

全国联编



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

21世纪新概念教材 · 高职高专物流管理专业教材新系

第三方物流

Disanfang Wuliu

【第四版】

姜春华 主编

本书依据教育部最新的职业教育精神，围绕高职高专物流管理专业的培养目标，以培养学生职业能力为本位，突出“工学结合”；同时以就业为导向，突出了实操性、实务性环节及技能训练，以帮助学生掌握物流的基本知识和技能；并力图贯彻“以学生为本，理论以够用为度，一切从实际出发”的教学理念，强调“教、学、做”三者的统一，以尽可能适应教师精讲、学生多练、“能力本位”的新型教学方式的需要。



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



全国联编

等教育“十一五”国家级规划教材

21世纪新概念教材 · 高职高专物流管理专业教材新系

第三方物流

Disanfang Wuliu

【第四版】

姜春华 主编

本书依据教育部最新的职业教育精神，围绕“工学结合”；同时以就业为导向，突出了实操性力图贯彻“以学生为本，理论以够用为度，一切从应教师精讲、学生多练、“能力本位”的新型教学

标，以培养学生职业能力为本位，突出帮助学生掌握物流的基本知识和技能；并“教、学、做”三者的统一，以尽可能适



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

© 姜春华 2015

图书在版编目 (CIP) 数据

第三方物流 / 姜春华主编. —4 版. —大连: 东北财经大学出版社,
2015. 2

(21 世纪新概念教材·高职高专物流管理专业教材新系)

ISBN 978-7-5654-1853-2

I. 第… II. 姜… III. 物流-物资管理-高等职业教育-教材
IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 023943 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连理工印刷有限公司印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm×260mm

字数: 302 千字

印张: 13

2015 年 2 月第 4 版

2015 年 2 月第 12 次印刷

责任编辑: 杨慧敏 孔利利

责任校对: 孙 萍

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

定价: 25.00 元

第四版前言

《第三方物流》第一版于2005年2月出版,2006年被评为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。承蒙广大专家、读者的支持与厚爱,本书三次再版。10年来,本书伴随着中国第三方物流的成长,同时中国第三方物流的发展也给予本书以实证上的支持。

作为从事物流专业职业教育的教师,我们以推进我国第三方物流科学发展、培养高素质物流职业人才为己任,本着实用性、科学性和先进性的原则,对教材进行第三次修订。本次修订具有以下特点:

1. 更新。根据第三方物流的实际发展,更新、补充物流新观点、知识及案例资料。
2. 增删。根据职业教育发展实际要求和教材使用者的建议,适当压缩部分理论阐述,增加物流管理操作性强的部分知识、技能及实训项目。
3. 补充、完善。对随着科技进步和经济发展而凸显的第三方物流的新趋势、新问题作必要的补充和完善。

本书由姜春华担任主编,宋敏、张玉成担任副主编。本次修订由姜春华负责第1、2、4、6、7、8章,宋敏负责第3、5章,张玉成负责第9、10章,耿春宇、刘柳、李顺、赵英分别参与物流作业、国际海运、电子商务等部分内容的编写,最后由姜春华负责全书统稿。

在本书的编写和修订过程中,我们借鉴了国内外许多专家、学者的观点,参考并引用了许多论文、专著及报刊、网站的资料,在此向作者表示由衷的谢意。

由于作者水平有限,书中疏漏之处在所难免,敬请读者提出批评和改进意见。

姜春华
2015年2月

目 录

第1章 第三方物流概述 / 1

学习目标 / 1

- 1.1 第三方物流的概念、功能和产生并迅速原因 / 2
- 1.2 我国第三方物流企业分类 / 5
- 1.3 第三方物流的特征和价值优势 / 12
- 1.4 中外第三方物流比较分析 / 16

基本训练 / 18

知识应用 / 18

第2章 第三方物流市场调研与战略决策 / 20

学习目标 / 20

- 2.1 物流企业市场调查 / 21
- 2.2 物流市场分析 / 23
- 2.3 第三方物流市场定位与战略规划 / 28
- 2.4 第三方物流经营决策 / 33

基本训练 / 40

知识应用 / 40

第3章 第三方物流运作平台构建 / 43

学习目标 / 43

- 3.1 物流企业组织结构设计与构建 / 44
- 3.2 第三方物流实体网络设计与构建 / 48
- 3.3 第三方物流信息系统网络设计与构建 / 50

基本训练 / 55

知识应用 / 55

第4章 第三方物流市场拓展模式 / 57

学习目标 / 57

- 4.1 第三方物流的市场开发战略 / 58
- 4.2 第三方物流业务开发和运作流程 / 62
- 4.3 第三方物流文案实训——物流项目投标书 / 65
- 4.4 第三方物流文案实训——第三方物流合同范本与解释 / 73
- 4.5 第三方物流文案实训——物流方案的编制 / 81

