

高职高专物流管理类“十二五”系列教材

配送中心运营与管理

主 编 汪 晔 胡大成
副主编 张姗姗 刘玉梅 何章磊

高职高专物流管理类“十二五”系列教材

配送中心运营与管理

主 编 汪 晔 胡大成

副主编 刘玉梅 张姗姗

西安电子科技大学出版社

内 容 简 介

全书内容共分为八章：配送中心认知、备货入库及储存作业、订单处理作业、分拣与补货作业、配送加工作业、配装与送货作业、退货作业、配送中心规划与设计。

本书可作为高等职业院校物流专业的教材和重要参考书，也可以作为科研机构、设计院所及物流企业配送人员的培训教材和业务手册。

图书在版编目(CIP)数据

配送中心运营与管理/汪晔, 胡大成主编. —西安: 西安电子科技大学出版社, 2013.7

高职高专物流管理类“十二五”系列教材

ISBN 978-7-5606-3062-5

I. ① 配… II. ① 汪… ② 胡… III. ① 物流配送中心—运营管理—高等职业教育—教材

IV. ① F252.24

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 145662 号

策 划 戚文艳

责任编辑 戚文艳 职会亮

出版发行 西安电子科技大学出版社(西安市太白南路 2 号)

电 话 (029)88242885 88201467 邮 编 710071

网 址 www.xduph.com 电子邮箱 xdupfxb001@163.com

经 销 新华书店

印刷单位 西安文化彩印厂

版 次 2013 年 7 月第 1 版 2013 年 7 月第 1 次印刷

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16 印 张 9

字 数 210 千字

印 数 1~3000 册

定 价 16.00 元

ISBN 978-7-5606-3062-5/F

XDUP 3354001-1

如有印装问题可调换

前 言

现代化的物流配送可以使企业实现经营管理活动的标准化、集中化、专业化和简单化，并能促进生产，降低成本，能够以最少环节、最短距离、最低费用为企业实现最大经济效益。物流配送的核心节点是配送中心，它决定了企业物流配送的水平与效率，特别是对优化城市、区域范围的物流系统起着很重要的作用。

本书定位于高职、高专物流专业。针对高职、高专类学生的特点，在借鉴国内外物流配送管理相关书籍已有的成果基础上，本书设置了不少实训任务，将抽象的理论任务化，以提高直观性。在案例分析方面，注重导入案例与教学内容的贴合性，确保案例与教学内容的匹配。本书还设有复习思考题，有利于培养学生的独立思考、独立解决实际问题的动手能力，使学生的知识结构紧密适应经济与社会发展的需要。本书除可作为高职、高专物流专业的教材之外，也可供相关工作人员学习使用。

本书在策划过程中，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，力求模拟企业的工作环境，将理论和实践真正结合起来，实现与实际工作的零距离接触。

本书在编写过程中注重以下特色：理论联系实际，侧重配送中心运营的实际业务和操作技能；注重图、表、文的有机结合；案例新颖，精心安排了本章小结、关键概念、练习思考、实训实践、案例分析等多个板块，有助于调动学生学习的积极性。

本书由汪晔、胡大成担任主编，刘玉梅、张姗姗担任副主编。其中第三、五、六章由安徽商贸职业技术学院汪晔老师编写；第一、八章由淮北职业技术学院胡大成老师编写；第二、七章由安徽财贸职业学院刘玉梅老师编写；第四章由合肥经济技术职业学院张姗姗老师编写。

本书在编写过程中参考了大量国内外有关资料，由于篇幅所限，只列出了主要参考文献，在此向这些作者表示衷心感谢。

由于作者水平有限，对供应链管理这一领域涉及的知识和内容研究还不够深入，加上时间仓促，书中难免有不妥之处，敬请各位专家和读者予以指正。

编 者
2013 年 5 月

目 录

第一章 配送中心认知	1
第一节 配送与配送中心的基本概念	1
一、配送的概念	1
二、配送的特点	3
三、配送的意义和作用	3
四、配送中心的概念	4
第二节 配送中心的地位及功能	8
一、配送中心的地位	8
二、配送中心的功能	9
第三节 配送中心的类型及组织结构	11
一、配送中心的分类	11
二、配送中心的组织结构	14
实训实践	22
案例分析	22
思考题	27
第二章 备货入库及储存作业	28
第一节 备货入库作业	28
一、备货概述	28
二、备货作业步骤	29
第二节 储存作业	39
一、商品储存保管	39
二、盘点作业	49
实训实践	53
案例分析	54
思考题	55
第三章 订单处理作业	56
第一节 订单处理概述	56
一、订单处理的含义	56
二、订单处理的基本内容	56
三、订单处理作业的特点	58
四、订单处理的原则	58
第二节 订单处理的流程	59
一、接受订单	59
二、订单确认	60
三、设定订单号码	62
四、建立客户档案	62
五、存货查询	63
六、依订单分配存货	64
七、确定客户优先权	64
八、分配存货出现不足情况的处理	64
九、计算拣取的标准时间并排定出货 时间及拣货顺序	65
十、订单处理后的输出	65
十一、订单处理过程的跟踪	66
实训实践	67
案例分析	67
思考题	68
第四章 分拣与补货作业	69
第一节 分拣作业	69
一、分拣作业概述	69
二、分拣作业的方法	72
三、分拣作业的策略	74
四、分拣作业的设备	75
五、分拣作业的效率评价	75
第二节 补货作业	77
一、补货作业概述	77
二、补货作业的一般流程	77
三、补货作业的基本方式	78
四、补货作业的时机	79
五、补货作业的注意事项	79
实训实践	80
案例分析	81
思考题	82
第五章 配送加工作业	83
第一节 配送加工作业概述	83
一、配送加工作业的概念	83
二、配送加工与生产加工的区别	83
三、配送加工产生的原因	84

