



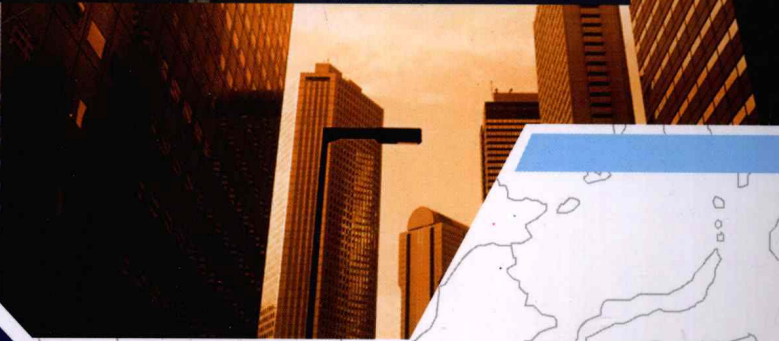
高等职业教育规划教材

物流管理系列教材

第三方物流

主 编 林慧丹

DIHANTANG WUJIU



上海交通大学出版社

高等职业教育规划教材

第三方物流

主 编 林慧丹

副主编 高更君 李红梅

上海交通大学出版社

内容提要

本书分为两大部分,第一部分为基本理论,主要介绍了第三方物流理论、第三方物流项目管理及第三方物流的发展政策等;第二部分为运营实务,主要介绍了第三方物流的实际运作,各种相关行业与第三方物流的关系以及他们如何切入发展第三方物流业等。

本书可作为普通高等院校实践型本科及高等职业技术学院物流管理专业相关课程的教学用书,也可供成人教育学生、企业物流管理人员和相关专业人员自学、提高之用。

图书在版编目(CIP)数据

第三方物流 / 林慧丹主编. —上海:上海交通大学出版社,2008

高等职业教育规划教材

ISBN 978-7-313-05277-3

I. 第… II. 林… III. 物流—物资管理—高等学校:技术学校—教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 108469 号

第三方物流

林慧丹 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:韩建民

常熟市华顺印刷有限公司印刷 全国新华书店经销

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:19 字数:464 千字

2008 年 8 月第 1 版 2008 年 8 月第 1 次印刷

印数:1~5 050

ISBN 978-7-313-05277-3/F·773 定价:33.00 元

版权所有 侵权必究

高等职业教育规划教材

物流管理系列教材编审委员会

(按姓氏拼音顺序排列)

陈 平	陈头喜	符海菁	方 煜
郭伟业	黄中鼎	何民爱	江少文
乐美龙	刘延新	王学锋	严玉康
杨国荣	周 城	周艳军	周在青

前 言

放眼全球贸易,国际经济贸易的发展、全球经济的一体化、市场竞争的日趋激烈,影响和促进了物流产业的进步;立足企业发展,企业经营战略的演进和物流需求的扩大、社会分工的日趋细化,使第三方物流在社会经济中的作用越来越突出。近十几年来,国内出现众多的第三方物流企业。加入WTO后,特别是2004年12月以后,随着我国物流行业的逐步开放,越来越多的国外物流企业进入我国,使我国物流业竞争趋于国际化。但是必须承认,目前我国第三方物流的发展相对滞后,第三方物流企业大多为中小企业,规模小、数量多,缺乏现代物流理念,尚未形成核心竞争力,物流市场有效供给不足,具体表现为:物流企业间低层次价格竞争,物流供应质量不高;企业缺乏物流外包的动力,物流市场的需求不旺。如何增强我国第三方物流企业的竞争力,使之最大化地在社会经济生活中发挥作用,业已成为人们日益关注的问题。令人担忧的是,我国第三方物流从业人员中具备有深厚的理论功底和实务运作的人才极其匮乏,严重制约了我国第三方物流的发展,有鉴于此,我们编写了这本《第三方物流》。

