中等职业教育财经类改革创新示范教材

配送作业实务

王本强 徐锡芬 主编
李长英 王志周 副主编

PRACTICE OF DISTRIBUTION OPERATION

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

中等职业教育财经类改革创新示范教材

配送作业实务

王本强 徐锡芬 主编
李长英 王志周 副主编

PRACTICE OF DISTRIBUTION OPERATION

人民邮电出版社
北京

图书在版编目（CIP）数据

配送作业实务 / 王本强 ，徐锡芬主编. -- 北京 : 人民邮电出版社，2014.7
中等职业教育财经类改革创新示范教材
ISBN 978-7-115-35206-4

Ⅰ. ①配… Ⅱ. ①王… ②徐… Ⅲ. ①物资配送－中等专业学校－教材 Ⅳ. ①F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第087934号

内 容 提 要

本书包括了认知配送、认知配送中心、进货作业与订单作业、拣选作业与补货作业、出货作业与退货作业、配送加工作业与车辆配载作业、送货作业与配送路线优化、配送成本管理这八个项目的教学内容。全书每个项目均通过对案例讨论的形式引出教学内容。每个任务后面都配有知识拓展、案例分析、任务实训、检查与思考题，尽可能做到“教学做合一”。在每个项目后面还对本项目的内容和知识点做了小结，方便学习者查询与复习。

本书可作为中等职业学校现代物流专业及相关专业的教学用书，也可以作为物流企业从业人员的岗位培训教材和自学用书。

◆ 主　　编　王本强　徐锡芬
副 主 编　李长英　王志周
责任编辑　蒋　亮
责任印制　杨林杰

◆ 人民邮电出版社出版发行　　北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编　100164　　电子邮件　315@ptpress.com.cn
网址　http://www.ptpress.com.cn
北京鑫正大印刷有限公司印刷

◆ 开本：787×1092　1/16
印张：14.25　　2014 年 7 月第 1 版
字数：317 千字　　2014 年 7 月北京第 1 次印刷

定价：36.00 元

读者服务热线：(010) 81055256　印装质量热线：(010) 81055316
反盗版热线：(010) 81055315

前 言

PREFACE

伴随世界经济一体化进程的加快以及许多大型跨国企业进入中国市场，我国各级政府部门和许多市场意识敏锐的企业已把物流作为提升企业核心竞争力的重要手段，把现代物流理念、先进的物流技术和现代经营管理模式引入国家、地区的经济建设以及企业的经营管理之中。目前，物流企业所急需的初、中级物流专业一线人才还远不能满足工作的现实需求，这也就要求广大中、高职学校担负起培养人才这一任务。

配送是现代物流活动的一个重要环节，仓储与配送管理技术的高低在很大程度上影响物流运作的效率。提高仓储与配送的运作效率和改变仓储与配送的管理技术是现代物流的首要任务。

本书共分为8个项目，包括认知配送、认知配送中心、进货作业与订单作业、拣选作业与补货作业、出货作业与退货作业、配送加工作业与车辆配载作业、送货作业与配送路线优化、配送成本管理。每个项目下设若干任务，每个任务中介绍了学习者完成任务必须掌握的相关理论知识，并配有大量案例来配合理论知识的学习。每个任务都配有任务实训，体现了“理实一体化”的特点。本书有助于培养具有良好职业道德，具备一定理论知识，具有较强操作和管理实践能力，具有可持续发展能力的技能型、应用型人才。

本书建议授课课时为60学时。

本书由青岛开发区职业中等专业学校的王本强、徐锡芬担任主编，青岛开发区致远中学的李长英、青岛开发区职业中等专业学校的王志周担任副主编。参与编写和审稿的还有青岛开发区职业中等专业学校的杜召强、王莉莉、于雅婷、侯方奎。本书参阅了国内外仓储与配送有关的论著与资料，在此，编者对各位专家、学者和教师表示诚挚的谢意。

由于编者水平有限，书中的错误和不足之处在所难免，恳请广大读者批评指正。

编者

2014年2月

目 录

CONTENTS

1 项目一 认知配送 …… 1

任务一 认识配送 …… 2
任务二 了解配送的运营模式 …… 11
任务三 认知配送职业核心能力 …… 20

2 项目二 认知配送中心 …… 29

任务一 认识配送中心 …… 30
任务二 熟悉配送中心的作业流程 …… 40
任务三 掌握配送中心的选址规划 …… 51
任务四 熟悉配送中心内部布局与设备配置 …… 62