四、配送加工的作用	84	二、重新入库阶段	109
第二节 配送加工的类型与方法	85	三、储存阶段	111
一、配送加工的类型	85	四、退款计算和追踪处理	111
二、配送加工方法和技术	86	实训实践	113
实训实践	88	案例分析	113
案例分析	89	思考题	117
思考题	91	第八章 配送中心规划与设计	118
第六章 配装与送货作业	92	第一节 配送中心的选址	118
第一节 配装作业	92	一、配送中心选址的原则	118
一、配装作业的概念	92	二、配送中心选址应考虑的主要因素	119
二、配装作业的具体内容	92	三、配送中心选址的决策步骤	120
第二节 送货作业	95	四、配送中心选址的方法	121
一、送货作业的含义	95	第二节 配送中心的功能规划	124
二、送货作业的服务要求	96	一、配送中心的作业功能	124
三、提高送货作业效率的措施	96	二、配送中心内部结构	125
四、送货车辆的 GPS 管理	97	三、配送中心主要作业区域	
五、送达服务与交割	98	功能的规划	126
实训实践	98	第三节 配送中心的设施设备规划	127
案例分析	99	一、配送中心设施规划的原则	127
思考题	100	二、配送中心的主要设施	128
第七章 退货作业	101	三、配送中心设施规划的内容	128
第一节 退货作业的概念	101	第四节 配送中心的内部布局规划	129
一、退货作业的含义	101	一、配送中心的宏观布局	129
二、退货工作的作用	102	二、配送中心的内部布局规划	130
三、退货的原因分析	104	实训实践	134
四、商品退货管理的原则	104	案例分析	135
五、退货管理的重点	105	思考题	137
第二节 退货作业的内容及流程	107	参考文献	138
一、接受退货阶段作业内容	108		



第一章 配送中心认知



【学习目标】

1. 熟悉配送中心的概念，掌握配送中心的含义
2. 掌握配送中心的特征
3. 掌握配送中心的定位
4. 掌握配送中心的功能
5. 了解配送中心的分类
6. 了解配送中心的组织结构

零售业的多店铺化、连锁化以及多业态化(如百货商场、超级市场、专卖店等)，对物流作业的效率提出了更高的要求。原来相互分割、缺乏协作的仓储、运输、批发等传统物流企业已难以适应现代物流业的发展要求，专业性的物流配送经营实体——物流配送中心应运而生。

第一节 配送与配送中心的基本概念

一、配送的概念

配送是物流活动中特殊的综合性活动形式，是商流与物流的紧密结合，它包含了所有的物流功能，是物流的一个缩影或在某小范围中全部物流活动的体现，是物品在时间和空间中的静态形式与动态形式的有机组合。配送作为供应链的末端环节和市场营销的辅助手段，日益受到重视。

在国家质量技术监督局发布的中华人民共和国国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2001)中对配送的定义是：在经济合理区域范围内，根据用户的要求，对物品进行拣选、加工、包装、分割、组配等作业，并按时送达指定地点的物流活动。一般来说，配送一定是根据用户的要求，在物流据点内进行分拣、配货等工作，并将配好的货物适时地送交收货人的过程。它是物流中一种特殊的、综合的活动形式。配送将商流与物流紧密结合起来，既包含了商流活动，也包含了物流活动中若干功能要素。

目前我国使用的“配送”这个词汇，源自日语汉字中和配送意义相近的词汇，如“交

货”、“运送”、“分送”、“投送”、“输送”、“供应”、“供给”、“发放”等，但是这些词汇的含义都不够全面和准确。

配送的概念可以从以下两个方面来认识。

1. 从经济学资源配置的角度认识配送

根据配送在社会再生产过程中的位置以及配送的本质，可以把配送描述为是以现代送货形式来实现资源最终配置的经济活动。

这个概念概括了四点内涵：

(1) 配送是资源配置的一部分，因而它是经济体制的一种形式。

(2) 配送是“最终资源配置”，是接近顾客的配置。在经营战略中，接近顾客是至关重要的内容。美国兰德公司对《幸福》杂志所列的 500 家大公司一项调查表明：“经营战略和接近顾客至关重要”，也证明了这种配置方式的重要性。

(3) 配送的主要经济活动是现代送货。配送是以现代生产力、劳动手段为支撑，依靠科技手段实现“配”和“送”有机结合的一种方式。因此，它不同于传统意义上的简单送货。

(4) 在社会再生产过程中，配送处于接近用户的那一段流通领域。因此，可以说配送是一种重要的方式，有其战略价值，但是由于其局限性，配送并不能解决流通领域的所有问题。

