

扬华管理科学丛书

第三方物流 服务定价方法

李 军 谢天帅 著



科学出版社
www.sciencep.com

扬华管理科学丛书

第三方物流服务定价方法

李 军 谢天帅 著

科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

本书以物流服务供需双方为研究对象,建立了第三方物流服务定价的分析框架,根据市场环境垄断与竞争、服务水平内生与外生、谈判能力对称与否,建立了第三方物流服务定价模型,提出了不同的定价方法,并进行仿真分析,检验定价方法的内部有效性和外部有效性。

本书注重概念的准确性、逻辑性,可供管理学、经济学、物流管理等专业大学生、研究生学习参考,也可供第三方物流企业决策参考,对政府运输管理部门制定相关政策也有较大的参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

第三方物流服务定价方法/李军,谢天帅著. —北京:科学出版社, 2010.7

(扬华管理科学丛书)

ISBN 978-7-03-028379-5

I. ①第… II. ①李…②谢… III. ①物流-物资管理:物价管理 IV. ①F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 140750 号

责任编辑:王剑虹 王伟娟 / 责任校对:鲁素
责任印制:张克忠 / 封面设计:耕者设计工作室

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

新蕾印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2010 年 7 月第 一 版 开本:B5(720×1000)

2010 年 7 月第一次印刷 印张:9 3/4

印数:1—2 000 字数:196 000

定价:30.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)



序 言

欣闻西南交通大学经济管理学院在学校学科发展工程基金的资助下，出版一套管理科学丛书，我备感高兴并接受邀请为这套丛书作序。国内不乏关于管理科学的著作，但此次一次性集结同一研究机构不同研究人员近年来的研究成果以系列丛书形式出版，在国内可以算是一次有益的尝试。

众所周知，管理既是一门科学也是一门艺术。管理科学重点关注于管理中科学性的一面，强调综合运用经济学、运筹学、心理学、人类学等多学科知识基础以及研究方法，探索管理中的一般性规律，发掘经过实证检验的知识，为科学管理和科学决策提供借鉴与指引。

西南交通大学经济管理学院拥有西南地区最早的管理科学与工程一级学科博士学位授权点以及管理科学与工程博士后流动站，取得了众多高水平的研究成果，在国内管理科学与工程领域产生了较大的影响。此次出版的这套系列著作，撷取了学院教师近年来的研究成果，为国内对管理科学感兴趣的研究者提供了一次饕餮大餐。

我国管理科学的研究近年来取得了较大的进步，一些研究成果开始获得国际学术界的认可并发表在国际主流学术期刊上，但我们也应看到，我们在管理科学领域和国际一流研究水平相比还有一定差距。希望以此次系列著作丛书的出版为良好的开端，涌现出更多的学术机构定期将研究人员最新的研究成果集

结成册，与同行交流分享，共同推进我国管理科学领域的研究迈向国际一流水平，并更好地满足我国经济社会持续稳定健康发展过程中对管理方法和技能的需求！、

汪尧治

2010年6月

前言

第三方物流是 20 世纪 80 年代出现的一个新生事物，是物流服务供需双方建立的一种长期互利的战略合作伙伴关系。本书的研究旨在形成一套比较符合第三方物流经济技术环境及参与者利益动机的、有效的定价方法。这种方法的有效性体现在两个方面：①对第三方物流关系的成功是有效的，即在该定价方法下，第三方物流关系双方能够专注于各自的核心竞争力，相互学习、积极协调、共同发展；②对采用这种定价方法的供应链是有效的，即采用了该定价方法的供应链较采用其他定价方法的供应链更具有竞争优势。

根据研究目标，本书的研究内容主要包括以下五个方面，依次对应于本书的第 1 章到第 5 章。

(1) 第 1 章探讨了本课题的研究背景和研究意义，以及国内外应用现状和研究现状，并介绍了本书的基本研究内容。一方面，本章通过对研究背景的分析，指出本课题在相关领域的研究地位和意义；另一方面，通过对应用现状和研究现状的分析，可以了解实际需求以及实际需求与现有研究成果之间的差距，为进一步的研究指明方向和路径。