基本训练 / 85

知识应用 / 85

第5章 第三方物流企业运作模式 / 87

学习目标 / 87

- 5.1 物流一体化 / 88
- 5.2 第三方物流企业战略联盟 / 91
- 5.3 第三方物流企业连锁经营 / 93
- 5.4 第三方物流企业虚拟经营 / 98

基本训练 / 100

知识应用 / 100

第6章 第三方物流企业经营管理 / 102

学习目标 / 102

- 6.1 第三方物流企业作业管理 / 103
- 6.2 第三方物流企业质量管理 / 107
- 6.3 第三方物流成本管理 / 112

基本训练 / 117

知识应用 / 117

第7章 第三方物流企业合作伙伴（或供应商）管理 / 119

学习目标 / 119

- 7.1 第三方物流企业合作伙伴（或供应商）的选择与管理 / 120
- 7.2 物流运作资源整合 / 125
- 7.3 物流绩效考核评估与流程再造 / 131

基本训练 / 135

知识应用 / 135

第 8 章 第三方物流企业客户关系管理 / 137

学习目标 / 137

8.1 客户关系管理 / 138

8.2 第三方物流客户服务 / 141

8.3 客户满意度指标体系与客户投诉处理 / 149

8.4 客户关系管理系统 / 151

基本训练 / 153

知识应用 / 154

第 9 章 第三方物流与电子商务 / 155

学习目标 / 155

9.1 电子商务与第三方物流 / 156

9.2 电子商务下的物流配送 / 159

9.3 物流电子商务 / 163

9.4 第三方物流网上商务活动 / 167

基本训练 / 173

知识应用 / 173

第 10 章 第三方物流的跨国经营 / 178

学习目标 / 178

10.1 跨国物流概述 / 179

10.2 国际货运代理 / 183

10.3 国际海洋货运 / 186

10.4 国际航空货运 / 193

基本训练 / 197

知识应用 / 198

主要参考文献 / 199

第 1 章

第三方物流概述

● 学习目标

- 1.1 第三方物流的概念、功能和产生并迅速原因
- 1.2 我国第三方物流企业分类
- 1.3 第三方物流的特征和价值优势
- 1.4 中外第三方物流比较分析

● 基本训练

● 知识应用

学习目标

- ☐ 知识目标：明确第三方物流的概念；了解第三方物流的功能及物流企业的分类。
- ☐ 技能目标：能正确分析物流与社会经济发展及企业市场竞争的关系。
- ☐ 能力目标：具备联系社会经济发展正确判断第三方物流现状与发展趋势的能力。

1.1 第三方物流的概念、功能和产生并迅速原因

物流业的发展水平反映了一个国家的综合国力和企业的市场竞争能力。世界各国都非常重视物流水平对本国经济发展、国民生活质量和军事实力的影响。代表现代物流发展趋势的第三方物流，成为目前世界各国和大型跨国公司所关注、探讨和实践的热点。

1.1.1 第三方物流的概念

1) 物流的含义

2006 年 12 月，国家标准化管理委员会、国家质检总局联合颁布了国家标准《物流术语》（修订版），其中对物流的定义为：

物流（logistics）是指物品从供应地向接收地的实体流动过程，是根据实际需要，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实施有机结合。现代物流是以满足顾客的需求为目标，把制造、运输、销售等市场情况统一起来考虑的一种战略措施，追求的是降低成本、提高效率与服务水平进而增强企业竞争力。

2) 第三方物流的含义

第三方物流（third party logistics, 3PL 或 TPL）是 20 世纪 80 年代中期由欧美学者提出的。在 1988 年美国物流管理委员会的一项顾客服务调查中，首次提到“第三方物流服务提供者”一词。目前对第三方物流的解释很多，尚无一个统一的定义，代表性观点有三种：

（1）从物流服务的提供者角度界定：第三方物流是指除物流的实际供给方（假定为第一方）和物流的实际需求方（假定为第二方）之外的第三方通过合约向第二方提供部分或全部的物流服务（强调物流服务的提供者是实物交易之外的第三方），如图 1-1 所示。

