



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



上海市高校教育高地建设专业教材
现代物流管理系列教材

第三方物流

林慧丹 / 主编 高更君 / 副主编

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
上海市高校教育高地建设专业教材
现代物流管理系列教材

第三方物流

(第二版)

林慧丹 主 编
高更君 副主编



上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

第三方物流/林慧丹主编. —2版. —上海:上海财经大学出版社,
2010.6

(现代物流管理系列教材)

ISBN 978-7-5642-0747-2/F·0747

I. ①第… II. ①林… III. ①物流-物资管理-高等学校-教材
IV. ①F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 059620 号

☐ 责任编辑 仲崇巍
☐ 封面设计 周卫民

第三方物流 (第二版)

林慧丹 主 编
高更君 副主编

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海第二教育学院印刷厂印刷

上海市宝山区周巷印刷厂装订

2010 年 6 月第 2 版 2010 年 6 月第 1 次印刷

787mm×960mm 1/16 16 印张 340 千字

印数:22 001—27 000 定价:28.00 元

(本教材附光盘一张)

“现代物流管理系列教材”

编辑委员会

主 编

李 进 朱懿心

副主编

王 刚 黄中鼎

常务副主编

黄中鼎

策 划

黄 磊

编 委

(按姓氏笔划排列)

刘振超 邬星根

张 敏 陈 琳

孟 琪 罗守成

周艳军 程 立

黄孟涛 景 平

李荷华

总 序

自 1979 年从日本引入“物流”这一概念以来,随着改革开放政策的深入,以及在国民经济的快速、健康和持续发展的形势下,我国对物流的需求不断扩大,政府、企业 and 教育领域也越来越多地关注现代物流的发展,物流业和物流人才的培养得到了长足的发展。近年来,美国的联邦快递、丹麦的马士基、日本的佐川急便、德国的西门子等一批跨国物流企业都在角逐世界物流市场,与其相关的各类企业也纷纷进入物流领域,物流发展已进入无国界的供应链时代。但是,由于我国现代物流发展起步较晚,处于起步阶段,与发达国家尚有不小的差距。面对我国加入 WTO 所承诺的逐步放开物流市场的发展趋势,提高我国物流业在竞争日趋激烈的世界物流大市场中的竞争力,需要大力发展我国的现代物流业。

完善的学科体系和高素质的人才才是推动现代物流业发展的关键因素之一。教育部在 2003 年调整本科专业时,在管理和工程门类下新设立了物流管理和物流工程专业,说明物流管理和物流工程专业已经为企业效益的增长和社会经济的发展起到了应有的作用,也标志着物流学科的重要地位得到了社会各界的承认和重视。目前,我国已有 200 余所高校开设了物流管理和物流工程专业,物流教育正处于蓬勃发展时期,这为我国改革开放和物流事业的发展提供了可贵的人力资源支持。但现代物流作为一门新兴的学科,现有的学科体系和人才培养体系尚处于建设完善阶段,物流理论和实践的研究也有待于进一步深入。在我国经济快速增长从而对物流需求的规模不断扩大的趋势背景下,通过教材建设和学科体系的完善来培养和造就一大批熟悉物流业务、具有物流运作能力的专业技术人员和管理人员,对当前我国解决物流人才匮乏和物流管理水平较低等问题有着十分重要的意义。

上海是我国经济发展的前沿,在推进“四个中心”建设,尤其是国际航运中心建设的过程中,对物流人才的需求将大幅上升,这给上海高校物流人才的培养提出了更高的要求。2005 年,上海市教委将上海第二工业大学的物流管理专业作为上海市的教育高地予以重点投入和建设,物流教材建设是其中一个主要的内容。为此,上海第二工业大学从物流学科体系建设的角度出发,组织了一批有多年教学和实践经验的专家、学者,编写并出版了这套物流管理专业系列核心教材。从学科体系结构安排上看,该套教材体现了科学的态度和创新的原则,在全面考虑我国物流市场发展和教育现状的基础上,汲取了当今管理学、经济学、信息学、工程技术学及相关领域的理论和方法以及最新研究成果,归纳、总结了国内外物流理论和实践经验,吸收了具有研究价值和实用价值的知识和方法,具有科学的创新性。从编写的

