

新编高职高专 **物流管理专业** 系列教材

XINBIAN GAOZHI GAOZHUAN WULIU

GUANLI ZHUANYE XILIE JIAOCAI

第三方物流

DISANFANG WULIU

主 编 金晓严 李 平



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

新编高职高专物流管理专业系列教材
XINBIAN GAOZHI GAOZHUAN WULIU
GUANLI ZHUANYE XILIE JIAOCAI

第三方物流

DISANFANG WULIU

主 编 金晓严 李 平
副主编 曹廷智 杨婷婷

重庆大学出版社

参考文献

内容提要

本书以第三方物流企业的工作流程为主线,以场景模拟方式引导教学活动的组织,将教学内容进行模块化重组和设计。结合企业实际需求和高等职业教育特点,本书内容涵盖了以下多个场景:第三方物流的行业背景、功能分类、组织结构、供应链管理、业务流程再造、运营管理以及文案写作等。

本书理论联系实际,与部分知名的国内外第三方物流企业紧密合作,大量信息来源于企业一线的实际案例,具有较强的实际指导意义。通过任务和案例的训练,可使学生认识和理解实际操作的基本流程。

本书每个模块均有学习目标、工作任务、案例导读、思考与习题等,特别适合我国高等职业教育物流管理、电子商务、市场营销专业的学生使用,也适合经济类和管理类专业的学生选用,同时还可作参加物流师职业资格认证的学员及物流企业内部员工的培训教材,也可作物流行业的从业人员及研究人员的参考书籍。

图书在版编目(CIP)数据

第三方物流/金晓严,李平主编. —重庆:重庆大学出版社,2012.11
新编高职高专物流管理专业系列教材
ISBN 978-7-5624-6960-5

I. ①第… II. ①金…②李… III. ①物流—物资管理—高等教育—教材 IV. ①F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 195978 号

新编高职高专物流管理专业系列教材

第三方物流

主 编 金晓严 李 平
副主编 曹廷智 杨婷婷
策划编辑:梁 涛
责任编辑:谭 敏 金建宏 版式设计:梁 涛
责任校对:谢 芳 责任印制:赵 晨

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023)88617183 88617185(中小学)

传真:(023)88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

四川省内江市兼升印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:11.75 字数:238 千

2012 年 11 月第 1 版 2012 年 11 月第 1 次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-6960-5 定价:23.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

前 言

随着我国经济体制改革的深化发展,现代物流业被广泛认为是企业降低能耗、提高劳动生产率以外的“第三利润源”。现代第三方物流作为企业供应链管理的重要环节,是联系企业和用户间的关键节点,更是我国物流业走向现代化的重要标志。随着市场进一步国际化,诸如UPS、FedEx、马士基等国际知名第三方物流服务商纷纷抢滩进入中国市场,这必将对我国物流企业及第三方物流业形成严峻的挑战。

大力发展现代第三方物流企业不仅需要政府、社会和企业力量,物流专业的高等职业教育从业者同样肩负着不可推卸的责任。因此,加速发展现代物流产业人才培养教育工程,培训一大批高素质、懂技能的高端技能型人才,是“十二五”期间我国物流专业的高等职业教育的重要任务。本书根据高等职业教育人才培养的需要,在编写的过程中坚持“以实际工作流程为主线,岗位任务为导向”,采用模块化组织形式,重现第三方物流企业实际工作场景。目标在于通过本书能使认识现代第三方物流企业的实际工作流程,培养学生的实际操作能力。

本书理论结合实际,内容充实,并精选大量典型案例,能较好地帮助学生认识和掌握知识,培养学生解决实际问题的能力。

本书由金晓严、李平担任主编,金晓严负责模块一和模块六的编写;曹廷智负责模块二和模块三的编写;徐柯负责模块四和模块九的编写,蒋桦负责模块五的编写;杨

改负责模块七的编写;李平负责模块十的编写;模块八的编写由杨婷婷、蒋桦和杨改共同完成。

本书在编写过程中广泛参考了多位专家的研究成果,在此表示真诚的感谢!同时,在编著过程中得到上海佳吉、重庆实力大件吊装公司、重庆美联国际仓储运输(集团)公司的大力协助,在此也表示衷心的感谢。

