

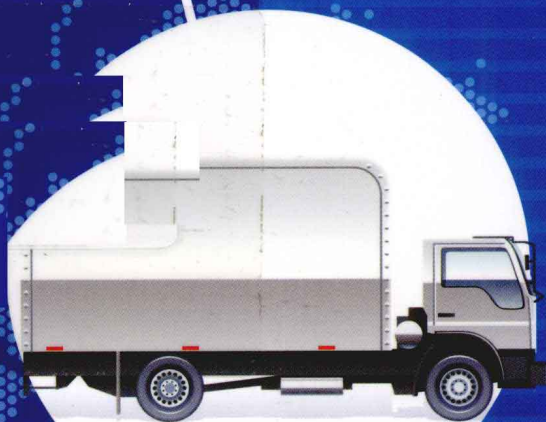


服务外包管理丛书

物流外包管理

WULIU WAIBAO GUANLI

霍红 沈欣 牟维哲◎主编



化学工业出版社

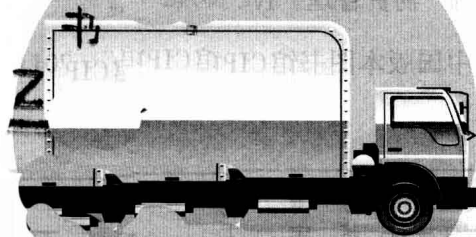


服务外包管理丛书

物流外包管理

WULIU WAIBAO GUANLI

董红 沈欣 任继国 主编



化学工业出版社

·北京·

1600 98 01 16

本书主要从物流外包服务提供商的角度进行物流外包业务的介绍,全书共分为十章,分别介绍了物流外包概述、物流外包的理论基础、物流外包经营管理、物流外包项目管理、物流外包质量管理、物流外包的需求分析与客户关系管理、物流外包风险管理、物流外包合同管理、物流外包信息系统、物流外包企业的发展战略等相关内容。

本书既可作为各大专院校物流相关专业的教材、物流企业的从业人员在物流实践中的参考用书,也可供对物流外包管理感兴趣的读者参考。

图书在版编目(CIP)数据

物流外包管理/霍红,沈欣,牟维哲主编. —北京:
化学工业出版社, 2012. 1
(服务外包管理丛书)
ISBN 978-7-122-13041-9

I. 物… II. ①霍…②沈…③牟… III. 企业管理—
物流—物资管理 IV. F273.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第260168号

责任编辑:陈 蕾
责任校对:蒋 宇

文字编辑:谢蓉蓉
装帧设计:尹琳琳

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装:大厂聚鑫印刷有限责任公司
710mm×1000mm 1/16 印张17 字数367千字 2012年2月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 39.00元

版权所有 违者必究

随着全球经济一体化进程的加快以及物流行业的飞速发展，为了获得更多的行业竞争优势，企业越来越重视如何能够强化自己的核心业务，而将非核心业务外包出去，正是在这种背景下，物流外包管理应用而生。物流外包是企业业务外包的一种主要形式，也是供应链管理环境下企业物流资源配置的一种新形式。而且物流外包也是一个提高物资流通速度、节省物流成本、打造企业核心竞争力等的有效手段。

因此，为了适应物流企业飞速发展的需要，以及我国经济发展对物流专业人才的迫切需要，我们编写了这本书，希望将物流外包的相关理论知识比较全面系统地介绍给读者。

本书主要从物流外包服务提供商的角度进行物流外包业务的介绍，全书共分为十章，分别介绍了物流外包概述、物流外包的理论基础、物流外包经营管理、物流外包项目管理、物流外包质量管理、物流外包的需求分析与客户关系管理、物流外包风险管理、物流外包合同管理、物流外包信息系统、物流外包企业的发展战略等相关内容。

