



高等职业教育“十一五”规划教材

高职高专工商管理类教材系列

第三方物流

郑克俊 主编



科学出版社

www.sciencep.com

高等职业教育“十一五”规划教材

高职高专工商管理类教材系列

第三方物流

郑克俊 主编

张丽 副主编

科学出版社

北京

内 容 简 介

全书共分七章,具体包括第三方物流的概述、运作管理、信息系统、服务管理和第三方物流企业的运作模式、商务拓展、企业绩效评价等内容。每章提出了教学目的与要求,并进行小结,还附有适量的练习题。

本书每章都针对具体问题列举了大量的实例,并在章末给出一个代表性的案例。为了加强实操,每章都设计了相关的实训练习,这是本书最大的特色。

本书既可作为物流管理、交通运输管理、物资管理等专业第三方物流及相关课程的教学用书,也可供仓库、港口、场站、物流中心、企事业单位的物流管理部门作为物流业务培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

第三方物流/郑克俊主编. —北京:科学出版社,2007

(高等职业教育“十一五”规划教材·高职高专工商管理类教材系列)

ISBN 978-7-03-019103-8

I. 第… II. 郑… 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 085602 号

责任编辑:任锋娟 / 责任校对:耿 耘

责任印制:吕春珉 / 封面设计:东方人华平面设计部

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

双青印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2007年7月第一版 开本:B5(720×1000)

2007年7月第一次印刷 印张:22

印数:1—3 000 字数:441 000

定价:29.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换<路通>)

销售部电话 010-62136131 编辑部电话 010-62135741 (VF02)

高职高专工商管理类教材系列

编写委员会

主任 葛 军

副主任 (按姓氏笔画排序)

周延波 郑健壮 徐 刚 浦震寰

委 员 (按姓氏笔画排序)

王 勇 王 骏 王力平 王根良 孙守成

刘德武 李 岩 张 亚 何 璇 汪洪章

杨昌蓉 杨海清 郑克俊 赵越春 钟 伟

殷 涛 谈留芳 郭爱英 黄业峰 姬中英

戴安琨 魏 超

出版说明

进入 21 世纪, 国际竞争日趋激烈, 竞争的焦点是人才的竞争, 是全民素质的竞争。人力资源在增强国家综合国力方面发挥着越来越重要的作用, 而人力资源的状况归根结底取决于教育发展的整体水平。

教育部在《2003~2007 年教育振兴行动计划》中明确了在此 5 年中将进行六大重点工程建设: 一是“新世纪素质教育工程”, 以进一步全面推进素质教育; 二是“职业教育与培训创新工程”, 以增强学生的就业、创业能力; 三是“高等学校教学质量与教学改革工程”, 以进一步深化高等学校的教学改革; 四是“教育信息化建设工程”, 以加快教育信息化基础设施、教育信息资源建设和人才培养; 五是“高校毕业生就业工程”, 以建立更加完善的高校毕业生就业信息网络和指导、服务体系; 六是“高素质教师和管理队伍建设工程”, 以完善教师教育和终身学习体系, 进一步深化人事制度改革。

职业教育事业在改革中加速发展, 使我国的经济建设和社会发展能力显著增强。各地和各级职业院校坚持以服务为宗旨、以就业为导向, 正大力实施“制造业与现代服务业技能型紧缺人才培养培训计划”和“农村劳动力转移培训计划”, 并密切与企业、人才、劳务市场的合作, 进一步优化资源配置和布局结构, 深化管理体制和办学体制改革, 使这一事业发展势头良好。

科学出版社本着“高水平、高质量、高层次”的“三高”精神和“严肃、严密、严格”的“三严”作风, 集中相关行业专家、各职业院校双师型教师, 编写了高职高专层次的基础课、公共课教材, 各类紧缺专业、热门专业教材, 实训教材, 并引进了相关的特色教材, 其中包括如下三个部分:

1. 高职高专基础课、公共课教材系列, 又分

(1) 基础课教材系列

(2) 公共课教材系列

2. 高职高专专业课教材系列, 又分

(1) 紧缺专业教材系列

——软件类专业系列教材

——数控技术类专业系列教材

——护理类专业系列教材

(2) 热门专业教材系列

——电子信息类专业系列教材

——交通运输类专业系列教材

- 财经类专业系列教材
- 旅游类专业系列教材
- 生物技术类专业系列教材
- 食品类专业系列教材
- 精细化工类专业系列教材
- 艺术设计类专业系列教材
- 建筑工程专业系列教材

