



学习目标 ○○○

●知识目标

- 1.明确物流配送的含义与特征。
- 2.了解物流配送的产生和发展情况。
- 3.了解物流配送在我国的发展现状。
- 4.掌握配送的功能和作用。
- 5.掌握配送的各种类型。



引导案例 美国沃尔玛公司的物流配送运作

沃尔玛公司是全美零售业务年销售收入第一的著名企业,素以精确掌握市场、快速传递商品和最好地满足客户需要著称。沃尔玛之所以能取得如此辉煌的业绩,其中一个极为重要的因素就是沃尔玛拥有自己庞大的物流配送系统,并实施了严格有效的物流配送管理制度。这确保了公司在效率和规模成本方面的最大竞争优势,也保证了公司顺利地扩张。

一、配送中心的设立

从建立折扣百货公司之初,沃尔玛就意识到有效的商品配送能保证公司达到最大销售量和最低成本,而高效的商品配送途径就是建立自己的配送组织,包括送货车队和仓库。随着沃尔玛的成长,公司意识到配送中心的好处不仅是使公司可大量进货,而且可通过要求供应商将商品集中大量送到配送中心,再由公司统一接收、检验、配货、送货,比让供应商将商品分散送至各分店更经济。于是在1969年,沃尔玛的第一个配送中心建成了,当时即可集中处理公司所销售商品的40%,提高了公司大量采购商品的能力。

第二个配送中心建于1975年,约1.4万平方米,它不承担仓储功能,只是一个转运站,统一接

收供货方送来的大宗货物,经检测、编配后由公司的送货卡车予以转运。

二、配送作业方式

在配送运作时,大宗商品通常经由铁路送达自己的配送中心,再由公司卡车送至各商店。每店一周约收到13卡车货物。60%的卡车在返回自己配送中心途中又捎回从沿途供应商处购买的商品。这样的集中配送为公司节约了大量资金,据统计,20世纪70年代初沃尔玛公司的配送成本只占销售额的2%,比一般大零售公司低了近一半。同时集中配送还为各分店提供了更快捷、更可靠的送货服务,并使公司能更好地控制存货。

三、配送中心的运行及管理

如今,沃尔玛配送中心的运行完全实现了自动化。每种商品都有条码,由十几千米长的传送带传送商品,和电脑追踪每件商品的储存位置及运送情况,每天能处理约20万箱的货物配送。

可以说,配送业务管理的成功保证了沃尔玛公司从一个区域性连锁公司发展为全国性连锁公司,而且一直保持着低成本效率,业绩不断增长,确保了公司的发展,是公司成功的一个重要“武器”。



截至2010年1月,沃尔玛在中国门店总数已达178家。业内人士认为,沃尔玛能发展到今天的规模,很大程度上与它强大的物流系统分不开。事实上,物流运输和配送系统是沃尔玛的焦点业务。沃尔玛近年来每年在物流方面的投资都在

1000多亿美元以上,而且这种投资额还在不断增长。

思考讨论

1. 什么是物流配送? 配送与送货有什么区别?
2. 物流配送的功能有哪些?

进入21世纪以来,以信息技术为基础的电子商务在全球迅速崛起,它对传统的企业运作模式、商品流通方式及人们的购物、消费、生活方式产生了广泛而深远的影响。而保证电子商务交易顺利实现交割,关键在于构建一个与电子商务交易相适应的现代化物流系统。因此,物流在现代经济发展中的地位 and 作用,将显得越来越重要。配送是一种非常好的物流方式,它彻底改变了传统的流通模式和方式。过去物资流通企业等人上门买货,如今走出家门主动上门送货,为生产企业配送急需的产品。物流配送已经成为现代物流理论发展及应用实践中最引人瞩目的一个新领域,在国民经济发展中的作用越来越大。

第一节 配送的定义和特征

一、配送的定义

中国国家标准《物流术语》中对配送所下的定义是:“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。”

对配送概念的深入理解,应当掌握以下几点:

