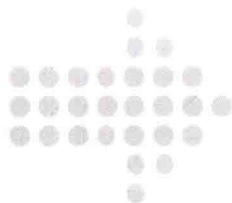


高等院校经济管理实践与应用型规划教材

THE THIRD PARTY LOGISTICS MANAGEMENT



第三方物流管理

王秀娥 主 编
纪国涛 副主编
陈 航

清华大学出版社



高等院校经济管理实践与应用型规划教材



THE THIRD PARTY LOGISTICS MANAGEMENT



第三方物流管理

王秀娥 主 编
纪国涛 副主编
陈 航

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书以第三方物流企业物流管理为主线,主要介绍了第三方物流的基本概念基本理论、第三方物流企业战略管理、第三方物流企业客户服务管理、第三方物流项目管理、第三方物流系统规划与设计、第三方物流运作管理、第三方物流增值服务管理、第三方物流信息系统的应用与管理、第三方物流成本管理与控制以及第三方物流与供应链管理等内容,并将第三方物流管理理论与企业实践相结合,每章有引导案例以及正文后附有案例分析和复习思考,便于读者学习和掌握。

本书适合物流管理、市场营销、电子商务等专业本科学生学习使用,以及企业经济管理人员参考使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

第三方物流管理/王秀娥主编. —北京:清华大学出版社,2017

(高等院校经济管理实践与应用型规划教材)

ISBN 978-7-302-47844-7

I. ①第… II. ①王… III. ①物流管理—高等学校—教材 IV. ①F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 175231 号

责任编辑:贺 岩

封面设计:汉风唐韵

责任校对:宋玉莲

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京国马印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm

印 张:19.5

字 数:401千字

版 次:2017年9月第1版

印 次:2017年9月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:39.00元

产品编号:054744-01

前

言

第三方物流能够整合物流资源、节约物流成本并提高物流效率,目前已经成为一种先进的物流业务模式而被广泛地运用。近几年第三方物流企业发展迅速,物流市场竞争也越来越激烈。第三方物流企业作为物流服务的提供者往往接受客户的委托,服务于客户以及客户的客户。优质的客户服务是第三方物流企业在现代物流竞争中取胜的重要因素,也是第三方物流企业核心竞争力的体现。作为现代物流的主要体现者和承担者——第三方物流企业的物流管理与有效运作也日益受到重视,提升第三方物流的服务能力和企业的经营管理能力已经成为第三方物流企业和我国物流理论研究者

的共识。

本书在第三方物流管理理论研究的基础上,注意突出第三方物流企业管理的实践,借鉴国内外先进物流管理理论,将理论与我国企业的实践相结合,深入浅出地对第三方物流管理中的各项工作进行较为全面的介绍。本书首先介绍了第三方物流的基本理论,第三方物流的基本概念及其利益来源和价值创造;其次,从第三方物流企业角度出发,讲述如何加强第三方物流的管理,包括物流企业战略管理、物流项目管理、物流客户服务管理;再次,从第三方物流业务角度出发,介绍物流系统的规划和设计,以及物流基本业务运作和增值服务管理等内容,并强调了第三方物流企业应该如何对物流成本进行管理与控制;最后介绍了第三方物流信息系统的应用及其与供应链管理的关系。其中第1章、第2章、第3章、第4章由沈阳理工大学王秀娥老师编写;第5章、第7章、第10章由沈阳理工大学陈航老师编写;第6章、第8章、第9章由沈阳理工大学纪国涛老师编写;王秀娥对全书进行审阅和整理。

本书充分展现了第三方物流管理领域的新知识、新技术、新思维和新方法,并坚持理论与实践相结合的原则,利用案例教学加深对理论的理解。每章都有引导案例和课后案例分析,以及支持重要理论观点的小知识等实践资料,贴近我国第三方物流管理的现状,能达到学以致用

的教学目的。

本书既可作为高等院校物流管理、市场营销、企业管理、交通运输、物流工程等专业的教材,也可作为企业管理人员、物流人员及教育工作者的参考书。

在本书的编写过程中,参考了大量的物流管理方面的书籍和国内外物流管理杂志、网站等资料,在此对所引用书籍、论文以及网上有关资料的作者表示衷心的感谢。第三方物流管理实践性比较强,虽然编者根据多年教学经验并结合企业实践全面地介绍了第三方物流管理相关理论,但因知识水平有限,疏漏之处在所难免,恳请业内专家和广大读者批评指正。

