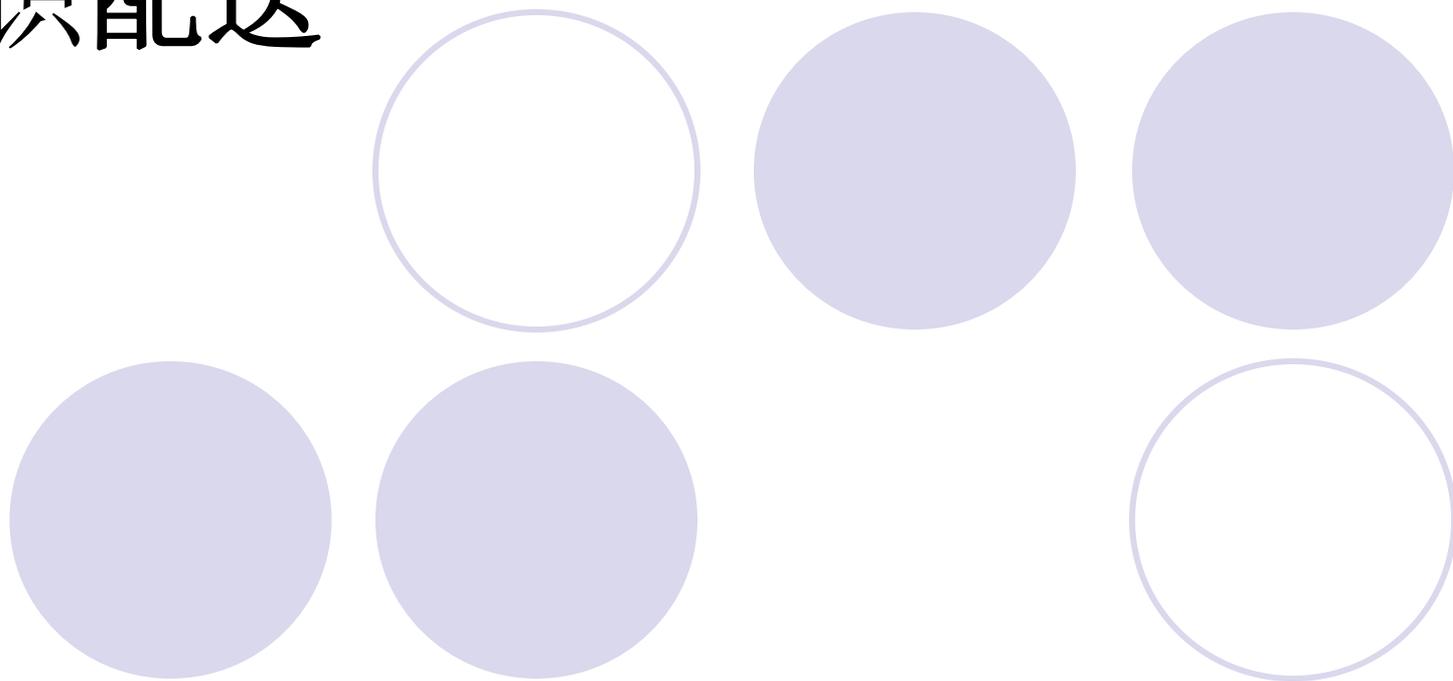


认识配送



导入案例

案例一

某皮鞋厂年需要原料牛皮 1 2 0 吨（日需 450 公斤）；牛皮的购入原料平均价每吨是 1 万元，银行贷款的利率为 5.4% 。

怎样将利息、保管费和损耗降到最低？

常规方案	具体内容	分析
	向银行一次性贷款 1 2 0 万元，把牛皮全部买回来，存放仓库专人保管。	利息 6.48 万元，库存保管费、变质损失若干。

案例一

某皮鞋厂年需要原料牛皮 1 2 0 吨
(日需**450**公斤)；牛皮的购入原料
平均价每吨是 1 万元，银行贷款的利率
为**5.4%**。

	具体内容	分析
优化 方案	由物流公司来承担每天 配送 4 5 0 公斤牛皮送到厂里， 取消皮鞋厂的库存和仓库管 理环节，化整为零地送货。	利息、保管 费、变质损 耗为 0