2. 从实施形态角度认识配送

从配送最终实现的环节来看，可以把配送描述为是按用户订货要求，在配送中心或其他物流节点进行货物配备，并以最合理方式送交用户的过程。

配送的内容概括了五点：

(1) 描述了接近用户资源配置的全过程。

(2) 配送的实质是从物流节点至用户的一种特殊送货形式。它区别于一般送货，是一种“中转”形式。

一般送货可以是一种偶然的行爲，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，即前面我们所提到的现代送货。

从送货功能看，配送的特殊性表现为：从事送货的不是生产企业，而是专职流通企业。一般送货尤其从工厂至用户的送货往往是直达型的，而配送是“中转”型送货。一般送货是有什么送什么，配送则是根据企业的需要送货。所以，要做到按需送货，就必须在一定中转环节筹集这种需要，因此配送必然以中转形式出现。当然，许多人也将非中转型送货纳入配送范围，将配送外延从中转扩大到非中转，仅以“送”为标志来分配送外延，这也有其一定道理。

(3) 配送是“配”和“送”有机结合的形式。在运送货物过程中，如果不进行分拣、配货，有一件运一件，需要一点送一点，就会大大增加劳动力的消耗，而配送是利用有效的分拣、配货等理货工作，使送货达到一定的规模，并利用规模优势降低送货成本。所以，要追求整个配送的优势，分拣、配货等项工作是必不可少的。

(4) 配送以用户要求为出发点。配送定义中强调了“按用户的订货要求”，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，在观念上必须明确配送企业的地位是服务地位而不是主导地位，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,即做到“用户第一”和“质量第一”。更重要的是,配送企业不能利用配送损伤或控制用户,更不能利用配送作为部门分割、行业分割、割据市场的手段。

(5) “以最合理方式”配送,目的是为了 avoid 过分强调“按用户要求”。因为用户本身的局限,有时在实际中会损失自我或双方的利益。因此,对于配送者来说,必须以“用户要求”为据,但是不能盲从,应该追求合理性,进而指导用户,实现共同收益。

二、配送的特点

配送既不同于运输,也不同于旧式送货,它有着物流大系统所特有的特点,具体包括以下几个方面:

1. 配送不仅仅是送货

配送业务中,除了送货,在活动内容中还有货物的“拣选”、“分货”、“包装”、“分割”、“组配”、“配货”等工作,这些工作难度很大,必须具有发达的商品经济和现代的经营水平才能做好。在商品经济不发达的国家或历史阶段,很难按用户要求实现配货,要实现广泛的高效率的配货就更加困难。因此,一般意义的送货和配货存在着时代的差别。

2. 配送是送货、分货、配货等活动的有机结合体

配送是许多业务活动有机结合的整体,同时还与订货系统紧密联系。要实现这一点,就必须依赖现代情报信息,建立和完善整个大系统,使其成为一种现代化的作业系统。这也是以往的送货形式无法比拟的。

3. 配送的全过程要有现代化技术和装备的保证

由于现代化技术和装备的采用,使配送在规模、水平、效率、速度、质量等方面远远超过以往的送货形式。在配送活动中,由于大量采用各种传输设备及识码、拣选等机电设备,使得整个配送作业像工业生产中广泛应用的流水线,实现了流通工作的一部分工厂化。因此,配送也是科学技术进步的一个产物。

4. 配送是一种专业化的分工方式

以往的送货形式只是作为推销的一种手段,目的仅仅在于多销售一些商品。而配送则是一种专业化的流动分工方式,是大生产、专业化分工在流通领域的体现。因此,如果说一般的送货是一种服务方式的话,配送则可以说是一种体制形式。

三、配送的意义和作用

当前,配送不但广为实行,而且成为企业经营活动的重要组成部分,充分发挥了优化经济结构、节约社会劳动及提高物流系统效率和服务水平的作用。

(1) 配送有益于物流运动实现合理化。配送不仅能够把流通推上专业化、社会化道路,更重要的是它能以其特有的运动形态和优势调整流通结构,使物流运动演化为规模经济运动。所以,推行配送制可以形成高效率和高效益,同时还减少了车辆的空驶,减少了污染物排放量。

(2) 完善了输送及整个物流系统。配送处于支线运输环节,灵活性、适应性、服务性都较强,能将支线运输与小搬运统一起来,使运输过程得以优化和完善。

(3) 提高了末端物流的经济效益。采用配送方式,可以做到经济地进货。配送可将各

种商品配齐集中起来向用户发货,也可将多个用户小批量商品集中在一起进行发货,从而降低单位物流成本。

(4) 通过集中库存,可使企业实现低库存或零库存。生产企业可以释放大量储备资金,改善财务状况,降低成本。

(5) 简化手续、方便用户。用户只需要向配送中心一处订购,就能达到向多处采购的目的,减少订货等一系列费用开支。

(6) 提高商品供应保证程度。用户因缺货影响生产的风险减小了。

四、配送中心的概念

配送中心是伴随着生产的不断发展而发展的,它是社会分工、专业分工进一步细化之后产生的。日本经济新闻社出版的《输送的知识》一书,指出配送是物流系统化和大规模化的必然结果。