3. 高职高专特色教材系列, 又分

(1) 高职高专实训系列教材

(2) 国外职业教育优秀系列教材

本套教材建设的宗旨是以学校的选择为依据, 以方便教师授课为标准, 以理论知识为主体, 以应用型职业岗位需求为中心, 以素质教育、创新教育为基础, 以学生能力培养为本位, 力求突出以下特色:

1. 理念创新: 秉承“教学改革与学科创新引路, 科技进步与教材创新同步”的理念, 根据新时代对高等职业教育人才的需求, 出版一系列体现教学改革最新理念、内容领先、思路创新、突出实训、成系列配套的高职高专教材。

2. 方法创新: 摒弃“借用教材、压缩内容”的滞后方法, 专门开发符合高职特点的“对口教材”。在对职业岗位所需求的专业知识和专项能力进行科学分析的基础上, 引进国外先进的教材, 以确保符合职业教育的特色。

3. 特色创新: 加大实训教材的开发力度, 填补空白, 突出热点, 积极开发紧缺专业、热门专业的教材。对于部分教材, 提供“课件”、“教学资源支持库”等立体化的教学支持, 以方便教师教学与学生学习。对于部分专业, 组织编写“双证”教材, 注意将教材内容与职业资格、技能证书进行衔接。

4. 内容创新: 在教材的编写过程中, 力求反映知识更新和科技发展的最新动态, 将新知识、新技术、新内容、新工艺、新案例及时反映到教材中, 体现了高职教育专业紧密联系生产、建设、服务、管理一线的实际要求。

欢迎广大教师、学生在使用本系列教材时提出宝贵意见, 以便我们进一步做好修订工作, 出版更多的精品教材。

前 言

本书按照“理论够用、重在实操”和“简单明了、方便实用”的原则，以第三方物流的经营管理为主线进行编写，目的是使读者掌握第三方物流的基本概念和思想，学会如何创办、经营和管理第三方物流企业。

全书分为七章，具体内容包括：第三方物流的概述、运作管理、信息系统、服务管理和第三方物流企业的运作模式、商务拓展、第三方物流企业绩效评价。为了便于教学、帮助学生抓住重点和巩固知识，每章开头设有教学目的与要求，每章末尾进行了简单小结，并附有适量的练习题。

为了使读者更好地领会第三方物流经营管理的精髓，将理论知识更好、更快地应用于实践，本书每章都针对具体问题列举了大量的实例，并且在每章最后都给出一个代表性的案例，同时，为了加强实际操作，每章都设计了相关的实训练习，这是本书最大的特色。

广东科学技术职业学院的郑克俊负责拟定编写大纲，组织、协调编写工作，并对全部稿件进行修改、总纂。具体编写分工如下：广东工业大学华立学院的张丽编写第一、四章；郑克俊编写第二、六、七章；河北医药化工职业学院的张卫成编写第三章；广西生态工程职业技术学院的蒋沁燕编写第五章。

本书的编写得到了广东科学技术职业学院严中华教授、胡国胜博士及广东工业大学华立学院骆群祥教授的鼓励与关心，得到深圳职业技术学院孟军齐老师、义乌工商职业技术学院王耀燕老师的大力支持，在此一并表示衷心的感谢！

在编写过程中，我们参阅了大量的书籍、论文等，引用了一些学者的研究成果和一些公司的案例资料，在此对这些文献作者和公司表示崇高的敬意和诚挚的感谢。

由于编者水平有限，书中难免存在疏漏，敬请广大读者批评指正。

目 录

第一章 第三方物流概述	1
第一节 第三方物流的概念与特征	1
一、第三方物流的概念	1
二、第一方物流和第二方物流	4
三、第三方物流的基本特征	5
第二节 第三方物流的产生和发展	8
一、第三方物流产生的原因	8
二、第三方物流的发展状况	13
第三节 第三方物流的价值创造	16
一、第三方物流为客户企业创造的价值	16
二、第三方物流企业创造价值的途径和方法	19
第四节 第三方物流的类型	21
一、按第三方物流企业的来源分类	21
二、按资本归属分类	23
三、按第三方物流企业物流服务功能为主要特征分类	26
四、按第三方物流企业资源占有情况分类	30
小结	30
实训练习	31
练习题	31
案例分析	33
第二章 第三方物流企业的运作模式	35
第一节 物流资源调查与分析	35
一、物流资源调查	35
二、物流资源分析	41
第二节 第三方物流企业市场定位与战略规划	48
一、第三方物流企业市场定位	48
二、第三方物流服务内容定位	51
三、第三方物流企业战略规划	58
第三节 第三方物流企业的组织结构	63
一、第三方物流企业组织结构概述	63
二、组织结构设计实例	67
三、第三方物流企业实体网络构建	73