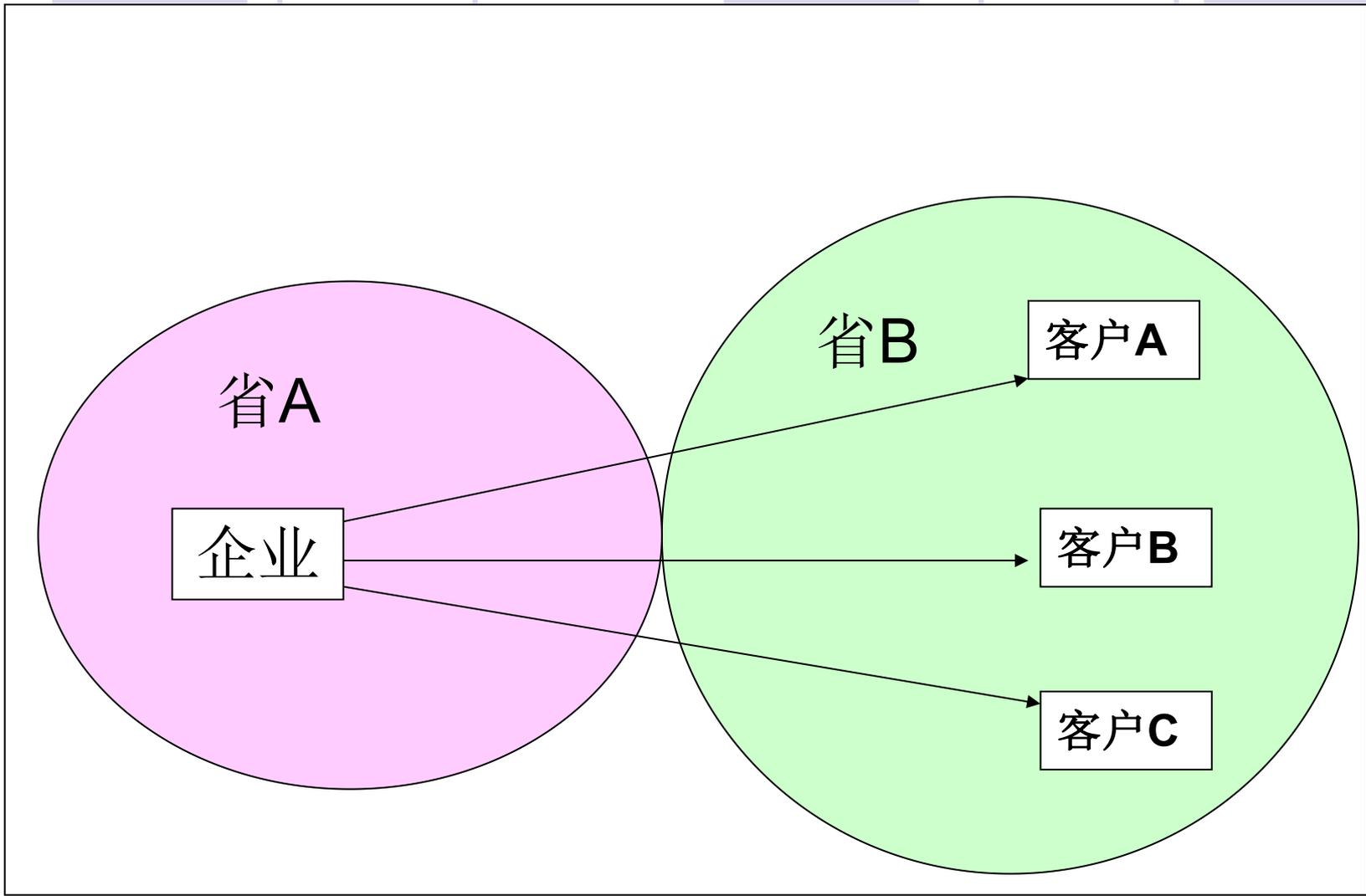
通过案例分析可以得出结论，皮鞋厂把原料供给和产品的外销业务全部包给专业物流公司，改变了皮鞋厂企业生产要素配置和运行的方式。过去有企业库存，有仓库管理，有一次性的购入，有大量银行贷款，现在则不存在了。这就大大地提升了皮鞋厂的效率，实现了企业的资产优化。

该地区如有多家皮鞋生产企业，这时专业物流公司可以为更多的皮鞋厂承担原材料配送业务，那它在降低皮鞋厂物流费用的同时，也降低了自身的公司费用。这时候生产企业专门从事生产，流通服务企业专门从事流通服务，社会分工更细致、更专业化，区域的经济资源配置就会更合理，运行也会更有效率。

