



高等职业教育规划教材·物流系列



物流配送实务

丛书主编 张 铎 丛书副主编 苑晓峰 杜学森

本册主编 邓汝春

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

高等职业教育规划教材·物流系列

物流配送实务

丛书主编 张 铎

丛书副主编 苑晓峰 杜学森

本册主编 邓汝春

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

本物流系列教材是根据现代职业教育理论、物流专业特点及其趋势编写的,共12册。本教材在介绍配送和配送中心基本概念的基础上,全面、系统地介绍了配送中心的规划与建设、配送中心的各项作业以及配送中心运营管理的各个方面的知识 with 技能。教材内容涵盖了当今社会领域中关于配送的理论、设计、操作和运营的方方面面。本教材适合作为高职高专物流专业教材;同时也可作为相关专业教材和物流师培训教材,也可供物流从业人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

物流配送实务/邓汝春主编. —北京:中国铁道出版社,
2008.8

高等职业教育规划教材. 物流系列

ISBN 978-7-113-08816-3

I. 物… II. 邓… III. 物流—物资管理—高等学校:技
术学校—教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 116513 号

书 名: 物流配送实务

作 者: 邓汝春 主编

策划编辑: 李小军

责任编辑: 李小军

特邀编辑: 薛秋沛

责任校对: 李 倩

编辑部电话: (010)63583215

封面设计: 付 巍

责任印制: 李 佳

出版发行: 中国铁道出版社(北京市宣武区右安门西街8号 邮政编码:100054)

印 刷: 北京市兴顺印刷厂

版 次: 2008年8月第1版 2008年8月第1次印刷

开 本: 787mm×960mm 1/16 印张: 16 字数: 318千

印 数: 4 000册

书 号: ISBN 978-7-113-08816-3/F·544

定 价: 25.00元

版权所有 侵权必究

本书封面贴有中国铁道出版社激光防伪标签,无标签者不得销售

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社计算机图书批销部调换。

专家委员会

主任委员:王耀球(北京交通大学物流研究院副院长、教授、博士生导师)

副主任委员:黄中鼎(上海第二工业大学经济管理学院副院长、教授)

陈进(对外经济贸易大学信息学院院长、教授)

祁明(华南理工大学电子商务学院院长、教授)

委员:张铎(21世纪中国电子商务网校校长、教授)

梁绿琦(北京青年政治学院院长、教授)

蒲果泉(西南财经大学天府学院院长、教授)

穆瑞杰(郑州铁路职业技术学院院长、教授)

支芬和(北京联合大学应用科技学院常务副院长、教授)

陈代芬(深圳职业技术学院经济管理学院副院长、教授)

李长霞(天津交通职业学院副院长、副教授)

孙佐(中国外运股份有限公司高级工程师)

王佐(中国北方工业公司高级工程师)

编委会

主任:张铎

副主任:严晓舟 苑晓峰 杜学森

编委:(按汉语拼音音序)

邓汝春 高嵩 光昕 胡绍宏 姜志遥 李小军

陆光耀 沈珺 王磊 王郁葱 张谦 张成龙

丛书序

物流是一个跨行业、跨部门的复合产业,同时它又是劳动密集型和技术密集型相结合的产业。在运输、储存、包装、流通加工、装卸搬运、配送、信息处理等物流所包含的每一个功能环节中,都需要大量的人员去操作。

据统计,全国各类企业中物流从业人员总数在 1 000 万人以上;并且,随着经济的增长和社会物流总额的增长,物流从业人员的数量还将不断上升。

虽然我国物流从业人员群体数量具有较大规模,但是物流从业人员素质普遍较低,其中具有物流专业教育背景的人员更是微乎其微。在物流从业人员中,75%~85% 的人员是在从事操作岗位的工作。而由于交通限制、客户需求、服务质量要求等原因,物流操作往往需要全天候 24 小时作业,这种作业特点使得物流操作人员的需求成倍增加;并且随着信息技术、自动仓储技术、包装技术、装卸搬运技术及相应设备在物流活动中的广泛应用,以及市场对物流服务质量的要求,对物流操作人员的素质要求也在迅速提高。所以,物流业的发展需要大批具有一定文化水平并具备一定技能的物流操作人才。

