

21世纪高等职业技术教育规划教材·物流类·

第三方物流

主编 李 权 副主编 陆 辉

21 世纪高等职业技术教育规划教材 · 物流类

21 Shiji Gaodeng Zhiye Jishu Jiaoyu Guihua Jiaocai · Wuliulei

第三方物流

主 编 李 权

副主编 陆 辉

编 委 (以姓氏笔画为序)

江苏工业学院图书馆
孙向阳 张幼红
陈洁颖 藏书章

西南交通大学出版社

· 成 都 ·

图书在版编目 (C I P) 数据

第三方物流 / 李权 主编. — 成都: 西南交通大学出版社,
2007.9

21 世纪高等职业技术教育规划教材. 物流类
ISBN 978-7-81104-548-2

I. 第… II. 李… 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 133232 号

21 世纪高等职业技术教育规划教材 · 物流类

Disanfang Wuliu

第 三 方 物 流

主 编 李 权

责任编辑	邓 岚
封面设计	本格设计
出版发行	西南交通大学出版社 (成都二环路北一段 111 号)
发行部电话	028-87600564 028-87600533
邮 编	610031
网 址	http://press.swjtu.edu.cn
印 刷	四川森林印务有限责任公司
成品尺寸	170 mm × 230 mm
印 张	19.875
字 数	376 千字
版 次	2007 年 9 月第 1 版
印 次	2007 年 9 月第 1 次印刷
印 数	1—3 000 册
书 号	ISBN 978-7-81104-548-2
定 价	29.80 元

图书如有印装问题 本社负责退换

版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

《21 世纪高等职业技术教育规划教材·物流类》

编 审 委 员 会

主 任 委 员 王德荣

副 主 任 委 员 黄远新 孟祥成 田红英

编写委员会委员 (以姓氏笔画为序)

邓荣华 白翠萍 刘东华 朱 强

李 权 邹 勇 陈厚永 余真翰

陆 辉 初 蓓 宋 雷 奉 毅

姚建凤 饶绍伦 徐玉萍 黄孝贵

梁超强 傅维新

审定委员会委员 (以姓氏笔画为序)

刘巨声 张应辉 李 忠 张美清

张海智 张 萍 姜宁川 胡景德

黄 锋 漆明龙 薛留邦

序

进入 21 世纪,物流产业作为一个新兴产业,已成为我国国民经济新的增长点。全国人大通过的《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》,其中第四篇“加快发展服务业”第十六章“拓展生产性服务业”的第二节专门谈到,物流业的任务是“大力发展现代物流业”。其内容是:“推广现代物流管理技术,促进企业内部物流社会化,实现企业物资采购、生产组织、产品销售和再生资源回收的系列化运作。培育专业化物流企业,积极发展第三方物流。建立物流标准化体系,加强物流新技术开发利用,推进物流信息化。加强物流基础设施整合,建设大型物流枢纽,发展区域物流中心。”这一历史性战略任务的完成,不仅要依靠相关行业、部门的通力合作,更需要不同职业群体的协同作战。从中央到地方各级政府以及许多市场意识敏锐的企业,已把物流作为提高市场竞争能力和提升企业核心竞争力的重要手段,把现代经营与管理模式、现代物流理念和先进的物流技术引入我国的经济建设和物流企业的建设之中。

根据我国加入 WTO 的承诺,物流和分销服务业是最早完全开放的行业之一,它们将会在一个更高层次、更高起点上展开激烈的市场竞争。面临入世后的机遇与挑战,我国要加快发展现代物流业,必须要培训一大批高素质、懂管理、擅长操作的物流人才。因此,加速启动现代物流产业的人才教育工程,实施多层次、多样化的物流教育,是 21 世纪物流产业大发展中构建合理的人才梯队,提高我国物流管理水平和经济效益的决定性因素。但是,我们也要看到,目前我国的物流教育仍然比较滞后,企业尤其是流通企业在进行传统物流与加强现代物流管理的改造中,在对城市规划与物流系统运筹以及第三方物流企业的运作管理中,现代物流人才严重匮乏,这在一定程度上阻碍了社会经济的发展和企业经济效益的提高。据初步统计,物流人才是当前我国 12 种紧缺人才之一,物流规划、管理与研究人员及物流师资全面紧缺。根据预测,到 2010 年,大专以上物流人才的需求量将达到 30~40 万人,物流营销和技术操作管理人才每年的需求量近 3 万人。

