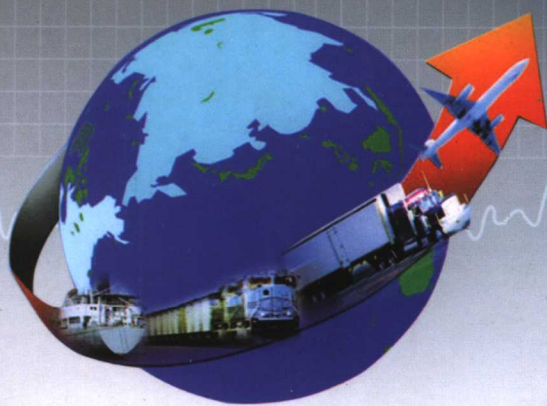




教育部职业教育与成人教育司推荐教材
高等职业教育现代物流规划教材

第三方物流实务

Practice of the Third Party Logistics



主编 郝大鹏



武汉理工大学出版社
WUTP Wuhan University of Technology Press



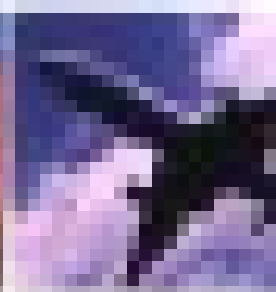
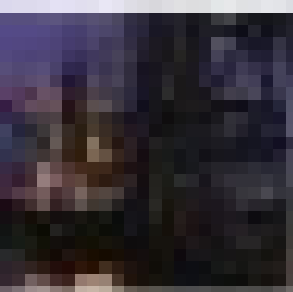
教育部职业教育与成人教育司推荐
国家职业教育教材规划项目教材

第三方物流实务

Practical of the Third Party Logistics



主編 顧永福



教育部职业教育与成人教育司
Ministry of Education of the People's Republic of China

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
高等职业教育现代物流规划教材

第三方物流实务

主 编 郝大鹏

副主编 李 艳 扈健丽

武汉理工大学出版社

武汉

内 容 提 要

本书立足于第三方物流企业的实际需要,从系统的角度出发,运用科学的发展观探索第三方物流的基本理论、运作方式,并且结合国内外典型企业的运作实例,指出了第三方物流企业可借鉴的运作模式和发展策略。

本书的作者将长期的教学和参与企业实践的经验融入教材的编写,深入浅出,每一章都从一个短小的引导案例入手,使读者对每个章节有一个初步的印象,然后展开对章节内容的阐述,在章节中的重点或难点内容中配有案例,帮助读者更好地学习,每一章的最后还附有国内外相关典型案例与讨论题目,便于对章节的学习归纳和深化理解。本书力求理论与实践相结合,立足于基本理论、基本知识和基本技能的教育,着眼于运用。

本书既可以作为高等职业技术院校、普通高等院校物流相关专业和课程的选用教材,也适合物流从业人员作为学习和参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

第三方物流实务/郝大鹏主编. —武汉:武汉理工大学出版社,2007

高等职业教育现代物流规划教材

ISBN 978-7-5629-2534-7

I. 第… II. 郝… 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(2007)第 097577 号

出版发行:武汉理工大学出版社(武汉市洪山区珞狮路 122 号 邮政编码:430070)

<http://www.techbook.com.cn> 理工图书网

经 销 者:各地新华书店

印 刷 者:武汉理工大印刷厂

开 本:787×960 1/16

印 张:17.5

字 数:343 千字

版 次:2007 年 8 月第 1 版

印 次:2007 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1~3000 册

定 价:24.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请向出版社发行部调换。本社购书热线电话:(027)87397097 87394412

E-mail: wutp2005@126.com dc663@126.com

序

对于高等职业教育而言,时代对它提出的要求是:培养一大批生产、服务与管理第一线的高素质的实用型技术人才。高职的培养目标,一是强调“一线”,二是强调“应用”,三是培养高级技术人才,其人才培养的价值取向就是就业。高职培养目标的现实性,要求高职的教学必须强调岗位的针对性,强调技术教育,强调应用能力的培养。

