


21世纪物流管理系列教材

第三方物流

■ 杜文 任民 主编

■ 叶怀珍 主审



 机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

21 世纪物流管理系列教材

第三方物流

主 编 杜 文 任 民

主 审 叶怀珍



机械工业出版社

本书是高等院校物流专业主要课程教材之一。全书共有7章,内容包括第三方物流概念、第三方物流业务开发与设计、第三方物流管理、第三方物流与电子商务、第三方物流管理信息系统、第三方物流企业发展战略、发达国家物流外协第三方的经验与借鉴。

本书既可作为高等院校、高职高专院校物流工程、物流管理、交通运输、市场营销、电子商务等专业的教材,也可作为各类成人教育、企业人员的培训教材,同时也是从事物流工程与管理人员的参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

第三方物流/杜文,任民主编. —北京:机械工业出版社,2004.1
(21世纪物流管理系列教材)
ISBN 7-111-13652-7

I. 第… II. ①杜… ②任… III. 物流—教材 IV. F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第116834号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)
责任编辑:常淑茶 版式设计:霍永明 责任校对:唐海燕
封面设计:鞠杨 责任印制:施红
北京忠信诚胶印厂印刷·新华书店北京发行所发行
2004年2月第1版第1次印刷
1000mm×1400mm B5·9.5印张·2插页·274千字
0 001—4 000册
定价:26.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换
本社购书热线电话(010)68993821、88379646
封面无防伪标均为盗版

21 世纪物流管理系列教材 编审委员会

编委会主任：储雪俭 上海物流学会副会长
编委会副主任：王学锋 上海海运学院国际航运系主任
周良毅 贝立达物流咨询公司副总裁

编委会委员：(按姓氏笔画排序)

王 东 上海交通大学
王 健 福州大学
王茂春 贵州工业大学
王保华 阿尔卡特公司
刘 锋 西门子移动通讯公司
孙有望 同济大学
叶怀珍 西南交通大学
任 民 铁道部经济规划研究院
许胜余 上海华联超市
杜 文 西南交通大学
杨志刚 上海海运学院
赵林度 东南大学
董白波 上海大学
阚树林 上海大学



前 言

进入 21 世纪，随着全球经济一体化及新经济的发展，企业面临的生存与发展环境更趋复杂化，为了获得竞争优势，企业必须不断地采用创新的理念与技术，挖掘物流领域的“潜在效益”。物流的发展水平，已成为衡量一个国家综合国力的重要标志之一。自 20 世纪 80 年代以来，世界物流业的发展呈现了社会化的趋势。由于工商企业通过把企业的物流功能部分或全部外包给第三方物流企业承担，可以降低物流成本，提高客户服务水平，因此，采用第三方物流策划、管理与运作的趋势已越来越明显。第三方物流业务正逐步形成一个巨大市场。可以预见，第三方物流是 21 世纪我国经济领域的重要动向，对于推动我国国民经济的发展具有重要意义。

所谓第三方物流，是指制造业、工商企业为集中精力搞好主业，把原来由自己处理的企业内部或外延的物流活动，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，从而对物流进行全程管理和控制的一种物流运作管理方式。第三方物流企业在委托方物流需求的推动下，从简单的存储、运输等单项活动转为提供全面的搬运、装卸、流通、加工、配送及信息的、综合的、系统的、一体化的物流服务，以及物流活动的组织、协调和管理，设计最优物流运作方案，进行物流全程的信息采集与管理等。





在我国，以提供第三方物流服务为主的物流企业的出现只是近几年的事。总的来说，国内第三方物流服务不仅在理论研究和生产实践方面落后于发达国家，而且在基础设施、人才培养和信息网络等方面也和发达国家有较大差距。加入 WTO，我国制造业、工商企业需要更为有效和经济的第三方物流服务来加强管理，降低成本，提高服务水平和扩大服务范围，以应对具有先进水平的国际物流企业的竞争。因此，无论是对工商企业还是对第三方物流企业，迅速掌握有关第三方物流基础理论和实践知识，研究国际、国内开展第三方物流服务活动，使我国第三方物流服务企业的管理水平和业务能力得以迅速提高已成为当务之急。

