



普通高校经济及管理学科规划教材

# 物流管理专业 第三方物流

刘 明 邵军义 / 主 编

刘 艳 迟增晓 / 副主编

中国铁道出版社  
经济科学出版社

普通高校经济及管理学科规划教材

# 第三方物流

主 编 刘 明 郎军义

副主编 刘 艳 迟增晓

中 国 铁 道 出 版 社  
经 济 科 学 出 版 社

## 内 容 简 介

本书立足于现代物流管理发展的最新理论和实践成果,系统介绍了第三方物流的理论、方法和技术,通过追踪国内外第三方物流的发展动向,揭示了其发展规律,特点和管理模式。

本书既可作为高等院校、高职高专教材,亦可供各类成人教育及物流从业人员参考。

## 图书在版编目(CIP)数据

第三方物流 / 刘明, 邵军义主编. —北京: 中国铁道出版社, 2007. 8

普通高校经济及管理学科规划教材

ISBN 978-7-113-08240-6

I. 第… II. ①刘…②邵… III. 物流—物资管理—高等学校—教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 131882 号

书 名: 普通高校经济及管理学科规划教材

第三方物流

作 者: 刘 明, 邵军义

出版发行: 中国铁道出版社(100054, 北京市宣武区右安门西街 8 号)

策划编辑: 郭 宇 纪晓津

责任编辑: 荆志文 刘 翥

封面设计: 崔丽芳

印 刷: 北京鑫正大印刷有限公司

开 本: 787mm×960mm 1/16 印张: 19.75 字数: 409 千

版 本: 2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-113-08240-6/F·495

定 价: 28.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社发行部调换。

编辑部电话: 010-51873156

发行部电话: 010-63549469

# 总 序

人类社会已经迈入 21 世纪。追溯上个世纪,管理理论与实践得到了飞速发展,研究领域不断拓宽,从初期的经验管理到后期的科学管理,从工业化时代的规模经营管理到信息化时代的基于信息基础的企业再造,从注重等级和控制的“金字塔”式组织模式到基于网络和知识的“柔性”组织模式,这些,无论是在管理的理论、思想观念和技术方法上,还是在管理实践上都发生了巨大变化。在我国实施改革开放政策以来,社会各界掀起了一浪高过一浪的管理热潮,管理学界相继发生了一系列重大的变革。1994 年教育部批准在 9 所重点高校试点举办工商管理(MBA)硕士研究生教育,现在已经发展到 63 所;1996 年国家自然科学基金委员会管理学科组升格为管理学部;1997 年在教育部学科专业目录调整过程中,将管理学从经济学中独立出来,成为与经济学并列的学科门类之一;2002 年管理学界的专家首次当选为中国工程院院士。这些重大的变革标志着管理学科的重要地位得到了我国社会各界的认可。

随着我国市场经济体制的不断完善,以及中国正式加入世界贸易组织(WTO),中国经济要面对国际大市场的竞争,企业要实现国际化经营,管理教育如何迎接新世纪的挑战,适应变化的需要,已经成为我国管理学界亟需研究与探讨的焦点问题之一。著名管理学家彼得·德鲁克(Peter F. Drucker)曾经指出:“对我们的社会来说,管理是一种最显著的创新。”另一名著名管理学家亨利·明茨伯格(Henry Mintzberg)也曾指出:“彻底重塑传统管理教育的时代已经来临。”在这种社会呼唤“管理教育创新”的背景下,组织一套适应新世纪要求的经济及管理类学科规划教材是非

常必要和及时的。

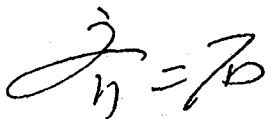
普通高校经济管理学院(系)协作会最初是由我国北方八省(辽宁、吉林、黑龙江、内蒙古、河北、河南、山东、山西)两市(北京、天津)的数十所高校经济管理学院系自发形成的教学协作组织。协作会成立14年来,以团结友谊、精诚合作、优势互补、共同发展的精神,坚持在管理理论的创新与实践、学科建设与发展、教材规划编写,以及人才培养与校际交流等方面进行了探索,取得了丰硕成果。此套规划教材的组织编写,是协作会面向21世纪管理教育创新的又一力作。

