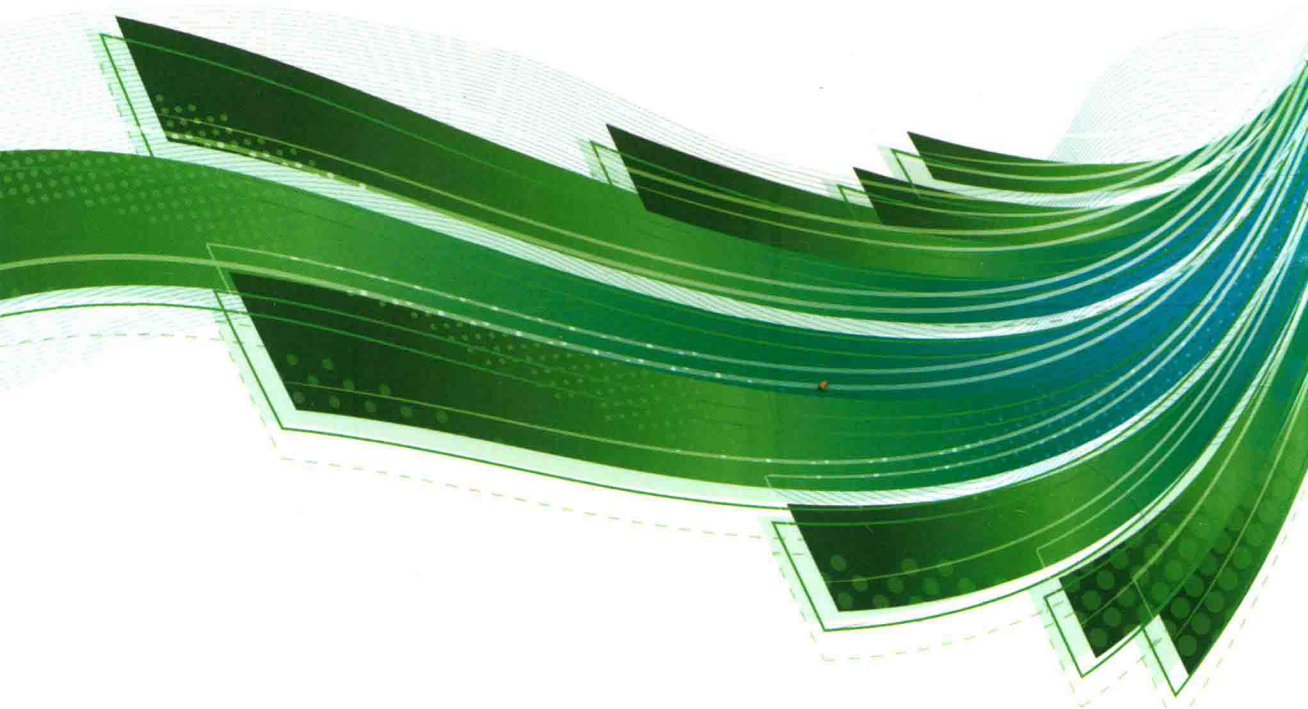


“十二五”高职高专规划教材·精品系列
国家骨干高职院校建设项目成果系列教材

物流配送管理

LOGISTICS DISTRIBUTION MANAGEMENT

刘莉 主编



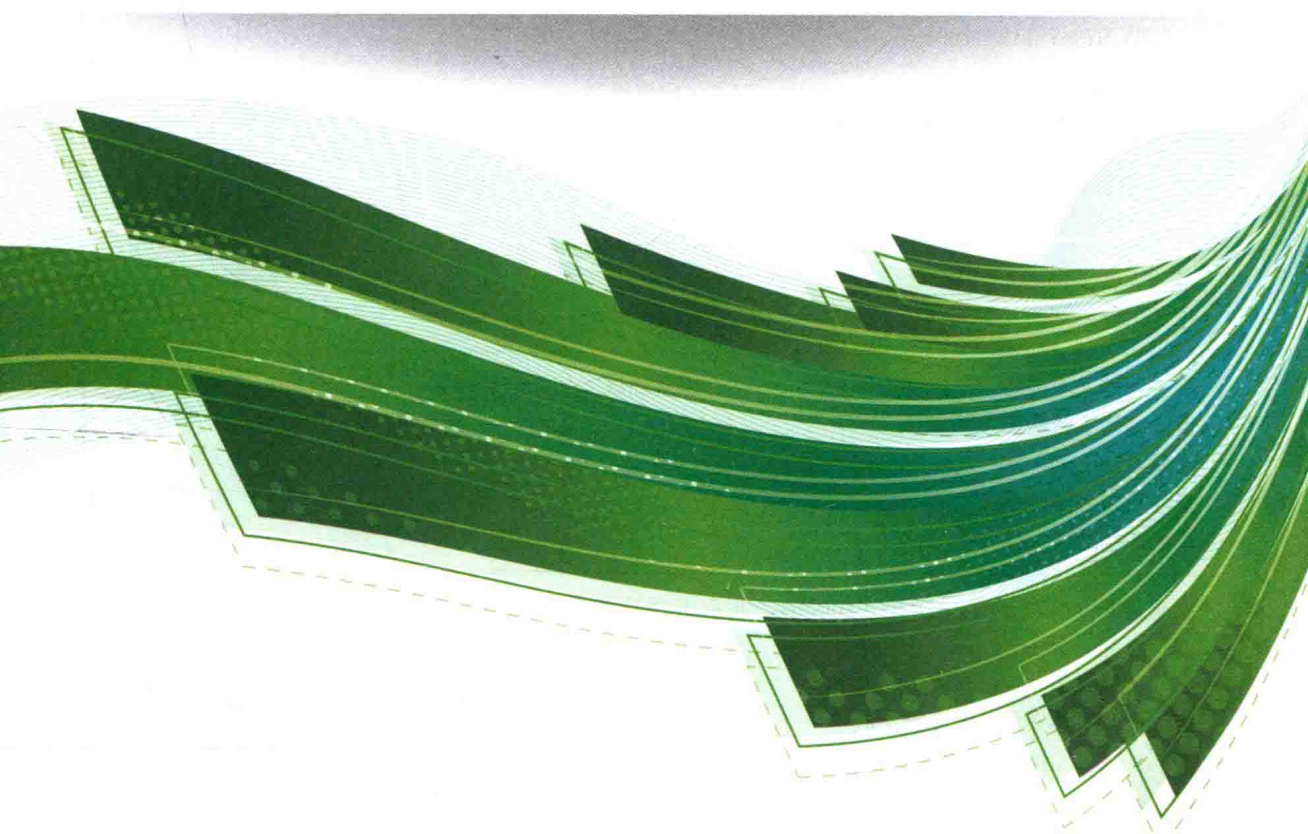
中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

