



厚学·21世纪高等职业教育“十一五”规划教材·物流管理专业

HouXue 21ShiJi GaoDeng ZhiYe JiaoYu ShiYiWu GuiHua JiaoCai WuLiu GuanLi ZhuanYe

配送中心运营与管理

PEISONG ZHONGXIN YUNYING YU GUANLI

主编 张开涛
睦素芳



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>



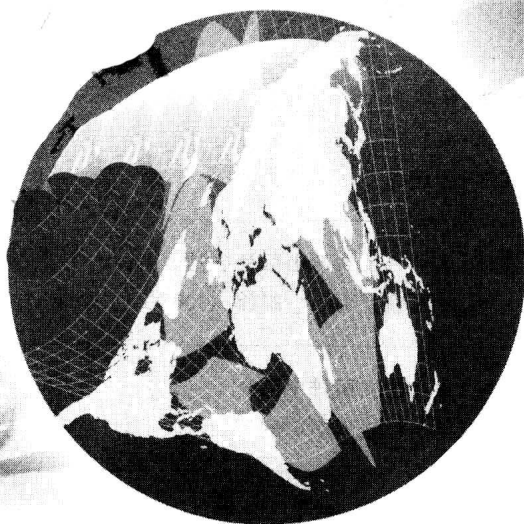
厚学·21世纪高等职业教育“十一五”规划教材

HouXue 21ShiJi GaoDeng ZhiYe JiaoYu ShiYiWu GuiHua JiaoCai WuLiu GuanLi ZhuanYe

配送中心运营与管理

PEISONG ZHONGXIN YUNYING YU GUANLI

主编 张开涛 眭素芳



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

配送中心运营与管理/张开涛 眭素芳 主编. —武汉:华中科技大学出版社, 2010年2月

ISBN 978-7-5609-5776-0

I. 配… II. ①张… ②眭… III. 物流-配送中心-企业管理-高等学校: 技术学校-教材 IV. F253

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 205310 号

配送中心运营与管理

张开涛 眭素芳 主编

策划编辑:张 昕

责任编辑:吴 晗

责任校对:汪世红

封面设计:潘 群

责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)87557437

录 排:龙文图文照排中心

印 刷:华中科技大学印刷厂

开本:710mm×1000mm 1/16

印张:17

字数:300 000

版次:2010年2月第1版

印次:2010年2月第1次印刷

定价:29.80元

ISBN 978-7-5609-5776-0/F·526

(本书若有印装质量问题,请向出版社发行部调换)

总 序

世界职业教育发展的经验和我国职业教育发展的历程都表明,职业教育是提高国家核心竞争力的要素之一。职业教育这一重要作用和地位,主要体现在两个方面:其一,职业教育承载着满足社会需求的重任,是培养为社会直接创造价值的高素质劳动者和专门人才的教育。职业教育既是经济发展的需要,又是促进就业的需要。其二,职业教育还承载着满足个性需求的重任,是促进以形象思维为主的具有另类智力特点的青少年成才的教育。因此,职业教育既是保证教育公平的需要,又是教育协调发展的需要。

这意味着,职业教育不仅有着自己的特定目标——满足社会经济发展的人才需求以及与之相关的就业需求,而且有着自己的特殊规律——促进不同智力群体的个性发展以及与之相关的智力开发。

长期以来,由于我们对职业教育作为一种类型教育的规律缺乏深刻的认识,加之学校职业教育又占据绝对主体地位,因此职业教育与经济、与企业联系不紧,导致职业教育的办学未能冲破“供给驱动”的束缚;由于与职业实践结合不紧密,职业教育的教学也未能跳出学科体系的框架,所培养的职业人才,其职业技能的专深不够,职业工作的能力不强,与行业、企业的实际需求以及我国经济发展的需要相距甚远。实际上,这也不利于个人通过职业这个载体实现自身所应有的生涯发展。