《现代物流概论》、《物流管理》、《物流信息技术》、《仓储管理实务》、《配

送管理实务》、《第三方物流》、《国际货运代理实务》、《供应链管理》、《物流运输管理实务》、《国际物流实务》、《物流成本》等 11 本教材，是适应蓬勃发展的多层次、多样化物流教育之需，由物流企业家与高校物流教育专家、教授联合编写出版的，既具有理论性，又具有明显的实践性和应用性。我相信，这套教材的出版、发行，对我国物流事业的发展，对高校的物流教学以及成人教育和在职人员培训等一定能起到积极的促进作用。

经审定，本套物流系列教材适合高等院校物流及相关专业的教学使用，同时也可作为成人教育和企业培训教材，还可供物流企业管理和技术操作人员参考。

中国交通运输协会常务副会长

王德臣

2007.7.18

前言

我国第三方物流业起步于20世纪90年代中期。随着市场经济的进一步深化,主体多元化、竞争高度化的第三方物流市场逐步形成,行业发展取得了显著成就。

第三方物流的实质就是物流经营者借助现代信息技术,在约定的时间、地点按约定的价格向物流消费者提供个性化、专业化、系列化的物流服务。一般来说,第三方物流企业能够提供物流方案设计、仓库管理、运输管理、订单处理、产品回收、搬运装卸、信息处理、产品安装、报关、运输谈判等近30种物流服务中的一部分或全部服务。与传统的以运输合同为基础的运输公司相比,第三方物流企业在服务功能、客户关系、涉及范围、核心能力以及买方价值等方面,发生了巨大变化。

我国市场经济的迅速发展使第三方物流需求大幅增加,服务需求层次不断提高,需求内容更加复杂化、多样化。同时,一方面,国内企业为营造自身的核心竞争力,从成本的节约、服务的改进与灵活性的增加等方面来考虑,也有意将自己的物流部分外包出去;另一方面,国内物流企业的基础技术条件也日臻成熟,在与国外物流企业竞争的过程中,积累了大量经验,出现了一批知名的第三方物流企业。

当前,如何提高第三方物流的市场竞争力,培育发展第四方物流,促进物流企业从提供仓储、运输服务转向提供完整的供应链服务,提高物流企业现代经营能力和管理水平,成为人们日益关注的问题。

本书对第三方物流作了全面系统的论述,使读者对第三方物流产业有了一个较为全面的认识。本书考虑到高职高专学生的基础知识水平和学习能力以及学校的教学条件等因素,结合实际,突出实用性、可操作性、前沿性、易教易学的特点,系统介绍第三方物流的基本知识和发展趋势。书中引用了具有针对性的案例来对理论知识进行印证,加深学生对教材内容的理解,每章的练习题有利于学生巩固所学的内容。本书按高职高专物流专业教材的要求进行编写,同时也可作为物流从业者的参考书籍。

本书由四川宜宾职业技术学院李权担任主编,陆辉担任副主编。具体的编写分工为:宜宾职业技术学院陆辉编写第一章,李权编写第二、十章,张幼红

编写第三章，卢琳编写第五章，赵琳编写第六章；包头铁路运输学校吴鹏编写第四章；内蒙古机电职业技术学院白翠萍编写第七章；北京经济管理学院孙向阳编写第八章，陈洁颖编写第九章。全书由李权统稿。