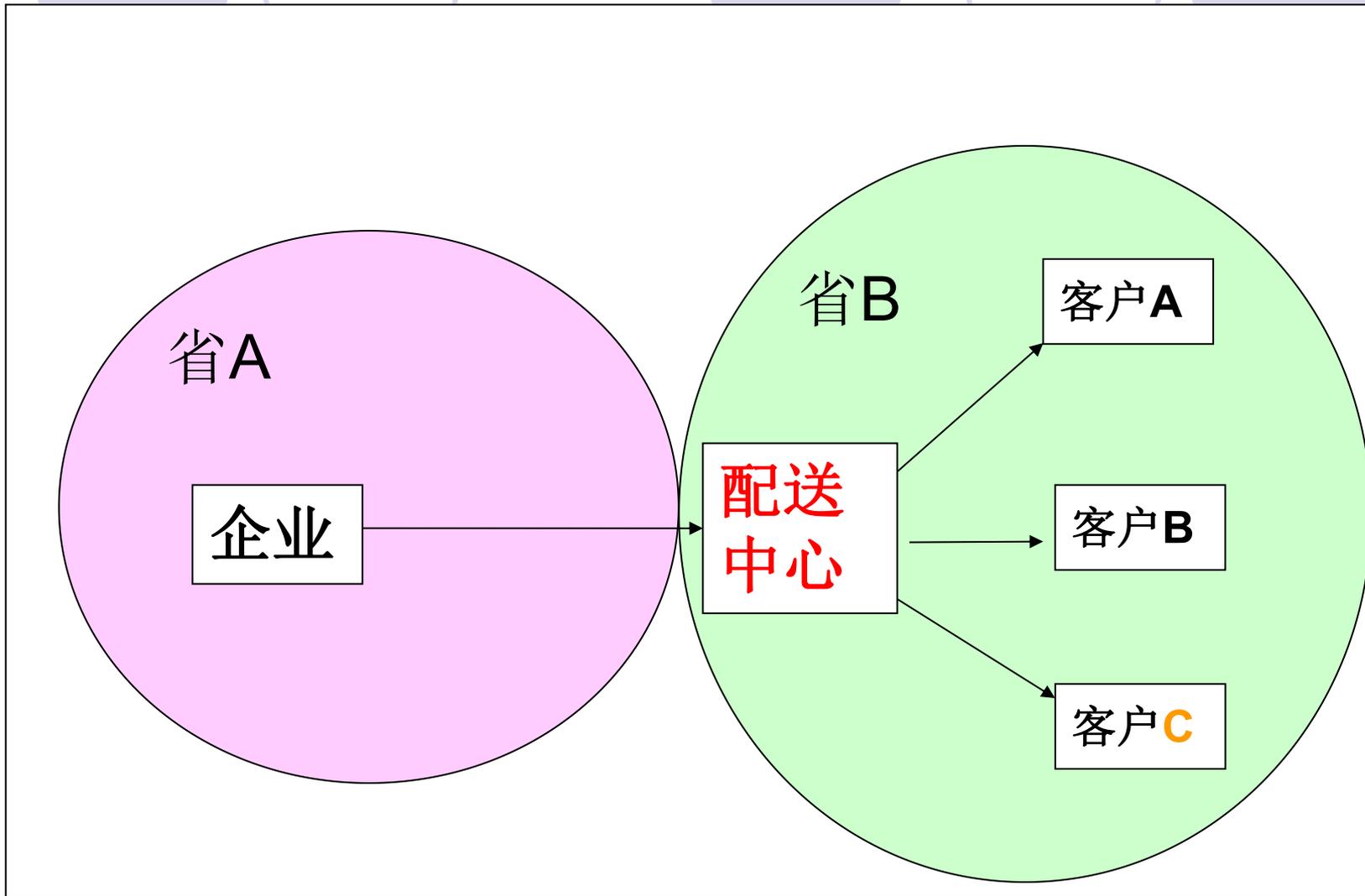
【案例二】

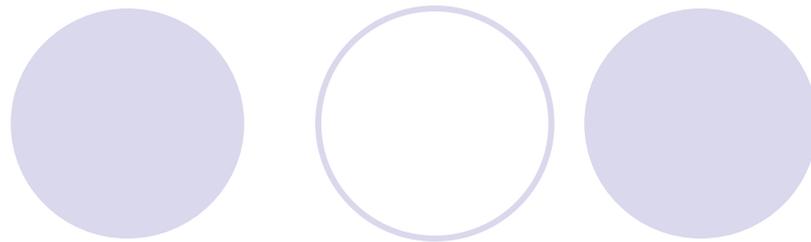
现在有一家企业位于省A，他有三个客户在省B，这两个省紧挨着，他的三个客户在省B的三个紧挨着的城市，刚开始这三家只是普通的客户，需求量不大也不稳定，企业是分别送货。

后来和这三家客户的关系越来越好，成为了该企业的长期稳定客户，并且也在省B开发了其他类型的中小型客户，企业从节约成本、统筹管理的角度出发，应该怎样规划货物输送路线？



【提示图解】





什么是配送？

一、配送

一、配送（Distribution）定义及其性质：

- ①在经济合理区域范围内，
- ②根据用户要求，
- ③对物品进行拣选、加工、包装、分割、组配等作业，
- ④并**按时**送达指定**地点**的物流活动。

1.配送的地域性

2.配送的服务性

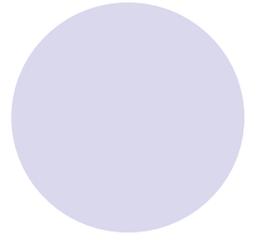
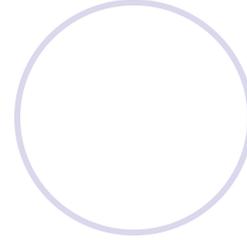
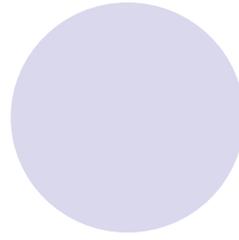
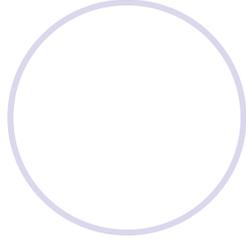
3.配送的综合性

4.配送的准点性

5.配送的高技术特性

概念：根据客户要求，对物品进行分类、拣选、激活、包装、组配等作业，并按时送达指定地点的物流活动。（GB/T 18354-2021）

配送概念



配送概念的内涵

根据配送的定义可看出，配送主要包含了以下的思想：

- **配送的实质是送货。**

配送是一种有组织、有确定渠道、有技术力量支撑的高水平的送货形式；普通的送货则是一种偶然简单的行为。

- **配送是一种中转形式，是一种“末端物流”。**

配送是一种从物流接点到用户的“中转”型送货，属于“末端物流”或“二次物流”而一般的送货则是一种从工厂到用户的非中转直达型送货。

配送概念的内涵

- **配送是“配”和“送”的有机结合**

配送利用分拣、组配等活动使货物达到一定的规模，利用规模优势取得较低的送货成本。

- **配送是以用户需求为出发点**

配送是在满足用户个性化需求和用户利益的基础上取得本企业的利益。

- **配送的全过程有现代化技术和装备做保障。**

配送活动中，大量采用各种运输设备和条码以及各种拣选设备等，保障配送活动的顺利进行。

二、配送与其他术语比较：

● 配送与送货的区别

项目	配送活动	送货活动
目的	是物流社会化的必然趋势，提升企业竞争力	是生产企业的一种推销手段
内容	客户需要什么送什么，不但送货，还有分货、配货、配装等	有什么送什么，只能满足客户的部分需要
承担者	是流通企业的专职	由生产企业承担
基础	交通运输工具、信息技术、经营管理	没有具体的要求
技术装备	全过程有现代化技术和装备的保证	技术装备简单

