

全国高等院校物流专业课程改革规划教材



第三方 物流管理

■ 主编 吴彪 陈宁
■ 副主编 陈茜 白竹 胡媛 宋成举

DI SAN FANG
WU LIU GUAN LI

全国高等院校物流专业课程改革规划教材

第三方物流管理

主 编 吴 彪 陈 宁

副主编 陈 茜 白 竹 胡 媛 宋成举

主 审 魏金柱

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

第三方物流管理/吴彪, 陈宁主编. —北京: 中国财富出版社, 2014. 1

(全国高等院校物流专业课程规划教材)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 3455 - 6

I. ①第… II. ①吴…②陈… 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 (2010) 第 105468 号

策划编辑 马 军

责任印制 方朋远

责任编辑 邢有涛 葛晓雯

责任校对 饶莉莉

出版发行 中国财富出版社 (原中国物资出版社)

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 三河市西华印务有限公司

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 3455 - 6/F · 2057

开 本 787mm × 1092mm 1/16 版 次 2014 年 1 月第 1 版

印 张 14 印 次 2014 年 1 月第 1 次印刷

字 数 323 千字 定 价 28.00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换



前 言

物流业是整合运输、仓储、货代和信息等多种行业于一体的复合型服务产业，是国民经济的重要组成部分，在转变经济发展方式、促进产业结构调整升级和增强国民经济竞争力等方面发挥着重要作用。

随着信息技术的发展和经济全球化趋势，越来越多的产品在世界范围内生产、流通、销售和消费，物流活动日益庞大和复杂，而第一方、第二方物流的组织和经营方式已不能完全满足社会需求；与此同时，为参与世界性竞争，企业必须确立核心竞争力，加强供应链管理，降低物流成本，把不属于核心业务的物流活动外包出去。第三方物流（Third-Party Logistics, 3PL）思想应运而生。

本书主要面向应用型本科教育及高等职业教育的物流专业，通过岗位工作任务和职业能力分析，确定教材结构体系，设计教材编写内容。基于面向对象，本书将学习目标主要定位于物流现场管理，在掌握第三方物流基本理论的基础上，以项目教学的形式突出物流的实践操作技能，通过实施项目中有针对性地引入案例、导入任务，以案例和任务为中心开展模块知识的链接，使学生快速掌握和应用所学理论。

本书的编写分工如下：黑龙江工程学院吴彪和辽宁中医药大学经济管理学院陈宁负责编制大纲，编写前言；黑龙江工程学院白竹编写模块一；苏州建设交通高等职业技术学院胡媛编写模块二；黑龙江工程学院宋成举编写模块三和模块七；成都市工业职业技术学校陈茜编写模块四和模块六；陈宁编写模块五；吴彪编写模块八。全书由吴彪和陈宁负责统稿和最后审定。哈尔滨龙运物流园区有限责任公司魏金柱审阅全稿并提出很好的修改意见，在此表示衷心感谢。

本书在编写过程中，参考和借鉴了很多国内外学者的研究成果，在此对



相关作者致以特别的感谢!

希望本书能为我国第三方物流教育的发展和深化作出一分贡献,由于我国物流专业基于任务导向的教材模式尚属探索中,加之编者水平有限,书中疏漏和不妥之处在所难免,敬请广大读者批评指正。

编 者

2013 年 11 月



目 录

模块一 第三方物流认知	(1)
任务一 第三方物流基本概念	(2)
任务二 第三方物流特征	(8)
任务三 第三方物流价值分析	(14)
模块二 第三方物流人力资源管理	(22)
任务一 第三方物流从业人员职业道德	(22)
任务二 第三方物流企业员工招聘	(29)
任务三 第三方物流企业人力资源开发	(39)
任务四 第三方物流企业人力资源管理评价	(47)
模块三 第三方物流运输管理	(58)
任务一 第三方物流公路运输管理	(59)
任务二 第三方物流铁路运输管理	(63)
任务三 第三方物流港口运输管理	(66)
任务四 第三方物流航空业运输管理	(71)
模块四 第三方物流仓储管理	(75)
任务一 仓储系统规划与设计	(75)
任务二 仓储的运作与设备管理	(80)
任务三 仓储的现场管理	(87)
模块五 第三方物流信息技术管理	(92)
任务一 自动识别技术	(92)
任务二 全球定位系统	(101)
任务三 地理信息系统	(104)
任务四 电子数据交换技术	(107)
任务五 企业资源信息技术	(109)



