

The Theory and Practice
of Modern Logistics Distribution

现代物流配送理论与实务

欧健 主编



中国出版集团



经济科学出版社

现代物流配送理论与实务

欧健 主编

黄生亮 副主编



世界图书出版公司

广州·上海·西安·北京

图书在版编目(CIP)数据

现代物流配送理论与实务 / 欧健主编. —广州: 世界图书出版广东有限公司, 2012.5

ISBN 978-7-5100-4605-6

I. ①现… II. ①欧… III. ①物资配送-物资管理 IV. ①F252.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 091861 号

现代物流配送理论与实务

责任编辑 李 素 侯 婧

封面设计 兰文婷

出版发行 世界图书出版广东有限公司

地 址 广州市新港西路大江冲 25 号

电 话 020-84459702

印 刷 广州市快美印务有限公司

规 格 700mm×1000mm 1/16

印 张 23

字 数 437 千字

版 次 2013年5月第2版 2013年5月第2次印刷

书 号 ISBN 978-7-5100-4605-6

定 价 72.00元

版权所有,翻印必究

前 言

现代物流是极具潜力的新兴产业,近年来作为继物质资源、人力资源之后的“第三利润源”而被高度重视。现代物流将运输、仓储、装卸、加工、整理、配送、信息处理等功能进行有机整合,对国民经济具有较高的产业关联度和很强的经济拉动作用。

配送作为物流的一个主体功能要素,由于包含物流的几乎所有功能要素,从某种意义上说,它属于物流的一个缩影。随着国民经济专业化分工越来越细以及人们对社会服务的要求越来越高,物流愈来愈显示出其作用和价值,面临着前所未有的发展机遇,受到了社会各界的广泛重视。2009年3月,国务院正式将物流列为全国十大调整和振兴的产业之一。

先进的实践必须依靠先进的理论做指导,作为从事现代物流配送的实践工作者,有时候笔者会经常为找一本好的物流方面的书籍而跑上好几个书店,但是翻来找去,很多物流方面的书籍大多偏重于理论,对实际工作指导意义不大。后来,笔者有幸到北京师范大学进行深造,于是毫不迟疑地选择了现代物流作为研究课题,并萌生了编写一本理论与实践相结合的物流方面专著的想法,这既是对自己学习成果的一次展现,也是对社会的回报。

本书以现代物流配送系统为对象,以物流企业的配送实务为主线。在具体编排上,全书共分为两部分,第一部分为理论篇,全面系统地阐述了现代物流配送的基础知识、配送模式和策略、配送中心的规划和建设、配送信息技术、配送成本管理、配送中心作业绩效评价等。第二部分为实务篇,具体介绍了订单处理、备货与储存、流通加工、拣货和补货、配货和送货、退货管理等各个流程的具体操作办法。在编写内容上,本书注重理论与实践的结合,尤为重视现代物流配送的实务操作,并结合具体案例分析,充分体现了现代物流配送的实务性和技术应用性宗旨。本书既可作为高等院校现代物流管理专业的教材,也可作为物流管理从业人员的研究参考用书。

本书在编写过程中,得到了单位领导的大力支持,充分听取了广大现代物流配送工作者的具体意见,并参阅引用了大量的中外物流专著和相关资料,在此谨向相关领导、同仁、专家、学者表示衷心的感谢。

由于编者水平有限,时间仓促,书中欠缺之处在所难免,望读者批评指正。

编者

2012年5月

目 录

第一部分 理论篇

第一章 现代物流配送的产生与发展	001
第一节 现代物流配送概述	003
第二节 现代物流配送的发展	007
第二章 配送的基础知识	018
第一节 配送概述	020
第二节 配送的基本环节	029
第三节 配送的类型	033
第四节 配送基本服务和增值服务	040
第五节 配送与运输	045
第三章 配送模式与策略	053
第一节 配送网络	054
第二节 配送模式与基本策略	060
第三节 共同配送	063
第四章 配送中心的规划与建设	075
第一节 配送中心概述	077
第二节 配送中心的管理	086
第三节 配送中心的库存控制	114
第五章 配送信息技术	127
第一节 配送信息技术概述	129
第二节 现代物流配送信息技术	131
第六章 配送成本管理	150
第一节 配送成本概述	152
第二节 配送成本的核算方式	158
第三节 配送服务与配送成本	172
第七章 配送中心作业绩效评价	182
第一节 配送中心绩效评价指标	184
第二节 配送中心绩效评价分析	201

