



校企合作优秀教材
普通高等教育“十二五”系列规划教材

总主编 王新桥



第三方物流

DISANFANG WULIU

主 编◎董向红 汪 丽 冯方友

湖南师范大学出版社



校企合作优秀教材
普通高等教育“十二五”系列规划教材

总主编 王新桥



第三方物流

DI SAN FANG WU LIU

主 编 董向红 汪 丽 冯方友
副主编 耿娜娜 韦家明
参 编 王 飞

湖南师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

第三方物流 / 王新桥总主编. — 长沙 : 湖南师范大学出版社, 2012. 6
ISBN 978 - 7 - 5648 - 0809 - 9

I. ①第… II. ①王… 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 125042 号

第三方物流

总主编:王新桥

◇全程策划:刘 伟

◇组稿编辑:刘开芳

◇责任编辑:胡晓军

◇责任校对:张 颀

◇出版发行:湖南师范大学出版社

地址/长沙市岳麓山 邮编/410081

电话/0731. 88853867 88872751 传真/0731. 88872636

网址/http://press. hunnu. edu. cn

◇经销:全国新华书店 北京志远思博文化有限公司

◇印刷:北京百善印刷厂

◇开本:787 × 1092 1/16

◇印张:15

◇字数:378 千字

◇版次:2012 年 7 月第 1 版 2012 年 7 月第 1 次印刷

◇书号:ISBN 978 - 7 - 5648 - 0809 - 9

◇定价:36.00 元

高等院校教育

教材研究与编审委员会

主 任:陈德怀

常务委员:胡宝华 李 雷 潘力锐 龚 波
夏 巍 丽 平 刘铁明 朱志峰

委 员:(排名不分先后)

江 敏	吴志全	刘庚碧	邓有林	朱长元
黄 海	韩丽莎	刘仁芬	张叶栩	刘志东
阳 源	初秀伟	李以渝	刘建国	徐春桥
禹利萍	周启胜	万智勇	李建宁	熊 婷
刘 涛	高 进	吴志明	郑 晖	叶春辉
李裕民	夏洁云	吴立炎	黄伟祥	钟建坤
喻凤生	侯德宏	武怀军	赵锦权	冯国敏
吴士田	彭继玲	李友云	蔡映红	郑明娥
陈灵仙	丁良南	刘 永	张洪雷	绳传冬
杨中纲	李庆东	田 嘉	李丰雪	张 华
赵海燕	王 军	郭伟伟	刁 俊	吴 坤
郑 涛	杨 耘	齐振东	顾美君	陈华平
张宏旭	姜胜中	霍义平	李志敏	陈诺敏
龚云平	李 梅	沈易娟	袁 芬	魏 宁
郑 聪	刘 延	汤伟光	张海彬	李 霞
王志强	彭晓娟	那仁图亚		

前 言

在经济全球化的环境下,企业建立竞争优势的关键,已由最初节约原材料的“第一利润源”和提高劳动生产率的“第二利润源”,转向建立高效的物流系统的“第三利润源”。然而面对日趋激烈的竞争,企业既搞生产经营又搞物流,已渐渐力不从心。于是企业不得不考虑将主要精力放在核心业务上,而将运输、仓储等物流的部分或全部交由更专业的物流企业进行操作,以确保企业的竞争优势。由此,第三方物流便出现且迅速发展起来。第三方物流的出现不仅可以满足企业适应新经济条件下竞争的需要,并且对提高国民经济总体品质和抵抗危机的能力也具有举足轻重的作用和意义。由于一个国家第三方物流发展水平代表着本国物流的发展进程,所以在全国经济快速发展的新形势下,大力发展以第三方物流为特征的现代物流服务既是推动我国经济质量升级的一条重要渠道,也是我国传统运输物流企业转型的必然要求。