本书共有 7 章，第 1 章主要介绍了第三方物流的基本概念、第三方物流发展、第三方物流利益来源和价值创造；第 2 章介绍了第三方物流业务开发与设计，内容包括第三方物流市场、第三方物流服务产品开发、第三方物流服务项目的洽谈和购买、第三方物流系统设计、第三方物流产品配送设计、第三方物流组织结构设计以及第三方物流服务成功的因素等内容；第 3 章介绍了第三方物流管理，主要包括第三方物流的合同管理、服务管理、运输管理、配送与储位管理、装卸搬运与流通加工管理、费用管理以及第三方物流服务项目监控等；第 4 章主要介绍了第三方物流与电子商务，主要论述电子商务的基本概念以及第三方物流与电子商务的关系等；第 5 章介绍了第三方物流管理信息系统，主要论述有关第三方物流管理信息系统开发与设计等方面的内容；第 6 章主要阐述了第三方物流企业发展战略与策略，内容包括第三方物流企业市场环境分析及发展思路、第三方物流发展战略、若干发展策略以及第三方物流企业风险及其规避等；第 7 章简述了发达国家物流外协第三方的经验与借鉴，主要论述发达国家物流外协第三方的做法和趋势及对我国的借鉴。本书内容系统，论述透彻，符合我国国情，既有理论性，又有可操作性。



第三方物流

本书由杜文教授、任民博士主编，叶怀珍教授对全稿进行了审阅。

本书既可作为高等院校、高职高专院校物流工程、物流管理、交通运输、市场营销、电子商务等专业的教材，也可作为各类成人教育、企业人员的培训教材，而且也是广大从事物流工程与管理人士的参考读物。

在编写过程中，我们参考了有关论著和论文，对这些文献的作者表示诚挚的谢意。此外，易海燕、王琳硕士协助做了文稿整理工作，在此表示感谢。

在我国，第三方物流是一个新兴与发展中的新领域，对它的认识与研究还在不断深入，因此在本书的阐述中难免有疏漏之处，诚望读者提出宝贵意见。

编 者

目 录

前言

第 1 章 第三方物流概述	1
1.1 第三方物流的基本概念	2
1.2 第三方物流的发展	10
1.3 第三方物流的利益来源和价值创造	15
复习思考题	22
第 2 章 第三方物流业务开发与设计	23
2.1 第三方物流市场	24
2.2 第三方物流服务产品开发	29
2.3 第三方物流服务项目洽谈与购买	40
2.4 物流系统设计与分析的一般程序	46
2.5 产品配送物流网络系统的规划与设计	52
2.6 第三方物流企业的组织结构设计	62
2.7 第三方物流服务成功的因素	68
复习思考题	82
第 3 章 第三方物流管理	83
3.1 第三方物流合同管理	84
3.2 第三方物流服务管理	95
3.3 第三方物流运输管理	103



第三方物流

3.4	第三方物流配送与储位管理	109
3.5	第三方物流装卸搬运及流通加工管理	116
3.6	第三方物流费用管理	121
3.7	第三方物流服务项目的监控	127
	复习思考题	133
第4章	第三方物流与电子商务	135
4.1	电子商务的基本概念及其运行条件	136
4.2	电子商务与物流的关系	143
4.3	第三方物流与电子商务的关系	151
4.4	第三方物流是电子商务时代物流业发展的必由之路	159
	复习思考题	165
第5章	第三方物流管理信息系统	167
5.1	第三方物流管理信息系统概述	168
5.2	第三方物流管理信息系统运行的条件及具备的特征	176
5.3	第三方物流管理信息系统的开发过程及设计方法	182
5.4	第三方物流管理信息系统概念设计	192
5.5	第三方物流企业 管理信息系统的几个典型系统简介	202
5.6	企业社会化物流信息系统	212
	复习思考题	219
第6章	第三方物流企业发展战略	221
6.1	第三方物流企业市场环境分析及发展思路	222
6.2	第三方物流企业发展战略	228
6.3	第三方物流企业的整合策略	241
6.4	第三方物流的集成策略	248
6.5	第三方物流企业市场定位策略	255
6.6	第三方物流企业风险及其规避	261
	复习思考题	270