模块六 第三方物流营销管理	(113)
任务一 第三方物流市场调查	(113)
任务二 第三方物流客户需求分析	(119)
任务三 第三方物流市场细分与定位	(126)
任务四 第三方物流服务产品的开发与定价	(131)
任务五 第三方物流促销	(136)
模块七 第三方物流成本管理	(143)
任务一 第三方物流成本预测与决策	(144)
任务二 第三方物流成本预算与核算	(164)
任务三 第三方物流成本控制	(172)
模块八 不同行业第三方物流应用	(184)
任务一 邮政业第三方物流应用	(184)
任务二 零售业第三方物流应用	(189)
任务三 餐饮连锁企业第三方物流应用	(194)
任务四 医药业第三方物流应用	(198)
任务五 汽车行业第三方物流应用	(203)
任务六 家电行业第三方物流应用	(208)
参考文献	(214)



模块一 第三方物流认知

知识目标

1. 了解第三方物流的基本概念及国内外对第三方物流的认识;
2. 从不同角度了解第三方物流的特征;
3. 从宏观和微观层面了解第三方物流的价值和作用。

能力目标

1. 能够了解第三方物流的基础知识和国内外发展现状;
2. 能够分析符合第三方物流的具体特征;
3. 能够进行第三方物流企业的价值分析并能够设计提升价值的途径。

任务导入★★

通用汽车在美国的14个州中,大约有400个供应商负责把各自的产品送到30个装配工厂进行组装,由于卡车满载率很低,使得库存和配送成本急剧上升,为了降低成本,改进内部物流管理,提高信息处理能力,委托Penske专业物流公司为它提供第三方物流服务。调查了解半成品的配送路线之后,Penske公司建议通用汽车公司在Cleveland使用一家有战略意义的配送中心,配送中心负责接受、处理、组配半成品,由Penske派员工管理,同时Penske还提供60辆卡车和72辆拖车,除此之外,还通过EOI系统帮助通用汽车公司调度供应商的运输车辆以便实现JIT送货,为此,Penske设计了一套最优送货路线,增加供应商的送货频率,减少库存水平,改进外部物流活动,运用全球卫星定位技术,使供应商随时了解行驶中的送货车辆的方位。与此同时,Penske通过在配送中心组配半成品后,对装配工厂实施共同配送的方式,既降低卡车空载率,也减少通用汽车公司的运输车辆,只保留了一些对Penske所提供的车队有必要补充作



用的车辆,这样也减少了通用汽车公司的运输单据处理费用。另外,美国通用汽车公司选择目前国际上最大的第三方物流公司 Ryder 负责其土星和凯迪拉克两个事业部的全部物流业务,选择 Allied Holdings 负责北美陆上车辆运输任务,选择 APL 公司、WWL 公司负责产品的洲际运输。

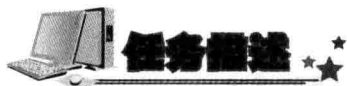
目前,我国不少大城市都明确把第三方物流产业作为新兴产业或者新的经济增长点。同时对第三方物流管理理论的研究、实践的探索也不断深入。由此,对第三方物流认识的提高至关重要,所以,本模块的任务如下:

任务一:第三方物流基本概念;

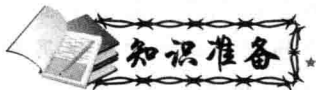
任务二:第三方物流特征;

任务三:第三方物流价值分析。

任务一 第三方物流基本概念



第三方物流是指生产经营企业为集中精力搞好主业,把原本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,以达到对物流全程管理控制的一种物流运作与管理方式。通过对传统物流业和第三方物流企业的全面对比分析,使学生能够更加充分地理解第三方物流的基本概念并能够掌握第三方物流发展的本质。



