



面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果

第三方物流

Wuliu Disanfang

● 主编 张建东 李月南

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果

第三方物流

主 编 张建东 李月南

副主编 李音韵 于兆宇

管清美 王艳玲

陈社生 雷 蕾

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

第三方物流 / 张建东, 李月南主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2014.8
ISBN 978-7-5640-9653-3

I. ①第… II. ①张… ②李… 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 (2014) 第197066号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

82562903 (教材售后服务热线)

68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京正合鼎业印刷技术有限公司

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 16

字 数 / 297千字

版 次 / 2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

定 价 / 40.00 元

责任编辑 / 刘 娟

文案编辑 / 刘 娟

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

前 言

本教材针对物流管理学生的特点，立足物流管理专业教材的需求，结合现代第三方物流管理最新的发展现状和理论成果，详细地介绍了第三方物流的有关理论、方法、技术、手段、措施，从培养高素质、高水平的技能型复合人才的角度，秉承理论联系实际的原则，在撰写过程中结合案例分析，让学生能够学以致用，掌握最新的第三方物流发展动态。

为了符合教学实践以及学生特点，本教材具有以下特色：在每章开篇增加学习目标、教学目的、教学重难点以及教学建议，使学习更具有针对性。全书图文并茂，以必要、够用为尺度，尽量体现新的知识和技法，使学生做到边学习、边吸收、边掌握。本教材不但在每章后附有相关习题，对知识点进行巩固，而且结合章节特点配有必要的实训练习，做到学以致用。

全书通俗易懂，既可作为高等院校、高职高专授课教材，也可成为各类物流管理人员培训的必备参考。

全书共分七章，具体内容包括：第三方物流概述、第三方物流企业管理、第三方物流客户服务管理、第三方物流信息系统管理、供应链下的第三方物流管理、电子商务下的第三方物流管理、第三方物流成本管理。

本教材由张建东、李月南担任主编，李音韵、于兆宇、管清美、王艳玲、陈社生、雷蕾担任副主编。

具体编写分工如下：张建东编写第一、五章；李月南编写第二章；王艳玲和陈社生共同编写第三章；于兆宇编写第四章；李音韵编写第六章；管清美编写第七章；雷蕾参与了本书案例和习题的编写。

在编写中，我们参考了国内外有关专家、学者的一些最新研究成果，并引用了其中的概念、观点，并尽可能地列出有关参考文献，在此对本书所引用论著的作者表示感谢；对于引用的论著，有可能因为转引等原因而有所遗漏，如有此情况，在此表示歉意并感谢这些作者。

由于编者水平有限，本书难免有错误和疏漏，敬请广大读者批评斧正。

编 者

目 录

第一章 第三方物流概述	(001)
1.1 第三方物流基础知识	(001)
1.2 第三方物流产生	(008)
1.3 第三方物流原理	(013)
1.4 第三方物流服务	(017)
1.5 第三方物流的现状分析及发展趋势	(025)
本章小结	(027)
看一看	(027)
想一想	(027)
第二章 第三方物流企业管理	(029)
2.1 第三方物流企业战略管理	(030)
2.2 第三方物流企业市场营销管理	(036)
2.3 第三方物流企业人力资源管理	(046)
2.4 第三方物流企业项目招投标管理	(052)
本章小结	(063)
看一看	(063)
想一想	(064)
第三章 第三方物流客户服务管理	(065)
3.1 第三方物流客户服务管理概述	(066)
3.2 第三方物流客户服务管理内容	(084)
3.3 第三方物流客户关系管理	(095)
本章小结	(106)
看一看	(106)
想一想	(108)

第四章	第三方物流信息系统管理	(110)
4.1	第三方物流信息系统管理基础理论	(111)
4.2	第三方物流信息系统分析	(119)
4.3	第三方物流信息系统开发	(126)
4.4	第三方物流信息系统的运行与维护	(136)
	本章小结	(145)
	看一看	(145)
	想一想	(148)
第五章	供应链下的第三方物流管理	(150)
5.1	供应链管理概述	(151)
5.2	供应链与第三方物流管理的关系	(160)
5.3	供应链下第三方物流业务外包	(166)
	本章小结	(172)
	看一看	(172)
	想一想	(172)
第六章	电子商务下的第三方物流管理	(175)
6.1	电子商务概述	(176)
6.2	电子商务与第三方物流	(185)
6.3	电子商务下的第三方物流运作	(195)
	本章小结	(205)
	看一看	(206)
	想一想	(208)
第七章	第三方物流成本管理	(211)
7.1	第三方物流成本概述	(212)
7.2	第三方物流成本分析与预测	(217)
7.3	第三方物流成本核算及控制	(225)
7.4	第三方物流成本绩效评价	(234)
	本章小结	(242)
	看一看	(242)
	想一想	(243)