第四节 第三方物流企业的运作模式.....	75
一、传统外包型运作模式.....	75
二、战略联盟型运作模式.....	76
三、综合物流运作模式.....	78
小结.....	80
实训练习.....	80
练习题.....	82
案例分析.....	84
第三章 第三方物流企业的商务拓展.....	91
第一节 第三方物流企业服务产品开发策略.....	91
一、第三方物流企业服务产品开发的含义与内容.....	91
二、第三方物流企业服务产品开发策略.....	92
第二节 第三方物流业务开发和运作流程.....	97
一、第三方物流企业业务开发流程.....	97
二、第三方物流企业业务运作流程.....	102
第三节 第三方物流服务项目营销.....	104
一、第三方物流服务项目营销的特点.....	104
二、第三方物流服务项目营销的流程.....	106
三、第三方物流企业营销理念创新.....	110
第四节 第三方物流服务项目招标与投标.....	112
一、第三方物流项目招标与投标的概念.....	112
二、第三方物流项目招标的方式.....	112
三、第三方物流项目招标的程序.....	113
四、第三方物流项目投标的一般程序.....	135
第五节 第三方物流方案设计.....	137
一、物流方案的含义与种类.....	137
二、物流方案的内容.....	138
三、物流方案的设计.....	140
小结.....	158
实训练习.....	158
练习题.....	160
案例分析.....	164
第四章 第三方物流运作管理.....	168
第一节 第三方物流运输管理.....	168
一、第三方物流企业运输管理概述.....	168
二、第三方物流运输业务管理.....	169
第二节 第三方物流仓储与配送管理.....	181

一、第三方物流企业仓储作业基本程序.....	181
二、第三方物流企业仓储业务工作规范.....	185
三、第三方物流的配送管理.....	191
第三节 第三方物流装卸搬运、流通加工及包装管理.....	198
一、第三方物流的装卸搬运.....	198
二、第三方物流的流通加工管理.....	199
三、第三方物流的包装作业管理.....	201
第四节 第三方物流企业运作管理实例.....	204
一、引言.....	204
二、组织结构与岗位描述.....	204
三、运输业务.....	204
四、仓储业务.....	208
小结.....	218
实训练习.....	218
练习题.....	219
案例分析.....	222
第五章 第三方物流信息系统.....	226
第一节 第三方物流信息系统概述.....	226
一、物流信息系统的定义.....	226
二、第三方物流信息系统的目标.....	227
三、第三方物流信息系统的种类.....	228
四、第三方物流信息系统的基本特征.....	230
第二节 第三方物流信息系统的构建.....	232
一、第三方物流信息的战略地位.....	232
二、构建第三方物流信息系统的基本原则.....	233
三、构建第三方物流信息系统的技术.....	234
第三节 第三方物流信息系统实例.....	235
一、货物跟踪系统.....	235
二、配送中心的信息系统.....	236
三、物流管理综合信息系统.....	237
小结.....	238
实训练习.....	238
练习题.....	239
案例分析.....	241
第六章 第三方物流服务管理.....	246
第一节 第三方物流服务分包管理.....	246

一、物流分包管理.....	246
二、物流分包商的选择.....	248
三、对物流分包商资源的整合.....	253
第二节 第三方物流合同管理.....	257
一、第三方物流服务合同概述.....	257
二、第三方物流服务合同的订立.....	259
三、第三方物流服务合同的履行、变更和解除.....	260
四、合同纠纷的解决.....	261
五、第三方物流服务合同的种类.....	267
第三节 第三方物流客户服务管理.....	280
一、第三方物流客户服务的内涵.....	280
二、物流客户服务标准.....	284
三、第三方物流客户服务策略.....	285
小结.....	291
实训练习.....	291
练习题.....	298
案例分析.....	300
第七章 第三方物流企业绩效评估.....	312
第一节 第三方物流企业绩效评估概述.....	312
一、第三方物流企业绩效评价的含义及意义.....	312
二、第三方物流企业绩效评价的原则.....	313
三、第三方物流企业绩效评价体系.....	313
四、第三方物流企业绩效评价的实施步骤.....	315
第二节 第三方物流企业绩效评价指标体系.....	317
一、基本指标.....	317
二、修正指标.....	320
三、评议指标.....	325
四、指标权数的设置.....	329
第三节 第三方物流企业绩效评估方法.....	331
一、企业绩效评价的常见方法.....	331
二、全方位绩效看板.....	332
小结.....	333
实训练习.....	334
练习题.....	334
案例分析.....	335
参考文献.....	338