在本书的编写过程中，借鉴了国内外许多专家、学者的观点，参考了许多论文、专著、杂志和网站的资料，在此向所有原著作者表示衷心的感谢。

由于第三方物流在实践中仍在不断探索和完善，理论上仍存在有争议的地方，书中难免有一些疏漏和不足，希望读者提出宝贵意见。

编者

2007年6月

目 录

第一章 第三方物流概述	(1)
第一节 第三方物流的概念和特征	(1)
第二节 第三方物流的理论依据	(8)
第三节 第三方物流企业的来源和类型	(12)
第四节 第三方物流的效益	(15)
第五节 第三方物流与自营物流的比较	(17)
本章小结	(21)
思考与练习	(22)
案 例	(22)
第二章 第三方物流市场	(26)
第一节 我国物流市场状况	(26)
第二节 第三方物流的买方	(30)
第三节 第三方物流的卖方	(37)
第四节 第三方物流买方与卖方的关系	(43)
第五节 第三方物流企业运作模式	(46)
第六节 第三方物流服务提供商的选择与评价	(52)
本章小结	(59)
思考与练习	(60)
案 例	(60)
第三章 第三方物流发展分析	(65)
第一节 欧美第三方物流产生与发展分析	(66)
第二节 日本第三方物流发展分析	(75)
第三节 我国第三方物流发展分析	(78)
第四节 第四方物流与第三方物流发展导向	(88)
本章小结	(100)
思考与练习	(100)
案 例	(101)

第四章 第三方物流客户管理	(104)
第一节 概 述	(104)
第二节 物流服务能力	(110)
第三节 我国第三方物流服务中存在的问题与对策	(113)
第四节 第三方物流企业客户关系管理	(116)
第五节 第三方物流企业的增值服务	(123)
第六节 第三方物流企业合同管理	(129)
本章小结	(137)
思考与练习	(138)
案 例	(138)
第五章 第三方物流服务方案设计	(141)
第一节 第三方物流市场分析	(141)
第二节 第三方物流服务产品的开发	(143)
第三节 第三方物流服务方案的设计	(147)
本章小结	(158)
思考与练习	(159)
案 例	(159)
第六章 第三方物流企业促销策略	(161)
第一节 第三方物流企业的促销与促销目标	(161)
第二节 促销组合的选择和促销预算	(164)
第三节 第三方物流企业传统促销策略	(169)
第四节 第三方物流服务营销策略	(177)
第五节 第三方物流企业 CIS	(181)
本章小结	(187)
思考与练习	(188)
案 例	(188)
第七章 第三方物流企业组织与管理	(193)
第一节 第三方物流企业组织管理的发展	(193)
第二节 第三方物流企业组织的基本形式	(197)
第三节 第三方物流企业的组织设计	(205)
本章小结	(209)
思考与练习	(209)
案 例	(210)

第八章 第三方物流企业业务管理	(213)
第一节 第三方物流项目的洽谈与招投标	(213)
第二节 第三方物流服务管理	(227)
第三节 第三方物流企业信息管理	(238)
第四节 第三方物流企业成本管理	(243)
本章小结	(246)
思考与练习	(246)
案 例	(247)
第九章 第三方物流发展战略	(249)
第一节 第三方物流战略决策	(249)
第二节 第三方物流客户服务战略	(251)
第三节 第三方物流战略联盟	(254)
第四节 第三方物流企业竞争战略	(258)
第五节 第三方物流企业并购整合	(263)
第六节 我国第三方物流发展战略	(269)
本章小结	(274)
思考与练习	(275)
案 例	(275)
第十章 第三方物流运营绩效管理	(278)
第一节 绩效管理指标	(278)
第二节 第三方物流项目监控	(287)
第三节 第三方物流服务质量管理	(293)
第四节 第三方物流企业经营能力的提升	(296)
本章小结	(301)
思考与练习	(301)
案 例	(302)
参考文献	(305)

第一章 第三方物流概述

学习目标:

1. 理解第三方物流的概念特征
2. 掌握专业化与社会分工、交易费用理论及委托代理理论、核心能力理论
3. 了解第三方物流的效益来源
4. 了解企业采用第三方物流的利与弊
5. 分析自营物流的优缺点

国际上,物流又被称为第三利润源泉。其中,第一利润源泉为提高生产率,降低成本;第二利润源泉为扩大市场占有率,提高销售收入;第三利润源泉则为物流管理。第三方物流是20世纪80年代中后期出现的一种新型的物流服务方式。从它诞生后就以其能提高顾客服务水平、降低成本、增加企业柔性以及使被服务对象的主业更突出等优势,引起了业内人士、政府部门、工商企业、科研和教育等单位的普遍关注,显示出其良好的发展前景。经过20多年的发展,第三方物流已形成了一个相对稳定而巨大的产业群,对社会宏观经济发展的各个方面和层面都产生了巨大而深远的影响。