然而,虽然中国物流行业发展很快,但我国第三方物流整体水平还比较低。据专家指出,由于大部分物流企业是从原来的储运业转型而来,大都未形成核心竞争力,企业的技术水平与管理水平尚处于较低水平。据统计,中国第三方物流市场规模在600亿元~700亿元之间,普遍形成一种规模小且高度分散的特点,在1万至1.5万家第三方物流企业中,没有一家企业能占到2%以上的市场份额,大多数物流公司只是局限在供应链功能的某一部分,无法满足客户一体化的物流服务水平需求。

本教材正是在这一背景下,根据物流理念及第三方物流的最新发展,对第三方物流理论及实务进行重新的整理和拓展,同时结合高等职业教育的特点,在理论与实践的结合上立足于实务操作,强调实用性,特别适合本专科物流管理专业学生使用,也可作为企业员工培训教材。在编写过程中,每章体例遵循前有教学目的、重点,后有案例、练习的要求,便于教师讲授和学生自学。

本教材由珠海城市职业技术学院王新桥任总主编,珠海城市职业技术学院董向红、兰州职业技术学院汪丽、佛山职业技术学院冯方友任主编,盐城纺织职业技术学院耿娜娜、广西工业职业技术学院韦家明任副主编,焦作大学王飞任参编。编写分工具体如下:第一章由董向红老师编写,第二章由王新桥老师编写,第三章由汪丽老师编写,第四章由冯方友老师编写,第五章由耿娜娜老师编写,第六章由韦家明老师编写,第七章由王飞老师编写。

本书的编写和出版得到了湖南师范大学出版社、首都经济贸易大学中国市场学会市场营销教育中心、校企合作单位——苏州恒润进出口有限公司的大力协助,中国市场学会市场营销教育中心孙栋老师、许薇薇老师、邓昌部老师,苏州恒润进出口有限公司张海军经理对教材的编写思路提出了大量宝贵意见,在编写过程中还借鉴和吸收了国内外专家和学

者的大量研究成果，在此一并表示感谢。

由于作者参与第三方物流这一领域的设计研究和工作经验还在积累、提升之中，所以有关知识、技术研究还需继续深入，同时有些观点还需要进一步接受检验。另外，由于本教材编写仓促，书中难免出现疏漏和不足之处，敬请同行、专家以及广大读者能及时反馈和指正，以便重印时予以修正和完善。

编者

2012 年 6 月 20 日

第一章 第三方物流概述	1
第一节 第三方物流的基本概念	1
第二节 第三方物流的利益来源及价值分析	8
第三节 第三方物流企业	10
第四节 第三方物流的发展经验及趋势	19
第二章 第三方物流服务产品	28
第一节 仓储服务	29
第二节 运输服务	34
第三节 综合服务	40
第四节 国际货运代理服务	43
第五节 流通加工	47
第六节 仓单质押融资	51
第七节 项目物流	58
第八节 快递服务	60
第三章 现代物流信息技术	67
第一节 条码技术	68
第二节 电子数据交换技术	73
第三节 自动跟踪技术	79
第四节 电子订货技术	85
第五节 射频技术	88
第四章 第三方物流的商务拓展	96
第一节 第三方物流的业务开发	96
第二节 第三方物流服务项目方案设计	114
第三节 第三方物流服务项目招投标	132

第五章 第三方物流企业的服务管理	148
第一节 第三方物流企业服务质量管理	148
第二节 第三方物流企业客户关系管理	161
第六章 第三方物流的绩效评价	170
第一节 第三方物流绩效管理体系的构建	171
第二节 第三方物流运输运营绩效评价	176
第三节 第三方物流的客户关系管理绩效评价	182
第七章 第三方物流发展的新趋势	193
第一节 电子商务时代的第三方物流	194
第二节 第三方物流与第四方物流的融合发展模式	205
第三节 绿色物流的发展趋势	208
附录 中华人民共和国国家标准物流术语 (GB/T18354-2006)	215

