

最新物流分拣系统解决方案有哪些(大全5篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以上就是小编为大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

物流分拣系统解决方案有哪些篇一

目录

一、引言	1
二、物流配送存在的问题和配送中心的问题	1
三、物流配送模式	2
四、解决问题的对策	2
(一) 采取物流配送新技术，加强配送信息化建设	3
(二) 选择合适的配送模式	3
(三) 加强人才培养力度，培养现代物流理念	4
(四) 配送中心的建设	4
五、总结	5

缺。除此之外，物流配送的主要问题有物流配送模式选择不当，配送中心设施落后、功能不全等。国内企业，特别是连锁企业物流配送存在的问题在于存在多渠道的配送模式，统一配送效率低和采购成本居高不下，国内大部分连锁企业多采用自营配送却没有实现完善的配送作业，物流配送的标准化水平低。连锁企业物流配送中存在的问题在于未能实现集中采购和进货，未能实现统一的存货和库存管理，标准化程度低，计算机信息系统建设滞后。由于缺乏对选址决策重要性的认识，只简单地考虑仓储租金，很少结合配送成本、配送效率和服务质量来分析使得配送中心选址不科学，由于没有合适的装卸平台、足够的车辆和设备以及技术而使得配送中心建设不规范。对于物流配送至关重要的配送中心来说，除了上述的一些问题外，还存在以下的问题。配送中心基础设施薄弱，利用率低，物流服务质量不高，配送中心人员的素质不高，缺乏现代物流的一些思想和意识。物流配送管理体制和机制存在障碍，政府的各职能部门以及企业的各部门之间对现代物流认识不足和缺乏统一的战略思想。而物流以及配送基础设施呈现“瓶颈”现象，我国物流总体水平落后，存在物流配送技术和物流综合协调能力的约束。

三、物流配送模式

下面就简要的介绍一下国内学者认同的几种典型的配送模式，自营配送模式；共同配送模式，就是各物流企业为了提高配送效率以及实现配送合理化而建立的一种功能联合体；第三方物流配送模式，就是指交易双方把自己需要完成的配送业务委托给第三方来完成的一种配送运作模式；连锁企业物流配送模式，就是总部集中控制和集中采购，进而通过供应商配送到连锁店的一种高效的配送模式。多数学者采用的都是这几种配送模式，虽然在说法上可能有区别，但是其内容是一样的，如秦瑛、陈竹君、陈丹晔等论述的集团配送和供应商配送就指的是配送中心配送模式和连锁企业配送模式。

四、解决问题的对策

20世纪90年代依赖，随着互联网的兴起，电子商务获得了快速发展，由此电子商务成为当前物流行业发展的新机遇。而电子商务对物流特别是配送有着密切的关系。下面就从电子商务的基础上论述解决上述问题的对策。

（一）采取物流配送新技术，加强配送信息化建设

物流配送新技术有条码技术〔gis〕地理信息系统〔gps〕全球卫星定位系统〔edi〕电子数据交换〔bar code〕条码技术）、射频技术rf〔radio frequency〕等。而曹宝亚（2008）认为电子商务环境下的物流配送技术有：交叉配送技术、准时制配送和abc配送。

息流集成到一起。

（二）选择合适的配送模式

当前一些大型连锁零售企业逐步尝试将本企业的物流配送业务委托给第三方物流，这种发展趋势越来越明显。各种配送模式各有特色，连锁零售企业应当根据连锁企业经营的不同阶段和规模选择适当的物流模式。

通过对五种典型的配送模式的swot分析，自营模式和配送中心配送模式适合那些实力比较强、资金比较雄厚的企业，可以通过发展自身物流提高企业的核心竞争力；供应商配送模式主要适用于店铺规模大、采购规模大的大卖场及综合超市公司，在我国多数连锁企业采用这种物流模式；第三方物流这种模式要求物流市场比较成熟，且连锁企、信息化程度较高；共同配送模式可以提高车辆利用率，降低成本、提高服务，比较适合规模小、资金紧张的中小型连锁企业。

（三）加强人才培养力度，培养现代物流理念

物流配送中人才的培养是很重要的。“发展物流，要有高度

系统化、集约化的管理体制作保证，要拥有系统的现代管理技术、管理手段以及相应的管理机构作支撑。而所有这一切起决定因素的还是人，现存的赖以发展物流的人员队伍还远远不能适应要求，因此着力培养物流人才更是当务之急”。

（四）配送中心的建设

配送中心建设是十分重要的，通过建立配送中心，连锁企业能统一购货，统一库存，统一配送，使得商品配送的时间缩短，物流配送中心运作成本下降，与商场前店后库的分散储存相比，大大降低库存，加快商品周转，提高物流效率，降低费用，提高厂家、批发商的送货业务效率，降低送交货成本，使企业在未来更为惨烈的竞争中获得生存空间和发展机会。对于配送中心建设具体的步骤，一是按标准化建设配送中心，就是配送中心要逐渐实现装卸搬运机械化，适当推进配送中心的配车计划与车辆调度计算机管理软件的使用，缩短配车计划编制时间，更合理地安排配送区域和路线，提高车辆的利用率并减少等候时间。二是科学选择配送中心地点和规模，这可以提高配送效率和节省流通费用，并且影响配送中心的服务水平和服务质量。对零售连锁企业而言，需要采用根据区域成片开发的战略，实施构筑以重点区域为核心的配送中心，采用扇形辐射面、步步为营、向前推进的配送网络体系。

但是当前我国的物流发展比较滞后，不能一蹴而就，应该循序渐进。根据我国的具

体情况来看，完全自动化的配送中心在我国不合适，条码、包装、员工素质等因素都制约着其正常运行。但是，实现一定程度上的机械化还是必要的，有利于改善工作条件、加快作业速度，提高劳动生产率、减少货损货差。但是物流配送中心的现代化是一个发展趋势，这也是国内学者的共识。下面就论述国内一些学者对配送中心的详细规划。对于物流配送中心的规划流程，可以分为项目规划、物流中心规划方案