本书力求内容深入浅出，全面系统，既有理论介绍，又有案例分析，每章均附有引例和复习参考题，争取成为一本既适合读者自学，又适合教师授课所使用的精品教材。

本书既可作为各大专院校物流相关专业的教材，也可作为物流企业的从业人员在物流实践中的参考用书，以及供对物流外包管理感兴趣的读者参考。

本书由霍红、沈欣、牟维哲主编，第一、二章由沈欣编写，第三章至第十章由牟维哲编写，参与前期收集资料和后期整理的有张静、曹明慧、柳婷婷、刘忠刚，全书由霍红总审。特别感谢白世贞、詹帅、林青、李泽飞、徐娜、柳婷婷、尤冰、邓晓宇、董洪志、徐辉、田子优、黎双、朱鑫宁对本书在写作过程中的大力支持。

本书在编写过程中，参考了国内外专家学者的研究成果，在此一并向他们表示由衷的感谢。同时，鉴于编者水平有限，书中纰漏之处在所难免，敬请各位专家学者批评指正。

第一章 物流外包概述

引例 /1

第一节 物流外包的产生 /1

一、物流外包产生的背景 /1

二、物流外包的诞生 /2

第二节 物流外包的基本概念 /3

一、物流外包的概念 /3

二、物流外包的特征 /4

三、物流外包的作用 /5

四、物流外包的优缺点 /6

五、物流外包的业务范围 /7

第三节 物流外包的现状与发展趋势 /8

一、物流外包的现状 /8

二、物流外包的发展趋势 /12

复习思考题 /14

案例 /14

第二章 物流外包的理论基础

引例 /16

第一节 交易费用理论 /16

一、交易费用理论概述 /16

二、交易费用理论与物流外包 /17

第二节 社会分工与专业化理论	/21
一、社会分工与专业化理论概述	/21
二、社会分工与专业化理论与物流外包	/22
第三节 核心能力理论	/24
一、核心能力理论概述	/24
二、核心能力理论与物流外包	/29
第四节 竞争战略理论	/30
一、竞争战略理论概述	/30
二、竞争战略理论与物流外包	/33
第五节 委托代理理论	/36
一、委托代理理论概述	/36
二、委托代理理论与物流外包	/37
第六节 业务外包理论	/39
一、业务外包的概念	/39
二、业务外包的动因	/41
三、业务外包的特征与分类	/44
复习思考题	/47
案例	/47

第三章 物流外包经营管理

引例	/49
第一节 物流外包运输管理	/49
一、物流外包运输概述	/49
二、物流外包运输的业务流程管理	/51
第二节 物流外包仓储管理	/55
一、物流外包仓储概述	/55
二、物流外包仓储的业务流程管理	/56
第三节 物流外包配送管理	/61
一、物流外包配送概述	/61
二、物流外包配送的业务流程管理	/68