第一节 第三方物流的概念和特征

一、第三方物流的含义

1. 欧美等西方国家对第三方物流的理解

第三方物流(Third Party Logistics,简称TPL或3PL)是20世纪80年代中期由欧美国家提出的。在1988年美国物流管理委员会的一项顾客服务调查中,首次提出“第三方服务提供者”的说法。并在1989年发表的后续研究成果中,对用户服务活动进行了新的探讨,这一说法得到了重视和普遍的应用。但是直到现在,国际上关于“第三方物流”和“第三方服务提供者”也没

有一个明确统一的定义。

从字面上来看，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。它是指由与货物有关的发货人和收货人之外的专业企业，即第三方来承担企业物流活动的一种物流形态。

有的论著从服务提供者的角度将第三方物流定义为“拥有一定技术和专业知识，提供如交通、运输管理、承运人管理、仓储、配送等物流活动中部分或全部环节的服务，以满足客户需求的第三方公司”。

也有学者认为第三方物流是一种关系，如在 J. M. Aiel 的相关著作中，第三方物流是“货主和第三方公司之间的一种关系，与传统的基础服务相比，提供更加广泛的、为客户定制的服务，其特点表现为一种长期的、互利的关系”。

还有的学者认为第三方物流是由货主企业与运输、仓储等传统企业之外的中介组织为货主企业提供的物流服务。这类观点中，第一方为货主企业，第二方为提供单项物流功能服务的传统运输、仓储等企业，第三方物流企业则根据客户的个性化需求，综合组织、利用第二方的能力向货主企业提供物流服务。如宋华的《现代物流与供应链管理》认为：“第三方物流是由一种货主企业与运输业者之间的中介组织在特定时间段内按照特定的价格向使用者提供个性化的系列服务，并且这种服务是建立在现代电子信息技术基础上的。”日本神奈川大学中田信哉教授认为：“第三方物流是在物品供需双方之外，为第一方、第二方之间提供物流服务的企业。”

第三方物流是运输、仓储等基础服务行业的一个重要的发展。从经营角度看，第三方物流包括提供给物流服务使用者所有物流服务。欧美的研究者认为，第三方物流是指传统的由组织内履行的物流职能现在由外部公司履行。第三方物流公司所履行的物流职能，包含了整个物流过程或整个物流过程中部分活动。此外，从战略重要性角度看，第三方物流的活动范围和相互之间的责任范围较一般的物流活动都有所扩大。以下定义就强调了第三方物流的战略意义：工商企业与物流服务提供者双方建立长期关系，合作解决托运人的具体问题，通常，建立关系的目的是为了发展战略联盟以使双方都获利。

此外，还有一些术语也能基本表达与第三方物流相同或相近的概念。第三方物流的概念源自于管理学中的外包或外协（Out-sourcing），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。将外包思想引入物流管理领域，就产生了“物流外包”（Logistics Out-sourcing）的概念，即生产或销售等企业为集中精力增强核心竞争能力，而将其物流业务以合同的方式委托专业的物流服务公司（即第三方）运作，同时，通过信息系统与物流服务公司保持密切联系，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。由于生产销售企业与第三方物流公司之间的关系是由合同的方式确定的,第三方物流也常被称为合同物流或契约物流(Contract Logistics)。除此之外,还有一些术语也常用来表示第三方物流或第三方物流公司,如物流外部化、物流伙伴、物流联盟以及全方位物流服务公司等。

2. 我国对第三方物流的理解

第三方物流这一概念传入我国也只是近几年的事。国内学术界和实务界对这一概念的理解也莫衷一是,各有偏重。在我国2001年公布的《物流术语》中,将第三方物流定义为“供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式”。

对于这个定义,理论界有不同的理解。一种观点认为这个定义中的供需双方是以商品交易为参照,即供方是指商品的卖方或提供者,而需方是指商品的买方或需求者。因此,这里的第三方物流是指由专业的物流企业对商品交易双方提供部分或全部物流功能的服务,它是相对于商品生产商或经销商自营物流而言的。也有人认为,这是广义的第三方物流的概念,因为这个定义将传统的运输企业、仓储企业、报关行业等单环节的服务提供商都看做是第三方物流的范畴。而另一种观点认为上述定义中的供需方是指物流服务的供需方而言,认为第一方是物流服务的需求方即客户,第二方是物流服务能力的提供者,即运输、仓储、流通加工等基础物流服务的提供者,而第三方物流则通过整合第二方的资源和能力为第一方提供服务。按照这个定义,可以认为第三方物流企业本质的职能是管理和整合基础物流资源,为客户完成特定的服务。这个定义将一些基础的和单环节物流服务都排除在第三方物流的概念之外,因此被称为是狭义的第三方物流概念。