设计、方案评估、工程施工设计、工程建设。确定这些方面之后，进行规划分析，具体有设计物流配送中心功能模组，进行顾客需求分析，物流作业流程分析，作业区域布局分析。配送中心的规划要素包括配送的对象和客户[e]配送的货品种类[i]货品的配送数量或者是库存量[q]物流通路[r]物流的服务水平[s]物流的交货时间[t]配送货品的价值或者建造的预算[c]

五、总结

通过上面的分析，我们可以看出来，当前我国的物流配送发展还是相当滞后的，存在相当多的问题，而这些问题又是阻碍我们物流发展的重要因素。当前发展物流配送的重点是建设标准化的配送中心，加强配送中心的信息化、自动化、机械化以及柔性化。

参考文献

[3] 鲁晓春, 詹荷生. 关于配送中心重心法选址的研究[j]. 北方交通大学学

报, 2000, 24(6):108—110

物流分拣系统解决方案有哪些篇二

内容摘要：随着全球网络的普及[internet]的快速发展，电子商务的产生是一种势在必行的经营模式，在电子商务与传统营销的对比中，电子商务以它特有的魅力飞速发展，而作为制约中国电子商务发展的瓶颈——物流配送的落后始终是一个头痛的问题。如何有效的解决中国物流配送问题，如何有效地利用我国国情来促进其发展是本文研究的中心，只要有效解决了这一问题，中国电子商务必能更健康的前进和发展。

关键词：电子商务

物流

一、电子商务产生的必然性

21世纪将是一个以网络技术为核心的信息时代，数字化，网络化与信息化是21世纪的特征。全球经济发展正在进入信息经济时代，电子商务作为21世纪的主要经济贸易方式之一，将为各国和世界经济的增长带来巨大的变化。

所谓电子商务[electroniccommerce]是通过互联网实现企业、商户及消费者的网上购物、网上交易及在线电子支付的一种不同于传统商业运营的新型商业运营模式，电子商务是通过internet 发展而发展起来的，主要以edi(电子数据交换)和internet来实现的，电子商务有广义和狭义之分，狭义的电子商务是主要利用web在网上进行交易，称作电子交易[e-commerce]，广义的电子商务包括基于web的全级商业活动，称作电子商业[e-business]，与传统商务相比，其具有明显的特点和优势，电子商务打破了地域分离，缩短了信息流动时间，使生产和消费更为贴近，降低了物流、资金流及信息流传输处理成本，是对传统贸易方式的一次重大变革，其特点可以归纳为：高效性、方便性、集成性、可扩展性及协作性等。

电子商务的优势主要表现在：

- 1、电子商务将传统的商务流程数字化，电子化，让传统的商务流程转化为电子流、信息流，突破了时间和空间的局限，大大提高了商务运作效率，并有效地降低了成本。它简化了企业与企业、企业与个人之间的流通环节，最大限度地降低了流通成本，能有效地提高企业在现代商业活动中的竞争力。

- 2、电子商务是基于互联网的一种商务活动，互联网本身具有开放性、全球性的特点，电子商务可为企业和个人提供丰富的信息资源，为企业创造更多的商业机会，客户在电子商力

环境中可以在全球范围内寻找交易伙伴，选择商品而不受时空限制。

3、电子商务将大部分商务活动搬到网上进行，企业可以实行无纸化办公，减少了大量的人力、物力、财力。特别是为弱小的公司参与竞争提供了机遇，对于没有财力雇用太多工作人员的规模较小的公司而言，只要有一个网址就可以与大公司竞争。经应用研究表明，采用电子商务可以把成本降低5%——10%。

二．现代物流发展制约电子商务的发展

物流(physical distribution)是指为满足用户需求而进行的原材料中间库存，最终产品及相关信息从起点到终点间的有效流动，以及为实现这一流动而进行的计划，管理和控制的过程，电子商务物流配送是利用现代通信技术所进行的配送活动，或者是把现代信息技术应用于配送活动中，电子商务是信息传播的保证，而物流则是执行的保证，没有物流，电子商务只能是一张空头支票，物流是衡量一个企业经济实力的重要指标。

长期以来，由于受计划经济的影响，我国物流社会化程度低，物流管理体制混乱，机构多元化，导致社会大生产，专业化流通的集收化经营优势难以发挥，规模经营，规模效益难以实现，设施利用率低，布局不合理，重复建设，资金浪费严重。另外，我国物流企业与物流组织的总体水平低，形成“瓶颈”制约了物流的发展。

因此，物流配送是电子商务诸环节中的最为薄弱的环节，物流配送的落后已成为制约电子商务发展的瓶颈，我国现行的物流存在的一些问题表现在：

1、观念方面。传统存储运观念、体制、方法对现代物流的发展存在巨大的影响，并且还影响了网络的继续扩大，社会上

重电子，轻商务，重商流，轻物流的倾向比较严重，电子商务公司对配送理解是从电子商务本身需求的角度来提出的，对物流企业来说则是市场机会。解决电子商务的配送环节不仅仅是物流企业的问题，更需要电子商务公司的积极参与和协助，电子商务公司不应过多地指责配送企业服务价格过高，不能及时送货以及不能提供遍布全国甚至全球配送体系的不足。

2、企业自身方面。企业分析能力差，物流选择随波逐流，没有选择适合自己的物流方案，导致不仅浪费了大量的人力、物力、财力，还是不能及时送货，对物流企业而言，电子商务对配送需求的多样性与分散性，为物流企业整合系统内资源提供了内在的动力与外在的需求，成立全国性的、遍布城乡的物流配送体系，适应电子商务物流配送的需求已迫在眉睫。