第一章 第三方物流概述

教学目的与要求

使学生掌握第三方物流的基本概念，了解第三方物流的产生和发展历程，了解第三方物流的利润源泉和创造价值的途径和方法，掌握第三方物流的基本分类和作用。

第一节 第三方物流的概念与特征

一、第三方物流的概念

第三方物流（third party logistics, 3PL/TPL）国外常称为契约物流（contract logistics）、物流联盟、物流伙伴或物流外部化，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，但尚没有一个统一的定义。代表性的观点是以下几种：

1. 从物流服务的提供者角度界定^①

第三方物流指物流的实际供给方（第一方）和物流的实际需求方（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。

这个定义强调第三方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。

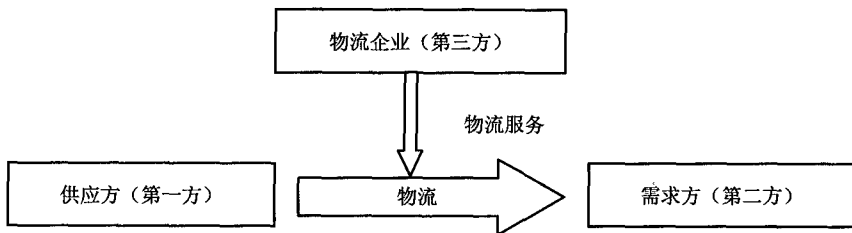


图 1-1 第三方物流概念理解示意

^① 姜春华：《第三方物流》，东北财经大学出版社，2005 年。

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

第三方物流又称为合同物流、契约物流，是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。

这个定义强调物流服务的提供者与客户是基于合同的长期合作，而不是一次性的短期交易行为。

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。

这个定义强调物流服务的提供者提供的是全程物流服务。一个物流企业可能不具备提供所有的物流业务活动的设施设备，但它可以通过整合外部资源，通过分包、转包等方式，借助于其他物流企业的力量为客户提供全程的、一体化的物流服务。

4. 从企业间关系界定^①

严格地说，第三方物流指的是企业间关系，它指的是第三方物流提供者在特定的时间段内按照特定的价格向物流服务需求方提供个性化的系列物流服务，这种物流服务是建立在现代电子信息技术基础上的，企业之间是联盟关系。提供第三方物流服务的承包商不一定是单一的，它可以是多家企业，一般情况下也往往是多个第三方物流提供者为同一个物流服务需求方提供服务。但在口语中，人们往往把第三方物流称为第三方物流提供者，即与第三方物流企业混为一谈。

5. 从企业类型界定

从企业类型界定，有广义、狭义之分。广义的第三方物流是相对于工商企业自营物流而言，凡是按照货主的要求提供物流服务的社会化物流企业都可以包含在第三方物流范围之内，包括传统的仓储、运输、货代企业等；狭义的第三方物流则是指有别于传统仓储、运输、货代企业的现代物流企业。

6. 国家标准《物流术语》中第三方物流的定义

2001年我国公布的国家标准《物流术语》中，将第三方物流定义为“由供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式”。

这里需要区分两个定义：物流企业是指从事物流活动的经济组织，是第三方物流的承担者；企业物流是指企业内部物品实体流动。

以上观点从不同的角度和侧面表达第三方物流的含义。

^① 田宇：《第三方物流分包管理》，中山大学出版社，2006年。

例 1-1

A 物流公司向 D 公司提供的第三方物流服务^①

D 公司为一家以生产医疗器械为主的跨国公司。它在中国地区进口产品的仓储和运输业务委托 A 公司来完成。D 公司一般通过上海海运、空运口岸以及北京空运口岸进口货物，同时货物会发送到除西藏以外的内地所有地区。当 D 公司的产品进口清关后，A 公司在上海或北京的仓库会认真清点实际收到货物的状态、数量、品种。由于 D 的产品属于医疗器械产品，因此 A 公司还需要特别记录货物的批号信息和产品到期日等信息。所有这些信息核对后，A 公司会马上将记载有以上内容的收货变动表提供给 D 公司，同时将所有产品信息录入仓储管理系统（WMS）。WMS 会准确跟踪每一托盘货物的货位、状态、产品代码、批号、到期日等信息。