第一章 第三方物流概述

>>

1. 掌握第三方物流的概念和基本特征;
2. 熟悉第三方物流的利益来源及价值分析;
3. 了解第三方物流的发展经验及趋势。

>>

1. 分析第三方物流企业的经营模式。
2. 运用物流企业评估指标分析各级各类物流企业的规模情况。



引导案例

1990年,中国的第一家麦当劳餐厅在深圳开张。就在许多人还没有听过“物流”这个词的时候,麦当劳已经将世界上最先进的物流模式带进了中国。一整天的繁华喧嚣过后,来自麦当劳物流中心的大型白色冷藏车悄然停泊在店门前,卸下货物后很快又开走,尽管一切近在眼前,但很少有人能透过这个场景,窥视到麦当劳每天所需原料所经历的复杂旅程。而提到麦当劳的物流,就不得不提及夏晖物流。这家成立于1974年的老牌物流企业,为麦当劳提供了遍及全球的物流服务,麦当劳的门店开到哪里,夏晖的配送末端就到达哪里。

夏晖为麦当劳提供了专业高效的第三方物流服务,麦当劳利用夏晖设立的物流中心,为其各个餐厅完成订货、储存、运输及分发等一系列工作,使得整个麦当劳系统得以正常运作,通过它的协调与联结,使每一个供应商与每一家餐厅达到畅通与和谐,为麦当劳餐厅的食品供应提供最佳的保证。在夏晖物流的服务保障下,麦当劳在中国的门店数量在二十年里发展到1100多家。

第一节 第三方物流的基本概念

第三方物流(The Third Logistics, 3PL或TPL)是20世纪80年代由美国物流管理委员会首先提出的。1988年,在美国物流管理委员会的一项客户服务调查中,首次采用了“第三方服务提供者”一词。第三方物流是相对“第一方”发货人和“第二方”收货人而

言的,它通过与第一方或第二方的合作来提供专业化的物流服务,它不参与商流,只提供物流服务。因此又被称为契约物流、外包物流。目前国内外关于第三方物流的定义有很多,但国际上还没有一个统一的明确定义。

一、第三方物流的定义

“第三方”一词源自管理学中的“外包”(Outsourcing)理念。外包是指企业动态地配置自身和其他企业的功能和服务,并利用企业外部的资源为企业内部的生产和经营服务。将外包引入物流管理领域,就产生了第三方物流的概念。由于企业越来越重视自己的核心资源和业务,而将其他资源和业务尽量外包,以避免核心竞争力不突出。外包便成为目前工商企业的一个工作重点。第三方物流因其在专业技术和综合管理方面的显著优势也得到了迅速发展。

欧美研究者一般这样定义第三方物流:第三方物流是传统的组织内履行的物流职能变革为由外部公司履行。第三方物流公司所履行的物流职能,包含整个物流过程或物流过程中的部分活动。Robert C. Lieb (1993)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,并提供如交通、运输管理、承运人管理、仓储、配送等物流活动中的部分或全部环节的服务,以满足客户需求的第三方公司”。B. J. Lalonde 和 M. C. Cooper (1989)认为第三方物流是一种关系,认为第三方物流是“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,第三方物流提供了更加广泛的、为客户定制的服务,其特点表现为一种长期的、互利的关系”。

美国物流管理学会于2002年10月1日公布的《物流术语词条2002升级版》,对第三方物流的解释是:第三方物流是指将企业的全部或部分物流运作业务外包给专业公司管理经营,而这些能为顾客提供多元化物流服务的专业公司称为第三方物流提供商。它们的存在加速了原材料和零部件从供应商向制造商的顺畅流动,更为产品从制造商向零售商的转移搭建了良好的平台。第三方物流提供商所提供的集成服务涵盖了运输、仓储、码头装卸、库存管理、包装以及货运代理在内的诸多业务。这一定义指出了一个公司要承担起第三方物流供应方的角色必须管理、控制和提供物流作业。