3、基础设施方面。物流基础设施不配套，适合电子商务发展的物流体系还未建成。条块分割的物流管理和流通体制制约着物流业的发展。在电子商务环境下，物流的专业化分工特点日益明显，物流的组织和管理都不断向综合性发展，各种物流方式和物流载体之间的联系越来越紧密。但是，我国目前的物流行业管理仍沿用着计划经济时期的部门分割体制，这种条块管理体制形成了自上而下的纵向隶属和管理格局，严重制约着在全社会范围内经济合理的对物流进行统筹和规划，妨碍物流社会化的进程。

4、配送中心规模小，发展不平衡。配送的优越性在达到一定规模和一定水平，形成规模经济以后才能充分发挥出来。然而我国长期以来受行业限制，地域分割的影响，物流网点没有统一布局，在此基础上建立的配送中心，规模达不到提高社会总体效益的程度，形不成规模优势，导致配送双方的积极性受挫。此外，以企业集团内部为对象的专业配送发展较快，而面向社会的区域性配送发展比较滞后，这就形成了社会配送资源的闲置与重复配置的突出矛盾。

5、配送中心现代化程度低。首先，目前我国配送中心的应用程度仅限于日常事务管理，而对于物流中心许多重要决策问题，如配送中心的地址、货物组配方案、运输的最佳路线，最佳库存控制等方面，仍处于半人工化决策状态，适应具体操作的物流信息系统的开发滞后。其次，机械化程度低，基本上是原来物流设施转过来的，无论是技术还是设备功能都比较落后，同国外以机电一体化、无纸化为特征的配送自动化、现代化仍有相当的差距。

三、发展中国现代物流的解决途径

目前大力发展现代物流得到了我国各级政府和部门的高度重视和全力支持，在《中共中央关于十五计划》中指出：“着重发展商贸流通、交通运输、市政服务等行业，推进连锁经营、物流配送、多式联运、网上销售等组织形式和服务形式，提高服务质量和经营效益”。2001年3月1日，国家经贸委等部门发布的《关于加快我国现代物流发展的若干意见》的通知，明确了我国现代物流发展的宏观环境，加强物流基础设施的规划与建设等工作作为今后一个时期内我国现代物流发展工作的重点，如国家邮政局学习国外的成功经验，利用其四通八达的网络系统，积极参与电子商务物流，成为b to c电子商务物流的主力军。科学技术部已将现代物流作为重要领域列入“十五科技攻关项目。”教育部已批准在少数大学开设物流本科专业与设立研究生物流专业方向。

因此，在发展我国的物流战略时，应针对中国物流的发展现状和存在的问题，从中国的实际情况着手，通过以下途径解决中国现代物流发展中出现的问题：

1、深化改革物流和配送发展所需的制度环境，建立完善的合理的物流管理体制。

物流与配送发展所需的制度环境方面主要是指融资、产权转让、人才使用、市场准入或退出、社会保障等制度，而这些

制度方面的改革目前还远远不能适应企业经营的市场经济体制改革的需求。企业在改善自身物流效率时，必然要涉及到各种物流资源在企业内部和企业与市场之间的重新设置，由于上述制度改革尚未到位，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。因此，进一步深化制度改革，实施创新战略，是当前中国经济改革与发展面临的最紧迫的任务，也是物流和配送发展的必要条件。物流的发展过程就是一个不断创新的过程，物流企业发展，首先要创新观念，借鉴国际先进物流管理思想；其次要创新组织，充分采用现代信息技术手段，建立网络化物流新型组织，提高完善的物流运作与管理的服务效益。

2、开发和应用新的计算机软件，促进信息系统一体化。

在电子商务时代，信息是物流企业的命脉，必须通过建立一体化的物流信息系统，做到持续、简便、无差错的移动数据，实时、自动的更新数据，提高物流全过程的可见性。为此，需要建立最具有兼容性的数据库，数据库是信息系统的基础，不仅要与企业运行的任何系统完全兼容，还要具有可扩充性以满足业务增长需要。

3、构建物流信息平台

为实现供应的最优化，越来越多的企业将物流职能外包给第四方物流服务提供商，建立自己的基于互连网的虚拟供应链。第四方物流服务提供商利用基于互联网的信息平台，汇集了众多仓储、运输、第三方物流服务提供商等合作伙伴，并根据企业需要选择每一个环节的最合适的合作伙伴，通过互联网收集和传递物流信息，建立客户定制一体化的最优化的虚拟供应链。虚拟供应链兼具响应性，灵活性和可见性等特点。

4、大力培养物流与配送方面的人才队伍。

从国外物流和配送的发展经验看，企业要求物流和配送方面

的从业人员应当具有一定物流知识水平和实践经验，为此，国外物流和配送的教育和培训非常发达，形成了比较合理的物流和配送人才的教育培训系统，一是在许多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和学位教育，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，相比较而言，我国在物流和配送方面的教育中比较落后，在高等学院中设物流专业和课程的仅有10所左右，仅占中国全部高等学院1%，研究生层次教育刚刚起步，博士生方面的教育远未开始，通过委托培训方式培训员工的企业也不多见。因此，强化物流技术与管理人员素质培训，建立优秀的物流人才队伍对确保现代物流的顺利发展显得尤为重要。

目前，中国已初步具备了发展物流与配送的经济环境和市场条件，只要我们提高认识，明确发展现代物流的指导思想与总体目标，努力营造良好的现代物流发展宏观环境，建立和完善现代物流市场体系，中国电子商务定会更健康的前进发展。

物流分拣系统解决方案有哪些篇三

但在部分雅芳自己人眼里，这并不是什么奇迹；而奇迹在于：在更复杂的业务环境下，到20底，雅芳将自己的运营成本整整降低了约30%！其中大部分来自物流成本的降低。

自己人眼里的雅芳物流

据一些雅芳公司员工介绍，在19以前，就有相当数量的雅芳小姐，在扩展某些中型城市业务的时候，建立起了自己的专卖店。也就是说：当年被禁直销转做批发和零售时，在最难操作的零售业务方面，雅芳基层销售人员的“零售知识”并不是零！