第二部分 实务篇

第八章 订单处理	211
第一节 订单受理	212
第二节 建立客户档案	219
第三节 存货查询及订单处理	222
第四节 订单处理的合理化	228
第九章 备货和储存	235
第一节 制订进货作业计划	236
第二节 商品送达及处理	238
第三节 储存	249
第十章 流通加工	265
第一节 流通加工概述	266
第二节 流通加工的管理合理化	273
第十一章 拣货和补货	281
第一节 拣货准备	283
第二节 拣取	290
第三节 补货	293
第十二章 配货和送货	298
第一节 配货	300
第二节 送货	308
第十三章 退货管理	325
第一节 退货管理概述	326
第二节 退货处理	327
第三节 配送中心退货策略	329
附录 中华人民共和国国家标准物流术语	332
参考文献	360

第一部分 理论篇

第一章 现代物流配送的产生与发展

【本章主要内容】

现代物流配送产生的背景,现代物流配送的产生,配送在物流中的地位与作用,发达国家配送的发展状况,我国配送的发展状况,配送的发展趋势。

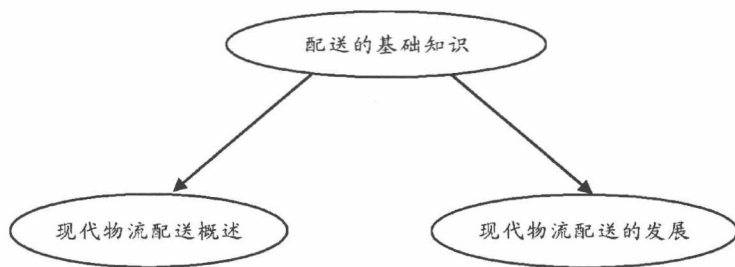
【本章重点】

发达国家配送的发展状况,我国配送的发展状况,配送的发展趋势。

【本章难点】

配送的发展趋势。

【本章内容框架】



【案例导入】

不断创新的海尔物流

2001年3月31日,坐落在海尔开发区工业园的海尔国际物流中心正式启用,由国家“863计划”项目海尔机器人有限公司整合国内外资源建设而成。海尔国际物流中心高22米,拥有1.8万个标准托盘位,其中原材料托盘位9768个,产成品托盘位8288个,包括原材料和产成品两个自动化物流系统以及世界

上最先进的激光导引技术开发的激光导引无人运输车系统、巷道堆垛机、机器人、穿梭机等,全部实现现代物流的自动化和智能化。海尔国际物流中心已达到世界先进水平,通过硬件和软件两方面的领先技术应用,对传统意义上的仓库进行了革新。海尔的“一流三网同步模式”对中国其他企业具有很好的借鉴作用。

海尔物流管理的“一流三网”充分体现了现代物流的特征:“一流”是以订单信息流为中心;“三网”分别是全球供应链资源网络、全球用户资源网络和计算机信息网络。“三网”同步运动,为订单信息流的增值提供支持。

海尔物流的“一流三网”的同步模式可以实现以下4个目标:

为订单而采购,消灭库存。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必需的物质,从根本上消除了呆滞物资,消灭了库存。目前,海尔集团每个月平均接到六千多个销售订单,这些订单的定制产品品种达七千多个,需要采购的物料品种达十五万多种。海尔进行物流整合以来,呆滞物资减少73.8%,仓库面积减少50%,库存资金减少67%。海尔国际物流中心货区面积7200平方米,但它的吞吐量却相当于30万平方米的普通平面仓库,海尔国际物流中心只有10个叉车司机,而一般仓库完成这样的工作量至少需要上百人。

双赢,赢得全球供应链网络。海尔通过整合内部资源,优化外部资源,使供应商由原来的2336家优化至978家,国际化供应商的比例却上升了20%,建立了强大的全球供应链网络,GE、爱默生、巴斯夫等世界500强企业都成为海尔的供应商,有力地保障了海尔产品的质量和交货期。不仅如此,更有一批国际化大公司以其高科技和新技术参与到海尔产品的前端设计中,目前可以参与产品开发的供应商比例已高达32.5%。

