



普通高等教育『十一五』国家级规划教材

高等学校物流类专业主要课程教材



# 第三方物流

(第二版)



骆温平 主编



高等教育出版社  
HIGHER EDUCATION PRESS



普通高等教育『十一五』国家级规划教材

高等学校物流类专业主要课程教材

# 第三方物流

(第二版)

Disanfang Wuliu

骆温平 主编



高等教育出版社·北京  
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

## 内容简介

本教材是普通高等教育“十一五”国家级规划教材,是教育部“新世纪优秀人才支持计划”(NCET)、上海市重点学科建设项目(T0602)及上海市教委重点科技项目(05ZS36)的部分成果,是在第一版基础上修订的第二版教材。

本教材共十二章,可分为三大部分,从第三方物流理论、行业到企业三个层面展开。第一章至第三章为理论部分,主要是关于第三方物流与供应链管理互动的理论。第四章至第五章为第三方物流行业状况与市场细分。第六章至第十二章为第三方物流服务提供方与使用方战略与运作实务。其中第六章至第八章主要是第三方物流服务使用方的物流与配送网络优化设计、绩效衡量与监控、第三方物流采购与招标,第九章至第十一章是第三方物流服务提供方的物流项目投标、企业战略与核心能力建设、企业组织创新,第十二章是双方的合同与费用结构。

本书的特点是以第三方物流与供应链管理互动为核心理论与切入点,强调双方形成战略联盟,互利双赢,共同提升物流与供应链的效率。

本书适用大学本科物流及相关专业的学生使用,也适合第三方物流服务提供方与使用方企业业务人员培训与自学。

## 图书在版编目(CIP)数据

第三方物流 / 骆温平主编. --2 版. --北京: 高等教育出版社, 2012.5

ISBN 978-7-04-034190-4

I. ①第… II. ①骆… III. ①物流 - 物资管理 - 高等学校 - 教材 IV. ①F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 068364 号

策划编辑 曾飞华  
插图绘制 尹文军

责任编辑 曾飞华  
责任校对 胡美萍

封面设计 于涛  
责任印制 毛斯璐

版式设计 杜微言

---

出版发行	高等教育出版社	网 址	<a href="http://www.hep.edu.cn">http://www.hep.edu.cn</a>
社 址	北京市西城区德外大街 4 号		<a href="http://www.hep.com.cn">http://www.hep.com.cn</a>
邮政编码	100120	网上订购	<a href="http://www.landaco.com">http://www.landaco.com</a>
印 刷	北京中科印刷有限公司		<a href="http://www.landaco.com.cn">http://www.landaco.com.cn</a>
开 本	787mm×960mm 1/16		
印 张	25.75	版 次	2007 年 9 月第 1 版
字 数	460 千字		2012 年 5 月第 2 版
购书热线	010-58581118	印 次	2012 年 5 月第 1 次印刷
咨询电话	400-810-0598	定 价	34.00 元

---

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物料号 34190-00

## 第二版前言

在物流外包发展的同时，物流服务提供商与客户的合作关系在不断提升与创新，其中包括从交易型关系发展到战略联盟关系、从注重降低成本到注重创造价值、从短期关系到发展长期关系、从自己拥有资产到整合资源，等等，物流产业正在不断地提升。

教材第一版出版以来，受到了广大师生与读者的欢迎，编者感到很高兴。第一版基于传统的物流企业如何发展高端物流服务的角度设计了第三方物流教材的相关内容，第二版教材将继承第一版的框架与主要内容，修订的内容主要包括：引入了高端物流服务的概念，并从服务的核心能力、提供的服务及与使用方关系三个方面讨论了高端物流的特征。此外，增加了对第四方物流与高端物流的讨论，更新了国外第三方物流发展的情况，增加了新的案例。