“第三方物流”一词是从国外引进的,其英文表达为 Third Party Logistics, TPL 或 3PL 或 3rdPL,是 20 世纪 80 年代中后期才在欧美发达国家出现的概念,源自业务外包 (Outsourcing)。将业务外包引入物流管理领域,就产生了第三方物流的概念。作为一种新型的物流形态,第三方物流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,受到了产业界和理论界的广泛关注。经过十多年的迅速发展,第三方物流已具有多种多样的形式,“第三方物流”这一术语也更广泛地被使用,但至今还没有一个明确的、权威的、被普遍接受和认可的定义。



一、国外关于第三方物流的定义

在1988年美国物流管理委员会的一项顾客服务调查中,首次提出“第三方服务提供者”的说法。在1989年发表的后续研究成果中,对用户服务活动进行了新的探讨,这一说法得到了重视和普遍应用。但直至现在,国际上关于“第三方物流”和“第三方服务提供者”也没有一个明确统一的定义。从字面上来看,第三方物流是相对于“第一方”发货人和“第二方”收货人而言的。它是指由与货物有关的发货人和收货人之外的专业企业,即第三方来承担企业物流活动的一种物流形态。

有的论著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,提供如交通、运输管理、承运人管理、仓储、配送等物流活动中部分或全部环节的服务,以满足客户需求的第三方公司”。也有学者认为第三方物流是一种关系,如在J. M. Arick和C. S. Calkins的相关著作中,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,提供更加广泛的、为客户定制的服务,其特点表现为一种长期的、互利的关系”。

根据以上定义,Magnus Berglund等在1999年提出,第三方物流超越了传统基础物流一单对一单的服务内容,增加了一些新的特点,如长期性——一年以上的稳定关系,正规性——通过合同确定合约双方关系,密切性——第三方从货主的角度管理物流业务,以及服务的增值性——至少应该包括运输和仓储业务的管理和运作,并且涵盖相关的有管理性、分析性和设计性特点的增值服务内容。

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。

美国供应链管理协会2002年10月1日公布的《物流术语词条2002升级版》的解释是:第三方物流是将企业全部或部分物流运作任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之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,更为产成品从制造商向零售商的转移搭建了良好平台。它们提供的集成服务包括运输、仓储、码头装卸、库存管理、包装及货运代理在内的诸多业务。

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,第三方物流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。

此外,还有一些别的术语也基本能表达与第三方物流相同或相近的概念。第三方



物流的概念源自于管理学中的外包，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。将管理领域的“外包”应用于物流企业，就产生了“物流外包”的概念，即生产或销售等企业为集中精力增强核心竞争能力，而将其物流业务以合同的方式委托于专业的物流服务公司（即第三方）运作，同时通过信息系统与物流服务公司保持密切联系，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。

二、我国对第三方物流概念的理解

“第三方物流”这一术语于 20 世纪 90 年代中期传到我国，国内学术界和实务界对这一概念的理解也不尽相同。

一种观点认为这个定义中的供需双方是以商品交易为参照，即供方是指商品的卖方或提供者，而需方是指商品的买方或需求者。因此这里的第三方物流是指由专业的物流企业对商品交易双方提供部分或全部的物流功能的服务，它是相对于商品生产商或经销商自营物流而言的。

另一种观点认为上述定义中的供需方是指物流服务的供需方而言，第一方是物流服务的需求方即客户；第二方是物流服务能力的提供者，即运输、仓储、流通加工等基础物流服务的提供者；而第三方物流则通过整合第二方的资源和能力为第一方提供服务。按照这个定义，可以认为第三方物流企业本质的职能是管理和整合基础的物流资源，为客户完成特定的服务。