编 者

2017年5月



目

录

第 1 章 第三方物流概述	1
1.1 第三方物流的概念和特征	2
1.1.1 对第三方物流概念的理解	2
1.1.2 第三方物流概念的延伸	6
1.1.3 第三方物流的特征	9
1.2 第三方物流的利益来源与价值实现的途径	11
1.2.1 第三方物流的利益来源	11
1.2.2 第三方物流价值实现的途径	12
1.3 第三方物流产生的理论基础和现实条件	14
1.3.1 第三方物流产生的理论基础	14
1.3.2 第三方物流产生的现实条件	21
1.4 第三方物流企业及其分类	24
第 2 章 第三方物流企业战略管理	31
2.1 第三方物流企业战略概述	32
2.1.1 企业战略与物流战略	32
2.1.2 第三方物流企业战略类型的选择	37
2.2 第三方物流企业战略规划	44
2.2.1 第三方物流企业战略规划的原则	44
2.2.2 第三方物流企业战略规划的步骤	46
2.2.3 影响第三方物流企业战略制定的因素	48
2.3 第三方物流企业战略环境分析	49
2.3.1 宏观环境的 PEST 分析	50
2.3.2 物流产业环境波特五力分析	51
2.3.3 第三方物流企业战略 SWOT 分析	52
2.4 第三方物流企业 STP 战略	54

2.4.1	物流市场细分	55
2.4.2	目标市场的选择	57
2.4.3	物流企业市场定位	59
第3章	第三方物流企业客户服务管理	65
3.1	第三方物流企业客户服务概述	66
3.1.1	物流客户服务的概念及特征	66
3.1.2	第三方物流客户服务要素	69
3.1.3	影响第三方物流客户服务成功的因素	71
3.2	第三方物流企业客户满意度管理	74
3.2.1	第三方物流客户服务与客户满意度分析	74
3.2.2	第三方物流客户满意度管理方法	77
3.3	第三方物流企业客户投诉管理	80
3.3.1	客户投诉及原因分析	81
3.3.2	物流客户投诉处理的技巧与步骤	82
3.4	第三方物流企业客户服务质量管理	86
3.4.1	物流质量管理的主要内容	86
3.4.2	物流质量管理的主要评价指标	87
3.4.3	第三方物流企业客户服务质量评价指标体系的构建	88
第4章	第三方物流项目管理	95
4.1	第三方物流项目与项目管理概述	96
4.1.1	项目与项目管理的概念	97
4.1.2	物流项目及管理要点	99
4.1.3	第三方物流项目管理的特征	100
4.1.4	第三方物流项目管理的过程	101
4.2	第三方物流项目的洽谈和招投标	104
4.2.1	第三方物流项目的洽谈	104
4.2.2	第三方物流项目的招投标	105
4.3	第三方物流项目的合同管理	110
4.3.1	第三方物流合同的概念和特点	110
4.3.2	第三方物流合同管理的内容	112
4.3.3	第三方物流合同管理的原则和过程	117
4.4	第三方物流项目监控与绩效管理	119
4.4.1	第三方物流项目监控的内容	119
4.4.2	第三方物流项目绩效管理的原则	120



4.4.3	第三方物流项目绩效管理的方法	121
第5章	第三方物流系统规划与设计	131
5.1	第三方物流系统规划设计概述	132
5.1.1	第三方物流系统概述	132
5.1.2	第三方物流系统规划设计的目标	134
5.1.3	第三方物流系统规划设计考虑的因素	135
5.1.4	第三方物流系统规划设计的主要内容	136
5.2	第三方物流系统规划与设计的一般程序	139
5.2.1	问题的定义与计划阶段(准备阶段)	139
5.2.2	数据的收集与分析阶段	140
5.2.3	确定阶段	141
5.3	第三方物流系统解决方案的设计	141
5.3.1	第三方物流系统解决方案的分类	141
5.3.2	第三方物流系统解决方案的编制准备	142
5.3.3	第三方物流系统解决方案的主要内容	142
5.4	第三方产品配送物流网络系统的计划与设计	143
5.4.1	产品配送物流网络计划的类型	143
5.4.2	基于产品配送物流网络系统的设计	148
第6章	第三方物流运作管理	155
6.1	第三方物流运作管理概述	156
6.1.1	第三方物流运作管理的内容	156
6.1.2	第三方物流的运作模式	157
6.2	第三方物流企业的运输管理	161
6.2.1	第三方物流企业运输管理的内容	162
6.2.2	第三方物流企业运输管理的特点和基本原理	162
6.2.3	第三方物流企业运输合理化的途径	164
6.2.4	第三方物流企业运输管理系统	166
6.3	第三方物流企业的仓储管理	168
6.3.1	基本仓储决策	168
6.3.2	第三方物流的储位管理	172
6.4	第三方物流企业的配送管理	175
6.4.1	物流配送管理的内容	175
6.4.2	第三方物流企业配送业务流程	175
6.4.3	第三方物流配送实施计划	177

