



现代物流管理系列教材

现代物流
XIANDAIWULIU

现代物流配送管理

XIANDAI WULIU PEISONG GUANLI

刘云霞 主 编

王富忠 彭鸿广 副主编

清华大学出版社 · 北京交通大学出版社

现代物流管理系列教材

内容概要

本书以现代物流管理理论为基础，结合我国物流业的发展现状，系统介绍了现代物流管理的基本概念、原理、方法和应用。全书共分10章，主要内容包括：现代物流概述、物流系统规划与设计、物流成本管理、物流信息管理、物流风险管理、物流质量管理、物流绿色化、物流国际化、物流创新与未来。本书可作为高等院校物流管理专业及相关专业的教材，也可供从事物流工作的管理人员参考。

现代物流配送管理

刘云霞 主编

王富忠 彭鸿广 副主编

清华大学出版社

北京交通大学出版社

·北京·

内 容 简 介

本书紧密结合当前配送领域涉及的主要理论、方法和技术,内容全面、结构完整、严谨务实、方便教学是编写本书的主要目的和初衷。

本书主要从6个方面来进行阐述,分别为配送概述、配送作业流程、配送中心、配送中心实务、流通加工和配送信息技术。本书注重配送相关内容的完整性,与配送相关的定量和定性方法都尽量以实例的形式表现出来,并侧重微观,尽量站在企业的角度来阐述问题;在撰写的过程中注重理论和实践的结合,因此在编写案例的过程中,力图把案例和理论联系起来,在设计案例问题时尝试进行归纳,联系理论使之具有可操作性和一般性。

本书可作为物流工程、物流管理、工业工程和交通运输等专业本科生的教学用书,也可以作为物流、工商企业从业人员及相关专业人员的参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

现代物流配送管理/刘云霞主编. —北京:清华大学出版社;北京交通大学出版社, 2009.7

(现代物流管理系列教材)

ISBN 978-7-81123-654-5

I. 现… II. 刘… III. 物流-物资管理-高等学校-教材 IV. F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第109415号

责任编辑:张利军

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969 <http://www.tup.com.cn>
北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414 <http://press.bjtu.edu.cn>

印刷者:北京泽宇印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印张:20.25 字数:460千字

版 次:2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-81123-654-5/F·479

印 数:1~4 000册 定价:29.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

《现代物流管理系列教材》编委会

成员名单

主 任：徐寿波（中国工程院院士、中国物流与采购联合会首届专家委员会委员）

副主任：张文杰（中国物流学会副会长、博士生导师）

詹荷生（中国物资流通学会物流技术经济委员会常务理事、博士生导师）

鞠颂东（中国物流学会理事、博士生导师）

汝宜红（中国物流学会常务理事、博士生导师）

王耀球（中国物流与采购联合会常务理事、博士生导师）

编委会成员（以姓氏笔画为序）：

王耀球 田 源 兰洪杰 汝宜红 林自葵 张文杰

张可明 徐寿波 徐 杰 詹荷生 鞠颂东

总序

随着经济全球化进程的加快及我国加入 WTO,我国企业面对的市场竞争环境更加严峻。在产品供应链运作的全过程中,现代物流管理能够通过对物流活动的有效整合与控制,实现整个供应链上的供应商、制造商、分销商及最终用户的价值最优化。因此,现代物流管理逐渐成为我国企业管理者和决策者所重视的课题,而现代物流管理方法和技术的普及与教育,就成为企业管理者、教育工作者的共同职责。

北京交通大学经济管理学院物流科学研究所,是我国最早从事物流管理理论研究和专业教育的教育与科研团体,目前已经具有国家教育部正式批准的博士、硕士及本科培养资质。近年来,除了为我国各级政府、企业提供了大量的物流管理课题研究与咨询外,还在现代物流教育领域辛勤耕耘,并取得了丰硕的教育成果,尤其在物流管理本科教育教学领域为国家教育部培训了大量的物流管理专业的师资,而且自行开发的“物流学系列课程”获得了“北京市高等教育精品课程”的称号。

秋天是收获的季节。奉献给读者的就是在北京交通大学经济管理学院物流科学研究所各位老师多年科研与教学工作成果的基础上,为适应我国物流管理与运作领域的需要而编写的适于高等教育和职业培训的系列教材。本系列教材将现代物流的管理理论与方法较为全面系统地介绍给读者,注重基本知识、操作方法和技术应用,是适用于高等学校、高等学校自学考试、企业培训的教材,也可供广大物流从业人员自学参考。