3 项目三 进货作业与订单作业 …… 78

任务一 进行进货作业 …… 79
任务二 进行订单作业 …… 87

4 项目四 拣选作业与补货作业 …… 106

任务一 进行拣选作业 …… 107
任务二 进行补货作业 …… 123

5 项目五 出货作业与退货作业 …… 133

任务一 进行出货作业 …… 135
任务二 进行退货作业 …… 142

6 项目六 配送加工作业与车辆配载作业 …… 152

任务一 进行配送加工作业 …… 153
任务二 进行车辆配载作业 …… 165

7 项目七 送货作业与配送路线优化 …… 175

任务一 进行送货作业 …… 175

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

目 录

CONTENTS

任务二　学会配送线路优化 …… 184

8 **项目八　配送成本管理** …… 198

任务一　理解配送成本 …… 198

任务二　掌握配送成本的控制途径 …… 208

参考文献 …… 219

项目一 认知配送

案例导入

世博园物流配送专线

2010 年 4 月 8 日，世博园区物流配送专线正式开通。此专线由上海大众交通集团的物流公司和海程邦达国际货运代理有限公司共同运营，主要负责世博园区浦西片和浦东中国馆等场所的物流配送任务以及相应的园区外运输服务。其中，大众物流提供自身具有优势的资源——配置液压尾板、GPRS 的箱式货车、专业装卸人员、浦东机场海关监管的冷冻仓库和集货仓库，并利用大众的“96811”货运调度电话作为世博期间的物流热线。海程邦达则负责客户的业务预约和调派，通过系统配对，运用优化配送方案完成准确、及时、高效的物流服务。世博会的布展期、展出期、撤展期里都必须有强大的物流体系提供保障。布展期，要将全球各地的工程材料和展览品等运输至展区内；撤展期，除中轴线的几个建筑外，其余的也将全部拆除运出展区。这两项任务工作量十分巨大。另外，展出期内生活用品（如饭菜、饮料等）的保障物流量也是非常大的。

上海世博会设有 19 家推荐物流服务商，其中，上海大众交通集团的大众物流公司是唯一的一家运输类企业，而海程邦达是家外资企业，有密集的全球物流网络，特别是从 2001 年起，其在北京、上海、广州等城市迅速发展了会展物流运输业务。两家物流商自愿结对，联手开展世博园区内的夜间配送和园区外的日间配送两大类业务。

有人说，21 世纪是物流的世纪，谁掌握了物流配送，谁就掌握了市场的主动。

想一想：

1. 物流配送从企业生产到客户消费的物品流通过程中处于什么样的地位？

2. 在大型的会展活动中，统一的物流配送模式有哪些优势？

任务一　认识配送

学习目标

知识目标

1. 掌握配送的概念，了解配送产生的历史。
2. 掌握配送的主要作用和分类。
3. 了解配送的现代化趋势。

能力目标

1. 能对生活周边的配送活动进行分类。
2. 能通过媒体、网络等形式对国内外配送的发展状况进行分析。

知识平台

一、配送的概念

社会生活中有许多配送现象，例如，面向学校、写字楼的纯净水配送；面向居民的液化气、粮油配送；连锁经营的零售业总部对各个加盟连锁店铺的物品配送；生产企业的原材料、零件、部件、组件的配送等。有关配送的定义，在不同的国家和地区，在理论界、企业界都有着不同的描述。

我国物流界对配送的定义是：按用户的订货要求（时间要求、产品要求、数量要求、地点要求），在物流据点（仓库、商店、货运站、物流中心、配送中心等）进行分拣、加工和配货、包装等作业后，再将配好的货物以最合理的方式送交客户的一种经济活动。由此可见，配送的内涵体现在两个方面：一是配；二是送。配送是“配”和“送”的有机结合，是一项特殊的物流活动，是现代物流的重要职能之一。

配送包含了以下几个方面的内容。

1. 配送的实质是送货

配送是一种送货，但和一般送货有区别。一般送货可以是一种偶然的行为，而配送却是一种固定的形态，甚至是一种有确定组织、确定渠道，有一套装备和管理力量、技术力量，有一套制度的体制形式。所以，配送是高水平的送货形式。

