

物流师考试综合辅导：中国第三方物流现状与发展模式物流师考试 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/630/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E5_B8_88_E8_c31_630110.htm 把物流师站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年物流师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题物流师论坛 欢迎免费体验：百考试题物流师在线考试中心 中国现在掀起了一轮物流热，各种各样的企业都谈物流、搞物流，其中不乏一些作出成绩的企业。比如海尔的物流推进本部，使企业的零配件的采购实现了零库存，企业内的物流实现了高效率的运转；上海联华的超市配送系统，实现了在低成本下的高效率配送；广州宝供物流利用先进的管理系统，为 P & G 等公司提供优质的第三方物流服务。但是我们也清楚看到，中国多数企业虽然接受了物流的概念，但距真正理解运用还有一段距离；虽然提出要建现代化的物流，但真正实施却步履缓慢。

1 国外第三方物流的产生和发展 第三方物流 (T h i r d P a r t L o g i s t i c s) 的概念源于企业业务的外包 (o u t - s o u r i n g)。企业利用外部的资源为企业的生产经营服务，将一些业务承包给第三方企业去完成，这就是企业的业务外包。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。所谓第三方物流是指既承包供方物流、又承包需方物流的专业化物流，一般以合同方式规定这种承包形式，因此第三方物流又叫合同物流 (C o n t r a c t l o g i s t i c s)。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，其祖先提供组配、

仓储、运输以及在几百个公国和侯爵领地之间的通关服务。目前，“第三方物流”在欧洲的比重远远大于美国。欧洲的“第三方物流”公司大致可以分为四个层次：一、服务范围广泛的大型物流企业。二、从事传统物流的物流公司。三、新兴的“第三方物流”公司。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。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，也促进其它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%。同时，美国由第三方物流配送企业承担的物流业务量已经占全社会物流总量的57%。在日本；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，还有约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等。“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。

2 我国第三方物流的发展

2.1 我国第

三方物流的引入 我国第三方物流的引入是近几年的事情、第三方物流以其独特的优势吸引了越来越多企业的关注。随着中国市场经济体制的日趋完善和市场竞争的日益激烈，商家之间的价格战也愈演愈烈，为了保持较高的利润，如何降低成本成为当务之急。而第三方物流这种以合同制提供系统全套物流的方式，可以使商品减少库存及运输的费用，成为商品“第三利润”的来源。我国的第三方物流还处于起步阶段，但是发展迅速，市场潜力非常大。据有关部门统计，中国目前与物流相关的年总支出约有19 000亿人民币。物流成本占G D P比重的20%左右。真正意义上的第三方物流2001年的市场规模在400亿人民币，70%的物流服务商在过去三年业务中平均增幅高于30%，而整个中国第三方物流的市场2000 - 2005年，估计年增长率将达到25%。根据中国仓储协会的调查，我国工业企业中，82%的原材料物流由企业自己和供应方承担，商业企业比例更高，两者相加达到94.1%。中国仓储协会对全国450家大中型企业的调查则显示，45%的企业将在未来一两年内选择新的物流商，其中75%的企业将选择新型物流企业。而不是原来的仓储运输企业，并且60%的企业将把所有的综合物流业务外包给新型的物流企业，以便获得更低成本的仓储、运输、配送、包装加工、代理、营销策略、信息服务等全面物流服务。企业对新型物流服务的需求迅速扩大，使第三方物流市场成为新兴的朝阳产业和丰厚利润的源泉。