温家宝总理在全国职业教育工作会议上强调:以就业为导向,提高职业院校办学水平和质量,深化教学改革,注重学以致用,搞好以敬业和诚信为重点的职业道德教育,突出学生的动手能力和职业技能训练。并指出,坚持“以服务为宗旨,以就业为导向”的职业教育办学方针,进一步深化教育教学改革。根据市场和社会需要,不断更新教学内容,改进教学方法。

显然,按照普通高校传统的学科型教学体系组织教学,是不能顺利实现高职的培养目标的。不能顺利实现培养目标,就不能顺利实现就业。不能让学生顺利就业的教育是不成功的教育。要使高职教育走向成功,就必须建立一种与传统普通高等教育不同的、有其自身特点的、符合高职教育发展规律的、以就业为价值取向的人才培养模式。

就业是职业教育的功利性目的。以就业为导向,就是根据就业的需要来设置专业,根据就业的需要来开设课程,根据就业的需要来组织教学。对于高职来说,应该让就业成为一根“指挥棒”,由它来主导学校的一切教育教学活动。人才培养模式是为培养目标服务的。不同的培养目标有不同的人才培养模式,其价值取向是不一样的。在高等教育的发展进程中,高校存在着两种人才培养价值取向,一种是传统的“象牙塔”式的价值取向,注重学术性知识的传授,办学是封闭的,教学体系是学科型的;另一种是经世致用的价值取向,倾向于实际可用的技术和技能的掌握,办学是开放的,其教学体系是技术型的。而对于高职教育而言,应该采取后者。

针对“以就业为导向”的教育,我们在教材的编写上也应该本着以上原则。现行的高职教材已远远滞后于时代技术的发展,相当多的课程找不到合适的教材,很多教材都是本科教材的简化和压缩。教材的编写往往不能摆脱从概念出发、从形式出发、从抽象出发的框框,没有做到从直观出发、从例子出发、从问题出发。相当多的教材都没有安排教学实践和案例,或是这些环节没有独立的、高质量的要求。

目前,随着经济全球化和信息技术的迅速发展,企业生产、物资流通、商品交易、信息交换等理念、方式和方法正在并将继续发生深刻的变革。与此相适应,作为企业降低成本、提高核心竞争能力、增加经济效益的“第三利润源”、被彼

得·德鲁克描述为最后一块“经济的黑暗大陆”的现代物流也正在世界范围内广泛兴起,并将成为 21 世纪的黄金产业之一。

作为物流中重要组成部分——第三方物流,在降低成本、提高客户服务水平方面起到了第一方、第二方物流难以达到的作用,从而使第三方物流随着物流业的发展走向了社会舞台,成为新经济造就的物流服务社会化和专业化的先进形式。在流通过程中的主要环节,即商品的储存、运输、装卸等不断进行着改革,第三方物流将会使商品流通发生革命性变革。

随着我国加入 WTO,中国已经成为世界的加工厂,其物流需求极大,在国内企业快速发展的同时,国外的企业纷纷进入中国,所有市场需要大量的掌握物流知识的人才。

高素质人才是现代物流发展的关键因素。但是物流作为一项新兴的产业和一门新兴的学科,一方面造成了产业活动的多样化和复杂化,另一方面是国内对物流人才的培养还不完善和成熟,因此,物流人才匮乏使之与物流业的蓬勃发展要求不相称。人才的短缺严重制约了我国物流产业整体水平的提高,尤其大量的从业人员无论是在理念、思维方式上,还是在知识结构、创新能力方面上,都与国际先进水平有不小的差距,这些直接影响到我国物流现代化的速度。

物流,作为一门实践性很强的产业,需要许多应用型技术专门人才,而高职高专的根本任务就是培养生产、建设、管理和服务第一线所需要的全面发展的高等技术应用型专业人才。为了从根本上提高我国物流从业人员的整体业务能力与管理水平,满足国内市场对物流应用型技术人才的需求,培养适应我国物流业飞速发展需要的人才,武汉理工大学组织编写了物流系列丛书,其中由郝大鹏老师主编的《第三方物流实务》就是非常适合高职高专教育目标的教材。

