

配送中心显示强大生命力

——赴日考察见闻

刘吉重

应日本三菱商事株式会社的邀请,我委组织了天津、内蒙古、安徽、山东、广东的委员单位所属企业 16 人,赴日本就配送中心进行了 15 天考察。考察企业主要有:大荣、西友、菱食、日本低温流通中心、大东港运公司的配送中心和大田批发市场等 18 家企业。主要考察生鲜、常温、冷冻三种配送形式,并请有关专家授课,深化对物流、配送和市场营销的认识。本文将所见配送中心的主要形态及配送体系介绍如下。

几种不同形态的配送中心

配送中心的基本经营方式主要有两种:一种是进行社会化服务的,如菱食、日本低温流通中心;另一种是为企业自身服务的,主要以完成企业总部指令为主,如大荣的川崎配送中心,西友的府中配送中心。

菱食本厚木首都圈物流事业所是具有拆零(后方配送)、整件(前方配送)配送功能的配送中心,配送商

品均为常温。如图 1 所示,零售商,前方配送中心,后方配送中心,厂商间形成互连网络系统。当店里缺货时,马上就会自动发出订货通知。厂商收到通知后,再分别送到前后方配送中心。前方中心待后方货物到齐后,一并送到零售商,并收回周转箱。首都圈物流事业所为 500 家企业、2300 家店铺配送,品种有 4300 大类,占地 5000 平方米。同时向相铁劳珊公司下属 50 家店铺直接配送 1500 大类商品。图 2 为本厚木事业所配送的一个环节。将厂商用托盘送到的货物,先用电光扫描、验收,然后用铲车运到电梯送到 3 楼,仓库本着先进先出的原则,按商品大类实行固定货位管理,库存最长一般不超过 7 天。二楼细分拣系统中,根据周转箱里供货单的要求,多次装货,由于用数字条码管理,非专业人员也可作业,作业结束后送到一楼验货,再送到前方中心。该公司在全国共有 7 个后方中心,由于后方中心建立,使前方中心的繁琐作业大大减少,降低劳

动力成本,提高效率。

除此以外,大荣和日本低温流通中心的配送中心内部构成与上两个中心基本相近或相似。但大荣川崎中心内有生鲜食品的生产、加工功能,主要有:肉类、蔬菜、水果、水产、牛奶、豆腐、面条等;熟菜及冷冻食品。为大荣集团公司 125 家店配送,每天出车 450 辆。

厂商配送体系

由于厂商、店铺提出了众多的要求,使配送中心不可能随意进货、送货。这增加了其运作难度。配送环节如果协调不好三者关系,三家的利益都将受到损失。但在日本由于实现了配送的系统化、高效化、信息化,所以使厂商、零售商、批发商大幅度降低了成本,各自的利益都得到保障。

1. 系统化。

现在日本连锁店多无仓储设施,向零库存的目标努力。店铺的多品种、少量化、高频率的订货需求对物流整个过程提出了高速化、高效化要求,迫切要求建设收货、验货、储存、装卸、加工、分拣、配货、发货、结算及处理信息等作业集中进行的现代化配送中心,实现物流、商流、信息流的一体化,产供销的系统化。我们考察的四家配送中心都实现了系统化:厂商、配送、店铺根据彼此签订合同形成有机的整体;订货、送货、配货除特殊商品外一气呵成;中心内收货、验货、储存、分拣、发货连为一体;货款通过银行转账系统各自申请自动付

