



全国高等职业教育规划教材·物流管理专业



物流配送管理 (第2版)

陈修齐 主编 朱 莲 苏 涛 副主编



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>



全国高等职业教育规划教材·物流管理专业

- 物流管理概论 (第2版)
- 国际货运代理与报关实务 (第2版)
- 物流专业英语 (第2版)
- 现代物流运筹学 (第2版)
- 供应链管理 (第2版)
- 运输管理实务 (第2版)
- 物流信息技术与信息系统 (第2版)
- 物流配送管理 (第2版)**
- 现代仓储与配送管理
- 企业物流管理
- 仓储管理实务
- 物流法规教程
- 货物学
- 第三方物流运营实务
- 集装箱运输管理实务
- 采购管理实务

物流管理实务情景实训系列教程

- 仓储管理实务情景实训
- 配送管理实务情景实训
- 货代管理实务情景实训
- 国际物流管理实务情景实训
- 运输管理实务情景实训
- 报关操作实务情景实训



策划编辑: 张云怡
 责任编辑: 陈健德 郭乃明
 责任美编: 李 雯



ISBN 978-7-121-09015-8



9 787121 090158 >

定价: 32.00 元

全国高等职业教育规划教材·物流管理专业

物流配送管理

(第2版)

陈修齐 主编

朱 莲 苏 涛 副主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本教材第2版是在借鉴和吸收国内外物流配送管理理论及最新研究成果的基础上, 密切结合我国物流企业在物流配送及管理过程中的实际情况, 从系统的角度阐述了物流配送的基本原理、物流配送的要素及作业流程、配送中心的基本状况、配送中心的作业管理及信息管理、物流配送成本管理、电子商务条件下的物流配送和物流配送的新趋势等理论与实训操作, 并且提供了大量具有代表性的物流配送管理的案例。

本教材主要供高等职业院校物流专业或其他相关专业的教师、学生使用, 也可供中等职业院校或其他相关院校教师、学生及企业物流管理人员等使用。

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

物流配送管理 / 陈修齐主编. —2版. —北京: 电子工业出版社, 2009.8

全国高等职业教育规划教材·物流管理专业

ISBN 978-7-121-09015-8

I. 物… II. 陈… 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(2009)第093841号

责任编辑: 陈健德 郭乃明

印 刷: 北京市顺义兴华印刷厂

装 订: 三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 21 字数: 537.6千字

印 次: 2009年8月第1次印刷

印 数: 4000册 定价: 32.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

第 2 版修订说明

《物流配送管理》教材第 2 版修订以教育部 2008 年 16 号文件精神要求为切入点，以服务为宗旨，以就业为导向，以提高学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力为目标，在保持初版特色及优点的基础上，对全书体系、内容、观点和所有材料进行了全面检查、修改和补充。与初版相比较，第 2 版主要有以下不同：

(1) 修改后的教材内容和体系较充分地贯彻了“工学结合”的精神，做到与时俱进，适应社会经济和物流行业发展的需要；突出教学过程的实践性、开放性和职业性，强化对高职学生职业能力的培养。

(2) 教材修订过程中注重引用与教材内容贴切的、具有非常强时效性的实际案例，通过案例教学和实训操作，缩短学生校内学习与实际工作的距离。

(3) 在教材体例方面，为方便教师授课和学生学习，每章开头设置了“理论要点”、“技能要求”和“案例导读”模块，在教材的绝大多数章节均有与本节内容相匹配的参考资料链接，在每章末尾进行了简单小结，并附有案例讨论与分析题、形式多样的练习题和实训操作题等。

(4) 在教材内容方面，整合、删除了第 1 章第 7 节“电子商务下的物流配送”；同时，在整合的基础上将第 8 章“物流配送的新趋势”的内容全部替换成“配送运输管理”。

本教材第 2 版各章的修订稿分别由下列人员提供：闽江学院的陈修齐副教授提供第 2,3,4,6,7,8 章修订稿；西安电子科技大学的朱莲副教授提供第 1 章修订稿；苏州职业大学的苏涛副教授提供第 5 章修订稿。全书由陈修齐总纂定稿。本书在修订过程中得到了兄弟院校同行的大力支持和帮助，同时参考并引用了国内外相关专家、学者在当代物流配送管理领域内的最新理论研究成果，在此，我们表示衷心的感谢！