第一章

第三方物流概述

学习目标: 掌握第三方物流概念、特征和作用,了解第三方物流的产生和运作原理;熟悉第三方物流服务的内容;通过对现状的分析,判断第三方物流未来的发展趋势。

本章重点: 第三方物流概念、第三方物流特征、第三方物流作用、第三方物流的产生和运作原理。

本章难点: 第三方物流基础知识、第三方物流运作原理。

教学目的: 通过本章的学习,让学生知道第三方物流的基本概念,掌握第三方物流的产生、发展、服务等内容。

教学建议: 本章是第三方物流的基础篇,在讲解该方面知识时,若多结合实际案例、相关参考资料、课后练习等,则效果会更好。

第三方物流使老企业充满活力

国内某省物美商业集团运用现代的流通技术改造国内商场 300 余家,安置原国有企业职工 7 700 多人,2002 年销售总额突破 50 亿元,跨入中国企业 500 强行列。2001 年,物美集团与黄天百集团合作,委托第三方物流管理业务,集中精力做自己核心专业的事情。在抗击“非典”期间,物美集团响应政府号召,运用先进的物流配送系统,保证市场供应,同年 4、5 两个月销售额与上年同期相比增长 40% 以上。物美便利超市大红门配送中心在 4 月末就创造了货值 214 万元的配送记录,工作量是平时的 2 倍。国务院前总理温家宝对物美集团所做的工作表示满意,并对大型现代流通企业强大的组织能力给予充分肯定。

1.1 第三方物流基础知识

第三方物流作为一种新型的物流形态,它使物流从一般制造业和商业等活动

中脱离出来，形成能开辟新的利润源泉的新兴商务活动，在全球范围内得到蓬勃发展，受到物流产业界和理论界的广泛关注。

1.1.1 第三方物流的概念

“第三方物流”一词是从国外引进的，其英文表达为“Third Party Logistics”，简称 3PL 或者 TPL，该词是 20 世纪 80 年代中期由欧美国家首先提出并开始流行的。第三方物流的概念源自管理学中的“Out-Sourcing”，即业务外包，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。将业务外包引入物流管理领域，就逐渐衍生出第三方物流的概念。

从字面上看，第三方物流中的“第三方”来源于为物流提供服务的人员作为与货物有关的“第一方”（发货人或托运人）和“第二方”（收货人）之间的中间人这样一个角色，是相对于“第一方”（发货人或托运人）和“第二方”（收货人）而言的。它既不属于第一方，也不属于第二方，本身不拥有商品，不参与商品的买卖，但与第一方和第二方有关系——通过与第一方或第二方合作，或与这两方合作，为他们提供专业化的物流服务。第一方物流、第二方物流、第三方物流之间的关系如图 1-1 所示。

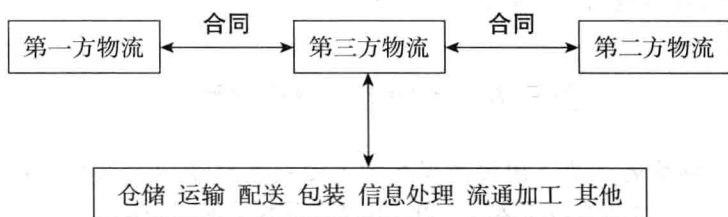


图 1-1 第一方物流、第二方物流、第三方物流之间的关系示意

经过十多年的迅速发展，第三方物流现已具备多种多样的形式，涵盖范围也有不同，国内外还没有形成统一的看法。

1. 国外对第三方物流的界定

尽管第三方物流的概念源于国外，并且第三方物流在国外发展得也相当迅速，但国外并未确切定义“第三方物流”这一术语，本书只是在综合现有理解的基础上对此做出表述。

(1) 美国

在美国物流领域的相关论述中，将第三方物流定义为“通过合同的方式确定回报，承担货主企业全部或一部分物流活动的企业。所提供的服务形态可以分为与运营相关的服务、与管理相关的服务以及两者兼有的服务三种类型”。无论哪