因此,要遵循职业教育的规律,强调校企合作、工学结合,在“做中学”,在“学中做”,就必须进行教学改革。职业教育教学应遵循“行动导向”的教学原则,强调“为了行动而学习”、“通过行动来学习”和“行动就是学习”的教育理念,让学生在由实践情境构成的以过程逻辑为中心的行动体系中获取过程性知识,去解决“怎么做”(经验)和“怎么做更好”(策略)的问题,而不是在由专业学科构成的以架构逻辑为中心的学科体系中去追求陈述性知识,只解决“是什么”(事实、概念等)和“为什么”(原理、规律等)的问题。由此,作为教学改革核心的课程,就成为职业教育教学改革成功与否的关键。

当前,在学习和借鉴国内外职业教育课程改革成功经验的基础之上,工作过程导向的课程开发思想已逐渐为职业教育战线所认同。所谓工作过程,是“在企业里为完成一件工作任务并获得工作成果而进行的一个完整的工作程序”,是一个综合的、时刻处于运动状态但结构相对固定的系统。与之相关的工作过程知识,是情境化的职业经验知识与普适化的系统科学知识的交集,它“不是关于单个事务和重复性质工作的知识,而是在企业内部关系中将不同的子工作予以连接的知识”。以工作过程逻辑展开的课程开发,其内容编排以典型职业工作任务以及实际的职业工作过程为参照系,按照完整行动所特有的“资讯、决策、计划、实施、检查、评价”结构,实现学科体系的解构与行动体系的重构,实现于变化的具体的工作过程之中获取不变的思维过程

完整性的训练,实现实体性技术、规范性技术通过过程性技术的物化。

近年来,教育部在高等职业教育领域,组织了我国职业教育史上最大的职业教育师资培训项目——中德职教师资培训项目和国家级骨干教师培训项目。这些骨干教师通过学习、了解、接受先进的教学理念和教学模式,结合中国的国情,开发了更适合我国国情、更具有中国特色的职业教育课程模式。

华中科技大学出版社结合我国正在探索的职业教育课程改革,邀请我国职业教育领域的专家、企业技术专家和企业人力资源专家,特别是接受过中德职教师资培训或国家级骨干教师培训的高职院校的骨干教师,为支持、推动这一课程开发应用于教学实践,进行了有意义的探索——工作过程导向课程的教材编写。

华中科技大学出版社的这一探索,有以下两个特点。

第一,课程设置针对专业所对应的职业领域,邀请相关企业的技术骨干、人力资源管理者以及行业著名专家和院校骨干教师,通过访谈、问卷和研讨,由企业技术骨干和人力资源管理者提出职业工作岗位对技能型人才在技能、知识和素质方面的要求,结合目前我国高职教育的现状,共同分析、讨论课程设置存在的问题,通过科学的调整、增删,确定课程门类及其教学内容。

第二,教学模式针对高职教育对象的智力特点,积极探索提高教学质量的有效途径,根据工作过程导向课程开发的实践,引入能够激发学习兴趣、贴近职业实践的工作任务,将项目教学作为提高教学质量、培养学生能力的主要教学方法,把适度够用的理论知识按照工作过程来梳理、编排,以促进符合职业教育规律的新的教学模式的建立。

在此基础上,华中科技大学出版社组织出版了这套工作过程导向的规划教材。我始终欣喜地关注着这套教材的规划、组织和编写的过程。华中科技大学出版社敢于探索、积极创新的精神,应该大力提倡。我很乐意将这套教材介绍给读者,衷心希望这套教材能在相关课程的教学中发挥积极作用,并得到读者的青睐。我也相信,这套教材在使用的过程中,通过教学实践的检验和实际问题的解决,不断得到改进、完善和提高。我希望,华中科技大学出版社能继续发扬探索、研究的作风,在建立具有我国特色的高等职业教育的课程体系的改革之中,作出更大的贡献。