“十二五”高职高专规划教材·精品系列
国家骨干高职院校建设项目成果系列教材

物流配送管理

LOGISTICS DISTRIBUTION MANAGEMENT

刘莉 主编
李春杰 郝强 副主编



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

物流配送管理/刘莉主编. — 北京:中国铁道出版社,
2014.9

“十二五”高职高专规划教材. 精品系列
ISBN 978-7-113-17801-7

I. ①物… II. ①刘… III. ①物资配送—物资管理—
高等职业教育—教材 IV. ①F252.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第292686号

书 名: 物流配送管理
作 者: 刘莉 主编

策 划: 左婷婷

读者热线: 400-668-0820

责任编辑: 张丽娜 贾淑媛

封面设计: 刘 颖

责任校对: 汤淑梅

责任印制: 李 佳

出版发行: 中国铁道出版社(100054, 北京市西城区右安门西街8号)

网 址: <http://www.51eds.com>

印 刷: 中国铁道出版社印刷厂

版 次: 2014年9月第1版

2014年9月第1次印刷

开 本: 787 mm×1092 mm 1/16 印张: 14.75 字数: 350千

印 数: 1~2 000册

书 号: ISBN 978-7-113-17801-7

定 价: 40.00元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书, 如有印制质量问题, 请与本社教材图书营销部联系调换。电话: (010) 63550836

打击盗版举报电话: (010) 51873659

“十二五”高职高专规划教材·精品系列

编
审
委
员
会

主 任：

张凤英

副主任：

刘 璇 刘 莉 胡云峰

委 员：

李春杰 刘 宁 宋红霞

付 强 孙 亮 施 雯

前言

FOREWORD

随着物流热的逐渐升温,城市物流配送也日益得到重视和发展,我国的许多大中城市都开始兴建物流中心、配送中心。在新的形势下,我国的城市物流配送业作为城市经济流通的重要组成部分,将在新的时期呈现协同配送、社区配送和绿色物流三大特点。在这新兴的物流产业发展环境下,如何培养适应物流产业、适应企业经营需要的高端技术技能型人才,成为了高职院校当前教学的重要主题。结合高职教育特点及物流人才成长规律,本书采取项目教学法进行整体框架的设计,把物流企业或物流园区真实业务合理融入到项目内容里,使学生通过完成项目任务,深入浅出地掌握物流理论知识与实践技能。本书结构合理、任务清晰明确,项目与任务有效衔接,通过学习本书,可达到掌握物流配送业务及基层管理方法的目的。

本书由黑龙江职业学院刘莉担任主编,负责全书设计、架构、统稿等工作,并编写了项目1和项目4的9个任务;李春杰负责编写项目2的任务2.1至任务2.3;郝强负责编写项目3的4个任务;刘景良负责编写项目2的任务2.4和任务2.5;施雯负责编写项目5的6个任务。本书的实践案例及技能训练内容由哈尔滨龙运物流园区有限公司王力强和李肖灏老师提供并编写。

由于体例较新,编者采用的案例也是反映了目前业内的最新情况,加之作者水平有限,难免会有不当之处,敬请读者批评指正。

编者

2013年10月

项目 1 配送认知 1

任务 1.1 配送与配送中心认知 2

任务 1.2 设施设备认知 14

任务 1.3 不同配送模式的选择 35

项目 2 物流配送作业实务 45

任务 2.1 配送计划的制订与实施 46

任务 2.2 配送合同的签订 53

任务 2.3 配送的业务流程 63

任务 2.4 配送作业方法 68

任务 2.5 配送管理绩效评价 84

项目 3 连锁超市（门店）配送实务 93

任务 3.1 配送中心的选址 94

任务 3.2 配送中心的宏观布局 104

任务 3.3 配送中心的内部布局 110

任务 3.4 配送中心的组织机构设计 119

项目 4 生产型企业配送作业实务 129

任务 4.1 接受并汇总订单 130

任务 4.2 进货作业 137

任务 4.3 理货与配货作业 144

目 录 CONTENTS

任务 4.4 出货与配装作业	160
任务 4.5 配送运输作业	172
任务 4.6 补货与退货作业	177

项目 5 家电类企业配送实务 187

任务 5.1 客户信息管理	188
任务 5.2 开拓物流客户	197
任务 5.3 维系物流客户	205
任务 5.4 运输与配送信息管理	210
任务 5.5 采购入库管理系统	219
任务 5.6 销售出库管理系统	225