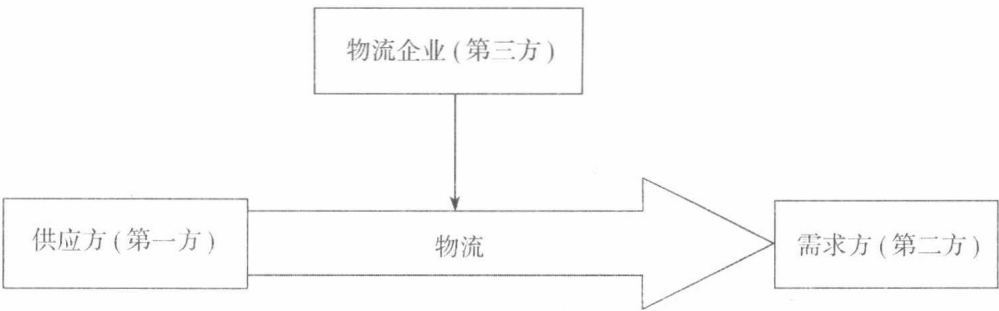


图 1-1 概念理解图示

（2）从物流服务的提供者与客户达成物流服务交易的形式界定：第三方物流又常称为合同物流、契约物流，是指第三方物流提供者按合同在特定时间内向使用者提供个性化的系列服务（强调物流服务的提供者与客户是基于合同的长期合作）。

（3）从物流服务的提供者所提供的物流服务功能范围界定：第三方物流是提供全部物流业务服务的一站式、一体化综合物流服务（强调物流服务的提供者提供的是全程物流服务）。

GB/T 18354—2006《物流术语》：第三方物流是指独立于供需双方，为客户提供专项

或全面的物流系统设计或系统运营的物流服务模式。

小知识 1-1

物流企业 (logistics enterprise) 是指从事运输 (含运输代理、货运快递) 或仓储等业务, 并能够按照客户物流需求对运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送等进行组织和管理, 具有与自身业务相适应的信息管理系统, 实行独立核算、独立承担民事责任的经济组织。

企业物流 (enterprise logistics) 是指生产和流通企业在经营活动中所发生的物流活动。

1.1.2 第三方物流的功能

(1) 提供基本的仓储和运输服务, 如公共仓库和普通货运公司以资产密集和标准化服务为标志。这些功能通过对货主企业物流的优化整合, 降低物流成本费用, 增加商品价值。

(2) 提供仓储和货运管理等增值服务, 如为客户集货配送, 提供货物拆拼箱, 重新贴签、重新包装, 包装、分类、并货, 零部件配套, 配件组装、测试和修理, 产品组装等服务; 可为客户选择承运、协议价格、安排货运计划、优选货运路线和进行货运监测。这些功能通过对物流过程中的劳动投入追加, 增加了商品的价值, 创造了第三方物流企业和货主企业新的利润来源。

(3) 提供一体化物流和供应链管理服务, 如为客户提供需求预测、物流规划设计、自动订单处理、客户关系管理、存货控制和返回物流支持等。这种创新型物流活动已经深入到货主企业供应链的内部, 通过对客户的无形服务, 巩固了货主企业和消费者的密切关系, 扩大了商品的市场需求, 创新了物流的服务价值。

1.1.3 第三方物流产生并迅速发展的原因

1) 第三方物流的产生是经济发展的必然趋势

(1) 世界经济一体化需要现代化物流的支持

世界经济一体化需要专业化物流平台。国际贸易往来的不断增加, 带来了可观的物流量, 刺激了现代物流企业的产生与发展。国家统计局《2013 年国民经济和社会发展统计公报》显示, 全年货物进出口总额为 25.83 万亿人民币元, 约合 4.16 万亿美元, 比上年增长 7.9% (如图 1-2 所示)。

外资在华企业数量的增加、规模的扩大和市场竞争的加剧, 对物流服务质量与数量都提出了更高的要求。截至 2014 年 8 月底, 全国实有外商投资企业 45.34 万户, 比上年底增长 2.53%; 注册资本 (金) 13.48 万亿元 (详见《经济日报》2014 年 9 月 18 日“我国实有外商投资企业逾 45 万户”)。

(2) 国内市场经济的发展需要社会化物流作保障

中国国家统计局 2011 年 3 月 24 日发布的报告称, 在“十一五”时期, 中国经济总量从世界第五位跃居世界第二位; 2014 年 1 月 20 日发布数据: 2013 年中国国内生产总值为 568 845 亿元, 按可比价格计算比上年增长 7.7% (如图 1-3 所示)。

