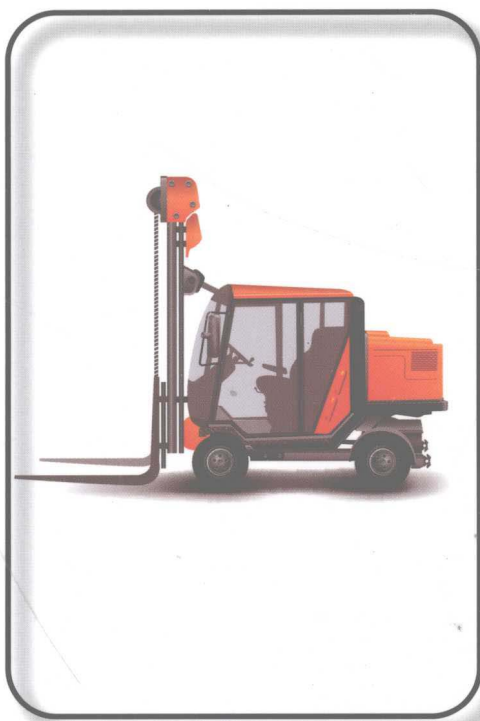


第三方物流运营实务

《第2版》

D ISANFANG WULIU YUNYING SHIWU

钱芝网 孙海涛 主编



项目驱动，问题导向学
学做合一，理实一体
教师引导，学生主导

LOGISTICS

高等职业教育财经类规划教材（物流管理专业）

第三方物流运营实务（第2版）

钱芝网 孙海涛 主 编

任稚苑 周立军 副主编

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书以第三方物流运营管理的工作过程为主线,按照第三方物流企业的实际工作任务、工作过程和工作情境来组织学习内容,全书分为:第三方物流企业的设立、第三方物流企业组织设计、第三方物流服务产品设计、第三方物流企业的运作模式与经营战略、第三方物流信息系统设计、第三方物流企业市场开发、第三方物流服务项目方案设计、第三方物流企业服务管理、第三方物流企业成本核算与绩效评价、第三方物流企业发展战略和第三方物流发展的新模式共 11 个学习情境。这些内容广泛吸收了学术界的最新研究成果,将从第三方物流生产实践中总结出来的新技术、新方法和新经验融入其中,紧跟物流行业的发展趋势,有较强的针对性、实用性和超前性。

为了便于教师的“教”和学生的“学”,每一个学习情境都设计了一个操作型的引导任务,安排了由技能训练题、案例分析题和知识巩固题构成的“实践与思考”栏目,让学生在学知识的同时,同步反复进行技能训练,极大地提高了学生的学习兴趣和学习效果。

本书既可以作为高等院校物流管理专业和各类学历教育、物流培训教材,也可以作为第三方物流企业员工学习、提高用书,还可供有志于从事物流管理工作的人士自学参考使用。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容
版权所有,侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

第三方物流运营实务/钱芝网,孙海涛主编. —2 版. —北京:电子工业出版社,2011.1

高等职业教育财经类规划教材(物流管理专业)

ISBN 978-7-121-12281-1

I. ①第… II. ①钱… ②孙… III. ①物流—物资管理—高等学校:技术学校—教材 IV. ①F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 222457 号

责任编辑:张云怡 特约编辑:尹杰康

印 刷:涿州市京南印刷厂

装 订:涿州市桃园装订有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本:787×1 092 1/16 印张:18 25 字数:462 千字

印 次:2011 年 1 月第 1 次印刷

印 数:4000 册 定价:32.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

序

物流(Logistics)是一个控制原材料、制成品、产成品和信息的系统。物质资料从供给者到需求者的物理运动,是创造时间价值、场所价值和一定的加工价值的活动。物流是指物质实体从供应者向需求者的物理移动,它由一系列创造时间价值和空间价值的经济活动组成,包括运输、保管、配送、包装、装卸、流通加工及物流信息处理等多项基本活动,是这些活动的统一。