而这批人，也是最先对雅芳物流弊病有深刻体会的人——那时，恐怕雅芳自己的高层还没意识到这些。

例如，在一间的湖北某中型城市开辟雅芳市场的莘峰，她在自己家乡做成几笔大单后，就开办一个雅芳店面。她的目的是：雅芳小姐可以提货，客户也可以直接来购买。

这样，即可以减轻雅芳小姐到省会去取货的困难，也解决了客户有时想买但又找不到小姐，或等了，但客户又由于时间的延误而不想要货的问题。按莘峰的话：“店面开张确实提高了雅芳推销的时效性。”

既然做了零售店，就天然具有一种对顾客的承诺：在固定时间、地点，我这里能给你提供相应的商品。但当莘峰去武汉分公司补货的时候，却出现问题了：

对在外地的雅芳小姐，当时雅芳分公司在提供方便快捷的服务措施上还是很欠缺。比如雅芳小姐要赶下午的火车回去，这就使她们盼望公司可以开设外地买单服务台，提供包括优先提货、免费送到车站等服务，“但是没有”。

另外，外地雅芳小姐来分公司取货，本身成本就高，但即使事先有沟通，可是在她们去了以后，货却往往被一些省会的经理和非销售人员利用便利和非正规手段截取，发往别处。那外地雅芳小姐就只好等着，这极大地阻碍了公司的发展。

而分公司的经理们实际上也有苦衷：他们在当地租用的仓库成本非常高，因此很希望周转速度能更快一点，这就迫使他们尽量把商品更早的发出去，哪怕来要货的是“非正常渠道人员”。至于外地雅芳经销人员是否有抱怨，就不能管那么多了。

工厂仓库

分公司仓库

雅芳小姐/门店仓库

工厂仓库

分公司仓库

经销商专卖店/商场仓库

在1998年改营批发零售后，雅芳的外地经销商依然遵循着老的提货方式——自提自运。其物流运作稍有复杂，但结构未变。

有一个例子是，一位住在新疆南部和田地区的雅芳经销商，去位于乌鲁木齐的雅芳分公司取货，必须带着一大堆钱，坐整整一天的火车到喀什，然后再转坐12小时的汽车才能到达目的地，而这样来回离店的时间差不多需要一个星期。这给经销商造成了很大困难并且浪费了他们的管理时间。

这种状况一直持续到了初。

双重成本压力

经销商体验的成本并不仅仅是资金成本，还有他们所强烈感受到的时间和辛苦。如果在这几方面投入甚大，超过经销商的忍耐程度，则他们一定会想方设法来转嫁这些成本。

他们的转嫁方式一般有以下儿种：

- 1、接受窜货：就是接收其他价格优惠地区的货物，这肯定影响当地的价格体系，实际上影响的是当地渠道体系对品牌的忠诚度。

- 2、接受假货：即用低进价的假货销售毛利来抵消正货的运营

费用。

3、转换品牌：即投入其他化妆品品牌的渠道，替它们做专卖、做商场。

更明显的成本负担来自雅芳自己的物流运作体系。这个体系即：雅芳通过长途陆运或空运的方式，将货物从广州运到全国75个分公司的仓库，然后由经销商到所属区域的各个分公司提取货物，并在专卖店或专柜向顾客出售。

随着雅芳在中国销售额的扩大，各地经销商的要货量也在上升，为了防止大面积缺货，并维持分公司的安全库存，分公司向工厂订货的数量更被放大，这就导致了著名的“牛鞭效应”——分公司仓库的库存额大幅度增加，因此也就要求租用更大的仓库。

此外，分散在各类城市的75个大大小小的雅芳分公司仓库，使得雅芳不得不投入大量的人力去从事仓储、出纳、打单等营运作业。显然，这种以“分公司仓库”为中心的物流模式消耗大、速度慢、管理难，越来越不能跟上销售的步伐。

向客户“献殷勤”

雅芳必须先解决经销商的问题——自从变为批发零售业务后，雅芳实际上就是在贴近于一个一般的化妆品制造商，中国的中高档化妆品品牌越来越多，经销商向谁表忠诚，全在于厂家是否能提供更好的运营服务——天平在向掌握“终端话语权”的经销商这端下沉。

从底开始，雅芳经过将近一年的摸索、研究，决定通过重新整合物流来提高竞争力。为此，雅芳自行开发了一套基于因特网的经销商管理系统，并拟定了一份集信息流、资金流、物流于一体的企业物流解决方案。雅芳把这套方案称为“直达配送”。

在“直达配送”项目的脚本下，雅芳给自己设定了三个目标：提升客户满意度、降低企业库存量、信息流资金流的整合借助物流改革一步到位。

月开始构筑的drm系统，其实就是实现企业组织与庞大分销体系的在线管理，它降低的是包括沟通成本和时间成本在内的交易成本。通过drm系统，经销商可以在因特网上查询产品信息，了解最新的市场促销活动。此外，借助drm中的支付功能，经销商可以在网上订购产品，并通过银行的网上支付业务实行网上结算。

与推广drm系统同时，雅芳取消了原来在各分公司设立的七十五个大大小小的仓库，在北京、上海、广州、重庆、沈阳、郑州、西安、武汉这八个城市设立八个区域服务中心。每个区域服务中心覆盖相邻省市的产品配送。

从2003月开始，雅芳开始和第三方物流商一起实验“直达配送”的业务模式。

新的业务流程是：雅芳生产线上的货物直接从广州运输并存放到八个区域服务中心，各地经销商通过drm系统直接向雅芳总部订购货物，然后由总部将这些订货信息传到区域服务中心，各中心根据经销商所定货物，进行包装、分捡、验货，然后，并在规定的时间内送到经销商手中。