参与该书编写的作者都是教学第一线的老师,他们从教时间长,教学经验丰富,并且大多数都参与过企业的实践活动,或是参与过相关项目,由他们来编写教材更加适宜。

该书紧密地结合了第三方物流领域的实践,从强化与培养操作技能角度出发,较好地体现了本职业当前最新的实用知识与操作技术,对提高从业人员基本素质和基本能力将有直接的帮助和指导。该教材内容丰富,几乎涵盖了所有第三方物流方面的理论和实践问题,书中既有先进理念的阐述,又有生动的案例,理论与实践紧密结合,相得益彰。

该书编写体系的设计比较合理,每一章都以短小而有说服力的引导案例为出发点,这样的安排要比一些教材中的内容提要更加生动。引导案例可以提高学生的探知欲望,使他们能够更好地学习每章的内容。教材中每一章都是以一个取材于国内外公司在各个领域的实践与成功的案例作为结尾的,并配有相关的案例分析题目,这样可以使学生在学习了章节内容后,有针对性地进行案例讨论,把在章节中所学到的内容迅速和案例相结合,以加深对内容的理解和巩固。

李学干

2007 年 3 月



20 世纪 80 年代以来,伴随着社会分工的进一步细化,信息技术的快速发展,以及客户需求的差异性变化,市场竞争变得更加激烈。集中企业能力发展核心业务的管理思想为许多企业所认同和实践,它们逐渐将运输、仓储、信息管理等非核心的业务外包给专业的服务提供商,第三方物流也就应运而生。

提供第三方物流服务的企业,其前身一般是运输业、仓储业等从事物流活动及相关的行业。从事第三方物流的企业在委托方物流需求的推动下,从简单的存储、运输等单项活动转为提供全面的物流服务,其中包括物流活动的组织、协调和管理,设计、建议最优物流方案,物流全程的信息搜集、管理等。

随着现代物流业的发展而发展,第三方物流成为物流专业化的重要形式。2002 年,全球物流总支出达到 40000 亿美元,第三方物流占到 2810 亿美元,占全球物流总支出的 7%;从 1996 年到 2002 年,全球第三方物流市场规模年均增长率为 13%。经过 20 多年的发展,第三方物流在西方发达国家已经形成一定的规模,正处于产业发展的成长阶段,而在有些国家已经进入成熟阶段。

目前我国的物流业还处于起步阶段,随着物流业在国民经济中的地位日益提高,我国发展物流业已成为当务之急。第三方物流概念的出现,为生产经营者提供了开放的、良好的物流服务体系,也为物流中心提供了新的发展机遇,即通过物流活动的管理和组织,将物流服务作为一种资源提供给需要的企业。

本书立足于第三方物流企业的实际需要,从系统的角度出发,运用科学的发展观探索第三方物流的基本理论、运作方式,并且结合国内外典型企业的运作实践,指出了第三方物流企业可借鉴的运作模式和发展策略。

本书的作者将长期的教学和参与企业实践的经验融入教材的编写,深入浅出,每一章都从一个短小的引导案例入手,使读者对每个章节有一个初步的印象,然后展开对章节内容的阐述,在章节的重点或难点内容中配有案例,帮助读者更好地学习,每一章的最后还有国内外相关典型案例与讨论题目,便于对章节的学习归纳和深化理解。本书力求理论与实践相结合,立足于基本理论、基本知识和基本技能的教育,着眼于运用。

本书既可以作为高等职业技术院校、普通高等院校物流相关专业和课程的选用教材,也适合物流从业人员作为教学与学习参考用书。

本书共 10 章,其中扈健丽编写了第 2 章;李艳编写了第 3 章和第 4 章;韩二伟编写了第 6 章;谢刚编写了第 7 章;相成久编写了第 8 章;李炎炎编写了第 9 章;郝大鹏编写了第 1 章、第 5 章和第 10 章。本书由郝大鹏担任主编,负责编写大纲的拟订以及最后的统稿、定稿工作。李艳、扈健丽担任副主编。

