

商务师技术之如何确定配送中心规模的数据指标 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/34/2021\\_2022\\_\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_8A\\_A1\\_E5\\_B8\\_88\\_E6\\_c29\\_34521.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/34/2021_2022__E5_95_86_E5_8A_A1_E5_B8_88_E6_c29_34521.htm)

配送中心建设涉及的问题很多。第一期“配送中心建设实务操作”讲座从最基本的指标讲起。作为配送中心规模确定的前提，需要建立各种数据资料，商品数据和区域空间数据资料是最基本的两个指标。配送中心建立的物量指标。物量指标是指在商品的保管或装卸等作业过程中，在重量、高度等条件的限制下所能够进行作业的单位量。首先要决定配送的服务率，再决定出商品管理的等级、商品基础数据和保管必要量，然后按商品不同的尺寸、形状等计算出处理的个数。配送服务率的确定要点如下：A类是顾客订货即时配送的商品，零售店的有货率为100%；B类是即使零售店没有，配送中心库存所对应的商品可以在半天内到货的概率达到90%至95%配送服务率的商品；C类是在零售店没有货的场合，工厂库存或生产中所对应的商品，能够达到80%至90%随时到货的商品。此外，也有以补充时间作为A、B、C类的区分形式。A类商品是每天补充、B类商品是周三回、C类商品是周一回等的间隔进行配送。这种重要度的区分大多以商品的销售实绩来判断，新商品的促销或销售战略方面的重要商品是划入数量少的A类中。确定商品管理的等级。全部商品用同一水准进行管理是没有意义的。如何选定必要的商品以A级方式管理，是由配送中心的重要性所决定的。畅销商品能够从POS系统日常的销售额得到，可以从单品利润管理系统进行利润率信息的收集。重要机能商品是对社会性和安全性有影响的商品，战略商

品是体现与同行业其他企业的差别化。从商品构成看,成为主力的商品是由各种各样商品的重要度所决定的。新商品是通过商品特性和商品生命周期的信息来选取的具有高成长性的商品。通常商品等级的构成比率是A类占全部商品的20%、B类占全部商品的30%、剩余为C类是50%。但是,分级的商品不是确定之后就一成不变的,根据市场的动向、企业战略、商品构成、新产品状况,A级商品每三个月进行调整,从A到B、然后从B到A的替换作业是不可缺少的。100Test 下载频道开通,各类考试题目直接下载。详细请访问  
[www.100test.com](http://www.100test.com)