

2011物流师考试辅导：网络信息时代第三方物流特征与必然性分析 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/646/2021_2022_2011_E7_89_A9_E6_B5_81_c31_646290.htm 本文主要介绍网络信息时代第三方物流特征与必然性分析，供大家参考学习。第三方物流是与自营物流相对应的一种物流形式，具有社会化、专业化的特点。信息技术的发展是第三方物流出现的必要条件，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、包装、保管、运输、流通加工实现一体化。客户企业可以更方便地使用信息技术与第三方物流企业进行交流与协作。同时，电脑软件的飞速发展使得物流活动的成本可以被精确地计算出来，电脑软件还能有效地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物流作业交由物流公司来完成。第三方物流是进入网络信息时代(也可以称作电子商务时代)以来，流产业发展最快的部门，也是物流业发展的主要方向。根据美国物流管理协会的统计，1999~2002年第三方物流在美国的平均增长速度为20%。从总体来看，第三方物流占整个物流支出的比重也在不断上升。2002年，欧洲第三方物流外包占总体物流支出的比重为51.0%，2005~2007年这一比例已达到74.1%。由此可见，发达国家的第三方物流市场正在经历一个快速增长的过程。到目前为止，我国的第三方物流企业已有上百万家，但多数企业服务意识不强、技术水平落后、专业人才匮乏，大多只能提供简单的运输和仓储等单项或分段的物流服务，而不能提供物流信息、库存管理、物流方案设计等增值服务以及完整的物流解决方案，具有全国服务网络、能够提

供全程全网服务的企业更少。总的来看, 第三方物流的主要特征包括四点: 1. 提供个性化服务 与传统物流提供标准化服务不同, 第三方物流企业提供的是个性化服务。第三方物流服务需求方的业务流程各不相同, 要求第三方物流服务按照企业的业务流程来定制。第三方物流的经营目标就是尽量满足客户要求。第三方物流企业可以根据客户的产品要求、运输要求、仓储要求和包装要求等进行一体化、专业化的设计, 重新整合物流的服务过程, 帮助企业提高经营效率和客户满意度, 同时降低运营成本。第三方物流企业总是努力保持与客户需求同步, 这也表明物流服务理论从"产品推销"发展到了"市场营销"阶段。 2. 企业之间是战略联盟关系 当今的市场经济复杂多变, 竞争越来越激烈, 许多企业通过建立联盟来获得竞争优势, 第三方物流的发展亦是如此。一方面要进行横向联合, 即与其他第三方物流企业联盟. 另一方面, 要进行纵向联盟, 即与货主企业联盟, 同其建立"优势互补, 利益共享"的共生关系。构成第三方物流企业核心能力的一个重要因素就是广泛的网络。目前, 我国大多数企业都不具备这一条件, 这就要求不同的物流企业之间结成战略联盟, 将各自独特的企业资源整合为一个整体。这不仅可以实现服务的综合化、一体化, 使企业形成规模化经营, 降低运作成本, 还可以共享彼此的网络, 提高为客户服务的能力, 从而增强企业的竞争力。第三方物流企业为客户提供的不仅仅是一次性的运输或配送服务, 而是一种具有长期契约性质的综合物流服务, 最终职能是保证客户物流体系的高效运作和不断优化供应链管理。与传统运输企业相比, 第三方物流更加注重客户物流体系的整体运作效率和效益。它的业务深深地触及到客户企业销售计划、库存管理、订货计划

、生产计划等整个生产经营过程,远远超过了与客户一般意义上的买卖关系,而是与其结合成一个紧密的整体,形成一种战略合作伙伴关系。从长远来看,第三方物流的服务领域还将进一步拓展,甚至会成为客户销售体系的一部分。它的生存与发展必将与客户企业的命运紧紧地联系在一起。西方的企业理论非常强调"相互依赖"关系,也就是说一个企业的迅速发展光靠自身的资源、力量是远远不够的,必须寻找战略合作伙伴,通过同盟的力量获得竞争优势。而第三方物流扮演的就是这种同盟者的角色,与客户形成的是相互依赖的市场共生关系。可以说,第三方物流企业是基于一种战略的角度成立的,从一开始就致力于同客户的一体化合作。第三方物流企业的出现是物流运作的专业化,这种专业化的运营以降低需求企业的运营成本为起点,以形成战略联盟为终点。相关推荐:

#0000ff>2011年物流师考试第三方物流辅导汇总 #0000ff>2011年物流师考试企业物流知识辅导汇总 #0000ff>助理物流师资格考试各章重点汇总 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