本教材主要面向实践型本科和高等职业技术学院的物流管理及相关专业的学生,也适合各层次教育、物流从业人员作为教学与学习参考用书。

全书分为两大部分,第一部分为基本理论,主要介绍了第三方物流理论、第三方物流项目管理及第三方物流的发展政策等;第二部分为运营实务,主要介绍了第三方物流的实际运作,各种相关行业与第三方物流的关系以及他们如何切入发展第三方物流业等。

本书由上海第二工业大学经济管理学院的林慧丹老师担任主编,负责全书的框架编制,第一章至第四章、第八章至第十二章及第十四章的编写。上海海事大学物流研究中心的高更君老师负责第五章、第十三章及第十五章的编写。淮北职业技术学院的李红梅老师负责第六章、第七章的编写。

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,在此我们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,作者水平有限,加之第三方物流在国内外是一个迅速发展的新领域,出现了许多新的问题、新思想和新运作模式,作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有失误与不当之处,我们真诚地希望读者朋友们提出宝贵意见,以便修正。

如需本书课件或提出意见建议,请登陆www.huaze021.com.cn或与上海华泽康老师联系(021-65510115, huaze021@vip.163.com)。

林慧丹

2008年7月

目录

CONTENTS

上篇 第三方物流基本理论

第一章 第三方物流概述 / 3

- 第一节 第三方物流的概念及产生背景 / 4
- 第二节 第三方物流的经济学分析 / 11
- 第三节 第三方物流企业的类型 / 16
- 第四节 第三方物流的服务内容及增值空间 / 19
- 第五节 第三方物流需求决策 / 22
- 实训一 第三方物流企业的认识实习 / 25

第二章 第三方物流产业 / 28

- 第一节 第三方物流市场 / 28
- 第二节 第三方物流市场调查 / 36
- 第三节 我国第三方物流产业的竞争结构 / 41
- 实训二 某第三方物流市场调研报告的撰写 / 45

第三章 第三方物流服务管理 / 49

- 第一节 物流能力 / 50
- 第二节 第三方物流能力 / 53
- 第三节 第三方物流企业服务系统设计 / 59
- 实训三 某工商企业第三方物流系统设计 / 63