那位住在新疆南部和田地区的雅芳经销商，如今进货时，再也不需要长途跋涉、肩扛手提了，只需要上因特网下订单，在线通过银行网上支付业务付款，然后就可以等着第三方物流公司在72小时内将货物送到店里，最后在网上签收就可以了。

在雅芳选择的2-3家第三方物流商中，最能符合要求的就是“古老的”中国邮政。雅芳发现：中邮这个在全国拥有57136处邮政营业局所和34540处储蓄网点的巨型物流公司

可以帮自己做到很多事情。这其中包括网上支付：中国邮政有一个可提供资金结算的绿卡网，可提供交易双方网上资金安全划转，也可以遵照交易双方选择，提供电子汇款服务；利用投递网络，提供送货上门时代收货款服务，同时解决企业投送商品与收款的难题。

成本的下降点

物流成本包括：运输成本、仓库成本、库存存置成本以及提货报关服务成本。其中运输成本一般占3%-5%，存货成本占30%，而仓库成本最大——至少60%，因此仓库成本也是可以下降最大的一部分。

雅芳八个区域服务中心的分拨库，其仓库管理都是第三方物流商负责执行。这样，以前雅芳75个分公司共有600个员工负责收费、仓库、管理、打单等营运工作，现在员工数量锐减至192个人。这些员工工资一年最少一万/人，则现在节省至少408万。

不仅如此，雅芳还保证了更大的客户满意度，因此使近期的客户流失率大大降低，这节省的运营费用更是不计其数。

物流分拣系统解决方案有哪些篇四

摘要：企业电子商务的崛起，使物流配送越来越成为众多商家关注的焦点，电子商务作为一个高速发展的行业，物流配送系统的滞后状况，已成为不可回避的瓶颈。物流配送系统的效率高是电子商务成功与否的关键，若想突破电子商务发展的物流瓶颈，当务之急是要尽快建立社会化、产业化和现代化的高效合理的物流配送体系。

关键词：电子商务；物流配送；瓶颈；解决方案

一、物流及物流配送

物流是指物质实体从供应者向需求者的物理移动,它由一系列创造空间价值和时间的经济活动组成,包括运输、保管、配送、包装、流通加工及信息处理等多项活动的统一,是实现原材料市场到消费市场价值增值的重要环节。在企业运作中,物流被看成是企业与其供应商和客户相联系的能力。一个企业的物流是企业内部进行定位的核心能力。

物流配送是按用户的订货要求,在物流据点进行分货、配货工作,并将配好货物送交收货人的活动。它是流通加工、整理、拣选、分类、配货、配装、运送等一系列活动的集合,即在集货配货的基础上,按用户在种类、品种搭配、数量、时间等方面的要求所进行的送运,是“配”和“送”的有机结合形式[1]。物流配送是物流中一种特殊的、综合的活动形式,是商流、物流的紧密结合,包含了商流活动和物流活动。通过配送,实现物流活动的合理化以及资源的合理配置,从而降低物流成本,增加产品价值,提高企业的竞争力。

完成配送活动需要付出配送成本。对配送的管理就是在配送的目标即满足一定的顾客服务水平与配送成本之间寻求平衡:在一定的配送成本下尽量提高顾客服务水平,或在一定的顾客服务水平下使配送成本最小,一般包括混合策略、差异化策略、合并策略、延迟策略等策略。

二、电子商务的物流配送瓶颈

电子商务是通过因特网进行商务活动的新模式,它集信息流、商流、货币流、物流为一身,贯穿了整个的贸易交易过程,是网络经济和现代物流一体化的产物。其内涵可以表述如下:

电子商务=网上信息传递+网上交易+网上结算+配送。由此可以看出,一个完整的商务活动,必须通过信息流、商流、货币流、物流四个流动过程有机构成。然而,电子商务作为一个高速发展的行业,存在许多瓶颈问题,其中不可回避的瓶颈之一是物流瓶颈,而其中最大的“瓶颈”又是支付系统和配送系统

的落后。主要表现是:在网上实现商流活动之后,没有一个有效的社会物流配送系统对实物的转移提供低成本的、适时的、适量的转移服务;配送的成本过高、速度过慢等。因而,即使商流、信息流、货币流可以有效地通过互联网络来实现,在网上可以轻而易举完成商品所有权的转移,但是这毕竟是“虚拟”的经济过程。互联网为平台的网络经济可以改造和优化物流,但是不可能根本解决物流问题[2]。

网络经济、电子商务的迅猛发展势头,会加剧物流瓶颈问题。先进的电子商务和落后的物流形成了非常鲜明的对比。这问题,表面上看是物流服务问题,究其原因,是物流本身发展的滞后,是为物流服务运行的物流平台不能满足发展的要求。和电子商务的发展相比,即便是发达国家的物流,其发展速度也难以和电子商务的发展速度并驾齐驱。在我国,物流更是处于经济领域的落后部分。长期以来,由于受计划经济的影响,我国物流社会化程度低,物流管理体制混乱,机构多元化。另外,我国物流企业与物流组织的总体水平低,设备陈旧,损失率大、效率低,运输能力严重不足,形成了瓶颈制约物流的发展。

目前我国物流业发展的瓶颈主要表现有:对电子商务的认识仅局限于信息流、商流和货币流的电子化,忽视物流的电子化过程;物流基础设施不完善;物流管理技术落后;传统储运的体制和手段阻碍现代物流的发展;第三方物流服务发展滞后;适应电子商务发展的物流体系尚未建立。阻碍物流业发展的主要原因可以归纳为以下两点:一是物流一体化管理程度不高,与物流发展相关的制度和政策法规尚未完善,很多企业对于物流重要性的认识不够,对物流的认识仍停留在传统的运输和存储等层面上;二是物流企业的物流基础设施落后,物流装备水平低,物流技术水平的落后,使物流体系不足以支撑电子商务的发展,从而更加剧了物流的瓶颈作用。