通过对效益与效率的追求获得企业未来价值的最大化,是企业管理的永恒主题。随着企业的管理方法与技术的不断创新,同现代物流已经走过的历程一样,物流管理必然还将发生更加深刻的变化。作为我国优秀的物流教育工作群体,我们将不断地将先进的物流管理方法与技术通过出版书籍的方式展现给所有的物流教育工作者及从事物流工作的人们。让我们共同努力为我国物流管理理论与方法的进步,为我国物流管理水平的进一步提升做出贡献。

本套教材的编写过程中,得到了北京交通大学出版社、北京交通大学远程与继续教育学院及北京交通大学经济管理学院相关专家与学者的鼎力支持,没有他们,这套教材不可能如此顺利地出版,本系列教材的编委会代表所有作者在此表示深深的感谢。

编委会
于北京交通大学红果园
2009 年初秋

前言

物流作为一门科学引入我国 30 多年来,物流相关行业在我国得到了快速发展,各行各业对物流给予了足够的重视,这既是经济全球化不断深入发展及我国经济日益融入世界经济体系的大势所趋,也是社会各界迫切要求实现我国流通产业现代化的集中体现。目前,外国物流配送企业已经开始大举进入我国,并凭借其实力向我国物流业提出了挑战。实践证明,配送是高效的物流形式,随着企业生产方式的专业化和人们生活方式的个性化,高效的配送管理变得更加迫切。

国内关于物流配送管理的书籍不断问世,其中超过半数以上是面向高职高专的学生使用的,面向物流工程和物流管理本科生的教材较少。鉴于此,编者参考了大量的国内外教材、书籍、期刊和网站,编写了本书,在此特向这些文献的作者表示深深的感谢。

本书集中论述了不同研究对象的配送作业流程、配送模式的选择、配送中心选址的定量和定性方法、库存管理的保管方法和库存控制基本策略、不同形式的配送线路确定方法等,同时还对配送的包装和流通加工环节及配送涉及的重要信息技术的用途、种类和适用范围进行了介绍,从而保证了配送相关内容的完整性。本书每章均配有思考题和案例分析题,其中最大的特点是在案例内容的选择和编排上,尽量选择读者熟知的、通俗易懂或典型的案例,而且在编排上尽量与章节内容有较强的关联性,在案例内容和问题设计上尽量和所学的理论知识联系起来,使学习者加强对理论的理解,加强比较分析,强调通用性。

通过本书的学习,读者能够掌握配送的基本管理理论和方法,熟悉配送业务各环节的作业管理,能够掌握定性和定量相结合的分析方法,并对典型行业的配送特点及管理方法有一定的了解,具备较强的案例分析能力。

本书可作为物流工程、物流管理、工业工程和交通运输等专业的教学用书,也可以作为物流、工商企业从业人员及相关专业人员的参考用书。

本书共分 6 章,由浙江科技学院经济管理学院刘云霞、王富忠、彭鸿广共同编写,其中第 1~4 章由刘云霞编写,第 5 章由王富忠编写,第 6 章由彭鸿广编写,第 2 章的第 3 个案例、第 5 章的第 1 个和第 3 个案例由王富忠和刘云霞共同编写,其余案例均由刘云霞编写。

由于编者水平有限,书中疏漏之处在所难免,敬请广大读者批评、指正。

编 者
2009 年 8 月

目 录

第1章 配送概述	(1)
1.1 配送的基本概念与发展	(1)
1.1.1 配送的基本概念	(1)
1.1.2 配送的发展	(3)
1.1.3 配送的现状	(5)
1.2 配送的特点及意义	(8)
1.2.1 配送与物流的关系	(8)
1.2.2 配送与运输的关系	(9)
1.2.3 配送与其他环节的关系	(9)
1.2.4 配送与送货的关系	(10)
1.2.5 配送的意义	(11)
1.3 配送的类型	(13)
1.3.1 按配送组织者的不同分类	(13)
1.3.2 按配送时间及数量的不同分类	(15)
1.3.3 按配送商品种类及数量的不同分类	(17)
1.3.4 按配送经营形式的不同分类	(17)
1.3.5 按配送加工程度的不同分类	(19)
1.3.6 按配送企业专业化程度的不同分类	(19)
1.4 配送与电子商务	(20)
1.4.1 配送与电子商务的关系	(20)
1.4.2 电子商务下的物流配送	(22)
1.5 配送的模式	(24)
1.5.1 配送的作业目标	(24)
1.5.2 配送的组织结构模式	(26)
1.5.3 配送的运行模式	(28)
思考与案例分析	(34)
第2章 配送作业流程	(41)
2.1 配送作业系统	(41)