但是,目前国内物流操作人才严重短缺。一方面,我国物流市场庞大,物流用固定资产投资加速,对物流操作人才产生巨大需求;另一方面,国内物流操作人才现状不容乐观。目前,国内各类企业中物流操作岗位的从业人员中受过系统职业教育的不足 0.8%。

为加速物流人力资源的开发,缓解物流人才紧缺的状况,促进我国物流业的协调健康发展,教育部联合劳动和社会保障部、中国物流与采购联合会共同组织制订了职业院校物流专业紧缺人才培养培训指导方案。

根据《高等职业教育物流管理专业紧缺人才培养指导方案》的要求,按照国内优秀职业教育教材标准,我们组织开发和编写了“高等职业教育规划教材·物流系

列”教材。本系列教材具有如下特色：

◇ 以教育部新颁布的“培养方案”为依据，以现代职业教育理论为指导；

◇ 注重“以能力为本位，以就业为导向”的原则；突出“理论够用，重在实操”的特色；

◇ 打破传统的按照学科进行教材编写的模式，开发和推广与生产实际、技术应用密切联系的实操实验性课程和教材；

◇ 可读性强：每章以引例导入，案例结束；选编案例注意针对性，分析条例富有启发性；

◇ 形式新颖：编写体例活泼，栏目丰富，文图表有机结合，读者好学易记。

本系列教材共 12 分册，分别是《物流基础》、《物流管理》、《物流信息管理》、《物流成本管理》、《物流市场营销》、《物流企业会计基础与实务》、《现代物流与自动识别技术》、《仓储管理实务》、《运输管理实务》、《物流配送实务》、《电子商务》、《物流实验教程》等。各编者均来自于教学第一线，具有丰富的教学经验。编委会对各分册教材大纲、定位、编写特色等进行了多次论证，丛书主编张铎，丛书副主编苑晓峰、杜学森对各分册内容逐一检查、统稿和定稿，基本实现了本系列教材专家委员会对教材定位及其编写的要求。特别是《物流市场营销》、《现代物流与自动识别技术》以及《物流实验教程》等教材，来源于物流实践，应用于物流教学，与同类教材相比具有鲜明的特色。

本系列教材适合作为高职院校物流管理专业教材，也适合作为物流师培训教材、物流从业人员的参考书。

感谢所有参加本系列教材编撰的各位作者和支持者。

丛书主编：张 铎

2008 年 6 月

前言

配送是经济发展到一定阶段的产物,它是物流合理化的结果,也是科学技术尤其是以信息技术等为代表的物流技术发展的结果。在现代经济条件下,配送活动非常广泛,涉及国民经济发展的各个领域,对于推动各地区、各行业、各企业的发展起到了举足轻重的作用。尤其是近年来,国内一些大中型企业开始重视物流,加强对物流建设的投入,纷纷建设了一批具有先进技术的配送中心,极大地推动了我国物流配送事业的发展。

另外,由于配送活动是一项综合性的物流活动,它集运输、仓储、装卸搬运、流通加工和信息处理活动于一体,对于物流专业的学生来说,学习配送管理从某种程度上说就等于学习了整个物流系统。同时,配送也是集企业管理、物流操作、系统规划于一体的活动,它非常适合高职高专的学生学习。因此,作为高职高专物流专业的学生,必须要掌握好这门技术。

本人在相关企业从事物流管理工作的过程中,比较系统地掌握了从配送中心设计到运营的全过程,对这个领域相对来说比较熟悉。从事教育工作后,又学习和研究了许多专业人士关于配送中心的理论著作以及相关教材。从近年来各出版社出版的关于物流配送的同类型教材来说,其主要内容总体上还是不错的,基本把配送领域中的内容编著了进去。但是,就单本教材来说也存在不少问题,比如内容不全、主次不分、逻辑错误、针对性不强等。针对这些问题,本人结合自己的工作经验,总结其他专著和教材,编写了这本《物流配送实务》作为高职高专物流管理等相关专业的教材。相比其他同类教材来说,它具有如下一些特点:

第一,内容全面。本教材共十章,论述配送及配送中心的基本概念、配送中心的规划设计、配送中心的物流作业、配送中心的运营管理以及新型的配送类型,内容涵盖当今社会该领域中关于配送的理论、设计、操作和运营各个方面,使学生

全面掌握配送这门技术。

第二,主次分明。针对高职高专学生将来的就业岗位,关于配送中心规划与建设方面是次要的,而配送中心的各项物流作业是主要的。因此,在内容安排方面,本教材做了明显的主次区别,重点讲述配送中心的各项物流作业,而其他内容则只做简要讲述。另外,本书也较好地处理了该课程同运输管理、仓储管理等其他专业课程的关系。比如,关于送货运输这一物流环节,其属于运输学的内容,本书没有做深入讲述,从而避免了内容的重复。

第三,案例紧扣内容。本书每一章都有两个比较大的案例,一个位于每章的开头,另一个位于每章的结尾。前一个案例是引导案例,主要由教师讲解,引入该章内容。后一个主要由学生阅读,检验学生在学完该章后对理论知识的具体应用情况。这些案例都经过精心选择,是本教材的重要组成部分,对教与学都有重要作用。

第四,突出实训。高职高专的教学非常重视实训,而配送本身也是实践性较强的活动。本书每一章的后面都设计了一个针对该章内容的实训项目,教师可以安排学生按照实训要求去做,相信教学效果会非常好。另外需要说明的是,每一章的内容并非只有一个实训项目,教师可以根据本书关于实训的设计去设计其他实训项目。

本书适合作为高职高专物流专业的专业教材,也可作为物流师培训教材,对于企业管理者、物流从业人员也具有参考价值。

在编写此书的过程中,我参考了许多同行的经验,引用了许多专家的著作和文献资料,在此表示衷心的感谢。由于编者水平有限,书中难免存在一些疏漏,恳请读者批评指正!

编 者

2008 年 5 月

目 录

第一章 物流配送概述	1
第一节 配送的概念	2
第二节 配送的形成和发展	7
第三节 配送的种类	9
第四节 配送管理	14
第二章 配送中心概述	24
第一节 配送中心的概念	25
第二节 配送中心的类型与特征	29
第三节 配送中心的经营管理概述	31
第四节 我国配送中心的发展概况	34
第三章 配送中心的规划与建设	44
第一节 配送中心的规划与建设概述	46
第二节 配送中心的选址	50
第三节 配送中心的系统规划	54
第四节 配送中心的设备配置	68
第四章 进货验收与装卸搬运作业	81
第一节 进货作业流程与组织	82
第二节 商品的分类与编码	85
第三节 商品的验收	90
第四节 装卸搬运作业	95
第五章 配送中心储存管理	104
第一节 储存规划与管理	105
第二节 储位管理	110

第三节 商品的养护与盘点	115
第四节 库存管理与控制	120
第六章 订单处理与分拣作业	129
第一节 订单处理	131
第二节 分拣作业概述	136
第三节 拣货作业及其规划	138
第四节 补货作业	149
第五节 拣货作业效率的评价	151
第七章 出货、送货与退货作业	158
第一节 出货作业	159
第二节 送货作业	162
第三节 退货作业	166
第八章 配送中心信息系统	174
第一节 配送中心信息系统概述	175
第二节 配送中心信息系统的模块	180
第三节 配送中心的信息化技术	187
第九章 配送中心的运营管理	200
第一节 配送质量管理	201
第二节 配送成本管理	204
第三节 配送中心的绩效管理	211
第四节 配送增值服务	215
第十章 新型配送	221
第一节 电子商务配送	222
第二节 加工配送	229
第三节 协同配送	235
第四节 快递业配送	238
参考文献	246