3个JIT,实现同步流程。由于物流技术和计算机信息管理的支持,海尔物流通过3个JIT,即JIT采购、JIT配送和JIT分拨物流来实现同步流程。目前通过海尔的BBP采购平台,所有的供应商均在网上接受订单,并通过网上查询计划与库存,及时补货;货物入库后,物流部门可根据次日的生产计划利用ERP信息系统进行配料,同时根据看板管理4小时送料到工位;生产部门按照B2B、B2C订单的需求完成订单以后,满足用户个性化需求的定制产品通过海尔全球配送网络送达用户手中。目前海尔在中心城市实现8小时配送到位,区域内24小时配送到位,全国4天以内到位。

计算机网络连接新经济速度。在企业外部,海尔CRM(客户关系管理)和BBP电子商务平台的应用架起了与全球用户资源网、全球供应链资源网沟通的桥梁,实现了与用户的零距离。目前,海尔的采购订单100%由网上下达,使采购周期由原来的平均10天降低到3天;网上支付已达到总支付额的20%。在企业内部,计算机自动控制的各种先进物流设备不但降低了人工成本,提高了劳动

效率,还直接提升了物流过程的精细化水平,达到质量零缺陷的目标。计算机管理系统搭建了海尔集团内部的信息高速公路,能将电子商务平台上获得的信息迅速转化为企业内部信息,以信息代替库存,达到零营运资本的目的。

第一节 现代物流配送概述

一、现代物流配送产生的背景

现代物流配送产生的背景虽然在各个国家不尽相同,但其根本原因有两点:一是在西方资本主义社会中,经济主体在追求利润最大化的原动力驱使下考虑如何尽可能用最低的消耗、最少的投入来谋取最大的利润,而现代物流配送正是一种降低流通费用和生产成本的最有效办法。因此,推行配送制,是西方国家企业追求利润最大化的必然的经济行为。二是社会化大生产发展到一定阶段的客观要求决定了商品生产价值的实现与转换,并直接影响社会再生产的流通领域,要求其与之相适应,加快社会化进程。配送正是实现物流社会化的最佳途径。同时,社会生产力的发展和科学技术的进步又为配送制的发展奠定了必要的物质基础。

从20世纪六七十年代开始,发达国家的经济发展出现了几个显著的特点:一是在生产过程中通过提高生产效率而获取的利润空间越来越小,因而将利润的增长点转向了流通领域。二是由于社会化大生产使生产成本相对下降,在一定程度上刺激了消费,因此产品逐渐丰富,在流通领域出现了超级市场、商业街等大规模的物资集散场所,提高了物资流通的速度和能力,这使得商品的流通成本相对于生产成本有了降低的可能和趋势。三是市场竞争日趋激烈。生产中各个重要的环节逐渐趋于专业化,物流与商流分离的情况更加突出。因此,通过配送提高流通中的专业化、集约化的经营程度,有效地满足市场需求,提高服务水平,降低流通成本,使产业资本在流通中发挥更大的效益,就成为资本的一种内在要求。

现代物流配送正是在这种背景下,从降低成本、实现产品连接和迎合市场营销观念的角度出发应运而生。物流活动使物资流通的各个环节相互连接,使原来分散、孤立的各项物流活动联结起来,形成了一个物流大系统。

在美国,20世纪60年代以来,仓库主要是储存货物,离产品产地很近。那时美国工业产地主要在东海岸,粮食产地在中部,所以仓库大多建在东海岸和中部。随着社会的发展,人们开始向西部和南部迁移,使西部和南部地区也出现了制造业,仓库也随之建立起来。随着生产力的进步,人们的生活水平不断提高,供给的时间差越来越显现出来,为满足消费者的需求,周转越来越快,储存期越来越短,对物流的要求也发生了变化,由此提出了“配送”的概念,原来的仓库

