



全国高等职业教育规划教材·物流管理专业



第三方物流运营实务

钱芝网 施国洪 主编



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>



中国出版集团 中国对外翻译出版公司

中国出版集团 中国对外翻译出版公司

全国高等职业教育规划教材·物流管理专业

第三方物流运营实务

钱芝网 施国洪 主编

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

第三方物流因其能为企业注入新的资源、提高企业竞争力、帮助企业分担风险和降低成本、提高服务水平等,被越来越多的企业视为决胜未来的战略利器。

本书立足于第三方物流企业的实际需要,采取理论与实例相结合的方法论述了第三方物流的基本理论与经营运作方式。全书共分九章,主要阐述了四个方面的问题:一是第三方物流的基本理论与基本知识;二是第三方物流企业自身的组织管理、经营管理、服务管理和信息管理;三是基于供应链管理和电子商务的第三方物流企业的业务运作;四是第三方物流企业的发展战略。全书理论简明,技能突出,深浅适度,既反映了第三方物流管理理论的时代性、系统性和精益性,也充分体现了第三方物流管理的实务性和可操作性。

本书既可以作为高职高专物流管理专业的教学用书,也可供企业物流管理人员培训、自学和提高之用。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

第三方物流运营实务/钱芝网,施国洪主编. —北京:电子工业出版社, 2007.6

(全国高等职业教育规划教材·物流管理专业)

ISBN 978-7-121-04165-5

I. 第… II. ①钱… ②施… 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 072675 号

责任编辑:吕 迈 左 雅

印 刷: 北京牛山世兴印刷厂
装 订:

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 15 字数: 321 千字

印 次: 2007 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 5 000 册 定价: 22.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

序

进入 21 世纪后,以新型流通方式为代表的连锁经营、物流配送、电子商务等产业发展迅速,服务业对整个国民经济的发展越来越重要。被誉为“21 世纪最具发展潜力”行业之一的物流业,已经成为中国经济发展的重要产业和新的经济增长点。

随着社会主义市场经济体系的建立,我国在物流教育方面已初步形成了一个较为完善的教育体系。但是,社会对物流人才的需求呈上升趋势,我国高校的物流教育大多仍处在自行设计课程与实践的阶段,与境外物流人才的培养相比,差距主要体现在物流从业人员的素质有待提高以及物流知识和技能与实践脱节等方面。

物流学科是一门综合学科,物流产业是一个跨行业、跨部门的复合产业,具有劳动密集型和技术密集型相结合的特征。发展物流高等职业教育是完善物流教育多层次体系的需要,也是满足对物流人才需求多样化的需要。

2004 年 1 月,电子工业出版社组织 30 余所高职院校的优秀教师,编写了“全国高等职业教育物流管理专业”系列规划教材,从 2004 年 8 月至 2005 年 3 月共出版教材 13 种。目前,这套教材中的大部分已有近 3 年的使用时间,得到了使用院校的普遍好评,其中多种教材被评为“普通高等教育‘十一五’国家级规划教材”。随着教育的不断深入及社会用人单位对高职毕业生要求的进一步提高,为使教材更好地适应教师教学和学生就业的需要,2007 年 1 月,电子工业出版社在上海召开了教材修订研讨会,在认真听取了到会老师意见的基础上,明确了修订教材的编写思路 and 原则。

作者根据修订教材的编写思路 and 原则,结合物流一线人员的意见和建议,已修正和完善了教材中的相关内容。修订版教材补充了大量新案例,采用了近年的最新数据,在内容方面体现了物流领域的新知识、新技术、新思想和新方法,在编写方法上注重了现实社会发展和就业的需求,更加突出了“实用性、技能性、应用性”,是一套能使物流及相关专业的学生拓展思路、丰富知识、贴近企业的素质性教育教材。

这套物流管理专业教材在对第 1 版教材进行修订的同时,还将根据专业发展和社会需求的变化不断补充新的教材。希望该套教材的出版和使用能为培养优秀的物流专业人才起到积极的推动作用。



教育部高等院校物流类教学指导委员会 主 任

中国物流学会 副会长

上海海事大学 副校长

2007 年 6 月

前言

随着市场竞争的日趋激烈,每个企业都面临着缩短交货期、控制库存、降低成本和改进服务的压力,第三方物流以其独立化、专业化的特征改变了传统的物流模式,并为企业加强JIT管理、提高竞争力创造了条件。因此,越来越多的企业已将其视为企业获得竞争优势的重要的战略手段。