第一章

物流配送概述

知识目标

1. 掌握和理解配送的定义
2. 理解配送的意义和作用
3. 了解配送的发展过程
4. 理解配送的种类
5. 掌握配送合理化的标志和措施

技能目标

1. 学会查找配送的不同定义
2. 应用配送合理化的判断标志进行实践



引导案例

戴尔成功的诀窍——高效的物流配送

在不到 20 年的时间内,戴尔计算机公司的创始人迈克尔·戴尔白手起家把公司发展 到 50 亿美元的规模。即使面对美国经济的低速增长,在惠普等大型竞争对手纷纷裁员减 产的情况下,戴尔仍以两位数的发展速度飞快前进。根据美国一家权威机构的统计,戴尔 2001 年一季度的个人电脑销售额占全球总量的 13.1%,仍居世界第一位。

戴尔公司分管物流配送的副总裁迪克·亨特一语道破天机:“我们只保存可供 5 天生 产的存货,而我们的竞争对手则保存 30 天、45 天甚至 90 天的存货。这就是区别。”

物流配送专家詹姆斯·阿尔里德在其专著《无声的革命》中写道:主要通过提高物流配 送打竞争战的时代已经悄悄来临。看清这点的企业和管理人员才是未来竞争激流中的弄 潮儿,否则,一个企业将可能新的物流配送环境下苦苦挣扎,甚至被淘汰出局。

亨特在分析戴尔成功的秘诀时说:“戴尔总支出的 74% 用在材料配件购买方面,2000

年在这方面的总开支高达 210 亿美元,如果我们能在物流配送环节降低 0.1%,就等于我们的生产效率提高了 10%。”物流配送对企业的影响之大由此可见一斑。

信息时代,特别是在高科技领域,材料成本随着日趋激烈的竞争而迅速下降。以计算机工业为例,材料配件成本的下降速度为每周 1%。从戴尔公司的经验来看,其材料库存量只有 5 天,当其竞争对手维持 4 周的库存时,就等于戴尔的材料配件开支与对手相比保持着 3% 的优势。当产品最终投放市场时,物流配送优势就可转变成 2% ~ 3% 的产品优势,竞争力的强弱不言而喻。

在提高物流配送效率方面,戴尔和 50 家材料配件供应商保持着密切、可靠的联系,庞大的跨国集团所需材料配件的 95% 都由这 50 家供应商提供。戴尔与这些供应商每天都要通过网络进行协调沟通;戴尔监控每个零部件的发展情况,并把自己新的要求随时发布在网络上供所有的供应商参考,提高透明度和信息流通效率,并刺激供应商之间的相互竞争;供应商则随时向戴尔通报自己的产品发展、价格变化、库存量等方面信息。

几乎所有工厂都会出现过期、过剩的零部件。而高效率的物流配送使戴尔的过期零部件比例保持在材料开支总额的 0.05% ~ 0.1%,2000 年戴尔全年在这方面的损失为 2 100 万美元。而这一比例在戴尔的对手企业中都高达 4% ~ 5%。

即使是面对如此高效的物流配送,戴尔的亨特副总裁仍不满意:“有人问 5 天的库存量是否为戴尔的最佳物流配送极限?我的回答:当然不是,我们能把它缩短到两天。”

由此可以看到,一个高效的配送体系可以给企业带来巨大的生机。

思考:

1. 仔细阅读,分析配送在戴尔的成长中起到什么作用?
2. 戴尔在提高物流配送效率方面有哪些做法?
3. 通过此案例,应该了解哪些知识才能掌握配送这一技能?

第一节 配送的概念

一、配送的概念

“配送”一词是日本引进美国物流科学时对英文原词 delivery 的意译,我国转学于日本,也直接用了“配送”这个词,形成了我国的一个新词汇——配送。

1985 年底,日本工业标准 JIS 对物流用语做了统一的定义,将配送定义为“物流据点送交到收货人处”。JIS 的定义突出反映了物流最终阶段的送货,但是并没能反映出配送的现代特征,容易和历史久远的旧送货形式相混淆,使人们误认为配送就是送货的意思。我国从 20 世纪 80 年代开始使用“配送”的概念,并且备受经济界和企业界的关注。按照物流学界对“配送”一词的理解,体现在两个方面:一是配,二是送,是配和送的有机结合。配送是