2.1.1 配送的一般作业	(41)
2.1.2 配送的特殊作业	(42)
2.2 配送作业的内容	(43)
2.2.1 订单处理作业	(43)
2.2.2 进货作业	(47)
2.2.3 储存作业	(49)
2.2.4 分拣作业	(66)
2.2.5 流通加工作业	(73)
2.2.6 装卸搬运作业	(73)
2.2.7 送货作业	(81)
2.3 配送作业的流程	(85)
2.3.1 配送的一般作业流程	(85)
2.3.2 生产资料的配送作业流程	(85)
2.3.3 生活资料的配送作业流程	(90)
2.3.4 特殊行业的配送作业流程	(92)
思考与案例分析	(117)
第3章 配送中心	(126)
3.1 配送中心概述	(126)
3.1.1 配送中心的形成和发展	(126)
3.1.2 配送中心的含义	(128)
3.1.3 配送中心的地位和功能	(130)
3.1.4 配送中心的分类	(132)
3.2 配送中心规划	(134)
3.2.1 配送中心的结构	(134)
3.2.2 配送中心的建设	(137)
3.2.3 配送中心的类型决策	(139)
3.2.4 配送中心的规模决策	(140)
3.3 配送中心选址	(144)
3.3.1 配送中心选址的原则	(144)
3.3.2 影响配送中心选址的因素	(145)
3.3.3 配送中心选址的方法	(146)
思考与案例分析	(161)

第4章 配送中心实务	(169)
4.1 配送中心的订单管理	(169)
4.1.1 配送中心订单处理概述	(169)
4.1.2 配送中心订单处理方法	(171)
4.2 配送中心的库存管理	(178)
4.2.1 库存的重要性	(178)
4.2.2 库存管理概述	(179)
4.2.3 库存管理的方法	(181)
4.3 配送中心的运输管理	(193)
4.3.1 运输的功能和原理	(193)
4.3.2 运输管理概述	(194)
4.3.3 运输管理的方法	(196)
4.4 配送中心的成本管理	(218)
4.4.1 配送成本概述	(218)
4.4.2 配送成本的核算方法	(221)
4.4.3 配送服务与配送成本	(225)
思考与案例分析	(231)
第5章 流通加工	(235)
5.1 包装概述	(235)
5.1.1 包装在物流中的地位和作用	(235)
5.1.2 包装的定义和功能	(236)
5.1.3 包装的种类	(238)
5.1.4 包装标记与包装标志	(241)
5.2 包装合理化	(242)
5.2.1 合理选择包装技法的原则	(242)
5.2.2 物流包装技法的分类	(243)
5.2.3 包装技法与包装机械	(245)
5.2.4 包装管理	(252)
5.2.5 包装合理化概述	(255)
5.3 流通加工概述	(256)
5.3.1 流通加工的概念	(256)
5.3.2 流通加工的地位和作用	(257)
5.3.3 流通加工的产生	(259)
5.3.4 流通加工的类型	(260)

5.3.5	流通加工的目的和内容	(261)
5.4	流通加工合理化	(262)
5.4.1	流通加工的方法	(262)
5.4.2	流通加工的管理	(266)
5.4.3	不合理流通加工的形式	(268)
5.4.4	流通加工合理化概述	(269)
	思考与案例分析	(270)
第6章 配送信息技术 (275)		
6.1	自动识别技术	(275)
6.1.1	条形码技术	(275)
6.1.2	射频识别技术	(283)
6.2	自动跟踪和监控技术	(288)
6.2.1	全球定位系统	(288)
6.2.2	地理信息系统	(290)
6.2.3	全球移动通信系统	(292)
6.3	自动补货订货技术	(293)
6.3.1	电子数据交换系统	(293)
6.3.2	销售时点系统	(301)
6.3.3	电子订货系统	(303)
	思考与案例分析	(305)
参考文献 (311)		