本教材共 12 章，可分为三大部分，从第三方物流理论、行业到企业三个层面展开。第一章至第三章为理论部分，主要是关于第三方物流与供应链管理互动的理论。第四章至第五章为第三方物流行业状况。第六章至第十二章为第三方物流提供方与使用方战略与运作实务。其中第六章至第八章主要是第三方物流使用方的物流与配送网络优化设计、绩效衡量与监控、第三方物流采购与招标，第九章至第十一章是第三方物流提供方的物流项目投标、企业战略与核心能力建设、企业组织创新，第十二章是双方的合同与费用结构。

本教材在第三方物流理论与实践内容的选材上，吸取了作者近年完成的国家社会科学基金课题“第三方物流与供应链管理互动的理论与方法”以及 10 多项国内第三方物流企业相关的咨询项目与实践。

教材整体框架与各章的关系如下页图 1 所示。

第三方物流是货主企业集中主业和挖掘物流与供应链管理潜力，以及传统物流企业提升现代物流服务推动下产生的。本书的特点与创新在于以第三方物流与供应链管理互动为核心理论，强调第三方物流发展的潜力取决于第三方物流提供方是否能为客户的物流与供应链管理提升作出贡献。本书以第三方物流使用方与提供方在战略与运作层面的互动角度为切入点，使得双方形成战略联盟，互利双赢，共同提升物流与供应链的效率。