一项特殊的物流活动,是构筑现代物流的重要职能之一。

按照国家质量技术监督局颁布的中华人民共和国国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2001),关于配送的定义是: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。

这里所表述的配送概念包含着以下几层含义。

(1)配送不等同于一般性的送货。一般性的送货只是作为一种营销手段(或称售后服务)而展开的。从内容上看,一般性的送货只是简单地将货主的货物送达收货人处,并不附带其他操作,因而是一种简单的经济活动。此外,一般性的送货又是一种偶然性的活动,实践中很少全面考虑需求者(或客户)的要求,常常是有什么货送什么货,何时有什么货何时送货,送货只是售货活动的简单延伸。配送概念中的送货则不然,准确地说,它是一种完善化的、高级的输送活动。所谓的“完善化的、高级的送货”,一方面是指在向客户送货的过程中,客观上有确定的组织和比较明确的供货渠道,有相关的制度进行约束;另一方面是指送货是一种建立在备货和配货基础之上的经济活动,并且又是按照用户的要求组织和安排的一种经济活动。可以说,按客户提出的要求(包括货物的品种、质量、规格、数量、送达时间等要求)进行备货、送货是现代化送货(即配送)的基本特点。不难看出,完善的送货不仅仅是一种强化服务的手段,更重要的,它是一种先进的物流方式和物流体制。

(2)配送是小范围、综合性的物流运动。如前所述,以完善化送货为表现形态的配送不是一般性的、单纯的送货活动,而是建立在备货和配货基础上的送货活动。据此,从物流功能或物流要素的角度出发来考察配送可以看出,配送是多项目、多环节物流活动的有机结合。换言之,配送是综合性的、一体化的物流运动。配送包含着丰富的内容。从环节上看,既包含货物运输,同时也融合集货、存储、分货、拣选、配装等活动。有些货物的配送活动(如生产资料配送)还常常附着加工(如原木截锯、钢材剪切、玻璃套裁、煤炭混配、元件组装等)。需要明确的是,配送概念是对配送实践的高度概括,反映了事物运动的一般规律和本质特征。

(3)配送是一种“中转”形式。配送是从物流结点至用户的一种特殊送货形式。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。所以要做到这一点,就必须在一定的中转环节满足这种需要,从而使配送必然以中转形式出现。当然,从广义上讲,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”为标志来划分配送外延也是有一定道理的。

(4)配送要有现代化的技术和装备作为保证。在配送过程中,由于采用大量先进的信息技术和各种传输设备及拣选机电设备,使得配送作业像工业生产中广泛应用的流水线一

样,使得流通工作工厂化,从而大大提高商品流转的速度,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,也是科技进步的产物。

(5)配送是一种专业化的分工方式。以往的送货只是作为推销的一种手段,而配送则是一种专业化的流通分工方式,是大生产、专业化分工在流通领域的反映。因此,如果说一般的送货是一种服务方式的话,配送则是一种物流体制形式,它根据客户的订货要求准确及时地为其提供物资保证,在提高服务质量的同时,可以通过专业化的规模经营获得较低的成本。

以上五点对配送概念的理解,同时也是配送的特点。

二、配送与物流

配送是物流系统中重要的功能之一,是物流中一种特殊的、综合的活动形式,是将商流与物流紧密结合,包含了商流活动,也包含了物流中若干功能要素的一种形式。

1. 配送有利于促进物流的社会化、合理化

社会化大生产要求社会化大流通与之相匹配。商品流通的社会化自然要求物流的社会化。社会化是以行业、技术的分工和全社会的广泛协作为基础的。商品经济的发展和现代化生产的建立,宏观上要求社会提高分工协作水平。

从我国目前流通业的情况看,仓储业和运输业的社会化程度都处于一个较低的层次。通过开展配送,为生产企业、商业企业进行商品配送,借助于配送商品对象品种的不同,可以打破行业、地区的条块分割。尤其是协同配送,把各物流企业联合在一起,统筹计划、共同送货,取代一家一户的“取货制”,取代层层设库和户户储运的分散、多元化的物流格局。配送所实行的集中社会库存、集中配送等大生产形式,对于从根本上结束小生产方式的商品流通,改变其分散的低效率的运行状态,从而实现与社会化大生产相适应的流通的社会化都具有战略意义。