种形态,都必须高于过去传统的第一方物流和第三方物流所提供的服务。

罗伯特·西·里德(Robert C. Lied)认为,第三方物流是指用外部公司去完成传统上由组织内部完成的物流功能,这些功能包括全部物流功能或所选择的部分物流功能。

杰·邦尼(J. Bonney)在1993年提出,“第三方物流”是指“利用外部企业为另一企业提供全部或部分的物料管理或产品配送服务”。

美国著名的“美世”(MERCER)管理顾客公司对第三方物流的定义为:“向发货人或收货人提供从物流节点的功能服务到更大范围的物流渠道的一体化服务;把运输管理、存货调度和信息技术结合起来,以较低的渠道总成本向客户提供增值服务。”

(2) 日本

在1996年日本内阁会议上通过的《经济结构的变革和创新计划》中,第三方物流被定义为:“由买卖双方以外的第三者按照货主的要求受托完成相关的物流业务。”

日本政府在1997年颁布的《综合物流实施大纲》中,将第三方物流定义为“对客户提供物流改革的方案,接受委托一揽子物流的业务”。

在日本的物流书籍中,与第三方的两种理解相对应,第三方物流也有两种解释:

一种解释是,第三方物流是指为第一方生产企业和第二方消费企业提供物流服务的中间服务商组织的物流运作。

另一种解释是,第一方物流是指生产企业和流通企业自己运作的物流业务;第二方物流是指提供诸如运输、仓储等单一物流功能服务的物流企业运作的物流业务;第三方物流则是指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运作的物流业务。

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,国外也有定义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。这一定义强调了第三方物流的几个特征:长期性的关系、合伙的关系、协作解决具体的不同问题和公平分享利益以及共担风险。

在国外,对第三方物流的理解还有:“第三方物流类似于外包物流或契约物流”;“外协所有或部分公司的物流功能,相对于基本服务,契约物流服务提供复杂、多功能物流服务,以长期互益的关系为特征”。

2. 国内对第三方物流的界定

“第三方物流”这一术语于20世纪90年代中期传到我国,目前对这个概念的理解也是多种多样,如:“物流社会化,国外又称第三方物流,是指商流与物流

实行社会分工，物流业务由第三方的物流业者承接办理”；“第三方物流是指既非商品供给方（生产企业）又非商品需求方（商业企业或生产企业）的第三方企业，通过契约为客户提供的整个商品流通过程的服务，具体内容包括：商品运输、储存配送以及附加值服务等”；“物流活动和配送工作由专业的物流公司或储运公司来完成，因为它们不参与商品的买卖，只提供专门的物流服务，所以是独立于买方和卖方之外的第三方，故称第三方物流”；“第三方物流是第三方物流服务提供者在特定的时间段内按照特定的价格向使用者提供的个性化的系列物流服务，这种物流服务是建立在现代电子信息技术基础上的，企业之间是联盟关系”，等等。

2001年4月17日由国家质量技术监督局发布、2001年8月1日起实施的国家标准《物流术语》对第三方物流给出的定义是：“第三方物流是由供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式。”

这一定义明确了“第三方”的内涵，即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，代表甲方或乙方来执行物流功能。发货人、收货人、第三方物流三者之间的服务关系如图 1-2 所示。

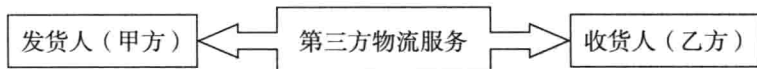


图 1-2 发货人、收货人、第三方物流服务三者之间的关系示意

但这一定义的外延过于宽泛，对于物流服务所涵盖的范围界定不明。国内学者根据“第三方”的服务性质将其分为广义与狭义，通常也将第三方物流分为广义的第三方物流概念和狭义的第三方物流概念。

广义的第三方物流概念认为，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。只要不是自营物流，只要是由第三者提供的物流，就是第三方物流。