所谓第三方物流,是指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。使用这种物流服务,不仅可以给工商企业带来诸如集中主业、节省费用、减少库存、提升企业形象等众多益处,而且还能够大幅降低社会物流运作成本。正因为如此,第三方物流蕴藏着极大的发展潜力,得到了全球众多企业的普遍关注。

目前世界范围内第三方物流业务发展得十分迅猛,欧美等发达国家的物流管理与技术已日臻完善,实现了物流系统设计合理化、仓储管理自动化、运输高效化、装卸分拣机械化、包装标准化、加工配送一体化,以及信息管理网络化。我国的物流产业属于起步阶段,物流作业成本高、周转慢、库存大、效率低。业内专家估计我国物流成本占GDP比重在20%以上。据统计,在我国目前工业企业生产中,直接劳动成本占总成本的比重不到10%,而物流费用占总成本的比重,从账面看约为40%,库存商品沉淀的资金占GDP近50%。目前国际公认的库存商品与GDP的比例,发达国家一般不超过1%,发展中国家也不过5%。有专家估算,我国仅汽车空驶率就高达30%左右,一件商品从生产出来到消费者手中,要经过十几次搬动、装卸,长时间的储存、保管,由此造成的全国物资损耗约在3000亿元左右。要改变上述状况,必须大力发展第三方物流。资料显示,美国、日本等国家使用第三方物流企业的比例已达30%以上。而在我国的工业企业中,把原材料物流交给第三方物流的占18%,把销售物流交给第三方的仅占16%。这些方面的明显差距,表明了我国第三方物流市场具有巨大的发展潜力和广阔的发展前景。

然而,与我国第三方物流快速发展的新形势极不相称的是,我国第三方物流的从业人员中,具备现代物流管理理念,熟知第三方物流经营运作规则和操作技能的人太少,严重制约了我国第三方物流的发展,也难以满足工商企业对第三方物流服务的要求。有鉴于此,我们组织了部分高职院校的优秀教师和第三方物流企业的优秀管理人员,编写了本书。

本书与其他教材相比,最显著的特点是:遵循理论够用为度,着重介绍了第三方物流业务的具体运作。本书在讲授了第三方物流的基本理论和基本知识的基础上,主要阐述了三个方面的问题:一是第三方物流企业的具体业务运作,包括供应链和电子商务下的第三方物流

的业务运作；二是第三方物流企业自身的经营管理、服务管理和信息管理；三是第三方物流企业的发展战略。全书理论简明，技能突出，可操作性强。

本书由钱芝网副教授和施国洪教授担任主编，并负责书稿框架的设计和统稿、定稿，孙君、安广法任副主编。全书共分9章，每章都有“本章导读”，让学生在未学之前就对本章的主要内容有所了解。同时，每章都安排了主题案例，让学生带着问题去学习，提高学习兴趣。全书的写作分工如下：第1章由钱芝网编写，第2章、第6章由安广法编写，第3章由孙君编写，第4章由施国洪编写，第5章由陈敬贤编写，第7章由濮帅编写，第8章由钟颢编写，第9章由谢磊编写。

本书既可以作为高职院校物流管理专业的教学用书，也可供企业物流管理人员自学、提高之用。

本书的出版，得到了电子工业出版社张云怡老师的悉心指导，作者所在单位也给予了有力的支持。在写作的过程中参考、引用了学术界同仁的有关著作、教材、案例和论文，谨此深表谢忱！