2. 配送有利于促进物流设施和装备的技术进步

发展配送有利于促进物流设施和装备的技术进步,具体表现在以下三方面。一是促进信息处理技术的进步。随着配送业务的开展,处理的信息量将越来越多,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,这就必然要求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,减少物资损耗,提高物流服务质量。配送业务的发展必然伴随着自动化立体仓库、自动化分拣装置、无人搬运车、托盘化、集装箱化等现代化物流技术的应用。三是推动物流规划技术的开发和应用。配送业务的开展使配送货主越来越多,随之而来就产生配送路线的合理选择、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,对于这些问题的研究解决必然会促进我国物流技术的发展,并使之达到一个新阶段。

3. 配送使仓储的职能发生变化

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着集散、分送商品,加速商品流通速度的方向发展。仓储业将从储存、保管的静态储存转向以保管储存、流通加工、分类、拣选、商品输送等连为一体的动态储存。建立配送中心后,仓储业的经营将由原来的储备型转变为流通型。不仅要保证商品的使用价值完好无损,而且要做到货源充足、品种齐全、供应及时、送货上门、其经营方式将从等客上门转为主动了解用户的需求状况,以满足用户的各种要求。

4. 促进商物分离

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,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自己网络多、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,这就是商物分离。

5. 有利于提高物流的经济效益

通过配送中心,开展“计划配送”、“协同配送”等形式,能够消除迂回运输、重复运输、交叉运输、空载运输等不合理运输;用大型卡车成批量地送到消费地配送中心,再用小型车从配送中心运给用户的方法也可以从总体上节省费用;集中配送,既有利于集中库存、维持合理的库存水平,消除了分散库存造成的各种浪费,同时还能减少不必要的中转环节,缩短物流周转时间,减少商品的损耗。因此,配送对提高物流综合经济效益有利。

三、配送的意义和作用

1. 完善了输送及整个物流系统

第二次世界大战之后,由于大吨位、高效率运输工具的出现,使干线运输在铁路、海运或公路方面都达到了较高水平,长距离、大批量的运输实现了低成本化。但是,在干线运输之后,往往还要辅以支线转运或小搬运,这种支线运输及小搬运成了物流过程中的一个薄弱环节。这个环节与干线运输相比有着不同的要求和特点,如要求灵活性、适应性、服务性,致使运力往往不能充分利用,成本过高等问题总是难以解决。采用配送方式,从范围来讲将支线运输与小搬运统一起来,使输送过程得以优化和完善。

整个物流系统的结构由方式(运输手段)、结点和连线组成。物流总体合理化就是要使方式和结点现代化,使连线完善化,并达到方式、结点和连线的协调运行。发展配送制,通过建立大型的现代化的物流结点,实现仓库布局合理、货物包装的集装化,装卸机械化、托盘化、省力化、自动化等来加强结点的改造和完善,促进物流系统的完善;配送制的发展可以提高专业运营车辆的比例和运输效率,降低空载率,减少迂回运输、相向运输等问题,从

而完善整个社会的输送系统。

2. 实现企业的低库存或零库存

实现了高水平的配送之后,尤其是采取准时配送方式之后,生产企业可以完全依靠配送中心的准时配送而不需保持自己的库存或者只需保持少量保险储备而不必留有经常储备。这就可以实现生产企业多年追求的“零库存”,将企业从库存的包袱中解脱出来,同时解放出大量储备资金,从而改善企业的财务状况。同时,配送的功能是将企业外和企业内的两次供应合二为一,承担了企业外部和内部的双重供应,直接将货物供应到车间或流水线,取代了原来由商业部门承担的工作,也减少了企业内部的供应库存。实行集中库存,其总量远低于不实行集中库存时各企业分散库存的总量,同时加强了调节能力,提高了社会效益。此外,采用集中库存可以利用规模经济的优势使单位存货成本下降。