参照国际上第三方物流发展比较成熟的国家的理论和实践经验,我国大多数学者认为,前一种理解大体上更加符合国际普遍认同、使用的第三方物流的概念和我国第三方物流现状。首先,“第三方”这一词来源于物流服务提供者作为发货人(甲方)和收货人(乙方)之间的第三方这样一个事实,它是指商品交易企业之外专门提供物流服务的公司。其次,以目前我国第三方物流发展的情况来看,运输、仓储、销售物流、财务等服务的提供者都包含在第三方物流提供商的范围之内,目前,这类服务公司的数量并不少,并有继续增加的趋势。

但是,从现代物流的整体状况和发展趋势来看,第三方物流提供的服务正在从简单的仓储、运输等单项活动转为更广泛、更全面的物流服务,如物流活动的组织、协调和管理、设计建议最优物流方案、物流全程的信息搜集和管理等,这种服务更趋于个性化、系列化、管理化,需要物流提供商和工商企业双方高级管理层的紧密协调。因而,这种理解已存在一定的局限性。

3. 对第三方物流的定义

虽然国内外对第三方物流的概念还处在研究与探讨的阶段,但对第三方物流的认识已经形成了一定的共识。综合起来包含以下几方面的内容:

(1) 第三方物流来源于货主企业内部物流活动的外部委托。外部委托的内容由初步的单项运输、仓储业务拓展到原来由企业自身完成的采购、厂内供应、库存控制、销售、产品回收、废弃物回收等环节的物流活动。

(2) 物流业务中广泛利用信息技术。许多第三方物流企业利用现代信息技术和设备,加强了与客户的信息交流与合作,提高物流业务的效率和服务水平。如利用全球定位系统(GPS)和地理信息系统(GIS)进行货物实时跟踪和车辆管理,利用射频技术和条码技术进行货物信息的自动采集,利用计算机网络、电子数据交换(EDI)技术与客户及物流相关部门进行电子信息的传递和处理等。另外,计算机软件的发展也使货主企业的物流成本可以方便地与其他经营成本进行区分并得到更精确的计算。信息技术的应用不仅提高了物流服务的能力,也为客户对物流过程的实时监控、控制成本创造了条件。

(3) 网络化经营。具备畅通、高效的物流网络是第三方物流的重要特征,也是第三方物流企业在市场竞争中的一个主要优势。目前,国际上一些实力较强的大型第三方物流企业,往往通过直接投资设立分支机构或与当地企业合资设立子公司的方式,建立起跨地区甚至跨越国境的物流网络。有的第三方物流企业通过与其他物流企业或运输、仓储企业建立业务联盟,并通过互相合作形成联盟网络,以保证货物异地物流服务的需求。

(4) 提供系列化服务。企业外部委托第三方物流业务有别于传统委托外部企业的单项服务,如铁路运输、远洋运输等,而是将原来由内部完成的多项服务甚至全部物流服务委托给第三方物流。根据有关资料显示,欧美企业在利用第三方物流服务中,除最常见的仓储、共同运输和车辆管理等服务外,还利用其他多项服务(见表1.1)。

表 1.1 欧美企业最常使用的第三方物流服务

物流功能	西欧/%	美国/%
仓库管理	74	54
共同配送	56	49
车辆管理	51	30
订单履行	51	24
产品回收	39	3

续表 1.1 西欧与美国第三方物流功能比较

物流功能	西欧/%	美国/%
搬运	26	19
物流信息系统	26	30
运价谈判	13	16
产品安装装配	10	8
订单处理	10	3
库存补充	8	5
客户零配件	3	3

资料来源：宋华、胡左浩，《现代物流与供应链管理》。

(5) 与客户建立长期合作的联盟关系——战略合作伙伴关系。一方面表现为在双方信任的基础上，互相更深入地渗透到对方的经营活动中，甚至实现风险共担、利益共享；另一方面表现为双方的合作并不是一两次的市场交易，而是在签订长期合同的基础上保持一定时期的合作。根据有关资料显示，欧美企业很少将物流业务全部外部委托，而更愿意与第三方物流企业建立物流联盟，通过内外结合的方式长期合作，这样可以更好地控制物流运作情况和实现双方合作的柔性化。