2.2 我国第三方物流发展模式

中国第三方物流在近几年发展过程中，主要有以下4种模式：

- 由传统的运输和仓储企业转型而来的物流服务企业
- 由传统的运输和仓储企业转型而来的物流服务企业
- 在中国第三方物流市场中占50

%左右。20世纪80年代以前这些传统的储运企业在物流中发挥了重要的作用，但到了20世纪90年代它们却面临着生死抉择。因为90年代以后，日益激烈的竞争使企业需要的是全套高效物流服务，这就迫使众多的传统储运企业纷纷向第三方物流服务转型。传统储运企业提供的存储和运输服务是物流服务重要的一部分，这些大型的国有企业所拥有的全国性的经营网络、各种运输工具和仓储资产将发挥重要作用，成为提供第三方物流服务的保证。这些转型的第三方物流企业可获得一定的政策倾斜和政府扶持，还可以利用以前的客户资源和良好的客户关系，为客户继续提供服务。基于这些优势，这种类型的企业占据了第三方物流市场的半壁江山。不过，这些企业也或多或少存在着一些弊端。因为有些企业只是在公司名称或是表面层次的转型，而其最根本的内部组织结构和运作机制并没有根本性的转变，所以这种第三方物流企业的效率比较低，冗余人员的比例较高。同时由于以前传统储运根深蒂固的经营思想和企业文化，对现在公司的思想转变和业务开展造成一定的障碍。湖北供销物资公司是一个典型的由传统的储运企业转型而来的物流公司，其下属的八方物流配送公司是一个全资第三方物流子公司，它们已经为海尔、山绿等公司提供第三方物流服务，并且积极的整合社会资源从而实现效率更高，成本更低的双向物流。比如通过双向物流使货物通过公路运输由武汉到上海的每吨运费由0.9元多下降0.4元多，在成本下降的同时降低了车辆的空载率，从而形成了企业的核心竞争力。但作为提供第三方物流的公司，信息系统是其存在的支柱，技术支撑是其发展的基础，第三方物流是出现在企业实行批量生产、精益生产、柔

性加工、敏捷制造等现代化生产方式产生以后。如果没有现代信息系统的支持，第三方物流就不可能满足这类生产方式的要求，而八方物流公司却恰恰缺少最基本的信息系统的支持，可见并没有完全摆脱传统储运企业的模式。作为有传统储运企业转型而来的第三方物流，要借用其广泛的网络和资产优势加速物流增长，在满足用户需求的基础上开发先进的管理信息系统，通过重组，改变企业的组织结构，重塑企业文化，提高企业的动作效率。

新兴的物流公司 这种公司成立的时间不长，是在第三方物流概念引入和发展的过程中诞生的，占据了我国第三方物流市场的约25%。此类公司大多是私有或者合资企业，其业务地域、服务和客户相对集中。由于这些公司的根基不深，经营规模不大，它只能在有限的区域内集中利用自己的资源，提供高质量的物流服务。由于新型的组织结构，进取向上的企业文化，先进的管理理念，这类企业的效率相对较高，发展速度很快，它们一般都拥有先进的管理信息系统和经营理念，机制灵活，管理成本较低，是物流企业中最具活力的第三方物流企业。同样这类企业也存在着一些弊端。由于是民营或合资企业，规模不大，固定资产十分有限，不能为众多的不同客户提供大范围的个性化的物流服务。第三方物流的概念引入不长，银行机构及一些投资人对这类企业的前景还持怀疑和观望态度，所以这类第三方物流企业很难在社会上获得广泛的财务支持。虽然这些企业的观念比较新，但由于成立不久，对于企业运作的经验欠缺，对其发展有一定影响。

广州宝供物流是在第三方物流领域做的比较好的一个公司。目前宝供已构筑起覆盖中国并已跻身于国际市场的物流运作网络，成为中国第三方物流

的“璀璨之星”。1993年，进入中国的美国宝洁公司把其在中国市场的物流业务交给宝供物流的货物转运站。全世界最大的日用消费品生产企业的加盟促使宝供的物流服务迅速登上了一个国际水准的高台阶。严格而高质的服务，使宝洁的产品快速、准确、及时地送往全国各地销售网点。宝供全面创新物流服务模式，优化业务流程，整合物流供应链，以“量身定做、一体化运作、个性化服务”模式满足客户的个性化需求。