(2) 第 2 章探讨了第三方物流服务定价的分析框架。首先从一般产品角度出发介绍定价的概念模型，然后在前人相关研究的基础上，将其扩展到供应链以及第三方物流服务的定价决策中去，形成第三方物流服务定价的概念模型；其次，本章结合第三方物流服务交易的过程特点，提出了一个第三方物流服务定价的分析框架，并对定价要素及其表达式作了进一步的分析。

(3) 第 3 章建立了第三方物流服务两类基本定价模型。基本模型是指制造商

是产品市场垄断者、服务商是物流市场垄断者下的模型，它分为两类，一类是服务水平对制造商产品需求无影响时的模型，称为服务水平外生模型；另一类是服务水平对制造商产品需求有影响时的模型，称为服务水平内生模型。针对外生模型，本章提出了一种柔性定价方法；针对内生模型，本章则提出了一种刚性定价方法。柔性定价方法具有软约束性质，刚性定价方法具有硬约束性质，两种定价方法都可应用于实践之中，但具体采用哪种方法，应遵循实践的需要。

(4) 第4章将内生模型分别扩展到产品市场存在竞争、谈判能力非对称和物流市场存在竞争的情况，具体研究了以下三种情形的定价模型：①制造商是产品市场垄断者、服务商是物流市场垄断者，物流服务水平影响制造商产品需求，合作决策时谈判方谈判能力非对称；②制造商是产品市场竞争者、服务商是物流市场垄断者，物流服务水平影响制造商产品需求，合作决策时谈判方谈判能力对称；③制造商是产品市场垄断者、服务商是物流市场竞争者，物流服务水平影响制造商产品需求，合作决策时谈判方谈判能力对称。本章给出了这些情形下的刚性定价方法，并分析了扩展因素对定价方法性质的影响。

(5) 第5章对部分情形下的定价方法进行仿真分析，检验其有效性。对第一个方面的有效性，只涉及制造商与服务商两方，根据定价方法的性质建立仿真模型，通过与第一方面有效性相关联的因素变化导致的结果变化，检验其有效性。这实际上是将单个交易周期下的定价方法向多个交易周期进行的扩展。对第二个方面的有效性，涉及其他供应链上的制造商与服务商，通过同一市场里的两条供应链在多个交易周期下的竞争结果来检验。这两条供应链，一条采用本书提出的定价方法，另一条采用其他定价方法（成本加成法）。仿真结果表明，本书所提出的定价方法是有效的。

结论部分对全书进行了总结，指出本书的主要创新之处，简要分析了研究中存在的缺陷，进而对未来研究的方向加以展望。

李 军 谢天帅

2010-5-1

目 录

序言 前言

第 1 章

绪论	1
1.1 背景介绍与研究意义	1
1.1.1 背景介绍	1
1.1.2 研究意义	4
1.2 国内外应用及研究现状	6
1.2.1 应用现状	6
1.2.2 研究现状	8
1.3 现存定价方法存在的问题	13
1.4 本书主要内容	15

第 2 章

第三方物流服务定价分析框架	17
2.1 背景介绍	17
2.2 第三方物流服务定价概念模型	18
2.2.1 产品定价决策概念模型及扩展	18
2.2.2 第三方物流服务定价的构成要素	20
2.3 第三方物流服务定价分析框架	23
2.3.1 第三方物流服务交易过程及其特点	23
2.3.2 第三方物流服务定价的分析框架	24
2.4 本章小结	29

第3章

第三方物流服务定价基本模型 30

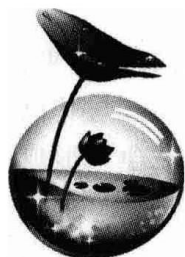
3.1	背景介绍	30
3.2	服务水平外生时基本定价模型	32
3.2.1	模型概述	32
3.2.2	非合作时的决策	33
3.2.3	合作时的决策	37
3.2.4	算例及基于算例的性质	39
3.2.5	引致利益及基于引致利益的政策	42
3.2.6	本节小结	49
3.3	服务水平内生时基本定价模型	50
3.3.1	模型概述	50
3.3.2	非合作时的决策	52
3.3.3	合作时的决策	56
3.3.4	定价方法的性质	58
3.3.5	风险及其防范	67
3.3.6	本节小结	69
3.4	本章小结	70