国内也有学者从对外委托的角度来分析第三方物流，进而明确分析第三方物流的概念，认为第三方物流形态与目前我们所了解的物流形态是有区别的，而且区别的关键点在于以什么方式提供物流服务，提供什么样的物流服务。“第三方物流”取决于企业物流的对外委托形态，即由货主企业以外的专业企业代替其进行物流系统设计并对系统运营承担责任的物流形态才是真正意义上的“第三方物流”。这种观点认为，第三方物流与传统的对外委托有着重要的不同之处。传统的对外委托形态只是将企业物流活动的一部分，如货物运输、货物保管交由外部的物流企业去做，而库存管理、物流系统设计等物流管理活动以及一部分企业内物流活动仍然保留在本企业。同时，物流企业是站在自己物流业务经营的角度，接受货主企业的业务委托，以费用加利润的方式定价，收取服务费。那些能够提供系统的物流企业，也是以使用本企业的物流设施、推销本企业的经营业务为前提，而并非是以货主企业物流合理化为目的设计的物流系统。而第三方物流则是站在货主的立场上，以货主企业的物流合理化为设计物流系统和系统运营管理的目标，而且，第三方物流企业不一定要确保有物流作业能力，也就是说可以没有物流设施和运输工具，不直接从事运输、保管等物流作业活动，只是负责物流系统设计并对物流系统运营承担责任。具体的物流作业活动可以采取对外委托的方式由专业的运输、仓储企业等去完成。第三方物流企业的经营效益是直接同货主企业的物流效率、物流服务水平以及物流系统效果紧密联系在一起的。



中国国家标准《物流术语》中，将第三方物流定义为：“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。其中，广义的第三方物流概念是相对于自营物流而言的，即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，至于第三方物流是从事哪一阶段的物流、物流服务的内容和服务水平，这与货主的要求有密切关系。而狭义的第三方物流主要是指能够提供现代化的、系统的物流服务的第三方的物流活动。狭义的第三方物流具体标志是：

- (1) 有提供现代化的、系统的物流服务的企业资质；
- (2) 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、定制化服务的物流活动；
- (3) 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—承包形式的长期业务外包形式的物流活动；
- (4) 不是向货主提供一般性物流服务，而是提供增值物流服务的现代化物流活动。

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《GB/T 18354—2001 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。为适应我国物流发展的新的形势，《GB/T 18354—2006 物流术语》国家标准于2006年12月获国家标准化管理委员会批准发布并于2007年5月起正式实施。《GB/T 18354—2006 物流术语》对第三方物流给出的定义是：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。这主要是指在物流渠道中，由中间商以合同的形式在一定期限内向供需企业提供所需要的全部或部分物流服务。第三方物流企业在货物的实际供应链中并不是一个独立的参与者，而是代表发货人或收货人，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 and 专业化服务的企业。由此可见，这两个国家标准给出的是广义的第三方物流定义，是以商品交易为参照的。

从现代物流的整体状况和发展趋势来看，第三方物流提供的服务正在从简单的仓储、运输等单项活动转为更广泛、更全面的物流服务，如物流活动的组织、协调和管理、设计、建议最优物流方案、物流全程的信息搜集、管理等，这种服务的特点更趋个性化、系列化、管理化，需要物流提供商和工商企业双方高级管理层的紧密协调。

因此，在实际应用中第三方物流包含了如下几层含义：

首先，第三方物流是合同导向的。第三方物流有别于传统的一单对一单的物流服务，如运输公司提供运输服务、仓储公司提供仓储服务，第三方物流是根据合同条款规定的要求，而不是临时需求，提供多功能的物流服务。由于存在确定的合同关系，物流服务变得更加稳定、更加正规。

其次，第三方物流是一种联盟关系。物流服务提供商作为甲乙双方之间的第三方，



并不是一个独立的参与者，而是代表甲方或乙方来执行物流职能，他们之间充分共享信息，协作解决一些具体问题，通过合同确定共担风险、共享收益的关系。因此这种关系也可以说是一种物流联盟关系。

最后，第三方物流是个性化的物流服务。工商企业之所以将物流业务外包是为了集中精力增强核心竞争力，这就要求第三方所提供的服务必须能够确保客户达到这一目的，因而第三方物流服务应该根据客户特定的业务流程和需求来设计定制，同时这种服务也应该更加广泛，更加注重客户业务的系统性。

任务实施★

一、实施工具

在充分理解第三方物流概念的基础上，利用互联网检索与物流企业实际调查相结合的方式，撰写一份关于传统物流业向第三方物流业转型的调研报告。信息检索的媒介可以选择物流服务企业官方网站、相关物流专业网站以及物流论坛等，获取相关信息和资料并进行归纳和总结。