狭义的第三方物流以物流服务或物流交易为参照，主要有两种表述：

一种是指物流的实际需求方（假定为第一方）和仓储、运输等基础物流服务的供给方（假定为第二方）之外的第三方向第一方提供部分或全部物流服务的物流运作模式。

另一种是指由物流劳务的供方、需方之外的第三方提供物流交易双方的部分或全部物流功能的物流运作模式。

通过以上两种分析，狭义的第三方物流概念的标志是：具有提供现代化的、系统物流服务的企业素质；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、个性化服务的物流活动；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、长期业务外包形式的物流活动；不是向货主提供一般性的物流，而是提供增值物流服务的现代化活动。

广义与狭义上的第三方物流关系如图 1-3 所示。

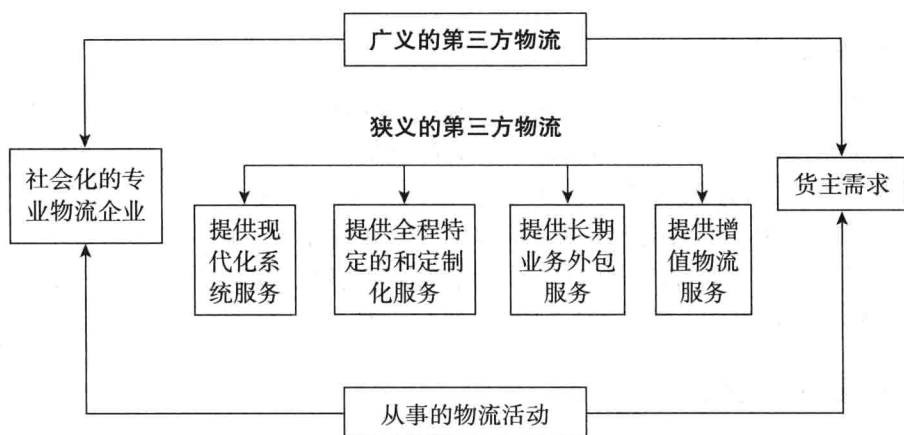


图 1-3 广义与狭义上的第三方物流关系示意

通过国内外对第三方物流概念的不同理解和分析，同时也综合分析国内外第三方物流的概念，对广义的第三方物流和狭义的第三方物流两个方面进行整合，我们可以把第三方物流的概念解释为：“第三方物流不参与供应方（第一方物流）和需求方（第二方物流）之间的业务往来，以合同的形式为二者提供专业化、系统化、多样化、个性化、增值化的物流服务。”

1.1.2 第三方物流的特征

第三方物流的特征有儿大方面，如图 1-4 所示。

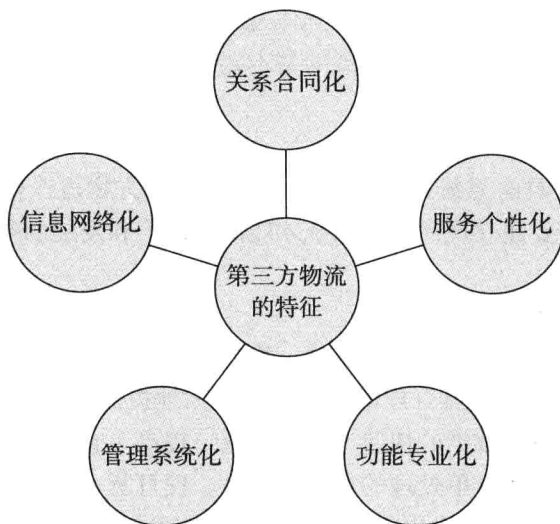


图 1-4 第三方物流的特征示意

1. 关系合同化

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。根据合同的要求,第三方物流为外部客户提供多功能甚至全方位一体化的物流服务。第三方物流根据合同条款规定的要求,为外部客户提供仓库管理、运输管理、订单处理、产品回收、搬运装卸、物流信息系统、产品安装装配、运送、报送、价格谈判等近 30 种物流服务。依照国际惯例,服务提供者在合同期内按提供的物流成本再加上需求方毛利额的 20% 收费。