第1章

配送概述

1.1 配送的基本概念与发展

1.1.1 配送的基本概念

配送作为物流的一个主体功能要素,随着生产方式的变化和消费者个性化的发展,其重要性越来越明显,受到越来越多企业的关注。由于配送包含物流的几乎所有功能要素,从某种意义上说,配送属于物流的一个缩影。

配送通常是对英文“Delivery”的意译,也有人认为是“Distribution”的意译。目前,由于人们对配送概念的理解侧重点不同,因而在给配送下定义和表述其内涵时,尚无统一标准,不同的国家不同的学者从不同的角度对配送有不同的定义。日本和美国对于配送的定义主要有以下表述。

(1) 1985年《日本工业标准(JIS)物流用语》对配送的定义是:“把货物从物流据点送至收货人的交货行为。”

(2) 1991年日本日通研究所编写的《物流手册》对配送的解释为:“面向城市和区域范围内,对需要者进行的运输。”

(3) 日本文部省审定的物流培训教材中对配送的定义为:“最终将物品按指定时间安全准确交货的输送活动。”

(4) 日本物流协会和能源协会出版的《物流战略和革新事例——面向21世纪战略物流的挑战》一书对配送的定义为:“从中央仓库或小型供货点送货 to 顾客处的发送货物活动。”

(5) 日本菊池康在《物流管理》一书中认为配送是“短距离、小批量的运输”。

(6) 美国唐纳德等在《物流管理供应链过程的一体化》一书中认为:“实物配送这一领域涉及将制成品交给顾客的运输,其过程可以使顾客服务的时间和空间需求成为营销的一个整体部分。”

我国学者在学习、引进国外物流科学时直接使用了日本的“配送”这个词语,但与此同时,又对配送的概念、性质和内涵做出了新的解释,提出了配送的内涵包含“配”和

“送”两种活动，对配送的概念有了较全面的理解和认识。关于对配送内涵的认识，主要表现在两个方面。

1. 从经济学资源配置的角度理解配送的内涵

从经济学资源配置的角度，对配送在社会再生产过程中的位置和配送的本质行为予以表述：配送是以现代送货形式实现资源的最终配置的经济活动。这个概念的内涵概括了以下4点。

(1) 根据经济学家的理论认识，配送是资源配置的一部分，因而是经济体制的一种形式。

(2) 配送的资源配置作用是“最终配置”，因而是接近顾客的配置。接近顾客是经营战略至关重要的内容。美国兰德公司对《财富》杂志所列的500家大公司的一项调查表明：“经营战略和接近顾客至关重要”，证明了这种配置方式的重要性。

(3) 配送的主要经济活动是送货，这里面强调现代送货，表述了和我国旧式送货的区别，其区别以“现代”两字概括，即现代生产力、劳动手段支撑的，依靠科技进步的，实现“配”和“送”有机结合的一种方式。

(4) 配送在社会再生产过程中的位置是处于接近用户的那一段流通领域，因而有其局限性。配送是一种重要的方式，有其战略价值，但是它并不能解决流通领域的所有问题。

2. 从配送实施形态的角度理解配送的内涵

从配送的实施形态方面来理解配送的内涵，配送是指按用户的订货要求，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。这个概念的内容概括了以下6点。

(1) 整个概念描述了接近用户资源配置的全过程。

(2) 配送的实质是送货。配送是一种送货，但和一般的送货有所区别。一般的送货可以是一种偶然的行为，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。

(3) 配送是一种“中转”形式。配送是从物流节点至用户的一种特殊送货形式。从送货功能看，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送什么，配送则是企业需要什么送什么。所以，要做到需要什么送什么，就必须在一定中转环节筹集这种需要，从而使配送必然以中转的形式出现。当然，广义上，许多人也将非中转型送货纳入配送的范围，将配送的外延从中转扩大到非中转，仅以“送”为标志来划分配送的外延，也是有一定道理的。

(4) 配送是“配”和“送”有机结合的形式。配送与一般送货的重要区别在于，配送利用有效的分拣、配货等理货工作，使送货达到一定的规模，以利用规模优势取得较低的送货成本。如果不进行分拣、配货，有一件运一件，需要一点送一点，这就会大大增加动力的