2. 配送是一种“中转”形式

配送是从物流节点至用户的一种特殊送货形式。从送货功能看，其特殊性表现为从事送货的是专职流通企业，而不是生产企业；配送是“中转”型送货，而一般送货（尤其是从工厂至用户的送货）往往是直达型；一般送货是生产什么、有什么送什么，配送则是企业需要什么送什么。要做到需要什么送什么，就必须在一定中转环节筹集这种需要，从而使配送必然以中转形式出现，如图 1-1 所示。

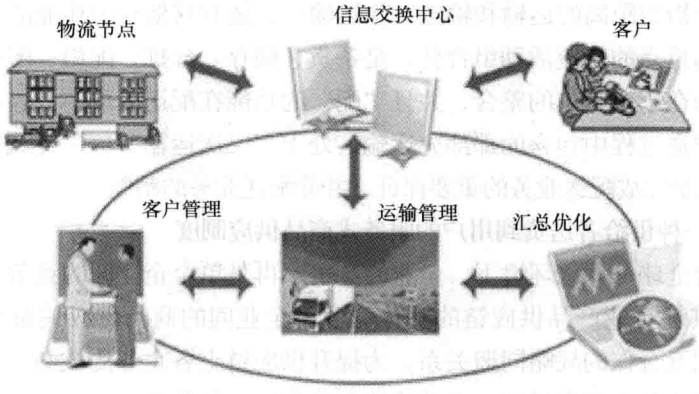

图 1-1　配送示意图

3. 配送是“配”和“送”有机结合的形式

配送与一般送货的重要区别在于，配送利用有效的分拣、配货等理货工作，使送货达到一定的规模，以利用规模优势取得较低的送货成本。如果不进行分拣、配货，有一件运一件，需要一点送一点，这就会大大增加动力的消耗，使送货并不优于取货。所以，要突出整个配送的优势，分拣、配货等工作是必不可少的。

4. 配送以用户要求为出发点

“根据用户的要求”明确了用户的主导地位。配送是从用户利益出发、按用户要求进行的一种活动，因此，在观念上必须明确“用户第一”、“质量第一”；配送企业的地位是服务地位而不是主导地位，因此，不能从本企业利益出发，而应从用户利益出发，在满足用户利益基础上取得本企业的利益。更重要的是，不能利用配送损伤或控制用户，不能把配送作为部门分割、行业分割、市场割据的手段。

二、现代配送的特点

1. 配送是从物流节点至用户的特殊送货形式

配送的特殊性主要表现在以下几个方面。

① 从事送货的是专职流通企业或企业物流部门或公司。

② 除工厂至用户的货物配送是“直达型”外，大部分配送是“中转型”送货。

③ 一般送货是有什么送什么，配送则是用户需要什么送什么。

④ 送货只是企业的一种推销手段，而配送是实现企业物流战略的重要组成部分，已上升到提升企业竞争力的经济活动管理层次。

2. 配送运输是短距离的末端运输

配送一般以中转形式出现，并且大多局限在一个区域（城市）范围内，因此是短距离、小批量的末端运输，与一般的长距离的大量货物运输有着本质的区别。如果配送等于一般意义上的运输，那就没有必要作为物流的一项单独的职能，物流中的配送职能也就失去了其研究价值。

3. 配送是物流活动的组合体，“配”和“送”有机结合

配送不单纯指短距离的运输和输送，除运输外，还有其他物流作业活动共同构成。配送是以“配”为重点的物流活动组合体，是备货、储存、分拣、配组、配载、包装、装卸等物流作业活动在小范围内的整合，并且“配”的功能在配送活动中已显示出越来越重要的趋势。而在配送过程中包含的那部分运输，处于“二次运输”、“支线运输”、“终端运输”位置，只是完成配送业务的重要保证，并非配送业务的精髓。

4. 配送是一种供给者送货到用户的服务式商品供应制度

在现代供给全球一体化环境下，企业的竞争不再是单个企业间的竞争，而是核心企业产品供应链同其他企业产品供应链的整体竞争。企业间的商品供应关系不单纯是买卖关系，而是一种相互合作的战略同盟关系。为提升供应链上各企业的核心竞争力，社会企业间或企业内部专业分工越来越细。专业化的商品供应实体服务活动，不仅仅停留在“门到门”的送货服务上，通常还以一定的制度形式长期固定下来，形成一个商业运行机制或企业内部管理模式的配送制度，即配送在“商物分离”的商品供应环境下是一种“门到门”的高水平“送货”服务。在“商物合一”的商品供应环境下，它是一种供给者送货到户的服务式商品供应制度（商业制度）。