1990年以来,全球互联网络以不可思议的速度迅猛发展,与之相生相伴的是贸易、物流、信息全球化的步伐开始加快。尤其是WTO取代GATT后,全球化的趋势更是不可遏止,由此,更带来了现代物流业的飞速发展。

互联网促进了全球化,同样,物流系统也可像互联网般,促进全球化。贸易上,若要与世界联系,必须倚赖良好的物流管理系统。市场上的商品很多是“游历”各国后才来到消费者面前的。产品的“游历”路线正是由物流师计划、组织、指挥、协调、控制和监督的,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。

进入21世纪后,以新型流通方式为代表的连锁经营、物流配送、电子商务等产业在中国发展迅速,服务业对整个国民经济的发展越来越重要。物流服务业被誉为是“21世纪最具发展潜力”的行业之一,并且已经成为中国经济新的增长点。

随着社会主义市场经济体制的建立,我国逐步建立了一个比较完整的物流教育体系。然而,随着社会对物流人才需求数量的急剧上升,人才供需矛盾日益显现。总体上看,我国高校大多仍处在自行设计课程与实践的阶段,与境外物流产业人才相比,差距主要体现在人员素质以及物流知识和与实践脱节等方面。

物流学科是一门综合学科,物流产业是一个跨行业、跨部门的复合产业,同时又具有劳动密集型和技术密集型相结合的特征。发展物流专业高等职业教育是完善物流教育多层次体系的需要,也是满足对物流人才需求多样化的需要。

2004年1月,电子工业出版社组织全国各地30余所高职院校的优秀教师编写了“高等职业教育物流管理专业”系列规划教材,时隔6年,如今该系列教材大部分已经修订到第3版,在此期间,全国有百余所院校使用过这个系列的教材,获得了任课教师和学生的普遍好评。其中多种教材被评为“普通高等教育‘十一五’国家级规划教材”,这更是对教材质量的肯定。

近年来,高等职业院校教学改革和课程改革稳步推进,不断深化。为使教材更好地适应市场,方便教师教和学生学,编者不断收集和征求一线教师的意见和建议,紧随物流行业发展趋势,认真调研并分析物流企业各个岗位的实际需求,不断修正和完善书中的内容,使教材内容最大限度的贴近实际岗位要求。

新版教材保留了上一版教材的精髓,同时弥补了上一版教材的不足。在内容方面体现了物流领域的新知识、新技术、新思想、新方法;在编写方法上坚持“岗位”引领、“工作过程”导向,突出“实用性、技能性”,提高学生动手能力,注重现实社会发展和就业的需求。

相信新版教材更加贴合学校教学,更为适应企业对技能型人才的需要,希望修订教材的出版和使用能为培养优秀的物流专业人才起到积极地推动作用。

黄有方

教育部物流专业教学指导委员会 副组长
中国物流学会 副会长
上海海事大学 副校长
2010年10月

前 言

第三方物流（Third Party Logistics）是物流专业化的一种重要形式，是由供方与需方之外的第三方提供物流服务，第三方不参与商品供需方之间的直接买卖交易，而是只承担从生产到销售过程中的物流业务，包括商品的包装、储存、运输、配送等一系列服务活动。这一新的物流形态，因其能为企业注入新的资源，提高企业竞争力，帮助企业分担风险、降低成本、提高服务水平而备受人们的广泛关注。越来越多的企业纷纷将其一部分或全部物流委托给第三方物流企业来完成，以便集中资源用于核心活动，第三方物流已成为企业提升竞争力的重要利器。

为了培养我国高等院校物流管理专业学生及第三方物流企业从业人员的现代物流管理理念，提高其实践操作技能，我们组织全国部分高职院校的物流专业教师和第三方物流企业的专家共同编写了《第三方物流运营实务》一书，并于2007年8月由电子工业出版社出版发行。本书面世以来，深受广大师生和物流业界人士的欢迎，不到3年的时间重印了5次。为了使本书更好地适应高职教育的人才培养目标和教学特点，更方便教师的“教”和学生的“学”，我们在广泛收集了各院校和读者对本书的反馈意见和建议的基础上，结合对第三方物流企业的深入调研，对本书从结构到内容进行了大幅度的调整和修订，修订后的教材有如下特点：