谁还记得“运输”与“配送”的概念？

二、配送与其他术语比较：

● 配送与运输的区别

- 1、**从运输性质方面讲**，配送是支线运输、二次运输、区域内运输、末端运输，而运输则属于干线运输；
 - 2、**从货物性质方面讲**，配送所运送的是多品种、少批量的货物，而运输则以少品种，大批量为主；
 - 3、**从运输工具方面讲**，配送所使用的是小型货车，不超过2吨的载重量，而运输使用的是大型货车或铁路运输、水路运输等重吨位运输工具；
 - 4、**从管理方面讲**，配送始终以服务为先，相对而言，运输更注重效率，以效率优先。
 - 5、**从其附加功能方面讲**，配送所附属的功能较多，主要包括装卸、保管、包装、分拣、流通加工、订单处理等，而运输则只有装卸和捆包。
- 总之，配送与运输既相互区别，又相辅相成，互相补充。

二、配送与其他术语比较：

● 配送和直送

(1) 配送：是按照用户的订货需求，在物流据点进行流通加工、分拣、配货等工作，并将配好的货物按时送达指定的地点和收货人的物流活动。

➤ 多品种，小批量的一般采用配送的方式。

(2) 直送：由于某些商品的属性所限，或者由于客户的要求送货时由产家发货，直接送到客户手中。省去了生产和消费之间的中间环节。

➤ 供应商相对较近；品种单一、体积大、不易装卸、无需加工、保鲜度高的商品。

二、配送与其他术语比较：

● 配送与物流

- 1、配送是物流系统的一个缩影，在配送过程中，也包含着其他的物流功能（如装卸、储存、包装等），是多种功能的组合。
- 2、配送的主体活动与一般物流不同。一般物流是运输及保管，而配送则是运输及分拣配货。
- 3、物流是商物分离的产物，而配送则是商物合一的产物。配送本身就是一种商业形式。

三、配送类型

1、按配送结点(组织主体)划分

主要有配送中心配送、仓库配送和商店配送、生产企业配送等

(1) 配送中心配送

- 其组织者是专职从事配送业务的配送中心
- 规模较大，功能齐备，配送能力较强，配送距离也较长，大都和用户有固定的配送关系
- 不仅可以承担工业企业生产用主要物资配送、大型工程项目需求的物资配送以及对商业企业实行的补充性配送等，而且可以承担对专职配送点的货物补充性配送。

(2) 仓库配送

即以仓库为地点而进行的配送。它是在保持仓库原有功能的前提下，增加配送功能。一般来说，规模较小，综合能力相对较弱，配送的专业化程度也较低。

(3) 商店配送

- 其组织者是通过企业的经营网点，一般与零售相结合，配送规模和半径都较小，大都是卖出即配送。

(4) 生产企业配送

组织者是生产企业，一般来说，配送的产品往往都是一些适用性较强或自身生产的产品，同时，需求方都是最终用户。

三、配送类型

配送类别	特点	优点	缺点	适用范围
配送中心配送	专为配送设计，有一套配套的实施配送的设施、设备和装备；实行计划配送	规模大，配送能力强、品种多、数量大	灵活性差、服务对象固定；投资高	专业性强、有固定用户的配送，如城市配送等
仓库配送	对原仓库进行改造，在保持储存保管功能的前提下增加一部分配送职能	投入资金小	规模小、专业化差	中等规模配送
商店配送	是一种销售配送形式，将商店经营的品种配齐，或代用户外订外购部分本店一般不经营的商品，和本店经营的品种配齐后送达用户	组织灵活、可以进行随机配送	组织者实力有限，配送数量小	商业或者物资的门市网点
生产企业配送	直接从本企业开始向用户进行配送，不需要将产品发送到配送中心进行配送	减少中转，对不适合中转的化工产品、地方建材、地方性较强的食品等有利	品种单一，无法进行集货配送	多品种生产的生产企业

三、配送类型

2、按配送商品的种类和数量分类

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，如煤炭等。相对于多品种、少批量配送形式来说，这种配送形式配送作业的难度较小，配送成本也相对较低。一般适合A类产品的配送，配送距离也相对较长。这种配送适合专业性配送中心进行配送和供应方进行的配送。

■ 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。

(1)该配送方式符合现代消费者多样化的需求发展趋势，是许多国家推崇的一种主要方式。

(2)这种方式对配送的作业水平和管理水平有较高的要求

(3)配送成本一般较高

(4)多品种、少批量配送方式一般适合于综合配送中心所进行的配送；从社会总产品的角度来考察，一般适合于消费资料及生产资料的二、三类产品。从库存角度来看，比较适合于B类产品和C类产品。从距离上来看，一般适合于短距离的配送。

● 配套成套配送

当用户尤其是装配型企业需要多种零配件和配套设备时，可采用成套配送形式，按其生产节奏定时定量将企业所需要的货物送到生产装配线。这种配送形式有利于生产企业实现库存的最小化，方便生产企业的生产作业。