由于编者水平有限，书中偏颇、疏漏在所难免，诚请同行专家和广大读者批评指正。

编者

2007年3月

目 录

第1章 第三方物流概述	(1)
主题案例	(1)
1.1 第三方物流的概念与背景	(3)
1.1.1 什么是第三方物流	(3)
1.1.2 第三方物流产生的背景	(5)
1.1.3 第三方物流的发展阶段	(6)
1.2 第三方物流的发展模式	(7)
1.2.1 世界第三方物流的发展模式	(7)
1.2.2 我国第三方物流的发展模式	(9)
1.3 第三方物流企业的类型	(10)
1.3.1 按照所提供服务的种类划分	(10)
1.3.2 按照所属的细分物流市场划分	(11)
1.4 第三方物流的利益来源和价值创造	(11)
1.4.1 第三方物流的利益来源	(11)
1.4.2 第三方物流的价值创造	(13)
1.5 第三方物流的服务内容及增值空间	(15)
1.5.1 第三方物流企业的服务内容	(15)
1.5.2 第三方物流的增值空间	(18)
1.6 第三方物流的发展前景	(18)
1.6.1 第三方物流的发展趋势	(18)
1.6.2 第三方物流在我国的前景展望	(22)
复习思考题	(24)
第2章 第三方物流服务市场与产品开发设计	(25)
主题案例	(25)
2.1 第三方物流服务市场	(26)
2.1.1 第三方物流服务市场的细分	(26)
2.1.2 第三方物流服务市场的内容	(28)
2.1.3 第三方物流市场发展的趋势	(29)
2.2 第三方物流服务产品	(31)
2.2.1 第三方物流服务产品的概念和特征	(31)

2.2.2 第三方物流服务的核心产品和附加产品	(31)
2.2.3 第三方物流服务产品的设计与开发	(32)
主题案例分析	(38)
复习思考题	(38)
第3章 第三方物流企业组织管理	(39)
主题案例	(39)
3.1 第三方物流企业组织管理概述	(41)
3.1.1 第三方物流企业组织的形成和发展	(41)
3.1.2 第三方物流企业组织管理的内容	(42)
3.1.3 我国第三方物流企业组织的目标模式	(43)
3.2 第三方物流企业组织的基本形式	(45)
3.2.1 第三方物流企业直线型组织形式	(45)
3.2.2 第三方物流企业职能型组织形式	(46)
3.2.3 第三方物流企业事业部型组织形式	(46)
3.2.4 第三方物流企业矩阵型组织形式	(47)
3.2.5 第三方物流企业动态网络型组织形式	(48)
3.2.6 我国第三方物流企业组织结构特点	(48)
3.3 第三方物流企业的组织设计	(50)
3.3.1 第三方物流企业组织设计的内容	(50)
3.3.2 第三方物流企业组织设计的影响因素	(51)
3.3.3 第三方物流企业组织设计的原则	(52)
3.3.4 第三方物流企业组织设计的合理性分析	(54)
3.4 第三方物流企业组织管理创新	(55)
3.4.1 加快建立现代企业制度	(55)
3.4.2 着力增强企业自组织能力	(56)
3.4.3 创新企业文化	(58)
3.4.4 全面提高企业信息化水平	(59)
主题案例分析	(60)
复习思考题	(60)
第4章 第三方物流企业经营管理	(62)
主题案例	(62)
4.1 第三方物流企业经营管理概述	(64)
4.1.1 第三方物流企业的特点	(64)
4.1.2 第三方物流企业经营管理的特征	(66)

4.1.3	第三方物流企业经营管理的职能	(67)
4.2	第三方物流企业的基本经营战略	(68)
4.2.1	第三方物流企业经营战略的含义	(68)
4.2.2	低成本战略	(69)
4.2.3	产品差异战略	(73)
4.2.4	目标集中战略	(74)
4.2.5	国际化战略	(75)
4.3	第三方物流企业经营的基本模式	(76)
4.3.1	资源经营	(77)
4.3.2	周期时间压缩经营	(78)
4.3.3	营销经营	(79)
4.3.4	战略经营	(79)
4.3.5	合作经营	(80)
4.4	第三方物流企业经营流程分析	(82)
4.4.1	经营流程的含义	(82)
4.4.2	经营流程的基本构造	(83)
4.4.3	第三方物流企业经营流程设计	(84)
4.4.4	第三方物流企业经营流程的功能	(86)
4.4.5	经营流程的特性分析	(87)
4.4.6	影响经营流程设计的因素	(87)
4.5	第三方物流企业经营管理的基本方式	(88)
4.5.1	完善第三方物流企业的管理体系	(88)
4.5.2	加强人力资源管理	(88)
4.5.3	建设企业工作团队	(93)
4.5.4	发展电子商务	(94)
4.5.5	加强基础设施建设	(95)
	主题案例分析	(96)
	复习思考题	(97)
第5章	第三方物流企业服务管理	(99)
	主题案例	(99)
5.1	第三方物流企业服务概述	(100)
5.1.1	物流服务的构成要素和内容	(100)
5.1.2	第三方物流企业服务要素	(101)
5.1.3	第三方物流企业服务的本质与质量控制	(104)