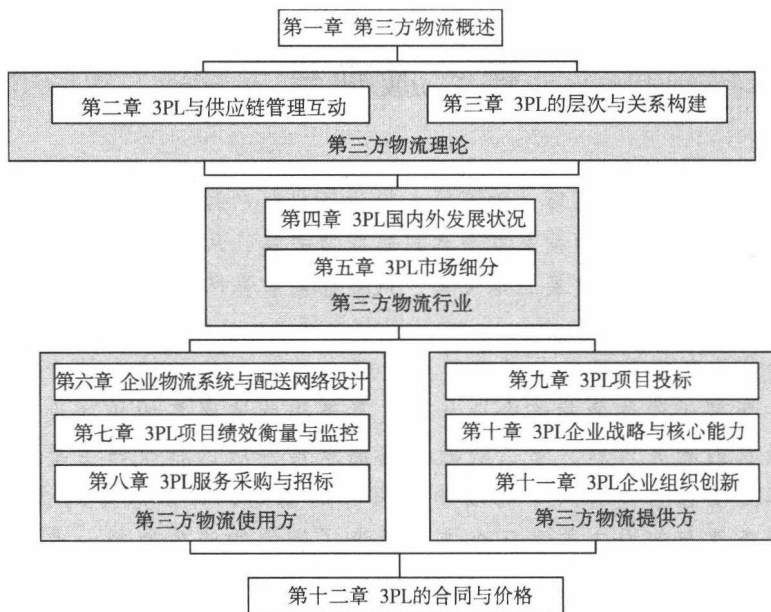


图1 全书内容架构图

最后，感谢高等教育出版社以及曾飞华编辑在第二版修订过程中给予的大力支持。

编者

2012年1月

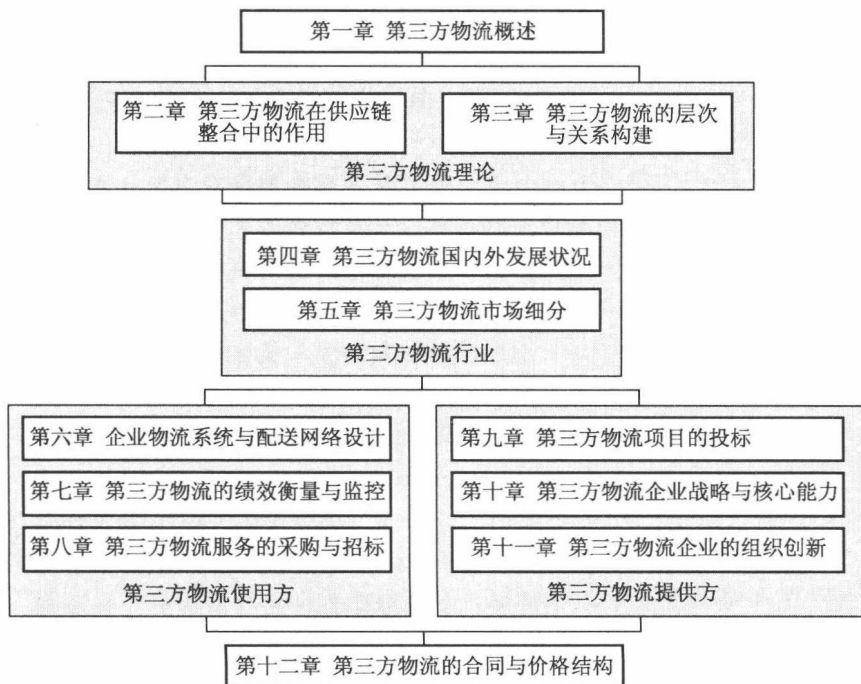
# 第一版前言

自从拙作《第三方物流：理论、操作与案例》于2001年3月出版以来，国内第三方物流发展经历了从兴起、快速扩张到逐步提升的阶段。近年来国内不少高校开设了与物流相关的专业与课程，其中第三方物流是一门主要课程。拙作作为我国第一本该领域的书，虽然在当时起到了一定的作用，但回过来看，该书无论是对第三方物流理论的认识深度，还是与我国第三方物流实践的结合都是不够的。我国第三方物流产业的深入发展及物流专业人才的培养，都对一本高质量的第三方物流教材提出了需求。

国外的物流管理与供应链管理的教材体系较成熟，但是，在第三方物流教材方面，至今还没有一本可以供参考的教材。近年来作者一直想对该领域进行系统的梳理，只是感到无论从理论还是实践方面，还有待进一步深入。幸逢“十一五”规划教材的编写，在物流理论界与企业界同仁的鼓励下，在高等教育出版社的支持下，终于一鼓作气，完成了此作，以抛砖引玉。

本教材在第三方物流理论与实践内容的选材上，吸取了作者近年完成的国家社会科学基金课题“第三方物流与供应链管理互动的理论与方法”以及近10项国内第三方物流企业相关的咨询项目与实践。

本教材共十二章，其整体框架与各章的关系如下：



第三方物流是在货主企业集中主业并挖掘物流与供应链管理潜力，以及传统物流企业提升现代物流服务的推动下产生的。本书的特点与创新在于以第三方物流与供应链管理互动为核心理论，强调第三方物流发展的潜力取决于第三方物流服务提供方是否能为客户的物流与供应链管理提升作出贡献。本书以第三方物流服务使用方与提供方在战略与运作层面的互动角度为切入点，强调双方形成战略联盟，互利双赢，共同提升物流与供应链的效率。

本书编写过程中下列人员参与了部分工作：谷中华负责第一章至第五章的关键词、思考题等，王铭、郭露露、任烙阳、王永璐等做了大量的文字输入、校对等工作，在此表示感谢。

同时感谢赵刚教授对全书的审阅；感谢高等教育出版社的有关编辑在出版过程中给予的大力支持。

教材编写时间从正式立项算起总共用了半年的时间。由于编写时间较仓促，本书从体系到内容考虑还有欠妥当之处，希望读者不吝指正。

骆温平

2006年12月

## 作者简介

上海海事大学经济管理学院教授，博士生导师，物流与供应链管理研究中心主任，第三方物流研究所所长。荷兰依拉斯姆斯大学物流博士。中国物流学会常务理事。教育部新世纪优秀人才。近十多年来，主持国家级、省部级及企业委托物流相关课题 20 多项，出版专著与教材近 10 部，论文 20 多篇。获物流与采购联合会科技进步二等奖、三等奖；宝供物流理论优秀奖与物流促进奖。



