

2009年物流师第五章商品配送复习重点物流师考试 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/601/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E7_89_A9_c31_601817.htm 把物流师站点加入收藏夹 欢迎

进入：2009年物流师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题物流师论坛 欢迎免费体验：百考试题物流师在线考试中心

商品运输和储存，作为商业物流的两大支柱，在物流活动中占有重要地位，但商品储运不是商业物流的目的，商业物流的最终目的是为满足消费者对商品的需要，而配送正好就是体现了商业物流的最终目的，它直接为用户服务，满足用户的各种需要。因此，商业物流成果主要通过配送来体现。从物流看，配送几乎包括了所有的物流功能要素，如运输、储存、包装、装卸、搬运等，是物流的一个缩影或在某小范围中物流全部活动的体现。配送是以运输及分拣配货为主。分拣配货是配送的独特要求，也是配送中有特点的活动。配送在为产品服务方面比物流更为及时、准确、方便。

第一节 配送概述

一、配送的概念

配送，作为商业物流的基本功能之一，在商业物流活动中占有相当重要的地位和作用。物流的最终目的即满足用户的最终需要，它多是由配送来完成的。配送是指按用户的订货要求，在配送中心或其它物流据点进行货物配备，并以最合理的方式送交用户。配送有两方面的含义：一是配货，即把用户所需要的多种不同的商品组合在一起。二是送货，即把用户需要商品送到用户手中。至于这两者哪个为主则视不同情况而定。一般来说在经济发达地区，“配”的比重可能大些，而经济落后、运输不方便地区，“送”的比例则大些。配送产生的背景虽然在各个国家不尽相同，但

其根本原因是经济或利润的驱使。国外发达国家从六、七十年代开始，经济发展出现了两个显著的特点：一是通过生产过程中的物质消耗而获取利润的潜力越来越小，因而努力方向转向了流通领域。二是庞大的商品流通量和激烈的市场竞争。因此，通过开始配送，提高流通中的专业化、集约化经营程度，进一步满足用户的各种需求，提高服务水平，降低流通成本，使产业资本在流通中发挥更大的效益，就成为资本的一种内在要求。在美国，60年代以来，仓库主要是储存货物，离生产厂很近。那时美国工业产地主要在东海岸，粮食产地在中部，所以仓库大多建在东海岸和中部。随着生产的发展，人们开始向西部和南部迁移，使西部和南部地区也出现了制造业，仓库也随之建立起来。后来，随着科学技术的发展，为满足越来越多的生产需要，周转已越来越快，储存期越来越短，对物流的要求也发生了变化，提出了“配送”的概念，原来的仓库也开始由“贮备型”向“流通型”转变。在日本，二战后，工业的复兴使日本经济高速增长，随之而来的便是阻碍生产进一步发展的流通落后问题。分散的物流使流通机构庞杂、企业自备货车出行混乱，运输发送效率低下，物流费用逐年上升，设施不足，道路拥挤。这一现象引起了日本政府的高度重视，日本政府决定积极推行共同配送，并得到企业界的大力支持，于是配送便产生了。在英国，企业界普遍认识到配送是企业经营活动的组成部分。这种态度相认识的转变，首先发生于企业界的销售行业。由于消费者需求的变化，对服务要求的提高及销售企业向大型化、综合化方向发展，引起了市场结构的变化。过去许多单一品种的销售机构已经消失，或被兼并进入一些企业集团，销售企业