参考文献 230

项目 1

配送认知

【职业能力要求】

1. 掌握配送的基本概念，了解配送业务在物流管理中的作用和地位
2. 了解配送的基本类型，能够对配送业务有一个基本认识
3. 掌握配送中心的概念，理解配送中心的地位与作用、配送中心的功能及种类
4. 掌握配送中心的主要配送模式；会对典型物流配送中心配送模式进行分析

【关键词汇】 配送 配送中心 配送模式



任务 1.1 配送与配送中心认知

工作思考

- (1) 什么是配送？为什么要进行配送活动？
- (2) 配送及配送中心给人们的生活带来了哪些变化？

引导案例

在人们的日常生活中，发生了许多看得见、摸得着的变化，越来越方便人们的生活，使人们的生活质量越来越高。比如在居民小区里、校园里就有连锁便利店，店面虽小，但价格不贵；人们甚至足不出户就可以喝到新鲜的牛奶；人们打一个电话，送水公司就可以将纯净水送上门。这些都是因为具有了顺畅的物流、合理的配送。配送作为物流的功能要素之一，改变了人们的生活，也使营销渠道发生了根本性的变革。配送改变了零售业传统的经营模式，完善了输送及整个物流系统，提高了末端物流的经济效益。配送中心的出现，不但使制造业降低了生产成本，也满足了消费者多样化、个性化的需求。配送在经济生活中的地位越来越重要。

任务发布

此任务属于知识认知，须使学生了解有关配送及配送中心的最基本知识点，清楚地知道完成任务所需要解决的问题，并针对这些问题提出具体的解决方法，比如，企业参观考察，上网咨询等。

- (1) 配送与配送中心是什么？
- (2) 配送中心的存在形式有哪些？
- (3) 如何对配送中心进行分类？

1.1.1 相关知识储备——关于“配送”

配送，作为一项特殊的、综合的物流活动，顺应了社会化大生产发展的客观要求，已成为各行业提高生产效率的重要手段。配送中心作为物流活动的末端结点，通过一个微观的经济形态，对生产和流通中的企业资源重新进行整合，盘活了社会再生产过程中的大量资产，为加快世界经济发展和我国市场经济的建设做出了很大的贡献。

1. 配送的产生和发展

配送属于物流范畴，是配送中心的核心业务，它是一种特殊的、带有现代色彩的物流活动。“配送”最早源于日本，在物流活动中最初主要是指运送、输送和交货，并不包含其他内容。在经济快速发展的同时，物流量增多，物流活动日趋专业化、规模化、服务化，于是，配送也就显得日益重要。配送的发展大体上经历了三个阶段（见表 1-1-1）。

配送在其发展过程中的合理化和现代化的标志是配送中心的建立。

2. 配送的含义

配送是一项特殊的物流活动，它是物流管理中重要的增值方面。关于配送的概念并没有统一的说法，有的从功能上给出定义，有的则包括作业过程，甚至有的还对作业范围和作业地点

进行了规定。这里引用国家标准《物流术语》中对配送的定义，“在经济合理区域范围内，根据客户的要求，对物资进行拣选、加工、分割、组配、包装等作业，并按时送达指定地点的物流活动。”

表 1-1-1 配送发展阶段

阶 段	时 间	特 点
萌芽阶段	配送的雏形始于 20 世纪 60 年代初	这一时期物流活动中的一般性送货开始向备货、送货一体化方向发展。从形式上看，这个时期的配送只是一种粗放型、单一性的活动，其活动范围小，规模不大。这个时期所开展的配送活动的主要目的是促进产品销售和提高其市场占有率。因此，在该时期，配送主要是以促销手段的职能来发挥其作用的
发展阶段	20 世纪 60 年代中后期至 80 年代	发达国家的经济发展迅速。随着货物运输量的急剧增加和市场竞争的日趋激烈，配送得到了进一步的发展。在这个时期，欧美的物流业相继调整了仓储结构，组建或设立了配送组织，配送活动范围不断扩大。从配送形式和配送组织上看，其特征是建立适应物流发展的配送体系
成熟阶段	20 世纪 80 年代以后至今	受全球经济发展的影响，配送有了长足的发展。在这个时期，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，具体表现为配送区域进一步扩大、劳动手段日益先进、配送的集约化程度明显提高、配送方式日趋多样化，从而使配送能力达到了相当高的水平