由于编者水平有限,书中难免存在不足和错误之处,恳请广大读者批评指正,提出宝贵意见,使本书内容不断完善。

情境一 走进第三方物流	1
模块一 认识第三方物流	2
任务一 第三方物流术语	3
任务二 国外第三方物流发展状况	7
任务三 我国第三方物流发展状况	9
小结	12
案例:德国邮政的全球化扩张之路	12
复习思考题	14
模块二 第三方物流功能的扩张	15
任务一 传统储运功能的扩张	16
任务二 连锁企业的功能扩张	21
任务三 第三方物流切入电子商务	25
小结	29
案例一:中储物流运作	29
案例二:电子商务物流的先锋	33
案例三:网上书店 Amazon	36
复习思考题	37
模块三 第三方物流行业背景	38
任务一 汽车、家电、烟草行业与第三方物流	39
任务二 医药、建材行业与第三方物流	46
任务三 零售行业与第三方物流	49
小结	52
复习思考题	52

情境二 理解第三方物流	53
模块四 第三方物流与供应链	54
任务一 认识企业核心竞争力	54
任务二 供应链环境下的物流外包战略	58
任务三 第三方物流与供应链的融入	62
小结	65
案例:通用汽车的物流外包策略	65
复习思考题	66
模块五 第三方物流企业发展战略	67
任务一 企业物流活动战略选择	68
任务二 第三方物流企业的战略类型	70
任务三 第三方物流企业的战略选择	74
任务四 第三方物流的整合策略	77
小结	78
复习思考题	78
模块六 第三方物流信息与通信	79
任务一 认识物流管理信息系统	80
任务二 信息技术在物流中的应用	85
小结	87
案例:惠普 POS 系统解决零售行业难题	88
复习思考题	90
模块七 第三方物流组织架构	91
任务一 认识企业组织架构	92
任务二 第三方物流企业组织架构类型	93
任务三 第三方物流企业岗位设置	97
任务四 第三方物流企业岗位设置范本	99
小结	104
复习思考题	104

模块八 第三方物流文案写作	105
任务一 第三方物流招标文件	108
任务二 第三方物流投标文件	115
任务三 第三方物流合同文件	120
小结	133
复习思考题	133
模块九 第三方物流业务流程	134
任务一 认识企业业务流程	135
任务二 第三方物流的业务流程	138
任务三 第三方物流的流程再造	144
小结	150
案例:富日物流的业务流程	150
复习思考题	152
模块十 第三方物流运营管理	153
任务一 风险与保险管理	155
任务二 第三方物流功能管理	160
任务三 第三方物流费用、质量、服务管理	164
小结	175
案例:上海百大配送有限公司的物流配送标准化管理的实践	175
复习思考题	177
参考文献	178

情境一 走进第三方物流



模块一 认识第三方物流

学习目标

- 深入了解第三方物流基础术语,对第三方、第四方物流进行对比认识,了解物流企业的特征、类型。
- 了解美国、日本及欧洲各国现代第三方物流的起源、现状发展、障碍与对策,对我国第三方物流的发展前景有总体认识。

工作任务

- 能够对第三方物流及物流企业进行初步认识和了解。

关键术语

- 第三方物流;第四方物流;第三方物流企业。

案例导入

UPS——全球第三方快递巨头的崛起

UPS——联合包裹运送服务公司,1907年成立于美国华盛顿州西雅图市,总部设在亚特兰大。成立之初,UPS只有一辆福特T型车和几台摩托车,用来为西雅图百货公司送货。现在,UPS已是世界最大的速递和包裹运送公司,服务范围遍布全球200个国家及地区,在全球拥有37万名员工。

UPS开展中国市场的业务始于1988年。次年,UPS公司与拥有40多年运输经验的中国外运集团签订了代理业务合作协议,正式进入中国市场。到1996年5月,基于多年良好的合作基础,UPS与中方合作伙伴中国外运集团共同在北京成立了UPS在中国的第一家合资企业——中外运北空UPS国际快递有限公司。

快件和物流是UPS的核心业务,但在取得直航权之后,在中国内地开始大力推广UPS的物流概念。UPS的期望是能够开通10~15个乃至更多的航班,而UPS的强项不止是运输,其旗下的UPS物流集团所能提供的信息、金融等配套系列服务,是其余速递巨头难以企及的。