(1)配送是按用户的要求进行的。用户的要求是配货和送货的依据,包括货物的品种、规格、数量、质量、送货时间、送货地点等。用户要求的实现程度是衡量配送质量高低的最终标准。

(2)配送是由物流据点完成的。物流据点可以是物流配送中心、物资仓库,也可以是商店或其他物资集散地。

(3)物资配送是流通加工、整理、拣选、分类、组配、配装、末端运输等一系列物流活动的集合。

(4)配送在货物送达收货人后即告完成。

另外,对于配送概念的理解还要注意区分以下两点。

1. 配送与物流

(1)从物流角度来说,配送基本上包括了所有的物流功能要素,是物流在小范围内的全



部活动的体现。一般来说,配送集装卸、搬运、包装、保管、运输等于一体,通过一系列的活动将商品运到客户手中。有的配送还有流通加工环节作为支撑,包含的范围便更广。

(2)从商流角度来说,物流与配送活动有明显的不同。物流是商物分离的产物,而配送则是商物合一的产物。配送是“配”和“送”的有机结合体,是物流的综合的活动形式,是在某一经济合理区域范围内物流的缩影。

2. 配送与送货

配送与一般送货有着重要的区别。主要表现在以下四个方面:

(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,通过送货达到推销商品的目的。而配送则是社会化大生产、高度专业化分工的产物,是商品流通社会化的发展趋势。

(2)送货方式对用户而言只能满足其部分要求,这是因为送货人有什么货物就送什么货物。而配送是将用户的要求作为其目标,具体体现为用户要求什么就送什么,希望什么时候送就什么时候送。

(3)送货通常是送货单位附带性的工作,也就是说送货单位的主要业务并不是送货。而配送是配送部门的专职,通常指专门进行配送服务的配送中心。

(4)送货在商品流通过程中只是一种服务方式。而配送不仅仅是一种物流手段,更重要的是一种物流体制。

二、配送活动的基本特征

1. 配送不仅指送货,它是配货、分货、送货等活动的有机结合体。

配送是以分拣和配货为主要手段,以送货和抵达为目的的一种特殊的综合性物流活动。其特殊性表现在它包含了某一段的装卸、包装、流通加工、保管等活动,但又不是这些活动的全部或全过程。因此,配送不能简单地等同于运输或其他物流活动的全部。

2. 配送的概念描述了接近用户资源配置的全过程。

配送不仅是在恰当的时间、通过恰当的方式、恰当的费用将商品最终传递给需求者,而且是将最优质的服务传递给需求者。因此,它一头连接着物流系统的业务环节,一头连接着消费者,直接面对服务对象的各种服务要求。配送功能完成的质量及其达到的服务水准,最直接而又具体地反映了物流系统对需求的满足程度。

3. 配送是一种专业化的分工方式,是大生产、专业化分工在流通领域的体现。

以往送货形式的目的仅仅在于多销售一些商品,而配送活动作为营销活动的重要手段,准确而又稳定的配送活动可以在保证供给的同时,最大限度地降低生产或者流通企业对商品的库存,从而降低总的销售成本。



前沿聚焦 电子商务环境下物流配送的特点

1. 物流配送信息化

物流配送信息化表现为物流配送信息的商品化、信息收集的数据库化和代码化、信息处理的电子化和计算机化、信息传递的标准化和实时化、信息存储的数字化等。条码技术(Bar Code)、数据库技术(Database)、电子订货系统(Electronic Ordering System, EOS)、电子数据交换(Electronic Data Interchange, EDI)、快速反应(Quick Response, QR)、有效的客户反映(Effective Customer Response, ECR)、企业资源计划(Enterprise Resource Planning, ERP)等在物流管理中得到广泛应用。没有物流的信息化,任何先进的技术设备都不可能应用于物流领域,信息技术在物流中的应用将会彻底改变世界物流业的面貌。

2. 物流配送自动化

物流配送自动化的基础是信息化,自动化的核心是机电一体化,自动化的外在表现是无人化,自动化的效果是省力化,另外自动化还可以扩大物流作业能力、提高劳动生产率、减少物流作业的差错等。物流自动化系统有:条码/语音/射频自动识别系统、自动分拣系统、自动存取系统、自动导向车、货物自动跟踪系统等。这些设施在发达国家已普遍用于物流作业流程中,而在我国由于物流业起步晚,发展水平低,自动化技术的全面普及还需时间。