6.5 我国几种常见的第三方物流业务模式	179
第7章 第三方物流增值服务管理	185
7.1 第三方物流增值服务概述	186
7.1.1 第三方物流增值服务的概念	186
7.1.2 第三方物流增值服务的特点	186
7.1.3 提供第三方物流增值服务企业的主要特征	188
7.1.4 第三方物流增值服务的主要内容	190
7.2 第三方物流增值服务的类型及实施途径	191
7.2.1 第三方物流增值服务的类型	191
7.2.2 几种典型的第三方物流增值服务及其实现途径	192
7.3 第三方物流金融增值服务管理	195
7.3.1 第三方物流金融服务概述	195
7.3.2 第三方物流金融增值服务运作模式	198
7.3.3 第三方物流企业在物流金融业务中的角色和风险分析	213
第8章 第三方物流信息系统的应用与管理	220
8.1 第三方物流信息系统概述	221
8.1.1 物流信息及其特征	221
8.1.2 物流信息系统及其作用	225
8.1.3 第三方物流信息系统及其特征	228
8.2 第三方物流企业信息系统的功能与模块设计	231
8.2.1 第三方物流企业信息系统的功能	231
8.2.2 第三方物流企业信息系统的功能层次结构	232
8.2.3 第三方物流企业信息系统的模块设计	234
8.3 第三方物流信息技术的应用	238
8.3.1 地理信息系统	238
8.3.2 全球定位系统	241
8.3.3 EDI 技术	243
8.3.4 射频识别技术	245
8.3.5 条码技术	248
第9章 第三方物流企业成本管理与控制	250
9.1 第三方物流企业成本管理概述	252
9.1.1 第三方物流企业成本的概念	253
9.1.2 第三方物流企业物流成本的特点	253
9.1.3 第三方物流成本管理的意义	255

9.2	第三方物流企业成本的构成及生成机理	256
9.2.1	第三方物流企业物流成本构成	256
9.2.2	第三方物流成本项目的生成机理	259
9.3	第三方物流企业的成本核算方法	261
9.3.1	任务成本法	262
9.3.2	作业成本法	262
9.3.3	M—A 模型法	265
9.3.4	时间驱动作业成本法	266
9.3.5	基于作业与时间相结合的物流成本核算法	267
9.4	第三方物流企业成本的控制	267
9.4.1	第三方物流企业成本控制的超循环理论与实践	267
9.4.2	第三方物流企业成本控制的途径	269
第 10 章	第三方物流与供应链管理	276
10.1	第三方物流与供应链管理概述	277
10.1.1	供应链和供应链管理的概念	277
10.1.2	基于供应链的第三方物流管理概述	279
10.2	供应链物流管理特点与系统设计	282
10.2.1	供应链物流管理的特点	282
10.2.2	供应链物流管理系统设计	283
10.3	第三方物流企业实施供应链管理的途径	287
10.3.1	快速反应	288
10.3.2	有效客户反应	290
10.3.3	企业资源计划	292
10.3.4	共同配送	293
	参考文献	297

第

1

章

第三方物流概述



学习要点

1. 掌握第三方物流广义和狭义的概念；
2. 掌握第三方物流的基本特征；
3. 了解第三方物流的利益来源和价值创造的途径；
4. 了解第三方物流产生的理论依据和现实条件；
5. 掌握第三方物流企业的分类情况。



