

流通加工案例分析

对于流通加工的理解，《物流术语》（GBT18354-2006）中的定义是：根据顾客的需要，在流通过程中对产品实施的简单加工作业活动（如包装、分割、计量、分拣、刷标志、栓标签、组装等）的总称。但是，实践之中还有很多人会将其理解为就是“流通过程中的加工活动”，范围大很多。

（一）上海联华生鲜公司的流通加工业务

1.背景介绍

上海联华生鲜公司是上海华联超市股份有限公司的子公司。上海联华生鲜公司主营项目包括生鲜食品的加工、配送和贸易。其现代化程度在国内配送企业中都处于一流。

2.流通加工业务的变化、拓展

在上世纪 90 年代的上海，以百货为主的超市是占大多数的，其中的生鲜一直是处于为辅助地位。然而我们案例中的联华公司却在这里发现了商机，这种单一的经营方式有很大的上升空间。公司不仅对本地市场进行了客观分析，更精准的选择了生鲜食品作为自己公司的经营特色。公司高层认定：在不远的将来生鲜食品将会在大型超市大力发展，成为主流方向。联华公司在生鲜的流通和加工中有以下几点：

第一，加强对采购的管理。公司既然选择了生鲜作为企业经营的特色，那么必然要从源头（采购）上下功夫。只要牢牢抓住采购上的管理，握紧源头。才能找到适应于现代超市的新模式。

第二，加强现代化、信息化建设。公司对于物流配送中心的信息化和现代化建设也下足了功夫。不光重资建造了现代化的大型流通加工配送中心，而且利用了先进信息技术进行全方位覆盖。

第三，公司不光在采购地建立了物流中心，而且公司运用先进的 IT 技术，使采购更高效。

第四，加强对生鲜食品的经营。公司在经营方式上采取了很多措施:为了满足客户多样性需求，在个性化加工方面加大力度;利用科学方法，合理核算商品价值，同时扩大了利润空间;强化宣传推广，收益分享激励。

(二) 深圳赛格储运公司

1.公司现状分析

深圳赛格的主要客户有许多包括日本理光公司、华润物流、华立船务公司、伯灵顿物流公司等近百家港资、外资物流企业还有分布于珠三角等地的制造企业。公司提供这些企业的服务大多数是保税仓的长租或短租，并带有一定程度上的流通加工为辅的物流增值服务。

2.流通加工职能分析

深圳赛格作为一家大型储运公司，流通加工项目只是作为物流增值服务而存在的。在现代化物流产业中单纯的物流形式已经不能满足社会和人们的需求，深圳赛格公司可以根据客户提供的差异化需求进行不停地物流增值服务，通过自身职能延伸，整合深圳地区的上下游原材料资源，客户资源和服务资源，在现代物流行业中都是面临的势在必行的重要问题。

(三) 北京世佳物流公司

1.背景介绍

北京世佳公司借助了世佳经贸集团在几年间建立的销售网络，世佳公司以物流配送为主要方式服务，配送服务方式有 2 种:BT0B 和 BT0C。世佳公司进行了物流管理设计背景，有 4 个主要因素:民众消费转变、世佳公司业务模式上的更新、现在对全方位物流模式的需求、世佳公司已经启动了信息系统项目。

2.企业流通加工职能的研究

北京世佳公司拥有自己的信息网络，凭借世佳经贸集团建立的销售网络积累了不错的信誉和口碑。充分利用大数据模式进行企业管理，在流通加工方面，企业拥有专业的人才和高、精、尖的技术，可以为流通加工提供一个完美的对接平台，但企业本身作为一个物流公司，流通加工只是作为物流增值服务的附属品存在，所以要如何提高流通加工职能在整个企业运作的比重，才是该企业将来的主要发展方向。

(四) 阿迪达斯的流通加工

阿迪达斯公司在美国有一家超级市场，设立了组合式鞋店，摆放着不是做好了鞋，而是做鞋用的半成品，款式花色多样，有 6 种鞋跟、8 种鞋底，均为塑料制造的，鞋面的颜色以黑、白为主，鞋带的颜色有 80 种，款式有百余种，顾客进来可以任意挑选自己所喜欢的各个部位，交给职员当场进行组合。

只要 10 分钟，一双崭新的鞋便唾手可得。这家鞋店昼夜营业，职员技术熟练，鞋子的售价与成批制造的价格差不多，有的还稍便宜些。所以，顾客络绎不绝，销售金额比邻近的鞋店多 10 倍。