随着电子商务的进一步推广与应用,物流的重要性对电子商务活动的影响日益明显。在整个电子商务的交易过程中,物流实际上是以商流的后续者和服务者的姿态出现的。没有现代化

的物流,商流活动都会退化为一纸空文。突破电子商务发展的物流瓶颈,必须在现代物流技术和物流信息系统的支持下,建立一个能快速、准确地获取销售反馈信息和配送货物跟踪信息的物流配送体系,才能不断满足消费者对商品的品质要求及服务内容不断的提高的需求,从而将商品快速而完整地送达客户手中。

三、解决方案

若想突破电子商务发展的物流瓶颈,当务之急是尽快建立社会化、产业化和现代化的高效合理的物流配送体系,如果不解决好物流及其配送中的瓶颈问题,那么电子商务的实施也等于是空中楼阁。笔者认为可以从以下几方面着手。

(一)优化物流企业业务流程

只有根据业务流程设计的企业系统,才能提高信息处理效率,更好地实现信息集成,更好地适应组织机构变化。尤为重要的是,面向业务流程的思想使人们有意识地审视现有业务流程的运作情况并发现其中的问题,通过取消一些不必要的活动并重新设计业务流程,在流程合理化和优化的基础上再设计开发相应的信息系统,从而充分挖掘信息系统的潜力,大大地提高了流程的营运效率。因此,在物流企业内部实施业务流程重组非常必要[3]。

(二)推行先进的物流管理技术和延伸服务

采用如运筹学中的管理技术、条形码技术和信息技术等,提高物流的效率和效益,降低物流成本。延伸服务向上可以延伸到市场调查与预测、采购及订单处理;向下可以延伸到配送、物流咨询,物流方案的选择与规划、库存控制决策建议、货款回收与结算、教育与培训、物流系统设计与规划方案的制作等[4]。

(三) 建立基于web的物流配送信息管理系统

从事配送业务离不开“三流”，其中信息流更为重要。实际上，商流和物流都是在信息流的指令下运作的，畅通、准确、及时的信息从根本上保证了商流和物流的高质量与高效率。另外，在电子商务时代，物流信息化也是电子商务的必然要求[5]。因此，提高信息管理水平是我国物流业再造的一个重要环节和切入点。

企业电子商务的崛起,btob[]btoc的发展,分销渠道的进一步整合,供应链管理的出现,使得物流配送越来越成为众多商家关注的焦点。电子商务下的物流配送,应该是信息化、现代化、社会化的物流配送。这就要求物流配送企业能够向客户提供全面的配送解决方案。而一个完整的物流配送体系除了具备现代化、自动化的硬设备及电脑资源外,更应该具有结合两者的物流信息管理系统来满足消费者对商品的品质要求及配送的效率。另外,在电子商务支持下的交易活动不受时空的限制,客户在地理分布上可能是十分分散的,并且要求送货的地点也不集中。

(intranet)主要用于企业内部各部门间的信息传输。网络上点与点之间的物流配送活动保持系统性和一致性,使整个的配送网络具有最优的库存分布、最理想的库存水平、最快捷的市场反应、最迅速的输送手段等,从而体现在电子商务条件下物流支持的快速性及全方位性。用网络支撑、优化、改造、提升物流实体,提升物流服务的竞争能力。根据电子商务的特点,在分析配送中心信息流的基础上设计了一种基于web的一般商业型企业物流配送信息管理系统。配送中心系统中主要活动为信息流及物流两部分,而信息流的层级分为上层是策略信息、中层是经营管理信息、下层是物流作业信息,在中层经营管理信息又分为进货、存货、销货等三项管理信息。下层物流作业管理分为入库管理,在库(库存)管理、出库管理。物流方面分为物流作业与物流设备系统;物流作业主要为进货、验

收、入库、货架管理、拣货、流通加工、包装、分类、出货检查、装货、配送等作业流程,物流设备是则是对各作业设置适当的系统设备。系统的模块是根据作业内容的相关性及作业流程的关联性来划分。依据物流中心的各项作业,将该系统大架构划分为以下六个模块:销售出库管理子系统,采购入库管理子系统,库存管理子系统、财务处理子系统,物流配送绩效管理子系统、系统维护子系统,并提供对已制定的计划进货单、入库单进行查询、统计功能。

1. 销售出库管理子系统:该系统接收客户的订单,完成订单处理;从仓库中将采购入库管理系统取得的货品经过分拣、包装、配送、运输送至客户手中并送库存管理子系统;然后将产品送出后将应收账款账单转入财务部门作相应处理;最后将各项内部资料提供给绩效管理子系统作为绩效考核的参考数据。

2. 采购入库管理子系统:主要把从供应商订购的产品入库,根据入库产品内容做库存管理;针对客户需求的产品向供货厂商下采购订单;当订购的产品入库后作相应的付款处理,并将账单转入财务部门处理;同时将相应的资料提供给绩效管理子系统作为绩效考核的参考数据。

3. 财务处理子系统:财务部门以采购部门所传来的产品入库单查核供应商所送来的应付账款,并据此资料付款与厂商;从销售部门取得出货单,并根据应收账款单并收取账款。财务处理子系统制作各种财务报表提供给绩效管理系统作参考。

4. 物流配送绩效管理子系统:从其它三个子系统中获取相关的数据,同时根据外界环境的相关信息,拟定产品的订购计划、产品销售计划、配送效率分析、运输控制等决策信息,帮助企业优化配送流程,提高配送效率。

本系统的数据处理采用基于web的b/s结构,以增强系统对企业业务发展的适应性,并能够对客户的变化,做出快速的反映,而且系统的升级方便、透明。基于web的物流配送信息管理系