二、实施方法

撰写实训报告，并填写相应的调研表格，回答所给出的思考题，最后以小组为单位上交所要求数量的实训报告。

三、实施步骤

步骤一：传统物流业与第三方物流业的区别。

表 1-1 传统物流业与第三方物流业的区别

项目	传统物流业	第三方物流业
服务内容	1. 干线运输 2. 仓储 3. 仓储 + 配送 4. 货代 其中之一	从物流方案设计到全程物流的组织与实施（方案设计、代理采购、装卸、搬运、运输、仓储、库存管理、流通加工、配送、报关、商检、合同管理、信息管理、物流金融等）综合性服务



续 表

项目	传统物流业	第三方物流业
服务特点	1. 各种物流功能相对独立 2. 服务覆盖区域小 3. 被动 4. 短期合约 5. 价格竞争 6. 提供标准服务	1. 强调物流功能的整合 2. 采用物流中心 3. 跨区域的物流服务 4. 主动 5. 长期战略伙伴关系, 致力于降低总物流成本 6. 提供增值物流服务、定制物流服务
信息技术	1. 不能整合外部系统 2. 无卫星定位系统 3. 有限的或无 EDI 联系	1. 互联网 2. 地理信息系统、全球卫星定位系统 3. 广泛应用 EDI, 条码技术等
信息传递方式	1. 单向流动, 逐级传递 2. 需求信息扭曲	物流网络, 信息共享, 物流、信息流、资金流、商流合一
管理方式	手工操作, 分散管理, 经验管理	信息化管理, 系统管理, 全面质量管理
管理水平	粗放式管理, 无服务规范和管理规程	集约化管理, 统一的服务标准、规范的操作流程
企业组织形式	散户经营, 竞争力弱	整合社会资源, 竞争力强
利润来源	运费、仓储费等直接收入	与客户共享在物流领域创造的新价值
与客户关系	承托/代理关系, 短期合约, 缺乏合作	战略合作伙伴关系, 长期合作
满足客户方式	价格竞争, 标准化服务	降低成本, 提供增值服务和定制化服务

步骤二：传统物流业向第三方物流业转型的途径。

1. 确定转型战略

- (1) 评估市场现状
- (2) 确定目标市场
- (3) 确定服务内容

2. 整合内部资源, 改善物流基础设施, 建立物流管理信息系统

- (1) 业务流程重组, 整合内容资源
- (2) 改善物流基础设施
- (3) 开发物流管理信息系统, 建立公共信息平台

3. 整合社会资源, 提升核心竞争力

- (1) 与拓展业务需要相关的功能性物流企业合作
- (2) 与成功的第三方物流企业合作
- (3) 与客户联合, 扩大服务网络



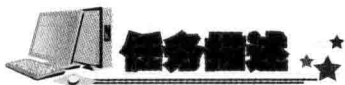
4. 引进、培养物流管理人才

- (1) 对现有员工进行现代物流管理理论的培训。
 - (2) 建立物流从业人员持证上岗制度，鼓励员工报考物流师和高级物流师。
 - (3) 有计划地引进从大专到研究生多学历层次、复合型的物流人才。
 - (4) 强化机制改革，营造竞争上岗、优胜劣汰的环境，促进人才发展。
- ### 5. 利用地区优势及相关优惠政策



本任务围绕国内外对第三方物流的认识展开介绍，重点讲述了第三方物流的基本定义和基本定义的内在含义。

任务二 第三方物流特征



第三方物流是在物流渠道中由中间商提供的服务，中间商以合同的形式在一定期限内提供企业所需的全部或部分物流服务。因此，第三方物流在逐步发展过程中逐渐形成了区别于传统物流的鲜明特征。在典型物流企业案例的调研与分析过程中，学生能够从不同角度充分理解第三方物流具有的鲜明特征，做到理论与实践切实结合。



一、第三方物流服务的特征

第三方物流服务的特征主要表现为：整合一个以上的物流功能；本身并不拥有货物；运输设备、仓库等由第三方物流服务经营者控制；按需提供全部的劳动力与管理服务；按客户的要求提供特殊服务，如存货管理、生产准备、组装/集运等。