第四章 第三方物流企业组织结构 / 66

- 第一节 第三方物流企业组织管理 / 67
- 第二节 第三方物流企业组织结构的基本形式 / 71

第三节 第三方物流企业组织设计 / 75

实训四 某第三方物流企业组织结构的设计 / 88

第五章 第三方物流企业信息系统 / 91

第一节 第三方物流的 IT 支持技术 / 92

第二节 第三方物流信息系统 / 98

第三节 第三方物流企业信息系统设计 / 101

第四节 第三方物流企业信息系统内容 / 109

第五节 典型的第三方物流信息系统 / 115

实训五 第三方物流软件操作 / 118

第六章 第三方物流项目管理 / 121

第一节 第三方物流项目管理概述 / 122

第二节 第三方物流项目招投标 / 123

第三节 第三方物流项目投标 / 129

实训六 第三方物流项目投标书的撰写 / 131

第七章 第三方物流服务供应商的选择决策 / 134

第一节 企业物流外包 / 135

第二节 第三方物流企业服务供应商的选择 / 136

第三节 第三方物流企业服务供应商的管理 / 145

实训七 第三方物流服务供应商的选择 / 147

第八章 第三方物流合同管理及风险防范 / 151

第一节 第三方物流合同管理 / 152

第二节 第三方物流运作中的风险 / 156

第三节 第三方物流运作的风险控制 / 160

实训八 模拟签订第三方物流合同 / 162

第九章 第三方物流发展政策 / 165

第一节 中国第三方物流发展政策 / 166

第二节 发达国家的第三方物流 / 169

实训九 某城市第三方物流政策调查 / 177

第十章 第四方物流 / 181

第一节 第四方物流的概念 / 182

第二节 不同“盟主”的第四方物流能力 / 187

实训十 第四方物流主体调研 / 195

下篇 第三方物流运营实务

第十一章 第三方物流与生产性服务业 / 201

第一节 生产性服务业 / 202

第二节 第三方物流与生产性服务业的共生关系 / 206

实训十一 某制造企业的物流外包情况调研 / 209

第十二章 第三方物流金融 / 212

第一节 第三方物流的金融服务模式 / 212

第二节 融通仓的发展模式 / 218

实训十二 某家银行与物流企业的调研 / 226

第十三章 传统储运企业的第三方物流扩张 / 230

第一节 传统运输企业发展第三方物流的模式 / 231

第二节 大型海运集团发展第三方物流 / 233

第三节 航空货运业发展第三方物流 / 237

第四节 国际货运代理企业发展第三方物流 / 240

第五节 物流结点发展第三方物流 / 244

第六节 传统仓储企业发展第三方物流的模式 / 247

实训十三 大、中小型的海运集团/航空货运集团/ 港口/航空货运枢纽/仓库调研 / 250

第十四章 中国邮政的第三方物流发展 / 253

第一节 精益物流 / 254

第二节 邮政发展第三方物流的 SWOT 分析 / 256

第三节 我国邮政发展第三方物流的定位 / 260

实训十四 邮政物流企业的调研 / 263

第十五章	典型行业的第三方物流发展	/ 266
第一节	商品汽车行业第三方物流发展	/ 267
第二节	煤炭行业的第三方物流发展	/ 272
第三节	家电行业的第三方物流发展	/ 274
第四节	医药行业的第三方物流发展	/ 276
第五节	IT 行业的第三方物流发展	/ 280
实训十五	典型行业的第三方物流调研	/ 285

思考与练习参考答案 / 288

参考文献 / 293

第三方物流基本理论

上篇

- 第一章 第三方物流概述
- 第二章 第三方物流产业
- 第三章 第三方物流服务管理
- 第四章 第三方物流企业组织结构
- 第五章 第三方物流企业信息系统
- 第六章 第三方物流项目管理
- 第七章 第三方物流服务供应商的选择决策
- 第八章 第三方物流合同管理及风险防范
- 第九章 第三方物流发展政策
- 第十章 第四方物流



第一章 第三方物流概述



学习目标

知识要求

- ◎ 理解现代物流的内涵
- ◎ 掌握第三方物流的基本特征
- ◎ 理解第三方物流产生的理论基础和现实条件
- ◎ 掌握第三方物流的服务内容及增值空间
- ◎ 理解第三方物流的行业来源

技能要求

- ◎ 知道第三方物流的分类
- ◎ 会用本章知识进行第三方物流服务的运作
- ◎ 会用本章知识进行第三方物流的需求决策分析



开章案例

索尼全球物流运营

索尼集团公司为了进一步降低物流成本,常常根据实际需要,办理集装箱货物的多国拼箱。例如,索尼公司把半箱货物的集装箱从某产地发往新加坡,在那里把另外一种产品补充装入箱子,变成满箱货物的集装箱,然后继续运输至北美或者欧洲某目的港。这种物流方法的最大好处,首先是避免了等候时间,因为集装箱运输时间本身就是用金钱买来的,降低成本的同时也大幅度减少通关时间。现在索尼集团已经把新加坡和中国台湾省高雄市作为索尼产品多国拼箱的集装箱枢纽港。其他方法还有满箱货物的“工厂直接装箱”,或者在一个国家内的几家索尼子公司的产品进行拼箱。

索尼集团目前把这些物流服务委托给香港东方海外集运公司和马士基海陆船务公司。索尼集团公司在对美国的跨太平洋出口贸易航线上,常常把产品集中到北美内地某一个配送中心站,或者把货物运送到洛杉矶附近混合中心进行中转或者拼箱,充分发挥索尼集团在北美的亚特兰大、纽约和洛杉矶等地区拥有的仓储能力。索尼集团还利用欧洲荷兰作为其拼箱中心,凡是准备运往东欧地区的货物先从其他各国进口和集中到荷兰这个拼箱中心,然后发送到东欧各地的配送站。但是发往莫斯科的货物一向不是从荷兰出去的,而是先运往芬兰的赫尔辛基,然后再从那里转运到莫斯科和俄罗斯其他腹地。