《变革中的配送中心》一文中指出:“由于用户在货物处理的内容上、时间上和服务水平上都提出了更高的要求,为了顺利地满足用户的这些要求,就必须引进先进的分拣设施和配送设备,否则就建立不了正确、迅速、安全、廉价的作业体制。”因此,在运输业界,大部分企业都建立了正式的配送中心。配送中心自产生,其发展大体上经历了三个阶段:

第一阶段,是配送中心初步形成阶段(第二次世界大战后到 20 世纪 60 年代末)。在第二次世界大战中,高效、快捷的物质和人员的分配输送对盟军的胜利做出了突出的贡献。当时,美军在亚洲、欧洲、非洲等地同时进行作战,巨大的军需物资和人员输送成了美军一项重要工作,为了保证世界各地作战的需要,快捷、安全、准确地供给各战场所需要的物资,美军逐步建成了一条军需物资从生产到战地使用的后勤保障系统,在人们的视野中出现了物流配送。二战后,日本、美国以及西欧各国经济高速增长,社会化大生产体制建立起来了,但随之而来的流通落后的问题,使物流成本居高不下,严重阻碍了生产力的进一步发展。当时,日本曾经进行了一项调查,由于多数企业采取自备车辆进行运输配送,致使交通拥堵加剧,停车时间延长,环境污染日趋严重,使企业发送货物的效率明显下降。但如果企业减少自备车辆就意味着自身运输能力减弱,销售收入降低。这种企业各自为战的局面,制约了整体物流的发展,特别是多环节、低速度、高成本、高浪费的物流,导致整个社会物流总成本急剧上涨。美国“20 世纪财团”当时的一项调查显示:以商品零售价格为基数进行计算,流通费用所占比例竟高达 59%,其中大部分为物流费用。由于流通结构分散和物流费用不断上升,严重阻碍了生产的发展和企业利润率的提高,为增强企业竞争力,提高经济效益,日本、美国企业界将第二次世界大战期间成功的“军事后勤”引用到企业管理中,不少大公司设立了新型流通机构,将独立、分散的物流统一、集中,推出了新型的送货方式,成立了配送中心。此时,配送还是一种粗放、单一的活动,配送活动的范围还很小,配送货物的种类不多,业务量不大,主要是作为促销的重要手段来发挥作用的。20 世纪 60 年代中期,随着经济发展速度的逐步加快,以及由此带来的货物运输量急剧增加和商品市场竞争的日趋激烈,配送得到了进一步的发展。欧美一些国家的企业相继调整了仓库结构,组建或者设立了配送中心,普遍开展了货船配装、配载和送货上门服务。配送中心的设立,不仅降低了流通费用,而且也节约了整个社会的劳动消耗。据统计,20 世纪 60 年代美国的许多公司将原来的老式仓库改成了配送中心,使老式仓库减少了 90%

以上。

第二阶段，是配送中心的快速发展阶段(20 世纪 60 年代末到 80 年代初)。20 世纪 60 年代末期，随着全球化的发展，企业在世界范围的贸易往来日益增多，企业与其合作伙伴之间的供应链变得更长、更复杂，成本也更进一步上升。特别是第一次全球石油危机之后，利率和能源价格飞涨，使占据石油消费量 20%~30% 的运输业成本急剧上升。运输费用的增加超过了企业的承受能力，迫使生产制造企业寻找更加合理的物流途径、更好的合作伙伴。为了使自己能够比国内外竞争对手给市场提供更快捷、更可靠、更廉价的产品，企业开始重视运费和服务质量的谈判，从而使物流进一步成为人们所关注的焦点，推进了配送中心向合理化的进一步发展。这一时期，配送货物的种类不断增加，除了服装、食品、药品、旅游用品等消费品外，还包括不少生产资料产品；配送的范围日渐扩大，不仅限于城市范围内，还由城市内扩大到城市间、全国范围甚至洲际；配送的形式也由企业自身业务范围内，扩展到试行“共同配送”；配送业务量快速增长，物流配送的服务水平也大大提高。

