

现代企业物流运作管理丛书

第三方物流企业 运作管理

丁力·编著



Logistics



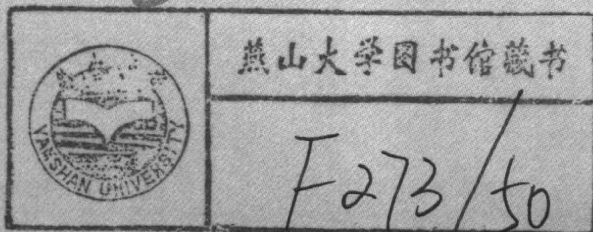
湖南科学技术出版社
Hunan Science & Technology Press

现代企业物流运作管理丛书

第三方物流企业运作管理

丁力 编著

Logistics



0603382

05
10
01
— 86

现代企业物流运作管理丛书

第三方物流企业运作管理

编 著：丁 力

责任编辑：戴 涛

出版发行：湖南科学技术出版社

社 址：长沙市湘雅路 280 号

<http://www.hnstp.com>

邮购联系：本社直销科 0731-4375808

印 刷：湖南新华印刷集团有限责任公司(南)

(印装质量问题请直接与本厂联系)

厂 址：长沙市韶山路 158 号

邮 编：410004

经 销：新华书店

出版日期：2003 年 5 月第 1 版第 1 次

开 本：850mm×1168mm 1/32

印 张：9.75

字 数：215000

书 号：ISBN 7-5357-3647-5/F·375

定 价：22.00 元

(版权所有·翻印必究)

《现代企业物流运作管理丛书》编委会

顾问：柳思维

主编：黄福华

编委会成员（按姓氏笔画为序）：

丁力 叶悉平 田野 吕炳泉 朱文蓓 张江
杨月华 袁世军 黄福华 曾国建 黎腾芳

序 言

(一)

现代物流是人类进入网络经济时代，适应经济全球化，适应社会分工进一步深化和专业化程度不断提高的产物。现代物流业已经成为中国一个新的经济增长点。

物流业在国民经济发展中具有重要地位，既是一个知识密集型产业，更是一个资本密集型与劳动密集型产业。如何让物流业成为一个重要产业，如何成为新的经济增长点，需要有目标、有措施、有实施步骤。既按市场经济规律自我发展，更需要制定物流业发展总体规划，需要国家的投入，需要吸引民间资本的投入，需要按物流的需求来发展物流业，加大对物流基础设施的投入，强化与协调物流标准化建设，推动物流教育与物流科技发展，用信息化带动和实现物流现代化。

(二)

随着我国现代物流业的快速发展，必然产生一些新情况和新问题，需要我们不断地开展物流重点、热点、难点问题的研究和探索。比如：

第一，现代物流业在中国经济发展中的地位和作用问题。我认为，中国物流业在国民经济中的地位和作用有三个定位：一个是宏观定位，现代物流业是国民经济的重要产业和新的经济增长点；一个是中观定位，现代物流业是中国流通业的基础，流通业的改革与发展在某种意义上来说，应该以现代物流为中心；再一个是微观定位，降低物流成本是企业的“第三利润源泉”。

第二，目前中国的物流发展形势。中国的物流业目前处于生命周期的起步期，这个起步是比较健康的，发育是正常的，虽然存在各种各样的问题，但在起步过程中是难免的。

第三，目前中国发展物流的主要矛盾。制约我国物流业发展的因素非常多，我想最主要的有三个：一是体制性障碍。在长期计划经济体制下形成了一种条块分割、部门分割、地区分割的状态，物流资源还没有完全进入市场，而是分别由各个政府部门管理；同时，我们企业“大而全”、“小而全”的格局，习惯于自己干，物流资源使用率极低，运输成本极高，破损率极高，这些都是一种体制性障碍。二是物流人才缺乏。我们想启动一下中国的物流人才工程，包括学历教育、继续教育与上岗资格培训，对人才巨大的需求，教育要跟上。三是多元化投入不足。物流的发展涉及很多基础产业，比如交通运输、仓储、配送中心、物流中心等，很多都是基础性工程，需要多元化投入，需要畅通的多元化投资渠道。