第7章 发达国家物流外协第三方的经验与借鉴	271
7.1 发达国家物流外协第三方的做法与趋势	272
7.2 发达国家物流外协第三方发展对我国的借鉴	278
复习思考题	290
参考文献	291

第 1 章

第三方物流概述

在世界经济高速发展的时代，任何一个国家和企业所面临和关心的主要问题是如何降低商品的单位生产成本，提高经济效益，扩大销售市场，使商品生产多样化、快速化，以满足市场、客户的需求。一些发达国家在经过多年努力后到一定水平后已经达到这一目的。但随之又出现了另一个问题，即在生产过程中的合理措施已达到一定程度后，物资（货物/物品/商品/物质）流通过程的费用如何降低？因为流通过程不创造新的产品，但创造新价值，而且，最终又提高了产品的价值。无论是商品的储存、运输和其他作业均要消耗劳动，要有人来完成这一工作。此外，还要有资金建造仓库、购置材料、装卸作业机械，甚至运输工具等等。可见增加的价值就是流通成本，是构成产品价格条件的主要部分。而经济效益要求商品在流通过程中所增加的价值越小越好，要求尽量节省流通过程中的劳动消耗，最大限度地降低流通费用。为此，在流通过程中的主要环节，即商品的储存、运输、装卸等进行着不断改革，但只有第三方物流的出现才使商品流通发生了革命性变革。第三方物流在降低物流成本、提高客户服务水平方面起到了第一方、第二方物流无法或难以起到的作用。从而使第三方物流随着物流业的发展走向了社会舞台，成为新经济造就的物流服务社会化和专业化的先进形式。



1.1 第三方物流的基本概念

1.1.1 第三方物流——一个有别于第一方、第二方物流的新概念

物流是物资从供应地向接收地的实体流动过程。它将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合。根据物流承担方的不同，以及相关社会组织在物流过程中扮演角色的不同，分别称为不同方物流。

1. 第一方物流 (First Party Logistics, 1PL)

第一方物流是指由物资提供者自己承担向物资需求者物流问题，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，当人们从第一利润源泉（原材料、设施等物质资源的节约）和第二利润源泉（劳动力资源的节约）中越来越难以取得利润的时候，却发现了在物资的流通、流转过程中存在大量的获取利润的机会，或者叫做降低成本的空间，即第三利润源泉。加之随着市场竞争日趋激烈，企业越来越注重从物流过程中追求“第三利润”，并由此感到，由制造商自己从事物流确实存在一系列问题。例如，以下一些问题随着第三方物流的兴起就显得越来越突出：

(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) 随着市场环境的变化，消费需求的特点表现为品种多、批量小、批次多以及周期短等，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趋势调整自己生产、供应和流



通战略。随着生产企业推行一种 JIT (Just in Time) 准时制生产理念和生产方式, 在物流领域内就是要“将正确的商品以正确的数量在正确的时间内送到正确的地点”。企业自己从事物流很难构造一个有效的物流网络, 因此几乎难以达到 JIT 的要求, 特别是供需双方的地理位置相距较远的情况下, 企业无法实现有效的物流。

(4) 随着第三方物流的兴起, 并提供日趋完善的物流服务, 使得第一方物流原有的一些优势淡然失色。

2. 第二方物流 (Second Party Logistics, 2PL)

第二方物流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部门都备有自己的运输工具和储存商品的仓库, 以解决从供应站到商场的物流问题。但是, 传统的由第二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, 商业企业难以合理配置物流设施的能力, 无论怎样配置都可能造成物流能力的浪费或紧张。

(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, 因此几乎难以达到及时供货的要求。

(5) 随着第三方物流的兴起, 并能提供日趋完善的物流服务, 使得第二方物流原有的一些优势也逐渐失去。

3. 第三方物流 (Third Party Logistics, 3PL)