的大型化、综合化，对商品的需求不仅在数量上猛增，而且对商品的花色、品种的要求也日趋复杂，而配送正是适应了这一需要而产生。配送是随着市场而诞生的一种必然的市场行为。它是生产和流通发展到一定阶段的必然产物。它与旧时的"送货"具有不同的特征：(一)目的不同。送货形式只是推销的一种手段，目的仅在于多销售一些东西，配送则是社会化大生产、专业化分工的产物，它是流通领域内物流专业分工的必然产物。因此，如果说一般送货是一种促销服务方式的话，配送则是一种体制形式。(二)内容不同。送货一般是有什么送什么，对用户来说，只能满足其部分需要。而配送则是用户需要什么送什么，它不单是送货，在业务活动内容中还包括"分货"、"配货"、"配装"等项工作，这是很具有难度的工作，必须有发达的商品经济和现代化的经营水平。在商品经济不发达的国家或市场经济的初级阶段，很难实现大范围的高效率的配货。送货制与配送制有着时代的区别。(三)配送是一种现代化的物流方式。配送是送货、分货、配货等活动的有机结合体，同时还跟订货系统紧密联系，这就必须依赖信息的处理，使整个系统得以建立和完善，成为一种现代化方式，这是送货形式所不能比拟的。(四)装备不同。配送的全过程有现代化技术和装备保证，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，在这些活动中，大量采用各种传输设备和识码、拣选等机电装备，很像工业生产中广泛应用的流水线，使流通工作的一部分工厂化。所以，配送是技术进步的产物。配送也不同于运输，而是包含在运输中一个分支。众所周知，运输是将货物进行空间位移，是一个连续性强、多环节的生产过程，配送则是处

在整个运输过程中的支线输送或末端输送的位置，即从物流据点到用户这一范围内的输送。可以看出，配送的特点一是直接面向用户的运送活动，即货物到达的终点是顾客。二是在进行运送活动之前要进行必要的配货。第三，行驶距离相对来说要近，相似于短程运输，且多在大城市范围内或区域范围内。

二、配送的形式

(一)按配送商品的种类和数量分

- 1、少品种大批量配送 这种配送适用于需要数量较大的商品，单独一种或少数品种就可以达到较大运输量，可实行整车运输，这种商品往往不需要再与其它商品进行搭配，可由专业性很强的公司实行这种配送。此种配送形式主要适用于大宗货物，如煤炭等。
- 2、多品种少批量配送 按用户要求，将所需的各种商品(每种商品需要量不大) 配备齐全，凑成整车后由配送中心送达用户手中。日用商品的配送多采用这种方式。多品种、少批量的配送，适应了现代消费多样化、需求多样化的新观念。

(二)按配送时间及数量分

- 1、定时配送 按规定的的时间间隔进行配送，配送品种和数量可根据用户的要求有所不同。
- 2、定量配送 按规定的批量进行配送，但不严格确定时间，只是规定在一个指定的时间范围内配送。这种配送计划性强，备货工作简单，配送成本较低。
- 3、定时定量配送 按规定的准确时间和固定的配送数量进行配送。
- 4、即时配送 不预先确定不变的配送数量。也不预先确定不变的配送时间及配送路线，而是按用户求助时间、数量进行配送。

(三)按配送的组织形式分

- 1、集中配送 就是由专门从事配送业务的配送中心对多个用户开展配送业务。集中配送的品种多、数量大，一次可同时对同一线路中几家用户进行配送，其配送的经济效益明显，是配送的主要形式。
- 2、共同配送 几个

配送中心联合起来，共同制定计划，共同对某一地区用户进行配送，具体执行时共同使用配送车辆，称共同配送。

3、分散配送是由商业零售网点对小量、零星商品或临时需要的商品进行的配送业务。这种配送适合于近距离、多品种、少批量的商品的配送。

4、加工配送在配送中心进行必要的加工，这种将流通加工和配送一体化，使加工更有计划性，配送服务更趋完善。

(四)按配送的职能形式分

1、销售配送 批发企业建立的配送中心多开展这项业务。批发企业通过配送中心把商品批发给各零售商店的同时，也可与生产企业联合，生产企业可委托配送中心储存商品，按厂家指定的时间、地点进行配送。若生产厂家是外地的，则可以采取代理的方式，促进厂家的商品销售，还可以为零售商店提供代存代供配送服务。

2、供应配送是大型企业集团或连锁店中心为自己的零售店所开展的配送业务。它们通过自己的配送中心或与消费品配送中心联合进行配送，零售店与供方变为同一所有者的公司各部门内部的业务，从而减少了许多手续，缓和了许多业务矛盾，各零售店在订货、退货、增加经营品种上也得到更多的便利。

3、销售与供应相结合的配送 配送中心与生产厂家及企业集团签订合同，负责一些生产厂家的销售配送，又负责一些企业集团的供应配送。配送中心具有上连生产企业的销售配送、下连用户的供应配送两种职能，实现配送中心与生产企业及用户的联合。