第四节 物流外包的增值服务管理 /75

一、物流外包的增值服务概述 /75

二、物流外包的金融服务管理 /80

三、物流外包的采购服务管理 /86

四、物流外包的流通加工管理 /93

复习思考题 /97

案例 /98

第四章

物流外包项目管理

引例 /100

第一节 物流外包项目管理概述 /100

一、项目与项目管理 /100

二、物流外包项目的设计 /103

第二节 物流外包项目的实施 /104

一、物流外包项目的招投标 /104

二、物流外包项目投标书 /107

第三节 物流外包项目组织管理 /110

一、物流外包项目组织 /110

二、物流外包项目团队 /115

三、物流外包项目经理 /117

第四节 物流外包项目的监控 /123

一、物流外包项目监控概述 /123

二、客户服务的监控 /124

三、成本和生产效率的监控 /126

四、公共和合同仓库的监控 /128

五、运输的监控 /128

六、存货的监控 /129

复习思考题 /130

案例 /130

第五章

物流外包质量管理

引例 /133

第一节 物流外包质量管理概述 /133

一、物流外包质量的形成 /133

二、物流外包质量的要素 /134

三、物流外包质量的构成 /136

第二节 物流外包质量管理工作 /137

一、物流外包质量管理的基本原理 /137

二、物流外包质量体系的构建 /139

第三节 物流外包质量管理方法 /144

一、PDCA循环 /144

二、5S活动 /146

复习思考题 /147

案例 /147

第六章

物流外包的需求分析与客户关系管理

引例 /149

第一节 物流外包的需求分析 /149

一、物流外包需求的界定 /149

二、影响物流外包需求的因素 /150

第二节 物流外包的客户需求管理 /152

一、客户需求管理的步骤 /152

二、客户需求管理的方法 /152

第三节 物流外包的客户满意度管理 /153

一、物流外包的客户满意度管理概述 /153

二、物流外包的客户满意度管理方法 /155

第四节 物流外包客户关系管理系统 /161

一、客户关系管理系统概述 /161

二、物流外包客户关系管理系统的基本框架 /163

复习思考题 /166

案例 /166

第七章 物流外包风险管理

引例 /168

第一节 风险管理概述 /168

- 一、风险的概念 /168
- 二、风险管理的概念 /168
- 三、风险的识别 /169
- 四、风险的评估 /171

第二节 物流外包伙伴关系风险及规避 /176

- 一、物流外包伙伴关系风险概述 /176
- 二、物流外包伙伴关系风险的规避 /177

第三节 物流外包企业道德风险及规避 /178

- 一、物流外包企业道德风险概述 /178
- 二、物流外包企业道德风险的规避 /179

第四节 物流外包伙伴信任风险及规避 /180

- 一、物流外包伙伴信任风险概述 /180
- 二、物流外包伙伴信任风险的规避 /180

第五节 物流外包中的机会主义风险及规避 /181

- 一、物流外包中的机会主义风险概述 /181
- 二、物流外包中的机会主义风险的规避 /181

复习思考题 /181

案例 /182

第八章 物流外包合同管理

引例 /184

第一节 物流外包合同概述	/184
一、物流外包合同的订立	/184
二、物流外包合同的履行	/185
三、物流外包合同的变更和解除	/186
四、物流外包合同纠纷的解决	/187
第二节 物流外包合同的主要法律关系	/187
一、自营物流服务法律关系	/187
二、委托代理法律关系	/187
三、居间人或者行纪人法律关系	/188
第三节 《合同法》在物流外包中的具体应用	/188
一、《合同法》中有关物流外包运输的条款	/188
二、《合同法》中有关物流外包仓储的条款	/191
第四节 物流外包合同范本	/194
一、服务、支付和期限	/194
二、运输	/195
复习思考题	/200
案例	/200

第九章 物流外包信息系统概述

引例	/204
第一节 物流外包信息系统概述	/204
一、物流外包信息系统的概念	/204
二、物流外包信息系统的特征	/206
第二节 物流外包信息系统的开发	/208
一、物流外包信息系统开发的可行性	/208
二、物流外包信息系统的开发方法	/211
第三节 物流外包信息系统的设计	/217
一、物流外包信息系统的设计目标与原则	/217
二、物流外包信息系统的设计流程	/219
三、物流外包信息系统的主要功能模块	/219

四、物流外包信息系统各模块的功能目标	/222
第四节 典型的物流外包信息系统	/223
一、资源计划系统	/223
二、电子数据交换系统	/226
三、电子自动订货系统	/228
四、销售时点信息系统	/229
五、智能运输系统	/229
复习思考题	/231
案例	/231

第十章

物流外包企业的发展战略

引例	/234
第一节 物流外包企业的市场环境分析	/234
一、外部环境分析	/234
二、内部环境分析	/244
第二节 物流外包企业发展战略的制定	/247
一、物流外包企业发展战略的思想	/247
二、物流外包企业发展战略的类型	/249
三、物流外包企业发展战略的构成要素	/251
四、物流外包企业发展战略的制定过程	/251
复习思考题	/258
案例	/259