消耗,使送货并不优于取货。所以,要想追求整个配送的优势,分拣、配货等项工作是必不可少的。

(5) 配送以用户要求为出发点。在定义中强调“按用户的订货要求”明确了用户的主导地位。配送是从用户的利益出发、按用户的要求进行的一种活动,因此在观念上必须明确“用户第一”、“质量第一”。配送企业的地位是服务地位而不是主导地位,因此不能从本企业的利益出发而应从用户的利益出发,要在满足用户利益的基础上取得本企业的利益。更重要的是,不能利用配送损伤或控制用户,不能利用配送作为部门分割、行业分割、割据市场的手段。

(6) 概念中“以最合理方式”的提法是基于这样一种考虑:过分强调“按用户的订货要求”是不妥的,用户要求受用户本身的局限,有时会损失自我或双方的利益。对于配送者讲,必须以“要求”为据,但是不能盲目,应该追求合理性,进而指导用户,实现共同受益的商业原则。这个问题近些年国外的研究著作也常提到。

根据原国家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),配送是指:“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。”这一定义比较全面地描述了配送的内容、功能、目的和范围。从该概念之中,可以比较清楚地看到配送所具有的内涵。

(1) 配送的范围。根据配送的商品品种、价值、客户分布不同,范围应该有差异。

(2) 配送的目的。满足用户的要求,但不同的用户其要求是不一样的,因此配送应具有灵活性。

(3) 配送的功能。拣选、加工、包装、分割、组配等作业,是为了达到用户的要求,在降低配送成本的前提下采取的手段,因此功能应根据需要设置,并要考虑其是否具有附加价值。

(4) 配送的要求。按时送达,体现了配送的服务性质。

(5) 配送的本质。物流活动,体现了配送属于物流的范畴。

1.1.2 配送的发展

1. 配送的产生

配送作为一种新型的物流手段,产生的原因主要可以总结为以下3个方面。

(1) 供求不平衡,导致企业竞争加剧。在人类社会,生产力是最活跃的因素,特别是人们称之为“第一生产力”的科学技术尤为活跃。科学技术的不断创新,生产力的不断发展,一方面提高了劳动生产率,从而使社会上的物质财富日渐增多,导致市场需求处在供大于求的状态,另一方面则扩大了社会分工,促进了生产方式的变革,最终将社会生产推上了专业化、社会化和现代化的发展轨道。第二次世界大战以后,某些工业基础比较好的国家率先摒弃了小生产方式,建立起了社会化大生产体制,发展了市场经济。

(2) 物流运作存在问题。日本在第二次世界大战后,经济高速增长,但随之也出现了物流分散、流通落后的问题,严重阻碍了生产进一步发展。分散的物流使流通机构庞杂。当时,日本曾做过的一项调查表明,由于社会上自备车辆多、道路拥挤及停车时间长,使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减弱。为了保证企业生产和销售的顺利开展,需要依赖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基地“节点”的同时,还积极推行了“共同配送制度”。经过不断变革,一种被日本实业界称为“配送”的物流体制便应运而生了。

(3) 消费者观念发生了变化。由于经济的快速发展和增长,发达国家的产业界发生了一些变化:① 普遍采用新型的生产方式,据资料介绍,在经济高速增长时期,“即时生产方式”逐步取代了传统的作业方式,“弹性生产系统”一度得到了推广;② 生产者和需求者对物流服务日益重视,对物流服务的要求日趋提高。与此相联系,就物流运动而言,不但要求提高它的社会化、专业化程度,从而降低生产成本,增加企业利润,而且要求它以合理的方式运作,较好地适应生产和市场需求变化的需要。在这种形势下,物流合理化随即被列入了人们的议事日程,并且成了物流业发展的方向。而配送也是在这样的背景下被带动发展起来的。

2. 配送的发展

配送是随着市场成长的一种必然的市场行为,是伴随着生产的发展而发展起来的。回顾历史,我们可以看到,配送的发展大体上经历了3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的活动,范围很小,规模不大。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市场占有率。因此,在发展初期,配送主要是以促销手段的职能来发挥作用的,此时的配送效率较低,只是无意识的进行配装、配载,体现的是一种偶然性的行为。