由于编写时间仓促,加之水平有限,错误和不足之处在所难免,敬请读者批评指正。

郝大鹏

2007 年 2 月于西安

目 录

1 第三方物流概述	(1)
1.1 第三方物流的概念	(2)
1.1.1 第三方物流	(2)
1.1.2 第三方物流行业的形成	(5)
1.1.3 第三方物流企业的分类	(8)
1.1.4 第三方物流服务的用户	(10)
1.2 第三方物流发展的动力和利益来源	(10)
1.2.1 第三方物流发展的动力	(10)
1.2.2 第三方物流的利益来源	(13)
1.3 第三方物流的业务范围与特点	(14)
1.3.1 第三方物流的业务范围	(14)
1.3.2 第三方物流的特点	(15)
1.4 第三方物流在供应链管理中的作用	(17)
1.4.1 供应链管理的相关概念	(17)
1.4.2 第三方物流在供应链管理中的作用	(19)
1.5 第四方物流	(20)
案例分析——零部件物流的长安模式	(21)
习题与思考题	(24)
2 第三方物流的发展状况	(25)
2.1 发达国家第三方物流的发展现状	(26)
2.1.1 第三方物流市场现状的概况	(26)
2.1.2 美国第三方物流市场状况	(27)
2.1.3 欧洲第三方物流市场状况	(29)
2.2 我国第三方物流的发展现状	(30)
2.2.1 我国物流企业当前面临的环境	(30)
2.2.2 我国第三方物流的市场状况	(32)

2.3 第三方物流服务的成功因素	(36)
2.3.1 欧美第三方物流服务的成功因素	(36)
2.3.2 欧美第三方物流服务的成功因素对我国的启示和借鉴作用	(42)
2.4 我国第三方物流企业的策略思考和模式选择	(44)
2.4.1 经营策略思维	(44)
2.4.2 以客为本的经营理念	(45)
2.4.3 物流功能的整合服务	(46)
2.4.4 科学的经营管理	(47)
2.4.5 物流人才培养	(48)
2.4.6 选择适合中国国情的第三方物流模式	(48)
案例分析——安泰达公司为小天鹅集团和科龙集团提供第三方物流服务	(50)
习题与思考题	(55)
3 第三方物流服务方案设计	(56)
3.1 第三方物流的服务内容	(57)
3.1.1 研究第三方物流服务的意义	(57)
3.1.2 生产、制造、零售类物流活动的内容	(57)
3.1.3 常见的第三方物流提供者服务内容	(58)
3.2 客户物流需求分析	(64)
3.2.1 商品或服务的需求预测	(64)
3.2.2 物流服务的需求分析	(67)
3.3 物流服务方案的具体设计	(69)
3.3.1 设计物流服务方案的一般程序	(69)
3.3.2 产品配送网络的设计	(73)
3.4 物流服务的持续改进	(75)
3.4.1 物流服务持续改进的意义	(75)
3.4.2 物流服务持续改进的内容	(75)
3.4.3 物流服务持续改进的保障措施	(76)
案例分析——威特摩尔公司与家助公司合作	(77)
习题与思考题	(78)
4 第三方物流的营销和客户服务	(79)
4.1 第三方物流营销组合实践和思考	(80)
4.1.1 物流营销组合的原则	(80)

4.1.2	4C 营销组合	(80)
4.1.3	物流营销组合对第三方物流企业的促进	(83)
4.2	第三方物流营销的特点和一般流程	(83)
4.2.1	第三方物流营销的特点	(83)
4.2.2	第三方物流营销的流程	(84)
4.3	第三方物流的客户服务	(88)
4.3.1	物流表现与客户满意	(88)
4.3.2	物流中客户服务的因素	(93)
4.4	以客户为中心的服务策略	(95)
4.4.1	客户调研	(95)
4.4.2	挽救失败的客户服务	(100)
4.4.3	提高客户服务质量	(104)
	案例分析——迅杰物流贴身服务韩国星宇	(106)
	习题与思考题	(107)
5	第三方物流服务项目的洽谈与招投标	(108)
5.1	第三方物流服务项目的洽谈	(109)
5.1.1	第三方物流服务项目的洽谈准备	(109)
5.1.2	第三方物流服务项目洽谈机会的把握	(112)
5.2	第三方物流服务项目的方案设计	(113)
5.2.1	第三方物流服务项目方案设计覆盖的范围	(114)
5.2.2	第三方物流服务项目方案设计的一般要求	(114)
5.3	第三方物流服务项目的招标、投标要点	(119)
5.3.1	招标、投标的一般程序	(120)
5.3.2	招标、投标的有关法律限制	(122)
5.3.3	物流项目投标书的编制	(123)
5.4	第三方物流服务合同	(129)
5.4.1	第三方物流服务合同的特点	(130)
5.4.2	合同的磋商	(130)
5.4.3	合同的订立	(131)
5.4.4	合同的管理	(132)
	案例分析——某啤酒销售公司第三方物流项目招标文件	(135)
	习题与思考题	(141)