为了保证规划教材的质量和水平,我们成立了由国内外知名专家教授及部分管理学院院士(系主任)、出版社编审组成的教材编审委员会。各门教材(包括专业教材、专业基础教材和基础教材)将采取合作的方式由具有丰富教学与研究实践经验的教师主编,相关院校参加编写。规划教材的编写力求博采众家之长,把握管理前沿,注重理论与实践相结合,使之成为科学性、规范性、创新性、实用性并举的精品教材及创新教研成果。

由于经济及管理是一个不断变化和发展的重要学科,新的理论、技术和方法将会大量引用。鉴于我们的水平有限,规划教材在编写过程中难免存在的疏漏与不足之处,敬请各位专家与读者批评指正。

天津大学管理学院院长、教授、博士生导师

教育部管理科学与工程专业教学指导委员会主任委员



2006年6月于津

# 普通高校经济及管理学科规划教材 编审委员会

## 主任委员

齐二石 天津大学管理学院 院长 教授 博士生导师  
教育部管理科学与工程专业教学指导委员会 主任委员

## 常务副主任委员(按汉语拼音顺序排序)

安 忠 天津理工大学经济与管理学院 教授  
天津市企业联合会、企业家协会 执行理事  
郭 宇 中国铁道出版社 副总编辑 编审  
纪晓津 经济科学出版社 副主任 编审

## 副主任委员(按汉语拼音顺序排序)

陈彦玲 北京石油化工学院经济管理学院 党委书记 教授  
李长青 内蒙古工业大学管理学院 院长 教授  
李向波 天津工业大学管理学院 副院长 副教授  
刘 岗 山东大学管理学院 副院长 教授  
刘家顺 河北理工大学管理学院 院长 教授  
刘 克 长春工业大学管理学院 副院长 教授  
吕荣杰 河北工业大学管理学院 党委书记 教授  
苗长润 河北工业大学 教授  
彭诗金 郑州轻工业学院经济与管理学院 院长 教授  
乔 梅 长春大学管理学院 副院长 教授  
范桂萍 佳木斯大学经济管理学院 院长 教授  
邵军义 青岛理工大学管理学院 院长 教授  
盛秋生 齐齐哈尔大学管理学院 院长 教授  
王信东 北京机械工业学院 教授  
魏亚平 天津工业大学会计学院 院长 教授  
徐德岭 天津师范大学经济与管理学院 副院长 教授

杨巨广 青岛港湾职业技术学院 教务处处长 教授  
尹贻林 天津理工大学经济与管理学院 院长 教授 博士生导师  
教育部管理科学与工程专业教学指导委员会委员  
张国旺 天津商业大学商学院 院长 教授  
张 璞 内蒙古科技大学经济管理学院 院长 教授  
张英华 天津财经大学商学院 院长 教授 博士生导师

# 前 言

随着世界经济的发展,全球化竞争加剧,信息技术迅速发展,电子商务、物流配送等成了现代物流的主要发展趋势,在此背景下,第三方物流应运而生。当今,由于现代物流业对增强国力和国际竞争力产生了积极作用,因而在西方发达国家得到迅速发展。当前,工商企业通过把企业的物流业务全部或部分外包给第三方物流企业承担,从而降低了物流成本,提高了客户服务水平,因此,采用第三方物流策划、管理、运作的模式越来越普遍,第三方物流业务市场也在不断扩大。

目前,第三方物流在我国正处于从无到有、从起步到快速发展的阶段,传统产业结构逐渐被打破,现代物流作为一个代表新型经营理念的产业概念被接受,作为专业化物流的“第三方物流”已经引起我国物流业界和理论界人士的重视和关注,第三方物流的发展对整个物流产业起着至关重要的作用。与此同时,国内关于第三方物流的理论研究还比较欠缺,因此,我们编写这样一本教科书,目的是希望能将第三方物流的理论知识、发展现状、操作内容比较全面系统地介绍给读者。

本书编写的指导思想是立足于现代物流管理发展的最新理论和实践成果,全面、系统地介绍第三方物流的理论、思想、方法和技术,试图从新的视野重新审视第三方物流的本质,通过及时追踪国内外第三方物流的发展动向,揭示当代第三方物流的发展规律、特点和管理模式。