(3) 整体经济高效发展需要专业化、规模化的第三方物流

随着现代化科学技术的进步和经济的发展, 市场瞬息万变, 消费需求呈现多样化、个

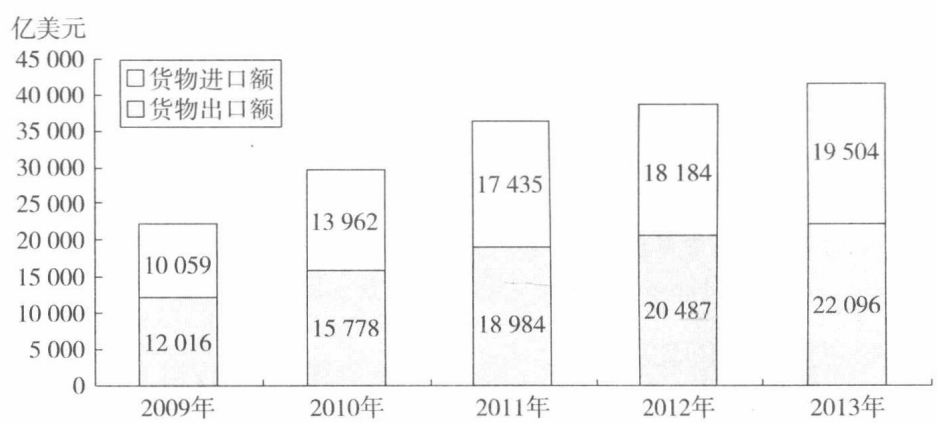


图 1-2 2009—2013 年货物进出口总额 (图片来源: 国家统计局)

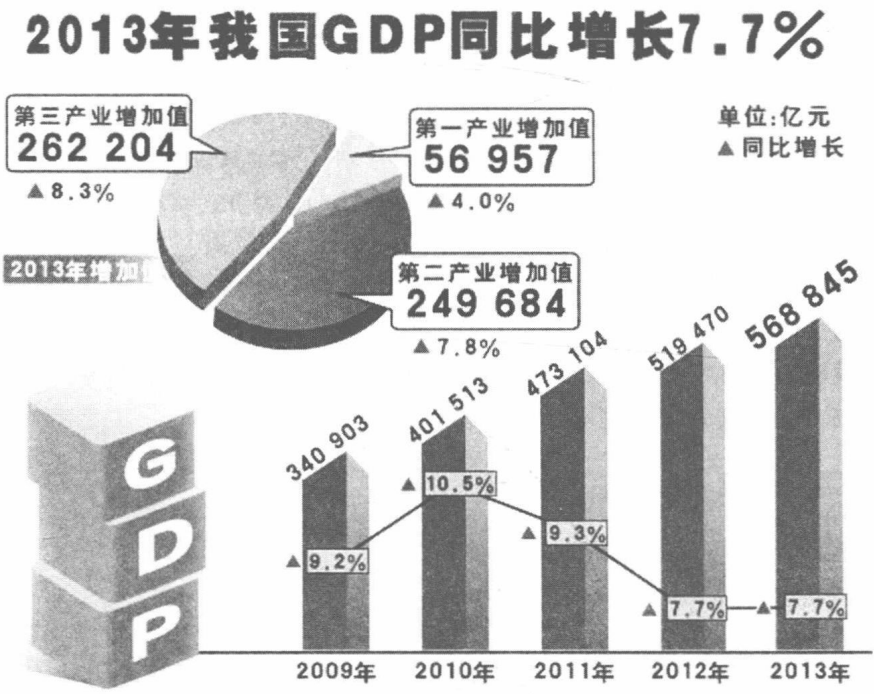


图 1-3 2013 年中国 GDP

性化的特征;受市场需求影响,企业生产出现批次多、批量少的局面,生产和流通都面临着前所未有的机遇和挑战,产品生命周期越来越短,企业利润越来越薄。据美国统计资料显示,美国产品制造时间仅占产品从生产到到达消费者手中的时间的5%,而在流通领域停留的时间却占到了95%。在商品流通中物流成本占商品流通过费用的50%左右。提高物流速度、减少产品的流通时间,被广泛认为是第三利润源泉。

随着近年来电子商务的发展,又给物流业带来了新课题,这些无疑都增加了物流运作的难度。提高物流服务水平,降低物流服务成本需要专业化、社会化、现代化物流。规模化、专业化的第三方物流在提高整体经济效益中发挥着重要的作用。

小资料 1-1

2014 年 3 月 7 日国家发展改革委、国家统计局、中国物流与采购联合会联合发布了

2013 年全国物流运行情况。根据数据显示：2013 年全国社会物流总额为 197.8 万亿元，按可比价格计算，同比增长 9.5%；2013 年社会物流总费用为 10.2 万亿元，同比增长 9.3%，增幅比上年回落 2.1 个百分点。社会物流总费用与 GDP 的比率为 18.0%，与上年基本持平。其中，运输费用为 5.4 万亿元，同比增长 9.2%，占社会物流总费用的比重为 52.5%，与上年基本持平；保管费用为 3.6 万亿元，同比增长 8.9%，占社会物流总费用的比重为 35.0%，同比下降 0.2 个百分点；管理费用为 1.3 万亿元，同比增长 10.8%，占社会物流总费用的比重为 12.5%，同比提高 0.2 个百分点。