当然，由于修订者的水平限制及时间匆忙等原因，书中难免仍存在错误或有待改进之处，恳请广大读者批评指正。

序

进入 21 世纪后,以新型流通方式为代表的连锁经营、物流配送、电子商务等产业发展迅速,服务业对整个国民经济的发展越来越重要。被誉为“21 世纪最具发展潜力”行业之一的物流业,已经成为中国经济发展的重要产业和新的经济增长点。

随着社会主义市场经济体系的建立,我国在物流教育方面已初步形成了一个较为完善的教育体系。但是,社会对物流人才的需求呈上升趋势,我国高校的物流教育大多处在自行设计课程与实践的阶段,与境外物流人才的培养相比,差距主要体现在物流从业人员的素质有待提高及物流知识和技能与实践脱节等方面。

物流学科是一门综合学科,物流产业是一个跨行业、跨部门的复合产业,具有劳动密集型和技术密集型相结合的特征。发展物流高等职业教育是完善物流教育多层次体系的需要,也是满足对物流人才需求多样化的需要。

2004 年 1 月,电子工业出版社组织 30 余所高职院校的优秀教师,编写了“全国高等职业教育物流管理专业”系列规划教材,从 2004 年 8 月至 2005 年 3 月共出版教材 13 种。目前,这套教材中的大部分已有近 3 年的使用时间,得到了使用院校的普遍好评,其中多种教材被评为“普通高等教育‘十一五’国家级规划教材”。随着教育的不断深入及社会用人单位对高职毕业生要求的进一步提高,为使教材更好地适应教师教学和学生就业的需要,2007 年 1 月,电子工业出版社在上海召开了教材修订研讨会,在认真听取了到会老师意见的基础上,明确了修订教材的编写思路和原则。

作者根据修订教材的编写思路和原则,结合物流一线人员的意见和建议,已修正和完善了教材中的相关内容。修订版教材补充了大量新案例,采用了近年的最新数据,在内容方面体现了物流领域的新知识、新技术、新思想和新方法,在编写方法上注重现实社会发展和就业的需求,更加突出了“实用性、技能性、应用性”,是一套能使物流及相关专业的学生拓展思路、丰富知识、贴近企业的素质性教育教材。

这套物流管理专业教材在对第 1 版教材进行修订的同时,还将根据专业发展和社会需求的变化不断补充新的教材。希望该套教材的出版和使用能为培养优秀的物流专业人才起到积极的推动作用。



教育部高等院校物流类教学指导委员会 主任
中国物流学会 副会长
上海海事大学 副校长
2007 年 6 月

目 录

第 1 章 物流配送的概述	(1)
1.1 配送的含义和特点	(2)
1.1.1 配送的含义	(2)
1.1.2 配送的特点	(6)
1.2 配送的功能和作用	(7)
1.2.1 配送的功能	(7)
1.2.2 配送的意义和作用	(8)
1.3 配送合理化	(11)
1.3.1 配送合理化的判断标志	(11)
1.3.2 配送合理化可采取的做法	(13)
1.4 配送的类型	(15)
1.4.1 按配送主体不同分类	(15)
1.4.2 按配送时间及数量分类	(16)
1.4.3 按配送商品的种类和数量不同分类	(18)
1.4.4 按加工程度不同分类	(19)
1.4.5 按配送专业化程度不同分类	(19)
1.4.6 按经营形式不同分类	(20)
1.4.7 共同配送	(21)
1.5 配送在国外的形成与发展	(23)
1.5.1 配送形成的必然性	(23)
1.5.2 配送的形成和发展	(25)
1.6 我国配送的产生、发展及现状	(27)
1.6.1 我国配送产生及发展的三个阶段	(27)
1.6.2 我国配送的现状及其具体表现	(31)
1.6.3 现阶段制约我国物流配送发展的主要问题	(33)
本章小结	(34)
习题与实训	(36)
第 2 章 物流配送的要素及作业流程	(38)
2.1 配送的业务流程	(39)
2.1.1 配送的基本环节	(39)
2.1.2 配送的一般流程及功能要素	(39)