三、配送类型

配送类别	特点	优点	缺点	适用范围
单品种大批量配送	单独一个品种或者几个品种就可以达到大的运输量	由于批量较大，整车运输成本较低	必须是运输能力很强的配送组织进行配送	工业配煤等
多品种小批量配送	符合现代社会的消费方式的高水平、高技术的配送方式，是发达国家大力推崇的配送方式	可以很好的满足用户的个性化需要	作业难度大，技术要求高，使用设备复杂，组织难度大，操作要求高，成本高	大多数消费品配送
配套、成套配送	一般是按照生产企业的需要，将零部件定时送达生产企业	配送组织承担了生产企业的大部分供应，使生产企业专注于生产	配送企业的专用性比较强，不利于配送企业向外发展	装配型企业的配送组织

三、配送类型

3、按配送按配送时间及商品数量分类

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。

■ 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。

有利于集货，有利于运力的充分利用；

有利于人力、装卸机具、储存设施的配备。

适用情形：（1）用户对于库存的控制不十分严格；（2）从配送中心到用户的配送路线保证程度较低，难以实现准时的要求。

三、配送类型

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。计划难度较大，很难实现共同配送。

也常采用“看板方式”来决定配送的时间和数量。

适用情形：汽车、家用电器、机电产品的供应物流。

定时定路线配送

可以依次对多个用户实行共同配送。

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，而是按用户要求时间、数量进行配送。

这是有很高灵活性的一种应急方式。主要应对于事故、灾害、生产计划的突然变化等因素所产生的突发性需求；应对于一般消费者经常出现的突发性需求。

三、配送类型

日配：送达时间在订货的24小时内。上午的配送订货，下午可送达；下午的配送订货，第二天早上送达。可使用户基本上无须保持库存。

- 日配送适用情况
- 消费者追求新鲜的生鲜副食类
- 消费者易受冲动而突变需求的商品
- 客户是多个小型商店，追求周转快
- 连锁经营商店
- 客户条件受限，无法保持长期库存

- 这是定时配送中实行较广泛的一种形式，可以使客户实现零库存。

JIT看板

- 通过协议确定，稳定性、计划性强，通过看板实现

看板编号： 零件编号： 零件名称 零件规格： 容器： 供应件数： 需用时间：	供方工作地点： 6#油漆点	需方工作地点： 3#装配点
	出口存放处	入口存放处

三、配送类型



三、配送类型

配送类别	特点	优点	缺点	适用范围
定时配送	按规定的 <u>时间间隔</u> 进行配送	时间固定、易于安排工作计划、易于计划使用车辆,也易于用户安排接货	数量和品种发生较大变化时,会使配送运力出现困难	一般适用于消费配送
定量配送	按照规定的 <u>批量</u> ,在一个指定的 <u>时间范围</u> 内进行配送	数量比较固定、备货工作较为简单,运输组织容易,配送效率高	难以实现准时要求、难以对多个用户实行共同配送	有一定的仓储能力,服务水平中等的生产配送
定时定量配送	按照规定的 <u>时间</u> 和规定的 <u>数量</u> 进行配送	兼有定时配送和定量配送的优点	服务要求比较高,管理和作业难度较大,计划难度较大;成本高,难以实现共同配送、联盟配送	产品批量较大的生产制造企业和大型连锁商场的部分商品配送。
定时定线路配送	根据运输路线达到站点的 <u>时间表</u> 沿着规定的运行路线进行配送	易于有计划的安排运送和接货工作,有利于配送企业实行共同配送,易于管理,成本较低	灵活性差	消费者集中的地区配送
即时配送	完全按照用户提出的 <u>时间要求</u> 和商品品种、数量要求配送	灵活性高、可实现真正的零库存	对配送企业要求高、成本高	各种应急配送
准时配送(JIT配送)	按照双方协议 <u>时间</u> ,准时将货物送达	准确及时,便于实现“零库存”管理	配送成本较高	适合于生产配送

三、配送类型

4、按专业化程度划分

- 1、综合配送
- 配送的商品种类较多，且来源渠道不同，但在一个配送据点中组织对用户的配送，因此综合性强。
- 用户只需与少数配送企业联系。
- 2、专业配送
- 是按产品性质和状态划分专业领域的配送方式。
- 如：金属材料配送、饮用水配送

三、配送类型

配送类别	特点	优点	缺点	适用范围
综合配送	在一个配送网点中组织不同专业领域的产品向用户配送	减轻用户为组织所需的全部商品进货的负担	组织时技术难度较大	形状相同或者接近的不同类产品、消费品的配送，如城市配送、区域配送等
专业配送	按照产品性质和状态划分专业领域的配送	便于优化配送设施、设备，制定实用合理的配送流程，提高配送效率。	不利于配送的规模化	中小杂件配送、金属材料配送、烟草行业配送、医药行业配送等

三、配送类型

5、按加工程度的不同进行分类

- 1、加工配送
- 这种配送是与流通加工相结合，在配送据点设置流通加工，或是流通加工与配送据点组建一体实施配送业务。
- 2、集疏配送
- 这是一种只改变产品数量组成形式，而不改变产品本身的物理、化学性质并与干线运输相配合的配送方式。
- 如：大批量进货后小批量多批次发货；
零星集货后形成一定批量再送货