就中国地区来说,有很多从事快递业务的企业在劳动力成本上远低于 UPS。UPS 的优势在于通过物流获得更多的增值业务。目前,UPS 涉及的领域已经包括供应链管理、运输服务、零部件物流、电子商务、系统集成、企业资源策划(ERP)、网络服务、数字化文件传输、交易及支付解决方案、分配式信贷等。

事实证明,UPS 在中国的战略投资是完全正确的。UPS 的国际递送业务一直呈现逐年递增的势头,而中国区的业务一直就是最亮点。2000 年业务量与 1999 年同比增长 45%,远远超出亚太地区的同比增长率 15%;2001 年尽管受“9·11”事件的影响,全球经济发展势头减弱,但中国区的业务同比增长量仍然达到了令人惊叹不已的 35%。2001 年,UPS 中国的业务增长速度是其预期的 2 倍,UPS 中国的营业额达到 2 亿美元。

<http://www.chinawuliu.com.cn/>

国际上,物流被称为第三利润源泉。其中,第一利润源是提高劳动生产率,降低成本;第二利润源是扩大市场占有率,提高销售收入;第三利润源则是物流管理。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。自其诞生后,第三方物流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,引起业内人士、政府部门、工商企业、科研及教育等单位的普遍关注,显示出良好的发展前景。经过 20 多年的发展,第三方物流已形成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。

任务一 第三方物流术语

1.1.1 物料

物料(Material)是指经济活动中涉及实体流动的物质资料,是物流活动的客体。

1.1.2 “三流”

物流活动是人类活动中必不可少的重要环节,并随着生产力的发展而发展。当生产力发展到一定阶段,出现了剩余产品,交换过程中物流便应运而生。商流、资金流是伴随着物流活动的进行而同时进行的,被业界称为三流:

商流,是物资在由供应者向需求者转移时物资社会实体的流动,主要表现为物资与其等价物的交换运动和物资所有权的转移运动。具体的商流活动包括买卖交易活动及商情信息活动。商流活动可以创造物资的所有权效用。

资金流(fund flow),是指在营销渠道成员间随着商品实物及其所有权的转移而发生的资金往来流程。

物流,在我国国家标准《物流术语》的定义中指出:物流是“物品从供应地到接收地的实体流动过程,根据实际需要,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”。

1.1.3 物流活动

物流活动(logistics activity)是指物流功能的实施与管理过程。物流活动由物资包装、装卸、运输、储存、流通加工、配送、物流情报等工作构成。企业物流活动的构成要素有六个,其中实现物质、商品空间移动的运输以及时间移动的存货是两个中心要素,另外是使物流顺利进行而开展的搬运、流通加工、信息处理和包装等四个要素。上述构成也常被称为“物流活动的基本职能”。它们对物流的顺利进行起着十分重要的作用。

1.1.4 第三方物流

“第三方物流(TPL)”一词是从国外引进的,英文表达为 third-part logistics,简称 TPL 或 3PL,是 20 世纪 80 年代中后期才在欧美发达国家出现的概念。第三方物流概念源于管理学中的业务外包(outsourcing),意思是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。将业务外包纳入物流管理领域,就产生了第三方物流的概念。

第三方物流的产生是社会分工的必然结果。各企业为增强市场竞争力,不断将企业的资金、人力、物力投入到核心业务上,寻求社会化分工协作带来的效果和效率的最大化。专业化分工的结果导致许多非核心企业从生产经营中分离出来,生产企业的核心业务就是生产,物流业务不是其核心业务。它们将物流业务委托给第三方专业物流公司负责,不但可以集中精力发展自己的核心竞争力,而且还依靠自己的物流实力,完善物流服务功能,参与市场竞争,取得市场竞争优势。这样,第三方物流的出现,实现了社会的合理分工和社会资源的合理配置,同时又使生产企业和物流企业的核心竞争力都得到了加强,效率显著提高,这充分显示了第三方物流的综合优越性。

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。因此,第三方物流又叫合同制物流。

提供第三方物流服务企业,其前身一般是运输业、仓储业等从事物流活动及相关的行业。从事第三方物流的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物流服务,其中包括物流活动的组织、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。