配送作为物流中一种特殊的、综合的活动形式，是商流与物流的紧密结合，包含了商流活动和物流活动，也包含了物流中若干功能要素。从物流来讲，配送几乎包括了所有的物流功能要素，是物流的一个缩影或在某小范围中物流全部活动的体现。一般的配送集装卸、包装、保管、运输于一身，通过这一系列活动完成将货物送达的目的。特殊的配送则还要以加工活动为支撑，所以包括的范围更广。但是，配送的主体活动与一般物流不同，一般物流是运输及保管，而配送则是运输及分拣配货。分拣配货是配送的独特要求，也是配送中有特点的活动；以送货为目的的运输则是最后实现配送的主要手段，从这一主要手段出发，常常将配送简化地看成运输中的一种。

从商流来讲，配送和物流的不同之处在于，物流是商流分离的产物，而配送则是商物合一的产物，配送本身就是一种商业形式。虽然配送具体实施时，也有以商物分离形式实现的，但从配送的发展趋势看，商流与物流越来越紧密地结合，是配送成功的重要保障（见图 1-1-1）。

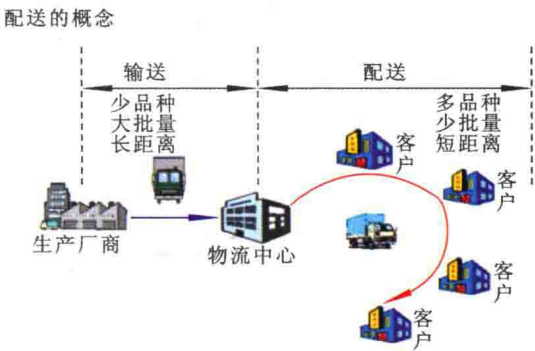


图 1-1-1 配送的概念

3. 配送的类型

为满足不同产品、不同企业、不同流通环境的要求，可以采用各种形式的配送。配送的种类根据不同的划分标准有不同的类型（见表 1-1-2）。

表 1-1-2 配送分类

分类标准	企业类型	含义	类别	适用领域
按配送主体所处的行业分类	生产企业配送	生产企业配送是围绕制造业企业所进行的原材料、零部件的供应配送，各生产工序上的生产配送，以及企业为销售产品而进行的对客户销售配送	制造业配送信息驱动下连成一体，通过各自的职能分工与合作，贯穿于整个制造业配送中	制造业
			农业配送是一种特殊的、综合的农业物流活动，是在农业生产资料、农产品的送货基础上发展起来的。农业配送是指在与农业相关的经济合理区域范围内，根据客户要求，对农业生产资料、农产品进行分拣、加工、包装、分割、组配等作业，并按时送达指定地点的农业物流活动	农业
	商业企业配送	商业企业的主体包括批发企业和零售企业，二者对于配送的理解、要求、管理等都不相同	批发企业配送的客户不是流通环节的终端消费者，而是零售商业企业。因此，批发商业企业必然要求配送系统不断满足其零售客户多批次、少批量的订货及流通加工等方面的需求	批发企业
			对于零售企业来说，其配送的客户是流通环节终端的各类消费者，因此，一方面，由于经营场所的面积有限，他们希望上游供应商（包括批发企业）能向其提供小批量的商品配送；另一方面，为了满足各种不同客户的需要，他们又都希望尽可能多地配备商品种类	零售企业
按实施配送的地点不同分类	物流企业配送	物流企业是专门从事物流活动的企业，因此物流企业配送并不拥有货物的所有权，而是根据所服务客户的需求，为客户提供配送支持服务	现在，比较常见的物流企业配送形式是顺丰、“三通一达”等快递业提供的门到门的物流服务	
	仓库配送	仓库配送是以一般仓库为据点进行的配送形式。它可以是把仓库完全改造成配送中心，也可以是以仓库原有功能为主，在保持原有功能的前提下，增加一部分配送职能。由于不是专门按配送中心要求设计和建设的，所以，仓库配送规模较小，配送的专业化程度低。但它可以利用原仓库的储存设施及能力、收发货场地、交通运输线路等，开展中等规模的配送，并且可以充分利用现有条件而不需要大量投资	配送中心配送覆盖面较宽，配送规模大。因此，必须有一套配套的大规模实施配送的设施，如配送中心建筑、车辆、路线等，一旦建成便很难改变，灵活机动性较差，投资较高，在实施配送时难以一下子大量建设配送中心。因此，这种配送形式有一定的局限性	
	配送中心配送	组织者专职配送的配送中心，规模较大，有的配送中心需要储存各种商品，储存量也比较大。有的配送中心专职于配送，储存量较小，货源靠近附近的仓库补充。配送中心专业性较强，和客户有固定的配送关系，一般实行计划配送，需配送的商品有一定的库存量，一般情况很少超越自己的经营范围。配送中心的设施及工艺流程是根据配送需要专门设计的，所以配送能力较强，配送距离较远，配送品种多，配送数量大。承担工业生产用主要物资的配送及向配送商店实行补充性配送等，配送中心配送是配送的重要形式。从实施配送较为普遍的国家看，配送中心配送的主体形式，不但在数量上占主要部分，而且是某些小配送单位的总据点，因而发展较快		