第四，我国加入 WTO 以后，物流业发展的对策。现在国外的一些大的跨国物流企业纷纷进入中国，抢占物流市场，我们如何应对？一方面要兑现承诺；另一方面，要加快中国物流业的发展，特别是第三方物流企业的发展，有些企业要尽量做大做强。我们整个物流业是开放的，经过 3~5 年的过渡期以后，基本上都要开放。我们自己的物流系统怎么建立起来，要引起大家的高度重视，应该很好地研究，有所行动。

第五，中国物流业发展的重点任务。中国物流业的发展，主要有七大任务：一是建设与培育物流市场，并使其规范化、法制化；二是发展第三方物流企业，优化供应链管理；三是强化物流标准化体系建设；四是逐步改造城市与企业的物流系统；五是加快培养物流人才；六是推进国内物流装备的现代化；七是用信息化带动物流现代化。

第六，要研究中国的物流市场。物流本身就是一个市场，必须要有市场的主体、市场的客体、市场的载体和市场的中介组织，应该进行市场化运作。中国发展社会主义市场经济，但市场不成熟是一个大问题，物流市场将会碰到同样的问题。

第七，要研究物流学科。物流是一个跨学科的边缘学科，具有独立的完整的学科体系，涉及经济学、管理学、运筹学、工程学等多个方面，需要进行深入研究。

(三)

培养物流人才是一个基础性工作，我们现在举办研讨培训班、搞远程教育、出版物流书籍、进行现代物流知识传播，就是为了推动我国物流业人才培养和企业家队伍的建设。我们不但要让企业经营者了解什么是物流、物流的地位与作用，还要让他们

知道怎样进行物流实际操作，懂得物流系统设计。我们欣喜地看到一批从事物流管理教学和研究的高校教师与从事物流管理实际工作的企业家联合进行物流运作管理问题的思考和探索，已经编写出几套高校物流本科教材和在岗人员培训教材，在此我非常高兴再推荐一套由黄福华副教授主编的《现代企业物流运作管理丛书》（包括《现代企业物流运作管理创新》、《第三方物流企业运作管理》、《现代生产企业物流运作管理》、《现代商业企业物流运作管理》和《现代企业物流运作管理案例选评》），该丛书由湖南科学技术出版社出版发行。

这套丛书站在企业角度，通过总结不同企业物流运作管理的经验教训，紧密结合现代物流发展的现实需要，运用现代物流理论思想，对企业物流运作管理的许多问题进行了系统的分析，提出了具有实际操作价值的解决方法。我相信这套丛书的出版发行对普及现代物流运作管理知识，提升企业物流管理水平，促进我国物流业的发展将产生积极的作用。

中国物流业发展方兴未艾，需要更多有志之士共同努力。我们期待更多的物流成果问世，我们期待中国物流业的快速发展。

丁俊发

中国物流与采购联合会常务副会长

2002年7月

目 录

第 1 章 第三方物流的产生与发展 1

- 第 1 节 第三方物流概论 2
- 第 2 节 第三方物流的产生 4
- 第 3 节 第三方物流的发展 6

第 2 章 第三方物流企业组织管理 12

- 第 1 节 第三方物流企业组织管理的一般认识 13
- 第 2 节 第三方物流企业组织的基本形式 17
- 第 3 节 第三方物流企业的组织设计 20
- 第 4 节 第三方物流企业组织设计的合理性评价 23
- 第 5 节 第三方物流企业组织管理创新 25

第3章 第三方物流企业供应链管理 28

- 第1节 如何理解第三方物流企业供应链管理 29
- 第2节 第三方物流企业供应链管理战略 31
- 第3节 第三方物流企业供应链管理的几个主要领域 33
- 第4节 第三方物流企业供应链管理系统设计 36
- 第5节 第三方物流企业供应链管理途径 41

第4章 第三方物流企业运作管理模式 47

- 第1节 正确认识第三方物流企业运作管理 48
- 第2节 第三方物流企业运作管理模式 51
- 第3节 第三方物流企业管理流程设计 59

第5章 第三方物流企业经营管理 68

- 第1节 怎样理解第三方物流经营管理 69
- 第2节 第三方物流企业的基本经营战略 72
- 第3节 第三方物流企业经营的基本方式 82
- 第4节 第三方物流企业经营流程分析 86
- 第5节 第三方物流企业经营流程设计 92
- 第6节 第三方物流企业经营管理的基本方式 95