6 第三方物流的运输管理	(142)
6.1 物流运输概论	(143)
6.1.1 运输的含义	(143)
6.1.2 运输功能	(143)
6.1.3 运输原理	(144)
6.1.4 运输的作用	(144)
6.1.5 运输和物流其他环节的关系	(145)
6.2 运输方式与服务方式的选择	(145)
6.2.1 运输的方式	(146)
6.2.2 运输方式的选择	(149)
6.2.3 运输合理化及现代化	(152)
6.2.4 多式联运	(157)
6.3 第三方物流运输的监控	(159)
案例分析——民生公司的物流战略	(160)
习题与思考题	(162)
7 第三方物流的仓储管理	(163)
7.1 基本仓储决策	(165)
7.2 仓库的布局设计	(167)
7.2.1 仓库选址	(167)
7.2.2 仓库网点布局设计	(169)
7.2.3 仓库库区总体布局	(171)
7.2.4 仓库规划最优方案的选定	(173)
7.3 仓库的基本作业	(173)
7.3.1 货物入库管理	(174)
7.3.2 货物储存和保管	(175)
7.3.3 拣货与货物出库	(176)
7.4 自营仓储、公共仓储与合同仓储	(176)
7.4.1 自营仓储	(176)
7.4.2 公共仓储	(177)
7.4.3 合同仓储	(179)



7.5 自动化立体仓库	(181)
7.5.1 自动化立体仓库的功能	(181)
7.5.2 自动化立体仓库的分类	(181)
7.5.3 自动化立体仓库的组成	(183)
7.5.4 自动化立体仓库的优点	(183)
7.5.5 影响自动化立体仓库使用的因素	(184)
7.5.6 建造自动化立体仓库的考虑因素	(184)
案例分析——适合分拣的货物仓库布局方式	(186)
习题与思考题	(187)
8 第三方物流信息系统	(188)
8.1 物流信息系统概述	(189)
8.1.1 物流信息系统概念	(189)
8.1.2 物流信息系统的基本功能	(193)
8.1.3 第三方物流信息系统的概念和类型	(194)
8.2 物流信息技术	(194)
8.2.1 条形码技术	(194)
8.2.2 射频技术	(197)
8.2.3 EDI 信息技术	(201)
8.2.4 EOS 与 POS 信息技术	(204)
8.2.5 GPS/GIS 技术	(206)
8.3 物流信息系统在第三方物流中的应用	(210)
8.3.1 第三方物流对物流系统的功能要求	(210)
8.3.2 第三方物流信息系统的基本特征	(211)
8.3.3 第三方物流信息系统平台的系统构建	(212)
8.3.4 典型第三方物流信息系统的应用	(213)
案例分析——“中海 2000”物流信息系统	(216)
习题与思考题	(218)
9 第三方物流企业效益管理	(219)
9.1 第三方物流企业效益评价	(220)
9.1.1 企业绩效评价的含义	(220)