资料来源 根据 2014 年 3 月 8 日《金融时报》有关资料整理。

2) 第三方物流的产生是企业为加强竞争力，将非核心业务外包的直接结果

供应链管理强调的是把主要精力放在企业的核心业务上，充分发挥其优势，同时与全球范围内的合适企业建立战略合作关系，非核心业务由合作企业完成，这就是所谓的“业务外包”(outsourcing)。通过业务外包，整合内外资源，企业可以降低成本、获得更多的竞争优势、提高自身的竞争力。物流外包是指生产或销售企业为集中精力增强核心竞争能力，而以合同的方式将其物流业务部分或完全委托于专业的物流公司（第三方物流）运作。物流外包是一种长期的、战略的、相互渗透的、互利互惠的业务委托和合约执行方式。

竞争日益激烈，促使越来越多的企业将专业知识、注意力和资源集中到企业的核心业务上，加强自己的核心竞争力，而把辅助性功能外包给其他企业。自 20 世纪 80 年代以来，外包已成为商业领域中的一大趋势。物流功能外包是第三方物流产生的直接动因。根据中物联统计调查显示，2012 年工业、批发和零售业企业对外支付的物流成本为 874 亿元，比上年增长 17.3%，占企业物流成本的 61%，同比提高 2.5 个百分点。随着资源向主业集中的趋势，从运输量看，2012 年工业、批发和零售业企业委托代理货运量比上年增长 23.4%，占货运量的 79.4%。

图 1-4 较好地说明了第三方物流产生的原因。

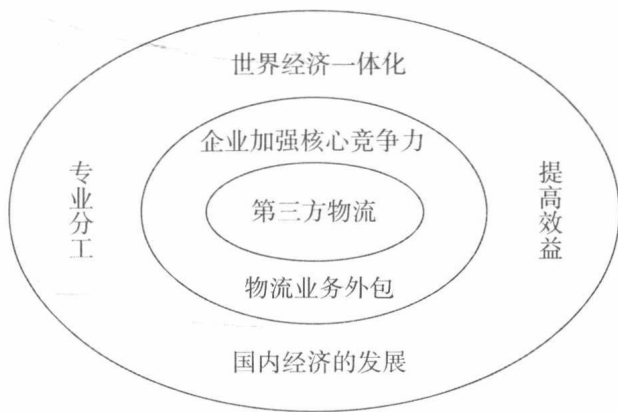


图 1-4 第三方物流产生的原因

物流外包(logistics outsourcing)是指企业为了获得比单纯利用内部资源更多的竞争优势，将其部分或全部物流业务交由合作企业完成。

1.2 我国第三方物流企业分类

专业化、社会化的第三方物流企业种类繁多，我们仅从以下几个角度进行划分。

1.2.1 按我国第三方物流企业的来源构成分类

随着中国物流热的掀起,各类不同背景、大大小小的企业纷纷转型或打起了物流的牌子进入物流市场,除少数翻牌企业外,其中以运输、仓储和货代企业在原有基础上整合而来为主,也不乏外来物流公司和国内新产生的民营物流企业。

1) 在传统仓储、运输、货代等企业基础上改造转型而来的第三方物流

目前我国由传统仓储、运输、货代企业经过改造转型而来的物流企业在第三方物流中占主导地位,占据较大的市场份额。起源于运输业的,如中远国际货运公司、中国对外贸易运输(集团)总公司(简称中外运)、中国海运总公司等纷纷宣布成立第三方物流公司;起源于仓储业的,如上海商业物流公司、中海物流公司(成立于1993年11月);起源于货运代理业的,如华润物流有限公司,是在华夏企业有限公司50多年货代经营的基础上发展起来的。锦程国际物流集团股份有限公司的前身是大连锦联进出口货运代理公司,于1990年6月26日正式创立。截至2012年,在国内主要口岸城市、内陆城市及海外设有近300家分支机构及集团成员企业,与数十家国内外大型船公司和航空公司建立了战略合作关系,是“中国物流百强民营排名第一名”、“中国国际货代物流百强民营排名第一名”。

传统仓储、运输企业发展第三方物流的优势:

一是客户资源。这些企业掌握大量的、稳定的客户源,随着客户需求的不断扩展,企业提供更加完整和个性化的服务,客户驱动企业向第三方物流发展。

二是网络资源。传统仓储、运输企业大都拥有相对比较健全的物流服务网络资源,这是网络化第三方物流服务的基础。

三是运作能力。现代物流服务内容丰富,但核心物流活动依然是信息、运输、仓储。这些能力往往是衡量物流企业运作和管理水平的最重要指标。由传统仓储、运输、货代企业改造转型而来的第三方物流在这些方面具有得天独厚的优势。