内容上看,该套教材着眼于物流应用能力的培养,在对目前物流人才市场和企业实际需求进行调研分析以及对各类教育培训机构进行广泛调查的基础上,密切结合了国内外物流业的实践和发展趋势,集成了物流基本理论和实践经验,吸收了物流市场的新变化、物流企业实践的新经验和物流教学研究的新成果等,具有知识和应用的双重性。从物流人才培养来看,该套教材着眼于应用人才的培养,在介绍物流基本原理和基本方法的基础上,通过案例分析了物流管理实际操作工序及方法的运用,具有较强的操作性和应用性。总而言之,该套教材结构合理、脉络清楚、内容丰富、应用性强,充分体现了理论和实践相结合的原则,是一套具有理论指导性、知识普及性、操作应用性和专业参考性的优秀教材。

最后,希望该套教材的出版和发行,能成为我国物流人才培养的知识之源和读者的良师益友,同时,也能成为我国物流学科体系的建设,以及物流管理专业教材的更新和完善的基础之一,进而为全面推动我国物流事业的发展提供必要的支持和保障。

黄有方
上海海事大学副校长
教授 博士生导师
2007年1月

第二版前言

近年来,国内很多高校开设了与物流管理相关的专业与课程,第三方物流是其中一门重要的专业课程,编者在2005年出版的《第三方物流》一书也得到了广大读者的厚爱。但这五六年来,国内的第三方物流发展经历了萌芽、成长、快速扩张的阶段,国际和国内环境也发生了巨大的变化,特别是2008年9月的金融危机以来,第三方物流企业面临着巨大的挑战。在这个背景下,第三方物流企业应如何为货主提供更多一体化、增值化的物流服务是当前的热点问题。

这几年编者也在教学和实践的过程中思考、梳理该领域的问题,恰逢普通高等教育“十一五”国家级规划教材的编写,完成了本书的第二版写作。

结合第三方物流近年来的最新发展,本次再版中编者吸取了前一版的经验,将教材分成了两大模块。其中:第一至第七章为第三方物流的基本理论、第三方物流运作的一般方法;第八至第十三章为第三方物流的主要主体,包括传统储运企业、货代企业、邮政企业的第三方物流拓展实际运作,以及第三方物流金融、第四方物流的新型发展模式等内容。

本书的编写分工如下:上海第二工业大学林慧丹负责全书的框架设计、统稿,以及第一至第四章、第八章、第十至第十三章的写作;上海海事大学高更君负责第五至第七章和第九章的写作。

在本书的编写过程中,参阅和引用了有关的论文与著作以及有关企业的实际操作方法的资料,在此对这些文献的作者和企业的管理者表示诚挚的谢意。由于编写时间仓促,编者水平有限,加之第三方物流在国内外都正处于快速发展时期,出现了许多新问题、新思想和新方法,编者对它的认识与研究还不够深入,特别是对实践的深入不够,因此,在本书的叙述中难免有错误、不当之处,诚心诚意地希望读者提出宝贵意见,以便修正。(通信地址:上海市金海路2360号上海第二工业大学经济管理学院;邮政编码:201209;电子邮箱:hdlin@ems.sspu.cn。)

林慧丹
2010年4月

目 录

总序 /1

第二版前言 /1

第一章 第三方物流理论 /1

第一节 现代物流 /1

第二节 第三方物流概述 /6

第三节 第三方物流的服务内容及增值空间 /12

第四节 第三方物流的经济学分析 /15

第五节 第三方物流企业的类型 /20

第六节 第三方物流的产生背景 /23

第七节 第三方物流需求决策 /24

本章小结 /27

案例 /27

思考与练习 /31

第二章 第三方物流产业 /32

第一节 第三方物流市场的需求 /32

第二节 第三方物流市场的供给 /35

第三节 我国第三方物流产业的竞争结构分析 /39

本章小结 /43

案例 /43

思考与练习 /45

第三章 第三方物流服务管理/46

第一节 现代第三方物流服务业/46

第二节 第三方物流能力/49

第三节 第三方物流企业服务系统设计/53

本章小结/57

案例/57

思考与练习/60

第四章 第三方物流项目招投标/61

第一节 第三方物流项目管理概述/61

第二节 第三方物流项目的招标/63

第三节 第三方物流项目投标/72

本章小结/81

案例/81

思考与练习/81

第五章 第三方物流服务供应商的选择决策/82

第一节 第三方物流企业服务供应商的选择/82

第二节 第三方物流服务供应商选择的考虑因素及其指标体系/86

本章小结/89

案例/90

思考与练习/92

第六章 第三方物流合同管理及风险防范/93

第一节 第三方物流合同管理/93

第二节 第三方物流运作中的风险/97

第三节 第三方物流运作的风险控制/100

本章小结/102

案例/102

思考与练习/103

第七章 第三方物流企业信息系统/104

第一节 当前第三方物流企业实现信息化存在的问题/104

- 第二节 第三方物流信息系统概述/106
- 第三节 第三方物流企业信息系统设计/108
- 第四节 典型的第三方物流信息系统/124
- 本章小结/130
- 案例/130
- 思考与练习/132