在日本的物流书籍中,第三方物流被解释为:为客户提供包括物流系统设计规划、解决方案以及具体物流业务运作等全部物流服务的专业物流企业所运作的物流业务。

我国的国家标准《物流术语》(GB/T18354-2006)中对第三方物流的定义是:接受客户委托为其提供专项或全面的物流系统设计以及系统运营的物流服务模式。第三方物流提供商在具体的供应链中并不是一个独立的参与者,而是代表发货人和收货人,通过提供一整套物流活动来服务于供应链。第三方物流企业本身不拥有货物,而是为其外部客户的物流作业提供管理、控制和专业化服务。

二、第三方物流的基本特征

(一) 关系契约化

第三方物流有别于传统的外协,外协一般只限于一项或数项独立的物流功能,如运输公司提供运输服务、仓储公司提供仓储服务等。第三方物流则根据合同条款规定的要求,

提供多功能甚至全方位的物流服务。一般来说,第三方物流企业能提供仓库管理、订单处理、产品回收、搬运装卸、物流信息系统、产品安装装配、物流金融、项目物流等近30种物流服务。首先,第三方物流是通过契约形式来规范物流经营者与物流消费者之间关系的,物流经营者根据契约规定的要求,提供多功能直至全方位一体化物流服务,并以契约来管理所有提供的物流服务活动及其过程。其次,第三方物流发展物流联盟也是通过契约的形式来明确各物流联盟参加者之间权责利相互关系的。

(二) 服务个性化

第三方物流服务的对象一般都比较少,只有一家或几家,服务时间却比较长,这是因为需求方的业务流程各不一样,而物流、信息流是随价值流流动的,因而要求第三方物流服务应按照客户的业务流程来制定。首先,不同的物流消费者存在不同的物流服务要求,第三方物流需要根据不同物流消费者在企业形象、业务流程、产品特征、顾客需求特征、竞争需要等方面的不同要求,提供针对性强的个性化物流服务和增值服务。其次,从事第三方物流的物流经营者也因为市场竞争、物流资源、物流能力的影响需要形成核心业务,不断强化所提供物流服务的个性化和特色化,以增强物流市场竞争能力。

(三) 功能专业化

随着经济全球化和竞争国际化的趋势日益加快,国内外市场的界限逐渐消失,越来越多的企业参与到国际市场竞争中去,小到一台手机、大到一部汽车,零部件来自世界各地的供应商,生产完成后又要迅速销售到世界各地的消费者手中,在这个过程中,第三方物流提供了专业的物流服务。这不仅体现在标准化的微观作业流程——入库、在库、装卸、出库、运输、配送、客户反馈等环节格式化,而且从物流设计、物流操作过程、物流技术工具、物流设施到物流管理等方面体现专业化、规范化、标准化。

(四) 管理系统化

第三方物流应具有系统的物流功能,是第三方物流产生和发展的基本要求,第三方物流需要建立现代管理系统才能满足运行和发展的基本要求。

(五) 信息网络化

首先,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、保管、运输、流通加工实现一体化;其次,企业可以更方便地使用信息技术与第三方物流服务提供商进行交流与协作,企业间的协调和合作有可能在短时间内迅速完成;借助信息技术,能有效管理物流渠道中的商流,这就是企业有可能把原来在内部完成的作业交由第三方物流公司运作。信息技术是第三方物流发展的基础。物流服务过程中,信息技术发展实现了信息实时共享,促进了物流管理的科学化,极大地提高了物流效率和物流效益。

三、多方物流并存

根据实际物流承担方的不同,以及相关社会组织在物流过程中所扮演的角色不同,我们可以将这些物流形式分别称为不同方物流。例如,“第一方物流”、“第二方物流”、“第

三方物流”、“第四方物流”、“第五方物流”等。

（一）第一方物流

第一方物流（The First Party Logistics, 1PL）是指由物资提供者自己承担向物资需求者送货，以实现物资的空间转移的过程。传统上，多数制造企业自己都配备了规模较大的运输工具（如车辆、船等）和储存自己产品所需的仓库等物流设施，来实现自己产品的空间位移。特别是在产品输送量较大的情况下，企业都比较愿意由自己来承担物流的任务。但是，随着市场竞争的日趋激烈，企业越来越注重从物流过程中追求“第三利润”，由此企业感到，由制造商自己从事物流确实存在一系列问题。例如，以下一些问题显得越来越突出：