是为序。

教育部职业技术教育中心研究所

学术委员会秘书长

《中国职业技术教育》杂志主编

中国职业技术教育学会理事、教学工作委员会副主任

职教课程理论与开发研究会主任

姜大源 研究员 教授

2008年7月15日

前 言

全国现代物流业发展“十一五”规划明确提出：要营造有利于现代物流业发展的政策环境，建立现代物流重点企业联系制度；进一步完善物流业的对外开放政策；引导连锁企业加强内部配送中心的建设和管理，特别是生鲜食品配送中心的建设；引导和支持流通企业向农村延伸经营网络，改造升级农产品批发市场，培育大型农产品流通企业；建立和完善现代物流管理体系。

本书结合“十一五”规划以及企业的实际工作，按照工作过程整合序化了教学内容，为本门课程设计了10个教学情境：配送中心认知；配送中心规划设计；接单、备货与配货；配送中心入库管理；配送中心在库管理；配送加工管理；分拣作业管理；出库作业管理；退货管理；配送中心运作绩效评估。

本书在策划编写过程中，对国内外知名配送中心的工作流程及配送中心的岗位设置进行了调研，并针对职业资格对本门课程的技能要求选取10个教学情境进行训练，每个教学情境都是一个典型的工作任务，并在每个教学情境后面精心设计了实训项目，力求模拟企业的工作环境，将理论和实践真正结合起来，实现同学们与工作的零距离接触。

本书由张开涛、眭素芳任主编，具体分工如下：张开涛编写第一、四、五共3个教学情境，眭素芳编写第二、三、六、七、九共5个教学情境，陈光编写第八、十共2个教学情境。在此，对所有关心和支持本书编写的领导和同仁表示衷心的感谢。

本书在编写过程中参考了大量物流配送的研究文献，借鉴了国内外众多学者的研究成果，在此向各位专家学者表示诚挚的敬意和感谢。

由于实践经验、理论水平及时间因素的制约，本书难免存在不妥善甚至疏漏之处，恳请专家、同行、读者批评指正。

编 者

2009年10月

目 录

情境一 配送中心认知	(1)
任务一 配送中心的基本概念	(3)
任务二 配送中心的功能及类型	(7)
情境二 配送中心规划设计	(12)
任务一 配送中心战略	(15)
任务二 配送中心的设计	(19)
任务三 配送中心选址	(34)
任务四 配送中心的作业流程	(40)
任务五 配送中心的组织结构	(44)
任务六 装卸搬运系统	(52)
情境三 接单、备货与配货	(71)
任务一 配货订单的管理与控制	(73)
任务二 备货管理	(82)
任务三 配货管理	(96)
情境四 配送中心入库管理	(110)
任务一 配送中心存储作业管理概述	(112)
任务二 入库作业管理	(113)
情境五 配送中心在库管理	(128)
任务一 商品分区分类	(130)
任务二 货位选择及编号方法	(132)
任务三 保管账卡登记	(135)
任务四 商品的堆码与苫垫	(138)
任务五 盘点作业管理	(144)
任务六 商品的保管保养	(149)
情境六 配送加工管理	(158)
任务一 配送加工概述	(159)
任务二 配送加工类型与方法	(163)
任务三 配送加工合理化	(167)

2 ◀ 配送中心运营与管理

任务四 配送加工作业排序及任务分配	(170)
情境七 分拣作业管理	(179)
任务一 分拣作业概述	(180)
任务二 拣货作业	(183)
任务三 分拣作业分类及方法	(185)
任务四 分拣策略	(191)
情境八 出库作业管理	(201)
任务一 商品出库概述	(202)
任务二 商品出库管理	(207)
情境九 退货管理	(211)
任务一 退货管理概述	(212)
任务二 退货作业流程	(215)
任务三 商品退货的清点	(216)
任务四 商品退货的会计流程	(218)
任务五 退货的理赔	(220)
情境十 配送中心运作绩效评估	(230)
任务一 配送成本管理	(232)
任务二 配送中心物流活动分析	(242)
任务三 进出货作业绩效评估指标	(244)
任务四 储存及盘点作业绩效评估指标	(247)
任务五 订单处理作业绩效评估指标	(250)
任务六 拣货作业效率化评估指标	(252)
任务七 配送作业的效率化评估指标	(254)
任务八 采购作业及配送中心经营管理综合指标	(256)
参考文献	(262)