三、配送类型

6、按经营形式不同进行分类

● 1)、在销售环节的应用——销售配送（卖方）

配送企业是销售性企业，或销售企业做为销售战略一环所进行的促销配送，或者是和电子商务网站配套的销售型配送。

销售配送的**经营管理模式**：

电子商务的销售配送

- 1、和B—to—C电子商务配套的“门到人”销售配送。
- 2、和B—to—B电子商务配套的“门到门”配送。

2)、在供应环节的应用——供应配送（买方）

- 供应配送往往是针对特定的用户，用配送方式满足这特定用户的供应需要的配送方式。
 - 供应配送有两种方式：
 - （一）由本企业自己组织企业供应需求的配送
 - （二）由社会物流服务商（第三方物流）进行的供应配送
- 这种供应配送按用户送达的不同，分为：
- 1、“门到门”配送。
 - 2、“门到库”配送。
 - 3、“门到线”配送。

A decorative header consisting of five circles in a row. From left to right: a solid light purple circle, a white circle with a light purple outline, a solid light purple circle, a white circle with a light purple outline, and a solid light purple circle.

3) 、供应、销售一体化配送

- 由生产企业或者是销售企业以自己生产和经营的产品供应给用户的配送形式。
- 货物所有者在实现销售的同时对用户完成了供应，这是在有连锁产品关系的企业之间、子企业和母企业之间经常采用的方式。