（1）由于产品的市场需求在时间上是不平衡的，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，而从事物流业却并非其核心能力的业务，因此，从事物流业务的成本比一般专业的物流企业高。

（3）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，特别是在供需双方的地理位置相距较远的情况下，企业无法自行实现有效的物流。

（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黯然失色。

（二）第二方物流

第二方物流（The Second Party Logistics, 2PL）是指由物资的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这以下一些问题：

（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，在微利的商品经营时代，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能力，无论怎样配置都可能造成物流能力的浪费或不足。

（3）商业企业的核心竞争能力在于商品的销售能力，而从事物流也却并非其核心竞争能力的业务，因此，从事物流业务的成本一般比专业的物流企业高。

（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。

（三）第四方物流

第四方物流（The Fourth Party Logistics, 4PL）的概念是1998年美国埃森哲咨询公司

率先提出的。一般认为第四方物流是通过拥有的信息技术、整合能力及其他资源专门为第一方、第二方和第三方提供物流规划、咨询、诊断、物流信息系统、供应链管理等活动。第四方并不实际承担具体的物流运作活动，而是作为一个供应链的集成商。它是帮助企业实现降低成本和有效整合资源，并且依靠优秀的第三方物流供应商、技术供应商、管理咨询以及其他增值服务商，为客户提供供应链解决方案。

（四）第五方物流

关于“第五方物流”（The Fifth Party Logistics, 5PL）的提法目前还不多，但是确实有人已经注意到这一领域。一般认为，第五方物流是指从事物流业务培训的一方。随着现代综合物流的开展，人们对物流的认知有一个过程，目前就是处在这样一种状况，当传统的物流在被人们否定的时候，在大量的有关建立新的物流体系的介绍中，人们开始茫然和不知所措。因此，提供现代综合物流的新的理念以及实际运作方式便成为物流业中的一项重要行业，即物流人才的培养。

对于一个物流部门而言，它所需要的人才在专业知识和相关技术能力上，应具备以下一些能力：

（1）对于现代综合物流的新的理念和运作模式有突破传统的认识，由此能进一步发展对物流的认识，提出新的物流运作的模式。

（2）对于物流的各个环节的业务具有同等的认识。未来从事物流业的人士往往现在从事的是物流业中的某一个环节的业务，如航空、仓储、公路运输、铁路运输、货物包装、信息管理等。但是，一个物流业务人员应该将其知识延伸到物流的其他领域，逐步建立其物流系统的概念，能统筹考虑整个物流运作的安排。

（3）对于计算机网络技术有较深刻的理解，并能在业务中对物流信息管理的计算机网络系统提出要求。

（4）对于物流各个环节的有关技术有一定的知识，能够合理使用和调配这些设施和设备。

物流的专门人才除了要具有上述的专业知识和技术外，还需要具备以下一些能力：

（1）由于物流业务落后，物流人才需要具有前瞻性，即不受现有的机构、制度和一些做法的约束。特别是物流管理人员必须具有能够创造合理化的物流条件，并具有组织年轻人为物流合理化而奋斗的魄力。

（2）物流业是一项新事物，应具备开拓未知领域的先驱者的气概。因为物流较多地受其他因素的制约，必须具有向这些制约因素挑战的精神。

（3）为构筑最好的物流系统，具有应有的系统思考能力。

（4）为使物流适应已经或将要变化的环境，包括物流部门领导在内的全体人员必须有从战略高度考虑问题的素养。

（5）鉴于信息技术在物流中的核心地位，从事物流管理的人员应具备构筑信息系统的能力。

（6）物流工作人员主要是和“物”打交道，很容易“见物不见人”。但处理“物”的是人，应具有尊重人的精神。

为了培养具有这样思想和能力的人才,首先应当清楚这是一个需要长期为之努力的事业,必须制订中长期的人才培养计划。在制订计划时应确定基本概念、基本方针和进修体系,确定物流业经理等各类人员所必须具备的知识、技术、技能等的培养要求及其实施办法。这些都是第五方物流的从业人员可以做的工作。