3. 物流配送网络化

物流领域网络化的基础也是信息化,这里指的网络化有两层含义:一是物流配送系统的计算机通信网络,包括物流配送中心与供应商或制造商的联系要通过计算机网络。另外与下游顾客的联系也要通过计算机网络通信,比如配送中心向供应商提出订单这个过程,就可以使用计算机通信方式,借助于增值网(Value-Added Network, VAN)上的电子订货系统(EOS)和电子数据交换

技术(EDI)来自动实现,物流配送中心通过计算机网络收集下游客户的订货信息的过程也可以自动完成。二是组织网络化及所谓的企业内部网(Intranet)。如电脑业在20世纪90年代创造的“全球运筹式产销模式”,其基本点是按照客户订单组织生产,生产采取分散形式,将全世界的电脑资源都利用起来,采取外包的形式将一台电脑的所有零部件、元器件、芯片外包给世界各地的制造商去生产,然后通过全球的物流网络将这些零部件、元器件和芯片发往同一个物流配送中心进行组装,由该物流配送中心将组装的电脑迅速发给订户。

物流配送的网络化是物流信息化的必然,是电子商务下物流配送活动的主要特征之一。全球网络资源的可用性及网络技术的普及为物流的网络化提供了良好的外部环境,物流网络化趋势不可阻挡。

4. 物流配送智能化

这是物流配送自动化、信息化的一种高层次应用。物流配送作业过程大量的运筹和决策,如库存水平的确定、运输搬运路径的选择、自动导向车的运行轨迹和作业控制、自动分拣机的运行、物流配送中心经营管理的决策支持等问题都需要借助于大量的智能信息来解决。在物流自动化的进程中,物流智能化是不可回避的技术难题。目前专家系统、机器人等相关技术在国际上已经有比较成熟的研究成果,物流智能化已经成为电子商务下物流发展的一个新趋势。

5. 物流配送柔性化

柔性化原是生产领域为实现“以顾客为中心”目的而提出的,但要真正做到柔性化,即真正根据消费者需求的变化来灵活调节生产工艺,没有配套的柔性化的物流配送系统是不可能实现的。20世纪90年代以来,生产领域提出的FMS、CIMS、



MRP、ERP 等概念和技术的实质就是将生产、流通进行集成,根据需求端的需求组织生产,安排物流活动。柔性化物流正是适应生产、流通与消费

的需求而发展起来的新型物流模式。它要求物流配送中心根据消费需求“多品种、小批量、多批次、短周期”的特点,灵活组织和实施物流作业。

第二节 物流配送的产生和发展

一、配送的产生

第二次世界大战结束以后,一些发达国家通过一系列的经济发展措施,开始大力发展经济,出现了经济的高速增长,但随之也出现了流通结构与商流无法配合的现象:商业网点分散,布局不合理、不协调,流通渠道结构繁杂庞大,运输成本高,库存费用大等问题,严重阻碍了生产的进一步发展和企业利润的提高。因此,传统的物流方式已远远不能适应现代经济的发展,迫切要求缩短流通时间和减少库存资金的占用。因此,急需社会流通组织提供系列化、一体化、多项目的后勤服务。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。但是如果减少企业的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。针对上述问题,日本企业界开始寻求解决矛盾的方法。它们成立了物流中心和物流团体,还积极推行“共同配送制度”,扩大和强化仓储业功能,统一了装卸、搬运等物流作业标准,将物流中的装卸、搬运、保管、运输等功能一体化和连贯化,主动为客户提供“门到门”服务。至此,经过不断的改革,一种被日本企业界称为“配送”的现代化物流方式和流通体制便应运而生了。