第三阶段，是物流配送的成熟阶段(20 世纪 80 年代到现在)。20 世纪 70 年代末到 80 年代初，美国政府相继制定了一系列法规、法案，解除了对运输业的管制，运输市场全面实现了市场化、自由化。这不仅带来了运输业的激烈竞争，而且由于运费、运输线路的选择、运送计划自由决定，使配送中心的经营者能够真正按客户的需求，实现和其他配送企业在物流配送服务上的差异化竞争，加速了配送中心向规模化、集约化、统合化、专业化的发展。特别是物流信息系统的引进，使整体物流成本在整个国民经济中呈逐年下降的局面。据《2000 年美国年度物流状况报告》显示，1980 年美国物流成本占当年 GDP 的 15.7%，1981 年为 14.1%，1990 年占 9.9%。与此同时，配送中心的规模和数量都在快速增长，配送货物的品种也是全方位面向社会，涉及生产、生活的方方面面。据有关资料介绍，1986 年，美国 GPR 公司共有送货点 3.5 万个，经过合并等行动，到了 1988 年，送货点减少到了 1800 个，减少幅度达 94.85%。在此期间，美国通用食品公司用新建的 20 个配送中心取代了以前所建的 200 个仓库，以此形成了规模经营的优势。在日本出现了人均搬运作业效率 500 个托盘/小时，分拣能力达 1.45 万件的配送中心。日本资生堂配送系统每天可完成 4200 个商店的配送任务，配送能力已经达到了很高的水平。同时，配送中心的配送范围已扩大到省际、国际和洲际，甚至于全球。例如，来自荷兰国际配送委员会的信息称，1988 年荷兰 35% 左右的贸易量，其过境运输用的是“转运站”(配送中心)。配送中心除了自己直接配送外，还采取转承包的配送策略，不断扩大配送的地理范围。而且，在配送实践中，配送的技术水平、手段日益先进。各种先进技术特别是计算机的应用，使物流配送基本上实现了自动化。发达国家的配送中心普遍采用了诸如自动分拣、光电识别、条形码等先进技术，并建立了与之配套的体系和先进的装备(如无人搬运车、自动分拣机等)，使配送的准确性和效率大大提高。美国 UPS 全球物流公司的职员通过电子阅读及检查进入仓库的 IBM 所有产品的条形码，就能使拥有远程读取数据设备的人准确地监测出储存水平。有的工序因采用先进技术和先进设备，工作效率提高了 5~10 倍。

在我国，配送中心的发展起步晚，与发达国家相比，存在着巨大差距。我国的物资部门是涉足配送行业的先行者。早在 20 世纪 60~70 年代的计划经济时代，我国的一些物资部门就在一个城市设置一个或者几个集中供货点，开始按计划指标进行备货、配货和送货，并且实行相对集中库存、集中送货、集中供应到厂和提高效率的物资流通方式，这是我国

配送的雏形。进入 20 世纪 80 年代,我国物流配送方式无论是在规模、水平、速度和效率方面都得到了进一步的发展,在库存管理、配送质量等方面也有很大的提高。特别是随着改革开放政策的实施,市场的开放搞活,物资流通格局发生了巨大的变化。物资流通企业顺应新形势也广泛开发多种方式的物资配送业务,如天津储运公司唐家口仓库的“定时定量配送”、河北石家庄市物资局“三定一送”以及上海、天津等地的煤炭配送等。这说明我国的物流配送已经从自发运用配送阶段步入基本自觉应用阶段。但此时的配送仍具有浓重的计划经济色彩,配送模式比较单一,影响面也较小。20 世纪 90 年代以来,我国政府部门开始有组织、有计划地推动物流配送工作。1990 年,在经济比较发达的无锡等 11 个城市进行以发展配送制为重点的物资流通综合改革试点,到 1992 年底,已有 40 多个城市开展了物流配送,签订配送协议的企业超过 1000 家,连锁经营网点达 15 000 多个,并在上海、杭州等地分别进行配送中心试点建设。后来,试点城市不断扩大,多种类型的配送中心也相继出现,配送业得到了快速发展。当时,我国配送业的发展呈现出以下特点:第一,各地政府积极培育物流配送业。上海等省市甚至将物流业作为支柱性产业来扶持。第二,出现了各具特色的不同类型的现代物流企业。运输、仓储等传统物流企业,通过改造变成了物流企业,一些生产企业开始介入现代物流业,一批专业化的物流企业迅速崛起,物流配送的现代化、专业化趋势日益明显,形成了服务模式多样、多种经济成分并存的现代物流企业群体。第三,随着连锁企业的规模扩张,连锁企业内部的配送中心在硬件设施、管理水平及管理信息系统建设等方面,取得较大发展。第四,现代物流技术的研发取得显著成果。

为加快我国物流配送业的发展,2001 年 3 月,原国家经贸委会同铁道部、交通部、信息产业部、外贸部和民航总局,出台了《关于加快我国现代物流发展的若干意见》,明确了我国物流业发展的指导思想和总体目标。主要内容有:

(1) 积极培育物流市场,建立社会化的区域物流服务体系。作为区域性的物流配送中心,主要功能在于大宗货物的快速集散、流转。为此,要深化交通运输的改革,打破行业 and 部门垄断,积极发展多种形式的联运,培育拥有多种运输手段的新型物流企业;加强物流基础设施建设,特别是对中心城市、交通枢纽、物资集散地和口岸地区大型物流基础设施的建设,兼顾近期运作和长远发展的需要,纳入整个城市的建设规划,实行预留地制度;加强大型物流基地的规划管理,对现有资源进行有效整合和重新配置,防止各部门各自为政,物流设施功能单一,投资分散,重复建设,造成社会资源的浪费;建立健全为物流服务的相关中介机构,如建立便捷、快速的“大通关”系统,现代化的展示、展销设施,完善的通讯系统等。