2) 发育阶段

20世纪60年代中期至80年代,随着经济发展速度的加快,以及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进一步的发展。在这个时期,一些发达国家的企业相继调整了仓库结构,组建或设立了配送组织(配送中心),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(除了种类繁多的服装、食品、药品、旅游用品等日用品类的消费资料之外,还包括不少生产资料产品),而且配送的范围也在不断扩大,此时开始有意识地降低配送成本,在企业内部考虑配装、配载及送货活动,开始和其他企业合作,实行“共同配送”,建立比较完善的配送体系。

3) 成熟阶段

20 世纪 80 年代以后, 配送已演变为以高新技术为支持手段的系列化、多功能的供货活动。其具体表现如下。

(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, 许多发展中国家(如中国等)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。

(2) 劳动手段日益先进。技术不断更新是成熟阶段配送活动的一个重要特征。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、条形码等先进技术, 并且建立了配套的体系和配备了先进的设备(如无人搬运车、分拣机等), 由此大大提高了配送作业效率。

(3) 配送的集约化程度明显提高。随着市场竞争日趋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, 但其总体实力和经营规模却与日俱增, 配送的集约化程度不断提高。由于配送组织相对集中, 故配送系统处理货物的能力有了很大的提高。

(4) 配送方式日趋多样化。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在扩大, 而且配送作业方式(或形式)也逐渐多了起来。在配送实践中, 除了存在独立配送、直达配送等一般配送形式以外, 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。

1.1.3 配送的现状

1. 全球现代物流配送的发展现状

配送最早产生于发达的资本主义国家, 随着国际交往的日益增加和经济全球化趋势的不断加强, 这种先进的物流方式才逐步在其他国家和地区推行起来。发达国家的物流方式已经成为了制造商和经销商普遍接受和采用的物流方式, 而且还在迅速发展, 主要表现在以下几个方面。

(1) 配送的规模日趋扩大, 配送中心的数量明显增加。近几十年来, 随着经济的迅速发展和产品产量及消费量的急剧增长, 在发达国家, 配送的规模及范围也在同步扩大。据统计, 在许多产品的供货总量中, 通过配送方式到达经营者或用户手中的比例高达 50%~90%, 服装、食品、家电等产品就属于这种情况。同时, 配送的品种也不断增加, 采用配送方式向需求者供货的产品不仅包括一些轻工业产品, 比如药品、服装、食品等, 而且一些原材料的供应也采用了这种方式。

从配送的活动范围来看, 随着道路交通等基础设施的不断改善和日趋完善, 一些发达国家的配送服务已延伸到了省际和国际。比如, 荷兰的“国际物流中心”就利用其庞大的配送网络和先进的物流技术、物流设备, 能够在很短的时间内将货物运送到欧盟成员国的用户手中, 使得配送活动超越了城市和地区的界限。

发达国家配送规模日益扩大的另一个重要标志是配送中心的数量明显增多。

(2) 配送技术和设备更加先进。由于发达国家物流设备的更新周期比较短, 因此其配送技术和设备非常先进。目前, 在发达国家配送业务中主要采用的新技术有: 条形码标识技术、自动存货和补货技术、自动分拣技术等。同时, 发达国家的很多配送中心建立了自动化的配送系统, 包括由计算机控制的自动处理系统和数控分拣系统等, 大大提高了配送的效率。据调查, 发达国家的许多配送中心在接到用户订单或要货通知单的 24 h 之内就可将大批的货物配备好, 仅用 2 ~ 3 天的时间就可以把货物送到数百公里之外的用户指定的接货点。

(3) 配送方式多样化。为了适应实际的需要, 发达国家的配送企业正采取多种方式向需求者配送货物。例如“转承包配送”方式, 即配送中心接到订单之后, 将销售和配送货物的任务转交给其他专业公司去完成。这种配送方式可以发挥承包企业专业化程度高的优势, 更好地完成供货任务; 可以减轻本配送中心的资金压力和经营风险; 可以提高大型配送中心的应变能力, 为顾客提供更好的服务。

(4) 配送服务质量明显提高。按照配送的基本要求, 配送服务或业务必须做到准时、准确和快速, 不能出差错。具体来讲, 要做到拣选配货准确无误; 发货不出现错装; 发货时间不能超过规定的期限; 发送的目的地准确无误; 运输货物要保持货物的完整性, 不得污损货物。