也开始由“贮备型”向“流通型”转变。

在日本,第二次世界大战后的十几年内,其经济高速增长,但流通渠道建设的滞后阻碍了生产的进一步发展。分散的物流使流通机构庞杂,生产企业运输效率低下,物流费用上升。这一现象引起了日本企业共同协会和政府部门的关注,它们决定积极推行共同配送,此举得到企业界的大力支持,于是配送便产生了。

在英国,企业普遍认识到配送是企业经营活动的组成部分。这种态度和认识的转变,首先发生于销售行业。由于消费者需求的变化、对服务要求的提高及销售企业向大型化、综合化方向发展,引起了市场结构的变化。过去许多单一品种的独立的销售机构逐渐消失或成为一些企业集团的销售机构。随着销售企业的大型化、综合化,对商品的需求不仅在数量上猛增,而且对商品的品种要求也日趋复杂,配送正是为了适应这一需要而产生的。

二、现代物流配送的产生

现代物流配送产生于20世纪60年代初期的美国。在这个时期,人们开始重视降低物资采购及产品的销售成本,技术的发展也为大批量配送提供了条件,物流就脱离了原有的“仓储和运输就是物流”或“配送就是物流”的传统层面,作为一个产业应运而生,并逐步向组织化、系统化方向发展。物流活动中的一般性送货开始向备货、送货的现代化方向转变。

经济的快速发展,市场竞争的日趋激烈,由此带来了货物运输量的急剧增加,配送在一些发达国家开始发展,欧美国家的一些企业相继调整了仓库结构,设立了配送中心,普遍开展了货物配装、配载及送货上门服务。

配送作为现代物流和现代商贸流通的核心职能,是在变革和发展仓储业的基础上逐步发展起来的。从某种意义上讲,配送是仓储功能的扩大化和强化。传统的仓库和仓储业是以储存和保管货物为职能的,其基本功能是保持储存货物的使用价值,为生产和经营的连续运转提供保证。随着社会生产力的不断发展,专业化和社会化的大生产已成为社会生产的主要形式。社会竞争日趋激烈,生产和消费的节奏逐步加快,迫切要求缩短流通时间和减少库存资金的占用量,同时需要社会流通组织提供系列化、一体化和多形式的后勤服务。许多经济发达国家的仓储业开始调整内部结构,扩大业务范围,转变经营方式,以适应市场变化对仓储功能提出的新要求。很多传统仓库转变成了现代物流配送中心,其功能由货物的“静态储存”转变成“动态储存”,业务活动也由原来单纯的储存保管变成了向社会提供多种服务,并把入库、保管、加工、分拣、配装、输送等作业连成了一个整体。从服务方式上看,变革以后的仓库可以主动为客户提供“门到门”的服务,这样,配送就形成和发展起来了。

三、配送在物流中的地位与作用

配送在物流中的作用表现在以下几个方面:

1. 配送有利于促进物流的社会化、合理化

配送不仅能促进物流的专业化、社会化发展,还能以其特有的运动形态和优势调整流通结构,促使物流活动向“规模经济”发展。从组织形态上看,它是以集中的、完善的送货取代分散的、单一性的取货;在资源配置上,则是以专业组织的集中库存代替社会上的零散库存,衔接了产需关系,打破了流通分割和封锁的格局,很好地满足了社会化大生产的需要,有利于实现物流的社会化和合理化。

2. 配送有利于促进物流设施和装备的技术进步,加快物流现代化的步伐

配送作为一种现代化的物流方式,是科技在物资流通领域的集中反映。发展配送,有利于促进物流设施和装备的技术进步,具体表现在三个方面:一是促进信息处理技术的进步。随着配送业务的开展,需要处理的信息量越来越多,数据结构复杂,信息的传递、更新、处理要求准确、及时、全面,原始的手工处理信息速度慢且容易出差错,已适应不了配送工作的要求,必然要以计算机管理信息系统和计算机通信网络为依托,大量应用电子计算机这一现代化的信息处理技术。二是促进物流处理技术的进步,从而提高物流速度,缩短物流时间,降低物流成本,减少物流损耗,提高物流服务质量。配送业务的发展,使配送作业环节多,工序错综复杂,且配货比例和时间要求精确。因而整个过程依赖于现代技术和装备。分货、配货货场多为自动化立体仓库,而且大量采用各种传送带及识码、拣送等自动化设备,使配送作业流水线化。三是推动物流规划技术的开发与应用。随着配送业务的开展,配送货主越来越多,随之而来就产生了配送线路的合理选择、配送中心选址、配送车辆的配置和配送效益的技术经济核算等问题,对这些问题的研究和解决,促进了我国物流技术的发展,使之达到一个新阶段。