# 目 录

第一章 第三方物流概述.....	1
引言 .....	1
第一节 物流的概念与作用 .....	1
第二节 物流思想的演变 .....	9
第三节 第三方物流的定义 .....	13
第四节 第三方物流发展的动力 .....	16
第五节 采用第三方物流的潜在利益 .....	18
第六节 第三方物流的成功因素与发展障碍 .....	19
第七节 第四方物流与高端物流的发展 .....	23
本章小结 .....	26
关键词 .....	27
复习思考题 .....	27
案例一 第三方物流与某食品制造企业互动合作 .....	27
案例二 以现代第三方物流的理念与方法开拓市场 .....	31
案例三 利丰集团倡导的价值链物流 .....	36
第二章 第三方物流在供应链整合中的作用 .....	48
引言 .....	48
第一节 供应链管理的演变与实质 .....	48
第二节 社会分工理论对第三方物流产生与发展的解释 .....	55
第三节 交易费用理论对第三方物流的解释 .....	58
第四节 委托代理理论对第三方物流的解释 .....	62
第五节 博弈论对第三方物流的解释 .....	64
第六节 组织管理与核心竞争力理论对第三方物流的解释 .....	67
第七节 第三方物流与供应链管理互动的综合框架 .....	69
本章小结 .....	71
关键词 .....	72
复习思考题 .....	72
案例一 凭借国际供应链管理的能力提供第三方物流服务 .....	72
案例二 第三方物流提升 A 公司供应链管理效率 .....	79

<b>第三章 第三方物流的层次与关系构建</b> .....	92
引言 .....	92
第一节 第三方物流与客户互动的推动与促进因素 .....	92
第二节 第三方物流与客户互动层次分类 .....	95
第三节 第三方物流与客户互动紧密程度评价 .....	97
第四节 紧密型互动关系的构建与维护 .....	99
本章小结 .....	105
关键词 .....	106
复习思考题 .....	106
案例一 百岁物流 (BSL) 与某汽车零部件公司的互动合作 .....	106
案例二 第三方物流如何深入采购和生产物流运作 .....	111
<b>第四章 第三方物流国内外发展状况</b> .....	115
引言 .....	115
第一节 国际上第三方物流发展状况 .....	115
第二节 我国第三方物流行业状况 .....	121
第三节 国内外第三方物流行业的经验与借鉴 .....	127
第四节 第三方物流创造价值的方法 .....	130
第五节 我国传统储运发展第三方物流状况 .....	132
本章小结 .....	144
关键词 .....	145
复习思考题 .....	145
案例一 H 家电制造企业采用第三方物流国内外比较 .....	145
案例二 国内外基于快运的物流公司核心能力比较 .....	155
<b>第五章 第三方物流市场细分</b> .....	161
引言 .....	161
第一节 第三方物流供应商分类 .....	161
第二节 第三方物流市场细分的理论模型 .....	163
第三节 第三方物流市场的发展动态 .....	167
本章小结 .....	169
关键词 .....	170
复习思考题 .....	170
案例 C 公司物流基地市场定位与核心能力的 建设 .....	170

<b>第六章 企业物流系统与配送网络计划</b> .....	180
引言 .....	180
第一节 企业物流系统的优化与设计 .....	180
第二节 配送网络的计划 .....	187
本章小结 .....	197
关键词 .....	198
复习思考题 .....	198
案例 某连锁超市的配送方案建议书 .....	198
<b>第七章 第三方物流的绩效衡量与监控</b> .....	210
引言 .....	210
第一节 第三方物流绩效衡量与监控的概念 .....	210
第二节 客户服务的监控 .....	211
第三节 成本和生产效率的监控 .....	215
第四节 仓库、运输和存货的监控 .....	219
第五节 关键绩效指标的制定与管理 .....	221
本章小结 .....	226
关键词 .....	226
复习思考题 .....	226
案例一 某第三方物流服务项目指标体系建立与考核方法 .....	227
案例二 某企业确定 KPI 的原则与指标体系的确定 .....	232
<b>第八章 第三方物流服务的采购与招标</b> .....	236
引言 .....	236
第一节 第三方物流采购的特点与一般过程 .....	236
第二节 第三方物流服务需求表达 .....	238
第三节 第三方物流服务的招标 .....	242
第四节 第三方物流招标文件的编写 .....	248
第五节 招标组织与第三方物流服务供应商的评估 .....	252
本章小结 .....	258
关键词 .....	259
复习思考题 .....	259
案例一 A 公司国内第三方物流项目的招标 .....	259
案例二 某啤酒销售公司第三方物流项目招标文件 .....	274