3. 简化手续,方便用户

每个用户由于自身的实际情况不同,对供应的要求也有所不同。物流结点按照服务范围内用户的需要,批量购进各种物资,与用户建立比较稳定的供需关系。一般实行计划配送,而对少数用户的临时需要,也进行即时配送服务,用户一次购买活动就可以买到多种商品,简化了交易次数及相应的手续。由于配送“送”的功能,用户不必考虑运输方式、路线及装卸货物等问题就可在自己的工厂或流水线处接到所需的物品,大大减轻了用户的工作量,节省了开支,方便了用户,从而提高了物流服务质量。

4. 提高物资供应保证程度

配送企业依靠自己联系面广、多方组织货源的优势,按用户企业的要求及时供应。若组织到的货源不能满足用户的需要,配送企业还可利用自己的加工能力进行加工改制,以适应用户的需要并及时将货物送到用户手中。如果用户自己去采购,由于精力或其他方面所限没有采购到或采购到的物品不适用,必将影响到物资的供应,使生产受到影响。所以,配送的发展在某种程度上可以提高供应的保证程度,使整个社会生产协调发展。

5. 降低成本,提高效益

专业化是高效率、低成本的基础,在企业进行营销活动实现实体分配时,如果不引入专业的渠道成员参与实体分配,则由于每个企业的核心能力不同,在进行运作时必然使成本上升、效率下降。而引入专业化的配送,这类企业在完成配送时能够比其他企业更好地承担实体分配功能,从而将经济性引入企业的物流系统,实现高效率、低成本。

6. 配送为电子商务的发展提供了基础和支持

从商务角度来看,电子商务的发展需要具备两个重要的条件:一是货款的支付,二是商品的配送。网上购物方便快捷,无论怎样减少流通环节,唯一不能减少的就是商品配送,配送服务如不能相匹配,则网上购物就不能发挥其方便快捷的优势。因此,发展电子商务就必须首先发展物流配送。

第二节 配送的形成和发展

一、国外发达国家配送的形成和发展

配送和其他新生事物一样,是随着生产的不断发展而发展起来的。

二战以后,为了满足日益增长的物资需求,西方工业发达国家逐步发展了配送中心,加速了资金的周转,打破了仓库的传统观念。回顾历史可以看到,配送的发展大体上经历了3个阶段,即萌芽阶段、发展阶段和成熟阶段。

1. 萌芽阶段

配送的雏形最早出现于20世纪60年代初期。当时,美国、日本等发达国家由于战后经济迅速发展,流通效率低下的情况日渐突出,个别企业针对物流的无规则、分散、低效率等现象进行改革,将发生的各种方向、数量、时间的货运汇集在一起,形成高效率的混载配送,形成了商品配送的雏形。在这个时期,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促进产品销售和提高其市场占有率。因此,在这个发展初期,配送主要是以促销手段的职能来发挥其作用的。

2. 发展阶段

20世纪60年代中期,由于一些发达国家经济迅速发展带来的货物运输量的急剧增加和商品市场的竞争日趋激烈,配送得到了进一步的发展。在这个时期,欧美一些发达国家的企业界相继调整了仓库结构,组建或设立了配送组织或配送中心,普遍开展了货物配装、配载及送货上门服务,配送的对象从工业产品如服装、食品、医药等发展到一部分生产资料,配送的规模和范围也进一步扩大。例如,在美国,已经开展了洲际间的配送;在日本,配送的范围则由城市扩大到了省际。从配送形式和配送组织上看,这个时期已经开始进行协同配送,并且建立起配送体系。

3. 成熟阶段

20世纪80年代以后,受多种社会和经济因素的影响,配送有了长足的发展,而且已形成了广泛的、以高新技术为支撑手段的系列化、多功能性的供货活动。具体表现在以下几个方面。

(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实行了配送制,并且积极开展配送活动。就发达国家而言,20世纪80年代以后,配送的活动范围已经扩大到了省际、国际和洲际。例如,以商贸业立国的荷兰,货物配送的范围已经扩大到了欧盟诸国。

(2) 配送的发展极为迅速。进入20世纪80年代以后,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,而且配送方式也日趋多样化。首先,配