另外,美国“20 世纪财团”也曾组织了一次调查,表明“以商品零售价格为基数进行计算,流通费用所占的比例达 59%,其中大部分为物流费”。流通结构分散和物流费用不断上升,严重阻碍了生产发展和企业利润率的提高。因此,美国企业界把第二次世界大战期间“军事后勤”的概念引用到企业管理中,许多公司减少了老式仓库,成立配送中心,统一了装卸、搬运等物流作业标准。不少公司设立了新的流通机构,将独立分散的物流运动也统一集中,推出了新型的送货方式。这不仅降低了流通费用,而且节约了劳动消耗。美国有 30% 以上的生产资料是通过流通企业配送中心销售的。这样,配送就形成和发展起来了。

二、物流配送的发展

(一) 发达国家物流配送的发展

一般的送货形态在西方国家已有相当长的历史,可以说是随市场而诞生的一种必然市场行为。很多企业直到 20 世纪 70 年代仍然将送货看成“无法回避、令人讨厌、费力低效的



活动,甚至有碍企业的发展”。配送最早产生于发达的资本主义国家。从历史上曾采用的一般送货,发展到以高技术方式支持的、作为企业发展战略手段的配送,是近一二十年的事情。许多国家甚至到 20 世纪 80 年代才真正认识到这一点。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。如今,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,并且还在迅速发展。

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

1. 配送共同化的进展

初期送货是以单独企业为主体,为满足用户配送要求,出现了配送企业车辆利用率低,不同配送企业之间交错运输,交通紧张,事故频繁等现象。日本于 20 世纪 60 年代开始的“共同配送”,是在各个公司效率低而且难以解决的情况下才被采用的,如果在本公司就能建立合理化配送系统,也就没有必要考虑共同配送了。

2. 配送计划化的进展

初期配送,强调“即时”较多,即完全按顾客要求办事,而并不是按顾客的合理要求办事。制定合理计划而不是完全按顾客要求那样进行配送,是高水平的计划配送的一大进展。

3. 配送区域的扩大

配送逐步突破了一个城市的范围,在更大范围中找到了优势。同时,配送的种类也日益增多。并且从物流配送的活动范围来看,一些发达国家的配送服务已延伸到了省际和国际。

4. 直达配送的进展

不经过物流基地中转,在有足够批量且不增加用户库存的情况下,配送在“直达”领域中也找到了优势,因而突破了配送的原来概念,有了新的发展。对于生产资料而言,直达配送有更广泛的应用。

5. 计算机管理配送的进展

随着配送规模的扩大和计算机的微型化,计算机管理配送取得很大进展。表现在以下三个方面:

(1)信息传递与处理,建立了 EDI 系统。

(2)计算机辅助决策,如辅助进货决策,辅助配货决策,辅助选址决策等,美国 IBM 公司率先建立了配送车辆计划和配送路线的计算机软件。

(3)计算机程序化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等。

6. 配送劳动手段的进展

配送劳动手段作为支撑配送的生产力要素,是进展很大的领域。到 20 世纪 80 年代,发



达国家配送已普遍采用了计算机系统、自动搬运系统、大规模分拣、光电识别、条形码等。

7. 配送中心的大量建设

发达国家物流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加。配送中心是专门从事商品配送业务的物流基地,专业化、现代化程度高,有很强的货物配送能力。并且发达国家物流设备的更新周期比较短,物流配送技术和设备先进,目前很多配送中心都建立起自动化的配送系统,使物流配送效率得到进一步提高。为了适应实际的需要,许多发达国家的配送企业采用多种方式向需求者配送货物,并把提高配送服务质量视为发展配送业务的重要手段。美国的沃尔玛成功做到了这一点,它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 小时昼夜接受订单和送货制度及休息日照常配送,并开展流通加工业务。

典例链接 武汉中百物流配送中心

1. 基本情况

武汉中百物流配送中心是中百集团下属子公司,位于武汉市东西湖区吴家山台商投资开发区,毗邻 107 国道,西临汉江黄金水道,交通十分便利。该中心占地面积 130 亩,总建筑面积 3.5 万平方米,拥有近 100 个装卸货口,除满足武汉中百自身 200 余家超市门店日常配送外,可面向社会满足 6 000—8 000 个品种的配销。通过引进集高位货架、前移式电瓶叉车、无线网络通信技术、无线手持终端、条码及扫描技术、计算机信息管理于一体的智能化仓库技术,实行按客户、商品、批次分别对商品进行精确的分类定位管理,实现“储存在立体化,装卸机械化、分拣电子化”,是华中地区单体面积最大的现代化物流配送中心。