情境一

配送中心认知

▶▶ 知识目标

通过对周边配送中心的参观学习及对国内外知名物流企业配送中心多媒体素材的学习,简要了解配送中心的发展历史,理解配送中心的含义,达到能熟练区分配送中心的类型,掌握配送中心的基本概念及各项功能的目的。

▶▶ 引导案例

7-11 便利店的配送系统

遍布全球的便利名店 7-11,名字的来源是其在建立初期的营业时间是从早上 7 点到晚上 11 点,后来这家便利店改成了一星期七天全天候营业,但原来的店名却沿用了下来。

这家 70 多年前发源于美国的商店是全球最大的便利连锁店,在全球 20 多个国家和地区拥有 2.1 万家左右的连锁店。7-11 光在中国台湾地区就有 2 690 家,美国 5 756 家,泰国 1 521 家,日本是最多的,有 8 478 家。

一家成功的便利店背后一定有一个高效的物流配送系统。7-11 从一开始采用的就是在特定区域高密度集中开店的策略,在物流管理上也采用集中的物流配送方案,这一方案每年大概能为 7-11 节约相当于商品原价 10% 的费用。

一间普通的 7-11 连锁店一般只有 100~200 平方米大小,却要提供 23 000 种食品,不同的食品有可能来自不同的供应商,运送和保存的要求也各有不同,每一种食品又不能短缺或过剩,而且还要根据顾客的不同需要随时调整货物的品种,种种要求给连锁店的物流配送提出了很高的要求。一家便利店的成败,很大程度上取决于配送系统的成败。

7-11 的物流配送系统模式先后经历了三个阶段、三种方式的变革。

起初,7-11 并没有自己的配送中心,它的货物配送是靠批发商来完成的。以日本 7-11 为例,早期日本 7-11 的供应商都有自己特定的批发商,而且每个批发商一

2 ◀ 配送中心运营与管理

般都只代理一家生产商,这个批发商就是联系物流、信息流和资金流的通道。供应商把自己的产品交给批发商以后,对产品的销售就不再过问,所有的配送和销售都会由批发商来完成。对于7-11而言,批发商就相当于自己的配送中心,它所要做的就是将供应商生产的产品迅速有效地运送到7-11手中。为了自身的发展,批发商需要最大限度地扩大自己的经营,尽力向更多的便利店送货,并且要对整个配送和订货系统作出规划,以满足7-11的需要。

随着7-11便利店规模的不断扩大,这种由各个批发商分别送货的分散化方式无法再满足7-11便利店的需要,7-11开始和批发商及合作生产商构建统一的集约化的配送和进货系统。在这种系统下,7-11把以往由多家批发商分别向各个便利店送货的方式,改由一家在一定区域内的特定批发商统一管理该区域内的同类供应商,然后向7-11统一配货,这种方式即集约化配送。集约化配送有效地降低了批发商的数量,减少了配送环节,为7-11节约了物流费用。

配送中心的好处提醒了7-11,与其让别人掌握自己的“经脉”,不如自己把自己的“脉”。7-11的物流共同配送系统就这样浮出水面。共同配送中心代替了特定的批发商,分别在不同的区域统一进货、统一配送。配送中心有一个电脑网络配送系统,分别与供应商及7-11店铺相连。为了保证不断货,配送中心一般会根据以往的经验保留4天左右的库存,同时,中心的电脑系统每天都会定期收到各个店铺发来的库存报告和要货报告,配送中心把这些报告集中分析,最后形成一张张向不同供应商发出的订单,再由电脑网络传递给供应商,供应商则会在预定的时间内向配送中心派送货物。7-11配送中心在收到所有货物后,对各个店铺所需的货物分别打包、等待发送,再由派送车向自己配送区域内的7-11连锁店送货,整个过程就这样循环往复。

配送中心的优点还在于7-11从批发商手上夺回了配送的主动权,7-11能随时掌握在途商品、库存货物等数据,对财物信息和供应商的其他信息也能全面掌握,对于一个零售企业来讲,这些数据是至关重要的。