第一，有机地与前导课程——《物流基础》进行了衔接。修订后的教材删除了第1版中“第三方物流概述”的相关内容，第2版教材中不再讲授诸如什么叫第三方物流、第三方物流是怎么兴起的、第三方物流有哪些类型和作用、第三方物流的利益来源等内容，因为这些内容在《物流基础》里都有讲述，本书就不再赘述了，避免了内容的重叠。

第二，以第三方物流运营管理工作过程为主线，调整了第1版教材的结构，重新设计了教材内容。修订后的教材按照第三方物流企业的实际工作任务、工作过程和工作情境来组织学习内容，并借鉴德国职业教育的先进经验和好的做法，将其归纳为11个学习情境，每一个学习情境根据学习内容的需要又设计了若干个学习项目，有效解决了业界一直“采用学科体系编写高职教材”这一长期以来一直得不到解决的问题，从形式上彰显了高职教材的特点。

第三，每一个学习情境开篇之前都设计了一个操作型的引导任务，开篇后的内容紧紧围绕如何完成引导任务开展，让学生带着任务去学习，增强了学习的针对性、实用性和趣味性，学生在学知识的同时学技能操作，学以致用，极大地提高了学习效果。同时，为了及时巩固学习效果，提升技能的熟练程度，每一个学习情境还安排了“实践与思考”栏目，该栏目由技能训练题、案例分析题和知识巩固题构成，让学生通过这三组任务的交替训练，进一步理解和掌握所学知识，从而提升实践操作技能。

第四，教材内容新颖，与企业实践联系密切，知识、技能与时俱进。修订后的教材不仅广泛吸收了学术界的最新研究成果，而且还将从第三方物流生产实践中总结出来的新技术、新方法和新经验融入到教材中去，紧跟物流行业的发展趋势，有较强的实用性和超前性。

本书由上海理工大学、上海医疗器械高等专科学校钱芝网教授和孙海涛副教授担任主编，广东轻工业职业技术学院任稚苑副教授和南京工业职业技术学院周立军讲师担任副主编。全书写作分工如下：钱芝网编写了学习情境1、4、7、8、9、10，孙海涛编写了学习情境11，任稚苑

编写了学习情境 3，周立军编写了学习情境 2，陕西工业职业技术学院张玉静编写了学习情境 5，上海佳英泰物流有限公司董事长、总经理李燕生编写了学习情境 6。全书由钱芝网策划、统稿。

本书在编写过程中参考了学术界同仁大量的著作、教材、学术论文和案例，编者已尽可能地在参考文献中详细列出，在此表示衷心的感谢！由于疏忽、遗漏，可能还有部分引证文献没能列出，对此表示深深的歉意。

本书既可以作为高等院校物流管理专业和各类学历教育、物流培训的教材，也可以作为第三方物流企业员工学习、提高用书，还可供有志于从事物流管理工作的人士自学参考使用。

由于编者水平有限，书中难免存在不足之处，敬请广大读者和同行专家批评指正。

编 者

2010 年 11 月于上海

学习情境1 第三方物流企业的设立

学习目标	1
引导任务	1
学习项目1 物流企业设立的一般规程	2
一、物流企业设立的含义与设立方式	2
二、物流企业的市场准入	3
三、物流企业的设立登记	3
学习项目2 第三方物流企业的组建	7
一、道路运输型物流公司的设立	7
二、水路运输型物流公司的设立	11
三、航空运输型物流公司的设立	13
四、国际货运代理公司的设立	16
五、仓储配送公司的设立	17
实践与思考	18
技能训练题	18
案例分析题	19
知识巩固题	20