5. 配送以用户要求为出发点，体现共同受益的原则

在配送定义中强调必须“按用户的订货要求”，说明了用户的主体地位。因此，配送企业或组织在观念上必须明确“用户第一”、“质量第一”的思想，从用户利益出发，按用户要求进行配送活动。也就是说，配送组织者不能仅从本企业利益出发而不考虑用户的利益，而应以用户利益作为配送服务的出发点，在满足用户利益基础上取得本企业的利益。特别是专职的配送企业，不能利用配送损伤或控制用户，不能利用配送作为部门分割、行业分割、市场割据的手段。在配送过程中，配送企业须完全按用户要求（包括品种搭配、数量、时间等方面）进行配送，并且以最合理的方式满足用户要求，在经济利益上体现共同受益的原则，达到配送方与需求方的双赢。

6. 配送是一种专业化增值服务，体现的是规模优势和资源优化

配送通过其确定的经营组织、稳定的商品供应渠道、现代化的装备力量、专业化的管理水平和技术力量与用户之间形成一种战略性合作伙伴关系，并以一套制度的形式固定下来，为顾客提供的是一种专业化、定制化的商品供应服务。配送的服务质量、服务水平，比用户自行运作更具优势，其优势主要体现在资源的优化利用上，即通过集中备货、库存、分拣、配货、理货一系列合理配装，充分利用运力，优化运输路线与时间，来实现接近顾客的最终资源配置，实现其增值服务，并取得规模效率与规模效益，从而大大降低物流营运成本，提升服务水平与质量。从某种程度上讲，配送是一种高水平、技术含量较高的送货。

7. 配送的全过程有现代化的技术和装备作保证

在配送过程中，由于大量采用先进的信息技术和各种传输设备及识码分拣机电装备，使得配送作业像工业生产中广泛应用的流水线，使得流通工作工厂化，从而大大提高了商品流转的速度，使物流创造“第三利润”变成了现实。可以说，配送不仅是市场经济的产

物，而且是科技进步的产物。

三、配送的分类

为了满足不同产品、不同企业、不同流通环境的要求，经过一段较长时期的发展，国内外创造出多种形式的配送。这些配送形式各有优势，但同时也存在一定的局限性，如表 1-1 所示。

表 1-1　　配送的分类

分类标准	类　型
按配送组织者不同分类	商店配送
	配送中心配送
	仓库配送
	生产企业配送
按配送商品种类及数量不同分类	单（少）品种、大批量配送
	多品种、小批量配送
	配套、成套配送
按配送时间及数量不同分类	定时配送
	定量配送
	定时、定量配送
	定时、定线路配送
	即时配送
按加工程度不同分类	加工配送
	集疏配送
按经营形式不同分类	销售配送
	供应配送
	“销售—供应”配送
	“代存代供”配送

四、配送的作用与意义

配送与运输、储存、装卸、流通加工、包装和物流信息一起构成了物流系统的功能体系。它有以下几个方面的作用。

1. 提高企业物流系统的运行经济效益

采取配送方式，一则通过统一订货，增大了订货经济批量，降低了进货成本；二则通过将顾客所需的各种商品配备好，集中向客户发货，以及将多个客户所需的小批量商品集

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

中在一起进行一次发货等，减少了运输费用；三则通过集中库存，使企业降低了库存量。另外，配送环节的建立，为巨型企业集团统一采购、集中库存创造了良好的条件，使巨型企业集团的规模经济优势得以充分实现。如连锁超市的统一配送制度，就形成了超市价廉物美的商品卖点。

2. 简化手续，方便客户

采用配送方式，客户只需向一个企业订购，就可订购到以往需向许多企业订购才能订到的货物，接货手续也可简化，因而大大减轻了客户工作量，节省了开支，方便了客户，从而提高了物流服务质量。