(2) 塑造多层次、多类型的物流配送格局。根据国情,大力发展直接为生产、流通企业服务的物流设施。一是要加强连锁企业内部物流配送中心的建设和管理。要根据企业的实际情况,考虑市场需要和生产流通的发展趋势,合理确定配送中心的建设规模和水平,逐步实现仓库立体化、装卸搬运机械化、拆零配货电子化、配送过程无纸化,并建立自动补货系统,为连锁企业提供安全可靠、高效率的配送体系。二是整合物流资源,建设专业化、社会化的物流企业。通过资产联合重组和专业化改造,充分利用和整合现有物流资源,特别是与批发企业和储运企业改组、改造相结合,打破行业界限和地区封锁,有计划、有步骤地完善和发展社会化的物流企业,提供高效快捷的配送服务。三是积极组织生产资料分销企业,完善服务功能,为生产企业提供原、辅材料及零部件的配送业务。逐步建立钢

材剪切加工、混凝土、玻璃加工、日用化工产品 and 食品等专业化加工配送中心,不断扩大配送品种范围,力争建成提供大规模、多品种及高效率服务的物流配送体系。

(3) 推进国际合作,加快物流产业发展。在我国加入世贸组织的文件中,没有对物流产业的开放做出专门承诺,但在分销、运输等部分的承诺中,都包含了物流产业开放的相关内容。在1999年公布的《外商投资商业企业试点办法》中,规定中外合营商业企业可以“经营相关的配套服务”。在实际审批中,国家已明确允许外商投资连锁商业企业建立物流配送中心。

作为“十一五”专项规划,国家发改委借鉴国外经验,并根据中国实际需要,制定了《全国现代物流业发展规划纲要》核心内容是对各级政府应在地方物流业发展中的作用给予指导性意见,其目的是确定物流业发展的方针和总体目标,明确物流业在中国经济发展中的地位,避免和减少地方政府在发展物流业中重复建设和资源浪费现象,不断完善物流和配送功能,加快配送中心的网点布局建设,积极推进企业改革和市场体系的发展,为物流配送的发展创造更加良好的外部环境;提出了中国物流产业发展政策,包括放宽市场准入、简化行政管理、规范物流市场秩序、调整物流税费、支持专业物流公司发展、推进物流标准化信息化建设、加快对外开放、简化通关程序、重视人员培训等。这必将有力地推动我国配送业市场的发展进程。

中华人民共和国国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2001)对配送中心(Logistics center)下的定义是:从事物流活动的场所或组织,应基本符合下列要求:① 主要面向社会服务;② 物流功能健全;③ 完善的信息网络;④ 辐射范围大;⑤ 少品种、大批量;⑥ 存储、吞吐能力强;⑦ 物流业务统一经营、管理。

上述定义虽然勾画出了物流配送中心与配送中心的基本轮廓,但也有模糊之处。例如,在物流配送中心概念中主要面向社会服务一条,就不能将众多的生产加工企业自备的物流配送中心包括在内。海尔集团的物流配送中心、林德物流配送中心都属于企业自备的物流配送中心。所以,给物流配送中心确定一个包容性较强的基本含义比下一个精确的定义更为现实。

物流配送中心是综合性、地域性、大批量的物资实现物理位移的集中地,它把商流、物流、信息流和资金流融为一体,成为产销企业之间的中介。配送中心则是以组织配送性销售或供应,执行实物配送为主要职能的流通型节点。在配送中心中,为了能做好送货的编组准备,需要采取零星集货、批量进货等种种资源搜集工作和对货物的分拣、配备等工作。因此,配送中心也具有集货中心、分货中心的职能。为了更有效地、更高水平地实现配送,配送中心往往还有比较强的流通加工能力。此外,配送中心还必须执行货物配备后送达客户的使命,这是和分货中心只管分货不管运达的重要不同之处。由此可见,如果说集货中心、分货中心、加工中心的职能还是较为单一的话,那么配送中心的功能则较全面、完整,也可以说配送中心实际上是集货中心、分货中心、加工中心功能的综合,并有了“配”与“送”的有机结合。这样,配送中心作为物流配送中心的一种主要形式,有时便和物流配送中心等同起来了。

综上所述,凡从事大规模、多功能物流活动的场所在本书中统称为物流配送中心。物流配送中心的主要功能是大规模集结、吞吐货物,因此必须具备运输、储存、保管、分拣、装卸、搬运、配载、包装,加工、单证处理、信息传递、结算等主要功能,以及贸易、展示、货运代理、报关检验、物流方案设计等一系列延伸功能。

物流配送中心是一个广泛的概念，是各种物流节点的总称。物流基地、物流地、集散中心、配送中心等称谓除了规模、货物流向、送达方式、组织管理等方面有所不同之外，在大规模、多功能的共同点上，它们都可称为物流配送中心。

物流配送中心规模的大小也是相对的，对于港口、码头来说，占地面积几十、上百平方公里，年吞吐货物上亿吨叫做物流配送中心，而对于某一连锁商业的配送中心来说，占地可能只有上万平方米，也可被称为物流配送中心。从货物的流向来分，有专门提供原材料、零部件物流的供应物流配送中心，也有提供最终消费品的销售物流配送中心；有为城市服务的城市物流配送中心，也有为货物集散服务的物流配送中心。有产权属于生产制造业、农业组织的物流配送中心，也有产权属商业流通企业的物流配送中心，还有产权属第三方物流企业的物流配送中心。总之，物流形式的多样性，造就了物流配送中心形式的多样性。正是众多各不相同的实实在在的物流据点，才形成了抽象的“物流配送中心”的概念。