3. 配送有利于促进商物分离,加快商品流通

未开展配送业务之前,各个商店都有自己的仓库,并各自进行物流活动,这叫做“商物一致”。开展配送业务以后,配送中心就可以充分发挥网络多、情报快、物流手段先进和物流设施齐全的优势,专门从事物流活动,而各商店只要保持较低水平的库存即可。这就大大改善了零售企业的外部环境,使零售企业有更多的资金和精力来专心从事商流活动,从而促进了商物分离。

此外,开展配送业务后,现代仓储的作用已由储存、保管商品的使用价值向集散、分送商品,加速商品流通速度的方向发展。仓储业从储存、保管的静态储存转向融保管储存、流通加工、分类、拣选、商品输送等为一体的动态储存。建立配送中心后,仓储业的经营活动将由原来的储备型转变为流通型。不仅保证了商品的使用价值完好无损,而且可以做到供应及时,送货上门,其经营方式也从等客上门向主动了解并满足用户需求的方向转变。

4. 配送有利于降低流通过费用,节约生产成本,提高物流的经济效益

(1)目前,我国生产企业再生产物资供应一般都是自行向社会采购,验收入库,再按生产进程要求,供应到本企业的分厂、车间、生产线或工位。配送可利用集中的社会库存,根据生产企业用户的需要,将两次供应合二为一,直接将物资供应到生产线。生产企业一是不必派专人专车向多家物资供应商采购进货,节约了推销人员和采购人员的各种差旅费;二是不必设置仓库和将物资投入仓库,减少了库容占用;三是不必占用物资储备资金,加速了资金周转;四是有利于腾出更多的人力、财力以投入到产品改进和新产品开发上。

(2)发展配送制可加快物流速度,有利于降低物资损耗,节约运输费用。可以集中多家物资于物资配送中心,对工厂和外地的物资实现统一收货;对不能直达直运的物资实现统一中转;将多家发往外地的物资,按发往的流向合装整车统一发货;对本市和外市的多家连锁机构或生产用户需要的物资,配好货后合装一个货车,沿着物资送往的流向沿途分卸,实行统一配送,从而可大大提高干线运输水平,既可以避免不合理运输、承运量不足与运力浪费的现象,也可以避免由于装备落后、车辆空驶、包装破损、物资变质失效等原因造成的损失。

(3)发展配送制可促使流通加工固定化,减少原材料的社会消耗量,节约有限的资源。配送制使配送主体与生产企业间建立起一种相对固定而广泛的供需关系,配送主体有可能依照用户的多样化需要,建立流通加工生产线,对进入正式生产前需做准备性加工的物资按生产要求进行加工并配送到用户手中。

5. 配送有利于稳定供需关系,形成可调控的、竞争有序的生产资料市场

推行配送制,流通企业与生产企业在市场经济规律作用下,根据自身利益,充分行使经济实体的自主权,坚持平等、自愿、互利的原则,签订配送协议和合同。既可摆脱不恰当的行政干预,又可规范市场主体行为,发挥国有物流企业的主渠道作用(不是通过行政权力的强制确认,而是通过市场竞争的公平选择),使那些非正式和非法的生产资料经营企业失去市场机会,真正体现优胜劣汰的竞争机制。在互为依托的配送活动中,供需关系得以稳定和巩固,生产企业和物流业紧密联合,也有利于物价平稳和市场的相对稳定。同时,由于配送对生产资料的高度集中,可有效地衔接产需关系,及时地对市场供求关系变化信息做出反应,因而有利于国家通过配送制来对市场进行必要的调控。市场通过配送的反馈调节功能支持和引导生产企业,生产企业通过配送主体的吸纳而主动掌握竞争机遇、开拓市场,取得更好的经济效益,真正实现“国家调控市场,市场引导企业”。