2. 服务个性化

不同的货主企业存在不同的物流服务需求,第三方物流需求要根据不同货主企业在其企业形象、业务流程、产品特征、顾客需求等方面的不同要求,提供针对性强的个性化物流服务和增值服务。第三方物流服务的对象一般都较少,只有一家或数家,服务时间却较长,这是由需求方的业务流程来确定的,这也表明物流服务从产品推销发展到了市场营销阶段,第三方物流正从过去的面向社会提供服务的传统外包进化到面向企业的个性化服务阶段。

从事第三方物流的物流企业因为市场竞争、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,以增强其在物流市场的竞争能力。

3. 功能专业化

第三方物流所提供的是专业的物流服务。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,必须体现专门化和专业水平,这既是物流消费者的需要,也是第三方物流自身发展的基本要求。

4. 管理系统化

第三方物流应具有系统的物流功能,这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。

5. 信息网络化

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。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物流企业进行交流与协作,企业间的协调和合作可以更方便地使用信息技术与物流企业进行交流与协作,企

业间的协作和合作有可能在短时间内迅速完成；电脑软件的发展，能有效管理物流渠道中的商流，这就使企业有可能把原来在内部完成的作业交由物流公司运作。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。

1.1.3 第三方物流的作用

第三方物流的作用可如图 1-5 进行概括。

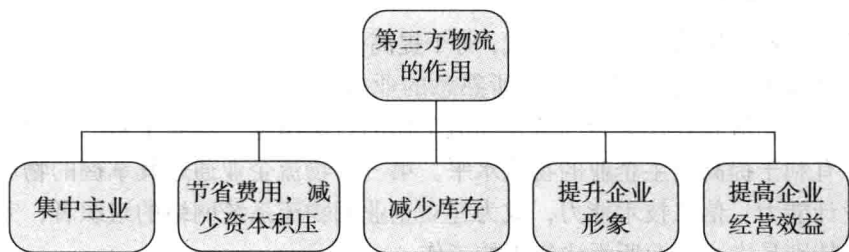


图 1-5 第三方物流作用示意

1. 集中主业

第三方物流可以让企业实现资源优化配置。将有限的人力、财力集中于核心业务，进行重点研究，发展基本技术，开发出新产品参与世界竞争。

2. 节省费用，减少资本积压

专业的第三方物流提供者利用规模生产的专业优势和成本优势，通过提高各环节能力的利用率实现费用节省，使企业能从分离费用结构中获益。根据对工业用车的调查结果，企业解散自有车队而代之以公共运输服务的主要原因就是为了减少固定费用，这不仅包括购买车辆的投资，还包括和车间仓库、发货设施、包装器械以及员工有关的开支。

3. 减少库存

企业不能承担多种原料和产品库存的无限增长，尤其是高价值的部件要被及时送往装配点，实现零库存，以保证库存的最小量。第三方物流提供者借助精心策划的物流计划和适时运送手段，最大限度地减少库存，改善了企业的现金流量，实现成本优势。

4. 提升企业形象

第三方物流提供者与货主企业的关系，不是竞争对手，而是战略伙伴。他们

为货主企业着想，通过全球性的信息网络使货主企业的供应链管理完全透明化，货主企业随时可通过互联网了解供应链的情况。第三方物流提供者是物流专家，他们利用完备的设施和训练有素的员工对整个供应链实现完全的控制，减少物流的复杂性；他们通过遍布全球的运送网络和服务提供者（分承包方）大大缩短了交货期，帮助货主企业改进服务，树立自己的品牌形象。第三方物流提供者通过“量体裁衣”式的设计，制订出以货主企业为导向、低成本高效率的物流方案，使货主企业在同行业中脱颖而出，为企业在竞争中取胜创造了有利条件。

5. 提高企业经营效益

货主企业采用第三方物流方式，对于提高企业经营效率具有重要作用。首先，可以使企业专心致志地从事自己所熟悉的业务，将资源配置在核心事业上。其次，第三方物流企业作为专门从事物流工作的行家里手，具有丰富的专业知识和经验，有利于提高货主企业的物流水平。第三方物流企业通过其掌握的物流系统开发设计能力、信息技术能力，成为建立企业间物流系统网络的组织者，完成个别企业特别是中小企业所无法实现的工作。

1.2 第三方物流产生

伴随着经济的增长，全球一体化进程加快，各项交通运输技术明显提高，第三方物流正是经济发展不可或缺的组成部分，从20世纪初第三方物流诞生直到现在第三方物流的日趋成熟，都为全球经济带来了巨大的影响。