问题:从索尼全球物流运营案例分析工商企业是否一定要将物流外包给第三方。

第一节 第三方物流的概念及产生背景



本节观点导读

自从人类进入文明社会就产生了物流活动。本节介绍现代物流的涵义及物流的特征等。在此基础上,阐述第三方物流的定义、基本特征及其产生的理论依据和现实条件。

一、第三方物流概念

第三方物流(Third Party Logistics, 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,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、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。

1. 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,只是近几年的事,对这个概念的理解也是莫衷一是,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”。所提供的服务形态可分为与运营相关的服务,与管理相关的服务以及两者兼而有之的服务三种类型。无论哪种形态都必须高于过去的一般运输业者和合同运输业者所提供的服务。

另一种看法是,对外委托形态才是真正意义上的“第三方物流”,即由货主企业以外的专业企业代替其进行物流系统设计并对系统运营承担责任的物流形态。这种观点认为,第三方物流与传统的对外委托有着重要的不同之处。传统的对外委托形态只是将企业物流活动的一部分,主要是物流作业活动,如货物运输、货物保管交由外部的物流企业去做,围绕库存管理、物流系统设计等物流管理活动,以及一部分企业内物流活动仍然保



留在本企业。同时,物流企业是站在自己物流业务经营的角度,接受货主企业的业务委托,以费用加利润的方式定价,收取服务费。那些能提供系统服务的物流企业,也是以使用本企业的物流设施,推销本企业的经营业务为前提,而不是以货主企业物流合理化为目的设计的物流系统。

第三方物流则是站在货主的立场上,以货主企业的物流合理化为设计系统和系统运营管理的目标。而且,第三方物流企业不一定要保有物流作业能力,也就是说可以没有物流设施和运输工具,不直接从事运输、保管等作业活动,只是负责物流系统设计并对物流系统运营承担责任。具体的作业活动可以采取对外委托的方式由专业的运输、仓库企业等去完成。从美国的情况看,即使第三方物流企业保有物流设施,也将使用本企业物流设施的比例控制在二成左右,以保证向货主提供最适宜的服务。第三方物流企业的经营效益是直接同货主企业物流效率、物流服务水平以及物流系统效果紧密联系在一起的。

2. 中国物流术语标准的定义

在中国 2001 年公布的《物流术语标准》中,将第三方物流定义为“供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式”。实际上第三方物流是物流渠道中的专业化物流中间人,以签订合同的方式,在一定期间内,为其他公司提供的所有或某些方面的物流业务服务。

第三方物流在物流渠道中,由专业物流企业以合同的形式在一定期限内提供用户所需的全部或部分物流服务。第三方物流企业的利润不是来自运费、仓储费等直接费用收入,而是来源于现代物流管理科学的推广所产生的新价值,这是发展第三方物流的根本原因。

二、第三方物流的基本特征

第三方物流在发展的过程中逐渐形成鲜明的特征,归纳起来突出表现在以下五个方面:

1. 关系契约化

(1) 第三方物流是通过契约形式来规范物流企业和货主企业之间关系的。物流企业根据契约规定的要求,提供多功能甚至全方位一体化的物流服务,并以契约来管理所有提供的物流服务活动及其过程。第三方物流有别于传统的外包,外包只限于一项或数项独立的物流功能,如运输公司提供运输服务、仓储公司提供仓储服务等。第三方物流则根据合同条款规定的要求,而不是临时需要,提供多功能,甚至全方位的物流服务。一般来说,第三方物流企业能提供仓库管理、运输管理、订单处理、产品回收、搬运装卸、物流信息系统,产品安装装配、运送、报送、运输谈判等近 30 种物流服务。依照国际惯例,服务提供者在合同期内按提供的物流成本加上需求方毛利额的 20% 收费。

(2) 第三方物流发展物流联盟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。依靠现代电子信息技术,第三方物流企业之间充分共享信息,这就要求双方能相互信任,才能使达到的效果比单独从事物流活动所能取得的效果更好。而且,从物流服务提供者的收费原则来看,它们之间是共担风险、共享收益。企业之间所发生的关联既非仅一两次的市场交易,但又在交易维持了一定时期之后,可以相互更换交易对