参考文献 /262

第一章

物流外包概述

引例

随着全球经济一体化进程的加快、信息技术在物流领域的应用和发展，对一体化多渠道市场需求的增长和物流服务供应商服务能力的扩充和完善，物流外包服务将逐步被社会认识、了解、认可和进一步采用。

第一节 物流外包的产生

一、物流外包产生的背景

物流外包的产生有其鲜明的时代经济背景。

（一）物流外包是企业强化核心竞争力的需要

20世纪90年代以来，核心竞争力被认为是企业借以在市场竞争中取得并扩大其优势的的决定性力量，它的内涵十分丰富，反映在技术资源、知识文化、组织与管理系统中。由于企业所拥有的资源是有限的，它不可能在所有的业务领域都获得竞争优势。有的企业具有核心技术能力、核心制造能力，却不具备核心营销能力、核心企业组织协调管理能力和企业战略管理的核心能力。在快速多变的市场竞争中，单个企业依靠自己的资源进行自我调整的速度很难赶上市场变化的速度，因而企业必须将有限的资源集中在核心业务上，强化自身的核心能力，而将自身不具备核心能力的业务以合同的形式（外包）或非合同的形式（战略联盟或合作）交由外部组织承担。通过与外部的组织共享信息、共担风险、共享收益将上述五种核心能力加以整合集成，从而通过供应链的核心竞争力赢得竞争优势。

（二）物流外包是企业从提高内部效率向提高外部效率转变的需要

企业管理效率的提升来源于两个方面。起初，企业寻求内部效益的提高，通过对企业内部组织结构的调整、组织的扁平化、业务流程重组等来提高组织绩效。随着进一步的发展，越来越多的企业不满足于内部效率的提高，而把目光放到了企业

的外部，寻求企业间的合作，这就为物流外包的出现提供了契机。

（三）电子商务的发展以及虚拟组织的出现促进了物流外包的产生

一方面，随着Internet的出现，电子商务和网络经济开始迅猛发展，对物流提出了更高的要求。许多成功实施电子商务的企业，其物流服务也是一流的。如海尔成立的国际物流中心、海尔物流管理的“一流三网”都充分体现了现代物流的特征。但能够真正建立起现代物流部门的企业并不多，电子商务越是发达，越是需要物流的支撑，因此物流外包成为了许多企业的选择。另一方面，虚拟组织开始出现，其运作要通过多个伙伴合作，除了信息网络之外，物流网络是必不可少的，对物流外包的要求十分强烈。

（四）物流外包使企业能更好地应对超竞争环境带来的挑战

所谓超竞争环境，其大背景是经济全球化，各国企业共同参与同一个市场的竞争，在世界市场上表现为区域集团之间的竞争以及国家之间的竞争，这种竞争必将以跨国公司直接进入国内市场表现出来。信息和知识成为企业的重要资源，由于这两种资源的特殊性，使得这种竞争的性质不同于以往的产品竞争—市场竞争范式。竞争是动态多变的，竞争对手、竞争对手参与竞争的方式、对手的核心竞争力以及企业自身的核心竞争力都在快速地变化，因而持续竞争优势的保持越来越困难。

竞争的策略具有多变性。在开放的市场系统中，企业面对的是一种全方位的竞争。由于整个市场系统的复杂性，使得企业难以把握现在的竞争策略和未来的竞争结果。另外，竞争也不再是过去市场竞争中你死我活的争夺，在竞争中追求双赢已经成为一种新的理念，最合适的竞争形式是合作竞争。因此，为了更好地应对超竞争环境给企业带来的挑战，企业纷纷将物流外包，通过与物流外包供应商的合作，充分发挥各自的比较优势，不但以低成本实现了对顾客的增值服务，提高了企业的竞争力，而且在合作竞争中实现了互惠互利，进而实现了双赢。