4、代存代供配送 用户将属于自己的商品委托配送中心代存、代供，有时还委托代订，然后组织配送，这种配送，在实施前不发生商品所有权的转移，配送中心只是用户的代理人，商品在配送前后都属于用户所有。配送中心仅从代存、代理中获取收益。

三、配

送在物流中的作用 (一)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，客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。从运输业来看，根据有关资料统计，我国专业营运车辆只占全国汽车的17%，专业营运车辆的实载率高，空便率低，经济效益好，而85%的社会车辆的实载率只有25%。发展配送，则可以大大减少企业的自有车辆，实现车辆的专营化，从而减少不合理运输造成的运力浪费和交通紧张，还为企业卸下了一个沉重的包袱，为生产企业和销售企业节约了物流成本。从仓储业来看，长期以来，我国储运体制分散，在行业上有外贸、商业、物资、铁道、交通等各部门的储运系统，在层次上有中央、省、市、县的各级储运机构，这种条块分割的管理体系是造成储运设施多而散、重复建库，盲目发展，利用率低下的主要原因。目前仓储的社会化虽然有一定的发展，例如仓储设施向社会开放，但远远不够。在行政上缺乏统一管理机构，在业务经营上储运企业各行其是，缺乏联系，还没有形成产业化、专业化。通过开展配送，通过为生产企业、销售企业配送，借助于配送商品的对象品种不同，可以打破行业、地区的条块分割，尤其是共同配送，把各储运企业联合在一起，统筹计划，共同送货。取代了一家一户的"取货制"，取代了层层设库，户户储运的分散的、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。(二)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，具体表现在三个方面：一是促进信息处理技术的进步。随着配送业务的开展，处理的信息量特越来越多，原始的手工信息速度慢且容易出差错，已适应不了配送工作的要求，必然大量应用电子计算机这一现代化的信息处理技术，第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，减少物流损耗，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。第三是推动物流规划技术的开发相应用。配送业务的开展，配送货主越来越多，随之而来就是产生一个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，促进了我国物流技术的发展，并使之达到一个新阶段。(三)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、商品输送等联为一体动态储存。建立配送中心后，仓储业的经营活动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向主动了解用户的需求状况，以满足用户的各种要求的方向转变。(四)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。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。

(五)有利于提高物流的经济效益 通过配送中心，开展"计划配送"、"共同配送"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，再用自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，又有利于集中库存，维持合理库存水平，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。

四、国外配送发展现状

国外发达国家的配送经过几十年的发展，在配送方式和手段上有了以下几方面的新进展：

(一)配送组织的共同化。配送初期，是以单独企业为主体的配送，为满足用户配送要求，出现了配送车辆利用率低、不同配送企业间交叉运输、交通紧张等许多方面的不合理现象。通过一定的发展，出现了联合配送，配送企业互通信息，共同计划，大大提高了配送车辆的利用率和配送企业的效率。

(二)配送区域的扩大化。随着交通运输条件的改善，一些发达国家的配送已突破了一个城市范围。美国已开展了州际配送系统，日本不少配送中心的业务是在全国范围或在很大区域范围内进行的。

(三)配送方式的多样化。由于流通过程、流通对象及流通手段复杂，在各自领域出现了多种多样的经过优化了的配送方式。如在日本出

现30公斤以下货物的"宅急送"、"宅配便"式配送，小批量快递系统，准时供应系统，分销配送等多种形式。(四)配送运输的专业化。在欧美和日本，不仅运输的社会化程度相当高，且有大量集装箱车和专用车辆投入运营，这种专业化运输提高了物流质量。日本的企业一般不配各自营汽车，认为外雇的更经济便利，配送中心定期与运输公司签订合同，这样运输企业就可以根据物流量变化灵活调度车辆，最大地满足需求。(五)配送服务的信息化。随着计算机的发展，物流公司都在开发和采用信息管理系统。配送中心不仅要与生产商和客户联系，了解厂家、客户需求的信息，并沟通厂商、客户双方，还要与运输企业和内部各部门联系，以了解各项物流活动的进程。这都需要信息系统提供支持。

第二节 配送中心

配送中心，就是指专门从事配送业务的物流基地。具体讲，配送中心是从供应者手中接受种类多、数量大的商品，通过转运、分类、保管、流通加工和信息处理等作业，然后根据众多用户的订货要求备齐商品，并能迅速、准确和廉价地进行配送的设施。