A 公司每天早上 10 点前都会通过 WMS 提供 D 公司截至昨日凌晨为止的产品的明细库存数据，包括产品代码、商品描述、总库存数量、破损数量以及占用库存的体积等。另外，通过 A 的网站，D 公司也可以查询本公司所有在 A 仓库中的货物，库存信息为 48 小时以前更新的。现在 A 公司正在升级自己的网站，在不久的将来，A 公司可以向客户提供本公司 4 小时以前更新的实时信息。

D 公司的有些产品需要粘贴中文标签和重新包装。在进行这些增值服务作业前，D 公司会向 A 公司下达相应的粘贴标签订单和重包装订单。

货物出库时，D 公司会制作产品出货订单，明确给出产品、数量、收货人地址、签收人、联系方式以及运输方式等信息。A 公司收到订单后，会通过 WMS 在仓库中找到相应的产品并按照先到期先出货的规则发货。A 公司仓库每天会汇总一天的发货清单供 D 公司核对。

每天 A 公司都有专人与承运商和最终收货人联系，追踪每批货物的运输状态，包括车辆实际位置和预计到达时间、运输过程是否有意外、客户是否收到货物、是否发生客户拒收情况等。A 公司每天都会发送追踪报告给 D 公司。如果在运输过程和收货过程中出现任何问题，A 公司还会特别出具事故通报以提醒 D 公司。

D 公司的医疗器械产品绝大部分有失效日期，A 公司每半个月会将 3 个月内失效的产品清单列出供 D 公司参考。每月，A 公司还会提供一份详细的本月进、出货累计报告给 D 公司。另外，A 公司每月会对 D 公司在仓库中的产品进行一次抽样盘点，每年进行一次全面盘点，并将盘点报告交给 D 公司。

以上是 A 公司向 D 公司提供的第三方物流服务。

^① 储海：第三方物流服务案例，中国水运，2003（9）。

二、第一方物流和第三方物流

1. 第一方物流

第一方物流（first party logistics, 1PL）是指由物资提供者自己承担向物资需求者的物流问题，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的任务。

但是，由制造商自己从事物流存在一系列问题：

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，而物流业却非其核心业务，因此，从事物流业务的成本一般比专业物流企业高。

3) 在现代市场环境下，消费需求表现为品种多、批量小、批次多以及周期短等特点，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调整自己的生产、供应和流通战略。制造企业自己从事物流很难构造一个有效的物流网络来满足消费多样性的要求。

随着第三方物流的兴起，使得第一方物流原有的一些优势黯然失色。

2. 第三方物流

第三方物流（second party logistics, 2PL）是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企业都备有自己的运输工具和储存商品的仓库，以解决从供应商到商场的物流问题。

但是，由第三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资需求者（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，无论怎样配置都可能造成物流能力的浪费或紧张，所以，商业企业难以合理地配置物流设施。

3) 商业企业的核心竞争力在于商品的销售能力，而从事物流业却非其核心业务，因此，从事物流业务的成本一般比专业物流企业高。

4) 商业企业自己从事物流很难构造一个有效的物流网络，几乎难以达到及时供货的要求。

随着第三方物流的兴起，使得第三方物流原有的一些优势也逐渐失去。

图 1-2 是第一方物流、第三方物流和第三方物流之间关系的示意图。

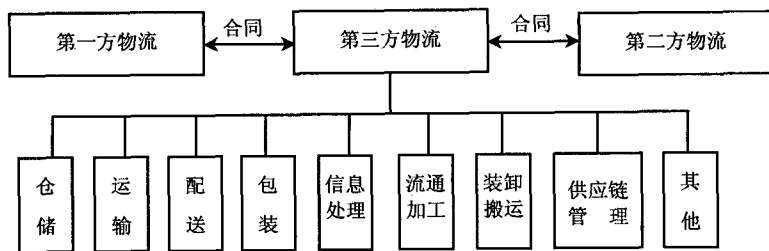


图 1-2 第一方物流、第二方物流与第三方物流关系示意

三、第三方物流的基本特征

1. 第三方物流是合同导向的一系列服务

第三方物流有别于传统的外协。外协仅限于一项或一系列分散的物流功能，如运输公司提供运输服务、仓储公司提供仓储服务。第三方物流虽然也包括单项服务，但更多的是提供多功能甚至全方位的物流服务。它注重的是客户物流体系的整体运作效率与效益。同时，第三方物流都是根据合同条款的要求，而不是客户的临时需求，来提供合同约定的物流服务。