9.1.2 企业绩效评价的作用	(221)
9.1.3 我国第三方物流企业绩效评价现状	(221)
9.2 第三方物流企业成本管理	(222)
9.2.1 第三方物流企业成本	(222)
9.2.2 第三方物流企业成本分析	(223)
9.2.3 第三方物流企业成本管理的原则	(224)
9.2.4 第三方物流企业成本管理的合理化	(224)
9.3 第三方物流企业效益管理	(225)
9.3.1 第三方物流企业效益管理的概念	(225)
9.3.2 第三方物流企业效益管理的原则	(225)
9.3.3 第三方物流企业效益管理合理化	(226)
9.4 建立第三方物流企业效益评价 KPI 体系	(228)
9.4.1 KPI 的定义	(228)
9.4.2 企业绩效评价程序	(229)
9.4.3 物流 KPI 指标体系的构成	(230)
9.4.4 KPI 指标体系的描述方法和引用方法	(237)
案例分析——某乳品行业物流公司关键业绩指标(KPI)考核评分表	(238)
习题与思考题	(240)
10 第三方物流的整合	(241)
10.1 第三方物流整合的必然性	(242)
10.1.1 第三方物流整合的必然性	(242)
10.1.2 整合对中国第三方物流业的重要意义	(243)
10.2 第三方物流整合方式	(249)
10.2.1 纵向整合策略	(249)
10.2.2 横向整合策略	(258)
案例分析——海航集团有限公司的企业整合	(264)
习题与思考题	(265)
参 考 文 献	(266)

学习目的 ▼

随着信息技术的飞速发展,特别是20世纪80年代西方掀起的集中核心业务的管理热潮,第三方物流得以诞生,并逐渐成为西方物流理论和实践的宠儿,尤其是在供应链管理中,自营还是外购物流服务已成了企业不能回避的决策内容之一。20世纪90年代中后期,我国理论界和实践工作者们也开始了对外方物流的探索,从不同角度做了大量的工作,但仁者见仁、智者见智,直至目前,也没有一个得到各方认可的概念。因此,本章将首先对第三方物流的基本理论做一介绍和研究。通过对本章的学习,读者应该对第三方物流的概念有一个清楚的认识,了解第三方物流的产生基础和发展动力。另外,读者应该熟悉第三方物流企业的来源与类型,并对第三方物流在供应链管理中的作用有所了解。

关键词汇 ▼

物流(Logistics)

供应链(Supply Chain)

合同物流(Contract Logistics)

第一方物流(the First Party Logistics, 1PL)

第二方物流(the Second Party Logistics, 2PL)

第三方物流(the Third Party Logistics, 3PL)

第四方物流(the Fourth Party Logistics, 4PL)

引导案例 ▼

美国通用汽车公司在美国的14个州中,大约有400个供应商负责把各自的产品送到30个装配工厂进行组装,由于卡车满载率很低,使得库存和配送成本急剧上升。为了降低成本,改进内部物流管理,提高信息处理能力,通用汽车公司委托Penske专业物流公司为它提供第三方物流服务。

在调查和了解半成品的配送路线之后,Penske公司建议通用汽车公司在Cleveland使用一家有战略意义的配送中心,负责接受、处理、组配半成品,由该

公司派员工管理,同时该公司也提供 60 辆卡车和 72 辆拖车,除此之外,还通过 EOI 系统帮助通用汽车公司调度供应商的运输车辆以便实现 JIT(Just In Time)送货。为此,Penske 公司设计了一套最优送货路线,增加供应商的送货频率,降低库存水平,改进外部物流活动,运用全球卫星定位技术使供应商随时了解行驶中的送货车辆的方位。与此同时,该公司还通过在配送中心组配半成品后,对装配工厂实施共同配送的方式,既降低卡车空载率,也减少通用汽车公司的运输车辆,只保留了一些对其所提供的车队有必要补充作用的车辆,这样也减少了通用汽车公司的运输单据处理费用。

另外,美国通用汽车公司选择目前国际上最大的第三方物流公司 Ryder 负责其土星和凯迪拉克两个事业部的全部物流业务,选择 Allied Holdings 公司负责北美陆地上车辆运输任务,选择 APL 公司、WWL 公司负责产品的洲际运输。

在世界经济高速发展的时代,任何一个国家和企业面临和关心的主要问题是如何降低商品的单位生产成本,提高经济效益,扩大销售市场,使商品生产多样化、快速化,以满足市场、客户的需求。一些发达国家经过多年努力后已达到这一目的。但随之又出现了另一个问题,即在生产过程中的合理措施已达到一定程度后,物资(货物/物品/商品/物质)流通过程的费用如何降低?