统可以提高物流企业的工作效率,降低系统运行成本和系统的维护成本,方便地实时采集与追踪物流信息,提高整个物流系统的管理和监控水平等,并且通过绩效管理系统做出新的战略决策,从而提高配送效率和仓库保管效率。

四、结束语

在电子商务环境下,供应商必须全面、准确、动态地掌握散布在全国各个中转仓库、经销商、零售商以及各种运输环节之中的产品流动状况,并以此制定生产和销售计划,及时调整市场策略。因此,电子商务的发展更加推动了现代物流业迅速兴起,而物流也可以对提高电子商务的效率与效益、协调电子商务的目标、扩大电子商务的市场范围、实现基于电子商务的供应链集成、集成电子商务中的商流、信息流与资金流等等起到推动作用,从而促使电子商务成为下个世纪最具竞争力的商务形式。

电子商务通过快捷、高效的信息处理手段可以比较容易地解决信息流、商流和货币流的问题,而将商品及时地配送到用户手中。但完成商品的空间转移(物流)才标志着电子商务过程的结束,因此物流配送系统的效率高低是电子商务成功与否的关键。

电子商务的迅速发展,对我国传统的物流运输企业提出了更高、更迫切的要求,从传统的运输仓储企业转型为现代物流企业正是势在必行。所以,在关注电子商务的同时,要以更大的精力建设基础物流平台系统和与电子商务配套的配送服务系统,逐渐改善我国的物流平台,建立现代化的物流产业。中国市场刚刚从卖方市场步入买方市场,通过学习和交流,我们可以跨越发达国家物流发展初级阶段,利用我国信息技术和网络技术几乎与世界同步的优势,借鉴国外物流发展的先进技术,进入物流的快速发展轨道。

i | □□物流配送系统信息化是电子商务对物流配送系统的根本要求。物流配送系统信息化表现为物流配送信息的商品化、物流配送信息传递的标准化和实时化，以及数据仓库、数据挖掘技术在物流配送信息处理中的应用。实现物流配送信息化后，物流配送过程就像是一条流水线，把原来分散经营的各个物流配送环节系统化，将它们有效地整合、提升，使之成为具有增值功能的综合物流配送系统。物流配送信息化能够实现系统之间、企业之间以及资金流、物流、信息流之间的无缝链接，而且这种链接同时还具备预见功能，帮助企业最大限度地控制和管理库存。同时，还可以全面应用客户关系管理、商业智能、地理信息系统、全球定位系统、无线互联技术等先进的信息技术手段，以及优化配送调度、动态监控、智能交通、仓储优化配置等物流配送管理技术和物流配送模式。

根据c o a s e 定律，当一个企业利用内部资源来做一笔交易的成本等于利用外部资源的成本时，企业就没有理由再发展了。互联网的普及，急速地降低了利用外部资源的交易成本。电子商务企业的物流配送依靠专业物流企业可降低交易成本。电子商务企业运用外部服务力量来实现内部经营目标的增长，企业可以得到量身定做的个性化服务，物流配送过程由专业物流配送服务商来进行管理，实现物流配送的产业化。

商务的要求，物流配送智能化已成为电子商务时代物流配送系统发展的一个新趋势。

以客户为中心是企业经营人性化的体现。但要真正做到这一点，物流配送企业必须与其上下游客户进行良好的合作，及时交换信息，改进物流配送系统的流程，增加物流配送系统的柔性，并且一定要做到保证实现承诺。

参考文献：

[1] 王之泰. 新编现代物流学[m].北京:首都经济贸易大学出版社, 2005. [2] 翁菊梅. 当前中国连锁零售企业的电子商务与物流模式的选择[j].无锡商业职业技术学院学报, 2003, 9(3):26-28. [3] 杨学军, 万蓉. 供应链业务流程集成的系统[j].中国管理信息化, 2006(9):3-5. [4] 刘晓莉. 企业生产物流系统的研究[j].物流科技, 2004(27):6-8. [5] 贺勇, 刘从九. 中国企业的物流模式研究[j].物流技术, 2006(3):1-3.

物流分拣系统解决方案有哪些篇五

概述

印刷企业具有很强的行业性，从工作流程和业务构成来看都具有一些独有的特点，这意味着通用性的erp产品往往无法适应印刷企业的需要，专门面向印刷行业的erp软件系统是更加适宜的选择，在这里我们选择了两个印刷erp解决方案推荐给广大印刷企业，这两种软件系统都颇具典型性，同时又各自具有一些与众不同的特色。

科印erp信息管理系统

方案介绍：

作为国内最资深的印刷erp软件供应商之一，深圳科网联开发的科印erp在国内拥有相当数量的用户群体。在软件系统的发展过程中，科印融合了jit零库存iso9000成本中心等先进的管理理念，同时也囊括了很多印刷行业企业的管理经验。该系统是一套c/s架构的软件产品，基于delphi开发环境开发而成。科印erp共包含业务信息管理、报价管理、订单管理、生产管理、品质管理、采购管理、库存管理、应收应付款管理、人力资源管理、设备管理、成本管理等十余个功能模块。在标准的产品版本中，科网联已经固化了大量的业务流程，可以适用于一般的印刷企业。而对于那些有特殊业务的用户，

科印erp系统也能够进行很多功能和流程的定制，并根据用户的需要进行一定规模的定制开发。作者观点来自51cto博客：[/295615/87239](#)，如有不注明出处者必追究法律责任。