例 1-2

欧美企业使用第三方物流的状况^①

欧美企业使用第三方物流时一般都签订专门的物流合同，合同时间一般是 1~3 年。欧美企业在利用第三方物流中，除了常见的仓储、共同运输、车队管理外，还利用其他服务，如产品回收、订单履行、运价谈判、物流信息系统等。

2. 第三方物流企业提供的是个性化物流服务

第三方物流企业不仅仅只像传统物流企业一样要完成某些物流业务，还包括按照客户特定的业务流程，设计如何捆包，用哪里的仓库保管，采用哪个运输部门、途径和哪条运输线路，在哪个恰当的时机发送货物等，以达到谋求客户的物流业务效率化和削减客户物流成本的目的。第三方物流服务的对象一般都较少，但服务的时间很长，往往达数年。第三方物流企业与其说是一个专业物流公司，不如说是客户的一个专职物流部门，只是这个“物流部门”更具有专业优势和管理经验。

例 1-3

宝供物流的第三方物流服务

宝供物流企业集团（以下简称宝供）是目前国内第三方物流企业的代表之一，

^① 田宇，朱道立：第三方物流研究，物流技术，1999（5）。

其主要客户包括宝洁、联合利华等多家大型企业，它的核心业务涵盖物流规划和模式设计、运作管理（仓储管理、运输管理、装卸分拣、包装）和信息管理（与客户的数据无缝连接、信息查询及各类报表自动生成）。

宝供的基本运营模式是：在招标阶段，由市场营销部牵头，组成包括各部门专家在内的项目小组，根据客户的业务流程进行物流方案的规划设计；与客户签订合同正式运作后，利用其网络和信息技术为客户提供高质量的物流服务。一方面，宝供在国内的中心城市形成了覆盖全国的服务网络，为客户提供门到门服务；另一方面，1997年宝供在国内率先建成基于 Internet/Intranet 的物流信息管理系统，并不断升级，使公司总部、各分公司和客户都能通过上网实时跟踪各票货物的运作状况，自动向客户提供各类业务报表。

3. 第三方物流企业与客户是战略合作伙伴关系

第三方物流企业不是单纯的货代公司，也不是单纯的速递公司。它的业务深深地触及到客户企业销售计划、库存管理、订货计划、生产计划等整个生产经营过程，远远超越了与客户一般意义上的买卖关系，而是与其紧密地结合成一体，形成了一种战略合作伙伴关系。从长远看，第三方物流的服务领域还将进一步扩展，甚至会成为客户营销体系的一部分。它的生存与发展必将与客户企业的命运紧密联系在一起。

4. 第三方物流以现代信息技术为基础

信息技术的发展是第三方物流出现和发展的必要条件。现代信息技术实现了数据的快速、准确传递，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、包装、保管、运输、流通加工实现一体化，客户企业可以更方便地使用信息技术与第三方物流企业进行交流和协作，企业间的协调和合作有可能在短时间内迅速完成。同时，计算机软件的迅速发展使得人们能够精确地计算出混杂在其他业务中的物流活动的成本，并能有效地管理物流渠道中的商流，从而促使客户企业有可能把原本在内部完成的物流活动交由第三方物流企业运作。

5. 第三方物流能提供集成物流服务

传统物流企业的运作模式是：经营仓储的，不涉及或很少涉及运输服务；经营运输的，不提供仓储服务或不提供货代服务，更谈不上为客户设计、维护一套有效的信息系统。这导致工商企业的简单物流业务也要找好几家甚至几十家传统物流企业来承担，一旦出现问题，这些企业间又相互推诿，谁也不肯负责。与之相比，现代第三方物流企业不仅提供仓储、运输服务，还提供信息管理、承运人选择、业务咨询、库存补充、产品再包装、贴标签、货代、相关报表管理等多种