一、配送中心的功能

(一)集散功能。货物由几个公司集中到配送中心里，再进行发运、或向几个公司发运。集散功能也可以将其它公司的货物放入该配送中心来处理、发运，以提高卡车的满载率，降低费用成本。

(二)储存保管功能。储存，一是为了解决季节性货物生产计划与销售季节性的时间差问题。二是为了解决生产与消费之间的平衡问题，为保证正常配送的需要，满足用户的随机需求，在配送中心不仅应保持一定量的商品储备，而且要储存商品保管保养工作，以保证储备商品的数量，确保质量完好。

(三)分货、拣化与配货功能。将集中的大量商品按用户的需要重新

分拣、配齐后，送至用户。这是配送中心的主要功能之一，也是区别传统仓库的主要方面。

(四)流通加工功能。配送过程中，为解决生产中大批量，少规格和消费中的小批量，多样化要求的矛盾，按照用户对货物的不同要求对商品进行分装、配装等加工活动，这也是配送中心功能之一。

(五)送货功能。将配好的货物按到达地点或到达路线进行送货。运输车辆可以租用社会运输力量或自己的专业运输车队。

(六)物流信息、汇总及传递功能。它为管理者提出更加准确、及时的配送信息，也是用户与配送中心联系的渠道。每个配送中心一般都具有这些功能，根据对其中某一功能的重视程度不同，决定着该配送中心的性质，而且它的选址、房室构造、规模和设施等也随之变化。

二、配送中心的分类

配送中心的种类，除按功能划分外，也按运营主体、所有权、经营品种和范围等分类。

(一)按运营主体分

- 1、以生产厂为主的配送中心是以家用电器、汽车、化妆品、食品等国有工厂为主。流通管理能力强的厂商，在建立零售制度的同时，通过配送中心使物流距离缩短，并迅速向顾客配送的体制。其特点是环节少、成本低。但对零售商来说，因为从这里配送的商品，只局限于一个生产厂的产品，难以满足销售的需要，是一种社会化程度较低的配送中心。
- 2、以批发商为主的配送中心是指专职流通业的批发商把多个生产厂的商品集中起来，作为批发商的主体商品。这些产品可以单一品种或者搭配向零售商进行配送。这种形式，虽然多了一道环节，但是一次送货，品种多样，对于不能确定独立销售路线的工厂或本身不能备齐各种商品的零售店，是一种有效的办法。
- 3、以零售商为主的配送中心一般是指待大型零售店或集团联合性企业

所属的配送中心。从批发部进货或从工厂直接进货的商品，经过零售店自有的配送中心，再向自己的网点和柜台直接送货。为保证商品不脱销，零售店必须有一定的"内仓"存放商品，配送中心可以及时不断地向商店各部门送货，不仅有利于减轻商店内仓的压力，节约内仓占用的面积，而且有利于库存集中在配送中心，还有利于减少商店的库存总量。

4、以商业企业集团为主的配送中心是由商业企业集团组建的完成本企业集团商品供应或销售的配送中心。它是为适应企业集团的产品销售而组建的。

5、以物流企业为主的配送中心是为批发企业服务的综合性物流中心。各地批发企业都有相当一部分的商品存储在当地的储运公司仓库里。在储运公司仓库实现由储存型向流通型转变的基础上建立起来的配送中心，可以越过批发企业自己的仓库或配送中心，直接向零售店配送商品。与批发企业各自建立的配送中心对比，它的特点是物流设施的利用率高，成本低，服务范围广。

(二)按经营的商品范围分

- 1、经营散装货物的配送中心。这种配送中心主要为加工厂提供原料、食油、石油、汽油等，大多建造在铁路沿线或港口。
- 2、经营原材料的配送中心。这里指的原材料，多是以集装箱为装载单元的货物。
- 3、经营件货的配送中心。这些货物通常是指用集装箱和托盘来运输的商品，其中主要是制成品，如食品。
- 4、经营冷冻食品的配送中心。这种配送中心具有冷冻功能。
- 5、经营特种商品的配送中心。此类配送中心主要经营特种商品，如有毒货物、易燃易爆货物、药品等。