第4章

第三方物流服务定价扩展模型 71

4.1	背景介绍	71
4.2	引入不同谈判能力时的定价模型	72
4.2.1	模型描述及谈判基点	72
4.2.2	不同谈判能力下的均衡	73
4.2.3	定价方法的性质	76
4.2.4	风险及防范	77
4.2.5	本节小结	79
4.3	引入产品市场竞争时的定价模型	79
4.3.1	模型描述	79
4.3.2	非合作时的决策	81
4.3.3	合作时的决策	83
4.3.4	定价方法的性质	85
4.3.5	风险及防范	89

4.3.6	本节小结	91
4.4	引入物流市场竞争时的定价模型	91
4.4.1	模型描述	91
4.4.2	非合作时的决策	93
4.4.3	合作时的决策	98
4.4.4	定价方法的性质	101
4.4.5	风险及防范	105
4.4.6	本节小结	107
4.5	本章小结	107
第 5 章		
第三方物流服务定价方法仿真		109
5.1	背景介绍	109
5.2	对定价方法内部有效性的仿真	111
5.2.1	问题描述	111
5.2.2	服务水平外生合作定价方法仿真	111
5.2.3	服务水平内生合作定价方法仿真	115
5.3	对定价方法外部有效性的仿真	120
5.3.1	问题描述	120
5.3.2	采用本书合作定价方法的供应链 1 的决策	123
5.3.3	采用成本加成定价方法的供应链 2 的决策	124
5.3.4	供应链竞争下链内外部均衡策略及其结果	128
5.3.5	两种定价方法下均衡状态随时间演变规律	130
5.3.6	本节小结	135
5.4	本章小结	135
结论		137
参考文献		140



第 1 章

绪 论

本章通过对大量相关文献的总结和提炼，较为全面地回顾了国内外有关第三方物流服务定价方法的应用现状和理论研究成果，指出了当前第三方物流服务定价理论研究中的不足和有待深入研究的问题，并介绍了本书的基本研究内容。

1.1 背景介绍与研究意义

1.1.1 背景介绍

1. 供应链管理正在成为一种普遍的管理理念和运营实践模式

供应链管理起源于 20 世纪 60 年代的企业后勤（logistics）管理。当时，管理科学的重心开始从生产领域转到非生产领域，并在产成品销售物流领域形成了实物分销管理（physical distribution management, PDM）概念，从而第一次将分散在企业内部不同职能部门中一系列互不协调的零散的运输、仓储、库存控制、物料搬运和订货处理等活动集成起来，协调物流活动与其成本，使两者达到平衡，并在企业内设“分销经理”一职。

20 世纪 70 年代，PDM 原理扩展应用到企业对原材料、零部件的采购和生产（服务）物流活动中，并与产成品销售物流活动集成在一起，形成了企业内部

的集成化物流管理 (integrated logistics management, ILM) 概念, 统一、全面地负责生产经营过程中的采购、物料控制、制造、装配、仓储、分销等所有环节的物流活动, 力求最大程度地降低企业内部物流的总成本, 在企业内专设“物流部”负责相关活动。

20 世纪 80 年代, 随着经济规则的缓和 (只要不抑制终端市场的竞争水平, 允许企业间结成联盟), 企业出于对核心竞争力及外部优势资源的需要, 与其供应商、分销商等企业组成供应链, 通过在供应链上的合作来参与市场竞争, 形成供应链管理 (supply chain management, SCM) 概念, 对包括供应商、生产商、批发商和零售商等不同企业在内的整个供应链系统的物资流、信息流、资金流以及工作流等进行计划、协调、控制和优化, 力求在提升供应链整体运作效率的同时, 提高运作的效益, 此时, 供应链的核心企业将物流管理功能外包给企业之外的专业的第三方物流 (third-party logistics, TPL) 服务商。