<b>第九章 第三方物流项目的投标</b> .....	280
引言 .....	280
第一节 第三方物流项目投标概述 .....	280
第二节 我国招标投标法中的有关规定 .....	281
第三节 第三方物流项目投标的一般过程 .....	282
第四节 第三方物流项目投标书的构成 .....	285
本章小结 .....	296
关键词 .....	296
复习思考题 .....	297
案例 某食品项目第三方物流投标书 .....	297
<b>第十章 第三方物流企业战略与核心能力</b> .....	309
引言 .....	309
第一节 第三方物流企业战略概述 .....	309
第二节 第三方物流企业战略的制定 .....	312
第三节 物流企业价值与核心能力定位 .....	317
本章小结 .....	321
关键词 .....	321
复习思考题 .....	321
案例一 H公司向第三方物流转型的战略 .....	321
案例二 向第三方物流转型的成功典范 .....	328
<b>第十一章 第三方物流企业的组织创新</b> .....	332
引言 .....	332
第一节 第三方物流企业组织的基本形式 .....	332
第二节 第三方物流企业的组织创新 .....	334
第三节 第三方物流企业的并购战略 .....	342
本章小结 .....	350
关键词 .....	350
复习思考题 .....	351
案例一 H公司向第三方物流转变中的组织创新 .....	351
案例二 邮政全球化兼并意味着什么 .....	361
<b>第十二章 第三方物流的合同与价格结构</b> .....	364
引言 .....	364

第一节	第三方物流服务合同设计原则 .....	364
第二节	第三方物流合同中的关键条款 .....	365
第三节	第三方物流服务价格或费用结构 .....	370
第四节	我国《合同法》中有关第三方运输的条款 .....	373
第五节	我国《合同法》中有关第三方仓储的条款 .....	377
第六节	国外第三方物流合同范本与解释 .....	380
本章小结	.....	388
关键词	.....	388
复习思考题	.....	389
案例	第三方物流与客户的价格博弈 .....	389
参考文献	.....	393

# 第一章 第三方物流概述

## 引 言

要正确地理解第三方物流，首先必须正确地理解物流。第三方物流是为工商货主企业提供部分与全部物流运作和管理的外部的物流服务提供商。因此对物流的正确理解是理解第三方物流的关键，本章首先介绍物流的概念与作用，从物流定义及演变过程中理解物流的实质，其中包括物流的定义、物流包括的环节、物流的增值作用、物流与微观及宏观经济的关系。然后，本章介绍第三方物流的定义、第三方物流发展及与外部环境的关系，最后总结第三方物流的利益、推动因素、成功因素与发展障碍。

### 第一节 物流的概念与作用

#### 一、物流的概念

“兵马未动，粮草先行”，这是我国古代军事家的“后勤”战略思想。在西方，物流（logistics）最早是指军事后勤。第二次世界大战后，物流这一概念被运用于经济领域。简单地说，物流是关于在需要的时候，在指定的地点，得到所需的物品，或者可用7个恰当（7R's）来表示：恰当的产品（right product）、恰当的数量（right quantity）、恰当的条件（right condition）、恰当的地点（right place）、恰当的时间（right time）、恰当的顾客（right customer）、恰当的成本（right cost）。

7个恰当指出了物流的基本活动，强调空间和时间的的重要性，也强调了成本与服务的重要性。当物流系统发生变动时，物流管理者应不断评价成本与服务水平的合适性。

1962年，著名管理学家德鲁克（Peter Drucker）在《财富》杂志上，以“经济领域的黑暗大陆”为题，讨论了物流这一领域，首次明确提出物流是节约成本的最后领域。