6. 有利于贯彻国家产业政策,促进资源配置的合理化

资源配置合理化是现代物流的目标之一。衡量资源配置是否合理,一要看是否把有限的资源投放在优先满足社会最重要的需求上;二要看有限的资源是

否优先用于最大效益的需求,使社会效益最高;三要看有限的资源是否得到最充分的利用,使浪费最小。实行配送制使社会库存集中管理,有利于统筹规划资源的分配,便于社会资源接受国家发展计划调节,也便于金融部门确定投资扶助方向,贯彻国家产业政策,以产业政策为依据,按生产、建设单位的合理需要进行配送,尤其是有选择性地对国家重点建设项目、关系国计民生和出口创汇的企业进行重点配送。所以,配送推行愈广,发展愈快,层次愈高,资源配置合理化程度就愈高。

第二节 现代物流配送的发展

一、发达国家配送的发展状况

(一)配送观念的发展

原始的送货形态可以说是伴随着市场的形成而产生的一种必然市场行为。随着社会经济的不断发展,市场逐渐由卖方市场转向买方市场,生产厂商越来越重视营销过程中的售后服务,采取各种各样的营销手段促进销售。送货最初便是作为一种服务手段出现的,直到20世纪60年代,很多企业仍然将送货看成是“无法回避、令人讨厌、费力低效,甚至是有碍企业发展的活动”。但这之后,企业开始将配送作为企业发展的战略手段,并以高新技术支持其发展。

第一,科学技术的进步和生产力的发展,为现代物流配送提供了高效的管理方式与先进的技术装备,将费力低效的送货活动转变为省力高效的配送活动。

第二,劳动生产力的提高,越发体现出现代物流配送领域的开发潜力,成为企业新的利润增长点。

第三,生产力的发展大大促进了社会分工。配送的服务性功能得以增强,配送成为企业增强自身竞争能力的手段之一。

(二)配送方式和手段的发展

在配送观念发生变化的同时,配送方式和手段也有很大发展,突出反映在以下几个方面:

1. 配送活动的共同化

初期以单个企业为主体的配送方式,随着市场的发展,出现了配送车辆利用率低、不同配送企业间交叉运输、交通紧张等问题。随着近些年的发展,为满足不同客户的配送需求,企业已大范围考虑配送合理化,致力于推行整个城市、所有企业的共同配送方式。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。例如,日本于20世纪60年代开始的共同配送,就是在各个公司效率低而且难以解决的情况下被采用的。

2. 配送活动的计划性

初期的配送活动缺乏计划性,处于被动服务地位。配送活动的计划性有效地促进了配送合理化,同时降低了成本,受到企业的欢迎。

3. 配送区域的扩大化

随着交通运输条件的改善,一些发达国家将配送服务区域扩大到更大范围。美国已开展了洲际配送系统,日本不少配送业务是在全国范围或在很大区域范围进行的,如日本东京的三味株式会社的配送系统和日本资生堂的配送系统等都是全国性的配送系统。

4. 配送方式的多样化

由于流通过程、流通对象及流通手段复杂,出现了多种多样的配送方式,如在日本出现的“宅急送”、“宅配便”、小批量快递系统、准时供应系统等多种形式。

5. 配送运输的专业化

在欧美和日本,配送运输的专业化程度相当高。比如,日本的企业一般不配备自营汽车,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,更好地满足需求。

6. 配送管理信息化

随着配送规模的扩大和信息技术的快速发展,配送管理方式取得很大进展,突出表现在以下三个方面:一是信息传递与处理;二是计算机辅助决策;三是计算机与其他自动化装置的操作控制,如无人搬运车、配送中心的自动分拣系统、光电识别系统和条形码技术等。

二、我国配送的发展状况

20 世纪 70 年代以前,我国经济研究中几乎没有使用过“物流”一词,但物流各环节的运作早就存在于国民经济的各个领域。自 20 世纪 80 年代初以来,现代物流配送在我国逐渐得到了关注和重视。20 世纪 90 年代以来的流通实践证明配送是一种较好的物流形式,我国很多城市的物资部门都设立了配送中心,配送得到了很快发展。