(6) 个性化服务。由于客户的业务流程、所处行业、市场情况都有不同，其外部委托的物流业务也有较大差别。这需要第三方物流企业根据客户的个性化需求，按照客户的业务流程等具体情况来设计服务内容和程序。一般来说，与客户的经营管理衔接越紧密、个性化越强、物流服务的系统化程度越高，第三方物流企业的客户数量会越少，这与传统的提供公共运输、仓储服务的企业面对社会服务、客户来自各行各业的情况有着明显的差别。

综合以上对第三方物流的理解和观点，我们认为，第三方物流是作为发货人（甲方）和收货人（乙方）之间的第三方物流渠道的专业服务提供者，它以签订合同的方式，在一个较长的时期内向委托各方提供具有个性化、系列化特性的部分或全部物流服务的一种现代物流方式。

这一定义包括了以下几层含义：

(1) 第三方物流的经营主体是第三方，既非生产者自身或货主，也非最终用户。它所提供的产品并不是自己所有的，这是第三方物流最基本的内涵。因此，自营物流不属于第三方物流。

(2) 第三方物流是一种联盟关系。物流服务提供商作为甲乙双方之间的第三方，是一个独立的参与者，不能代表甲方或乙方来执行物流职能，它们之间充分共享信息，协作解决一些具体问题，通过合同确定共担风险、共享收益的

关系。因此,这种关系也可以说是一种物流联盟关系。

(3) 第三方物流提供者与客户之间是现代经济关系,并以合同这一调整和约束现代经济活动行为和关系的法律形式为基础得以体现。第三方物流有别于传统的一单对一单的物流服务,如运输公司提供运输服务、仓储公司提供仓储服务,第三方物流是根据合同条款规定的要求,采用合同规范双方或多方的长期合作伙伴关系,提供多功能的物流服务。物流服务供求双方的关系既可以只限于一种特定产品,如将汽车零部件配送给汽车经销商,也可以包括一组特定的物流活动,甚至还可以有更大的合作范围,如进出库运输、仓储、最终组装、包装、标价及管理。在计算机行业中,物流服务提供者还可提供超出一般范围的物流服务,如在顾客的办公室安装、组装或测试计算机。由于存在确定的合同关系,物流服务变得更加稳定和正规。

(4) 第三方物流是个性化的物流服务。工商企业之所以将物流业务外包就是为了集中精力增强核心竞争能力,这既要求第三方所提供的服务必须能够确保客户达到这一目的,因而第三方物流服务应该根据客户特定的业务流程和需求来设计定制,同时这种服务也应该更加广泛,更加注重客户业务的系统性。这也是物流服务思想由“以产品为中心”向“以客户为中心”转变的表现。

(5) 第三方物流的服务是建立在现代技术基础之上的物流活动,包括支持物流服务过程实现的功能技术和信息技术,其中电子信息技术的支持显得尤为重要。所谓功能技术,是指支持物流作业流程和相应管理职能的技术依托,诸如装卸、仓储、运输、配送、流通加工及其一体化作业所需技术设备,实现托盘化物流、物流增值服务所需的技术设备等。信息技术主要是指基于电子计算机和移动通信的电子信息技术,是支持集成化物流、个性化物流管理的技术依托,诸如基于互联网、内联网、外联网技术平台的移动通信、全球定位系统、电子数据交换、电子商务、条形码技术等。它们是能够充分支持、满足客户全部或部分物流需求的集成运作、可视化监控、个性化服务等过程的技术需要。

(6) 功能整合。与传统的运输、储存和企业自营物流相比,第三方物流形成了一个相对完整和健全的体系,除了可以为工商企业提供单项的运输、储存等传统服务项目外,还可以提供诸如加工、配送等物流服务。在更多情况下,第三方物流企业将这些服务项目整合在一起,与一些基本服务,如仓储、运输等相比,第三方物流提供的服务更为复杂,包括更广泛的物流,提供系统的综合服务。

二、第三方物流的特征

(1) 是合同导向的一系列服务。第三方物流有别于传统的外协,外协只限