象。在行为上,各自不完全采取导致自身利益最大化的行为,也不完全采取导致共同利益最大化的行为,只是在物流方面通过契约结成优势互补、风险共担、要素双向或多向流动的中间组织。

2. 服务个性化

(1) 不同的货主企业存在不同的物流服务需求,第三方物流需要根据不同货主企业在其企业形象、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物流服务和增值服务。第三方物流服务的对象一般都较少,只有一家或数家,服务时间却较长。这是因为需求方的业务流程各不相同,而物流、信息流是随价值流流动的,因而第三方物流服务应按照客户的业务流程来定的,这也表明物流服务从产品推销发展到了市场营销阶段,第三方物流正从过去的面向社会提供服务的传统外包进化到面向企业的个性化服务阶段。如中外运(SINOTRANS)针对客户主要是独资或合资企业的状况,提出“咨询式销售”的办法,即利用专业人才优势,从为特定客户提供物流咨询服务入手,深入到企业内部,提供全套物流解决方案,帮助企业整合业务流程和供应链上下游,进而提供仓储、配送等配套服务。推行大客户经理负责制,重视换位思考,经常站在客户角度考虑问题,与客户共同发展。

(2) 从事第三方物流的物流企业也因为市场竞争、物流资源、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,以增强物流市场竞争能力。

3. 功能专业化

第三方物流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。这既是货主企业的需要,也是第三方物流自身发展的基本要求。少数具备管理实力的物流公司,已将第三方物流服务深入到生产企业的生产物流管理环节。



典型案例

中国物流公司同沈阳某汽车制造公司的合作

中国物流公司同沈阳某汽车制造公司之间的合作,前者针对该公司情况,确定以供应链上的库存控制和客户服务水平稳定性为重点,加强固定资源配置、库存和JIT配送管理以及客户服务等方面工作,实施周密的策划和严格的管理。为确保初期共计数百种汽车零配件每日3~4次生产线拉动、每次6~8车运输量的高标准运作需求,进行较大规模投资,将5000m²传统性仓库改造为现代化立体仓库,成立由15人组成的项目运作管理团队,保证了生产物流效率的改进。

4. 管理系统化

第三方物流应具有系统的物流功能是第三方物流产生和发展的基本要求。第三方物流需要建立现代管理系统才能满足运行和发展的要求。



典型案例

天津双洋物流

天津双洋物流,利用以前从事进出口冶金、纺织原料和产品贸易的优势,不局限于提供仓储、运输、加工、代理等物流业务,发挥对特定行业产品市场变化具有准确预见的优势,为企业提供配套的增值服务,使客户企业获得增值回报,增强客户依赖性,成为客户供销价值链中的重要一环,从而避开激烈的价格竞争局面。

5. 信息网络化

信息技术是第三方物流发展的基础。信息技术实现了数据的快速、准确地传递,提高了仓库管理、装卸运输、采购、订货、配送发运、订单处理的自动化水平,使订货、仓储、运输、流通加工实现一体化;企业可以更方便地使用信息技术与物流企业进行交流和协作,企业之间的协调和合作有可能在短时间内迅速完成;同时,物流管理软件的飞速发展使混杂在其他业务中的物流活动的成本能被精确计算出来,还能有效管理物流渠道中的商流,这就使企业有可能把原来在内部完成的作业交由物流公司运作。用于支撑第三方物流的信息技术包括实现信息快速交换的 EDI 技术、实现资金快速支付的 EFT 技术、实现信息快速输入的条形码技术和实现网上交易的电子商务技术等。物流服务过程中,信息技术发展实现了信息实时共享,促进了物流管理的科学化,极大地提高了物流效率和物流效益。