学习情境2 第三方物流企业组织设计

学习目标	21
引导任务	21
学习项目1 第三方物流企业组织结构的基本类型	22
一、直线型组织结构	22
二、职能型组织结构	22
三、事业部型组织结构	23
四、矩阵型组织结构	23
五、动态网络型组织结构	24
学习项目2 第三方物流企业组织的划分	25
一、第三方物流企业组织机构部门划分	25
二、第三方物流企业组织机构的层次划分	25
三、最优物流组织的构成因素	26
学习项目3 第三方物流企业的组织设计	27
一、第三方物流企业组织设计的内容	27
二、第三方物流企业组织设计的原则	28
三、第三方物流企业组织设计的流程	28
四、第三方物流企业组织设计的目标实现	29
五、第三方物流企业组织设计的专业化程度	29

六、第三方物流企业组织设计的稳定和发展	29
学习项目 4 第三方物流企业组织创新	30
一、组织结构创新	31
二、组织机构重组	32
三、组织理念更新	32
实践与思考	33
技能训练题	33
案例分析题	34
知识巩固题	35

学习情境 3 第三方物流服务产品设计

学习目标	36
引导任务	36
学习项目 1 物流服务需求分析	36
一、物流服务购买者分析	37
二、物流服务需求结构分析	37
学习项目 2 第三方物流服务市场	38
一、第三方物流市场的分类	38
二、第三方物流市场状况	39
三、第三方物流市场发展的动力	42
学习项目 3 第三方物流服务产品开发设计	43
一、运输和配送服务	43
二、仓储服务	44
三、增值服务	45
四、信息服务	46
五、总体策划	47
学习项目 4 第三方物流企业服务创新	47
一、第三方物流企业服务创新的必要性	47
二、第三方物流企业服务创新的主要目标	48
三、第三方物流企业服务创新的突破点	49
实践与思考	51
技能训练题	51
案例分析题	51
知识巩固题	52

学习情境 4 第三方物流企业的运作模式与经营战略

学习目标	53
引导任务	53
学习项目 1 第三方物流企业的运作模式	54
一、第三方物流企业运作模式的定义	54
二、第三方物流企业运作模式的构成要素	54
三、第三方物流企业运作模式构建及分析	55

四、第三方物流企业运作模式构建的着力点.....	57
学习项目 2 第三方物流企业的经营策略	58
一、第三方物流企业经营战略的含义.....	59
二、第三方物流企业经营战略的类型.....	59
三、第三方物流企业经营战略的要素.....	59
四、制定第三方物流企业经营战略的一般步骤.....	61
五、第三方物流企业的基本经营战略分析.....	66
实践与思考	74
技能训练题.....	74
案例分析题.....	74
知识巩固题.....	76

学习情境 5 第三方物流信息系统设计

学习目标.....	77
引导任务.....	77
学习项目 1 第三方物流信息系统的功能及要求	77
一、第三方物流信息系统的含义与分类.....	78
二、第三方物流信息系统的基本功能.....	78
三、第三方物流信息系统的要求.....	79
学习项目 2 第三方物流信息系统的设计方法与流程	81
一、第三方物流信息系统的设计目标.....	81
二、第三方物流信息系统设计思路.....	82
三、第三方物流信息系统的开发设计方法.....	83
四、第三方物流信息系统设计流程.....	86
学习项目 3 第三方物流信息系统设计内容	89
一、货物动态跟踪系统.....	89
二、配送中心的管理系统.....	90
三、物流管理综合信息系统.....	91
四、电子自动订货系统.....	91
五、销售时点信息系统.....	92
六、事务处理系统.....	93
七、决策支持系统.....	93
八、资源计划系统.....	94
九、智能运输系统.....	95
实践与思考	95
技能训练题.....	95
案例分析题.....	96
知识巩固题.....	97

学习情境 6 第三方物流企业市场开发

学习目标.....	98
引导任务.....	98

学习项目 1 第三方物流企业目标市场的选择	99
一、第三方物流企业市场细分	99
二、第三方物流企业目标市场的选择	102
三、第三方物流企业市场定位	105
学习项目 2 第三方物流企业的市场开发策略	108
一、第三方物流企业市场开发的一般方法	108
二、第三方物流企业市场开发的新策略	109
学习项目 3 第三方物流项目营销	110
一、第三方物流项目营销的必要性	110
二、第三方物流项目营销阶段与程序	112
三、第三方物流企业项目营销策略	112
四、第三方物流项目招投标	114
实践与思考	115
技能训练题	115
案例分析题	115
知识巩固题	116