3. 提高物品供应或商品销售保证程度

若是工商企业自己保持库存、维持生产或销售，由于受到库存费用的制约，其商品供应或销售保证程度很难提高，进而不利于物料或商品供应。采取配送方式，配送中心比任何单独企业的储备量都大得多，但相对整体社会库存来说又大为减少，集中库存、相互调剂的统筹优势，对每个企业而言，由于缺货而影响生产的风险便相对缩小。在商品销售方面，通过商品配送服务，及时满足客户多样化、个性化需求，则大大提升了企业销售竞争力。

在电子商务时代，企业开展B 2 B、B 2 C网络营销、网上采购，配送就显得更重要，可以说它是电子商务的平台。电子商务没有物流配送作支撑，电子商务就将成为一句空话，网络经济也将成为泡沫。在连锁经营中，企业内部集配体系的核心技术同样是配送。

五、配送的现代化趋势

经过几十年的发展，配送方式和手段上有了以下几方面的新进展。

1. 配送组织的集约化、共同化趋势

配送初期是以单独企业为主体的配送，这时便会出现配送车辆利用率低、不同配送企业间交叉运输、交通紧张等多方面问题。通过一定的发展，联合配送出现了，配送企业互通信息，共同计划，大大提高了配送车辆的利用率和配送企业的效率。

2. 配送的区域化趋势

随着交通运输条件的改善，一些发达国家的配送已突破了一个城市范围。美国已开展州际配送系统，日本不少配送中心的业务也是在全国范围或跨区域范围内进行的。

3. 配送方式组合最优化趋势

由于流通过程、流通对象及流通手段具有复杂性，在各生产领域出现了多种多样经过优化的配送方式，如小批量快递系统、准时供应系统、分销配送等。

4. 配送运输的自动化、机械化趋势

在欧美和日本，不仅运输的社会化程度相当高，而且有大量集装箱车等专用车辆投入运营，这种专业化运输提高了物流质量。日本的企业一般不配备自营汽车，它们认为外雇的更经济便利，配送中心定期与运输公司签订合同，这样运输企业就可以根据物流量变化灵活调度车辆，最大限度地满足需求。

5. 配送服务的信息化趋势

随着计算机的发展，物流公司都在开发和采用信息管理系统。配送中心不仅要与生产

商和客户联系，了解厂家、客户需求，帮助厂商与客户双向沟通，还要与运输企业及内部各部门联系，以了解各项物流活动的进程。这都需要信息系统提供支持。

六、国内外配送发展总体概况

1. 美国现代物流配送的发展状况

从 20 世纪 60 年代起，货物配送的合理化在美国普遍得到重视。为了在流通领域产生效益，美国企业采取了以下措施：一是将老式的仓库改为配送中心；二是引进计算机管理网络，对装卸、搬运、保管实行标准化操作，提高作业效率；三是连锁店共同组建配送中心，促进连锁店效益的增长。

美国连锁店的配送中心有多种，主要有批发型、零售型和仓储型 3 种类型。首先是批发型。该类型配送中心主要靠计算机管理，业务部通过计算机获取会员店的订货信息，及时向生产厂家和储运部发出订货指示单。其次是零售型。以美国沃尔玛公司的配送中心为典型。该类型配送中心一般为某零售商独资兴建，专为本公司的连锁店按时提供商品，确保各店稳定经营。再次是仓储型。美国福来明公司的食品配送中心是典型的仓储式配送中心，它的主要任务是接受独立杂货商联盟的委托业务，为该联盟在该地区的若干家加盟店负责货物配送。

2. 欧洲现代物流配送的发展状况

在欧洲诸国，尤其是德国，物流配送是指按照用户的订货要求，在物流据点进行分货、配货以后，将配好的货物送交收货人的活动。德国的物流配送产业是第二次世界大战以后，随着现代科技的兴起和经济的高速发展而逐步发展起来的。特别是近 10 年来，德国的物流配送已经摒弃了商品从产地到销地的传统配送模式，基本形成了商品从产地到集散中心，从集散中心(有时通过不止一个集散中心)到达最终客户的现代模式。可以说德国的物流配送已经形成了以最终需求为导向，以现代化交通和高科技信息网络为桥梁，以合理分布的配送中心为枢纽的完备的运行系统。