5.1.4	第三方物流企业服务关系延长	(110)
5.1.5	第三方物流企业服务的作用	(111)
5.2	第三方物流企业服务系统的内容	(112)
5.2.1	研究第三方物流服务内容的意义	(112)
5.2.2	物流服务系统	(113)
5.2.3	如何推进第三方物流服务系统化	(114)
5.3	第三方物流企业服务管理	(115)
5.3.1	物流服务管理的含义	(115)
5.3.2	物流服务管理的目的与原则	(116)
5.3.3	物流服务战略的制定	(118)
5.4	第三方物流企业服务系统设计	(120)
5.4.1	客户服务系统的含义	(120)
5.4.2	物流服务系统的程序项目	(121)
5.4.3	物流服务系统的网络化	(122)
	主题案例分析	(123)
	复习思考题	(123)
第 6 章	第三方物流企业信息管理	(124)
	主题案例	(124)
6.1	第三方物流企业信息管理概述	(125)
6.1.1	企业物流信息的基本概念	(125)
6.1.2	企业物流信息的基本功能	(126)
6.1.3	信息分类与传递形式	(127)
6.1.4	物流企业信息管理的概念及作用	(128)
6.1.5	第三方物流信息系统的概念及特征	(128)
6.2	第三方物流企业信息管理系统设计	(131)
6.2.1	设计物流企业信息管理系统的基本原则	(131)
6.2.2	第三方物流信息系统的设计思路	(131)
6.2.3	第三方物流企业信息管理系统开发方法	(133)
6.3	第三方物流信息系统设计流程	(137)
6.3.1	总体规划阶段	(137)
6.3.2	系统分析阶段	(139)
6.3.3	系统设计阶段	(141)
6.4	第三方物流企业信息管理系统内容与策略	(142)
6.4.1	货物动态跟踪系统	(142)

6.4.2	配送中心的管理系统	(143)
6.4.3	物流管理综合信息系统	(144)
6.4.4	电子自动订货系统	(145)
6.4.5	销售时点信息系统	(146)
6.4.6	事务处理系统	(147)
6.4.7	决策支持系统	(148)
6.4.8	资源计划系统	(148)
6.4.9	智能运输系统	(149)
6.5	第三方物流企业信息管理的典型系统分析	(150)
6.5.1	物流运输信息系统	(150)
6.5.2	库存信息管理系统——数码仓库应用系统	(152)
	主题案例分析	(157)
	复习思考题	(158)
第7章	基于供应链管理的第三方物流	(159)
	主题案例	(159)
7.1	第三方物流供应链管理概述	(160)
7.1.1	供应链和供应链管理	(160)
7.1.2	第三方物流供应链管理的概念	(162)
7.1.3	第三方物流供应链管理的特点	(162)
7.1.4	第三方物流供应链管理战略	(164)
7.2	第三方物流供应链管理的主要领域	(165)
7.2.1	基本仓储运输服务	(166)
7.2.2	其他增值服务	(167)
7.3	第三方物流供应链管理系统设计	(169)
7.3.1	第三方物流供应链管理系统设计需要考虑的因素	(169)
7.3.2	第三方物流主导的供应链模式的演进	(169)
7.3.3	第三方物流供应链管理系统的设计程序	(170)
7.3.4	第三方物流供应链管理战略设计	(171)
7.4	第三方物流供应链管理的实现途径	(172)
	主题案例分析	(175)
	复习思考题	(175)
第8章	电子商务下的第三方物流	(176)
	主题案例	(176)
8.1	电子商务的发展及其对第三方物流的要求	(178)