另外,地域文化和长期扎根于中华大地建立起来的公共关系等都是优势。

凭借原有的物流业务基础和在市场、经营网络、设施、企业规模等方面的优势,传统仓储、运输货代企业不断拓展和延伸其物流服务,逐步转化为现代物流企业。

2) 工商企业原有物流服务职能剥离

传统工商企业对物流的控制方式是企业自建的物流系统,所有的物流资源属于企业拥有。随着加强核心竞争力的管理理念的普及,部分企业将原属第三产业的物流以外包形式剥离,由原企业的子公司逐步独立并社会化,如青岛啤酒集团以原有运输公司为基础,注册成立具有独立法人资格的物流有限公司;科健集团将原手机营销体系中的有关售后服务人员、业务和相关资产剥离并组建独立的物流服务公司。

这类物流企业利用原有的物流网络资源,依靠与客户“先天”的亲密合作关系,运用现代经营管理理念,逐步走向专业化、社会化。

小资料 1-2

2000年1月美的集团通过控股成立了安得物流公司,把物流业务剥离出来。安得物流公司作为美的集团一个独立的事业部,成为美的其他产品事业部的第三方物流公司,同时也作为专业物流公司向外发展业务。借助美的集团的销售网络,不断地接纳新的血液。

2002年,安得物流公司已同TCL、神州数码、方正、实达、熊猫、乐华、海螺建立了战略合作伙伴关系。

从2005年开始,安得物流进入了一个高速发展的快车道,至2013年年底,安得物流实现年度税后经营额26.3亿元。现在安得物流也形成了多行业的客户群体,家电、建材、汽车、快消品、通讯等行业的大型企业,均与安得物流有相应的业务合作。

美的集团依然是安得物流最大的客户,安得物流每年40%的营业额维系在美的集团身上。

资料来源 梅轩.安得物流:美的电商高速发展的战略支点[N].中国消费者报,2014-07-16.

3) 不同企业、部门间物流资源互补式联营

(1) 企业与物流公司联营设立第三方物流公司。企业一般以原有物流资源入股,对该新第三方物流公司有一定的控股权,并在一定程度上参与经营。物流公司一般对合资建立的第三方物流公司行使经营的权力,全面负责建立、运行公司的物流系统。2014年2月,重庆出版集团全资子公司图书发行有限公司与重庆瑞乔国际物流有限公司共同出资2000万元组建重庆派瑞现代物流有限公司。

(2) 能够资源互补的不同部门联手进军物流领域。2003年9月铁道部和国家邮政总局签署战略合作框架协议,双方约定打破部门分割,铁路将列车运输能力向邮政开放,邮政将仓储、分拣、配送能力向铁路开放。双方约定共同出资成立股份有限公司,以整合铁路的运输优势和邮政的网络优势,形成利益共同体,提高核心竞争力。继天津邮政与天津王朝强强联手后,2006年10月天津邮政又与本市天士力集团展开全面战略合作,这也标志着天津邮政的触角已经伸向了医药物流领域。

4) 新创办的第三方物流公司

近年来,随着我国经济的发展,我国出现了大量新创办物流企业。2011年,我国登记注册的物流企业有78.9万家。

1.2.2 按我国第三方物流企业的资本归属分类

按我国第三方物流企业的资本归属分类,我国第三方物流企业主要可分为国有物流企业、民营物流企业、中外合资物流企业、外资物流企业。

1) 国有物流企业

我国多数国有物流企业是借助原有物流资源发展而来的。近年,也产生了一些新的国有第三方物流公司,如浙江杭钢物流有限公司是由杭钢集团公司、浙江杭钢国贸有限公司等8家单位联合出资成立的致力于发展现代物流服务的企业,其拥有全国性的网络以及许多运输和仓储资源,与中央和地方政府关系良好,冗余人员比例很高,效率低,注重内部的企业文化而不是以客户和绩效为导向,只拥有有限的固定资产,对市场扩张缺乏有力的财务支持。

2) 民营物流企业

我国民营物流企业多产生于20世纪90年代以后,是物流行业中最具朝气的第三方物流企业。它们的业务地域、服务和客户相对集中,效率相对较高,机制灵活,发展迅速,如广州宝供物流、南方物流,天津大田物流、宝运物流,江苏炎黄在线物流,珠海九川物流等。

3) 中外合资物流企业

随着中国经济的开放,国外物流公司首先以合资方式进入中国物流领域,逐渐向中国物

流市场渗透。中外合资物流企业一方面为原有客户——跨国公司进入中国市场提供延伸服务,如丹麦有利物流公司主要为马士基航运公司及其货主企业提供物流服务,深圳的日本近铁物流公司主要为日本在华的企业服务;另一方面用它们的经营理念、经营模式和优质服务吸引中国企业。中外合资物流企业具有很强的海外网络、丰富的行业知识和实际运营经验,与国际物流客户有良好的关系,拥有先进的 IT 系统,有来自总部的强有力的财务支持。