引导案例

自营物流社会化进程加速

2012年,有消息称苏宁云商将自营物流转型为第三方物流,除苏宁之外,海尔、双汇、众品、雨润、国药、凡客等多家企业近年来都纷纷开放自营的物流系统,构建独立的第三方物流企业,而这一由自营物流向社会化物流转变的趋势成为国内第三方物流企业发展的一又轨迹。12月17日,苏宁云商公布已获得150个国家及地区的物流牌照,这意味着苏宁云商在其所规划的“更开放的物流平台”上又大大前行了一步。在冷链物流方面,鲜易供应链近期也有新的举措。鲜易冷链物流原是由众品集团旗下的众品物流有限公司控股的,在2007年左右就开始第三方物流运作,第三方货物占比达到60%左右。“国内的物流市场是近几年才开始逐渐完善起来的,之前很多企业特别是有特殊需求的食物、医药企业在原有的物流市场上找不到合适规模的第三方物流企业,所以只能自建物流系统,待自身物流系统趋于完善后,再独立运作,成为第三方物流企业。”中国快递协会副会长兼秘书长达瓦曾表示,自建物流往往会造成资源浪费并使成本抬高。社会化、市场化的物流服务能充分利用资源,降低成本,这是一个大的方向。“当产品的利润率能够得到充分保障时,企业对于物流成本并不会有过多的考量,自营的物流体系只要能保证产品的供应就算完成任务。而当行业的利润率趋于稳定时,企业就会开始考虑物流成本的控制,自营物流系

统管理的粗放和成本控制不力的缺点就会暴露出来,一部分企业就会考虑将自营的物流开放,逐渐独立成第三方物流企业,以此来提高效率,降低物流成本。”上海广德物流副总经理徐政新说。凡客自建物流如风达公司近年来的轨迹也证明了徐政新的观点。2011年,凡客自建的物流企业如风达就开始开放物流系统,为转型成独立的第三方物流企业做准备。到2013年,如风达日均订单量达到20万单,高峰期的日单量突破40万单,而开放后的配送成本比以往下降了20%左右。如风达执行总经理邓彬曾表示:自营物流转向社会化是大势所趋。而物流基建的巨大成本投入,也让一些企业在自建物流满足自身货运需求的前提下,乐于将过剩的物流资源社会化,以缓解物流成本的投入压力。

(资料来源:中国企业家网, <http://mag.iceo.com.cn>, 2013-12-25)

1.1 第三方物流的概念和特征

物流(logistics)起源于“二战”中的军事后勤保障服务,至今发展成生产、流通和消费领域中应用范围很广的一个概念。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、回收、信息处理等基本功能实施有机结合”。随着生产社会化、专业化程度不断提高,现代物流逐渐被广泛认为是继降低物资消耗、提高劳动生产率之后的又一个重要的利润源泉。随着信息技术特别是计算机技术的高速发展与社会分工的进一步细化,管理技术和观念迅速更新,由此产生了供应链、虚拟企业等一系列强调外部协调和合作的新型管理理念,既增加了物流活动的复杂性,又对物流活动提出了零库存、准时制、快速反应、有效的客户反应等更高的要求,而一般企业很难承担此类业务,由此产生了专业化物流服务的需求。第三方物流的思想正是为满足这种需求而产生的,它的出现一方面迎合了个性需求时代企业间专业合作不断变化的要求;另一方面实现了物流资源的整合,提高了物流服务质量,加强了对供应链的全面控制和协调,从而促进供应链达到整体最佳。

1.1.1 对第三方物流概念的理解

第三方物流于20世纪80年代中期在美国出现,90年代中期传到我国。第三方物流的概念源于工商企业物流业务外包:工商企业将一些物流业务外包给第三方企业去完成,利用外部的资源为企业的生产经营服务。第三方物流概念与许多流行的术语一样,常因人、因地不同而使其含义有所区别。在物流实践中,人们根据第三方物流(the third party logistics, TPL 或 3PL)的不同特点,对其有不同的称谓,如“物流联盟”“物流伙伴”“合同物流”“契约物流”或“物流社会化”等。