第八章 传统运输企业的第三方物流扩张/133

- 第一节 传统运输企业发展第三方物流的模式/133
- 第二节 大型海运集团发展第三方物流/136
- 第三节 航空货运业发展第三方物流/144
- 第四节 铁路货运企业发展第三方物流/147
- 本章小结/153
- 案例/153
- 思考与练习/154

第九章 传统物流节点发展第三方物流/155

- 第一节 港口发展第三方物流概况/155
- 第二节 航空货运枢纽发展第三方物流概况/159
- 第三节 传统仓储企业发展第三方物流的模式/162
- 本章小结/169
- 案例/170
- 思考与练习/171

第十章 国际货运代理企业发展第三方物流/172

- 第一节 国际货运代理企业发展第三方物流的概况/172
- 第二节 典型的国际货运代理企业 Schenker 发展第三方物流/175
- 本章小结/177
- 案例/177
- 思考与练习/178

第十一章 金融业与第三方物流/179

- 第一节 第三方物流的金融服务模式/179

第二节 融通仓概述/185

第三节 融通仓的发展模式/191

本章小结/193

案例/193

思考与练习/195

第十二章 邮政发展第三方物流模式/196

第一节 中国邮政的困境/196

第二节 邮政发展第三方物流的 SWOT 分析/197

第三节 我国邮政发展第三方物流的定位及对策/200

第四节 国外邮政参与第三方物流的实践/205

第五节 中邮物流的第三方物流案例/208

本章小结/211

案例/212

思考与练习/212

第十三章 第三方物流发展政策/213

第一节 中国第三方物流发展政策/213

第二节 发达国家的第三方物流/216

第三节 第四方物流概述/226

第四节 不同“盟主”的第四方物流能力/231

第五节 典型第四方物流案例:招商迪辰的第四方物流能力/237

本章小结/239

案例/239

思考与练习/240

参考文献/241

第一章

第三方物流理论

学习目标

1. 掌握现代物流的概念、功能及其价值
2. 理解第三方物流的概念、特征及多方物流并存的局面
3. 熟悉第三方物流服务的内容及其增值空间
4. 了解第三方物流产生的背景
5. 理解第三方物流的经济价值
6. 熟悉第三方物流的行业来源
7. 理解第三方物流需求决策分析

第一节 现代物流

传统的物流概念是指物质实体在空间和时间上的流动,我们长期以来称这种“流动”为“位移”。通俗地说,传统物流就是指商品在运输、装卸和储存等方面的活动过程。

一、物流定义

物流学的发展可追溯到 20 世纪初,当时,世界各国基本还处于以农业社会为主的状态,主要注意力是在从农业生产地到销售地的农产品运输上,农业经济学对此时的物流具有很大的影响。而“物流”(Physical Distribution)一词最早出现于 1915 年的美国,阿奇·萧(Arch Shaw)在《市场流通中的若干问题》一书中提到物流一词,并指出“物流是与创造需求不同的一个问题”,此时的物流仍指销售过程中的物流。到 20 世纪 50 年代,“物流”这一概念开始形成,60 年代初才完善。第二次世界大战期间,围绕战争物资供应,美国军队创造了“后勤”(Logistics)理论,并将其用于战争活动中。这里“后勤”的概念是指将战争时物资生

产、采购、运输、配送等活动作为一个整体进行统一布置,以求战略物资补给的费用更低、速度更快、服务更好。后来,“后勤”一词在企业中广泛采用,又有商业后勤、流通过程的提法,这时后勤包含了生产过程和流通过程的物流。经过 70 多年的探索,在 20 世纪 80 年代,物流才有了定论(即为 Logistics)。Logistics 一词包含生产领域的原材料采购、生产过程中的物流搬运与厂内物流及流通过程中的物流或销售物流,即 Physical Distribution,外延更加广泛(见图 1-1)。