(四)按配送范围分

- 1、城市配送中心。由于城市范围一般处在汽车运输的经济里程之内，配送中心可将商品送到最终用户，且采用汽车配送。这种配送中心常常和

零售经营中心相结合，由于运距短，反应能力强，因而从事多品种，少批量，多用户的配送较有优势。

2、区域配送中心。

以较强的辐射能力和库存能力，向省际，全国乃至国际范围的用户配送的配送中心。这种配送中心规模较大，往往是配送给营业所、商店、批发商和企业用户。

三、配送中心的建立

配送的开展离不开配送中心。配送中心是进行配送活动的基地，目前我国配送中心正在建设中。储运企业、批发企业能开展一些小规模、小范围的配送业务，但还不能称得上是真正的配送。所以配送中心的建立是开展配送业务的前提条件。在我国，城市是商品的流通中心，它有着良好的通讯设施、交通条件，而且也是商品集散地。所以，我国开展商品的配送首先应在作为经济中心的大、中城市开展。大城市作为经济的发展中心，在物质设备、技术、管理水平、人员素质、消费水平方面，已具备开展配送的条件。而且配送的主要工具是汽车，城市范围则是在汽车最经济的行驶范围内。所以城市是配送中心的理想之地。

(一)配送中心的建立方式

1、各专业储运公司与商业企业联合建立配送中心

(1)批发企业与储运公司联合建立配送中心

批发企业可以选择地理位置、设施条件较好的储运公司下属的分公司，通过使用、兼并、股份等多种形式联合。通过联合，批发企业不仅扩大仓库的面积，增加了储存能力，而且配送上门，提高了服务质量。对储运企业来说，曾经因为批发企业货物的流失而使储存量急剧下降而陷入困境。通过配送中心的建立，批发与储运再度联合，改变了过去储运企业坐等用户上门的被动局面，提高了仓库及车辆、设备的利用率，从而带动储运业的发展。这种配送中心建立后，改变了商品的传统流通渠道。

货物可直接由工厂运送至配送中心。用户的订单由批发商汇总并按用户订购要求通知配送中心，零售店、用户也可以直接向工厂订货，然后由配送中心直接向零售店、用户发货。这样，批发商可以把主要精力放在收集信息方面，及时把商品信息反馈给工厂，有利于商品结构调整，加速商品的流转。

(2)零售企业与储运公司联合建立配送中心 随着大型零售企业集团和连锁店的纷纷成立，配送中心的建立十分必要。因为大型零售企业一般都没有自用库房，且分散在几处，就整个集团来说，不仅造成了人力物力的浪费，也增加了成本。因此，以整个集团的名义通过委托、租赁的方式和储运企业联合建立一个配送中心，把内部各企业的车辆，所需商品集中在一个仓库内，把所需商品的数量、时间通知给配送中心，由配送中心统一安排、合理配送到商场或顾客手中。由于同属一个集团，在人事管理、财务、利益等方面有利于调节、统一，而且可以大大降低物流费用，从集团整体利益上收到很大效益。同样，连锁店的成立在我国也是近两年的事，重新选址建立配送中心也不现实。最好的办法也是与储运公司联合，利用他们的库房、设备，委托配送，可以做到少花钱、多办事。

2、各专业储运公司建立配送中心 储运公司利用其优越的地理位置，完备的设施，铁路专用线及多年管理经验和经营上的优势，通过贷款、合股等形式筹集资金、对旧的库房、场址加以改进成为配送中心。在业务方面，要稳住现有客户，积极发展新顾客。自己可以搞批发业务，还可以为其它企业代理业务。开展租赁业务，向租赁者提供场地、设施、人员和管理等服务，为其开展配送业务，这种形式的好处是储运公司掌握自主权，且有经营灵活，便于管理等特点

。但关键的一条是客户的数量，只有争取到足够多的客户，才能取得配送的规模效益。3、各批发公司建立配送中心 批发公司完全可以利用自己的流通渠道和储运设备开展配送，建立配送中心。一方面可以面向社会，给大、中、小型零售企业进行配送.另一方面可以利用自己的批发网络、销售渠道，联合中、小零售企业成立连锁店，并建立配送中心为之服务。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