在物流发展的历程中,也存在自然界“物竞天择,适者生存”的规律。只有不断地优化和自我完善,才能在新的经济环境中求得生存。上述提到的多方物流形式将会长期并存,这正是社会多样化的表现。但是,其中第三方物流在物流活动中的作用将会越来越重要,第三方物流就是适应现代社会的一种物流优化形式。而第四方、第五方物流随着知识经济社会的到来,必将成为物流业发展的新领域。然而,即便如此,第一方和第二方物流仍然会与新兴的物流方长期共存,以满足社会某些方面的特殊需求。另外值得注意的是,从事第三方物流的企业可以同时从事第四方、第五方物流的业务,从事第四方物流的企业也可以从事第五方物流的业务。今后物流的发展,必然会创造出更多的优化形式。



案例阅读

转型第四方物流——中远的供应链变革

一种原材料,从采购到生产再到销售环节,有上万个城市节点与客户,上百万个运输记录。而对于一个物流公司而言,挑战巨大。

“我们现在打算做‘第一个吃螃蟹的人’。”黄大雷是中远网络物流信息科技有限公司的总工程师,他和他的团队正在开展为整个中远集团的物流运作设计 IT 系统和运用信息化的工作。

重建供应链网络

目前中国的物流企业运用信息化的能力存在“中间大、两头小”的问题,黄大雷介绍。

“中间大”是指中间的信息处理能力已经达到了非常强的程度,比如中远物流来讲,已经拥有非常完善的综合物流信息系统,包括订单、仓库、配送管理系统,还有货运、传单系统等,但与国外的物流企业相比,依靠这些数据进行高端智能化的处理来改变业务流程设计和应用还无法实现,另外,运用 RFID 扫描等现场处理能力也很弱。

而对于中远而言,经过多年的发展,目前中远的物流网络已经非常复杂,从制造商到大区的仓库,再到大区的配送中心,最后到终端客户,层级非常多,而且运输产品多元化,运输模式也是多样化,这也就意味着中远的物流运作会非常复杂,当然,要涉及决策的因素也就非常多。

2007 年,中运用发改委的赞助基金成立了自己的物流新技术实验室。随后,与 IBM 中国研究院合作,展开一个名为“绿色供应链优化 Green SNOW”的项目。“这一研究项目主要是依靠物流企业在仓储、配送等各个流程的数据进行分析,从而发现数据如何可以更好地优化,进而调整物流运输的路线甚至是交通方式。”IBM 中国研究院资深经理董

进说。

因此，定性考虑企业的战略，包括整个市场趋势如何，物流运营策略如何，竞争对手处在什么样的情况后，再根据物流企业的各个物流节点、地理位置、设备运输的成本、运输能力相关技术参数，定量地帮助企业作出分析，最后形成方案就显得尤为重要了。

这实际上就是国内物流企业与国外传统物流企业的差距所在——依靠信息化的智能手段来改变业务流程，而不是单纯依靠人的所谓的经验。

黄大雷举例说，比如一种原材料从采购到生产，之后进行配送再到终端客户，这一过程可能会产生超过1万多个城市节点与客户，产生将近100多万条运输记录，在这样的网络中决策什么样的物流网络是最优的物流网络，每个城市的仓库都设在哪里可以距离最近、库存最少，依靠人是非常难决定的，如果是需要多式联运，还要考虑选择哪个路线，运用什么方式运输，才能把一单货从A到B以最低成本运送，流程更加繁琐。而这也正是“供应链网络优化解决方案”所需要解决的，而以前，这么多决策点往往都是由员工依据经验来人为决定。