续表

分类标准	企业类型	含义	类别	适用领域
按实施配送的结点不同分类	商店配送	组织者商业或物资的门市网点, 这些网点主要承担商品的零售, 规模一般不大, 但经营品种较齐全。除日常零售业务外, 还可根据客户的要求将商店经营的品种配齐, 或代客户订购一部分本商店平时不经营的商品, 和商店经营的品种一起配齐送给客户 兼营配送形式, 商店在进行一般销售的同时兼行配送的职能。商店的备货, 可用于日常销售及配送, 因此, 有较强的机动性, 可以将日常销售与配送相结合, 互为补充。这种形式在一定铺面条件下, 可取得更多的销售额 专营配送形式, 商店不进行零售销售而专门进行配送。一般情况是商店位置条件不好, 不适用于门市销售而又有某方面经营优势及渠道优势, 可采取这种方式	这种配送组织者实力有限, 往往只是小量、零星商品的配送。这种配送是配送中心配送的辅助及补充	
	工厂配送	组织者是生产企业, 尤其是进行多品种生产的企业, 可以直接由本企业进行配送而无须再将产品发运到配送中心进行配送。生产企业配送由于避免了一次物流中转, 所以有一定优势。但是生产企业, 尤其是现代生产企业, 往往是在进行大批量低成本生产, 品种较单一, 因而不能像配送中心那样依靠产品凑整运输取得优势, 实际上生产企业配送不是配送的主体	工厂配送在地方性较强的产品生产企业中应用较多, 如就地生产、就地消费的食品、饮料、百货等, 在生产资料方面, 某些不适于中转的化工产品以及方建材也可采取这种方式	
按配送商品的特征不同分类	单(少)品种大批量配送	工业企业需要量较大的商品, 单独一个品种或几个品种就可达到较大输送量, 可实行整车运输, 这种商品往往不需要再与其他商品搭配, 可由专业性很强的配送中心实行这种配送。由于配送量大, 可使车辆满载并使用大吨位车辆。配送中心内部设置、组织、计划等工作也较简单, 因此配送成本较低。如果从生产企业将这种商品直接运抵客户, 同时又不致使客户库存效益下降时, 采用直送方式往往有更好的效果		
	多品种、少批量配送	现代企业生产除需要少数几种主要物资外, 从种类数来看, 属于次要的物资, 品种数远高于主要物资, 次要物资的品种数多, 但单品种需要量不大, 若采取直送或大批量配送方式, 由于一次进货批量大, 必然造成客户库存增大等问题, 类似情况也存在于向零售品商店补充一般生活消费品的配送, 所以这些情况适合采用多品种、少批量配送方式。多品种、少批量配送是按客户要求, 将所需的各种物品(每种需要量不大)配备齐全, 凑整装车后由配送据点送达客户。这种配送作业水平要求高, 配送中心设备复杂, 配货送货计划难度大, 必须有高水平的组织工作来保证。这是一种高水平、高技术的配送方式		多品种、少批量配送也正符合了现代“消费多样化”“需求多样化”的新观念, 所以, 是许多发达国家推崇的方式。多品种、少批量配送往往伴随随客户、多批次的特点, 配送频度往往较高
	成套配送	按企业生产需要, 尤其是装配型企业的生产需要, 将生产每一台设备所需的全部零部件配齐, 按生产节奏定时送达生产企业, 生产企业随即可将此成套零部件送入生产线装配产品。这种配送方式, 配送企业承担了生产企业大部分的供应工作, 使生产企业专致于生产, 与多品种、少批量配送效果相同		

续表

分类标准	企业类型	类别	适用领域
按配送时间及数量分类	定时配送	定时配送是指按规定时间间隔进行配送,如数天或数小时一次等,每次配送的品种及数量可按计划执行,也可在配送之前以商定的联络方式(如电话、计算机终端输入等)通知配送品种及数量。这种方式时间固定,易于安排工作计划,易于计划使用车辆,对客户来讲,也易于安排接货力量(如人员、设备等)	由于配送物品种类经常变化,配货、装货难度较大,在要求配送数量变化较大时,也会使配送运力安排出现困难。定时配送包括日配、隔日配送、周配送、旬配送、月配送、准时配送等
	定量配送	定量配送是指按规定的批量在一个指定的时间范围内进行配送。这种方式数量固定,备货工作较为简单,可以按托盘、集装箱及车辆的装载能力规定配送的定量,能有效利用托盘、集装箱等集装方式,也可做到整车配送,配送效率较高。由于时间不严格限定,可以将不同客户所需物品凑整车后配送,运力利用也较好	对客户来讲,每次接货都处理同等数量的货物,有利于人力、物力的准备
	定时定量配送	定时定量配送是指按照规定配送时间和配送数量进行配送。这种方式兼有定时、定量两种方式的优点,但特殊性较强,计划难度大,适合采用的对象不多,不是一种普遍的方式	
	定时路线配送	在规定的运行路线上制定到达时间表,按运行时间表进行配送,客户可按规定路线及规定时间接货及提出配送要求。采用这种方式有利于安排车辆及驾驶人员。在配送客户较多的地区,也可免去因过分复杂的配送要求所造成的配送组织工作及车辆安排的困难	对客户来讲,既可对一定路线、一定时间进行选择,又可有计划地安排接货力量。但这种方式应用领域也是有限的
	即时配送	即时配送是完全按客户要求突然提出的时间和数量随即进行配送的方式,是有很高的灵活性的一种应急的方式。采用这种方式的品种可以实现保险储备的零库存,即用即时配送代替保险储备	
按加工程度不同分类	加工配送	加工配送是指和流通加工相结合的配送。在配送据点中设置流通加工环节,或是流通加工中心与配送中心建立在一起。当社会上现成的产品不能满足客户需要,客户根据本身工艺要求需要使用经过某种初加工的产品时,可以在加工后通过分拣、配货再送货客户	流通加工与配送相结合,使流通加工更有针对性,减少了盲目性,配送企业不但可以依靠送货服务、销售经营取得收益,还可通过加工增值取得收益
	集疏配送	集疏配送是只改变产品数量组成形态而不改变产品本身物理、化学形态的与干线运输相配合的配送方式	如大批量进货后小批量、多批次发货,零星集货后以一定批量送货等
	综合配送	综合配送是指配送商品种类较多,不同专业领域的产品在一个配送网中组织对客户配送。这一类配送由于综合性较强,故称之为综合配送。综合配送可减少客户为组织所需全部物资进货的负担,只需和少数配送企业联系,便可解决多种需求。因此,它是对客户服务意识较强的配送形式。综合配送的局限性在于,由于产品性能、形状差别很大,在组织时技术难度较大	一般在性状相同或相近的不同类产品方面,实行综合配送,差别过大的产品难以综合化
按配送专业化程度分类	专业配送	专业配送是按产品性能不同适当划分专业领域的配送方式。专业配送并非越细分越好,实际上在同一性状的类别不同的产品,也是有一定综合性的。专业配送的主要优势是可按专业的共同要求优化配送设施,优选配送机械及配送车辆,制定适用性强的工艺流程,从而大大提高配送各环节工作的效率。专业配送主要适用于大型生产生活的物流的流通领域,现在已形成的专业配送形式主要有中、小件杂货的配送、金属材料的配送、燃料煤的配送、水泥的配送、燃料油的配送、木材的配送、化工产品的配送、生鲜食品的配送和家具及家庭用具的配送	