第二节 配送中心的地位及功能

一、配送中心的地位

无论从现代物流学科建设方面还是从经济发展的要求方面来讲，都需要对配送中心的地位有一个明确的界定。

1. 层次定位

在整个物流系统中，配送中心定位于商流、物流、信息流、资金流的综合汇集地，具有非常完善的功能；物流中心定位于物流、信息流、资金流的综合设施，其涵盖面较流通中心为低，属于第二个层次的中心；配送中心如果具有商流职能，则属于流通中心的一种类型，如果只有物流职能则属于物流中心的一个类型，可以被流通中心或物流中心所覆盖，属于第三个层次的中心。

2. 横向定位

从横向来看，与配送中心作用大体相当的物流设施有仓库、货栈、货运站等。这些设施都可以处于物流末端的位置，实现资源的最终配置。不同的是，配送中心是实行配送的专门设施，而其他设施可以实行取货、一般送货，而不是按照配送要求有完善组织和设备的专业化流通设施。

3. 纵向定位

配送中心在物流系统中纵向的位置：如果将物流过程按纵向顺序划分为物流准备过程、首端物流过程、干线物流过程、末端物流过程，配送中心是处于物流过程末端的起点。它所处的位置是直接面向用户的位置。因此，它不仅承担直接对用户服务的功能，而且根据用户的要求，起着指导全物流过程的作用。

4. 系统定位

在整个物流系统中，配送中心的定位是提高整个系统的运行水平。现代物流利用集装箱方式在很多领域中实现了“门到门”的物流，配送中心将可以利用集装箱方式配送，从而提

高整个物流系统效率的对象进行很大的分流,所剩下的主要是多批量、多品种、小批量、多批次的货物,这种类型的货物用传统物流系统是难以提高物流效率的。在包含着配送中心的物流系统中,配送中心对整个系统的效率提高起着决定性的作用;在包含配送系统的大型物流系统中,配送中心处于非常重要的位置。

5. 功能定位

配送中心的主要功能是围绕配货和送货而确定的,有关的信息活动、交易活动、结算活动等,虽然也是配送中心不可缺的功能,但是它们必然服务和服从于配货和送货这两项主要的功能。

因此,配送中心是一种末端物流的节点设施,通过有效地组织配货和送货,使资源的最终端配置得以完成。

二、配送中心的功能

配送中心是一种多功能、集约化的物流节点。配送中心具有集货功能、衔接功能、存储保管功能、分拣功能、分装与配装功能、货物集散功能、流通加工功能、配送功能、信息交换与处理功能等,如图 1-1 所示。

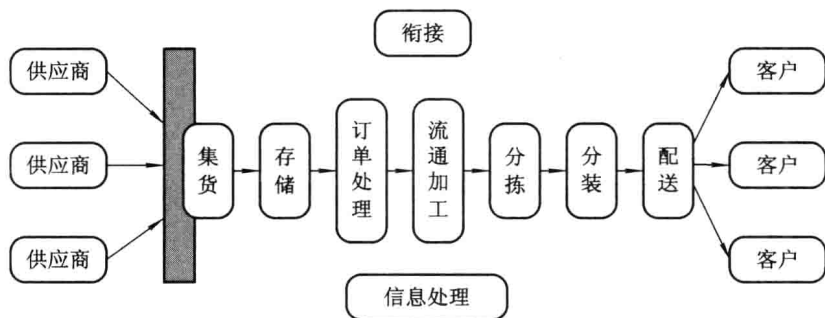


图 1-1 配送中心功能示意图

1. 采购功能

配送中心必须首先采购所要供应配送的商品,才能及时准确无误地是为其用户即生产企业、商业企业或者消费者供应物资。配送中心应根据市场的供求变化情况,制订并及时调整统一的、周全的采购计划,并由专门的人员与部门组织实施。

2. 集货功能

配送中心从众多的供应商那里按客户需要的品种较大批量地进货,以备齐所需商品,此项工作称为集货。为了能够按照用户要求配送货物,配送中心首先必须从众多的供应商那里按用户需要的品种较大批量地进货,即先必须按用户的需求集中一定规模的备货。集货功能是配送中心的基础职能,是配送中心取得规模优势的基础所在。一般来说,集货批量应大于配送批量。

3. 存储功能

配送中心的服务对象是为数众多的生产企业和商业网点(比如连锁店和超级市场)。配送中心需要按照用户的要求及时将各种配装好的货物送交到用户手中,满足生产和消费需

要。为了顺利有序地完成向用户配送商品的任務，而且能够更好地发挥保障生产和消费需要的作用，配送中心通常要兴建现代化的仓库并配备一定数量的仓储设备，存储一定数量的商品。某些区域性的大型配送中心和开展“代理交货”配送业务的配送中心，不但要在配送货物的过程中存储货物，而且它所存储的货物数量更大、品种更多。储存是配送的资源保证，是配送中心必不可少的功能。