学习情境 7 第三方物流服务项目方案设计

学习目标	117
引导任务	117
学习项目 1 第三方物流服务项目方案的基本内容与设计程序	120
一、第三方物流服务项目方案的含义与形式	120
二、第三方物流服务项目方案的基本内容与基本格式	121
三、第三方物流服务项目方案设计的内容	123
四、第三方物流服务项目方案设计的程序	124
学习项目 2 第三方物流服务项目方案设计要点	126
一、运输方案设计要点	126
二、仓储方案设计要点	127
三、配送方案设计要点	128
四、第三方物流服务项目设计样例	130
学习项目 3 第三方物流服务项目招投标	139
一、第三方物流服务项目招标的含义与程序	139
二、第三方物流服务项目投标文件	140
三、第三方物流服务项目招标评标标准	141
四、第三方物流服务项目投标书样例	143
实践与思考	152
技能训练题	152
案例分析题	154
知识巩固题	156

学习情境 8 第三方物流企业服务管理

学习目标	157
------	-----

引导任务	157
学习项目 1 第三方物流企业服务质量管理	158
一、物流服务质量及特征	158
二、我国第三方物流企业服务质量存在的问题	159
三、第三方物流企业提高物流服务质量的方法	160
四、第三方物流企业提高物流服务质量的策略	166
学习项目 2 第三方物流企业客户关系管理	171
一、第三方物流企业客户的特征	171
二、第三方物流企业加强客户关系管理的必要性	172
三、第三方物流企业客户关系管理流程	173
四、第三方物流企业应用 CRM 的策略	174
五、第三方物流企业客户关系管理系统的构建	176
实践与思考	179
技能训练题	179
案例分析题	179
知识巩固题	180

学习情境 9 第三方物流企业成本核算与绩效评价

学习目标	181
引导任务	181
学习项目 1 第三方物流企业成本核算	182
一、第三方物流企业的成本构成	182
二、第三方物流企业的物流成本内容	183
三、第三方物流企业成本核算方法及存在的问题	187
四、作业成本法在第三方物流成本核算中的应用	188
五、时间驱动作业成本法在第三方物流企业成本核算中的应用	197
学习项目 2 第三方物流企业绩效评价	201
一、第三方物流企业绩效评价指标体系的建立	201
二、第三方物流企业绩效评价方法	207
实践与思考	212
技能训练题	212
案例分析题	213
知识巩固题	215

学习情境 10 第三方物流企业发展战略

学习目标	216
引导任务	216
学习项目 1 第三方物流企业发展战略分析	216
一、第三方物流企业发展战略的划分	217
二、第三方物流企业发展战略簇分析	218
学习项目 2 第三方物流企业的战略发展方向	226
一、第三方物流企业的整合战略	226

二、第三方物流企业的集成策略	230
三、第三方物流企业的个性化服务战略.....	233
四、第三方物流企业的品牌形象战略	236
五、第三方物流企业的人才战略	236
六、第三方物流企业的联盟战略	237
七、第三方物流企业的创新战略	237
八、第三方物流企业的风险防范战略	237
实践与思考	241
技能训练题	241
案例分析题	241
知识巩固题	243

学习情境 11 第三方物流发展的新模式

学习目标	244
引导任务	244
学习项目 1 供应链环境下的第三方物流	244
一、第三方物流供应链管理的含义	245
二、第三方物流与供应链的关系	247
三、第三方物流供应链管理的特点	248
四、第三方物流供应链管理的原则与主要领域.....	250
五、第三方物流供应链管理系统设计	253
六、第三方物流供应链管理的实现途径.....	254
学习项目 2 电子商务下的第三方物流	257
一、电子商务环境特点分析	258
二、电子商务与第三方物流的管理	259
三、电子商务下第三方物流的业务类型.....	262
四、电子商务下第三方物流企业的发展模式.....	263
五、电子商务下第三方物流企业的发展对策.....	264
学习项目 3 第四方物流的兴起	269
一、第四方物流起缘	269
二、第四方物流的特点与运作模式	269
三、第四方物流与第三方物流的异同	271
四、第四方物流产生及发展的理论基础.....	271
五、第四方物流的主体.....	272
六、发展第四方物流的对策	274
实践与思考	275
技能训练题	275
案例分析题	276
知识巩固题	276
参考文献	277