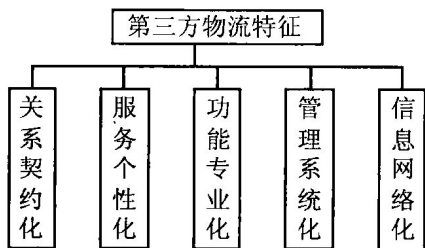


图 1-1 第三方物流的特征

三、第三方物流的产生背景

第三方物流的产生有其深厚的理论及现实背景。总的说来,第三方物流是在物流演变过程中适应了新的经济环境及需求而出现的一种新的物流形态,是物流专业化、产业化的结果,供应链管理、虚拟经营等理论是其产生的依据与动力。

1. 第三方物流与物流演变

物流的概念从提出到现在,其形式与内涵随实践的发展得到了不断地补充和拓展,并不断推动着传统物流向现代物流转变。

从 20 世纪 60 年代开始,现代物流的形成经历了以下三个阶段:20 世纪 60 年代至 70 年代初期为第一阶段,此阶段注重制成品到消费者的实物配送环节,对与实物配送有关的一



系列活动进行系统管理,以最低的成本确保把产品有效地送达顾客处。20 世纪 70 年代初至 80 年代为第二阶段,其特征是在实物配送的基础上引入物料管理的新概念和新技术,如准时化服务(JIT)、全面质量管理(TQM)以及全过程控制(TPC)等,大大改进了物流系统的管理水平。20 世纪 80 年代后期开始进入了第三个阶段,由于供应链管理思想的引入,物流活动扩展为从原材料采购到生产安排、订单处理、存货管理、运输仓储,最后到销售和售后服务的全过程管理,旨在协调与全过程相关的一切活动及其信息系统,使之成为一个“天衣无缝”的即时生产、即时分拨、即时销售的适销对路而没有库存积压的工商业循环的系统。第三方物流是随着物流业发展而发展起来的。物流业发展到一定阶段必然会出现第三方物流的发展,而且第三方物流的占有率与物流产业的水平之间有着非常规律的相关关系。西方国家物流业实证分析证明,独立的第三方物流要占社会的 50%,物流产业才能形成。可见,第三方物流的发展程度反映和体现着一个国家物流业发展的整体水平。

2. 理论依据

第三方物流是供应链管理、虚拟经营等创新管理模式从生产领域延伸到流通领域而形成一体化概念后出现的,供应链管理、虚拟经营是第三方物流得以产生的重要理论基础。

(1) 虚拟经营 虚拟经营原是一种企业管理模式,是企业在组织上突破有形的界限,虽有生产、行销、设计、财会等功能,但企业却没有完整地执行这些功能的组织。就是说,企业在有限的资源下,为了取得竞争中的最大优势,仅保留企业中最关键的功能,而将其其他功能虚拟化——通过各种方式借助外力进行整合弥补。



拓展提高

虚拟经营对第三方物流的产生的意义

一方面,它回答了企业为何选择第三方物流完成原本属于内部物流的各种功能。经济的迅速发展,使得企业间的竞争日趋激烈,单个公司要具备支持竞争优势的所有要素变得越来越不可能,只有让有限的资源发挥最大的效率,才能获得竞争的优势。所以,企业把自己办运输和仓储的工作交给专业的第三方物流公司,而自己采取虚拟经营,集中主业,把有限的财力、人力、物力用于产品的研制,设备的更新,生产流程的再造,质量的控制,销售网络的广泛改善,品牌的创立等活动上。

另一方面,它解释了第三方物流提供者的水平一体化。随着第三方物流公司业务的拓展和规模的扩大,物流服务呈多样化的发展。单个公司无法满足不同使用者差别化的需求。物资的空间转移范围扩大而在途时间要求缩短,迫使不同的第三方物流提供者结成盟友,组成策略联盟,在信息共享的基础上,优势互补,为低成本高效率完成物流任务创造条件。

(2) 供应链管理 供应链管理是一种集成的管理思想和方法。在供应链管理环境下,企业成功与否不再由“纵向一体化”的程度高低来衡量,而是由企业积聚和使用的知识为产品或服务增值的程度来衡量。企业在集中资源于自身核心业务的同时,通过利用