减少碳排放

之所以要花费大量的人力财力与IBM一起研发这一创新项目，中远的“野心”也并不仅仅聚焦在降低成本上，中远已经看得更远。

IBM中国研究院资深研究员丁宏伟说，Green SNOW还可以提供一种系统仿真技术，帮助公司在进行实际投资和商业运作前，对企业的未来投资行为和商业运作进行模拟，以评估潜在的风险，并测算未来的成本和投资回报率。此外，系统还将通过分析优化技术，帮助公司大幅降低整个物流网络的碳排放。

“目前‘碳排放’在中国还不是非常普及的一个名词，但根据测试，碳排放密度比较高的正是集中在物流和制造业。”丁宏伟指出，目前在欧美，碳排放指标已经成为企业环保的重要标准，比如英国的一些领先零售商，会把自己的产品附带一个标签，说明碳排放量是多少，从而让顾客自己来选择，人们往往也会选择碳排放量比较低的产品。“因此也许在不久的将来，欧美就会在碳排放标准上设置门槛，限制全球的贸易活动和来自外国的产品。”

中远显然已经预见到了未来全球化发展可能会遇到瓶颈。“目前中远最大的成本就是燃油消耗，依靠技术改变流程来减少碳排放，不仅可以不用担心未来欧美的准入限制，还可以减少我们的燃油消耗。”黄大雷说。

因此，Green SNOW项目还要开发出可以提供优化解决方案的系统，对各个供应链的选址、数量、能量、运输、设计、燃油、路线进行平衡的安排，甚至还包括燃油种类的选择和用量确定，系统还可以记录在运输、仓储等每一段物流活动所产生的碳排放数据，以提高服务、降低成本，减少碳排放。据了解，如果降低整个中远物流网络的碳排放，由此带来的减排效果相当于每年新种植217万平方米的阔叶林。

Green SNOW项目已经进入推广阶段，但要改变供应链的一些过程和设置，还需要中远的客户来配合。由于中远最大的物流业务就是为海尔、海信等家电行业进行运输配送，Green SNOW项目也将最先在中远的家电客户层面推广。“毕竟要涉及到客户的配送中心、

仓库的位置变化,并改变原有的配送方案,因此,从推广到客户接受后的真正投入应用预计还需要一段时间。”而从长远看,如果 Green SNOW 项目得以实现和推广,也意味着中远集团将从一个单纯的第三方物流企业向第四方物流企业转型,原因在于,中远将会主导客户企业供应链方案的制定,而不是仅仅被动地做一个运输提供商。

(资料来源: <http://www.cflp.org.cn/xsyj/201012/03/143627.shtml>)

第二节 第三方物流的利益来源及价值分析

一、第三方物流的利益来源

第三方物流的推动力,已成为物流研究人员非常感兴趣的领域。为此,一些研究人员认为有必要对第三方物流使用者可能获益的方方面面进行研究。第三方物流服务供应商必须以有吸引力的服务来满足客户,而且服务必须符合客户对于第三方物流的期望。这些期望就是要使客户在作业利益、经济利益、管理利益和战略利益等方面都能获益。

(一) 作业利益

第三方物流能为客户提供的第一类利益是“作业改进”的利益,这类利益包括两种因作业改进而产生的利益。

第一种,通过第三方物流服务,客户可以获得自己组织物流活动所不能提供的服务或物流服务所需要的生产要素;这就是产生外协物流服务并获得发展的重要原因。在企业自行组织物流活动的情况下,或者限于组织物流活动所需要的特别的专业知识,或者限于技术条件,企业内部的物流系统可能并不能满足完成物流活动的需要,而要求企业自行解决所有的问题显然是不经济的。更何況技术,尤其是信息技术,虽然正以极快的步伐飞速发展,但终究不是每一个企业而且也没有必要要求每一个企业都能掌握,这也就是要第三方物流为顾客提供的利益。