(一) 配送发展的经济环境的市场条件

改革开放 30 多年来,经济持续快速发展,我国目前已初步具备了配送发展的经济环境 and 市场条件。

1. 良好的经济环境

随着市场经济的不断发展,我国经济保持了多年的快速增长态势并仍将延续,市场的商品供求关系发生了根本变化,打破了长期以来商品供不应求的卖方市场格局,逐步形成了买方市场,市场竞争日趋激烈,促使企业在营销过程中更加重视科学管理。

2. 必要的微观基础

推进企业改革、着力培育市场主体是市场化改革进程中的一个重要方面。由于所有制理论的突破和改革开放政策的引导,特别是近年来大力发展中小企业的政策,使得一大批非国有经济市场主体迅速成长起来,成为我国经济发展中不容忽视的经济力量。

3. 充分的技术基础

现代物流管理和配送技术中大量使用了先进的信息技术和商品物流技术,这些技术在西方发达国家已经日趋完善,目前已有相当多的物流和配送技术开始进入我国并在企业中得到越来越广泛的应用,例如条形码技术、计算机信息管理技术、ERP 管理系统等。

4. 强有力的政策支持

为了大力促进流通体制改革和流通现代化的进程,促进连锁经营等组织形式的发展,国家有关部门对商品物流和配送采取了积极鼓励和支持的政策。目前,国内物流和配送服务已有较快的发展,现代物流配送已经成为许多企业降低成本、提高竞争能力的重要手段。目前相当多的零售企业建立了自己的配送中心,为企业内部的连锁网点提供现代物流配送服务,一些连锁企业配送商品比例已经超过企业经营品种的 50%。在社会化现代物流配送方面,一些大型批发企业和零售企业正在积极探索和尝试开展社会化现代物流配送服务,各种新型流通组织正在形成。

(二)影响和制约我国配送发展的主要因素

1. 对配送缺乏正确的认识

虽然我国对物流和配送的研究早在 20 世纪 80 年代就已开始,但与发达国家相比,由于历史原因,长期以来人们形成了重生产、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。

2. 现代物流配送方面的人才短缺

从国外现代物流配送的发展经验来看,现代物流配送方面的从业人员应当具有一定物流知识和实践经验。为此,国外现代物流配送的培训教育系统非常发达,形成了先进的现代物流配送人才的教育培训体系,相比较而言,我国在现代物流配送方面的教育还跟不上物流市场的发展。

3. 现代物流配送发展所需的制度环境还有待进一步深化改革

物流与配送发展所需的制度主要是指融资制度、产权转让制度、人才使用制度、市场准入或退出制度、社会保障制度等。这些制度的改革,目前还远远不能适应企业经营的需要,也不能适应市场经济体制改革的要求。

三、配送的发展趋势

配送通过现代物流技术的应用来实现商品的集货、储存、分拣和运输等。因

此,配送过程集成了多种现代物流技术。建立现代化的高效率配送系统,必须以信息技术和自动化技术等先进技术为手段,以良好的交通设施为基础,不断优化配送方法,而配送现代化也必然推动物流新技术的应用和开发,促进科学技术的不断发展。

在信息化时代,随着网络技术、电子商务、交通运输和管理的现代化,现代物流配送也将在运输网络合理化和销售网络系统化的基础上实现整个物流系统管理的现代化,使配送各环节作业实现自动化、智能化。配送发展的主要趋势体现在以下几个方面。

(一) 配送模式由生产者和销售商自营转变为以第三方现代物流配送为主

随着物流的发展和分工的深化,第三方物流企业不断出现,以其专业化现代物流配送职能取代了原有的生产者和销售商的自营现代物流配送,简化了企业交易程序,使企业能够专注于自己的核心业务。进而起到优化资源配置、降低成本、提高效率的作用。另外,随着城市社区服务体系的逐渐完善,第三方物流企业把不同商品集中综合配送效率更高,可以提高配送网络的利用效率,大大节约交易费用。同时,由于第三方物流的不断发展,物流企业能够更好地了解客户的需求,及时调整经营模式和服务内容,最大限度地缩短订货处理周期,提高现代物流配送系统的反应速度。