（五）物流外包是企业第三方利润的源泉

随着市场竞争的不断加剧和深化，企业建立竞争优势的关键，已经从节约原材料的“第一方利润源泉”、提高劳动生产率的“第二方利润源泉”，转向建立高效物流系统的“第三方利润源泉”。因此，物流外包出现了，继而又提出第三方物流、第四方物流。

二、物流外包的诞生

物流外包的诞生与物流概念的产生有着密切的关系。

物流活动从人类社会开始有生产劳动和产品交换之时就存在，但成为一门学科，其研究历史却较短，直到20世纪早期才得到人们的重视。从物流概念的产生到物流外包理论与理念的形，其间主要经历了四个发展阶段。

阶段一：物流概念的产生阶段（1950年以前）。物流学一词对应的英语表达是

“physical distribution”，意为对产成品的运输、储存。

阶段二：物流理论体系的形成与实践阶段（1950～1978年）。随着军事物流在第二次世界大战中成功地运用，物流思想不断被企业界和经济界所认识并接受，推动了物流学理论体系的形成和发展。1963年，美国物流管理协会（The National Council of Physical Distribution Management）的成立，进一步推动了物流学科的形成和发展。

阶段三：物流理论日臻成熟与应用阶段（1978～1985年）。自20世纪70年代末期以来，随着商业领域中物料资源计划（Material Resource Planning, MRP）、企业资源计划（Enterprise Resource Planning, ERP）、准时制工作法（Just in Time, JIT）等管理方法的形成以及计算机技术和机械自动化技术的综合应用，使得管理者能够前所未有地、行之有效地进行物流管理活动。尤其是在更为激烈的市场竞争环境中，无论是理论界、学术界、企业界都更加深刻地认识到了进一步降低成本，提高顾客服务水平的重要性。对物流理论的研究，从仅面向产品分销发展为包括物料采购的整个过程。

阶段四：纵深发展阶段——物流外包/第三方物流阶段（1985年至今）。随着1985年美国物流管理协会更名为 Council of Logistics Management，拉开了物流学向纵向深入发展的序幕。特别是20世纪末以来，对物流的研究普遍以整个供应链为视角，物流外包、第三方物流等研究文献不断涌现。2000年，《物流外包：管理指南》的诞生，标志着物流外包与管理理论系统的形成。2002年，《供应链物流管理》诞生，该书的诞生使人们不再孤立地研究与认识物流，物流已发展为跨组织的一项非常重要的活动。

在我国，20世纪90年代，物流概念才日益引起我国理论界、学术界的重视。理论界突破了传统仓储和运输业的限制，将物流理解为包含运输、仓储、包装、装卸搬运、流通加工和配送等诸多功能要素的综合性服务系统。21世纪，有关物流与供应链的研究也得到了空前发展。

第二节 物流外包的基本概念

一、物流外包的概念

随着全球经济一体化进程的加快、信息技术在物流领域的应用和发展，对一体化多渠道市场需求的增长和物流服务供应商服务能力的扩充和完善，物流业务外包服务将逐步被社会认识、了解、认可和进一步采用。

从物流外包产生到现在，有很多人为物流外包下过定义。A. T. Kearney 咨询公司的 Jon Africk 等将物流外包定义为一个单独供应商提供的基于合同的多项物流服务。他们指出，“至少是两项相关的服务，使用不同的信息系统集成到物流过程中”。然而，应该指出的是外包“可以是很狭窄的范围”，并且只限于一种服务，如仓储。按照 Bradley 的说法，外包物流业务和其他的采购过程没有两样。他指出，同一个可靠的零部件供应商一样，物流合同的履约人也应该提供高水平的客户服务，帮助自

己的客户在市场上更具有竞争力。

物流外包 (Logistics Outsourcing), 即第三方物流 (Third Party Logistics, 3PL), 是指由物流劳务的供方和需方之外的第三方完成物流服务的物流运作方式。第三方是指提供物流交易双方一项或多项物流功能的外部服务提供者。

