# 苏宁物流工作总结

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-12-07

*苏宁物流工作总结（精选3篇）苏宁物流工作总结 篇1 销售物流是企业为了实现产品销售，把产品送达用户或市场供应点的物流活动。销售物流的起点，一般情况下是制造企业的产成品库存，经过分销物流，完成长距离、干线的物流活动，再经过配送完成市内和区域范...*

苏宁物流工作总结（精选3篇）

苏宁物流工作总结 篇1

销售物流是企业为了实现产品销售，把产品送达用户或市场供应点的物流活动。销售物流的起点，一般情况下是制造企业的产成品库存，经过分销物流，完成长距离、干线的物流活动，再经过配送完成市内和区域范围的物流活动，送到企业、商店或最终消费者。

近年来，我国家电零售连锁业快速扩张并取得了显著的销售增长和市场地位的提升。根据中国连锁经营协会的调查统计，20xx年“中国连锁经营100强”中，有5家家电零售企业入围前30强。然而近年来家电零售连锁业自身的利润在不断摊薄，降低企业内部经营成本已成为未来发展的必由之路。

我国的物流行业发展并不成熟，大部分零售企业并没有成功建立自有物流的经验。因此，大多数零售企业不愿投入过多的人力物力自建物流体系，而是转而选择第三方物流作为自己主要的物流配送模式，如国美电器。苏宁公司的成功发展离不开物流配送，其运行机制决定了物流配送的必要性，而物流配送的好坏又决定了苏宁电器的连锁经营能否发挥不同于其他家电行业的优势，建立高度专业化、社会化的物流配送中心是苏宁实现统一采购、统一配货、统一价格、发挥规模效应的基础。因此，物流配送在苏宁等家电连锁企业中居核心地位，甚至可以说是所有连锁企业经营的生命线。

作为家电连锁巨头的苏宁电器，多年来不仅在开业规模和配送速度上力争上游，为消费者提供优质服务方面也费尽心思，在经营理念和配送模式上更是力求突破。苏宁电器在物流配送上率先使用3C模式、SIS店经营模式、intel体验厅，引领整个行业零售模式不断开拓发展。

“3C+”有六大特征：首创全自营的团队模式，为消费者提供专业数字生活解决方案；产品出样以“品类+品牌”相结合为原则，对品牌稳定产品更新速度慢的传统家电保持品牌出样，体现品牌尊贵感和品质度。对于家电零售这样利润被日趋摊薄的行业，库存和物流成本的控制十分重要。没有现代的物流配送，就谈不上真正的连锁经营。物流配送的水平，在一定程度上决定着连锁经营的成功与否。进货每多占用一天仓库，都会造成资源浪费，并提高运营成本。

苏宁的物流配送流程以财务为中心，将营销、物流和采购等统一在一个平台之下。在这个平台下，POS机的收款信息能立刻传到配送中心，由配送中心作出反应，产生配送指令。无论是苏宁电器的自备车辆，还是外包车辆，在完成一项任务前，都要先到信息大厅办理出库手续，领取出库单。然后去库房提货、送货。完成该项指令后，还要到信息大厅核销该项任务。在先进的信息系统支撑下，苏宁对商品的流向进行了精准的控制。在仓库，配送单要经过仓管员的仔细核对后，家电产品由库房搬运、装卸至车辆上，由于全程机械化，装运的效率非常高，装满一辆车只需十几分钟。

在选择区域物流服务商以及开拓三、四级城市上，苏宁电器各地的配送中心拥有相对较大的自主权，在总公司制定的统一的选择标准下，进行对各地第三方物流服务商的选择。在选择第三方物流服务商方面，苏宁电器的要求是很高的。在签订服务合同以前，要进行详细的考察。在服务中，一旦第三方物流服务商的服务出现问题，也会有相应的条款加以惩罚。

对于零售企业来说，物流是其顺畅运作、良性发展的关键，从采购、存储、配送到售后服务，零售企业各个业务环节都要有高效的物流系统来保障。物流体系的建设同样也是苏宁连锁经营战略的核心内容之一。目前，苏宁在加紧第三代

信息化物流基地的建设，它采用全自动、机械化的立体仓储系统的集成方案，通过库内立体化仓库系统、机械化运输系统、WMS及TMS仓库管理信息系统的实施，将建成国内电器连锁行业最先进的物流配送中心之一，成为苏宁电器新一代物流配送系统的运作和发展的标志性工程。