在竞争激烈的配送市场中, 企业必须向用户提供高质量、高水平的服务才能立足。因此, 发达国家的一些配送中心都把提高配送服务质量视为发展配送业务的重要手段。它们不仅出色地完成配送的基本任务, 使配送货物的准确率、准时率经常保持在 100% 的水平; 同时, 它们更加重视尽力提供更好、更全局的服务, 比如: 缩短接单到供货之间的配送周期; 在指定的时间准时送货; 实行 24 h 昼夜接受订单和送货制度, 以及休息日照常配送货物和提供各种信息; 开展流通加工业务等。

2. 美国现代物流配送的发展现状

20 世纪 60 年代以来, 货物配送的合理化在美国普遍得到重视。为了在流通领域产生效益, 美国企业采取了一系列的措施: 将老式的仓库改为配送中心; 引进计算机管理网络, 对装卸、搬运、保管实行标准化操作, 提高作业效率; 连锁店共同组建配送中心, 促进连锁店效益的增长。美国的配送中心有很多且各有自己的经营特征。以连锁业为例, 主要有批发型、零售型和仓储型 3 种类型。

(1) 批发型配送中心主要靠计算机管理, 业务部通过计算机获取会员店的订货信息, 及时向生产厂家和储运部发出订货指示单。

(2) 零售型配送中心以美国沃尔玛公司的配送中心为典型。该类型配送中心一般为零售商独资兴建, 专为本公司的连锁店按时提供商品, 确保各店稳定经营。

(3) 仓储型配送中心以美国福来明公司的食品配送中心为典型。该配送中心的主要任务是接受独立杂货商联盟的委托业务, 负责为该联盟在该地区的若干家加盟店配送货物。

3. 日本现代物流配送的发展现状

在日本,零售业是首先建立先进配送系统的行业之一。便利店作为一种新的零售业迅速成长,现已遍及日本,正影响着日本其地的零售商业形式。这种新的零售业需要利用新的物流技术,以保证店内各种货物的供应顺畅。因此,日本的物流配送具有以下特点。

(1) 分销渠道发达。许多日本批发商过去常常把自己定位为特定制造商的专门代理商,只允许经营一家制造商的产品。为了保证有效地供应商品,日本许多物流公司不得不对旧有的分销渠道进行合理化改造,以便更好地做到与上游或下游公司的分销一体化。

(2) 频繁、小批量进货。日本物流配送企业的很大一部分服务需求来自便利店,便利店依靠小批量的频繁进货,只有利用先进的配送系统才有可能发展连锁便利店,因为它使小批量的频繁进货得以实现。

(3) 物流配送体现出共同化、混载化的趋势。共同化、混载化的货物配送使原来按照不同生产厂、不同商品种类划分开来的分散的商品物流转变为将不同厂家的产品和不同种类的商品混合起来配送的聚合商品物流,从而得以发挥商品物流的批量效益,大大提高了配送车辆的装载率。

(4) 合作型物流配送。在日本,生产企业、零售企业与综合商社、综合物流公司之间基本上都存在一种长期的物流合作关系,并且这种合作关系还随着日本工业生产的国际化延伸到国外。

(5) 政府规划在现代物流配送发展过程中具有重要的作用。

4. 欧洲现代物流配送的发展现状

在欧洲诸国,物流配送是指按照用户的订货要求,在物流据点进行分货、配货以后,将配好的货物送交收货人的活动。德国的物流配送产业是第二次世界大战以后,随着现代科技的兴起和经济高速发展而逐步发展起来的。特别是近10年来,德国的物流配送已经摒弃了商品从产地到销地的传统配送模式,基本形成了商品从产地到集散中心,从集散中心(有时通过不止一个集散中心)到达最终客户的现代模式。走遍德国,可以说德国的物流配送已经形成了以最终需求为导向,以现代化交通和高科技信息网络为桥梁,以合理分布的配送中心为枢纽的完备的运行系统。在总结德国零售业发展的经验时可以看出德国是十分重视按照连锁经营的规模和特点来规划配送中心的,往往是在建店的同时就考虑到了配送中心的建设布局。

5. 我国现代物流配送的发展现状

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很早就存在于国民经济的各个领域。一直到20世纪80年代初,《物资经济研究通讯》刊登了北京物资学院王之泰教授的“物流浅谈”一文,物流在我国才逐渐得到了关注和重视。

20世纪90年代以来的实践证明,配送是一种非常好的物流方式。我国很多城市的物资部门建立了配送中心,配送得到了很大程度的发展。这样,彻底改变了传统的流通模式和方