2005 年, 美国供应链管理专业协会 (council of supply chain management professionals, CSCMP^①) 将供应链管理定义为: “供应链管理包括了涉及外包活动, 获取、转化的计划和管理活动, 以及全部的物流管理活动。更重要的是, 它也包括渠道伙伴之间的合作与协调, 渠道伙伴包括供应商、分销商、第三方服务提供商和客户。从本质上说, 供应链管理是企业内部和企业之间的供给和需求的集成”。供应链管理开始跳出了传统物流管理的窠臼, 将管理的触角扩展到了外包管理、渠道伙伴关系管理等更加广泛的范围和领域。

目前, 在全球经济的一体化趋势加强, 市场竞争日益激烈、用户需求的不确定性和个性化增加、高新技术迅猛发展、产品寿命周期缩短和产品结构越来越复杂的环境下, 供应链管理已经在制造业中得到了广泛应用, 并正在成为一种普遍的管理理念和运营实践模式。供应链管理理论已经并将继续受到越来越多管理理论研究者的关注和研究 (Power, 2005; Burgess et al., 2006), 以及越来越多实际工作者的应用和创新。

2. 第三方物流已经并将继续成为提高供应链绩效的有效工具

第三方物流, 作为供应链 (Supply Chain, SC) 的一部分, 是为了更好地满足顾客的需求而由专业的服务商对产品、服务以及相关信息从产出地点到消费地点的有效 (效率和效果) 流动和存储进行计划、执行和控制的方式之一, 由服务商向制造商甚至整个供应链提供更多个性化、更加宽泛的物流功能服务, 对服务商与制造商而言, 第三方物流关系是一种长期互利的战略合作伙伴关系

^① 美国供应链管理专业协会的前身, 是 1963 年成立的物流管理行业组织——全国物流管理协会 (National Council of Physical Distribution Management, NCPDM), 1985 年更名为美国物流管理协会 (Council of Logistics Management, CLM), 2005 年更为现名。

(Murphy and Poist, 2000)。

从20世纪80年代或更早些时候开始, AP (American President) 公司与 FM (Ford Motor) 公司、RT (Robin Transport) 公司与 GM 公司就零部件的运送, P&G 公司与 Wal-Mart 公司就产品销售库存的补充, LB (Lever Brothers) 公司与 DCI (Distribution Centers, Inc.) 公司就仓储设施的利用等相继建立了第三方物流关系(时称物流联盟)(Bowersox, 1990), 将第三方物流作为其削减成本和提高效率的方式之一。截至2004年, 在财富500强中, 有64%的公司采用第三方物流并为此支付984亿美元。其中, 前100强中, 2001年有73%的公司采用第三方物流, 2004年为80%, 2005年为82%; 后100强中, 这一数据分别是24%, 35%和52%。这些公司, 尤其是当它们拥有一个全球范围内的供应链时, 都正大量地使用第三方物流作为削减成本和提高效率的方式, 许多公司拥有不止一个的第三方物流关系, 如 GM 公司, 拥有43个不同的第三方物流关系(Hoffman, 2005)。

一方面, 由于面临着激烈的市场竞争、全球供应和分配网络的结构重组、客户对服务水平的过高期望等挑战, 制造商对物流需求的质量和数量持续增长; 另一方面, 随着 WTO 的扩展和多边协商机制建立, 世界范围内贸易壁垒的逐渐解除, 计算机和通信技术的飞速发展, 使服务商开发先进物流系统具有技术上的可行性和广阔的应用前景。所以, 虽然迄今为止, 世界范围内的第三方物流热潮已经出现了三次(Berglund et al., 1999), 但目前在美国等发达国家和地区, 第三方物流每年仍然以两位数(美国1996~2004年的年均增长速度为14.2%(Hoffman, 2005))的速度快速增长(Lieb and Kendrick, 2003), 并正在随着制造业在资源、制造、销售上的地理扩张形成向全球扩展的燎原之势(Lieb and Bentz, 2005), 第三方物流以其自身具有的优势已经并将继续成为提高供应链绩效的强有力的工具(Lal et al., 1995)。