1. 第三方物流的概念

1) 关于第三方

将第三方物流中的第三方分为广义的第三方和狭义的第三方。广义的第三方是以商品交易为参照,第一方是指商品的卖方、供应方或发货人,一般为供应商或制造商等;第二方是指商品的买方、需求方或收货人,一般为批发商或零售商等;第三方是指第一方和第二方之外的、为双方提供物流服务的提供者。传统的物流运作方式是由货主企业构筑物流系统,物流企业在货主构筑的物流系统中提供仓库和运输手段,这种方式现在也大量存在。与此不同的一种方式是不持有商品所有权的第三方向货主企业提供物流系统,为货主企业全方位代理物流业务,即物流的外部化。这里的第三方不局限于物流企业,无论是商社、信息企业还是顾问企业,只要能够提供物流系统并运营物流系统都可以成为第三方物流企业。第三方也代表着物流产业日趋独立和专业化的社会角色,与客户构成一种不可分割的供应链关系,因为它能够提供专业化的、比客户自己做要好得多的物流解决方案,从而使客户非常愿意把这部分工作从内部事务中分离出去。

狭义的第三方是以物流服务或物流交易为参照,将物流的实际需求方假定为第一方,既包括货主,又包括制造商、批发商、零售商等;将仓储、运输等基础物流服务的供给方假定为第二方;而不持有运输、仓储手段的商社、信息、咨询企业为第三方。所以第三方是综合利用第二方物流资源向第一方提供部分或全部物流功能的外部服务提供者。

根据“第三方”的广义与狭义之分,通常也将第三方物流分为广义的第三方物流和狭义的第三方物流。

2) 广义的第三方物流

广义的第三方物流是借用了广义的“第三方”思想,以商品交易为参照来定义第三方物流。因此,凡是由社会化的专业物流企业为他人提供物流服务的物流活动,都包含在第三方物流范围之内,既包括传统的运输企业、仓储企业等单一环节的服务提供商,也包括国际快运、快递企业等。2001年4月17日由国家质量技术监督局发布,2001年8月1日实施的国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2001)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。这一表述是广义的或基本的第三方物流含义。工商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企业保持密切联系,以达到对物流全程的管理与控制。

2006年12月4日我国发布修订后的《物流术语》(GB/T 18354—2006),2007年5月1日起实施。2006年修订版中的第三方物流定义是:第三方物流是独立于供需双方,为客户提供专项或全面的物流系统设计或系统运营的物流服务模式。这次修订的第三方物流概念突出两点内容:第一,强调第三方物流服务主体的独立性,即提供物流服务的第三方物流企业是独立的经济组织,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 and 专业化服务的企业；第二，强调第三方物流服务内容的特殊性，即第三方物流企业从事的是现代物流活动，提供的物流活动内容既包括专项或全面的物流系统设计，又包含系统运营的物流服务。按照这种理解，无论是买方承担的物流还是卖方承担的物流都不是第三方物流，除此之外都是第三方物流。所以，广义的第三方物流是相对于自营物流而言的，自营物流包括第一方物流与第二方物流，第三方物流企业是通过与第一方或第二方的合作来提供专业化的物流服务，它不拥有商品，不参与商品的买卖，而是为客户提供以合同为约束，以结盟为基础，系列化、个性化、信息化的物流代理服务。所以，广义的第三方物流是商品买卖双方之外的第三方物流企业提供的物流服务。

3) 狭义的第三方物流

狭义的第三方物流是借用了狭义的“第三方”思想，以物流服务或物流交易为参照，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）之外的向第一方提供部分或全部物流服务的物流运作模式。

无论是广义的第三方物流还是狭义的第三方物流，尽管发包者不同，但有一个共同的特点就是外包。对于工商企业（物流的需求者）而言，如果物流服务外包，就是选择第三方物流服务；对于物流企业（物流服务的供给者）而言，如果物流服务外包，就是从事第三方物流，从事第三方物流服务的企业可以称为严格意义上的第三方物流企业。

关于第三方物流概念的争论很多，有人认为应该从企业利用资源情况来分析第三方物流，第三方物流企业不利用或者只部分利用自己的资源为用户提供服务，它可以拥有自己的物质资源，也可以不拥有自己的物质资源；也有人认为，第三方物流是全部利用外部资源，这样，才是真正意义上的第三方物流；还有人认为，多功能的、集成化的物流才是第三方物流。

2. 国外对第三方物流的理解

在美国的有关专业著作中，将第三方物流提供者定义为“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而有之的服务三种类型。无论哪种形态都必须高于过去的公共运输业者（common carrier）和契约运输业者（contract carrier）所提供的服务”。