1962 年,著名经济学家彼得·德鲁克(Peter Drucker)在《财富》杂志上,以《经济领域的黑暗大陆》为题,讨论了物流这一领域,首次明确提出物流是节约成本的最后领域。

流通过程不创造新的产品,但却提高了产品的价值。无论是商品储存、运输和其他作业均要消耗劳动,要有人来完成这一工作。此外,还要有资金建造仓库,购置材料、装卸作业机械,甚至运输工具等等。可见增加的价值就是流通成本,是构成产品价格增长的主要部分。而经济效益要求商品在流通过程中所增加的价值越小越好,要求尽量节省流通过程中的劳动消耗,最大限度地降低流通费用。为此,在流通过程中的主要环节,即商品的储存、运输、装卸等不断进行着改革,但只有第三方物流的出现才使商品流通发生了革命性变革。第三方物流在降低成本、提高客户服务水平方面起到了第一方、第二方物流难以起到的作用,从而使第三方物流随着物流业的发展走向了社会舞台,成为新经济造就的物流服务社会化和专业化的先进形式。

1.1 第三方物流的概念

1.1.1 第三方物流

物流是物资从供应地向接受地的实体流动过程,它将运输、储存、装卸、包

装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实行有机结合。根据物流承担方的不同,以及相关社会组织在物流过程中扮演角色的不同,物流的分类也不同。

1. 第一方物流(the First Party Logistics, 1PL)

第一方物流指由物资提供者自己承担向物流需求者的物流问题,以实现物资空间位移。传统上,多数制造企业自己都配备有规模较大的运输工具(如车辆、船舶等)和储存自己产品所需要的仓库等物流设施,来实现自己产品的流通,特别是在产品输送量较大的情况下,企业比较愿意由自己来承担物流任务。但是,当人们从第一利润源泉(原材料、设施等物质资源的节约)和第二利润源泉(劳动力资源的节约)中越来越难以取得利润的时候,却发现了在物资的流通、流转过程中存在大量的获取利润的机会,或者叫做降低成本的空间,即第三方物流源泉。加之随着市场竞争日趋激烈,企业越来越注重从物流过程中追求“第三利润”,并由此认识到,由制造商自己从事物流确实存在一系列问题。例如,以下一些问题随着第三方物流的兴起就显得越来越突出:

(1)由于产品的市场需求在时间上的不平衡,企业配置物流设施的能力是根据需求旺季确定还是根据需求淡季确定,这往往成为企业头疼的事:无论怎样配置都可能造成物流能力的浪费或不足。

(2)制造企业的核心竞争力在于它所制造的产品本身的质量,而物流业不是其核心业务,因此,从事物流业务的成本一般比专业物流企业高。

(3)随着市场环境的变化,消费需求的特点表现为品种多、批量小、批次多以及周期短等。在这种压力下,生产者、供应商及物流配送中心、零售商随时需要按照市场变化趋势来调整自己的生产、供应和流通战略。随着生产企业推行一种 JIT(Just In Time)——准时制生产理念和生产方式,在物流领域就是要“将正确的商品以正确的数量在正确的时间内送到正确的地点”。企业自己从事物流很难构造一个有效的物流网络,因此几乎难以达到 JIT 的要求,特别是供需双方的地理位置相距较远的情况下,企业无法实现有效的物流。

(4)随着第三方物流的兴起,并提供日趋完善的物流服务,使得第一方物流原有的一些优势黯然失色。

2. 第二方物流(the Second Party Logistics, 2PL)

第二方物流指由物资需求者自己解决所需物资的物流问题,以实现物资的空间位移。传统上的一些较大规模的商业部门都备有自己的运输工具和储存商品的仓库,以解决从供应站到商场的物流问题。但是,传统的由第二方承担的物流同样存在着以下一些问题:

(1)自备运输工具和仓库已经使物流需求者(主要是商业部门)的经营成本提高,在微利的商业经营时代,这种成本的支出是商业企业难以承受的。

(2)由于商品的市场需求在时间上的不平衡,商业企业难以合理配置物流设