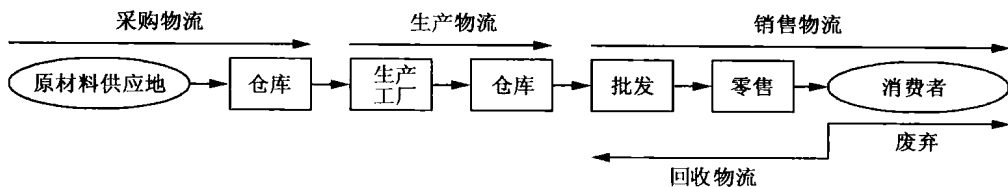


图 1-1 广义物流

所谓“物流”,泛指物质资料从供给者向需要者的物理性转移,是创造时间效用和空间效用的经济活动。物流存在于生产、流通和消费领域,是一个范围很广的概念。不能把物流片面地理解为商品流通过程中商品的位移。因为物质资料不仅在流通过程中经过物理性移动才能进入消费状态,而且物质资料在生产过程中,也必然伴随着原材料、在制品、半成品和制成品的位移。因此,“物流”这一概念应理解为物质资料在生产过程中各生产环节之间和指成品从生产场所到消费场所之间的物理性移动。现代物流是相对于传统物流而言的,它是在传统物流的基础上,引入高科技手段,通过计算机进行信息联网,并对物流信息进行科学管理,从而加快物流速度,提高准确率,减少库存,降低成本,延伸并扩大了传统物流的功能。

关于物流的定义,目前国内有多种不同的表述。这里采用我国国家标准(GB/T18354—2001)中的物流定义:物流是指物品从供应地向接收地的实体流动过程,根据实际需要,将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能有机结合,形成完整的供应链,为用户提供多功能、一体化的综合性服务。

尽管现在对物流的解释不一,但就现代物流的实质内涵而言,它应包括以下四个方面:

- (1)实质流动(指原材料、半成品及产成品的运输);
- (2)实质储存(指原材料、半成品及产成品的储存);
- (3)信息流通(指相关信息的联网);
- (4)管理协调(指对物流活动进行计划、实施和有效控制的过程)。

基于上述理解,“物流”这一概念可分为狭义的和广义的两种情况。狭义的“物流”仅指作为商品的物质资料,在生产者与消费者之间发生的空间位移,它属于流通领域内的经济活

动;广义的“物流”则除上述概念外,还应包括物质资料在生产过程中的运动,既涵盖流通领域,又涉足生产领域。然而,就现代物流而言,如何实现最佳的物流服务状态,已成为企业管理和公用事业管理的最令人激动和最富挑战意义的作业领域之一。

二、物流的基本功能

现代物流的功能是指物流活动应该具备的基本能力,以及通过对物流活动的有效组合,达到物流的最终经济目的。现代物流的功能一般由包装、装卸搬运、运输、储存、流通加工、配送,以及与上述功能相关的物流信息等构成。物流功能是一个系统工程,如果将物流这个系统比作一座建筑物的话,那么构成建筑物的有主体建筑和辅助建筑。同样,物流功能也可以分为主功能 and 辅助功能。

(一)主体功能

物流的主体功能包括运输、储存和配送。

1. 运输

在物流过程中的运输,主要是指物流企业或受货主委托的运输企业,为了完成物流业务所进行的运输组织和运输管理工作。例如,生产过程中的原材料运输,半成品、成品的运输,包装物的运输;流通过程中的物资运输、商品运输、粮食运输及其他货物的运输;回收物流过程中各种回收物品的分类、捆装和运输;废弃物流过程中各种废弃物包括垃圾的分类和运输等。无论哪一种物流都离不开运输作业,也可以说,运输工作是物流的中心业务活动。而无论哪一种运输,都追求一个目标,即最大限度地实现运输合理化。

2. 储存

这里所说的储存,主要是指生产储存和流通储存。例如,工厂为了维持连续生产而进行的原材料储存、零部件储存;商业、物资企业为了保证供应,避免脱销,所进行的商品储存和物资储存;在回收物流过程中,为了分类、加工和运送而进行的储存;在废弃物流过程中,为了进行分类和等待处理的临时储存等。这些储存业务活动,除了保证社会生产和供应外,也要实现储存合理化。当然,要做到储存合理化,需要采取一些措施。例如,国外有的工厂实现“零库存”,即按计划供应,随用随送,准时不误,避免积压原材料和资金。