3. 渠道伙伴的合作与协调在供应链管理中的重要性与日俱增

渠道伙伴包括供应商、分销商、第三方服务提供商和客户。渠道伙伴关系是供应链中相对独立的经济实体为了获得特定目标和利益而建立起来的关系, 他们各自的利益之间以及个体利益与整体利益之间, 常常存在一致或不一致的种种情形, 决策中最大化自身利益的双重边际化(double marginalization)倾向, 常常使得供应链渠道伙伴关系的特定目标和利益受到威胁(Spengler, 1950), 一旦处理不当, 往往会减损供应链的绩效甚至导致供应链失败, 处理得当则常常改善供应链的绩效, 提升供应链的竞争能力。良好的渠道伙伴关系会带来很多好处, 如规模效益、快速反应等(Landeros and Monczka, 1989; Ellram, 1991; Scott and Westbrook, 1991); 不良的渠道伙伴关系则会带来风险, 如过分依赖、控制能力

降低等 (Leavy, 1994)。良好的渠道伙伴关系的建成需要较长的时间,一般需 3 年以上 (Graham and Daugherty, 1994), 难度也较大。在渠道伙伴关系的建立和管理中, 如何在获得渠道伙伴关系带来的特定目标和利益的同时尽可能地规避风险, 即加强渠道伙伴之间的合作与协调是一个日益重要的问题。合作、协调的渠道伙伴关系有利于同一条供应链中的伙伴们在既分工又合作的基础上创造、分享特定利益, 提升各自以及供应链整体的竞争力。

正是基于上述认识, 近年来, 如何更有效地建构和管理供应链渠道伙伴关系, 成为理论界和企业界的前沿和热点问题 (Casabona, 2005)。影响渠道伙伴之间合作与协调的因素众多, 许多文献从实证角度研究决定供应链渠道伙伴关系的成功要素 (Leahy et al., 1995; Quinn, 1999; Lambert et al., 1999; Class and Swink, 2005), 理论分析主要集中于制造商对供应商、服务商的选择 (Weber et al., 1991; 陆锦洪和陈畴镛, 2001; 徐晓燕, 2002; 赵晓煜和汪定伟, 2002), 以及制造商与供应商间的合同制定与利益分配 (Tayur et al., 1998; Cachon, 2002; 王迎军, 2005; 高峻峻等, 2005; 杨德礼等, 2006) 问题上; 研究制造商与服务商间合同制定与利益分配问题的文献相对较少, 同时研究制造商、供应商、服务商间合同制定与利益分配问题的文献 (Lei et al., 2006) 更是凤毛麟角, 这与第三方物流在提升供应链绩效中的重要地位是不相称的。

在这样的背景下, 制造商与服务商之间的合同制定与利益分配问题, 以及将该问题嵌入制造商与供应商之间的合同制定与利益分配问题中, 而形成的由制造商、供应商、服务商共同构成的供应链伙伴关系合作与协调问题, 是供应链管理理论研究的一个缺口和研究趋势。基于此, 本书提出一个解决制造商与服务商之间利益分配问题的方法——第三方物流服务定价方法。

1.1.2 研究意义

技术创新与机制创新是一个交互决定的动态演进过程。目前, 对物流运作技术的研究是一大热点, 并已有大量的研究文献, 如研究库存路径问题的文献 (Horn, 1974; Zhao, 2008)、研究物流设施选址问题的文献 (Robinson Jr, 1989; Ridlehoover, 2004; 赵宜等, 2005; 秦进和史峰, 2007) 等。2005 年, 国家自然科学基金委员会管理科学部将“物流服务模式及运营策略研究”列为重点资助项目, 并主要研究物流运作管理技术层面的问题。涉及物流关系管理主体层面的研究成果还比较少, 即使在物流比较发达的国家和地区, 对此也多限于定性研究, 定量研究物流关系管理主体层面问题的文献较少, 实际应用时大多采用经验方法对其加以解决。显然, 在对物流技术进行深入研究的同时, 也应该对物流关系主体之间的交互机制进行研究, 以便发挥机制对物流技术及物流行业的促进作用。