随着店铺的扩大和商品的增多,7-11的物流配送越来越复杂,配送时间和配送种类的细分势在必行。以台湾地区的7-11为例,全省的物流配送就细分为出版物、常温食品、低温食品和鲜食品四个类别,各个区域的配送中心要根据不同的商品的特征和需求量每天做出不同频率的配送,以确保食品的新鲜度,以此来吸引更多的顾客。新鲜、即时、便利和不缺货是7-11店铺最大的卖点。

和台湾地区的配送方式一样,日本的7-11店铺也是根据食品的保存温度来建立配送体系的。日本7-11对食品的分类是:冷冻类(-20°C),如冰淇淋;微冷型,如面包等。不同类型的食品会用不同的冷藏设备和方法配送,由于冷藏车在上下货时经常开关门,容易引起车厢温度的变化和冷藏食品的变质,7-11专用一种两仓

式货车来送货,这样一个仓中的温度变化不会影响另一个仓,需冷藏的食品始终能在需要的低温下配送了。

除了配送设备,不同食品对配送时间和频率也有不同的要求。对于有特殊要求的冰淇淋,7-11 会绕过配送中心由配送车早、中、晚三次直接从生产商运到店铺。对于一般的食品,7-11 实行的是一日三次的配送制度:早上 3 点到 7 点配送前一天晚上生产的一般食品,早上 8 点到 11 点配送前一天晚上生产的特殊食品,如牛奶、新鲜蔬菜等,下午 3 点到 6 点配送当天上午生产的食品。一日三次的配送频率在保证商店不缺货的同时,也保证了食品的新鲜度,为确保各店铺的供货万无一失,配送中心还有一个特别的制度来和一日三次的配送制度相搭配,每个店铺都会碰到一些特殊的情况造成缺货,这时只能向配送中心电话告急,配送中心则会用安全库存对店铺进行紧急配送,如果安全库存也告急,中心就转而向供应商紧急要货,并且在第一时间送货缺货店铺。

(资料来源:伍拼. [2003-06-06]. <http://www.emkt.com.cn/article/107/10713-2.html>.)

【思考题】

1. 通过分析 7-11 便民店的配送系统,能得到什么启示?
2. 试一试为周边某便利店设计物流配送系统。

任务一 配送中心的基本概念

一、配送产生的时代背景

日本在第二次世界大战后,经济高速增长,但随之也出现了流通落后的问题,分散的物流使流通机构庞杂,严重阻碍了生产进一步发展,主要存在的问题:一是物流分散,生产企业自备车辆,出行混乱;二是道路拥挤,运输效率低而流通过费用高。当时,日本就这方面的情况曾进行过大量的调查,调查的结果表明,由于生产企业自备车辆多、道路拥挤及停车时间长,使得企业收集和发送货物的效率明显下降。但是如果减少企业自备车辆就意味着企业运输能力的下降。为了保证企业生产和销售的顺利开展,需要依靠社会的运输力和仓储力,但这不是单个企业单独能够解决的。因此,日本政府在筹划建立物流中心和“物流结点”的同时,还积极推行了共同配送制度。经过不断变革,一种被日本业界称之为“配送”的物流体制应运而生。

二、配送制的形成与发展

配送是由送货逐渐演变过来的。一般的送货形态在西方发达国家已经有相当长的历史,可以说是随着市场而诞生的一种必然的市场行为。尤其是伴随着资本主义经济的生产过剩,在买方市场情况下,必然采取各种各样的推销手段,送货最初便是作为一种迫不得已的推销手段出现的。仅将配送作为推销手段而没有认识到它是企业发展的战略手段,这种情况在有些国家持续了很长时间,甚至在经济发展的高峰时期仍然如此。许多企业直至 20 世纪 70 年代仍然将送货看成“无法回避、令人讨厌、费力低效的活动,甚至有碍企业的发展”,这种看法恰好反映了当时的现实。