3. 国内物流配送业发展整体概况

20 世纪 90 年代以来的流通实践证明了配送是一种较好的物流方式，城市物流配送业也日益得到了重视和发展。近年来，我国的许多大中城市都开始兴建物流中心、配送中心，物流基础设施逐渐得到改善，整体物流技术水平也开始得到提高。然而由于历史方面的原因，我国长期以来形成了重生产、轻流通，重商流、轻物流的思想，配送的发展在现阶段还很不成熟，存在的问题也不少，突出表现在如下两个方面。

（1）配送的服务核心作用难以发挥。配送的核心作用是服务，现阶段的配送方式基本上是以单兵作战的分散型配送为主，配送调度中心还没有发挥出相应的组织、协调、平衡、管理等综合作用。

（2）配送操作过程的现代化程度较低。

综上所述，我国现在物流配送业的发展还处于起步阶段，与国外先进水平还有较大差距，需要我们结合国情，努力迎头赶上，融入国际经济、贸易、物流大发展的潮流中去。只有这样，我国物流业的国际竞争力才有望真正提高。

知识拓展

配送的发展历史

物流配送（Physical Distribution）一词最早出现在流通领域的营销活动中，由“管理学之父”彼得·德鲁克（Peter F.Drucker）提出。1901 年格鲁威尔（J.F.Growell）在美国政府工作报告中第一次论述了对农产品配送成本产生影响的各种因素，揭开了人们对物流配送认识的序幕。第二次世界大战期间形成了军事后勤（Logistics）的观念，最初是为了加快军需物资供应速度及提高军需物资供应的合理性。战争中叉车技术的大量采用，装卸、搬运、运输、保管等独立的功能要素对物流的形成起到了巨大的推动作用。

第二次世界大战后，物流开始在企业组织机构中应用，涉及运输、仓储、包装和物资搬运，已初具物流理论认识的核心。少数商业公司还设立了“流通经理”职务，负责运输、仓储、包装和搬运等物流业务。物流查到 20 世纪 50 年代后期才被西方的企业组织广泛采用。20 世纪 80 年代，物流概念被系统传入我国。

现代配送的产生主要是为了解决物品供应地与需求地的分离等问题。常见的有，小型的零售店多品种频繁的进货和电子商务 B2C 的要求。高效的配送在经济社会发展中的作用非常大。

案例分析

青岛海尔物流配送中心不断发展壮大

青岛海尔集团物流公司在开发区设立的物流配送中心，运营仅仅 1 个多月，晋南 160 多户经销商就享受到该公司“即需即送”的服务。日前，一客户送给它们的感谢信称：“配送中心自从 10 月份设立以来，从下单开货到送到，整个配送时效提高了 2～3 倍，可以做到当天开货，次日配送到位，甚至当天到位。这种配送速度是以前从未有过的。”

作为世界第四大白色家电制造商，被评为“中国十大世界级品牌”的海尔集团，其产品占到中国家电市场整体份额的 26.2%以上。为实现其战略目标，提高市场竞争力，海尔集团在物流管理上实行“零库存”模式。在海尔，仓库不再是储存物资的水库，而是一条流动的河，河中流动的是按单采购来生产所必需的物资，这从根本上消除了呆滞物资，消灭了库存，使采购、配送和物流分拨流程实现同步，从而保证了资金和生产的优质循环。这一模式使海尔在金融危机中傲然挺立。为此，海尔更加重视配送中心的合理布局。侯马开发区长期跟踪大企业的发展，当了解到海尔的这一发展意向后，及时联系沟通，将自身所具有的交通区位优势及优惠

政策、优质服务等反馈给海尔物流公司，此时迅速得到海尔公司的回应，决定继太原配送中心之后在侯马开发区设立山西第2个中心，业务覆盖晋南地区。

在配送中心建立的过程中，开发区给予全方位、全过程服务，协助办理注册手续，免费提供办公场所，及时解决仓储用房，协调解决运输问题，使中心的业务迅速开展起来。配送中心秉持海尔的服务理念，以热情的态度对待客户，以无微不至的关怀服务客户。他们以“即需即供，按需送达”为目标，区别于过去单纯地由车队送货的模式，主推加盟车模式，及时下单开货，及时送达，做到“零库存”、“端对端”，对客户实现了零距离服务。一方面使客户的需求得到极大的满足，一方面使海尔的市场份额得到明显的扩大。