因而,对第三方物流服务定价方法进行研究也是具有重要意义的。

第三方物流服务定价方法研究,是对服务商向制造商提供的一揽子服务进行定价的机理进行研究,本质上是研究制造商与服务商之间的利益分配机制,其理论意义和现实意义主要体现在如下两方面。

1. 为后续全面研究和应用供应链渠道伙伴关系合作与协调理论打下一定的基础

2005年,CSCMP对供应链管理的定义着重强调供应商、分销商、第三方服务提供商以及客户之间的合作与协调。也就是说,一个最简单的供应链至少由三方构成,他们分别是制造商、服务商以及供应商、分销商和客户之一。而一直以来,对供应链管理的研究与对第三方物流的研究基本上是分开进行的。在供应链管理研究中,一个最简单的供应链由分别处于上下游的两个企业构成,研究他们之间的成败因素、相互选择、合同制定、利益分配等合作与协调问题。在第三方物流研究中(Ashenbaum et al., 2005; Maloni, 2006, Marasco, 2007; Selviaridis and Spring, 2007),则主要研究第三方物流关系的成败因素(Leahy et al., 1995; Lambert et al., 1999)、对服务商的选择(Sheen and Tai, 2006; Qureshi, 2007; Jharkhariala and Shankarb, 2007; Tsai et al., 2007)等问题,对合同制定及利益分配问题很少涉及或很少深入探讨。缺乏对第三方物流服务合同制定与利益分配机制的深入研究,以及将第三方物流与供应链管理分割开来进行研究,这是目前供应链管理研究领域的两个缺陷。

将供应链中全面的渠道伙伴关系集成起来研究,有着广阔的应用前景和价值,但这需要一定的理论基础。目前,对供应链上下游企业之间的合作与协调研究已经比较充分,但对制造商与服务商之间的合作与协调的研究还很缺乏,其研究现状与第三方物流在供应链中所起的作用还很不相称。第三方物流服务定价方法的研究正是弥补这种不足,为后续全面研究和应用供应链渠道伙伴关系合作与协调理论打下一定的基础。

2. 为第三方物流服务定价实践提供决策支持,利于第三方物流关系的协调发展

国内外许多研究表明,第三方物流服务既不同于传统的市场交易,又不同于企业一体化的内部交易,而是介于市场与组织之间的一种交易形式(Aertsen, 1993; Skjoett-Larsen, 2000; 田宇和朱道立, 2000; 蔡茂祥和王雷, 2002; 李俊阳和刘宁, 2003; 林桦, 2003)。对第三方物流服务的定价既不能简单地采取传统交易的方式实现,也不可能依赖行政命令实现。目前实践中采用的定价方法,如固定价格法、成本加成法等,并不完全符合第三方物流服务的交易特点,也不符合第三方物流作为长期互利战略合作伙伴关系的性质。第三方物流服务定价方

法本质上是一种制造商与服务商之间的合作与协调机制。按照新制度经济学的观点,制度最核心的功能是给交互的主体提供激励与约束,改变其偏好与决策,从而做出对大家都有利的行为(袁庆明,2005)。但是,目前的第三方物流服务定价方法并不能很好地满足这一要求,第三方物流服务定价决策实践需要寻找新的理论支持。

第三方物流服务定价方法研究,就是依据第三方物流服务交易的性质以及交易过程的特点,对服务商向制造商提供的一揽子服务进行定价的机理进行研究,会对双方制定出的价格及其管理方法具有激励与约束功能。这不仅能为第三方物流服务定价实践提供决策支持,还能有利于第三方物流关系的协调发展。和谐发展的第三方物流关系,对供应链以及物流成本高企的我国企业及国民经济的发展,显然具有十分重要的现实意义。