4. 组配功能

由于每个用户企业对商品的品种、规格、型号、数量、质量、送达时间和地点等的要求不同，配送中心就必须按用户的要求对商品进行分拣和配组。配送中心的这一功能是与其传统的仓储企业的明显区别之一，这也是配送中心的最重要的特征之一。可以说，没有组配功能，就无所谓配送中心。

5. 分拣功能

分拣功能是指将一批相同或不同的货物按照不同的要求(如配送给不同的网点)，分别拣开、集中在一起，准备进行配送的作业过程。作为物流节点的配送中心，其为数众多的客户中，彼此差别很大，不仅各自的性质不同，而且经营规模也大相径庭。在订货或进货时，不同的用户对于货物的种类、规格、数量会提出不同的要求。针对这种情况，为了有效地进行配送，配送中心必须采取适当的方式对组织来的货物进行拣选，并且在此基础上，按照配送计划分装和配装货物。这样，在商品流通实践中，配送中心就又增加了分拣货物的功能，发挥分拣中心的作用。

6. 分装功能

从配送中心的角度来看，它往往希望采用大批量的进货来降低进货价格和进货费用，但是用户企业为了降低库存、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。为了满足用户的要求，即用户的小批量、多批次进货，配送中心就必须在配货时，将大包装拆箱成小包装，然后将不同客户所需要的货物进行有效的组合包装，依据送货次序在配送车辆上进行有效的码放。

7. 集散功能

配送中心将各个不同企业的多种产品集中到一起，经过分拣、配装，把众多用户所需要的多种货物有效地集合在一起，形成经济、合理的货载量向多家用户发送。配送中心在流通实践中所表现出的这种功能就是货物集散功能。

8. 加工功能

配送中心应能够按照用户提出的要求和根据合理配送商品的原则，将组织进来的货物加工成一定的规格、尺寸和形状。配送中心的基本加工功能有拆包、组配、贴标签及条码制作。这些加工功能是现代配送中心服务职能的具体体现。

加工货物是一些配送中心的重要活动。配送中心具备加工功能，积极开展加工业务，既方便了用户，省却了其繁琐劳动，又有利于提高物质资源的利用率和配送效率。此外，对于配送活动本身来说，客观上则起着强化其整体功能的作用。

为了满足用户，特别是生产企业对物料的不同需求，配送中心应该添置必要的机器设备。目前国内外许多配送中心都配备了各种加工设备，并形成了一定的加工能力。

9. 衔接功能

通过开展货物配送活动,配送中心能够把各种工业品和农产品直接送到用户手中,客观上可以起到生产和消费之间媒介的作用,衔接着生产与消费,它不仅通过集货和储存平衡供求,而且能有效地协调产销在时间上、地域上的分离。这是配送中心衔接功能的一种重要表现。

在人类社会中,生产和消费并非总是等幅度增长和同步运动的。很多工业品如煤炭、水泥产品,都是按照计划批量、均衡生产的,但是其消费却带有很强的季节性。另外有一些产品(主要是农产品)的情况却恰恰相反。其消费是连续进行的,而其生产却是季节性的。这种现象表明,就某些产品而言,生产和消费之间存在着一定的时间差。由于配送中心具有吞吐货物的能力和具备存储物资的功能,因此能够调节产品的供求关系,进而能够解决生产和消费之间的时间差的问题。从这个意义上讲,配送中心是衔接生产和消费的中介组织。

10. 信息交换和处理功能

由于多种功能齐聚在物流配送中心,物流配送中心必然会成为信息中心,货物到达、分发、装卸、搬运、储存保管、销售、客户、价格、运输工具及运行时间等各种信息在这里交汇、收集、整理和发布。配送中心应具有相当完备的信息处理系统,能有效地为整个流通过程的控制、决策和运转提供信息依据。无论在集货、储存、拣选、流通加工、分拣、配送等一系列物流环节的控制方面,还是在物流管理和费用、成本、结算方面,配送中心应均可实现信息共享。

11. 增值服务功能

为了进一步挖掘利润源泉,延伸物流系统作用范围,提高竞争力,物流配送中心具有更多的增值服务功能:

(1) 结算功能。除了物流费用的结算外,在从事代理、配送的情况下,物流配送中心还要替货主向收货人结算货款等。

(2) 物流系统设计咨询功能。为企业设计物流系统,协助企业选择评价供货商、分销商以及物流服务供应商,开展“第四方物流”。

(3) 物流教育与培训功能。向客户提供物流教育和培训服务,提高企业的物流管理水平,培养客户与物流配送中心经营者的认同感。

(4) 需求预测功能。物流配送中心通过进出货信息预测市场对商品的需求,供生产企业参考。

(5) 其他服务功能。如报关、代理征税、协助订货、销售、提供售后服务、运输生产服务、生活服务等。

第三节 配送中心的类型及组织结构

一、配送中心的分类

根据不同的分类方式,物流配送中心可以分为不同的类别。