4) 外资物流企业

按照我国加入 WTO 时的承诺,2005 年中国的物流业全面开放,包括在公路货运,货物租赁,一般货物的批发、零售及物流配送,出入境汽车运输等物流领域取消在地域、股比等方面对外资的限制。我国物流市场开放后,德国辛克物流、丹麦马士基等众多跨国物流巨头纷纷以设立办事处、分公司、合资公司等形式进入我国市场,并分别在快递、航运物流、汽车物流等领域占据了高端市场。2007 年,其中 DHL、TNT、FedEx、UPS 等跨国公司在我国国际快递市场的份额已经达到了 80%。外资物流企业在我国已经铺设起了庞大的物流网络,发展速度甚至远远超过了绝大多数本土的物流企业。例如, FedEx 已在我国 220 个城市开展业务; TNT 在我国的服务网络已覆盖 500 多个城市,并拥有 25 家分支机构。2013 年,欧洲汽车物流领域的领头羊德国 BLG Logistics 和法国 GEFCO,加快在中国筹建合资公司和独资公司的步伐,负责欧洲整车出口到中国的承运,以及汽车零部件出口到欧洲车厂位于中国的生产基地。

1.2.3 按第三方物流企业物流服务某项功能为主要特征分类

我国国家标准化管理委员会根据以物流服务某项功能为主要特征,同时向物流服务其他功能延伸的不同状况,划分不同类型的物流企业。

《物流企业分类与评估指标 GB/T 19680—2013》已由中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会发布,于 2014 年 7 月 1 日实施。

1) 运输型物流企业

运输型物流企业是指以从事运输业务为主,具备一定规模的实体企业。企业可为客户提供运输服务和其他增值服务,自有一定数量的运输工具和设备,具备信息服务功能,应用信息系统可对运输货物进行状态查询、监控。

运输型物流企业的评估指标见表 1-1。

2) 仓储型物流企业

仓储型物流企业是指以从事仓储业务为主,具备一定规模的实体企业。企业可为客户提供分拨、配送、流通加工等服务,以及其他增值服务。企业自有一定数量的仓储设施和设备,自有或租用必要的货物运输工具,具备信息服务功能,应用信息系统可对仓储货物进行状态查询、监控。

仓储型物流企业的评估指标见表 1-2。

3) 综合服务型物流企业

综合服务型物流企业是指从事多种物流服务业务,可以为客户提供运输、货运代理、仓储、配送、信息服务等多种物流服务,具备一定规模的实体企业。企业可以为客户制订系统化物流解决方案;可为客户提供综合物流服务及其他增值服务;自有或租用必要的货物运输工具、仓储设施及相关设备;具有一定市场覆盖面的货物集散、分拨、配送网络;

表 1-1 运输型物流企业评估指标

评估指标		级 别				
		AAAAA 级	AAAA 级	AAA 级	AA 级	A 级
经营 状况	1. 年物流营业收入*	16.5 亿元以上	3 亿元以上	6 000 万元 以上	1 000 万元 以上	300 万元 以上
	2. 营业时间*	5 年以上	3 年以上		2 年以上	
资产	3. 资产总额	11 亿元以上	2 亿元以上	4 000 万元 以上	800 万元 以上	300 万元 以上
	4. 资产负债率*	不高于 70%				
设备 设施	5. 自有货运车（或总载重量）*	1 500 辆以上 (7 500 吨以上)	400 辆以上 (2 000 吨以上)	150 辆以上 (750 吨以上)	80 辆以上 (400 吨以上)	30 辆以上 (150 吨以上)
	6. 运营网点	50 个以上	30 个以上	15 个以上	10 个以上	5 个以上
管理 及 服务	7. 管理制度	有健全的经营、财务、统计、安全、技术等机构和相应的管理制度				
	8. 质量管理*	通过国家或行业相关认证			具有规范的质量管理体系	
	9. 业务辐射面*	跨省区以上			—	
	10. 物流服务方案与实施	提供物流系统规划、资源整合、方案设计、业务流程重组、供应链优化、物流信息化等方面服务			提供整合物流资源、方案设计等方面的咨询服务	
	11. 客户投诉率（或客户、满意度）	≤0.05% （≥98%）	≤0.1% （≥95%）		≤0.5% （≥90%）	
人员 素质	12. 中高层管理人员*	80% 以上具有大专及以上学历，或全国性行业组织物流师认证	60% 以上具有大专及以上学历，或全国性行业组织物流师认证		30% 以上具有大专及以上学历，或全国性行业组织物流师认证	
	13. 基层物流业务人员	60% 以上具有中等及以上学历或物流职业资格	50% 以上具有中等及以上学历或物流职业资格		30% 以上具有中等及以上学历或物流职业资格	
信息化 水平	14. 信息系统*	物流经营业务信息全部信息化管理		物流经营业务部分信息化管理		
	15. 电子单证管理	90% 以上	70% 以上		50% 以上	
	16. 货物物流状态跟踪*	90% 以上	70% 以上		50% 以上	
	17. 客户查询*	建立自动查询系统和人工查询系统			建立人工查询系统	