1.2 国内外应用及研究现状

定价活动是企业的一项基本活动。定价理论散见于各个领域之中,而且在不同领域中有很大的差别。为了借鉴实践经验、满足实践要求,吸收当前学术研究的成果,本节从第三方物流服务定价方法的应用现状和研究现状两个方面,对该问题做一综合阐述。

1.2.1 应用现状

目前,实践中企业主要使用的第三方物流服务定价方法可以分为四类:①基于交易的定价方法;②基于成本的定价方法;③基于收益共享的定价方法;④基于服务标准的定价方法。下面是对这些定价方法的分析和评价(Trunick,2004)。

1. 基于交易的定价方法

基于交易的定价方法通常是指传统单位定价法(traditional unit pricing),这种方法应用最广。在这种定价方法下,制造商同意付给服务商每单位工作一定的报酬,而不论这单位工作是一公里的运输、一货盘的运量,还是一项事务的完全处理。这实际上是固定价格法。

它的优点是:条款内容明确,不易引起争议或曲解;定价方法很容易理解,也有利于制造商的预算编制,尤其是当制造商比较难以预测服务数量需求的时候;运用该方法很容易设计和执行定价内容。

它的缺点是:服务商可能感到有必要高估其单位工作的价格,以最小化风险,保证所得到的收入能够弥补相应的成本或支出。

2. 基于成本的定价方法

基于成本的定价方法有两种：作业成本定价法和成本加成定价法。

1) 作业成本定价法

作业成本定价法 (activity-based costing) 在运输领域用得比较多。在这种定价方法下，制造商付给服务商一定的报酬，以弥补其成本或支出，包括租金、设备磨损及管理费等固定成本，也包括劳动工资、燃料费、设备维持费等可变成本。

它的优点是：可以更准确地反映出服务商提供了哪些服务，以及为这些服务花费了多少成本；服务商不必通过高估他们的单位工作价格来避免可能的损失；制造商可以根据发票等记账单据更准确地跟踪物流成本。

它的缺点是：定价内容的确定比较复杂，不易设计出来；比较难以应用于刚刚建立起来的第三方物流关系；如果没有相应的收益共享计划等激励安排，服务商对持续改善物流服务将缺少经济利益上的内在动力。

2) 成本加成定价法

成本加成定价法 (cost-plus pricing) 通常用于过渡时期，对服务内容尚不确定的服务有特别好的效果。在这种定价方法下，制造商支付给服务商的报酬由两部分组成，一部分是服务的成本，另一部分是协商确定的加成利润。

它的优点是：制造商不受传统单位定价法中服务商保护性定价的侵害；也可以保护服务商免受不可预见的服务数量或服务水平可能导致的损失；在保证服务商获得一定利润的同时，制造商可以保持对成本的控制；制造商能准确掌握物流成本构成等信息。

它的缺点是：不是一个长期可行的定价方法，它可能鼓励服务商虚增成本，因为每单位成本都带来一定的利润；哪些费用应计入成本可能引起争议；制造商做预算比较难，因为只知道确定的加成率，而成本要在发生后才知道。

3. 基于收益共享的定价方法

基于收益共享的定价方法即收益共享定价法 (gain-sharing pricing)，通常用于学习曲线比较高的时候，即建立第三方物流关系的初期。在这种定价方法下，制造商与服务商共享物流成本节约带来的收益。

它的优点是：激励服务商持续降低物流服务成本；对新建立第三方物流关系有很好的效果；也可用于长期的第三方物流关系。

它的缺点是：长期使用的效果不理想，因为随着改进空间的减少，通过改进获得收益的效应也逐渐减小，分享收益对服务商的激励作用就会减弱。

4. 基于服务标准的定价方法

基于服务标准的定价方法一般指基准价格定价法 (benchmarking pricing)，应用范围较广。在这种定价方法下，双方预先确定一个服务水平，当服务水平低