第三方物流的发展进程反映和体现着一个国家的整体水平。第三方物流是当今世界物流业的发展趋势,是适应物流一体化趋势和电子商务发展的必然结果。根据中

国物流市场第三次调查报告,43%的生产企业的销售需要第三方物流的支持,而通过第三方物流企业来为自己完成物流配送业务,不但能够打破传统的“厂家—批发—零售—消费者”的营销模式,利用优质高效的物流配送服务,降低经营成本,而且还能逐步建立“厂家—消费者”的营销模式,使消费者获得个性化服务,从而提高企业的核心竞争力。

1.1.5 第三方物流企业

第三方物流企业是相对于生产企业而言的,是专门从事实体商品的流通工作的经济组织,对国民经济的正常运行有着极为重要的作用。

第三方物流企业是独立于生产领域之外、专门从事与商品流通有关的各种经济活动的企业,是在商品市场上依法进行自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束,具有法人资格的经营单位。以物流活动为主体功能,同时必然伴随着商流、资金流和信息流,包括仓储业企业、运输业企业、批发业企业、连锁企业和外贸企业等。

现代意义上的第三方物流业,是一个只有20年历史的相对年轻的行业。就世界范围来看,全世界的第三方物流市场具有潜力大和增长率高的特点。这些特点使其可能拥有大量的物流服务提供者。大多数公司并不一开始就是第三方物流公司,而是以传统的“类物流”企业为起点逐渐发展进入该行业的。第三方物流企业主要有以下几种来源形式:

1) 以运输为基础的物流公司

这些公司都是大型运输公司的分公司,有些服务项目是利用其他公司的资产完成的。其主要优势在于公司能利用母公司的运输资产扩展其运输功能,提供更为综合性的物流服务。

2) 以仓库和配送业务为基础的物流公司

传统的公共或共同仓库与配送物流供应商发展了更大范围的物流服务。这些公司以传统的业务为基础介入存货管理、仓储与配送等物流活动。经验表明,基于设施的公司要比基于运输的公司转为综合物流服务更容易、更简单。

3) 以货运代理为基础的物流公司

这些公司一般无资产,非常独立,并与许多物流服务供应商有来往。实践证明,这些企业具有把不同物流服务项目组合以满足客户需求的能力。它们已从货运中间人的角色转为更大范围的第三方物流服务公司。

4) 以托运人和管理人为基础的物流公司

这一类型的公司是从大公司的物流组织演变而来的。它们将物流专业知识和一

定资源用于第三方作业。这些供应商具有管理母公司物流的经验,因此,它们对外部客户证明了它们的财力。

5) 以财务或信息管理为基础的物流公司

这一类第三方供应商能提供运费支付、审计、成本会计与控制 and 监控、采购、跟踪和存货管理等管理服务。

1.1.6 物流企业管理

物流企业管理是第三方物流企业为了以最低的物流成本达到用户所满意的服务水平,根据物质资料实体流动的规律,应用管理的基本原理和科学方法,对物流活动进行计划、组织、指挥、协调、控制和监督,使各项物流活动实现最佳的协调与配合,以降低物流成本,提高物流效率和经济效益。

物流企业管理的内容包括3个方面的内容,即对物流活动诸要素的管理,包括运输、储存等环节的管理;对物流系统诸要素的管理,即对其中人、财、物、设备、方法和信息等六大要素的管理;对物流活动中具体职能的管理,主要包括物流计划、质量、技术、经济等职能的管理等。

物流企业管理,同其他企业管理一样,是在一定生产力水平下和一定生产关系中进行的共同劳动。它既反映了共同劳动的客观要求和生产力性质,又关系到企业所有者、经营者和劳动者的利益要求,反映一定生产关系的性质,因此具有两面性。所谓两面性,是物流企业的经营管理,一方面同流通生产力相联系,表现为劳动者同一定物质技术条件相结合,为组织社会商品流通进行共同劳动,由此产生的自然属性;另一方面同商品流通中一定的生产关系相联系,表现为企业内部人与人之间、部门与部门之间、企业与企业之间、企业与国家之间的经济关系,由此产生的社会属性。