学习目标

通过本情境的学习,学生能够了解道路运输型物流公司、水路运输型物流公司、航空运输型物流公司、国际货运代理公司、仓储配送公司的设立条件,知晓其设立程序,掌握并会制作、准备设立公司时应提交的各种材料,能够独立自主地进行不同类型物流公司的设立。



引导任务



张甲是广州人,在广州新怡物流有限公司工作,这几年他看到自己的老板做物流赚了不少钱,短短的4年时间,公司由原来只有15名员工、7辆运输集卡发展到今天的36名员工、18辆集卡。特别是去年他在媒体上看到国家已将物流列为十大重点扶持产业之一,这几年来电子商务的蓬勃发展对物流末端配送产生了巨大需求,于是张甲萌生了自己创业开办物流公司的想法,并得到了好朋友李乙的支持,两人决定共同出资1 000万元成立物流运输配送公司,从事公路运输配送。假设张甲和李乙共同委托你为他们办理公司的成立事宜,请你完成下列工作:

1. 成立物流运输配送公司,需要提交哪些审批、注册材料?请列出清单。
2. 请为公司的成立制作并准备相关的审批、注册材料。
3. 填写成立公司需要填写的相关表格。
4. 请绘制成立该公司的审批、注册流程图。

物流企业设立的一般规程

企业设立是指企业设立人依照法定的条件和程序,为组建企业并取得法人资格而必须采取和完成的法律行为。物流企业的设立除了要具备一般企业的设立条件外,因其所经营的业务的特殊性,有关的法律法规对其设立的条件和程序还有一些特别的规定。

一、物流企业设立的含义与设立方式

(一) 物流企业设立的含义

物流企业的设立是指物流企业的创立人为使企业具备从事物流活动的的能力,取得合法的主体资格,依照法律规定的条件和程序所实施的一系列的行为。

按照法律规定和程序设立的物流企业,即依法取得中国的法人资格,具有法人权利能力和法人行为能力,可以法人的身份从事物流经营活动。

(二) 物流企业的设立方式

物流企业的设立方式,也称设立的原则,是指企业根据何种法定原则,通过何种具体途径获得企业设立的目的。一般来说,企业设立的方式主要有以下几种。

1. 特许设立

企业必须经过国家的特别许可才能设立的一种方式,它通常适用于特定企业的设立,如涉及国计民生的企业及承担特殊公共职能、承担公共服务的公用企业等。

2. 核准设立

核准设立又称“许可设立”、“审批设立”,即设立企业除需要具备法律规定的设立企业的各项条件外,还需要主管行政机关审核批准后,才能申请登记注册的一种设立方式。

3. 准则设立

准则设立又称“登记设立”,即设立企业不需要经有关主管行政机关批准,只要企业在设立时符合法律规定的有关成立条件,即可到主管机关申请登记,经登记机关审查合格后予以登记注册,企业即告成立的一种设立方式。

4. 自由设立

法律对企业的设立不予强制规范,企业的创立人可以自由设立企业的一种设立方式。目前,我国物流企业的设立主要是核准设立和准则设立。

二、物流企业的市场准入

在我国设立物流企业需要符合相应的市场准入条件，市场准入条件内外资是不一样的，本书仅讲述内资设立物流企业的市场准入条件。内资物流企业市场准入是指我国内资在什么条件下可以进入物流市场、参与市场活动的条件。在一般情况下，我国内资进入物流市场的基本准入条件是具备法人的条件，即内资应当在成为企业法人后才能从事物流经营活动。