2.2	配送的业务模式	(42)
2.2.1	商流、物流一体化的配送模式	(42)
2.2.2	商流、物流相分离的配送模式	(43)
2.2.3	共同配送模式	(44)
2.3	配送的组织	(46)
2.3.1	配送业务程序	(46)
2.3.2	配送方法的确定	(47)
2.4	配送中心的一般作业流程	(49)
2.4.1	总体流程	(49)
2.4.2	具体作业环节	(51)
2.5	配送中心的特殊作业流程	(54)
2.5.1	配送中心的特殊作业流程	(54)
2.5.2	配送中心特殊作业流程案例	(55)
	本章小结	(57)
	习题与实训	(59)
第3章	配送中心概述	(65)
3.1	配送中心的概念	(66)
3.1.1	配送中心的形成及发展	(66)
3.1.2	配送中心的概念	(67)
3.1.3	配送中心定位	(70)
3.2	配送中心的类型	(71)
3.2.1	按配送中心的配送对象分类	(71)
3.2.2	按配送中心的经济功能分类	(72)
3.2.3	按配送中心的辐射范围分类	(74)
3.3	配送中心的地位和功能	(75)
3.3.1	配送中心的地位和作用	(75)
3.3.2	配送中心的功能	(76)
3.4	配送中心设立的准备	(83)
3.4.1	物流需求分析	(83)
3.4.2	配送中心设立的决策准备	(85)
3.5	配送中心设立的内容	(90)
3.5.1	配送中心的设立时机	(90)
3.5.2	配送中心的类型选择	(91)
3.5.3	配送中心的所有者决策	(93)
3.5.4	配送中心规模和数量的确定	(97)

3.5.5 配送中心的投资决策	(99)
本章小结	(100)
习题与实训	(104)
第4章 配送中心的作业管理	(107)
4.1 进货作业管理	(108)
4.1.1 集货作业	(108)
4.1.2 商品堆垛的要求	(111)
4.1.3 收货操作程序和要求	(112)
4.2 搬运作业管理	(112)
4.2.1 搬运的基本知识	(112)
4.2.2 搬运合理化 18 原则	(113)
4.3 储存作业管理	(115)
4.3.1 储存保管的目标	(116)
4.3.2 储位管理	(116)
4.3.3 入库、保管作业	(117)
4.3.4 库存作业管理	(119)
4.4 盘点作业管理	(122)
4.4.1 盘点作业的目的	(123)
4.4.2 盘点作业的步骤	(123)
4.4.3 盘点结果的评估检讨	(127)
4.5 订单作业处理	(128)
4.5.1 接受订货的方式	(129)
4.5.2 订单内容的确认	(130)
4.6 拣货作业	(132)
4.6.1 拣选作业方式	(132)
4.6.2 拣选作业的两种方法	(132)
4.6.3 拣选作业与设施	(133)
4.6.4 拣货作业系统实例分析	(134)
4.6.5 拣货作业运用的策略	(135)
4.7 补货与出货作业管理	(135)
4.7.1 补货作业	(135)
4.7.2 出货作业	(136)
4.8 输/配送作业管理	(138)
4.8.1 什么是输/配送	(138)
4.8.2 输/配送管理的重要性	(138)