配送和其他新生事物一样,是伴随着生产的不断发展而发展起来的。回顾历史,我们可以看到,配送的发展大体上经历了三个阶段,即萌芽阶段、发育阶段和成熟阶段。

1. 萌芽阶段

配送的雏形最早出现于 20 世纪 60 年代初期,在这个时期,物流运动中的一般性的送货开始向备货、送货一体化方向转化。从形态上看,初期的配送只是一种粗放型、单一性的活动,其活动范围很小、规模也不大。在这个阶段,企业开展配送活动的主要目的是为了促进产品销售和提高其市场占有率。因此,在发展初期,配送主要是发挥促销的职能。

2. 发育阶段

20 世纪 60 年代中期,随着经济发展速度逐步加快,以及随着货物运输量的急剧增加和商品市场竞争的日趋激烈,配送在一些发达国家得到了进一步的发展。在这个时期,欧美一些国家的实业界相继调整了仓库结构,组建或设立了配送组织,普遍开展了货物配装、配载及送货上门活动。这期间,不但配送的货物种类日渐增多,而且配送活动的范围也在不断扩大。例如,在美国已经开展了州际间的配送,在日本配送的范围则由城市扩大为区域。从配送形式和配送组织上看,这个时期还推行了共同配送制度,并且建立起了配送体系。

3. 成熟阶段

20 世纪 80 年代以后,受多种因素影响,配送有了长足的发展,在这个阶段,配送已演化成了广泛的、以高新技术为支撑手段的系列化、多功能性的供货活动,具体表现在以下四个方面。

(1) 配送区域进一步扩大。近几年,实施配送制的国家已不再限于发达国家,许多次发达国家和发展中国家也按照流通社会化的要求试行了配送制,并且积极开展配送活动。

(2) 劳动手段日益先进。信息技术不断更新,劳动手段日益先进,是配送中心

活动进入成熟阶段的一个重要特征。进入 20 世纪 80 年代以后,发达国家在开展配送活动的过程中,普遍采用了诸如自动分拣、光电识别、条形码技术等先进技术,并且建立起了配套的体系和配备了先进的设备,从而大大提高了配送作业效率。

(3) 配送集约化程度明显提高。随着市场竞争日益激烈及企业兼并速度的明显加快,配送组织的数量在逐步减少,但是,其总体实力和经营规模却在与日俱增,配送的集约化程度不断提高。据有关资料介绍,1986 年,美国 GPR 公司共有送货点 3.5 万个;1988 年经过合并后,送货点减少到 0.18 万个,减少幅度为 94.85%。又如,在日本,有的配送中心人均搬运作业率每小时可达到 500 个托盘,分拣能力达到 1.45 万件。

(4) 配送方式日趋多样化。进入 20 世纪 80 年代以来,由于经济发展的外部环境发生了变化,不但配送规模和配送活动的范围明显扩大,而且配送作业方式也逐渐增多。在配送实践中,除了存在着独立配送、直达配送等一般性配送形式外,人们又推出了许多新的配送方式,如“共同配送”、“即时配送”、“交货代理配送”等。

三、物流配送中心的形成及发展

很多学者认为配送中心是在仓库基础上发展起来的,有学者甚至把配送中心理解成仓库,仓库的功能是保管物品,其含义没有包含配送的本质内涵,二者区别如表 1-1 所示。

表 1-1 保管型仓库和配送中心的区别

项 目	保管型仓库	配 送 中 心
功能	以物资保管为主要功能	入库、验收、保管、备货、分拣、流通加工、检验、出库等均为配送中心的功能
空间	保管空间	保管空间占一半,其他功能空间占一半
设计	以保管为主体,平面摆放、通路少,未进行严格的场所管理	按照配送中心功能的流转顺序设计,利用货架实行立体存放,有严格的场所管理
信息特征	货物的状况和信息不一致	货物的状况与信息一致
事务处理、信息传送的系统化	基本上使用人工完成事务处理和信息的传送	利用信息系统工具和物流信息系统完成事务处理和信息传送
作业的自动化和省力化	基本上是人工作业	在信息系统的支持下实现作业的自动化和省力化
对多样化物流需求的适应能力	基本上不能适应	可以适应