其实,在人类进入文明社会时物流活动就已客观存在了。物流是一年365天,一天24小时,全世界各地不停地发生着的。物流作业的复杂性与地理跨度之大,是其他任何作业都不能比拟的。

现代物流是一个挑战与机遇共存的领域,它包括对信息、运输、存货管理、仓储、物料搬运、包装等作业领域的综合管理。在这些作业领域内,又含有一系列不同的具体作业任务。物流管理的任务就是把这些具体作业任务有效地组合,因此,物流管理是一项富有挑战性,并具有回报的专业工作。

物流的战略重要性已越来越受到人们的重视,现代物流的新意,在于其系统整合(integration)的概念,即整合传统的作业领域,并把它提升到一个综合的战略高度。物流管理者就像一个交响乐队的指挥家,指挥着企业内部与企业外部的物流工作。在企业内部,物流管理挑战的是对分散的物流作业进行协调,以形成以服务客户为主的综合能力。这种协调将跨越本企业、联系最终客户以及原材料及服务提供者。从战略角度看,物流管理指挥着跨越组织的物流作业,实现供应链(supply chain)的协调。现代物流的重要性在于使物流在企业内部与外部整合,而形成企业在市场上竞争的能力。

物流的作业要求,是将原材料、在制品和产成品以最低的成本送达指定的地点。正是通过物流过程,发达的商业社会才得以将原材料送达生产基地,而使产品通过营销渠道,到达客户手中。物流作业相当复杂,在物流发达国家,其费用占国民生产总值的10%左右。对企业来说,其物流开支依据行业的种类、作业的地理范围和重量价值比的不同,占销售额的5%~35%。物流是商业活动中成本最高的活动之一,在制造业仅次于原材料成本,在批零售业仅次于货物成本。因此,物流对企业经营的成败是非常关键的。

尽管就企业成本而言,物流是非常重要的,但现代物流的重要性,不仅仅是节约成本,还在于企业如何选择物流策略来获取竞争优势。

物流可以从不同角度进行定义,在国际上,最普遍采用的是美国物流管理协会(Council of Logistics Management)的定义:

“物流是为满足消费者需求而进行的对货物、服务及相关信息从起始地到消费地的有效率与效益的流动与存储的计划、实施与控制的过程。”

这一定义给物流过程提供了一个系统性决策的框架。一方面,物流过程综合了运输、存货、管理、仓储、物料搬运系统及包装和其他相关活动,包括对整个供应链(从供应商开始,一直到客户)的流动成本与服务水平的权衡(trade-off)取舍。

另一方面,物流包含效率(efficient)和效益(effective)两个层面,其最终目的是满足客户的需求与企业的目标。

从物流的定义可知,物流管理包含一系列的活动,它可以包括运输、仓

储、包装、物料搬运、存货控制、订单处理、需求预测、生产计划、采购、客户服务、工厂和仓库选址、物品回收、零部件及服务保障、废品处理。企业也可能把这样的一些活动不完全包括在物流部门之下，如强调产成品物流的企业，可以不把采购包括在物流部门之内。

第二次世界大战后，随着对物流的重视，物流管理所包含的范围不断增加，下面简单介绍物流包含的活动及它们与物流管理的关系。

### （一）运输（transportation）

运输是物流系统中非常重要的一部分，物流中最重要的是货物的实体移动及移动货物的网络。网络是由提供运输服务的运输及代理公司组成的。物流经理负责选择运输方式来运输原材料及产成品，或建立企业自有的运输能力。

### （二）仓储（warehousing and storage）

仓储与运输具有权衡关系（trade-off），仓储包括两个既独立又有联系的活动：存货管理与仓库管理。运输与存货水平及所需仓库数之间有着直接的关系。例如，如果采用相对慢速的运输方式，企业一般需要保持较高的存货水平和较多的仓库数，这就为采用快速运输方式而减少仓库数与存货水平提供了可能的选择。