3. 配送

配送是物流业一种新的服务形式,它的业务活动面很广。有物资供应部门给工厂的配送;也有商业部门给消费者的配送;还有工矿企业内部的供应部门给各个车间配送原材料、零部件等。配送业务强调及时性和服务性。

(二)辅助功能

在由储存、运输和配送构建的物流体系框架中,还存在着诸多辅助性的功能。不过,这些辅助性功能,就整个物流体系而言,又是不可或缺的。甚至可以说,这些辅助性功能,同样存在于每一次细微的物流活动中。概括地讲,辅助性功能主要有三个:包装、装卸搬运和流

通加工。

1. 包装

包装也是物流的重要职能之一,包装不仅是为了商品销售,而且,在物流的各个环节——运输、储存、装卸、搬运当中,都需要包装。特别在运输和装卸作业时,必须强调包装加固,以避免商品破损。我国每年由于包装不善,给国家和企业造成的损失是相当惊人的。

2. 装卸搬运

装卸搬运是物流业务中经常性的活动。无论是生产物流、销售物流及其他物流,也无论是运输、储存或其他物流作业活动,都离不开物品的装卸搬运。所以说,装卸搬运在整个物流业务活动中,也是一项很重要的职能。在装卸搬运作业中,有自动化、机械化、半机械化和手工操作等。

3. 流通加工

流通加工是指产品已经离开生产领域,进入流通领域,但还未进入消费的过程中,为了销售和方便顾客而进行的加工。它是生产过程在流通领域内的继续,也是物流职能的一个重要发展。无论是生产资料还是生活资料,都有一些物资和商品,必须在商业或物资部门进行加工以后,才便于销售和运输。

【案例】阿迪达斯的流通加工

阿迪达斯公司在美国有一家超级市场,设立了组合式鞋店,摆放的不是做好了鞋,而是做鞋用的半成品,款式花色多样,有6种鞋跟、8种鞋底,均为塑料制造的,鞋面的颜色以黑、白为主,搭带的颜色有80种,款式有百余种,顾客进来可任意挑选自己喜欢的各个部位,交给职员当场进行组合。只要10分钟,一双崭新的鞋便唾手可得。这家鞋店昼夜营业,职员技术熟练,鞋子的售价与成批制造的价格差不多,有的还稍便宜些。所以顾客络绎不绝,销售金额比邻近的鞋店多10倍。

(三)信息管理功能

物流信息是连接物流各个环节业务活动的链条,也是开展、完成物流事务的重要手段。在物流工作中,每日都有大量的物流信息发生,如订货、发货、配送、结算等,都需要及时进行处理,才能顺利地完成任务。信息的积压或处理失当,都会给物流业务活动带来不利的影响。因此,如何收受、整理并及时处理物流信息,也是物流的重要职能之一。

物流信息管理通常包括以下内容:

- (1)市场信息收集与需求分析;
- (2)订单处理;
- (3)物流动态信息传递;
- (4)物流作业信息处理与控制;
- (5)客户关系管理;
- (6)物流经营管理决策支持。

三、物流的价值

从整个物流的过程来说,物流由“物”和“流”两个基本要素组成。物流中的“物”泛指一切物质,有物资、物体、物品的含义;而物流中的“流”泛指一切运动形态,有移动、运动、流动的含义,同时静止也是物质的一种运动形态。

物质在物流系统内流动的过程中,“物”的性质、尺寸、形状都不应当发生改变。也就是说,物流活动和加工活动不同,不创造“物”的形式价值,但是它克服了供给方和需求方在空间维和时间维方面的距离,创造了空间价值和时间价值,由此在社会经济活动中起着不可缺少的作用,这也就是物流活动的价值所在。因此,物流主要是通过创造时间价值和空间价值来体现其自身价值的,另外在特定情况下,它也可能创造出一定的加工等附加价值。

1. 时间价值

“物”从供给者到需求者之间有一段时间差,因改变这一段的时间差而创造的价值,称作“时间价值”。物流主要通过以下几种方式实现其时间价值:缩短时间创造价值、弥补时间差创造价值、延长时间差创造价值等。