8.1.1 电子商务的发展	(178)
8.1.2 电子商务的发展对第三方物流的要求	(180)
8.2 电子商务下第三方物流企业的业务模式	(182)
8.2.1 电子商务下第三方物流企业的业务模式	(182)
8.2.2 我国电子商务下第三方物流业务模式分析	(185)
8.3 电子商务下第三方物流的运作	(186)
8.3.1 仓储作业	(186)
8.3.2 运输作业	(188)
8.3.3 配送作业	(190)
8.3.4 国际物流	(192)
主题案例分析	(194)
复习思考题	(194)
第9章 第三方物流企业发展战略	(195)
主题案例	(195)
9.1 第三方物流企业市场环境分析及发展思路	(196)
9.1.1 第三方物流企业市场环境分析	(196)
9.1.2 发展第三方物流的思路	(199)
9.2 第三方物流企业发展战略分析	(200)
9.2.1 经营层面定位	(201)
9.2.2 核心竞争力定位	(202)
9.2.3 主导区域定位	(203)
9.2.4 主导行业定位	(204)
9.2.5 客户关系定位	(204)
9.2.6 资产拥有程度	(205)
9.2.7 网络拓展方式	(206)
9.2.8 服务水平	(207)
9.2.9 核心客户	(208)
9.3 第三方物流企业的整合策略	(209)
9.3.1 第三方物流企业整合的必然性	(209)
9.3.2 第三方物流企业整合的思路	(210)
9.4 第三方物流企业的集成策略	(214)
9.4.1 供应链集成物流服务策略	(214)
9.4.2 第三方物流功能集成策略	(215)
9.4.3 应用公共物流平台策略	(216)

9.5 第三方物流企业风险及其防范	(217)
9.5.1 物流需求主体的动机与风险规避	(218)
9.5.2 物流供给主体的动机与风险规避	(219)
主题案例分析	(220)
复习思考题	(221)
参考文献	(222)



第1章 第三方物流概述



物流这一概念，随着人们对商品生产、流通和消费的需要，越来越引起人们的注意。目前，物流一词在我国也开始使用，如物流公司、物流中心等不断出现。物流对企业在市场上能否取胜的决定作用变得越来越明显。从本质上说，企业在市场上的表现主要是由产品的质量、价格以及产品的供给三个因素决定的，其中任何一个因素对企业的竞争能力都起着重要的影响作用，而这三个因素都分别直接受到物流的影响。世界经济将在纵向上对制造商、供应商、销售商物流公司等进行重新分工，介入生产以及销售环节的物流公司的出现将是物流业发展的必然趋势。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，“第三方物流”（Third-party Logistics）这种物流形态开始引起人们的重视，并对此表现出极大的兴趣。

本章介绍了第三方物流的概念和产生背景、第三方物流的发展模式和第三方物流企业的类型，阐述了第三方物流的利益来源和价值创造的途径，剖析了第三方物流的服务内容和增值空间，展望了第三方物流的发展情景。

【关键词】

第三方物流，发展模式，类型，利益，价值

主题案例

冠生园集团第三方物流案例

冠生园集团是国内唯一一家拥有“冠生园”、“大白兔”两个驰名商标的老字号食品集团。近几年为集团生产大白兔奶糖、蜂制品系列和酒、冷冻微波食品、面制品、互易鲜等新产品市场需求逐步增加，集团生产的食品总计达到了2000多个品种，其中糖果销售近4亿元。市场需求增大了，但运输配送跟不上。集团拥有的货运车辆近100辆，要承担上海市3000多家大小超市和门店的配送，还有北京、太原、深圳等地的新华运输。由于长期计划经济体

制造成运输配送效率低下,出现淡季运力空放、旺季忙不过来的现象,加上车辆的维修更新,每年维持车队运行的成本费用要上百万元。为此集团专门召开了会议,研究如何改革运输体制,降低企业成本。

冠生园集团意识到物流管理工作的重要性,通过使用第三方物流,克服了自己搞运输配送带来的弊端,加快了产品流通速度,增强了企业的效益,使冠生园集团产品更多更快地进入了千家万户。

2002年年初,冠生园集团下属合资企业达能饼干公司率先做出探索,将公司产品配送运输全部交给第三方物流。物流外包试下来,不仅配送准时准点,而且费用也节省了许多。达能公司把节约下来的资金投入到了开发新品与改进包装上,使企业又上了一个新台阶。为此,集团销售部门专门组织各企业到达能公司去学习,决定在集团系统推广他们的做法。经过选择比较,集团委托上海虹鑫物流有限公司作为第三方物流机构。