1. 一般物流企业类型的市场准入

我国内资投资从事一般的物流行业，如批发业、道路运输、货物仓储等行业的市场准入是没有特殊限制的，只要在设立相应企业时有与拟经营的物流范围相适应的固定的生产经营场所、必要的生产经营条件，以及与所提供的物流服务相适应的人员、技术等，就可以到工商登记机关申请设立登记。若依《公司法》设立公司形式的物流企业，则除了满足《公司法》规定的设立条件外，还要满足最低注册资本的要求，依据《公司法》的规定，成立科技开发、咨询、服务性的物流企业的注册资本最低为 10 万元人民币（一人有限公司为 3 万元）；从事商品批发的物流企业，则最低注册资本为 50 万元人民币。

当然，在公司设立登记时，根据经营业务情况，有些需要提供相应的行政许可，如《道路运输经营许可证》、《危险物品运输许可证》、《危险品储存资质许可证》等。

2. 特殊物流企业类型的市场准入

特殊物流企业类型是指成立此类企业时，需要相应主管机关审批后，才能到工商登记管理机关进行设立登记的物流企业类型。这类物流企业必须经过主管机关的审批才能进入市场，从事物流经营活动。目前，我国大多数物流企业都必须经相应的行业主管部门审批核准。如根据《海运条例》及其实施细则规定，在我国境内投资设立国际海上运输业务的物流企业，其经营国际船舶运输业务必须经交通部审批；根据《民用航空运输销售代理业管理规定》、《中国民用航空快递业管理规定》等，设立从事空运销售代理业务、经营航空快递业务的物流企业必须经民航行政主管部门、民航总局审查批准，才能办理工商注册登记。

另外，设立国有物流企业，需按我国《全民所有制工业企业法》第十六条规定，报请政府或者政府主管部门审核批准，经工商行政管理部门登记，取得法人资格；设立物流股份有限公司和国有独资物流公司需由国务院授权的部门或省级人民政府审批。同样，依照我国《公司法》的规定，设立股份公司必须经国家证券管理部门批准。

3. 对于关系国计民生的物流企业的市场准入

对于一些涉及我国经济命脉的一些特殊物流企业，如铁路运输，航空运输等企业，必须经国务院特许才能设立。此类物流企业由于对国家经济、军事、政治等各个方面影响很大，甚至涉及国家领土、领空主权的完整等，因此，其市场准入必然十分严格。

三、物流企业的设立登记

（一）物流企业设立登记的定义

物流企业设立登记是物流企业的创立人提出企业登记的申请，经登记主管机关核准，确认其法律上的主体资格，并颁发有关法律文件的行为。设立登记是物流企业取得法律上主体资格

的必要程序,物流企业申请企业法人登记,经登记主管机关审核,准予登记并领取《企业法人营业执照》后,取得法人资格,方可从事经营活动,其合法权益受国家法律保护。未经企业法人登记主管机关核准登记注册的,不得从事物流经营活动。

(二) 物流企业设立的登记机关和登记管辖

根据我国的法律规定,我国物流企业的登记主管机关是国家工商行政管理局和地方各级工商行政管理局。物流企业设立登记的管辖包括级别管辖和地域管辖,其级别管辖分为三级,即国家工商行政管理局,省、自治区、直辖市工商行政管理局和市、县、区工商行政管理局。我国对企业的设立登记管辖实行分级登记管理的原则。根据我国《企业法人登记管理条例》、《企业法人登记管理条例实施细则》的规定,我国物流企业设立的登记管辖分为:

1. 国家工商行政管理局登记管辖范围

(1) 国务院批准设立的或者行业归口管理部门审查同意由国务院各部门及科技性社会团体设立的全国性物流公司和大型物流企业;

(2) 国务院批准设立的或者国务院授权部门审查同意设立的大型物流企业集团;

(3) 国务院授权部门审查同意由国务院各部门设立的经营进出口业务物流公司。

2. 省、自治区、直辖市工商行政管理局设立登记管辖

(1) 由省、自治区、直辖市人民政府批准设立的或者行业归口管理部门审查同意由政府各部门及科技性社会团体设立的物流公司和企业;