实战案例 1

京东商城的配送模式

近年来,我国网购市场正在迅速成长,这个市场是一个竞争十分激烈的市场,而京东在 B2C 市场中是一个佼佼者。因此,我们的调查着眼于京东商城的物流配送模式。

京东商城在 2004 年初正式进入电子商务领域,其销售增长率一直保持 200% 以上。京东商城始终坚持纯电子商务运营模式,并且是目前中国 B2C 市场最大的 3C 网购专业平台,是中国最受欢迎、最具影响力和最大规模的电子商务网站之一。

京东商城最早推出“211 限时达”服务,拥有最大物流配送中心,试图打造最先进物流中心的电子商务公司。京东商城在线销售商品包括图书、音像;家用电器、汽车用品;手机数码;计算机软件、办公用品;家具、厨具、家装;服饰鞋帽、个护化妆;礼品箱包;钟表首饰;运动健康;母婴、玩具、乐器;食品饮料、保健品等 11 大类数万个品牌 30 余万种优质商品。京东商城的目标是做中国最大、全球前五强电子商务公司;其使命是让购物变得简单、快乐;价值观是诚信、客户为先、激情、学习、团队精神、追求超越。

物流配送是物流中一种特殊的、综合的活动形式,是包含了物流中若干功能要素的一种物流活动。物流配送模式一般可分为自营配送模式、第三方物流配送模式、共同配送模式,京东商城则以前两种配送模式为主。图 1-1-2 为京东商城“以旧换新”电器销售的配送流程。

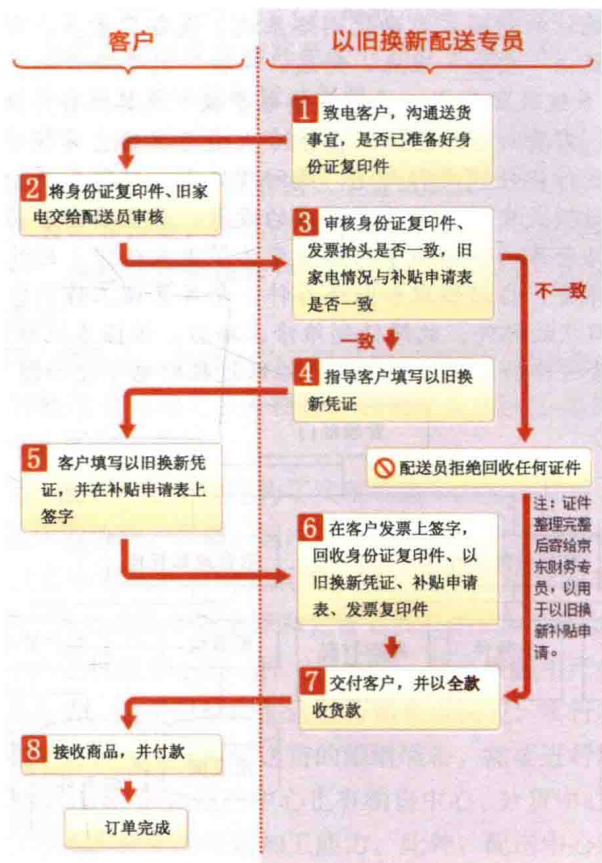


图 1-1-2 京东商城“以旧换新”电器销售的配送模式

京东商城在北京、上海、广州、成都这四座城市都建设了自己的物流体系，因为这些城市的顾客是京东的主要顾客，因此在这四座城市建设了大型物流中心。以华东物流中心为例，京东每日能正常处理 2.5 万个订单，日订单极限处理能力达到 5 万单。而北京的货品基本都是由京东自己的配送队伍配送，一般都是当日或是次日送达。