第6章 第三方物流企业服务管理 101

- 第1节 什么是第三方物流企业服务 102
- 第2节 第三方物流企业服务系统的内容 105
- 第3节 第三方物流企业服务管理 108
- 第4节 第三方物流企业服务系统设计 115

第7章 第三方物流企业运输管理 121

- 第1节 正确理解第三方物流企业的运输管理 122
- 第2节 第三方物流企业物资发运 125
- 第3节 整车发运实务 134
- 第4节 集装箱(零担)发运实务 140
- 第5节 第三方物流企业货物接运 142
- 第6节 第三方物流企业整体接运实务 145
- 第7节 商品运输集装箱(零担)接运实务 150
- 第8节 商品航运工作规范 152
- 第9节 商品中转实务 155
- 第10节 配送实务 159
- 第11节 第三方物流企业运输管理创新 169

第8章 第三方物流企业库存管理 172

- 第1节 怎样理解第三方物流企业库存管理 173
- 第2节 储存作业管理 177
- 第3节 库存管理实务 185
- 第4节 库存控制实务 201
- 第5节 第三方物流企业库存管理创新 209
- 第6节 现代电子技术的应用 214

第9章 第三方物流企业包装管理 220

- 第1节 什么是第三方物流企业包装管理 221
- 第2节 第三方物流企业包装设计 223
- 第3节 第三方物流企业常用包装方法 226

第 4 节	第三方物流企业包装管理内容	234
-------	---------------	-----

第 5 节	第三方物流企业包装管理策略	236
-------	---------------	-----

第 10 章	第三方物流企业合同管理	242
---------------	--------------------	------------

第 1 节	第三方物流企业的合同模本	243
-------	--------------	-----

第 2 节	第三方物流企业运输合同管理规范	259
-------	-----------------	-----

第 11 章	第三方物流企业信息管理	261
---------------	--------------------	------------

第 1 节	正确理解第三方物流企业信息管理	262
-------	-----------------	-----

第 2 节	信息管理系统的设计方法	265
-------	-------------	-----

第 3 节	信息系统的建立流程	266
-------	-----------	-----

第 4 节	第三方物流信息管理系统的全面实施	271
-------	------------------	-----

第 12 章	第三方物流企业效益管理	278
---------------	--------------------	------------

第 1 节	第三方物流企业效益评价	279
-------	-------------	-----

第 2 节	第三方物流企业效益评价方法	282
-------	---------------	-----

第 3 节	第三方物流企业成本管理	285
-------	-------------	-----

第 4 节	第三方物流企业效益管理	292
-------	-------------	-----

后 记	298
-----	-----

参考文献	300
------	-----

第 1 章

第三方物流的产生与发展

- ▶ 第 1 节 第三方物流概论
- ▶ 第 2 节 第三方物流的产生
- ▶ 第 3 节 第三方物流的发展

第 1 节

第三方物流概论

一、什么是第三方物流

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,以合同方式委托给第三方专业物流服务企业,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。第三方物流的实质就是指物流经营者借助现代信息技术,在约定的时间、空间位置按约定的价格向物流消费者提供约定的个性化、专业化和系列化物流服务。

第三方物流随着物流业发展而发展。第三方物流是物流专业化的重要形式。物流业发展到一定阶段必然会出现第三方物流的发展,而且第三方物流的占有率与物流产业的水平之间有着规律性的相互关系。西方国家的物流业实证分析证明,当第三方物流服务占到社会化物流服务的50%时,物流产业才能形成。所以,第三方物流的发展程度反映和体现着一个国家物流业发展的整体水平。

在西方发达国家第三方物流的实践中,有以下几点值得注意:

1. 物流业务的范围不断扩大。商业机构和各大公司面对日趋激烈的竞争,不得不将主要精力放在核心业务上,而将运输、仓储等相关业务环节交由更专业的物流企业进行操作,以求节约