阅读材料，请回答以下问题。

1. 青岛海尔集团的家电生产与物流和配送有什么关系？
2. 试分析青岛海尔集团发展壮大物流配送对集团发展的益处。

实训任务

本地区配送企业发展情况调研

任务要求：

通过电话、网络、媒体等资源对本地区配送企业的发展情况进行调研。

任务准备：

电话、网络、投影仪、计算机。

任务步骤：

（1）分组。将班上同学分成若干小组，每组5人，设小组长1名。如表1-2所示。

表1-2　　分工

角　色	任　务
组长	协调小组成员，做好任务分工，组织调查活动
组员	听从老师和组长指挥，按照组长分工开展活动
汇报人	从小组中选拔，组织汇报材料，制作PPT，在课堂上汇报

（2）查阅资料，汇总。由组长牵头，学生分工，通过网络或者报刊、杂志等媒体了解本地区配送企业的总体发展情况，并填写表格。如表1-3所示。

表1-3　　调查内容

了解渠道	企业名称	配送特点	配送类型	目标客户	发展方向

（3）总结。各小组汇总、分析所掌握的资料，并制作 PPT 汇报材料。

（4）报告。按照小组顺序，每小组选定发言人依次报告小组掌握的信息和情况分析总结。

总结评价：

教师根据学生报告的情况，依次点评，并结合专业知识回顾所学配送的相关知识，然后由老师和各组长对各小组的任务完成情况做出成绩评定。技能训练考评表如表 1-4 所示。该表适用于本教材所有的实训评价。

表 1-4　　技能训练评价表

个人或小组				
考评地点				
考评内容				
考评标准		自我评价	教师评价	综合评价
	任务准备情况			
	查阅实训所需资料情况			
	完成实训任务及各项分任务情况			
	团队合作情况			

【想一想　练一练】

一、不定项选择题

1. 以下配送方式中，按照组织者不同分类的有（　　）。

A. 商店配送　　B. 配送中心配送

C. 少品种、大批量配送　　D. 多品种、小批量配送

2. 以下关于配送作用的说法正确的有（　　）。

A. 完善了输送及整个物流系统　　B. 提高了末端物流的经济效益

C. 简化手续，方便用户　　D. 提高了供应保证程度

3. 下列活动中属于配送重要组成部分的有（　　）。

A. 拣选　　B. 分货　　C. 包装　　D. 配货

二、判断题

1. 配送就是送货。（　　）
2. 配送就是运输。（　　）
3. 配送是“配”和“送”的有机结合。（　　）
4. 定时配送简称“JIT 配送”。（　　）
5. 多品种、小批量的配送更好地满足了客户多样化的需求。（　　）

6. 配送可以通过集中型库存使企业实现低库存或零库存。（　　）

7. 配送组织的共同化是配送发展的一种新趋势。（　　）

三、简答题

1. 配送有哪些功能和作用?

2. 按商品种类及数量不同分，配送可以分为哪几类？分别有什么特点?

3. 配送和物流之间是什么关系?

任务二　了解配送的运营模式

学习目标

知识目标

1. 熟悉配送的运营模式。

2. 掌握配送各种运行模式的概念及特点。

能力目标

能分析典型企业配送的运行模式。

知识平台

配送是物流过程的终端环节。从物流本身的运行规律来看，尽管各类配送服务作业的内容是一致的，但由于物流运作组织的主体和服务对象不同，也就是说，配送所服务的企业性质、使命与目标不同，其配送运行方式就不同，由此就产生了不同的配送运行模式。根据目前配送运行的情况，这里介绍如下几种配送模式。

一、自营型配送模式

企业自营配送是工商企业为了保证生产或销售的需要，独自出资建立自己的物流配送系统，对本企业所生产或销售的产品进行的配送活动。这种模式有利于企业供应、生产和销售的一体化作业，这种配送模式效率相对较高，既可满足企业内部原材料、半成品及成品的配送需要，又可满足企业对外进行市场拓展的要求。由于直接由本企业进行配送，因而避免了商业部门的多次物流中转，可降低产品成本，所以具有一定的优势。其坏处在于，现代生产企业往往是进行大批量低成本生产，品种较单一，其不能像社会专业配送中心那样依靠产品凑整运输取得规模优势；另外，企业为自己建立配送体系，其投资规模较大，配送的成本和费用也相对较高。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com