物流业务外包, 即制造企业或销售等企业为集中资源、节省管理费用、增强核心竞争能力, 将其物流业务以合同的方式委托给专业的物流公司 (第三方物流) 运作。外包是一种长期的、战略的、相互渗透的、互利互惠的业务委托和合约的执行方式。

二、物流外包的特征

物流外包, 通过将非核心的物流业务整体“外包”给专业的物流外包供应商, 企业可以进一步降低经营的成本, 提高效率, 加强自身的核心能力。作为一种新型的物流运行方式, 它拥有自身的特征。

(一) 关系契约化

首先, 物流外包是通过契约形式来规范物流经营者与物流消费者之间关系的。物流经营者依据契约的要求, 提供多功能直至全方位一体化物流服务, 并以契约来管理所提供的全部物流服务活动及其过程。其次, 物流外包企业发展物流联盟也是通过契约的形式来明确各物流联盟参加者之间权责利相互关系的。

(二) 服务个性化

首先, 不同的物流消费者对物流服务要求是不同的, 第三方物流需要根据不同物流消费者在企业形象、业务流程、产品特征、顾客需求特征、竞争需要等方面的不同要求, 提供针对性强的个性化的物流服务和增值服务。其次, 从事物流外包的物流经营者也因为市场竞争、物流资源和物流能力的影响需要形成核心业务, 不断强化所提供物流服务的个性化和特色化, 以增强物流市场的竞争能力。

(三) 功能专业化

物流外包企业所提供的是专业的物流服务。从物流设计、物流操作过程、物流技术工具、物流设施到物流管理必须体现专门化和专业水平, 这既是物流消费者的需要, 也是物流外包企业自身发展的基本要求。

(四) 管理系统化

物流外包企业应具有系统的物流功能, 是物流外包产生和发展的基本要求, 物流外包企业需要建立现代管理系统才能满足运行和发展的基本要求。

(五) 信息网络化

信息技术是物流外包发展的基础。物流服务过程中, 信息技术发展实现了信息的实时共享, 促进了物流管理的科学化, 极大地提高了物流的效率和效益。

三、物流外包的作用

在供应链管理模式下,企业成功与否不再由“纵向一体化”程度的高低来衡量,而是由企业积聚和拥有的知识使产品或服务增值的程度来衡量。企业通过物流外包方式整合外部资源,从而集中资源于自身的核心业务,降低成本,减少库存,提升企业形象,增强核心竞争优势。物流外包的主要作用如下。

(一) 有利于集中企业的资源优势

物流外包有利于企业将有限的人力、物力、财力集中于核心业务,进行重点研究,不断提高其核心竞争力,实现资源优化配置,增强市场竞争优势。使企业更加专注于拓展核心业务、提高产品的质量,快速并及时地开发适应市场需求的新型产品,不断增强企业的活力。

(二) 有利于企业降低成本

物流外包提供商利用专业优势和规模生产的成本优势,可以提高各环节的运作效率,降低费用。企业及时解散自有车队并以物流外包服务代之以的主要原因就是为了减少固定费用。这不仅节省了购买车辆的投资,还节省了成品仓库、发货设施、包装器械以及与员工费用等相关成本。

(三) 有利于降低企业库存

企业既不能允许原材料的短缺,也不能有大量的库存积压。尤其是价值含量高的零部件必须及时送往装配点,以提高其生产效率。物流外包提供者借助精心策划的物流计划和适时的运送手段,可以最大化地提高效率、调控库存,充分实现成本的优势。

(四) 有利于企业对物流资源进行整合

企业对物流资源的整合,可以实现生产与消费环节的无缝对接,使产品的形态尽快转变为商品价值。

(五) 有利于提升企业的形象。表现在以下几个方面。

(1) 供应链管理完全透明化 企业与物流外包提供商的战略伙伴关系使物流外包提供商通过全球信息网络为客户服务,客户可以随时通过 Internet 了解供应链的情况。供应链的管理完全透明化。

