婷. “盒马鲜生”新零售模式下消费现状及前景研究[J]. 商场现代化, 2021(14): 13-16.
- [4] 杨深博, 杨志强, 庄婉仪. 新零售背景下生鲜电商供应链现状及发展趋势研究——以“盒马鲜生”为例[J]. 中国市场, 2022(21): 130-132.
- [5] 张益萌. 新零售模式下生鲜电商运营管理过程中的风险分析——以“盒马鲜生”和超级物种为例[J]. 中国商论, 2022(22): 40-42.