2009 年京东宣布成立自己的快递公司，投资 2 000 万元在上海成立快递公司，欲在全国范围内建立起自己的配送网络。与此同时，还在苏州、杭州、天津、深圳、南京、无锡、宁波这七个城市开通配送站。并欲在华东物流中心旁建一座比其更大的物流仓储中心来支持企业的自营配送模式。

由此可见，建立自己的物流系统，依靠自身的配送队伍，是京东较为青睐的一种方式。也正是有了京东自营配送模式的支持，京东在 2010 年 4 月正式推出了“211 限时达”服务，即指每天 11 点前下订单，下午送达；23 点前下订单，次日上午送达。高效率的服务获得了更高的客户满意度，同时也使得京东的订单量呈上升趋势。

(资料来源：根据相关资料改写)

实战案例 2

广州地铁全线网 AFC 系统备件配送新模式

随着广州地铁线网的不断扩大，AFC 系统（是一种由计算机集中控制的自动售票、自动检票及自动收费和统计的封闭式自动化网络系统）设备数量多、电子板卡多、故障多的特点日益突出，本着提供“安全、准点、舒适、快捷”的企业目标，要求一线运营现场巡检人员快速判断 AFC 系统故障原因，通过更换电子板卡或其他备件快速修复故障。然而在旧的备件管理模式，需要后台维修工厂委派专人进行现场仓库备件管理及备件配送，再由前台车站巡检人员进行备件领用和归还，线网跨度大，领取备件相对耗时。新模式在现场运营部分，沿用了旧模式中车站备件发放库的设置，最主要的不同是应用一套自开发的仓库管理软件，使车站仓库的管理由专人值守变为了无人值守。巡检人员通过一些简单的电脑操作，就可查询库存、自助领取和归还备件。仓库管理工作内容优化为定期对各车站仓库进行补给，同时回收故障件。故障件到维修工场后，根据基地维修流程设置了待修库、好件库、报废库等维修运作功能库。整个部件维修过程的电子化如图 1-1-3 所示。

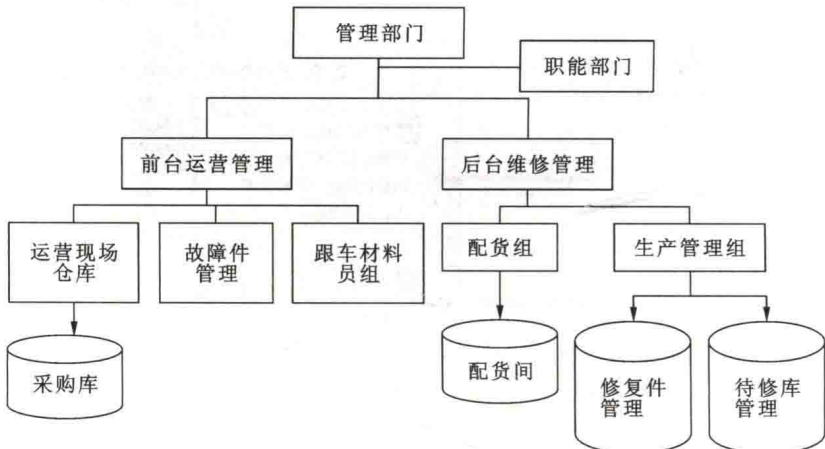


图 1-1-3 线网模式下备件配送新模式管理

线网模式下 AFC 系统备件配送新模式进行明确的职责分工,由前台运营相关部门负责运营现场仓库的管理,实施备件管理系统的信息化手段后,无须派专人进行管理,运营相关部门的工作职责主要是仓库备件上架,故障件回收管理,台账整理和信息共享由系统平台完成。后台维修相关部门主要负责备件维修和备件交接,维修需要获取的信息可以通过系统平台获得,减少了人力成本,提高了维修效率。

经过不断完善的新模式的主要特点有:

(1) 新模式以运营现场备件仓库为前端,组织配货配送和故障件的回收工作。利用仓库无须专人值守、管理成本低的特点,实现现场备件仓库多点设置,提高设备检修效率。

(2) 新模式明确提出“两个物流、两个信息流”,即合格件物流、故障件物流、需求信息流、故障信息流,新模式围绕“两个物流、两个信息流”展开相关业务操作。

(3) 新模式以“维修工场”为后端,根据系统平台查询到的故障信息组织对备件进行检修。

(资料来源:根据相关资料改写)

1.1.2 相关知识储备——关于“配送中心”

物流系统包含物流线路和物流据点两部分,物流线路主要指运输路线,物流据点则指车站、码头、物流中心、配送中心等。

1. 配送中心的产生背景及含义

(1) 配送中心的产生背景。产品的流通过程必须要经过原材料采购、生产阶段及销售阶段三个紧密相连的环节。

在原材料采购阶段,生产企业面对的是一个广阔的市场,它会在众多的供应商中寻求合作伙伴,尤其是跨国公司,它的原材料供应商甚至会分布在世界各地,在此过程中会不断地发生装卸搬运、入库保管、分拣包装和运输送货过程等。