(2) 物流服务专业便捷 由于物流外包提供商是物流管理的专家和专业团队,拥有完备的设施和训练有素的员工,能够控制整个供应链的运行,减少物流环节的交叉与重复,运行起来方便快捷。

(3) 较高的服务质量 物流外包提供商通过遍布全球的运送网络和丰富的管理经验,可以使客户的交货期大大缩短,有利于企业在市场上树立起自己的品牌形象。

在物流外包模式中,物流外包提供商通过“量体裁衣式”的设计安排,制定出以客户为导向、低成本、高效率的物流方案,在为企业获取竞争优势创造有利条件

的同时,既扩大了自身的经营规模和经营效益,又能赢得较高的社会评价。企业实施物流外包后,可以充分利用物流外包提供商的技术优势、设备优势、管理优势、规模优势、成本优势等专业优势,实现物流管理的比较优势和竞争优势,大幅度降低物流的运营成本。

四、物流外包的优缺点

(一) 物流外包的优点

在当今竞争日趋激化和社会分工日益细化的大背景下,物流外包都具有明显的优越性,具体表现在以下几方面。

1. 可以使企业专心致志地从事自己所熟悉的业务,将资源配置在核心业务上

由于资源的有限性,单个企业很难成为业务上面面俱到的专家。为此,企业应把自己的主要资源集中于自己擅长的主业,而把物流等辅助功能留给物流公司来运行。如美国通用汽车的萨顿工厂通过与赖德专业物流公司的合作,取得了良好的效益。萨顿集中于汽车制造,而赖德管理萨顿的物流事务。赖德与供应商接洽,将零部件运到位于田纳西州的萨顿工厂,同时将成品汽车运到经销商处。萨顿使用电子数据交换(EDI)进行订购,并将信息传送给赖德。赖德从分布在美国、加拿大和墨西哥的300多个不同的供应商那里进行所有必要的小批量采购,并使用特殊的决策支持系统软件对路线进行有效的规划,使运输成本最小化。

2. 灵活运用新技术和新设备,实现以信息换库存,降低成本

随着科学技术的不断进步,专业的物流外包企业能不断地更新信息技术和设备,而普通的单个制造公司通常一时难以更新自己的物流资源或技能;不同的零售商有不同的、不断变化的配送和信息技术需求,此时,物流外包企业能以一种快速、更具成本优势的方式满足这些需求。同样,物流外包企业还可以满足一家企业的潜在顾客需求的能力,从而使企业能够接洽到更多的零售商。如美国赖德专业物流公司向一家床垫制造商西蒙斯公司(Simmons)提供一种新技术,使得西蒙斯公司彻底改变了自己的经营方式。合作前,西蒙斯公司在每一个制造厂储存了20000~50000个床垫来满足客户的需求。合作后,赖德在西蒙斯的制造厂安排一个现场物流经理。当订单到达时,该物流经理使用特殊的软件设计一个把床垫发送给客户的优化顺序和路径。随后这一物流计划被发送到工厂的生产车间,在那里按照确切的数量、款式和顺序制造床垫,并全部及时发送。该项物流合作从根本降低了西蒙斯对库存的需求。

3. 减少固定资产投资,加速企业资本周转

企业若是自建物流,需要投入大量的资金购买物流设备、建设仓库和信息网络等专业物流设备。这些资源对于缺乏资金的企业特别是中小型企业是个沉重的负担。而如果通过与物流外包企业合作,不仅减少设施的投资,还解放了仓库和车队方面的资金占用,加速了资金的周转。

4. 为顾客提供灵活多样的服务,创造更多的价值

假如你是原材料供应商,而你的原材料需求客户需要迅速地补充货源,你就要