从服务角度来看,第三方物流甚至第三方物流的新概念和新思维在不断发展,物流企业提供物流服务合理化的方式也在不断地丰富和发展。目前主要表现为:以顾客需求为导向的物流整体服务意识;以整合物流资源为目的的供应链管理系统和网络化物流管理;以实现快速响应和敏捷制造的柔性化物流组织。

1.1.7 第四方物流

第四方物流(forth party logistics, 4PL)的概念是由美国管理咨询公司埃森哲公司的Dow Bauknight率先提出来的。关于第四方物流的概念,一种定义是“指集成商利用分包商来控制与管理客户公司的点到点式供应链运作”;另一种是“一个集中管理自身资源、能力和技术并提供互补服务的供应链综合解决办法的供应者”。美国埃森哲公司将“第四方物流”定义为一个供应链的集成商,它调集和管理组织自己的以及具有互补性的服务提供商的资源、能力与技术,以提供一个综合的供应链解决方案。这一定义似乎更为贴切而被广泛采用,有的咨询公司则开始以“有领导力量的物流提供商”的名

称提供类似服务。

第四方物流的基本特征:

第一,第四方物流有能力提供一整套完善的供应链解决方案,是集成管理咨询和第三方物流服务的集成商。

第二,第四方物流是通过供应链产生影响的能力来增加价值,在向客户提供持续更新和优化的技术方案的同时,满足客户特殊需求。

第三,成为第四方物流企业需具备一定的条件,如能够制订供应链策略、设计业务流程再造、具备技术集成和人力资源管理的能力;如在集成供应链技术和外包能力方面处于领先地位,并拥有较雄厚的专业人才;如能够管理多个不同的供应商并具有良好的管理和组织能力等。

任务二 国外第三方物流发展状况

作为物流业的新兴领域,第三方物流在国外的物流市场上已占据了相当可观的分量,欧洲目前使用第三方物流服务的比例约为 76%,美国约为 58%,日本为 80%;其中,62% 欧洲 3PL 服务用户和 72% 美国的 3PL 服务用户认为他们有可能在未来几年内再增加对第三方物流服务的需求。同时,24% 欧洲非第三方物流服务用户、33% 美国非第三方物流服务用户正积极考虑使用第三方物流。

在发达国家,TPL 产业的发展有三次浪潮:

第一次是 20 世纪 70 年代至 80 年代,一些传统的运输公司发展为 TPL 公司。此阶段注重制成品到消费者的实物配送环节,对与实物配送有关的一系列活动进行系统管理,以最低的成本确保把产品有效地送达顾客。

第二次是 20 世纪 90 年代早期,TNT,DHL,FedEx 等公司开始进入 TPL 服务领域。这一阶段的主要特征是在实物配送的基础上引入物料管理的新概念和新技术。例如,准时化服务(JIT)、全面质量管理(TQM)以及全过程控制(TPO)等,大大改进了物流系统的管理水平。

目前是第三次,如 AndersonConsulting,GEcapITal,Manugistics 等咨询、金融和 IT 管理公司开始加入这个行业。由于供应链管理思想的引入,物流活动扩展为从原材料采购到生产安排、订单处理、存货管理、运输仓储,最后到销售和售后服务的全过程管理,旨在协调与全过程相关的一切活动及其信息系统,使之成为一个“天衣无缝”的即时生产、即时分拨、即时销售的适销对路而没有库存积压的工商业循环系统。

1.2.1 欧洲第三方物流发展状况

在欧洲,第三方物流作为一项外包行业已经有好几百年的历史,物流领域许多著

名的企业在中世纪都有踪迹,其前身提供组配、仓储、运输以及在几百个公国和侯爵领地之间的通关服务。企业将自己的物流业务外包,第三方物流企业承接各个企业的外包物流业务,就产生了第三方物流的概念。欧洲的第三方物流公司大致可以分为4个层次:

- 第一,服务范围广泛的大型物流企业;
- 第二,从事传统物流的物流公司;
- 第三,新兴的第三方物流公司;
- 第四,大型国有机构加入的第三方物流公司。

欧洲的第三方物流企业,以汽车制造厂家和家电生产厂家为主要顾客,以制造业为中心而进行物流服务。目前,第三方物流在欧洲的比重远远大于美国。

1.2.2 美国第三方物流发展状况

在美国,第三方物流以两位数速度持续发展。冷战过后,世界经济重心更加倾斜,美国就成为绝对的霸主。各行各业的发展都走在前列,物流业在其经济中的比重也不断加大。很多企业更是瞄准了第三方物流,利用其在信息通信方面的优势,大力发展其物流行业,以此占领更大的市场,提供更优的服务,获得更丰厚的利润。同时,也促进其他行业在更多更广的范围发展。据美国咨询企业卡斯信息公司统计,1992年美国第三方物流市场的营业额为350亿美元,占物流市场总营业额的2%~3%,1996年已达到500亿美元,增长到物流市场总额的5%~6%。在美国,通过第三方物流进行业务的重组,物流成本从1980年占GDP的17.2%下降到了1997年的10.5%,再到2004年的7.5%。

1.2.3 日本第三方物流发展状况

日本规模较大的零售商如大荣、西友、伊藤洋华堂等都有自己的配送中心。此外,约160万个中小企业则靠社会化配送中心维持正常的运营,如三菱商社的物流配送中心。第三方物流就是为中小企业配送服务的。第二次世界大战后,日本的经济濒临崩溃,几乎一切都是从头再来,而物流业的发展,对其经济腾飞起到了巨大的推进作用。现在日本的物流业利用其自身在信息技术方面的优势使第三方物流也得到快速发展。

第三方物流是随着物流业发展而发展起来的,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水平之间有着非常规律的相关关系。西方国家物流业实证分析证明,独立的第三方物流要占社会的50%,物流产业才能形成。第三方物流服务的营运成本和效率,远远优于企业自营物流。它可以帮助企业精干主业,减少库存,降低成本,提高核心业务的竞争力。可见,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。

任务三 我国第三方物流发展状况

长期以来,受“重生产、轻流通”经济理论的影响。认为生产过程是增值的,而流通过程不创造任何价值。我国企业受小农经济思想影响,总希望小而全、大而全,大大小小的企业都有自己的物流部门。每一家企业的物流部门都是“小的吃不饱,大的干不了,难的啃不动”,经济效益相当低。随着物流事业的发展,有些企业渐渐意识到物流的重要性,向国外跨国企业学习,把自己擅长的业务做强做精,将不擅长的物流业务交由第三方物流处理。

1.3.1 中国第三方物流发展现状

根据中国博科资讯物流供应链研究中心调查结果,我国现有的物流供给能力略大于我国目前的物流需求水平。该调查同时表明,经过这几年的发展,我国的3PL取得了长足的进步。物流企业的规模可以通过多种指针来衡量,最简单的就是通过物流企业的人员数目来比较。我国3PL企业平均员工数量由2000年的248人上升到2008年的395人,平均企业规模扩大了147人。对3PL的认可程度集中体现在3PL的使用比例上。将物流服务全部委托给3PL的工业企业比例由2000年的16%上升到2008年的37%,上升了21个百分点。我国3PL企业的数量正逐年增长。进入我国的著名外资3PL有UPS、DHL等,而国内的一些物资、商储企业纷纷表示要全面进军物流业。

从实际情况看,目前我国的第三方物流企业与欧美发达国家的第三方物流企业有着不同的企业形态。在欧美发达国家,典型意义上的第三方物流是独立于物流供应方和需求方,并能按照需求方的要求对物流过程进行组织、实施的第三方。在我国,这样的第三方物流供应商大部分是港口、铁路部门中的货运代理部门,而大多数工商企业在供应链意义上所需要的第三方物流供应商,则应有适应我国目前市场环境的企业组织和功能。

据分析,目前我国第三方物流企业主要有以下几类:

- 一是传统的物流类企业;
- 二是外资来华投资新设立的物流企业;
- 三是由工商企业的物流部门转化而来的企业;
- 四是某些内资因看好物流市场而投资新设立的物流企业;
- 五是中国邮政、铁路、空运等具有特殊性的物流供应商。

1.3.2 我国第三方物流发展存在的不足

我国的第三方物流在起步后的几年内,尽管取得了一定的成绩,但与世界发达国家的第三方物流发展水平相比仍有一定差距,总体效果尚不明显。根据中国仓储协会