4.8.3	车辆输/配送服务要点	(139)
4.8.4	输/配送运行效率	(140)
4.9	退调作业管理	(144)
4.9.1	一般退货或换货的原因	(144)
4.9.2	退调的做法	(144)
	本章小结	(145)
	习题与实训	(149)
第5章	配送中心的信息管理	(152)
5.1	配送中心信息系统的作用和结构	(153)
5.1.1	配送中心信息系统的作用	(153)
5.1.2	配送中心信息系统的结构	(155)
5.1.3	配送中心模拟信息系统简介	(157)
5.2	销售出库管理系统	(163)
5.2.1	销售出库管理系统与其他三大系统间的关联	(163)
5.2.2	销售出库管理系统的结构	(163)
5.3	采购入库管理系统	(172)
5.3.1	采购入库管理系统信息流程图	(172)
5.3.2	系统的结构	(173)
5.4	财务会计管理系统	(179)
5.4.1	财务会计管理系统与其他系统的关联	(179)
5.4.2	财务会计管理系统结构	(180)
5.4.3	财务会计管理模拟信息系统简介	(181)
5.5	经营绩效管理信息系统	(186)
5.5.1	经营绩效管理信息系统与其他系统的关联	(186)
5.5.2	经营绩效管理信息系统结构和信息流程	(186)
5.5.3	配送中心计算机管理系统的发展	(189)
	本章小结	(193)
	习题与实训	(198)
第6章	配送成本管理	(202)
6.1	物流成本的概述	(204)
6.1.1	物流成本的概念	(204)
6.1.2	物流成本的分类	(204)
6.1.3	物流成本的特点	(206)
6.1.4	影响企业物流成本的因素	(209)
6.1.5	降低物流成本的途径	(210)

6.2	物流成本的核算	(211)
6.2.1	建立物流成本核算制度的意义	(211)
6.2.2	物流成本计算的对象	(213)
6.2.3	物流成本核算的基本方法	(214)
6.2.4	物流成本核算存在的难点问题	(215)
6.3	配送成本概述	(217)
6.3.1	配送成本的含义	(217)
6.3.2	配送成本的特征	(218)
6.3.3	计算配送成本的意义	(219)
6.3.4	配送成本的类别	(221)
6.3.5	配送成本计算步骤	(223)
6.3.6	配送成本的控制	(229)
6.4	配送服务与配送成本	(230)
6.4.1	配送服务与成本之间的二律背反	(230)
6.4.2	配送成本与配送服务的分析	(232)
6.4.3	配送服务与成本合理化的策略	(237)
	本章小结	(239)
	习题与实训	(241)
第7章	电子商务配送	(244)
7.1	电子商务与现代物流的关系	(246)
7.1.1	电子商务概述	(246)
7.1.2	电子商务的物流瓶颈问题	(249)
7.1.3	电子商务对物流的影响	(250)
7.1.4	物流对电子商务的作用	(255)
7.1.5	电子商务环境下的物流配送	(258)
7.2	电子商务下配送中心的概述	(262)
7.2.1	新型物流配送中心特征	(262)
7.2.2	电子商务条件下配送中心的条件	(267)
7.3	电子商务下配送中心的配送流程	(269)
7.3.1	配送中心物流管理系统	(269)
7.3.2	配送流程	(269)
7.3.3	电子商务物流作业流	(271)
7.4	电子商务的物流配送的解决办法	(273)
7.4.1	使用全国性的快递公司	(273)
7.4.2	使用最近一、两年发展起来的区域性, 城市性速递公司	(274)

7.4.3 自建配送网络	(274)
本章小结	(278)
习题与实训	(282)
第8章 配送运输管理	(284)
8.1 配送运输概述	(285)
8.1.1 配送运输	(285)
8.1.2 配送运输方法	(287)
8.1.3 配送运输的合理化	(289)
8.2 配送运输的作业管理	(291)
8.2.1 配送运输的作业过程	(291)
8.2.2 配送运输管理	(295)
8.3 配送车辆积载作业技术	(301)
8.3.1 影响配送车辆积载因素	(301)
8.3.2 车辆积载的原则与方法	(301)
8.3.3 配送车辆装载与卸载	(304)
8.4 车辆调度及配送运输线路优化	(306)
8.4.1 车辆调度	(306)
8.4.2 线路优化	(312)
本章小结	(319)
习题与实训	(322)
参考文献	(325)



第1章 物流配送的概述

理论要点	技能要求
<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 配送的概念和特点; <input checked="" type="checkbox"/> 配送的种类; <input checked="" type="checkbox"/> 配送的作用和功能; <input checked="" type="checkbox"/> 配送的形成和发展。 	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 认识、了解物流配送企业,感知物流配送企业工作环境、工作条件与企业文化; <input checked="" type="checkbox"/> 了解物流配送企业的组织结构、岗位设置与企业管理制度; <input checked="" type="checkbox"/> 了解物流配送企业的主要物流设备与设施。