虹鑫物流与冠生园签约后,通过集约化配送,极大地提高了效率。每天一早,他们在电脑上输入冠生园相关的配送数据,制定出货最佳搭配装车作业图,安排准时、合理的车流路线,绝不让车辆走回头路。货物不管多少,就是两三箱也送。此外按照签约要求,遇到货物损坏,虹鑫物流按规定进行赔偿。一次,整整一车糖果在运往河北的途中翻入河中,司机掏出5万元,将掉入河中损耗的糖果全部“买下”做赔。

据统计,冠生园集团自2003年8月起委托第三方物流以来,产品的流通速度大大加快。原来铁路运输发往北京的货途中需7天时间,现在虹鑫物流运输只需2~3天,而且实行的是门对门的配送服务。5个月时间就节约了40万元的费用,销售额和利润都有了较大增长。

由于第三方物流配送及时周到、保质保量,商品的流通速度加快,使集团的销售额有了较大增长。此外,更重要的是能使企业的领导从非生产性的后道工序——包装、运输中解脱出来,集中精力抓好生产、开发新品、提高质量、改进包装。

第三方物流机构能为企业节约物流成本、提高物流效率,这已被越来越多的企业,特别是中小企业所认识。据悉,美国波士顿东北大学供应链管理系统调查,《财富500强》中的企业有六成半都使用了第三方物流服务。在欧洲,很多仓储和运输业务也都是由第三方物流来完成。

按照供应链的理论,当今企业之间的竞争实际上是供应链之间的竞争,企业之间的产品、规格,谁的成本低、流通速度快,谁就能更快赢得市场。因此,物流外包充分利用外部资源,也是当今增强企业核心竞争力的一个有效的举措。

冠生园集团就是通过把原来属于自己处理的物流活动,以合同的形式委托给专门物流企业,从而提高了本企业的核心竞争力。

试分析:什么是第三方物流?冠生园集团是如何通过第三方物流提升企业核心竞争力的?



1.1 第三方物流的概念与背景

1.1.1 什么是第三方物流

1. 第三方物流的概念

所谓第三方物流 (Third-party Logistics, 简称 3PL 或 TPL), 在国外又称为契约物流 (Contract Logistics), 是 20 世纪 80 年代中期以来在欧美发达国家出现的概念。国家标准《物流术语》对第三方物流所下的定义是: 由供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式。

根据定义, 第三方物流主要由以下两个要件构成。第一, 主体要件, 即在主体上是指“第三方”, 表明第三方物流是独立的第三方企业, 而不是依附于供方或需方等任何一方的非独立性经济组织。第二, 行为要件, 即在行为上是指“物流”, 表明第三方物流从事的是现代物流活动, 而不是传统意义上的运输、仓储等。

2. 第三方物流的内涵

(1) 第三方物流是独立于供方与需方的物流运作形式。根据运作主体的不同, 可将物流的运作模式划分为第一方物流、第二方物流以及第三方物流。第三方物流实际上是相对于第一方和第二方物流而言的。

① 第一方物流是由卖方、生产者或供应方组织的物流。这些组织的核心业务是生产和供应商品, 为了自身生产和销售业务需要而进行自身物流网络、设施和设备投资、经营与管理。

② 第二方物流是由买方、销售者组织的物流。这些组织的核心业务是采购并销售商品, 为了销售业务需要投资建设物流网络、设施和设备, 并进行具体的物流业务运作的组织和管理。

③ 第三方物流则是专业的物流组织进行的物流, 其中的“第三方”是指物流交易双方的部分或全部物流功能的服务提供者, 即物流企业。物流企业是独立于第一方、第二方之外的组织, 具有比这二者更明显的资源优势, 是承担物流业务、组织物流运作的主体。

(2) 第三方物流是一种社会化、专业化的物流。学术界往往将物流划分为社会物流和企业物流。发生在企业外部的物流活动总称为社会物流, 它是超越一家一户的、以整个社会为范畴、面向社会的物流, 这种社会性很强的物流往往是由专业的物流组织来承担的。企业物流则是发生在企业内部物流活动的总称, 是具体的、微观的物流活动的典型领域。企业物流又可细分为企业生产物流、企业供应物流、企业销售物流、企业回收物流, 以及企业废弃物物流。第三方物流是企业生产和销售之外的专业化物流组织提供的物流。第三方物流服务