1.2.1 经济的发展

1. 世界经济一体化需要现代第三方物流的支持

随着世界各国采购、生产与销售的全球化，国际贸易往来不断增加，带来了可观的物流量，刺激了现代物流企业的产生。外资在华企业数量的增加、规模的扩大和市场竞争的加剧，对物流的要求越来越高，传统的物流企业已经很难满足其对物流的需求。

2. 国内市场经济的发展需要社会物流作保障

1978—2006年，国内经济生产总值增长了30.5倍，同期社会消费品零售额增长了29倍，各种运输方式货物运输周转量增长了5.6倍。中国经济的快速增长带来了巨大的物流量。此外，随着人民生活水平的提高，消费需求呈现多样

化、个性化特征;受市场需求影响,企业生产出现批次多、批量小的现象。近年来,电子商务的发展又给物流业带来了新的机遇和挑战。提高物流服务水平、降低物流服务成本需要专业化、社会化和现代化的物流。

3. 经济高速发展需要专业化、规模化的第三方物流

随着现代科学技术的迅猛发展,市场瞬息万变,生产和流通都面临着前所未有的机遇和挑战。产品生命周期越来越短,企业利润越来越低。美国产品制造时间仅占产品从生产到到达消费者手中的时间的5%,而在流通领域停留的时间却高达95%;在商品流通中,物流成本占商品流通过费用的50%左右。加快物流速度,减少产品流通时间,被广泛认为是第三利润源泉。专业化、规模化的第三方物流在提高整体经济效益中发挥着重要的作用。

1.2.2 物流服务业务外包

1. 物流业务外包的含义

供应链管理强调的是把主要精力放在企业,充分发挥其优势,同时与全球范围内的合适企业建立战略合作关系,非核心业务由合作企业完成。这就是所谓的“业务外包”。通过业务外包,整合企业内外资源,可以降低成本,获得更多的竞争优势,提高企业自身的竞争力。核心业务、非核心业务、外包之间的关系如图1-6所示。

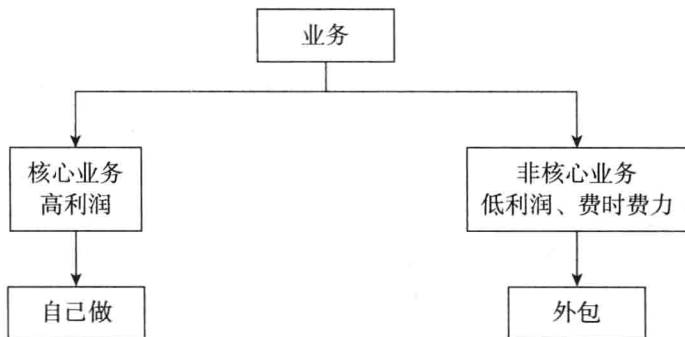


图 1-6 核心业务、非核心业务、外包之间的关系示意

2. 企业物流业务外包的动因

企业要把时间和精力放在自己的核心业务上,以提高供应链管理和企业运作的效率,但每个企业物流业务外包的具体原因会有所不同。

(1) 企业没有能力扩大人、财、物在物流方面的投入

它包括企业人力资源的限制,如缺乏有关物流方面的人才;企业自身资金的限制;企业自身物流设施和信息系统的限制等。当企业的核心业务迅猛发展时,由于资源的限制,企业的物流网络会相对滞后。

(2) 企业内不能建立起可以提高物流效率的体制

随着经济的发展,企业生产和服务的模式发生了很大变化:从大规模标准化生产到个性化柔性化小规模生产,物流的复杂性凸显;从产品导向到客户服务导向,实现了“门到门”服务,物流网络覆盖面越来越大、越来越细致。企业要完成从原材料采购到产品送达顾客的整个物流过程,难度越来越大,而且也不经济。例如,亚马逊公司虽然已经拥有比较完善的物流设施,但对于“门到门”的配送业务,始终都坚持外包,因为这种“一公里^①配送”是一项极其烦琐、覆盖面极广的活动,不是其优势所在。它的这种外包既降低了物流成本,又增强了企业的核心竞争力。