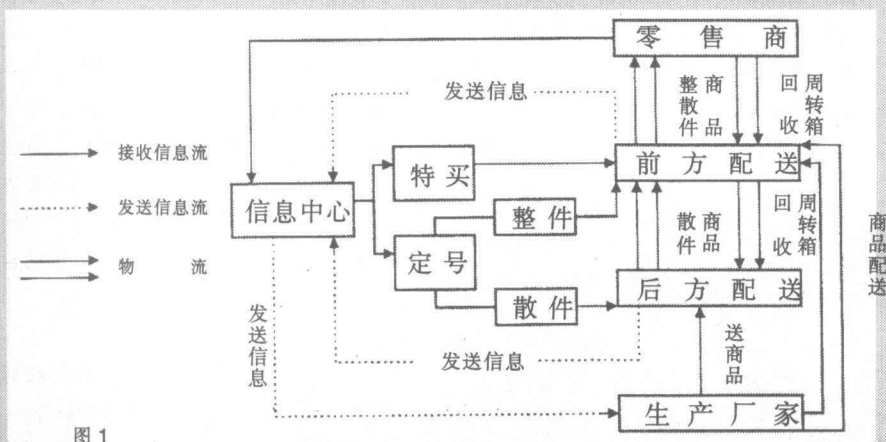


图 1



款。

2. 高效化。

日本超市特别是方便店的快速发展,对配送的要求越来越高。为了满足这种多品种、高频率、小量化的要求,配送变得相当繁琐,因此如何实现配送的高效化显得更为重要。

此次考察,大荣、西友、菱食、日本低温流通中心的配送中心,作为常温、冷冻、生鲜三种形态的配送中心,其经营规模之大,运作效率之高,配送技术之新,给我们留下深刻的印象。进入配送中心,映入眼帘的是:高高林立的货架,琳琅满目的商品,纵横交错的运输带,灵活自如的升级、装卸车。他们平均配送对向 300 多家,每日发货量超过 10 万箱,从接到指令到送货上门一般不超过 8 小时,他们的高效主要来自于管理和技术。

①电脑互联网络管理。对订货、进货、库存、配送的全过程进行电脑控制。进什么货,进多少,进哪个仓位,哪个货架,配送线路,发多少货,库存多少,都由电脑互联网络自动控制,有条不紊地进行。

②条形码。进出配送中心商品,除了商品条形码标记外,还贴有货位

条码和物流码。借助物流码,自动分拣系统可以方便地进行分拣需要配送的商品。

③自动分拣系统。整个系统由控制室、输送线、激光扫描仪组成。发往同一供货对象的不同商品,或者发往不同对象的同一商品,在主输送线上移动时,激光扫描仪会自动“阅读”商品箱上的物流码,商品传送到“道口”时被自动转入到指定的分流线,送到指定的出口处,然后打包发货。

④自动打包机。配送中心出口处都装有一台大型自动打包机,发往同一对象的商品,混装一个标准箱,装上卡车运往要货单位。

3. 信息化。

随着超市、方便店的迅猛发展,配送的规模越来越大。因此,不仅分拣系统和立体仓库采用计算机控制,连业务经营、库存管理也使用计算机。

此次考察的几家公司都通过计算机与制造商、批发商、零售商等联网,构成完整的信息网络,进行信息处理和交换,控制自接受订货到发货为止的整个物流过程。以保证对客户实施安全、迅速、准时、无误的配送,并合理控制商品库存。

菱食、大荣、西友、三家公司信息系统具有以下功能:接受店铺通过公司本部发来的订货单;中心的计算机根据要货信息制定分拣作业流程表;将放在自动分拣系统的上万种商品,按照作业表进行分拣配货;计算机自动判断商品库存,适时发出商品补充指令,保持合理库存;根据订单判断客户配货箱的个数合理混载,减少车内空间,并保证准时送到;将店铺的订货信息及配送的情况及时反馈给厂商。

日本的消费市场格局近年来发生了很大的变化,按业种划分的商店(肉店、菜店)在逐步减少,预计到本世纪末将由 80 年代的 220 万店,90 年代初的 120 万店,减少到 90 万店。取而代之的郊外大型购物中心、仓储商店、廉价店、便民店将获得长足发展,百货商店、超市将走向衰退。许多新型业态都把合理性和实用性放在首位,多不建自家的配送中心,而是委托社会的配送中心。如日本 7—11 便利店,全国共有 6000 多店,全部委托社会上的配送中心。还有许多公司在建店前都与批发商协商委托配送业务,而自家专心主业经营,这对店铺的迅速扩张和占领市场非常有利。如今传统意义上的物流配送已过时,被“劳吉士台库斯”(意为“后勤学”)这一新概念所代替。在此是指为了实现物流的合理性、实用性,把生产、流通、销售连为一体的系统工程。

在日本建一个配送中心要花费 20 亿日元,为 100 家以上的店铺配送,卡车送货单程不超过两个半小时,往返不超过 5 小时,这样建配送中心才有价值。

(作者单位:中日食品流通开发委员会)