和高效；物流企业为提高服务质量，也在不断拓宽业务范围，提供配套服务。

2. 很多成功的物流企业根据第一方、第二方的谈判条款，分析比较自理的操作成本和代理费用，灵活运用自理和代理两种方式，提供客户定制的物流服务。

3. 物流产业的发展潜力巨大，具有广阔的发展前景。

二、第三方物流的四大特征

1. 第三方物流是合同导向的物流服务。许多企业都与第三方物流企业签订了专门的合同，而且都包括一定的惩罚措施。美国有 25% 的企业是这样做的，43% 的西欧企业还制定一定的激励条约。合同签订时间一般是 1~3 年，欧美企业在利用第三方物流服务中，除了最常见的仓储、共同运输和车队管理外，还利用其他服务，诸如产品回收、订单履行、运价谈判、物流信息系统等。从物流服务提供者的角度看，第三方物流公司可以管理整个物流过程或可供选择的几项活动，如报关、运价谈判、库存管理、承运人选择等近 30 种第三方物流服务项目，仅 15% 的公司的服务项目低于 10 种，而 66% 以上公司的服务项目高于 20 种，这都证实了第三方物流能提供一系列的服务。

2. 第三方物流是个性化的物流服务。从第三方物流企业的角度看，第三方物流服务成功的因素有很多，为顾客着想、整个公司的投入、节约成本等都是原因之一。因此，不难发现，第三方物流正从过去的面向社会提供服务的传统外协进化到面向个别企业的个性化服务阶段，也就是说，物流企业的经营理念从“我能提供什么服务就提供什么服务”转向了“顾客需要什么服务，

我就提供什么服务”。

3. 物流企业与生产企业之间是动态联盟关系。随着企业经营规模的扩大和专业化的加强,越来越多企业更倾向于采用第三方物流服务。但无论是美国,还是西欧,都很少采用全部委托的方式,企业普遍认为内外结合的方式更便于控制,更有柔性,也更能相互提高业务水平。这表明第三方物流既不同于传统外协的市场交易关系,企业寻找的是长期稳定的合作关系,又表明企业不愿把物流业务内部化改成垂直一体化的组织形式,而采用的是物流联盟的中间组织形式。

4. 第三方物流是建立在现代电子信息技术基础上的。信息技术的发展是第三方物流出现的必要条件,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;企业可以更方便地使用信息技术与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,电脑软件的飞速发展,使混杂在其他业务中的物流活动的成本能被精确计算出来,还能有效管理物流渠道中的商流,这就使企业有可能把原来在内部完成的作业交由物流公司运作。信息共享是第三方物流提供者与使用者之间物流顺畅运作的键。

第 2 节

第三方物流的产生

第三方物流是西方发达国家自 20 世纪 80 年代以来,面对经济全球化、市场竞争加剧、现代高新技术迅猛发展的重大环境变

化，为了增强企业核心竞争能力和核心发展能力，推动企业供应链的整体发展而逐步产生和发展起来的现代物流管理新概念与新思想。第三方物流是在企业物流管理水平的提高和物流业充分发展的基础上产生和发展起来的。

1. 第三方物流的产生是社会分工的结果。在业务外包等新型管理理念的影响下，各企业为增强市场竞争力，将企业的资金、人力、物力投入到其核心业务上去，寻求社会化分工协作带来的效率和效益的最大化。专业化分工的结果导致许多非核心业务从企业的生产经营活动中分离出来，其中包括物流业务。将物流业务委托给第三方专业物流公司负责，可降低物流成本，完善物流活动的服务功能。

2. 第三方物流的产生是新型管理理念的要求。进入20世纪90年代后，信息技术特别是计算机技术的高速发展与社会分工的进一步细化，推动着管理技术和管理思想的迅速更新，由此产生了供应链、虚拟企业等一系列强调外部协调和合作的新型管理理念，既增加了物流活动的复杂性，又对物流活动提出了零库存、准时制、快速反应及有效的顾客反应等更高的要求，使一般企业很难承担此类业务，由此产生了专业化物流服务的需求。第三方物流正是为满足这种需求而产生的。它的出现一方面迎合了个性需求时代的企业间专业合作（资源配置）不断变化的要求，另一方面实现了进出物流的整合，提高了物流服务质量，加强了对供应链的全面控制和协调，促进供应链达到整体最佳状态。

3. 第三方物流是改善物流与强化竞争力相结合的产物。企业物流的探索与实践经历了成本导向、利润导向、竞争力导向等发展阶段。将改善物流服务质量与提高竞争力相结合是物流理论与技术成熟的标志，也是第三方物流概念出现的逻辑基础。