2. 库房特点

该中心拥有现代化物流库房两座,共 8 个仓间,中间以连廊相连,呈“H”形分布。外环为供应商送货作业带,内环为物流中心发货作业带,内外作业可同时进行,动线分明。仓库月台高度 1.2 米,设有 100 个收、发货口,配有自动升降平台 10 个,可上下调节高度以满足不同吨位车辆的装卸货作业。东、北、西面各收货口配有电子称量秤,为供

应商送货品种提供以托盘为单位的自动称量,有效纠错,提高收货效率。库内配有烟雾报警自动喷淋和监控系统,为作业安全提供了有力的保障。

3. 库内布局

该中心根据作业功能划分为收货区、储存区、箱装分拣区、拆零分拣区和待发区。拥有高架库 5 个,内设 7 米高五层货架 1 500 组,可提供标准托盘位 15 000 个,其中一层标准分拣位 3 000 个;通过型商品作业库 1 个;拆零商品作业库 2 个,配备 DPS 数字分拣线 5 条,能实时、准确地接收和回传分拣数据,同一时间满足 1 800 个品种的拆零分拣。

4. 作业管理

该中心采用无线手持终端技术实时记录库房收货、定仓、补货、移库等信息,及时准确记录仓位品种和存量变化,随时保证账实相符,弥补传统电脑记录滞后于实物转移的缺点,有效支撑仓管系统实时化管理。库内商品存储运用科学的储位管理方法,采取 ABC 分类原则,根据商品的不同出货量、出货频率,采用托盘、前移式电瓶叉车、电动托盘搬运车等专业物流设备,以整体托盘为单元,实施收货定仓、补货移库等现代化作业管理,缩短整体搬运距离,实现搬运效率最优化,有效降低作业成本。



(二) 物流配送在我国的发展前景

1. 我国物流配送发展的环境分析

我国目前已具备了发展物流管理和配送技术的经济环境和市场条件。

(1) 市场供求关系已发生重大变化,市场竞争进一步加剧,为企业加强科学管理,发展物流管理和配送技术提供了良好的经济环境条件。随着市场化取向改革的深入,中国经济保持了多年的持续快速增长态势,商品市场的供求关系发生了根本性变化,打破了长期以来商品供不应求的市场格局,初步形成了供求平衡或供过于求的买方市场格局。

(2) 企业改革日益深化,为物流管理和配送技术发展培育了必要的微观基础。到目前为止,全国 30 多万家国企中,绝大多数实现了市场化经营,与此同时,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) 现代信息技术和现代商品物流技术的进步为中国物流和配送的快速发展准备了充分的技术基础。物流管理和配送技术中需要大量使用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日趋完善。目前已有相当多的物流和配送技术开始进入中国并在企业中得到越来越广泛的应用,例如条形码技术、计算机支持的信息管理技术、EDI、MRP 等。

(4) 政府对物流配送的政策支持。为了大力促进流通体制改革和流通现代化的进程,以及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。国务院有关领导同志多次强调了配送中心对发展连锁经营至关重要的作用。商务部在《全国连锁经营发展规划》中,重点提出了发展配送中心的政策措施。在我国流通领域对外开放政策中,鼓励国外资本投资于物流和配送设施等。目前,国内物流和配送服务已有较快的发展,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。例如,相当多的实行连锁经营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%。在社会化物流配送方面,一些国有商业批发企业和大型零售企业正在积极探索和尝试开展社会化物流配送服务。外资在物流配送服务领域的发展也十分迅速,如中国储运总公司与日本岗谷钢机株式会社合资组建了天津岗谷物流公司,是集配送、加工、仓储、寄售、租赁、修理、展销和技术咨询为一体的新型流通组织。像这样的合资物流公司,主要是为在中国投资的跨国公司提供物流配送服务,成为跨国公司角逐中国市场的有力竞争武器。