第二种,改善前述企业内部管理的运作表现。这种作业改进的表现形式可能是增加作业的灵活性,提高质量、速度和服务的一致性及效率。

(二) 经济利益

经济利益可以定义为与经济或财务相关的利益。一般低成本是由于低要素成本和规模经营、范围的经济性,其中包括劳动力要素成本。因此,通过外协,既可将不变成本转变成可变成本,又可以避免盲目投资,可以将资金用于其他方面而降低成本。

稳定的和可见的成本也是影响外协的积极因素。稳定的成本使得规划和预算手续更为简便。一个环节的成本一般来讲难以清晰地与其他环节区分开来,但是外协后,因为供应商要申明成本或费用,成本的明晰性就增加了。

(三) 管理利益

管理利益是与管理相关的利益。正如在作业改进部分所说的那样,外协可以被用做为获得本公司还未曾具有的管理技能,也可以用于旨在要求内部管理资源用于其他更有利可图的用途中去,并与战略核心概念相一致。外协可以使得公司的人力资源集中于公司核心

活动，而同时获益于其他公司的核心经营能力。此外，如单一资源和减少供应商的数目所带来的利益也是外协的潜在原因。单一资源减少了转移费用（公关费用）并减轻了公司在几个物流服务供应商间协调的压力。

（四）战略利益

物流外协还能产生战略利益，即灵活性，包括地理范围跨度的灵活性（设点及撤销）及根据环境变化进行其他调整的灵活性。集中主业在管理层次与战略层次高度一样也具有重要性，共担风险的利益也能通过使用拥有多种类型客户的服务供应商来获得。

二、第三方物流的价值分析

第三方物流之所以成为世界范围的物流发展必然趋势，根本原因在于第三方物流发展具有其独特的价值和作用。

（一）第三方物流的成本价值

降低成本、提高利润率往往是企业在竞争中所追求的首选目标。这也是物流作为“第三方利润源”受到普遍重视的根本原因。完整的企业物流成本，应该包括对物流设施设备等固定资产的投资、仓储、运输、配送等物流费用，以及为管理、协调物流活动所需要的管理费用、人工费用和伴随而来的信息传递、处理的信息费等。如果将物流业务外包给第三方物流公司，企业对仓库、运输车辆等物流设施和物流信息系统的投资都可以转嫁给第三方物流企业来承担，从而减少投资物流的成本，还可以减少直接从事物流工作的人员，从而减少工资支出；由于库存控制管理的加强可以降低存货水平，从而可降低存货成本；通过第三方物流企业广泛的节点网络实施共同配送，可以大大提高运输效率，降低空载率，减少单位商品的运输费用等。所有这些就是第三方物流所体现的成本价值。

（二）第三方物流的服务价值

随着社会化大生产的日益扩大和专业化分工的愈加细化，服务成为企业竞争的关键因素。以最小的总成本帮助企业提高客户服务水平是第三方物流所追求的根本目标。服务水平的提高会提高客户满意度，增强企业信誉，促进企业的销售，提高利润率，进而提高企业的市场占有率。企业利用第三方物流企业的信息网络，可以加快对客户订货的反应能力，提高订单处理效率，缩短从订单到交货的时间，实现货物的快速交付，提高客户满意度。此外，通过其先进的信息和通信技术还可以实现对在途货物的监控，及时发现、分析和处理配送过程中的意外事件，保证订货及时、安全地到达目的地。当然一流的物流服务，也要耗费一定的成本，从理论上讲，只要企业客户服务水平的提高所带来的效益大于其成本之处就是可行的。

（三）第三方物流的风险分散价值

企业自营物流，要面临投资和存货的两大风险。从投资风险方面来看，企业自营物流所需设施、设备等固定资产往往占用较大份额资金，再加上非物流企业的物流管理能力和运作效率较低，物流设备闲置，那么企业就面临投资无法收回的风险。从存货风险方面来