(二) 将现代技术和方法与电子商务发展相融合

随着配送规模的扩大和计算机网络技术的发展,现代物流配送普遍运用计算机管理,计算机在进货、配货、分拣、调度和选址等方面做辅助决策逐渐成为趋势。同时,现代物流配送和电子商务发展相融合,充分利用国际互联网、电子商务安全等技术,大范围普及构筑物流信息系统、控制系统、电子数据交换系统、卫星导航与定位系统、移动通信系统、CD-ROM 电子地图等。

(三) 配送模式从少品种、大批量向多品种、小批量转变

传统配送主要是为企业间交易服务的,配送的对象主要是生产资料,生活资料占的比例相对较少。由于生产资料品种规格单一,需求量大,配送过程基本不需分拣、配货,多采用少品种、大批量的配送模式。随着市场需求个性化和多样化的发展,以及商业连锁经营的推广和普及,市场需求具有品种规格繁多、单次需求量少、客户多的特点。另外,企业间由于通过电子商务进行交易,订货作业变得简单、快捷。因此,为了降低成本、提高效率、增强市场应变能力,配送模式也向小批量、多批次方式转化。

(四) 现代物流配送的自动化、机械化趋势

配送作业的自动化与机械化突破了体力劳动和手工劳动的传统模式,出现了大量自动化程度相当高的无人立体仓库,采用了如自动装卸机、自动分拣机、无人取货系统和搬运系统等自动化的物流设施,为高效、快速、优质的配送服务

提供了技术基础。

(五)现代物流配送趋向合理和有序化

1. 设置配送中心,集中进行配送

在长期的流通实践中,很多从事送货活动的企业(厂商)或批发商意识到,在货物运距较远,顾客较多,且需求日趋复杂的情况下,直接从工厂或仓库装货,并且直接将装备好的货物送至客户手中并不十分经济;采用直达送货的办法开展配送,有时会浪费运力,增加物流成本。为了更有效地组织物流活动,许多厂商或批发商纷纷在流通枢纽地设置了配送中心,并以配送中心为基地开展配送活动。

采用设置物流节点(即配送中心)的办法开展配送活动,从原则上说,是为了谋求高效率地向社会提供后勤服务。具体说来,则是出于以下几点考虑:

(1)控制物流费用。配送货物时,不再从工厂(或企业)直接装货和直接发货,而是先由配送中心集货,然后统一安排送货活动。这样做有利于合理规划运输线路,并可通过计划运输达到控制费用的目的。

(2)集中存储物资,保持合理的库存。设置配送中心,实践中将若干个“自备仓库”储存、保管的货物适当加以集中,这样可以避免因仓库重叠、分散而导致储存物资积压和浪费。

(3)提高服务质量,扩大销售。在物资消费较为集中的地区设置配送中心组织配送活动,便于及时、全面地了解客户需求,从而可以掌握第一手材料,为服务和扩大销售创造有利条件。

(4)防止出现迂回运输和相向运输等现象。在通常情况下,品种繁多的商品是由分散在全国各地的众多工厂生产出来的,若分头从各个工厂直接将商品配送到消费点(或客户手中),势必会出现迂回运输和相向运输现象,进而会导致交通拥挤,增加运输费用。而选择适当的地方设置配送中心,以配送中心为基地进行集货并理货,然后统一运送货物,因各项活动相对集中,便于制订统一计划,这样可以减少甚至消除不合理的运输现象。

2. 实行计划配送制度

近些年,在一些国家,由于物流量急剧增加而道路拥挤,致使交通状况一度恶化,也带来了运输效率下降、运输成本增加等不良后果。针对这些情况,许多企业在实践中推行了高效率的“线路发送”和“行车时间表式的发送”等计划配送制度。其操作方法是:按照地区和配送货物的数量将配送服务对象(即顾客)进行划分,然后在此基础上确定配送的时间间隔和到达目的地的具体时间。上述按照确定的时间间隔(如当日或隔日)进行配送,称为“线路发送”;而按照规定的到货时间进行配送,则称为“行车时间表式的发送”。在日本出版的专业书籍中,又把上述这两种配送方式分别称为“定线路配送”和“定时配送”。