现代社会中产业的复杂性、需求的多样性和经济总量的空前庞大,决定了流通作为生产过程的延续的复杂性及多样性。这种状况又决定了流通中心的复杂性及多样性。流通中心各有其侧重的功能,再加上各个领域、各个行业自己的习惯用语和相互之间的用语不规范的缘故,也就出现了各种各样的叫法,如集运中心、配送中心、存货中心、物流据点、物流基地等。在 20 世纪 70 年代石油危机之后,为了挖掘物流过程中的经济潜力,物流过程出现了细分,再加上市场经济体制造就的普遍的买方市场环境,以服务来争夺用户的竞争加剧,出现了企业的“营销重心下移”、“贴近顾客”的营销战略,贴近顾客的“末端物流”便受到了空前重视,配送中心就是适应这种新的经济环境,在仓库不断进化和演变过程中所出现的创新的物流设施。

四、配送中心的概念

从目前的情况来看,配送中心一词不断出现在各个领域,有些国家已经用标准化方式给“配送中心”以明确的定义。但多数领域还是根据个人的理解使用这一词,一般来说,配送中心是从事对特定用户送货业务的集货、加工、分货、拣选、配送和组织,以高水平实现销售或供应的现代流通服务场所和组织。

根据《中华人民共和国国家标准 物流术语》(GB/T 18354—2001),配送中心是从事配送业务、具有完善的信息网络的场所或组织,应基本符合下列要求:

- ① 主要为特定的用户服务;
- ② 配送功能健全;
- ③ 辐射范围小;
- ④ 多品种、小批量、多批次、短周期;
- ⑤ 主要为末端客户提供配送服务。

配送中心为了做好送货的准备,需要采取零星集中、批量进货等资源汇集方法,具有集货中心,分货中心的功能,此外,配送中心还有比较强的流通加工能力。

配送中心的形成和发展是物流系统化和规模化的必然结果。为了更好地满足用户在商品处理的内容上、时间上和服务水平上更高的要求,必须引进先进的分拣设施和配送设备,建立正确、迅速、安全、廉价的作业体制。

任务二 配送中心的功能及类型

一、配送中心的功能

（一）采购功能

配送中心只有采购到所需供应配送的商品,才能及时、准确无误地为其用户即生产企业或商业企业供应物资。为此,针对市场的供求变化情况制定和及时调整统一而周全的采购计划,并由专门的人员与部门组织实施的采购活动是配送中心的首要功能。

（二）储存功能

配送中心要按照用户的要求及时将各种配装好的货物送交用户手中,满足生产和销售的需要。为了顺利而有序地完成向用户配送商品的任务及更好地发挥保障生产和销售需要的作用,通常配送中心都要兴建现代化的仓库并配备一定数量的仓储设备,储备一定数量的商品。

（三）分拣功能

不同的客户对于商品的种类、规格、数量等会提出不同的要求,配送中心为了有效地进行配送,必须采取适当的方式对商品进行拣选,按照配送计划分装和配装商品。

（四）分装功能

提供产品的企业常常通过大批量生产来降低生产成本,但使用产品的用户为了降低库存、加快资金周转、减少资金占用、则往往要采用小批量进货的方法。配送中心为了满足对方用户的要求,在产品大量购进后,需就地分装,然后实施配送。

（五）集散功能

多个企业的商品先集中到配送中心,再进行发运。集散功能也可以将其他企业的商品放入配送中心来处理、发运,以提高运输效率,降低费用成本。

（六）加工功能

目前,国内外许多配送中心都配备了各种简单加工设备。这些配送中心能够按照用户提出的要求并根据合理配送商品的原则,将组织起来的货物加工成一定的规格尺寸和形状。这种业务的开展,不但大大方便了用户,省却了用户不少烦琐劳动,而且也大大提高了物质资源的利用率和配送效率,客观上强化了配送中心的整体功能。