(2) 由省、自治区、直辖市人民政府设立的或者政府授权部门审查同意设立的物流企业集团;

(3) 由省、自治区、直辖市人民政府授权部门审查同意设立的物流企业集团;

(4) 由省、自治区、直辖市人民政府授权部门审查同意由政府部门设立的经营进出口业务物流公司;

(5) 由国家工商行政管理局根据有关规定核转的物流企业或者分支机构。

此外,由省、自治区、直辖市人民政府或者政府授权机关批准的及其呈报上级审批机关批准的外商投资企业,由国家工商行政管理局授权省、自治区、直辖市工商行政管理局负责登记。

3. 市、县、区工商行政管理局设立登记管辖

除了上述两项所列物流企业外的其他物流企业的设立登记管辖外,均由市、县、区(指县级以上市辖区)工商行政管理局负责。

(三) 物流企业的设立程序

物流企业设立程序即物流企业的创立人向登记主管机关提出登记申请,登记主管机关对申请进行审查、核准及准予设立登记和发布设立公告等程序。

1. 发起人发起并签订设立协议

发起人协议,也称为设立协议、投资协议或股东协议书,目的是明确发起人在公司设立中的权利、义务,其主要内容包括:公司经营的宗旨、项目、范围和生产规模;注册资金、投资总额及各方出资额、出资方式;公司的组织机构和经营管理;盈余的分配和风险分担的原则等。

按照《公司法》和《公司登记管理条例》的规定,有限责任公司的设立人(股东)应达到

法定人数，即应由两个以上五十个以下的股东出资设立，但国家授权投资的机构或者国家授权的部门可以单独投资设立国有独资的有限责任公司。设立股份有限公司，应当有五人以上为发起人，其中过半数的发起人在中国境内有住所，国有企业改建为股份公司的，发起人可以少于五人，但应当采取募集设立方式。

2. 名称预先核准的申请

根据《公司登记管理条例》规定，设立有限责任公司和股份有限公司应当首先申请名称预先核准，具体规定为，设立有限责任公司，应当由全体股东指定的代表或者共同委托的代理人向公司登记机关申请名称预先核准；设立股份有限公司，应由全体发起人指定的代表或者共同委托的代理人向公司登记机关申请名称预先核准。

申请名称预先核准，应当提交下列文件：

(1) 有限责任公司的全体股东或者股份有限公司的全体发起人签署的公司名称预先核准申请书；

(2) 股东或者发起人的法人资格证明或者自然人的身份证明；

(3) 公司登记机关要求提交的其他文件。

公司登记机关决定核准的，会发给《企业名称预先核准通知书》。



公司取名时应注意的事项

公司名称不得含有下列内容和文字：

1. 有损国家或社会利益的；
2. 可能给公众造成欺骗或者误解的；
3. 外国国家（地区）名称、国际组织名称不能作为公司名称；
4. 政党名称、党政机关名称、群众组织名称、社会团体名称及部队番号不能作为公司名称；
5. 汉语拼音字母（外文名称中使用的除外）、数字不能作为公司名称；
6. 其他法律法规禁止使用的内容。

此外，只有全国性公司大型进出口公司、大型企业集团才可以使用“中国”、“中华”、“全国”、“国际”等文字；只有私营企业、外商投资企业才可以使用投资者姓名作为商号；只有具有三个分支机构的公司才可以使用“总”字；分支机构的名称应冠以所属总公司的名称，并缀以分公司字样，同时标明分公司的行业名称和行政区划地名。

3. 验资

由依法设立的验资机构对股东出资的价值和真实性进行检验并出具检验证明。验资机构通常包括会计师事务所、资产评估事务所等。

4. 向登记主管机关提出设立登记申请

设立登记的申请由企业的创立人提出。依照我国《公司登记管理条例》的规定，有限责任公司的设立，应由全体股东指定的代表或者共同委托的代理人向公司登记机关提出设立申请；