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。

从经营角度看，第三方物流企业能够提供各种物流活动。因此，欧美研究者一般也这

样定义第三方物流：指传统的组织内履行的物流职能现在由外部企业履行。第三方物流企业所履行的物流职能，包含了整个物流过程或整个物流过程中部分活动。

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之一般的物流活动都有所扩大，国外也有定义强调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。

3. 第三方物流概念的争议

综合国内外第三方物流概念，争议的焦点主要集中在两个方面：其一，第三方物流中第三方的认定问题；其二，第三方物流提供物流服务的范围和深度问题。

关于第三方物流中第三方的认定，我们认为应以商品交易为参照。因为，以物流服务或物流交易为参照来认定第三方物流中的第三方，存在论述上的矛盾。在这第三方物流的狭义定义中，要么第二方本身就涵盖在第三方之内，如仓储、运输等基础物流服务的供给方事实上也是提供部分物流功能的外部服务提供者；要么第三方本身就属于第二方，如提供物流交易双方的全部或部分物流服务的外部服务提供者，事实上也是物流服务的供方。所以，采用以商品交易为参照的第一方、第二方、第三方的划分更具有普遍应用性。

关于第三方物流提供物流服务的范围和深度，即第三方物流与一般物流都是物流范畴，这个不应该是定义第三方物流的关键所在。第三方物流是与自营物流相对应的概念，它们之间的区别在于物流运作主体的不同，而运作的业务是相同的即物流服务。按此理解，凡是由商品交易双方之外的第三方为商品交易双方提供物流服务的模式，都可以包含在第三方物流范围之内。至于第三方物流企业提供的是哪一个阶段的物流服务和物流服务的范围、深度，这与货主的要求和第三方物流企业自身条件有密切关系。认为提供从物流系统设计到系统运营的一体化物流服务的多功能、系列化物流服务的物流运作才是第三方物流的观点有点偏颇。第三方物流提供的物流服务既可以是某一环节的物流活动，也可以是几个环节或综合性的物流服务；既可以是物流系统设计、信息管理等高层次物流服务，也可以是运输、仓储等基础性物流服务。第三方物流服务形态与目前我国普遍存在的物流服务形态是有区别的，这种区别的关键不在于由谁去承担物流服务，而在于以什么样的方式去提供物流服务，提供什么样的物流服务。

总之，就概念而言，我们认为第三方物流是指商品交易双方之外的第三方为商品交易双方提供部分或全部物流服务的物流运作模式。按照这个概念，运输、仓储、报关等单一环节物流服务和一体化综合性物流服务的多功能系列化物流服务，都属于第三方物流的范畴。它们之间是传统第三方物流与现代第三方物流服务的区别，是功能性第三方物流与综合性第三方物流服务的区别，是第三方物流企业规模和经营范围上的区别。随着社会的发展和市场环境的变化，传统第三方物流开始向现代第三方物流过渡。一方面，第三方物流内部出现了提供一体化综合性物流服务的物流企业，出现了物流管理企业、物

流技术企业、物流咨询企业；另一方面，提供运输、仓储、报关等单一环节物流服务的企业，为了求得生存与发展，也在努力通过拓宽物流服务领域、采用先进物流技术、积极与客户建立紧密关系等向现代第三方物流企业转型，而且许多企业已经开始了转型的实践并取得了初步效果。

1.1.2 第三方物流概念的延伸

为了更好地理解第三方物流概念，我们以商品交易为参照，首先要明确：物流服务从第一方、第二方、第三方发展到第四方的过程，事实上是第三方物流概念延伸的过程；其次必须明确：第一方物流到第四方物流，都是各方企业在提供物流服务，只是物流服务的主体及服务内容不同而已。

1. 第一方物流(1PL)：卖方物流

第一方物流是指卖方即生产者或者货物的供应方组织的物流活动，由物资提供者自己向物资需求者提供的物流服务，以实现物资的空间转移。这些组织的主要业务是生产和供应商品，卖方为了自身生产和销售的需要而进行物流网络及设备的投资、经营与管理。例如，生产企业自备仓库储存原料及产成品，利用自有车队对外发货，即属此种类型。但由生产企业自己从事物流确实存在一系列问题（由于产品的市场需求在时间上的不平衡，造成物流能力的浪费或不足；生产企业的核心竞争力在于它所制造的产品本身的质量，而物流不是其核心业务），因此，从事物流业务的成本一般比专业物流企业高；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，非物流企业的物流服务几乎难以达到及时性、快捷性等要求。所以，随着第三方物流的兴起，第三方物流企业能提供日趋完善的物流服务，第一方物流根本没有竞争优势，这便使得物流逐渐从生产企业中被剥离出来，生产企业集中精力于生产和管理，而且避免了物流投资的风险和存货的风险。随着第三方物流、第四方物流的不断涌现与完善，第一方物流所占市场比例将越来越小。