【案例】 大米的物流时间价值

大米的种植和收获是季节性的,多数地区每年收获一次。但是对消费者而言,大米作为食品,每人都会有消耗,必须进行保管以保证经常性的需要、供人们食用实现其使用价值。这种使用价值是通过保管克服了季节性产出和经常性消耗的时间距离后才得以实现的,这就是物流的时间价值。

2. 空间价值

“空间价值”是指通过改变物质的空间距离而创造的价值。物流创造的空间价值是由现代社会产业结构、社会分工所决定的,主要原因是供给和需求之间的空间差,商品在不同地理位置有不同的价值,通过物流活动将商品由低价值区转到高价值区,便可获得价值差,即“空间价值”。空间价值的实现主要有以下几种具体形式:从集中生产场所流入分散需求场所创造价值;从分散生产场所流入集中需求场所创造价值;等等。

【案例】 山西的煤的物流空间价值

山西的煤埋藏在深山中,与泥土、石块一样,没有任何价值,只有经过采掘、输送到别的地方用来作为发电、取暖的燃料的时候,才能实现其价值。它的使用价值是通过运输克服了空间距离才得以实现的,这就是物流的空间价值。

3. 加工附加价值

有时候,物流也可以创造加工附加价值。加工是生产领域常用的手段,并不是物流的本来职能。但是,现代物流的一个重要特点是根据自己的优势从事一定的补充性加工活动,这种加工活动不是创造商品的主要实体并形成商品,而是带有完善、补充、增加性质的加工活动。这种活动必然会形成劳动对象的附加价值。虽然在创造加工附加价值方面物流不是主

要责任者,其创造的价值也不能与时间价值和空间价值相比拟,但这毕竟是现代物流有别于传统物流的重要方面。

目前,随着计算机和数字技术的广泛应用、通信技术的发展,以及全面质量管理、战略联盟等理论的提出,给物流带来了新的机遇与挑战,从而使物流突破原来的采购、生产和销售领域,成为集供应商、厂商、批发商和零售商于一体的整个系统中的物流。供应链管理就是在商品供给的连锁中,企业间就商品在流通过程中发生的各种管理活动加强相互间的合作,改革原来分散的物流管理方式的一种新型物流管理体制。显然,在新的体制下,各个企业不再从事个别的经营管理行为,而是在连锁中加强合作,通过信息的共有化、需求预测的共有化等,来明确物流机能的分担,实现产品运动各过程的效率。在供应链物流中,物流已从企业内部的采购获取、制造支持和实物配送延伸到包括顾客和供应商在内,发展合作关系,形成一种联合力量,以赢得竞争优势。

第二节 第三方物流概述

第三方物流(The Third Party Logistics, 3PL 或 TPL)是 20 世纪 80 年代由美国物流管理委员会首先提出的。1988 年,在美国物流管理委员会的一项客户服务调查中,首次采用了“第三方服务提供者”一词。第三方物流是相对“第一方”发货人和“第二方”收货人而言的,它通过与第一方或第二方的合作来提供其专业化的物流服务,它不拥有商品,不参与商品的买卖,而是为客户提供以合同为约束和以结盟为基础的系列化、个性化、信息化的物流代理服务,因此又称为合同物流(Contract Logistics)、外包物流(Outsourcing Logistics)、物流联盟(Logistics Alliance)。目前关于第三方物流的定义有很多,国内外还没有一个统一的定义。

一、国外对第三方物流的定义

国外关于这方面的文章也未确切定义第三方物流这一术语,只是假设读者对这一论题有一定的理解,如“第三方物流类似于外协或契约物流”、“一个公司通过另一个公司进行全部或部分的物料管理或产品分销”、“外包所有或部分公司的物流能力,相对于基本服务,契约物流服务提供复杂、多功能物流服务,以长期互益的关系为特征”。第三方物流这一术语传到我国时,对这个概念的理解也莫衷一是,如物流社会化、第三方后勤等。如今,第三方物流,已成为物流发展的主流方向,并且以其独特的魅力受到了企业的青睐,被誉为企业发展的“加速器”和 21 世纪的“黄金产业”。

从字面上看,第三方物流是指由与货物有关的发货人和收货人之外的专业企业,即第三方来承担企业物流活动的一种物流形态。在有关专业著作中,将第三方物流供应者定义为“通过合同的方式确定回报,承担货主企业全部或部分物流活动的企业”。所提供的服务形