方案亮点：

由于实施的客户较多，科印erp信息管理系统的成熟度也比较高，这意味着科印有着很强的客户适应能力。对于不同规模、不同接单模式、不同生产模式的客户，科印系统都能提供相应的解决方案。从系统设置上来说，科印提供的选项非常丰富，以印刷行业特有的加放量设置来说，用户可以在科印提供的多种模式中进行选择，从而让系统更加贴近自己的经营习惯。这些选项从很大程度上体现了科网联对印刷行业的了解，利用这些选项用户能够快速搭建起适合自己的erp体系。另外，在系统的各种功能当中，科印还设置了超过一千个开关，实现了不同功能之间按需挂接，可以在相当的程度上对系统的流程进行自定义调整。另外，这些内置开关也可以在一定程度上设定应用功能和面貌，可谓整个erp系统的控制阀。报价是印刷企业经营的起始点，也是印刷erp系统的核心，科印的报价功能颇具特色，特别是针对包装物的开版和设计功能，具有一定的领先优势。在录入了基本信息之后，科印能够自动的计算出报价，同时还可以根据不同的印量生成多组价格供客户参考。而针对特定的印刷部件，科印的报价模块还能对其生成不同的开版方案，令操作者直观的了解如何开版能够更加节省纸张，从而帮助企业提高收益。作为印刷企业的核心资产，科印erp为印刷机打造了强大的设备管理功能，除了能够将印刷设备作为资产进行管理之外，对于维修和保养方面的管理也相当细致。另外，科印的人力资源管理机制也相当全面，从面试到考核、从试用到合同，科印能够管理员工的整个职业周期。由于培训印刷企业员工需要相当的时间和投入，科印系统能够帮助印刷企业留住印刷人才，降低企业的人力资源成本。除了能根据原材料、成品以及生产工序进行质检，科印的品质管理模块还集成了一组专门针

对印刷行业定制的iso管理文件，可以用于指导企业日常的质量管理工作，从很大程度上提升了系统的质量管理效能。

用户点评：

而各种参照性的信息也相当丰富，这对于习惯于依赖经验进行判断的印刷企业员工来说提供了很好的决策素材。而对于新进的员工来说，经过一定的培训也能够很容易的利用科印erp完成工作，一般情况下科印所推荐的操作或数据还是具有相当的合理性。科印erp各个模块的计划机制都相当完备，我们也能够根据自己的需要生成统计报表。总体来说这套系统相当的成熟，能够给企业日常的管理工作带来很多的帮助。

盛华印刷erp系统

方案介绍：

沈阳盛华科技是一家新兴的印刷行业软件供应商，其研发的盛华印刷erp是一套具有广泛适应力的软件系统。与科印系统一样，盛华采用的也是delphi开发环境，不过版本上要比科印更新一点。在整个框架设计上，盛华侧重于打造一个平台式或者说门户式的产品，整个产品包含营销、生产、库存、财务等四大子系统，下设近20个功能模块。除此之外，盛华系统中还集成了很多周边功能，例如电子白板、网络监控、客户端防火墙等等工具，同时还可以在erp内部集成cad等针对印刷行业用户的解决方案，为用户提供更高的附加价值。在一般情况下，盛华为用户提供完整的售前咨询、实施、培训以及一年的系统服务。对于中小规模的印刷企业，可以根据需要灵活的组合盛华系统模块，而对于大型客户，盛华根据用户的具体情况进行本地化定制和二次开发以最大限度地满足用户需求。

方案亮点：

盛华印刷erp提供了很多先进的技术特性，相对开放的构架使得盛华很容易加入新的功能，对已有系统的定制和修改也相当方便。用户在实施时可以基于自己的实际运营模式使用不同的子系统作为整个erp体系的核心，对于以市场发展及竞争为经营主导的企业适合将以报价为中心的营销子系统作为核心，而注重内部运作优化的企业可以考虑将生产或财务子系统作为重心。在默认的情况下盛华使用微软的sqlserver数据库系统，这为erp系统提供了更好的安全性和更完善的数据发掘机制。在需要的情况下，盛华也可以移植到其它的数据库平台，为用户提供了更大的选择空间。各个功能模块之间的关联相当灵活，用户既可以将企业的经营流程固化到系统当中，也可以根据需要选择性的实施个别的功能模块。在数据维护方面，盛华非常的细致，不但拥有高度灵活的数据编码器，而且能够高度精确的还原印刷产品构成。同样地，在报价机制方面，盛华也相对比较细致，包括印刷过程中产生的很多附加费用都可以进行管理，例如排版所剩的废料。除了标准的erp报价模块之外，盛华还能够集成针对前台客户报价人员的快速报价模块，对于简单的单张印刷品，该模块可以通过几条简单的信息在极短的时间里生成报价。在生产管理模块中，盛华提供了自动化生产排程工具，基于系统中已经维护的工作中心和人员，盛华能够自动化的生成生产班次，同时管理人员也可以随时检查生产进度。在财务管理方面，盛华提供了足够多的功能，除了核心的总帐管理之外，应收款、应付款、固定资产、成本等功能模块可以提供全面的财务管理支持。财务科目可以根据需要自由地维护，而各种凭证的生成也相当容易，用户还可以针对所需要的财务区间生成资产负债表、损益表等常用的财务报表。由于很多印务公司的办公地点和生产厂位于异地，盛华系统支持基于互联网的远程系统协同，而且专门为管理人员提供综合性的统计分析客户端，令决策者可以在任何地点掌握公司的动向。

用户点评：

这是一个颇具现代感的erp系统，提供了非常出色的底层技术基础、业务功能特性和用户接口。由于使用了vista风格外观，盛华的用户界面显得非常优美，而且相当容易上手。各种功能和设置一目了然，对键盘操作的支持可以提高用户的操作速度，而快捷键的支持也相当丰富。功能上的丰富、系统模块的灵活性、平实的定价等诸多要素相结合，中小型的印刷企业也可以透过盛华获得erp等级的软件系统。而且，除了能够很好的应用于印刷厂，以接单生产为主的印务公司也可以从盛华提供的丰富报价功能当中获益，提升自己的盈利能力。