第三代物流配送中心与之前物流中心的不同之处在于，它采用二级配送模式：一级配送分拨服务，是负责将各类商品从区域大库分拨运送到区域内的所有二级城市；二级配送服务，是由区域内二级城市物流配送服务中心将商品全面配送分拨服务到千家万户；而之前的第二代物流中心采用的是三级配送模式——一级配送到市、二级配送到店、三级配送到户。

在第三代物流中心中重点应用的信息技术，包括WMS（仓库管理软件）和TMS（运输管理软件）。通过WMS系统，实现订单管理、库存管理、收货管理、拣选管理、盘点管理、移库管理，实现管理条码化，仓库作业实时监控，通过RF、监控设备相结合；通过TMS系统,提高配送服务响应时间，提高车辆资源利用率，减低运输成本,将电子地图、GPS全面用于零售等配套的服务行业，实现准时化配送。

苏宁电器在销售物流服务这一块的创新，给苏宁带来了巨大的成功，物流配送体系的优化是重要的一环。配送中心几乎参与了每个环节，且起关键作用。只有配送中心高效运作，才能将统一采购、商品集中管理和连锁加盟店的有差别的需求进行有效的联接，才能通过有效配送形成规模经营，使连锁的优势充分发挥出来。在连锁规模经济效益的形成中，完善的物流配送体系是零售企业高质服务的保障，也是影响零售企业成本和利润的至关重要的因素。

二十一世纪的市场竞争将不再是企业与企业之间的竞争，而是企业战略联盟之间的竞争。谁的企业战略联盟整体竞争力越强，谁就能立于不败之地。然而，配送中心是连锁销售的供应链枢纽，只有依靠这个枢纽，才能实现门店库存与供应商库存的整合，实现对安装、配送、售后服务等各种消费者服务需求的整合。因此，合理安排配送中心，降低物流配送成本理所当然的成为挖潜的突破口。

苏宁的成功，让我更加了解了如何做好销售物流这一块的重要性，这需要不断地努力创新。为客户提供快速的、满意的物流服务，需要从时间、可靠性、通信和便利性等等方面考虑，全面协调。

苏宁物流工作总结 篇2

本周三我们班开始了在苏宁云商物流有限公司的实训，一共51个人，18人夜班，工作时间为晚上九点到第二天早上九点。33人白班，工作时间为早上九点到晚上九点。很“幸运”的是我就是那十八分之一。

与其他人是被选择夜班不同的是，我是自主报名上夜班的，因为我这个人总有一股犟劲，要做的做的“尽兴”。事实证明，夜班中所能得到的经验以及教训是让我受益匪浅的。 九点开始上班，通常来说，第一批货是在十一点左右到仓库的，所以这段时间我们基本是不怎么忙，第一天中这两个多小时更是花了我百分之三十的手机电量。但夜班之所以辛苦，是因为我们所要抵抗的不仅仅是货物的繁多还有本身精神上的问题，我们必须强制性调节自己的生物钟，才能正常的进行工作。实训刚开始，我的工作岗位比较稳定，偶尔去新多或者拣货，而我的精神状态用一起工作的同学的话来说就是乐在其中，辛苦是一定的，甚至连那些白班的同学们都实在可怜我们，但我觉得有些东西是白班中领悟不到的。我的确觉得这是一种锻炼方式，因为我认为任何事你想要去做好，必须亲自去经历，任何的纸上谈兵都是没有用的。至少我知道了物流流程中的具体步骤，打包时所要注意的细节，以及为了不出错而应当做的一些防护措施，知道了在我们深夜熟睡中，物流从事人员的辛苦，作为一个物流管理专业的学生，应当将这些都作为经验，不论未来毕业后我们是否从事物流行业，这都是一种人生的经验

而“很不巧”的是，我们的实训期刚好撞到双十二时期，这两天晚上，我们十八个人过的就没有那么轻松了，整个晚上十八个同学都在抱怨中度过，但又无可奈何。我从新多被发配到拣货、新细、新一，双十二过后的那天晚上我更是连轴转的停不下来，主管大喊着加油，我也只好咬牙坚持。

但我知道，这坚持是有用的，如果有人要问我，这四天你学到了什么，我可能一时之间组织不好语言，用最简单的话来说，就是如何去坚持吧，去坚持你打算去坚持的东西，并为之奋斗。