（七）信息处理功能

由于多种功能聚集于配送中心,使配送中心成为信息交汇中心,可以提供货物到达、分发、装卸、搬运、储存保管、销售、价格、运输工具及运行时间以及客户资料等各种信息,为配送中心经营管理、政策制订,商品配送线路开发、商品销售政策的制订等提供参考。

二、配送中心的类型

按照配送中心承担的流通职能、配送领域的广泛程度、经营主体、服务对象等不同分类标准,可以将其划分为多种类型。

（一）按照配送中心承担的流通职能分类

（1）供应配送中心。供应配送中心是指执行供应的职能,专门为某个或者某些用户组织供应的配送中心。例如,为大型连锁超级市场组织供应的配送中心,代替零件加工厂送货的零件配送中心。供应配送中心的主要特点是,配送的用户有限并且稳定,用户的配送要求范围也比较稳定,属于企业型用户。因此,供应配送中心集中库存的品种比较固定,进货渠道也比较稳固,同时,可以采用效率比较高的分货式工艺。

（2）销售配送中心。销售配送中心是以销售经营为目的,以配送为手段的配送中心。销售配送中心大体有三种类型:一种是生产企业为将其产品直接销售给消费者的配送中心,在国外,这种类型的配送中心很多;一种是流通企业建立的配送中心,作为本身经营的一种方式以扩大销售,我国目前拟建的配送中心大多属于这种类型;一种是流通企业和生产企业合建的协作型配送中心。比较起来看,国外配送中心的发展趋势都是向以协作型配送中心为主的方向发展。

（二）按所有权归属分类

（1）制造商型配送中心。制造商型配送中心是生产企业为满足本身商品销售

和生产所建的配送中心。这种配送中心里的物品全都由生产企业自己生产制造。制造商型配送中心的建立可以降低流通费用、提高售后服务质量和及时地将预先配齐的成组元器件运送到规定的加工和装配工位。这种配送中心从物品制造到生产出来后条码和包装的配合等各方面都较易控制,所以现代化、自动化的配送中心比较容易操作。

(2) 批发商型配送中心。批发是物品从制造者到消费者手中的传统流通环节之一,一般是按部门或物品类别的不同,把每个制造商的物品集中起来,然后以单一品种或搭配品种向消费地的零售商进行配送。这种配送中心的物品来自于各个制造商,它所进行的一项重要的活动就是对物品进行汇总和再销售,而它的全部进货和出货都是社会配送的,社会化程度比较高。

(3) 零售商型配送中心。零售商发展到一定规模后,就可以考虑建立自己的配送中心,为专业物品零售店、超级市场、百货商店、建材商场、粮油食品商店及宾馆等服务,其社会化程度比较高。

(4) 第三方物流配送中心。这种配送中心有很强的运输配送能力,地理位置优越,可迅速将到达的货物配送给用户。这种配送中心的现代化程度往往较高。

(三)按照配送中心的功能分类

(1) 储存型配送中心。一般来讲,在买方市场下,企业成品销售需要有较大库存支持,其配送中心可能有较强储存功能;在卖方市场下,企业原材料、零部件供应需要有较大库存支持,这种供应配送中心也有较强的储存功能。

我国目前拟建的一些配送中心,都采用集中库存形式,库存量较大,多为储存型。

瑞士 GIBA-GEIGY 公司的配送中心拥有规模居于世界前列的储存库,可以储存 4 万个托盘;美国赫马克配送中心拥有一个有 16.3 万个货位的储存区,可见其储存功能的强大。

(2) 流通型配送中心。流通型配送中心基本上没有长期储存功能,仅以暂存或随进随出方式进行配货、送货。这种配送中心的典型配送方式是,大量货物整进并按一定批量零出,采用大型分货机,进货时直接进入分货机传送带,分送到各用户货位或直接分送到配送汽车上,货物在配送中心仅作短暂停滞。例如,日本的阪神配送中心,中心内只有暂存区,大量储存则依靠一个大型补给仓库。

(3) 加工型配送中心。加工型配送中心是指根据用户的需要或者市场竞争的需要,对配送物进行加工后再进行配送。世界著名连锁服务店肯德基和麦当劳的配送中心就属于这种类型。