注：1. 标注*的指标为企业达到评估等级的必备指标项目，其他为参考指标项目。

2. 年物流营业收入是指企业通过物流业务活动所取得的年收入总额，包括提供运输、仓储、装卸、搬运、流通加工配送、信息等基本服务和其他相关增值服务所取得的业务收入。
3. 运营网点是指在企业市场覆盖范围内，可以承接并完成企业基本业务的分支机构或联盟伙伴。
4. 客户投诉率是指在年度周期内客户对不满意业务的投诉总量与企业业务总量的比率。
5. 客户满意度是指在年度周期内企业对客户满意情况的调查统计。
6. 基层物流业务人员是指从事物流业务执行活动的企业成员。

资料来源 根据《物流企业分类与评估指标》（GB/T19680-2013）整理。

具备信息服务功能，应用信息系统可对物流服务全过程进行状态查询、监控。

综合服务型物流企业评估指标见表 1-3。

表 1-2 仓储型物流企业评估指标

评估指标		级 别				
		AAAAA 级	AAAA 级	AAA 级	AA 级	A 级
经营 状况	1. 年物流营业收入*	7.2 亿元 以上	1.2 亿元 以上	2 500 万元 以上	500 万元 以上	200 万元 以上
	2. 营业时间*	5 年以上	3 年以上		2 年以上	
资产	3. 资产总额*	11 亿元 以上	2 亿元 以上	4 000 万元 以上	800 万元 以上	200 万元 以上
	4. 资产负债率*	不高于 70%				
设备 设施	5. 自有仓储面积*	20 万平方米 以上	8 万平方米 以上	3 万平方米 以上	1 万平方米 以上	4 000 平方米 以上
	6. 自有/租用货运车辆 (或总载重量)	500 辆以上 (2 500 以上)	200 辆以上 (1 000 以上)	100 辆以上 (500 以上)	50 辆以上 (250 以上)	30 辆以上 (150 以上)
	7. 配送客户点	200 个以上	150 个以上	100 个以上	50 个以上	30 个以上
管理 及 服务	8. 管理制度	有健全的经营、作业、财务、统计、安全、技术等机构和相应的管理制度				
	9. 质量管理*	通过国家或行业相关认证			具有规范的质量管理体系	
	10. 物流服务方案与实施	—			—	
	11. 客户投诉率 (或客户 满意度)	≤0.05% (≥98%)	≤0.1% (≥95%)		≤0.5% (≥90%)	
人员 素质	12. 中高层管理人员*	80% 以上具有 大专及以上学历, 或 全国性行业 组织物流师 认证	60% 以上具有大专及 以上学历, 或全国性行业 组织物流师认证		30% 以上具有大专及 以上学历, 或全国性行业组织 物流师认证	
	13. 基层物流业务人员	60% 以 上 具有中等 及以上学 历或物流 职业资格	50% 以上具有中等及 以上学历或物流职业资格		30% 以上具有中等及 以上学历或物流职业资格	
信息 化 水平	14. 信息系统*	物流经营业务信息全部信息化管理			物流经营业务部分信息化 管理	
	15. 电子单证管理	90% 以上	70% 以上		50% 以上	
	16. 货物物流状态跟踪*	90% 以上	70% 以上		50% 以上	
	17. 客户查询*	建立自动查询系统和人工查询系统			建立人工查询系统	

注：1. 标注*的指标为企业达到评估等级的必备指标项目，其他为参考指标项目。

2. 年物流营业收入指企业通过物流业务活动所取得的年收入总额，包括提供运输、仓储、装卸、搬运、流通加工配送、信息等基本服务和其他相关增值服务所取得的业务收入。

3. 客户投诉率是指在年度周期内客户对不满意业务的投诉总量与企业业务总量的比率。

4. 客户满意度是指在年度周期内企业对顾客满意情况的调查统计。

5. 配送客户点是指企业当前的、提供一定时期内配送服务的、具有一定业务规模的、客户所属的固定网点。

6. 租用货运车辆是指企业通过契约合同等方式可进行调配、利用的货运专用车辆。

7. 基层物流业务人员是指从事物流业务执行活动的企业成员。

资料来源 根据《物流企业分类与评估指标》(GB/T19680-2013) 整理。