案例导读

我国新一轮家电下乡正式启动

2009年3月5日,国家财政部会同商务部公布新一轮家电下乡中标结果,空调、热水器、计算机等家电将大规模下乡。这一轮家电下乡中的补贴资金仍为13%,其中由中央财政负担80%,省级财政负担20%。据国务院统一部署,2009年2月1日起,家电下乡从12个省(区、市)推广到全国,在已有彩电、冰箱(含冰柜)、洗衣机、手机下乡的基础上,此次将计算机、空调、热水器纳入补贴范围,各地可从中自主选择两个品种。据财政部会同有关部门测算,家电下乡财政补贴政策实施4年,预计累计会实现销售6亿台(件),拉动国内消费约16000亿元。据统计,截至2009年2月18日,全国家电下乡产品销量已超过500万台。

新一轮下乡的家电产品中,空调及计算机的市场潜力较大。空调方面,乡村市场普及率较低,且所有下乡产品均为能效标准在3级以上的产品,还享受国家13%的财政补贴;计算机方面,虽然目前农村网民已达8460万人,占全国网民的28.4%,但农村因特网普及仍还不够。有报告显示,3年内,农村有望每年新增2700万至3600万台计算机,它将拉动100亿元规模的IT销售。在家电下乡概念扩大,引入计算机、手机等3C产品后,以IT、数码产品销售为主营业务的电子商务网站有了更大的机会。同时电子商务渠道的引入,也有利于引导农民使用因特网。但是,农村销售网点分散,物流配送不发达,家电产品下乡会让企业配送成本支出增加。因此,电子商务企业进入家电下乡流通渠道,不仅有利于解决开店成本的问题,同时其物流配送还可以直接覆盖到四到六级,甚至是六级以下市场,有利于进一步推动家电产品配送下乡,促进农村市场消费。



思考：

什么是配送？你认为配送在我国新一轮家电产品下乡中有什么现实意义？

1.1 配送的含义和特点

1.1.1 配送的含义

配送是物流活动中一种特殊的、综合的活动形式，它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，是物流的一个缩影或在某小范围中全部物流活动的体现。一般的配送集装卸、包装、保管、运输于一身，通过这一系列的物流活动完成将货物送达的目的；特殊的配送还要进行流通加工活动。它的目标指向是安全、准确、优质服务和较低的物流费用。

配送的概念最早曾广泛应用于日本，它是英语“Delivery”的意译，是交货、送货的意思。对于配送，目前尚无一个统一的定义，各种文献说法不一：有的强调送货，有的强调运送范围。例如，日本文部省审定的物流培训教材，将配送定义为“最终将物品按指定时日安全准确交货的输送活动”。日本日通综合研究所编写的较有影响的《物流手册》认为“面向城市内和区域范围内，对需要者进行的运输称为配送”，“从配送中心到顾客之间物品的空间移动叫配送”等。

和配送相近的词汇还有“交货”、“运送”、“输送”、“供应”、“供给”、“发放”等，但是这些词都没有对配送给出精确的解释。

1. 配送和送货的区别

配送和送货概念的区别在于：配送不是一般概念的送货，也不是生产企业推销产品时直接从事的销售性送货，而是从物流结点至用户的一种特殊送货形式。从送货功能看，其特殊性表现在：

(1) 送货主要体现为生产企业和商品经营企业的一种推销手段，通过送货达到多销售产品的目的；而配送中从事送货的是专职流通企业，而不是生产企业。

(2) 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。

(3) 一般送货是生产什么、有什么送什么，配送则是用户需要什么送什么。

2. 配送和输送、运输概念的区别

配送和输送、运输概念的区别在于：配送不是单纯的运输或输送，而是运输与其他活动共同构成的有机体。配送中所包含的那一部分运输活动在整个输送过程中是处于“二次输送”、“支线输送”、“末端输送”的位置，其起止点是物流结点至用户，这也是不同于一般输送的特点。