通常,第三方物流服务可以划分为拥有资产基础和不拥有资产基础两种类型。其中,拥有资产基础的第三方物流服务提供者,有自己的代理人,有自己的运输设备和仓库,在现实中他们实际控制物流作业的操作。而不拥有资产基础的第三方物流服务提供者是一种物流管理公司,不拥有或租赁资产,他们提供人力资源和系统,专业管理和实现客户的各种物流功能。

从发达国家物流业的状况看,第三方物流服务在发展过程中逐渐形成鲜明特征,突出表现在以下几个方面:

(一) 关系契约化

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。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三者相互关系的。第三方物流服务的用户与经营者之间的战略联盟要求彼此公开更多信息,打破传统的业务束缚,从“业务关系”转变为“伙伴关系”。这种关系可达到双赢,是系统可靠性提高、服务改善以及更高效运作的保证。物流经营者根据合同的要求提供多功能直至全方位一体化的物流服务,并用合同规范所有服务活动及过程。

(二) 服务个性化

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。因此,从服务的内容上看,个性化的物流服务是指物流企业从客户的具体需求出发,选择和整合仓储、运输、包装、配送、信息处理、流通加工等物流基本活动和增值活动;从技术层面上看,物流服务的个性化体现在根据物品在价值、密度、形状、易腐性、危险性等方面的性状,选择适宜的运输工具、运输路线、堆放方式和包装方法等。个性化物流服务的实质是物流企业在合理的利润水平条件下,实现客户“满意度”最大化。与传统物流活动相比,现代物流的最大革新不在于服务内容的拓展,而在于物流管理理念的确立以及物流运作方式的变化。

(三) 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。第三方物流功能专业化主要体现在建立门对门的服务方式、以市场需求为导向提供专业化物流服务、建立先进的物流信息系统和运作网络、建立高素质的专业人才队伍。



（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。从系统的角度看，物流系统的组成要素包括软件要素、硬件要素、人员要素以及信息技术要素等。

（五）信息网络化

信息技术是第三方物流发展的基础，具体表现为物流信息的商品化、物流信息收集的数据化和代码化、物流信息处理的电子化和自动化、物流信息传递的标准化和实时化、物流信息储存的数字化等。信息化能更好地协调生产与销售、运输、储存等各环节的联系。常用的技术有 EDI 技术、实现资金快速支付的 EFT 技术、条码技术、电子商务技术及全球卫星定位系统等。在物流服务过程中，信息技术的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。第三方物流信息网络化的具体内容包括加强通用数据的利用、加强信息发布的主动性以及加强信息的时效性管理。

二、第三方物流的合同特征

（一）第三方物流已经不仅仅是传统意义上的劳务合同，而更多地代表着物流企业向他人提供物流服务为标的的合同

提供劳务只是第三方物流企业经营范围的一部分，包括：仓储、运输、装卸等。由于第三方物流是一个战略联盟关系，不仅仅是为他人提供劳务，而且还要为客户选择供应商，采购并应用信息管理系统等。因此第三方物流还综合委托、代理以及信托等功能。

（二）第三方物流合同是双务有偿合同

双方当事人互负给付义务：一方提供物流服务，另一方给付报酬和费用。另外，客户一方应表明需要物流企业处理的标的物的真实有效性、合法性及安全性。因为第三方物流企业处理的标的物是为减少成本，通常会采取整合包装或者拆另包装，这就要求客户真实说明货物的性质（易燃、易爆、易腐蚀、有毒等），并提供相关资料，以防止在整合包装或拆另包装过程中对其他标的物造成可能影响。同时第三方物流企业要求客户对其委托的标的物提供相应合法凭证：发票、仓单等有效原始证据。在整合包装或拆另包装中会混同原标的物的性质，将非法性转化为合法性，使之变成合法有效的商品。因此，在实际操作过程中物流企业对客户送交的标的物也应尽到如下义务：

（1）验收义务。物流企业对其处理的货物进行检验、核查，如果是危险物则要求客户提供有关资料。

（2）处理义务。物流企业作为经营企业应当具备相应的处理条件，包括硬件和软件，如专门处理危险物的堆场、分拣设备、有特定功能的打包机，有专门的条码识别器、处理危险物的滑槽等。当然，在计算机系统处理上也应有有关软件支持。同时，物流企业应配备有专业知识，包括化工、生物、装卸等专业人士。如果某物流企业不具备上述条