在产品销售阶段,生产企业需要将所生产的产品分销到分布于各地的批发商、零售商或最终客户,在此过程中发生的作业包括:产品在进入企业成品库的过程中所发生的搬运装卸、入库保管、流通加工、出库装车等作业,产品在送往分销商过程中的运输作业,以及在分销过程中发生的再次储存保管、最终送往末端客户运输或配送作业等。在实际的运作过程中发生的相关物流作业次数会更多。

生产企业为了发挥核心竞争力,同时也为了降低物流成本,必然会寻找进行流通业务的专门组织——配送中心进行物流中的相关业务操作。因此,配送中心是社会生产发展和社会分工专业化及现代化的必然结果。

(2) 配送中心的含义。配送中心主要是为了实现物流中的配送作业,而设立的一个专门从事配送作业中的一系列操作的场所。目前,国内外学者对配送中心的界定不完全相同。配送活动是在物流发展的客观过程中产生并不断发展的,这一活动过程伴随着物流活动的深入和物流服务社会化程度的提高,在实践中不断演绎和完善着其经济机构。配送中心具有集货、分货、送货等基本职能,配送中心是物流中心的一种主要形式,是在实践中产生并发展的。其功能基本涵盖了所有物流的功能要素。它是以组织配送进行销售或供应,实行实物配送为主要职能的流通型物流结点。在配送中心,为了能做好送货的编组准备,需要进行零星售货、批量进货等种种资源搜集工作和备货等工作,因此配送中心也有销售中心、分货中心的职能。为了更有效、更高水平地送货,配送中心还有较强的流通加工能力。此外,配送中心还必须执行备好货后送达客户的工作,这是与分货中心只管分货的重要区别。由此可见,配送中心的功能是比较全

面和完整的,或者说配送中心的功能是销售中心、分货中心、加工中心功能的总和,兼有“配”与“送”的功能。

对“配送中心”的定义,国内外学者有着不同的解释,日本《物流手册》将配送中心定义为:“从供应者手中接收多种大量的货物进行倒装、分类、保管、流通加工和情报处理等作业,然后按照众多需求者的要求备齐货物,以令人满意的服务水平进行配送的设施。”

而我国的国家标准《物流术语》对配送中心的定义是: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:主要为特定的用户服务;配送功能健全;辐射范围小;多品种、小批量、多批次、短周期;主要为末端客户提供配送服务。

不论国内外如何认识配送中心,定义如何不同,但对于配送中心的现实功能和功能目的的认识是一致的,就是配送中心是配送业务活动的聚集地和发源地,其功能目的是按照客户的要求为客户提供高水平的供货服务。至于配送中心是一种物流设施还是物流活动组织则要看配送中心的经济功能定位。

2. 配送中心的地位及功能

(1) 配送中心的地位。配送中心是连接生产与生产、生产与消费的流通场所或组织,在现代物流活动中的地位和作用是十分明显的,从社会角度看其地位和作用可以总结为以下几方面:

① 使供货适应市场需求变化。配送中心不是以储存为目的,但是配送中心保持一定的库存,起到了一定的调节市场需求的作用。各种商品的市场需求在时间、季节、需求量上都存在很大的随机性,而现代生产、加工无法完全通过工厂、车间来满足和适应这种情况,必须依靠配送中心来调节、适应生产与消费之间的矛盾与变化。例如,在节假日时商品的销售及需求量会比平时成倍地增加,配送中心的库存对确保销售起到了有力的调节作用。

② 实现储存的经济和高效。从原材料供应企业到生产企业或是从生产企业到销售市场之间存在复杂的储运环节,要依靠多种交通、运输、库存手段才能满足需求。由于传统的以产品或部门为单位的储运体系明显存在不经济和低效率的问题,而区域、城市配送中心,通过批量进发货物,组织成组、成批、成列直达运输和集中储运,可以提高流通的社会化水平,实现规模经济所带来的规模效益。例如,大型连锁制超市通过电子订货系统汇总下属各个门店的订单,统一向供应商订货,再统一配送到配送中心,然后集中配送到各门店,这样可以实现从订货到配送的全过程规模效应。

③ 实现物流的系统化和专业化。由于物流系统在企业的生产和销售经营中起的作用越来越大,当今世界上的企业要想取得低成本、高经营绩效、较高的顾客满意度,就必须具有一个高效率的物流系统。而配送中心在物流系统中占有重要的地位,配送中心能够提供专业化的储存、包装、加工、配送、信息等系统服务。由于现代物流活动中物质的物理、化学性质的复杂多样化,交通运输的多方式、长距离、长时间、多起点、多终点,地理气候的多样性,对保管、包装、加工、配送、信息提出了很高的要求,因此,只有建立配送中心,才可能提供更加专业化、系统化的服务。

④ 促进地区经济的快速增长。配送连接了国民经济的各个部门和各项经济功能,使整个国民经济能够顺利快速的发展。所以,配送中心连接了国民经济各地区,沟通生产和消费、供给与需求,保障了经济的发展和经济的快速增长,同时也是吸引投资的外部条件之一。因此,配送中心的建设可以带动经济的健康快速发展。