2. 影响和制约我国物流配送发展的主要问题

(1) 我国企业对物流配送缺乏正确和充足的认识

在我国,虽然对物流配送的研究早在 20 世纪 80 年代就已开始,学术界和政府有关主管



部门对物流配送有较多的了解和认识,但就全社会而言,对物流配送的认识还非常模糊,特别是企业。

(2)物流配送方面的人才短缺,是物流配送发展的巨大障碍

从国外物流配送的发展经验来看,企业要求物流配送方面的从业人员应当具有一定的物流知识水平和实践经验。为此,国外物流配送的教育和培训非常发达,形成了比较合理的物流配送人才的教育培训系统:一是相当多的大学和学院中设置了物流管理专业,并广泛地为工商管理各专业的学生开设物流课程;二是部分商业院校设置了物流方向的研究生课程,形成了一定规模的研究生教育系统;三是在各国物流行业协会的领导和倡导下,全面开展了物流和配送的职业教育。值得注意的是,职业教育是培养物流配送人才的最重要和经济的方式。许多国家的物流从业人员必须接受职业教育,获得从业资格后,才能从事物流和配送方面工作。相比较而言,我国在物流配送方面的教育还非常落后:硕士研究生层次的教育刚刚开始起步;博士生领域的课题研究还未开始;职业教育更加贫乏,通过委托培训方式培训员工的企业也不多见。据北京一家专门为外国企业服务的猎头公司介绍,一些外国公司或其所属合资企业对物流经理的需求量近年来开始增加,而北京市场上基本符合企业要求的物流经理人选非常少。

(3)物流配送发展所需的制度环境还有待进一步深化

企业开展正常经营活动的制度环境或市场环境,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。这些制度方面的建设,目前还不能完全适应企业经营的需要,也不能完全适应市场经济体制改革的要求。企业在改善自身物流效率时,必然要涉及各种物流资源在企业内部和企业与市场之间重新配置。而由于上述制度建设尚未到位,企业根据经济合理原则对物流资源的再配置就会受到阻碍。例如,企业,特别是国有企业在选择外部物流服务时,由于企业处置原有的仓储、运输等设施 and 人员时遇到障碍,必然会影响企业物流效率的改善。因此,进一步深化制度改革,是当前中国经济改革与发展面临的最紧迫的任务,也是物流配送发展的必要条件。

3. 我国物流配送发展的前景与展望

目前我国经济中已具备了发展物流与配送的经济环境和市场条件。从长远来看,在不断推进改革的条件下,我国物流配送的发展将进入一个新阶段,其前景十分可观。从近期来看,物流配送发展还会受到上述问题的制约,难以迅速发展,但也不排除在一些产业领域中的发展机遇,主要是:第一,在外国投资企业中,发展物流配送的市场需求仍将保持快速发展的势头;第二,在市场竞争中规模逐步扩大的优势企业,发展物流配送的市场需求开始萌生;第三,以中小型零售企业为服务对象的社会化物流中心配送中心、正在快速发展的连锁商业企业内部的物流配送事业开始起步并进入规范发展阶段。



为了促进物流和配送事业的发展,还需要政府作出更积极的努力,其发挥作用的领域是: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;加强物流和配送的教育和培训,一是要在高等教育的学科设置给予物流教育一定的地位;二是鼓励多层次、多方面的物流教育和培训;在物流和配送领域加快对外开放的步伐,在物流配送技术、教育、管理咨询等领域加强与国际物流领域的联系和合作。

前沿聚焦 台湾水果东北批发物流配送中心将落户大连

2011年2月,大连代表团在中国台湾省台中市与相关企业签订价值1220万元人民币的台湾农产品采购协议,台湾水果东北批发物流配送中心也将落户大连。近年来,随着辽宁经济社会的快速发展,对外开放步伐不断加快,商业机会众多,发展潜力巨大,运营成本较低,完全具备了承