本书既可以作为高等院校、高职高专院校物流管理、物流工程、交通运输、市场营销等专业的教材,也可以作为各类成人教育以及广大物流从业人员的参考读物。

本书由刘明和邵军义主编,刘艳和迟增晓任副

# 前言

主编。刘明编写第九章和第十章,刘艳编写第一章和第三章,迟增晓编写第七章,韩立红编写第二章,韩萍编写第四章,张小翔编写第五章,郝国英编写第六章,许伟丽编写第八章。全书由刘明编纂,由邵军义教授主审、定稿。

在本书的编写过程中,我们参考了大量的有关第三方物流的论著、论文等,这些文献对于本书的最后完成起着重要作用,编者已经尽可能在参考文献中详细列出,在此,对这些文献的作者表示深深的谢意。

虽然在写作过程中,我们小心谨慎,查阅大量文献,但是由于第三方物流的理论和实践的快速发展,再加上学识水平有限,书中疏漏之处在所难免,敬请读者批评指正。

本书由刘明、刘艳、迟增晓、韩立红、韩萍、张小翔、郝国英、许伟丽编写,刘明主编。2007年8月

本书由刘明、刘艳、迟增晓、韩立红、韩萍、张小翔、郝国英、许伟丽编写,刘明主编。2007年8月

本书由刘明、刘艳、迟增晓、韩立红、韩萍、张小翔、郝国英、许伟丽编写,刘明主编。2007年8月



|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| <b>第一章 第三方物流概述 .....</b>       | <b>1</b>  |
| 学习目标 .....                     | 1         |
| 关键术语 .....                     | 1         |
| 第一节 第三方物流的定义 .....             | 1         |
| 第二节 第三方物流的历史演变和发展动力 .....      | 3         |
| 第三节 第三方物流的类型和业务范围 .....        | 6         |
| 第四节 第三方物流的基础理论 .....           | 11        |
| 第五节 第三方物流的特点和正负面效应 .....       | 13        |
| 第六节 第三方物流的利益来源及价值创造 .....      | 18        |
| 第七节 第三方物流的发展趋势 .....           | 23        |
| 案例分析 .....                     | 26        |
| 复习思考题 .....                    | 27        |
| <b>第二章 第三方物流发展现状 .....</b>     | <b>29</b> |
| 学习目标 .....                     | 29        |
| 关键术语 .....                     | 29        |
| 第一节 欧、美、日第三方物流发展概况 .....       | 29        |
| 第二节 我国第三方物流的发展与变迁 .....        | 37        |
| 第三节 我国第三方物流的发展现状及主要问题 .....    | 41        |
| 第四节 发达国家第三方物流发展的经验与借鉴 .....    | 49        |
| 案例分析 .....                     | 53        |
| 复习思考题 .....                    | 55        |
| <b>第三章 第三方物流产品的开发与设计 .....</b> | <b>56</b> |
| 学习目标 .....                     | 56        |
| 关键术语 .....                     | 56        |
| 第一节 第三方物流产品的内涵 .....           | 56        |
| 第二节 第三方物流服务内容综述 .....          | 60        |
| 第三节 客户物流需求分析 .....             | 67        |
| 第四节 定制客户物流服务方案 .....           | 75        |
| 第五节 物流服务方案的持续改进 .....          | 81        |
| 案例分析 .....                     | 85        |
| 复习思考题 .....                    | 87        |

#### 第四章 第三方物流的客户服务 ..... 89

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 学习目标 .....               | 89  |
| 关键术语 .....               | 89  |
| 第一节 客户服务的概念及特性 .....     | 89  |
| 第二节 第三方物流下的客户服务模式 .....  | 93  |
| 第三节 第三方物流的客户服务实务 .....   | 97  |
| 第四节 第三方物流客户服务的因素 .....   | 104 |
| 第五节 第三方物流客户服务表现的评价 ..... | 109 |
| 案例分析 .....               | 118 |
| 复习思考题 .....              | 122 |

#### 第五章 第三方物流与供应链管理 ..... 123

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 学习目标 .....                  | 123 |
| 关键术语 .....                  | 123 |
| 第一节 供应链管理概述 .....           | 123 |
| 第二节 供应链管理环境下的企业业务外包 .....   | 128 |
| 第三节 第三方物流与其供应链上相关者的关系 ..... | 130 |
| 第四节 以第三方物流企业为主导的供应链模式 ..... | 147 |
| 案例分析 .....                  | 151 |
| 复习思考题 .....                 | 153 |