企业内部物流公司 这些新办的国有或国有控股的新型物流企业，是现代企业改革的产物。由于担心外包物流给其他公司，可能会使企业自身失去对物流的部分控制，所以有许多企业都是自办物流。但由于现代企业制度的改革，以及市场竞争的加剧，企业要在市场生存，必须进行资产重组和资产优化，将以前自办的物流部分从企业剥离出去成为一个独立核算、自主经营的公司。由于历史的原因，这种类型的物流公司主要为内部客户服务，经过长时间的合作，熟悉原公司业务，在为原公司提供物流方面具有专长。企业为了专注于其核心竞争力的形成，放弃了自己的物流部门，而这些物流企业将在一段时间内难以适应市场激烈的竞争。但是这些企业可以利用原公司的客户资源来发展自己的客户网络，在为原公司服务的同时也向其他的公司提供第三方物流服务。

国外的物流公司 加入W T O以后，国际跨国企业将大举进入中国巨大的物流市场。这些第三方物流公司的优势是明显的。由于长期从事物流服务，他们拥有十分丰富的行业知识和运营经验，先进的理论，完善的设施。这些公司资产庞大，有完善的海外网络。他们会因其与国际物流客户的良好关系，将成为国际跨国公司进入中国市场的首选物流服

务商。从W T O的规则中我们可以看到，中国物流业的对外开放过程是渐进的，中国本土的第三方物流服务商可以在这些宝贵有限的时间内，提高自己的物流服务水平，争取到更多的国内和国外的客户。其次，这些国外的第三方物流服务商在中国缺少网络资源和运输资产，而要建立自己的网络需要大量的投资，并且承担一定的风险。因此，他们大多是通过与内地物流企业合作的方式经营其业务，这样不但会使他们在中国提供物流服务的成本增加，而且中国的物流企业也有机会学习其先进的思想和经营方式。

3 第三方物流的发展方向

尽管第三方物流的所有制不同，但要成为一个优秀的第三方物流提供商，应具备以下特点：

完善的客户服务功能

第三方物流作为一种服务性企业，在激烈的市场竞争条件下应该具有3 c s 的观念，即向顾客提供服务，以达到顾客满意直至达到顾客成功。服务应该始终围绕着客户的需求来制定，同时要尽可能的创造顾客需求。这就要求第三方物流公司在为客户提供基础性的服务（如：运输、存储等）的同时，积极向客户提供定制化的增值服务。优秀的第三方物流公司能够研究分析客户的需求，精心设计出新型的服务项目，供客户选择。

完善的配送网络建设

企业选择第三方物流公司的重要标准，是看企业产品的目标市场是否在物流提供商的网络范围之内，并且网络要适应企业目标市场的动态增长。随着商品经济的发展，企业的目标市场已经延伸到全国甚至是全球，这就要求第三方物流企业在配送网络方面，能够给客户更多的选择。

高度的信息化

高度的信息化表现在物流信息处理的电子化和计算机化，物流信息传递的标准化和实时化，物流信息收集的数据库化和代码化。这就要求建立

先进的信息管理系统，运用条码技术、数据库技术、电子定货系统，快速反应和有效客户反应等。 优秀管理团队的建设 物流技术是不断发展的，第三方物流企业在运用物流技术的过程中要不断的创新和发展，同时现代的第三方物流要求有高素质的管理团队与之相适应。他们应该在为顾客提供最满意的服务方面达成共识，树立与顾客达到共赢而不是零和博弈的思想。 总之，中国的各种类型的第三方物流企业已经为数不少，并且已经初步形成了第三方物流运作的框架和模式。第三方物流企业要站在货主企业的角度提供有利于物流合理化的综合物流服务，必须熟悉货主企业、物流活动的发展规律，具有物流系统开发和创新的能力。 现在摆在我们面前的任务，就是要进一步加深对第三方物流概念的理解，并且结合各自的具体情况，提高企业自身的核心竞争力，创造性地发展自己的物流业务、扩大市场、提高水平，为企业提供全方位、高水平的优质物流服务。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com