许多重要的决策与仓储活动有关，包括仓库数目、存货量大小、仓库的选址、仓库的大小等。

### （三）包装（packaging）

与物流相关的第三个领域是工业包装或称外包装。运输方式的选择将影响包装要求，包括产品的运输与原材料的运输。一般来说，铁路与水运因其货损的可能性大，而需支出额外的包装费用。在权衡运输选择时，物流管理人员要考虑运输方式的改变而引起的包装费用的变化。

### （四）物料搬运（material handling）

物流的第四个活动领域是物料搬运。在制造企业，除物流部门，其他部门如生产部，也有物料搬运活动。物料搬运对仓库作业效率的提高是很重要的。物流经理负责货物搬运入库、货物在仓库中的存放、货物从存放地点到订单分拣区域的移动和最终到达出货区（dock）准备运出仓库的全部过程。物料搬运一般是货物通过机械设备作短距离移动，所用机械设备包括：传送机、叉车、行吊和货物容器。生产经理可能会专门设计托盘与容器，但可能与物流的仓储活动不兼容。因此，物料搬运设计必须协调生产与物流两个部门，以保证各种设备协调一致，另外，企业会发现在工厂与仓库用同一叉车是经济的。

### （五）订单处理（order processing）

另一项可由物流部门负责的活动是订单处理，它包括完成客户订单的所有活动。物流领域之所以要直接涉及订单的完成过程，是因为产品物流的一个重



要方面是备货周期 (lead time), 它是指从客户下达订单开始, 至货物完好交给顾客为止的时间。如某一公司的备货周期是 6 天, 它包括用于传送订单、处理订单、订单准备与交货的时间, 若订单处理用 3 天, 订单准备用 1 天, 这就意味着货物必须在 2 天时间内送达顾客。较短的允许送货时间, 就意味着要采用较快的运输方式。如果订单处理是作为物流系统的一部分, 企业就可以寻找改进的方法, 比如用电话接单, 计算机处理订单, 把订单处理时间减少到 1 天之内。这样就可以使企业采用便宜得多的运输方式, 而仍能在 6 天的备货时间把货物送达顾客。从时间或者说备货时间的角度来看, 订单处理是非常重要的物流功能。

#### (六) 预测 (forecasting)

存货预测是另一项重要的物流领域, 准确的存货、物料和零部件的预测是存货有效控制的基础, 尤其是使用零库存 (just in time) 和物料需求计划 (material require plan) 方法控制存货的企业。物流管理人员应进行预测, 以保证准确与有效的控制。存货需求预测与一般的市场营销预测不同, 后者代表销售目标。

#### (七) 生产计划 (production planning)

生产计划与物流的关系越来越密切。生产计划与存货预测有关。在已知现有存货量的条件下, 一旦作出存货预测, 生产经理便能确定必需的生产量, 用以满足市场需求。然而, 在生产多种产品的公司, 生产过程的时间计划、生产线之间的关系需要与物流协调, 通过物流对生产计划进行控制。在大公司, 生产计划与物流的整合变得越来越普遍。

#### (八) 采购 (purchasing 或 procurement)

这是另一项可以归入物流领域的物流活动, 把采购归入物流是因为运输成本与生产所需的原材料、零部件的地理位置 (距离) 有关; 采购的数量与物流中的运输与存储成本也有关。是否将采购归入物流领域, 要看其是否对降低成本与协调各环节活动有益, 在 20 世纪 70 年代至 80 年代, 越来越多的公司将采购归入了物流领域。

#### (九) 客户服务 (customer service)

物流的另一个重要领域是客户服务。客户服务是一个复杂的课题, 它也与公司其他领域有关。客户服务水平与物流领域的各项活动有关, 存货、运输、仓储的决策取决于客户服务需求。物流领域并不完全控制客户服务的决策, 但在保证客户在恰当的时间、恰当的地点, 得到恰当的产品中起着极其重要的作用。产品的可得性 (availability) 与备货周期 (lead time) 的物流决策是客户服务的关键。

#### (十) 选址 (location)

物流另一个重要领域是工厂和仓库选址。位置的改变会改变工厂和市场、