#### 第六章 现代仓储与第三方物流配送 ..... 154

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 学习目标 .....             | 154 |
| 关键术语 .....             | 154 |
| 第一节 现代仓储中心概述 .....     | 154 |
| 第二节 现代仓储中心的设施与设备 ..... | 160 |
| 第三节 物流配送中心概述 .....     | 164 |
| 第四节 物流配送中心的规划与建设 ..... | 169 |
| 第五节 物流配送流程与配送管理 .....  | 172 |
| 第六节 物流配送中心内的合理化 .....  | 175 |
| 第七节 国内外物流配送发展现状 .....  | 178 |
| 案例分析 .....             | 182 |
| 复习思考题 .....            | 183 |

## **第七章 第三方物流与电子商务 ..... 184**

学习目标 ..... 184

关键术语 ..... 184

第一节 电子商务基本知识 ..... 184

第二节 第三方物流与电子商务的关系 ..... 200

第三节 电子商务时代的物流瓶颈效应 ..... 207

第四节 电子商务环境下第三方物流模式的选择 ..... 214

第五节 电子商务环境下第三方物流企业的前景和  
策略分析 ..... 221

案例分析 ..... 223

复习思考题 ..... 225

## **第八章 第三方物流管理信息系统 ..... 226**

学习目标 ..... 226

关键术语 ..... 226

第一节 物流管理信息系统概述 ..... 226

第二节 物流信息技术 ..... 235

第三节 第三方物流管理信息系统概述及设计 ..... 244

第四节 典型的第三方物流管理信息系统 ..... 252

第五节 企业社会化物流信息系统 ..... 256

案例分析 ..... 260

复习思考题 ..... 262

## **第九章 第三方物流合同 ..... 263**

学习目标 ..... 263

关键术语 ..... 263

第一节 第三方物流合同概述 ..... 263

第二节 第三方物流合同管理 ..... 266

第三节 第三方物流合同的订立 ..... 269

案例分析 ..... 273

复习思考题 ..... 279

## **第十章 第三方物流的整合策略 ..... 280**

学习目标 ..... 280

关键术语 ..... 280

|                     |            |
|---------------------|------------|
| 第一节 资源整合概述 .....    | 280        |
| 第二节 第三方物流整合 .....   | 288        |
| 第三节 第三方物流并购 .....   | 291        |
| 第四节 第三方物流战略联盟 ..... | 293        |
| 第五节 第四方物流 .....     | 295        |
| 案例分析 .....          | 299        |
| 复习思考题 .....         | 302        |
| <b>参考文献</b> .....   | <b>303</b> |

## 第一章

# 第三方物流概述

### 【学习目标】

1. 掌握第三方物流的定义
2. 了解第三方物流的业务类型
3. 了解第三方物流的利益来源

### 【关键术语】

第三方物流 业务外包 业务范围 利润来源 价值创造

随着人们对商品生产、流通和消费需要的提升,物流这一概念,越来越引起人们的注意,被称为企业的“第三利润源泉”。随着现代企业生产经营方式的变革和市场外部条件的变化以及电子商务的蓬勃发展,作为专业化物流的“第三方物流”正在引起我国物流业界和理论界人士的重视和关注。在西方发达国家,先进企业的物流模式已开始向第三方物流甚至第四方物流方向转变。完善的第三方物流企业能够为货主企业提供部分甚至是全部环节的物流服务,包括仓库存货代理、运输代理、通关代理等业务。第三方物流可以帮助企业提高劳动生产率、降低成本,并增加灵活性。因此,第三方物流被誉为企业发展的“加速器”和 21 世纪的“黄金产业”。有迹象表明,公司对第三方物流服务商的利用频率越来越高,范围也将越来越广。

## 第一节 第三方物流的定义

第三方物流(Third-Part Logistics,简称 TPL 或 3PL)是现代物流的主要形式和发展方向。它是在市场制度不断完善、科学技术迅速进步的社会背景下,随着社会分工的不断深化和专业化水平的不断提高而逐步形成并迅速发展起来的。第三方物流成为 20 世纪 90 年代以来有关物流研究的主要方向之一。

第三方物流的概念源自于管理学中的 Out-Sourcing,即业务外包,意指企业动态地配置自身和其他企业的功能和服务,利用外部的资源为企业内部的生产经营服务。将 Out-Sourcing 引入物流管理领域,就产生了第三方物流的概念。