随着市场竞争的加剧, 以及对效率的追求, 使得在组织之间的社会劳动分工日趋细化。企业为了提高自己的核心竞争力, 降低成本, 增强企业发展的柔性, 越来越愿意将自己不熟悉的业务分包给其他社会组织承担。正因为如此, 一些条件较好的, 原来从事与物流相关的运输、仓储、货代等企业开始拓展自己的传统业务, 进入物流系统,



第三方物流

逐步成长为能够提供部分或全部物流服务的企业。我们把这种服务称之为“第三方物流”。

第三方物流是指由物资流动的提供方和需求方之外的第三方去完成物流服务的运作过程。和社会经济领域的许多概念一样，第三方物流有广义和狭义的理解，因而在不同的领域涵盖的范围也就不同。

(1) 广义的第三方物流概念。广义的第三方物流是相对于自营物流而言的。凡是由社会化的专业物流企业按照货主的要求，所从事的物流活动都可以包含在第三方物流范围之内，至于第三方物流是从事的哪一个阶段的物流，物流服务的深度和服务水平，这与货主的要求有密切关系。

(2) 狭义的第三方物流概念。狭义的第三方物流主要是指能够提供现代化的、系统的物流服务的第三方的物流活动。其具体标志是：

- 1) 有提供现代化的、系统物流服务的企业资质；
- 2) 可以向货主提供包括供应链物流在内的全程物流服务和特定的、定制化服务的物流活动；
- 3) 不是货主与物流服务提供商偶然的、一次性的物流服务活动，而是采取委托—承包形式的长期业务外包形式的物流活动；
- 4) 不是向货主提供一般性物流服务，而是提供增值物流服务的现代化物流活动。

因此，第三方物流这一术语的运用，因人、因地的不同其含义也有所区别。一般而言，我们在研究和建立现代物流系统时，第三方物流不是按照自营物流与否来进行区分的，尤其在我国，小生产式的物流服务活动还相当多，并且还不能在很短时间内解决这个问题，如果把这些企业都包括在第三方物流企业中，必然会混淆人们对第三方物流的认识。所以，我们在讲第三方物流时，应当从狭义的角度去理解，把它看成是一种高水平、专业化、现代化的物流服务形式。

此外，还有一些其他术语，如合同物流（Contract Logistics）、物流外协（Logistics Outsourcing）、全方位物流服务公司（Full-service Distribution Company 或 FSDC）、物流联盟（Logistics Alliance）等，也基本能表达与第三方物流相同的概念。第三方物流与第一方物流、



第二方物流的关系如图 1-1 所示。

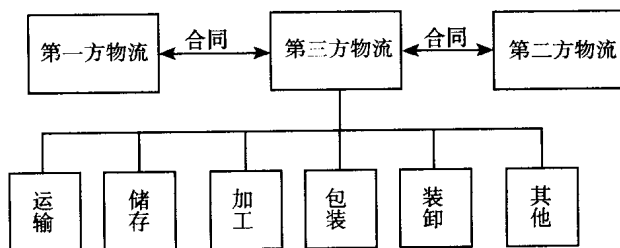


图 1-1 第三方物流与第一方物流、第二方物流的关系

1.1.2 第三方物流的服务项目

专业化、社会化的第三方物流的承担者是物流企业。综观国内外物流业现状，物流企业种类繁多，一般可以分为两类。

按照物流企业完成的物流业务范围的大小和所承担的物流功能，可将物流企业分为综合性物流企业和功能性物流企业。功能性物流企业也叫做单一物流企业，即它仅仅承担和完成某一项或几项物流功能，可将其进一步分为运输企业、仓储企业、流通加工企业等。