2. 第二方物流(2PL)：买方物流

第二方物流是指买方即物资需求者自己解决所需物资的物流问题，以实现物资的空间转移。这些组织的核心业务是采购并销售商品，为了销售业务需要而投资建设物流网络，配备物流设施和设备，并进行具体的物流业务运作的组织和管理。例如，产品经销商或代理商，利用自备车队从上游厂家提货，在自身仓库储存，并根据需要对下游客户配送，即属于第二方物流。随着第三方物流的兴起，并能提供日趋完善的物流服务，第二方物流的不足将逐渐显现出来，具体表现在：商业企业自备运输工具和仓库使物资需求者的经营成本提高，如果没有大量的资金，商业企业根本不可能完成自身物流体系的建设，如淘宝投放千亿元建设的大物流战略，当当不惜赤字建造自营仓库，京东更是要以近两年来的

亏损去换取全国物流网络的建设等,在微利的商业经营时代,这种成本的支出是多数商业企业难以承受的,特别是中小企业;由于商品的市场需求在时间上的不平衡,商业企业自身难以合理配置物流设施设备,无论怎样配置都可能造成物流资源的浪费或紧张;商业企业的核心竞争力在于商品的销售能力,而从事物流业务却非其核心业务,因此,从事物流业务的成本一般比专业物流企业高;商业企业自己从事物流很难构造一个有效的物流网络,难以达到及时供货的要求,物流是一个庞大的体系,商业地域扩展到哪里,物流服务就必须跟到哪里,相应的物流基础设施、设备和经营运作团队也必须配备齐全,自建物流体系的商业企业在管理上面临巨大压力,管理成百上千的员工要比管理有限几家第三方物流企业复杂和困难得多。所以,商业企业在进行物流决策时,应根据自己的需要、管理能力和资源条件,综合考虑、慎重选择物流服务模式。

3. 第三方物流(3PL): 契约物流

采用第三方物流,工商企业可以集中精力搞好主业,把原来属于自己处理的物流活动,以合同方式委托给专业的物流服务企业,并通过信息系统与物流企业保持密切联系,以达到对物流全程管理与控制。第三方物流越来越受到工商企业的青睐,原因就在于它使工商企业能够获得比原来更大的竞争优势,这种优势表现如下:

(1) 集中主业。工商企业的关键业务不是物流业务,并且物流业务也不是他们的专长,工商企业如果将物流业务交给第三方物流企业来做,将得到更加专业的物流服务,同时也可以集中精力开展核心业务。

(2) 节省费用,减少资产积压,取回从前在物流活动中的固定资产的投入。专业的第三方物流企业利用规模生产的专业优势和成本优势,通过提高各环节资源的利用率实现费用节省;同时,现代物流领域的设施、设备与信息系统的投入是相当大的,工商企业通过物流外包可以减少对此类项目的建设和投资,由于第三方物流企业处理的物流量大,有能力投资大型的物流设施,且能保持较低的物流费用。

(3) 减少库存。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,而工商企业可以灵活地运用新技术,实现以信息换库存,降低成本,改善企业的现金流量。

(4) 提升企业形象。物流的服务质量因专业化分工而得到大大提高,第三方物流提供者与客户不是竞争对手,而是战略伙伴,通过服务缩短交货期,帮助客户改进服务,树立自己的品牌形象。

(5) 分散企业风险。工商企业如果自己运作物流,要面临两大风险,一是投资风险,二是存货的风险。采用第三方物流可以将物流需求的不确定性和复杂性所带来的财务风险转嫁给第三方物流企业,尤其是季节性比较强的产品。

(6) 增强市场应变能力。当需求变化和技术进步时,第三方物流企业能不断更新其设施、信息和管理技术,根据环境变化调整物流市场供给,增强其业务运作的灵活性。