目前关于第三方物流的定义有很多,涵盖范围也有不同,国内外还没有形成统一的

看法。这一术语是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在一项客户服务调查中,首次采用了“第三方物流提供者”一词。第三方物流是相对于“第一方”发货人和“第二方”收货人而言的,它通过与第一方和第二方的合作提供专业化的物流服务,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。

2001年我国发布的国家标准《物流术语》是这样定义第三方物流的:第三方物流是由供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式。

在1996年日本内阁阁僚会议上通过的《经济结构的变革和创新计划》中,第三方物流被定义为:由买卖双方以外的第三者按照货主的要求受托完成相关的物流业务。

美国著名的MERCER管理顾客公司对第三方物流的定义为:“向发货人或收货人提供从物流节点的功能服务,到更大范围的物流渠道的一体化服务;把运输管理、存货调度和信息技术结合起来,以较低的渠道总成本向客户提供增值服务。”

还有的学者认为,第三方物流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使用者提供从系统设计、计划、管理到实施全面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,第三方物流企业与其客户企业之间是联盟关系。

这些定义的表述方法、表述角度、表述内容都不尽相同,但是几乎所有这些定义都表明这样一层意思:第三方物流是由买卖双方以外的第三方来承担物流职能的业务模式。

本书认为,所谓第三方物流是指生产经营企业为集中精力搞好主业,把原来属于自己处理的物流活动,以合同方式委托给专业物流服务企业,同时通过信息系统与物流服务企业保持密切联系,以达到对物流全程的管理和控制的一种物流运作与管理方式。因此第三方物流又叫合同制物流(Contract Logistics)。提供第三方物流服务的企业,其前身一般属于运输业、仓储业等从事物流相关活动的行业。

有一点需要指明的是,我们常提到第三方物流这一术语除了代表一种物流行业的运作管理模式之外,还可以指一个从事第三方物流服务的企业,即第三方物流服务商。

自上个世纪80年代以来,欧美国家企业已不再将物流作为工商企业直接管理的活动,它们常从外部物流专业公司中采购物流服务。如早在1992年对全球500家最大制造商物流主管的调查表明,有37%的企业采用第三方物流服务。1997年,主要的英国零售商已控制了94%的工程配送(从配送中心到商店),其中将近47%的配送是外协的。在美国的一些主要市场上,3PL的利用率已经达到73%,还有16%的企业研究未来3PL的利用。此外,在国际物流方面也有物流服务外协的趋势。据荷兰国际配送协会(HIDC)的调查表明:美国、日本、韩国等国家的欧洲配送中心中有2/3是由第三方物流公司管理的。

物流中的五个“合适”(Right),即把合适的产品(The right product),在合适的地

点(In right place),以适当的数量(In the right quantity)和适当的价格(At the right price),在所需要的时间(At the right time)提供给顾客,日益成为衡量客户服务的质量标准,这对第三方物流同样适用。

## 第二节 第三方物流的历史演变和发展动力

### 一、第三方物流的历史演变

#### (一) 第三方物流产生的背景和发展原因

随着现代企业生产经营方式的变革和市场外部条件的变化,以及工业型社会向信息型社会的过度,企业从纵向一体化直接控制资源转向横向一体化,借助其他企业的资源来达到快速响应市场需求的目的。为此,企业将主要精力放在企业的关键业务上,而将非核心业务交给其他专业企业,即专门从事物流服务的第三方物流企业。在这样的背景下,第三方物流就应运而生了。因可以说,企业物流从发展上看遵循着企业内狭窄的自营物流活动—企业内宽泛的自营物流活动—第三方物流这一历史轨迹,这也与纵向一体化向横向一体化的经营方式转变过程的要求相一致。

最初,对物流的研究仅限于工商企业内部。企业在纵向一体化思维主导下,既搞生产又搞物流。所不同的仅仅是在物流这个概念确切提出前,企业的目光可能仅仅限于运输与仓储两个环节的综合优化,而在物流概念提出后,在信息技术的支持下,物流优化由原来的运输、仓储扩展至运输、仓储、装卸、包装、配送、流通加工、信息等更广阔范围的系统综合优化。