综合性物流企业则能够完成和承担多项甚至所有的物流功能，即所谓的综合物流。综合性物流企业一般规模较大、资金雄厚，并且有着良好的物流服务信誉。

西方发达国家第三方物流实践表现出如下趋势：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，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；另一方面，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与第一方和第二方的谈判条款，分析比较自理的操作成本和代理费用后，灵活运用自理和代理两种方式。提供客户定制的物流服务。按照一般物流企业习惯的角度，将常见的物流活动分为运输、仓储/配送、信息服务、增值服务四大类，运输类业务包括运输网络设计和规划、“一站式”全方位运输服务、外包运输力量、帮助客户管理运输力量、动态运输计划、配送、报关等其他配套服务；仓



第三方物流

储/配送类业务包括配送网络设计、订单处理、库存管理、仓储管理、代管仓库及包装等；增值服务类业务包括延后服务、零件成套、供应商管理、货运付费、支持 JIT 制造、咨询服务及售后服务等；信息服务类业务包括信息平台服务、建立物流业务处理系统、运输过程跟踪等。另外还有第三方物流服务公司不同程度地具备为客户提供物流系统总体策划的能力。以上各服务项目的具体内容将在第 2 章论述。表 1-1 列出了在欧洲和美国常使用的物流服务项目。

表 1-1 欧洲和美国常使用的物流服务项目

物流功能	西欧 (%)	美国 (%)
仓储管理	74	54
合同配送	56	49
车辆管理	51	30
订单履行	51	24
产品回收	39	3
搬运选择	26	19
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

让第三方物流经营者来承包其他企业的物流项目，对于其他企业而言，具有以下好处：

- (1) 可以集中精力处理其熟悉的核心业务。
- (2) 可以取回从前在物流活动中的固定资产的投入。
- (3) 从事第三方物流的公司能够提供更多相关服务，如环保、搬运包装物的多次利用等。
- (4) 可以节省费用。由于第三方物流公司处理的物流量大，有能力投资大型的物流设施，且保持较低的物流费用。
- (5) 增加自己核心业务的灵活性。
- (6) 第三方物流公司在从事物流业务中所拥有的经验和责任。
- (7) 物流的服务质量因专业化分工而得到大大提高。



1.1.3 第三方物流与物流一体化

随着市场竞争的不断深化和加剧，企业建立竞争优势的关键已由节约原材料的“第一利润源泉”和提高劳动生产率的“第二利润源泉”，转向建立高效的物流系统的“第三利润源泉”。20世纪80年代，西方发达国家，如美国、法国和德国等就提出了一体化的现代理论，应用和指导其物流发展取得了明显的效果，使它们的生产商、供应商和销售商均获得了显著的经济效益。美国十几年的经济繁荣与该国内重视物流一体化的理论研究与实践、加强供应链管理、提高社会生产的物流效率和物流水平是分不开的。

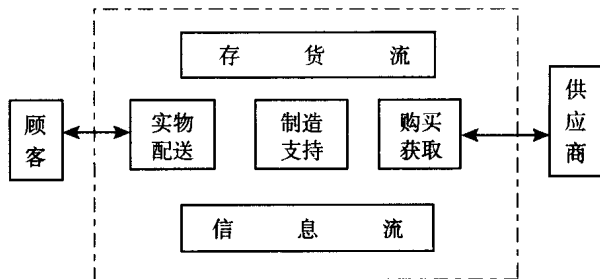


图 1-2 物流一体化

亚太物流联盟主席指出，物流一体化就是利用物流管理，使产品在有效的供应链内迅速移动，使参与各方的企业都能获益，使整个社会获得明显的经济效益。所谓物流一体化，就是以物流系统为核心的由生产企业，并经由物流企业、销售企业，直至消费者的供应链的整合化和系统化，如图 1-2 所示。它是物流业发展的成熟阶段。物流业高度发达，物流系统完善，物流业成为社会生产链中的领导者和协调者，能够为社会提供全方位的物流服务。物流一体化的发展可进一步分为三个层次：物流自身一体化、微观物流一体化和宏观物流一体化。物流自身一体化是指物流系统的观念逐渐确立，运输、仓储和其他物流要素趋向完备，子系统协调运作，系统化发展。微观物流一体化是指市场主体企业将物流作为企业战略联盟的纽带。宏观物流一体化是指物流业发展到这样的水平：物流业占到一国国民总产值的一定