3. 配送和供应或供给的区别

配送和一般概念的供应或供给的区别在于：配送不是广义概念的组织物资订货、签约、结算、进货及对物资处理分配的供应，而是一种“门到门”的服务，可以将货物从物流结点一直送到用户的仓库、营业所、车间乃至生产线的起点。

4. 配送和运送、发放、投送概念的区别

配送和运送、发放、投送概念的区别在于：配送是在全面配货的基础上，充分按用户要求，包括种类、数量、时间等方面的要求所进行的运送。因此，除了各种“运”、“送”活动外，还要从事大量分货、配货、配装等工作，是“配”和“送”的有机结合。

1985年年底，日本工业标准 JIS 对物流用语进行了统一的定义，其中配送定义为“把货物从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，并没有能反映配送的现代特征，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别名，并无什么新意。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。我国物流学界对“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。它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)，其中关于配送的解释是：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，配送是指根据用户的要求，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。

这些解释已远远不同于初期的送货，它已具有了现代配送的特征，具体表现如下。

(1) 不单是送货，在活动内容中还有“分货”、“配货”、“配装”等项工作，这是很有难度的工作，要圆满实现它，必须有发达的商品经济和现代的经营水平。在商品经济不发达的国家及历史阶段，很难按用户要求实现配货，更难以实现广泛的、高效率的配货。因此，旧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，同时还和订货系统紧密相联系，这就必须依赖现代情报信息的作用，使整个大系统得以建立和完善，转变成为一种现代化方式，这是旧送货形式所不能比拟的。

(3) 配送的全过程有现代化技术和装备的保证，因而使配送在规模、水平、效率、速度、质量等方面远远超过旧的送货形式。这些活动中，大量采用各种传输设备及识码、拣选等机电装备，很像工业生产中广泛应用的流水线，使流通工作部分工厂化。使得配送和旧送货形式还有现代装备的差别。所以说配送也是技术进步的一种产物。

(4) 旧的送货形式只是推销的一种手段，目的仅在于多销售一些货物，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反映。因此，如果说一般送货是一种服务方式的话，配送则是一种体制形式。



以上已分析了配送与送货、运输、供应、运送等的区别，可究竟该如何正确理解配送的概念呢？一般认为可从以下两个角度来认识。

5. 从经济学资源配置角度来看

配送是社会化大生产高度专业化的产物，是商品流通社会化的发展趋势，因而可以把配送描述为“以现代送货形式来实现资源最终配置的经济活动”。

(1) 配送是资源配置的一部分，因而是经济体制的一种形式。配送是“最终资源配置”，是接近顾客的配置，即将用户的要求作为目标，具体体现为用户要求什么送什么，希望什么时候送便什么时候送。

(2) 配送的主要经济活动是现代送货。传统意义上的送货在商品流通中只是一种服务方式，而配送则不仅是一种物流手段，更重要的是一种物流体制，它是依靠科技手段实现“配”和“送”有机结合的一种方式。

(3) 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，因而有局限性。配送虽然是有战略价值的重要方式，但是它不能解决流通领域的所有问题。

6. 从配送的实施形态角度来看

从配送最终实现的环节看，可以把配送描述为“按用户订货要求，在物流结点进行货物配备，并以最合理的方式送交用户的过程”。

这个概念的内涵包括：

(1) 配送是接近用户资源配置的全过程。

(2) 配送的实质是送货，但配送是高水平的送货形式。一般送货通常是送货单位的附带性工作，也就是说送货单位的主要业务并非送货。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。

(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，配送则是用户需要什么送什么。而要做到这一点，就必须在一定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，广义上，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) 配送是“配”和“送”有机结合的形式。传统的送货主要体现为生产企业和商业企业的一种推销手段，通过送货达到多销售产品的目的。在运送货物的过程中，有一件运一件，需要一点送一点，这样就大大增加劳动力的消耗，使送货并不优于取货。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，利用规模优势取得较低的送货成本。所以，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。配送定义中强调“按用户订货要求”，充分体现了用户的