接海内外资本的一切条件。辽宁与台湾的经贸交流与合作关系发展很快,人员往来日益频繁,希望以此次签约为契机,进一步加强辽宁与台湾的友好合作关系,促进辽宁与台湾两地间的经贸、文化交流和人员往来,实现两地共同发展。

第三节 配送的功能和作用

一、配送的功能

1. 备货

备货是配送的准备阶段或基础阶段,备货工作包括筹集货源、订货或购货、集货、进货及有关的质量检查、结算、交接等。配送的优势之一,就是可以集中用户的需求进行一定规模的备货。备货是决定配送成败的基础,如果备货成本太高,会大大降低配送的效益。

2. 储存

配送中的储存有储备及暂存两种形态。

配送储备是按一定时期的配送经营要求形成的对配送的资源保证。这种类型的储备数量较大,储备结构也较完善,视货源及到货情况,可以有计划地确定周转储备及保险储备结构及数量。配送的储备保证有时在配送中心附近单独设库解决。

另一种储存形态是暂存,是具体执行日配送时,按分拣配货要求,在理货场地所做的少量储存准备。由于总体储存效益取决于储存总量,所以,这部分暂存数量只会对工作方便与否造成影响,而不会影响储存的总效益,因而在数量上控制并不严格。

3. 分拣及配货

这是配送不同于其他物流形式的功能要素,也是配送成败的一项重要支持性工作。分拣及配货是完善送货、支持送货的准备性工作,是不同配送企业在送货时进行竞争和提高自



身经济效益的必然延伸,所以,也可以说,分拣与配货是送货向高级形式发展的必然要求。有了分拣及配货就会大大提高送货服务水平,所以,分拣及配货是决定整个配送系统水平的关键要素。

4. 配装

在单个用户配送数量不能达到车辆的有效载运负荷时,就存在如何集中不同用户的配送货物,进行搭配装载以充分利用运能、运力的问题,这就需要配装。与一般送货不同之处在于,通过配装送货可以大大提高送货水平及降低送货成本,所以,配装也是配送系统中具有现代特点的功能要素,也是现代配送不同于以往送货的重要区别之处。

5. 配送运输

配送运输属于运输中的末端运输、支线运输,和一般运输形态的主要区别在于:配送运输是较短距离、较小规模、额度较高的运输形式,一般使用汽车做运输工具。与干线运输的另一个区别是,配送运输的路线选择问题是一般干线运输所没有的,干线运输的干线是唯一的运输线,而配送运输由于配送用户多,一般城市交通路线又较复杂,如何组合成最佳路线,如何使配装和路线有效搭配等,是配送运输的特点,也是难度较大的工作。

6. 送达服务

配好的货物运输到用户还不算配送工作的完结,这是因为送达货物和用户接货往往还会出现不协调,使配送前功尽弃。因此,要圆满地实现运到货物的移交,并有效地、方便地处理相关手续并完成结算,还应关注卸货地点、卸货方式等。送达服务也是配送独具的特殊性。

7. 配送加工

在配送中,配送加工这一功能要素不具有普遍性,但是往往是有重要作用的功能要素。主要原因是通过配送加工,可以大大提高用户的满意程度。配送加工是流通加工的一种,但配送加工有它不同于一般流通加工的特点,即配送加工一般只取决于用户要求,其加工的目的较为单一。

二、配送的作用

(1)通过集中仓储与配送可以实现企业的低库存或零库存的设想,并提高社会物流经济效益。配送服务水准的提高,尤其是采用定时配送或准时配送方式,可以满足企业准时生产的需要。生产企业依靠配送中心的准时配送,就可以减少库存或只保持少量保险库存。这样,有助于实现“库存转零”的目标。

(2)通过配送也可因减少库存而解脱出大量储备资金用来开发新业务、改善财务状况。配送总是和集中库存相联系的,集中库存的总量远远低于各企业分散的总量,可以从整个社会角度提高市场调节物资的能力,增强社会物流效益。采用集中库存还可以使仓储与配送环节建立和运用规模经济优势,使单位存货配送成本下降。