苏宁物流工作总结 篇3

“双十一”已经结束，但是大战的硝烟却跃跃欲试的蔓延到大街小巷。所有物流公司正在快马加鞭的将商品送到消费者手里。通过在北京苏宁物流基地中心仓增援，我坚定的认为未来的电商大战，物流是制胜法宝。

今年的“双十一”，物流作为直接影响用户体验、决胜最后一公里的重中之重，各大电商都在比拼物流的底蕴。而我有幸成为北京苏宁物流的一员，在中心仓奉献自己的一份力量。通过本次增援，我受益匪浅，在完成工作的同时也对苏宁物流有了一定的了解，并进行思考。

在八夜的增援工作中，我被分到了苏宁物流的中心仓。中心仓主要针对的是北京四环外的小件配送，分为四个环节：1.拣货2.盘点3.核对4.装车。首先我们把相应的商品从大库中搬运到中心仓，然后把商品分配到相应的区域。其次，每天晚上十二点准时开始盘点，盘点就是把对应区域的商品逐个扫码，商品编码录入我司系统。但盘点结束后，商品还会陆续增加，对应分配。然后，在办公室匹配后，我们开始对应匹配表来进行扫码匹配。最后，在六点陆续将商品搬到对应快递车辆。

通过这次增援，1.初步了解了北京苏宁物流基地中心仓的工作流程；2.历练了吃苦耐劳的精神，物流增援很辛苦，但是苏宁人必须要经历一次大忙，通过本次双十一，磨练了意志的同时也提高我的能力；3.感受到了苏宁物流的强大，电商大战比拼价格的背后是有强大物流的支撑。今年“双十一”我司与天猫合作，物流是第一环。在物流支援的过程中，匹配了大量天猫超市的货物，我相信未来我司的物流将会是电商大战中的决胜武器。从十号到十二号的三天中，商品数量是往日的四五倍，但是通过中心仓所有苏宁人的努力，每天都高标准高质量完成任务。线上线下一起努力，打造最棒物流服务。

最让我印象深刻就是北京公司办公室的同事们放下手头的工作，不论是高管还是经理也亲力亲为，投身于物流服务中。让在物流基地工作的十三期新员工的我们信心满满，干劲十足。苏宁的物流在今年全面出击！双线订单大增358%，线下订单增长153%的情况下，苏宁“门店+仓库”的双核创新性物流配送模式优势尽显，确保了商品在城市和农村地区的快速送达。在城市，依托于苏宁线下

1600多家门店的优势，双十一当天近5万人享受苏宁2小时急速达服务，顾客门店自提占比达29.7%。在三四级市场，苏宁遍布全国的700家直营店充当“最后一公里”的配送先锋，保证货物的及时送达。

在增援的过程中，我也看到了中心仓工作的一些不足之处。1.中心仓区域面积较小，遇到大忙等活动时，商品出现没有位置摆放的情况，只能堆积在门外；

2.工作流程存在反复，作业形式粗暴，在盘点和匹配中存在重复工作，效率较低；

3.工作过于依赖人员，所有工作都需要员工操作，如果可以改善中心仓的智能设备，效率会明显提高，失误率会相对降低。针对不足之处，我自己也有了一些思考。1.中心仓面积需要扩大，场地需要重新划分，针对商品量大小来量身各区域的面积。2.提高员工的工作效率，简化工作流程，减少工作重复性，我认为应该优化拣货和盘点的过程，减少两步中反复的流程。

在本次物流增援结束后，我为成为双十一大战的一员感到荣幸，也深深的为我司强大物流体系感到自豪。电商大战本质就是物流的战斗，苏宁物流就是我们的制胜法宝，我们的物流会让消费者感受我们满满的诚意和暖暖的温度。近5万人享受苏宁2小时急速达，10万多人体验了大家电“送装一体”服务，双十一当天全网妥投率达97.8%，这是苏宁物流的速度。骑马穿越大街小巷送快递，肩扛冰箱翻越大巴山，店长送奶粉到贵州苗寨，乡镇覆盖率达到91.3%，这是苏宁物流的温度。所有的价格优势、供应链优势、网络平台优势，最终临门一脚都要靠物流，本次双十一，我们物流完美亮剑！回归办公室工作，我要传承物流人的吃苦耐劳的精神，也要加入自我的创新主动性。快速成长，与公司一起前进！

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！