● 4) 、代存代供配送

- 配送是用户把属于自己的货物委托配送企业代存、代供，或委托代订，然后组织对本身的配送。



四、配送的意义和作用



1. 完善了输送及整个物流系统



2. 实现企业的低库存或零库存



3. 简化手续，方便用户



4. 提高物资供应保证程度



5. 降低成本，提高效益

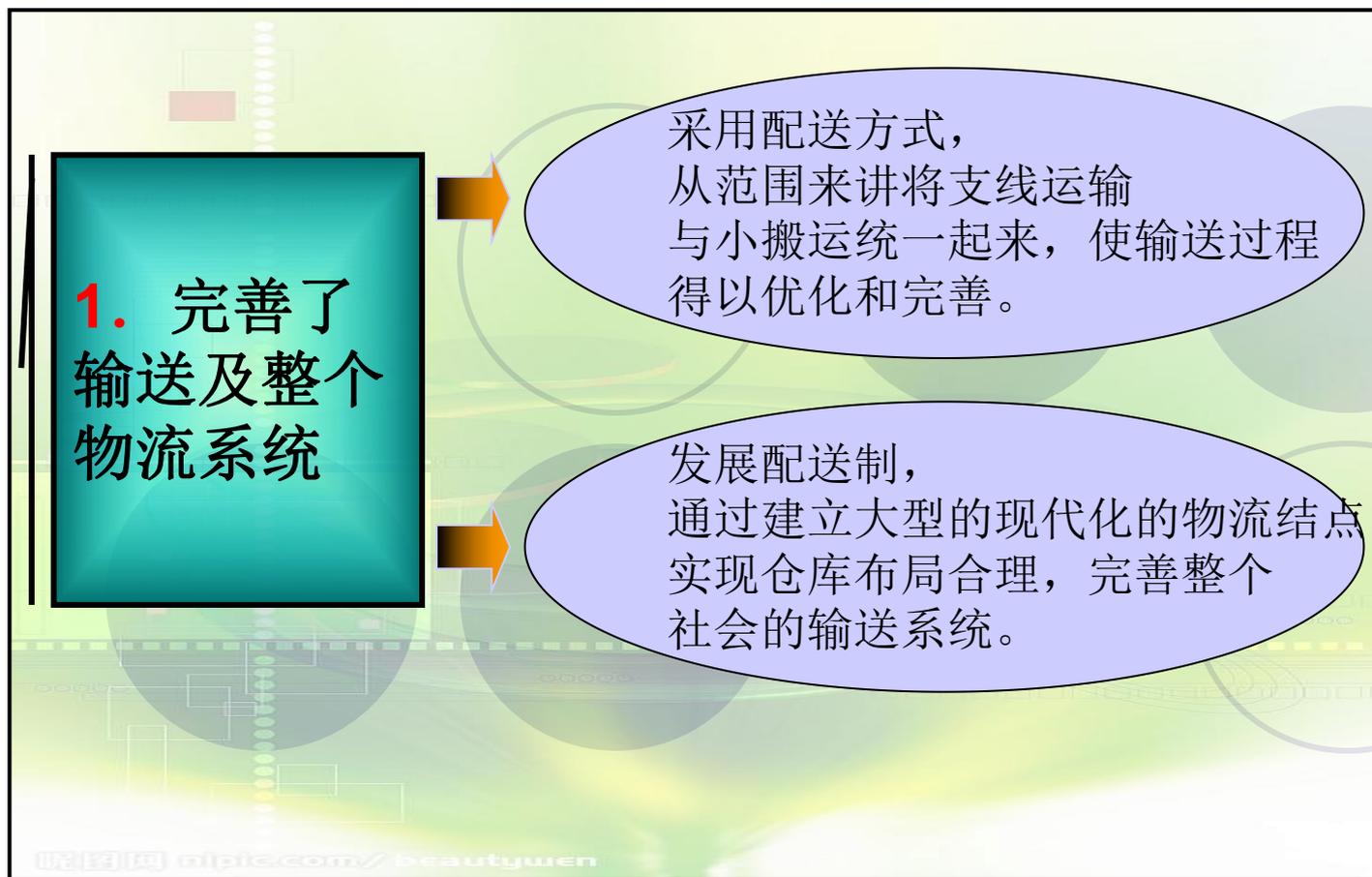


6. 配送为电子商务的发展提供了基础和支持

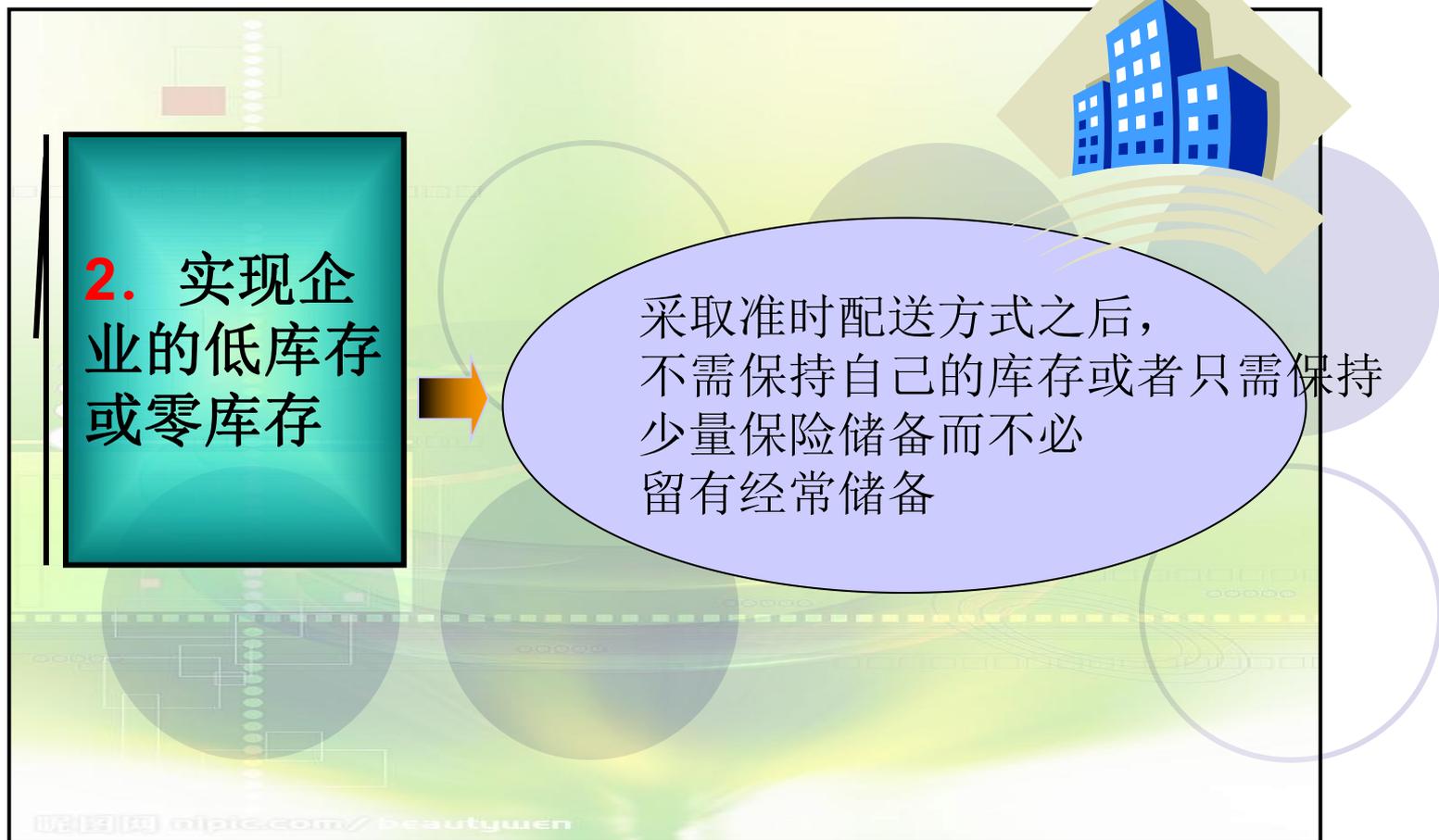


配送及配送中心

四、配送的意义和作用



四、配送的意义和作用



四、配送的意义和作用

**3. 简化
手续，方便用户**

配送服务，
用户一次购买活动就可以买到多种商品，简化了交易次数及相应的手续，方便了用户



昵图网 nipi.com/beautywen

配送及配送中心

四、配送的意义和作用

4. 提高物资供应保证程度

配送不但可以按照客户的要求及时组织到货源满足其需求，当市场上的货源不足时，还可以通过自己的加工能力进行改制，以适应用户的需求并及时将货物送到用户手中，从而提高了物资的保证程度。

四、配送的意义和作用

5. 降低
成本，提
高效益

专业化的
配送，实现高效率、
低成本



四、配送的意义和作用

6. 配送
为电子商务的发展
提供了基础
和支持

电子商务的发展
需要具备两个重要的条件
一是货款的支付，
二是商品的配送。



配送及配送中心

五、配送的模式

● 1、自营配送模式

自营配送模式是指企业配送的各个环节由企业自筹组建并组织管理，实现对企业内部及外部配送的模式。一般的，企业集团或连锁企业通过自建配送中心实现对各商场，各门店物品的配送。