进入 20 世纪 90 年代,随着科学技术的进步和全球化市场的形成,企业面对的竞争越来越激烈,纵向一体化的弊端就显露出来了:企业负担过重,除了管理生产外,还要管理原材料的采购、产品销售和物流活动;一体化成员过多,业务链过长,导致物流、信息流经常被扭曲,市场反应迟钝;每个业务环节都面临众多竞争对手,竞争压力人为加大;企业无法集中精力于核心业务,限制了自身竞争力的提高。

在这种情况下,横向一体化模式被提出来了。该模式是在适应全球市场的竞争,对纵向一体化扬弃的基础上形成的。横向一体化强调企业要集中优势于自己的核心业务,通过借助其他企业的资源和优势业务来完成自身的非核心业务,以达到快速响应市场需求、降低运营成本和风险的目的。对于生产企业来说,其核心业务一般地说就是生产,物流业务对于他们来说通常属于非核心业务,这样就具备了第三方物流产生的条件。应该说第三方物流是在企业强调核心业务、横向一体化思想影响下产生的,是社会分工的结果。

第三方物流的发展迅速源于以下原因:

(1) 第三方物流是经济发展和社会化分工的必然趋势。伴随经济发展和科技进

步、经济全球化、物流国际化、生产企业的经营理念不断更新,越来越注重社会化分工和专业化协作。企业应把自己的人力物力和资金集中在本企业的核心业务上,以使企业获得社会分工协作带来的经济效益;网络时代供应链的运用,使物流系统向更专业化和高水平方向发展,一般水平的物流管理和物流技术已不能适应新经济时代的要求,迫使生产企业不得不将物流业务委托给第三方物流企业。这样做的结果不仅使生产企业能够专心致力于自己的核心业务,发挥本企业的专业优势,而且又减少了其他方面的牵绊,节约了物流成本。

(2) 第三方物流是物流业发展的必然趋势。第三方物流企业在激烈竞争的环境中,因自身生存的需要,不断将自己的物流管理能力、业务水平和技术手段升级,从单一的物流服务发展到系统规划设计,从单一环节的服务发展到全面的物流质量管理,使生产企业满意度不断提高,改变了生产企业对第三方物流企业的传统看法,双方逐渐建立信任和稳定的合作关系,生产企业自然地将物流业务委托给第三方物流企业,从而促进第三方物流业的发展。

(3) 第三方物流是经营环境和客观条件成熟的标志。由于现代工业经济愈发成熟,市场竞争激化,社会分工细化,经营环境越来越严酷,使得生产企业无法支付庞大的费用,没有精力搞大而全、小而全的内部设置,也无暇顾及非核心业务。既然专业物流企业服务已符合要求,既不用自己操心费力,又不增加支出,何必事事自己去做呢?况且企业自己做还不如专业物流企业做得到位。

## (二) 第三方物流的发展阶段

现代意义上的第三方物流是一个相对年轻的行业,20世纪90年代是国外第三方物流发展的黄金时期,在有些国家已经形成了一个比较完整的产业。

第三方物流的历史演进可分为五个阶段,即导入期、知晓期、需求期、整合期和差别化期,如表1-1所示。这五个阶段是Chrisoula和Douglas在1998年提出的,其划分标准是TPL所提供的服务类型、所实施控制的水平以及在企业战略重要性方面所扮演的角色。

表 1-1 TPL 的五个发展阶段

| 时 期                        | 阶 段                          | 特 征  |
|----------------------------|------------------------------|------|
| 20 世纪初—20 世纪 50 年代晚期       | 导入期(Introduction period)     | 单一服务 |
| 20 世纪 50 年代末—20 世纪 60 年代中期 | 知晓期(Awareness period)        | 独立服务 |
| 20 世纪 60 年代中期—20 世纪 70 年代末 | 需求期(Necessity period)        | 集成服务 |
| 20 世纪 70 年代末—20 世纪 80 年代晚期 | 整合期(Integration period)      | 综合服务 |
| 20 世纪 80 年代末—20 世纪 90 年代晚期 | 差别化期(Differentiation period) | 组合服务 |

在导入期,第三方物流公司仅提供搬运、运输或仓储一种服务,服务的意识不强,服务的内容单一;进入知晓期,第三方物流公司提供独立服务,服务的意识逐渐增强,服务的内容逐渐完善,但提供的服务依然缺乏集成性、系统性、综合性;在需求期内,服务商