(3) 企业自营物流与专业第三方物流相比没有竞争力

现在企业之间的竞争主要是时间和速度上的竞争,企业物流系统在竞争中如呈现劣势,物流外包是明智的选择。第三方物流企业作为专门从事物流工作的行家里手,具有丰富的专业知识和经验,有利于提高货主企业的物流水平。

1.2.3 世界经济一体化

1. 世界经济一体化的内涵

世界经济一体化是指两个或两个以上的国家在现有生产力发展水平和国际分工的基础上,由政府间通过协商缔结条约,建立多国的经济联盟。

世界经济一体化也是开放的经济,它为全球发展和经济的格局带来变革,进出口总额强劲增长加速国际经济环境质的调整,企业生存和竞争的原动力推动着这些变化,WTO和电子商务促进着这些变化。传统的外贸经营模式、体制,面临适者生存、不进则退的选择——主动介入物流的多个环节,与制造业有效联手,利用自身信息、人才、市场优势,主导研发,不断创新,不停顿地开拓新的利润空间。同时,充分重视并利用知识产权保护手段,也是外贸企业无法回避的新机遇和挑战。

2. 世界经济催生物流一体化

(1) 物流一体化的产生

物流一体化在20世纪70年代末之前,只是针对企业内部的各个职能部门的

^① 1公里=1000米。

运作与协调。欧美等发达国家的许多企业都设立了物流部或物流服务部,全面负责生产经营过程中的采购、物料管理、生产制造、装配、仓储、分销等所有环节的物流活动,实现了采购物流、生产物流和分销物流的统一运作和管理,被称为企业物流的内部一体化。

20 世纪 80 年代,许多企业把物流管理的一部分或全部分离出来,由一个具有法人资格的独立企业实行社会化、专业化经营。物流子公司的成立,使物流管理人员的工作从仅仅面向企业内部,发展为面向企业同供货商以及用户的业务关系。

20 世纪 90 年代,企业纷纷与上游供应商和下游分销商走向合作,以最优的商品供应体系,实现了跨企业的供应链管理一体化。供应链管理是集生产商、供应商、分销商、零售商以及运输、信息及其他物流服务供应商为一体的管理,是物流管理的最高境界。企业通过与外部组织对整个链的计划和从原料采购、加工生产、分销配送,到商品销售给顾客的物流过程进行统一运作和管理,降低了整个供应链的物流成本,实现了对顾客的快速反应,提高了顾客服务水平和企业竞争力。典型的运作模式是物流外包或缔结战略联盟。

(2) 物流一体化的含义

所谓物流一体化,就是为了满足客户的价值需求,使产品或劳务从生产企业经由物流企业、销售企业,直至消费者的供应或传递过程的整体化和系统化。

(3) 物流一体化的形式

一体化物流或物流一体化包括三种形式:垂直一体化物流、水平一体化物流、垂直与水平一体化相结合物流。在三种一体化物流形式中,目前研究最多、应用最广的是垂直一体化物流。

1) 垂直一体化物流。

垂直一体化物流(如图 1-7 所示)要求第三方物流企业对从原材料到最终用户过程中的每个节点实现对物流的管理;要求第三方物流企业利用自身条件建立和发展与供货商和用户的合作关系,形成联合力量,赢得竞争优势。垂直一体化物流的设想为解决复杂的物流问题提供了方便,而雄厚的物质技术基础、先进的管理方法和通信技术又使这一设想成为现实,并在此基础上继续发展。

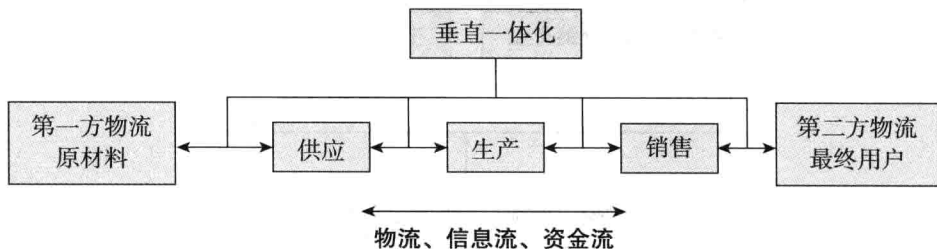


图 1-7 垂直一体化物流示意