自营配送模式的优点在于有利于企业统筹安排管理各项配送活动，自主性较强，不足之处是自建配送体系投资巨大，成本较高。

● 2, 第三方配送模式

第三方配送又叫外包配送，是指具有配送能力的专业第三方配送企业，利用自身优势，承担配送业务的模式。

第三方配送的优势在于配送业务活动比较专一，配送成本较低，配送活动属于代理性质，专门为客户提供保管、加工、分拣、运输等服务。配送企业的收益主要是服务费，经营风险比较小。但由于配送企业不直接掌握货源，这种模式调度能力较弱，缺乏灵活性。

3、共同配送模式

共同配送指的是由两个或两个以上有配送业务的企业相互合作，对多个用户共同开展配送活动的方式。

该模式的方式是在核心企业的统筹安排和调度下，各配送企业分工合作，共同对某一区域客户进行配送，各配送企业可建造共同仓库，也可共同利用已经建成的配送中心。

共同配送具体的方式包括：一个配送企业对多家用户实行的配送；一辆车装载多货主货物的的混载配送；多用户联合设立配送的共同接收点或货物处置场等。

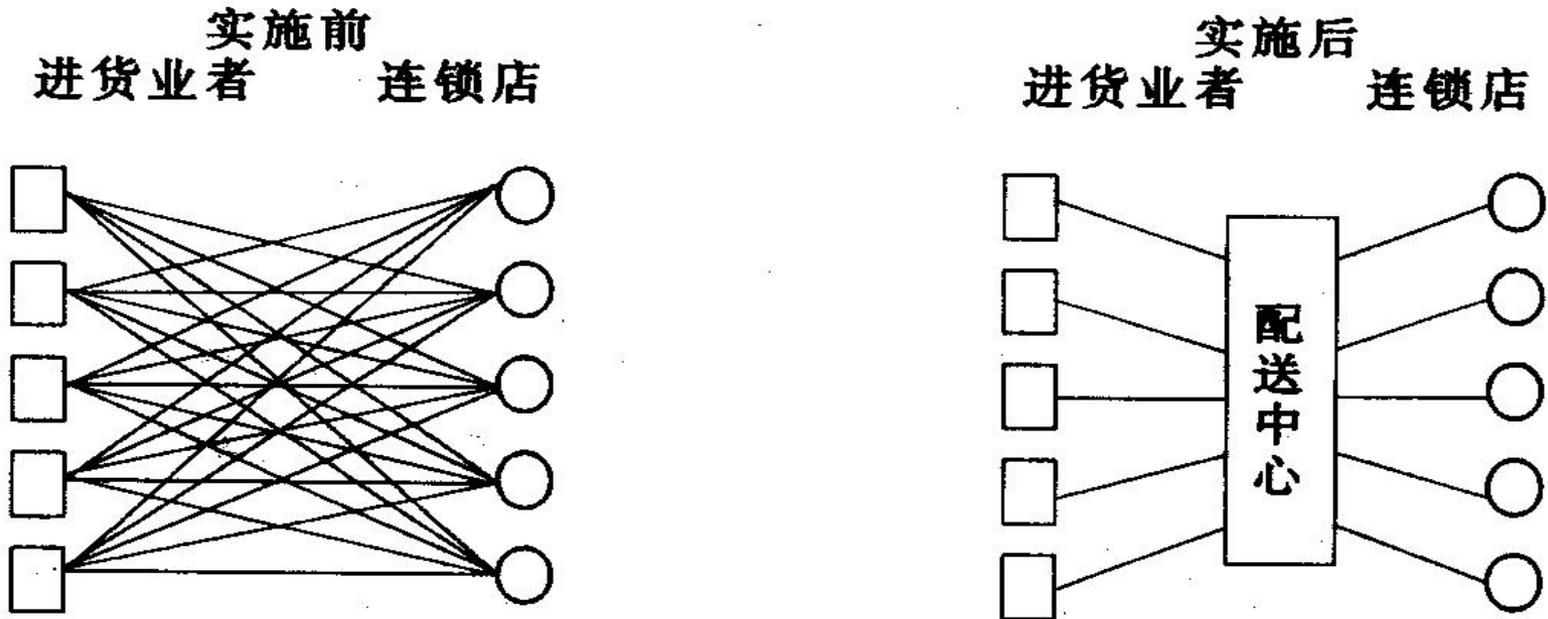


图1-1 连锁店(百货店、服装店、超级市场等)的共同配送

共同配送的作用

- 减少社会车流总量，减少闹市卸货妨碍交通的现象，改善交通运输状况
- 通过集中化处理，有效提高车辆的装载率，不存在重复、交错运送问题。节省物流处理空间和人力资源，提升商业物流环境进而改善整体社会生活品质
- 总之，共同配送可以最大限度地提高人员、物资、金钱、时间等物流资源的使用效率（降低成本），取得最大效益（提高服务），还可以去除多余的交错运输，并取得缓解交通、保护环境等社会效益。

案例分析：某涂料黑龙江省分公司主要对自己的销售点和大客户进行配送，配送方法为销售点和大客户有需求就立即组织装车送货，结果经常造成送货车辆空载率过高，同时往往出现所有车都派出去而其他用户需求满足不了的情况。所以销售经理一直要求增加送货车辆，由于资金原因一直没有购车。

请问：1、如果你是公司决策人，你会买车来解决送货效率低的问题吗？为什么？ 2、请提出解决办法。

作答