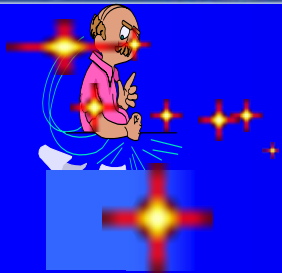


物流学

讲义

版权所有 不得拷贝



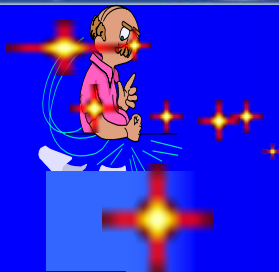


第十一章 第三方物流与物流业

第一节 第三方物流

第二节 物流业





第一节 第三方物流

- 一、第三方物流概念
- 二、第三方物流的产生
- 三、第三方物流的优点与益处
- 四、国内外第三方物流状况
- 五、第三方物流与物流一体化
- 六、第三方物流企业与客户关系
- 七、适合中国国情的第三方物流模式

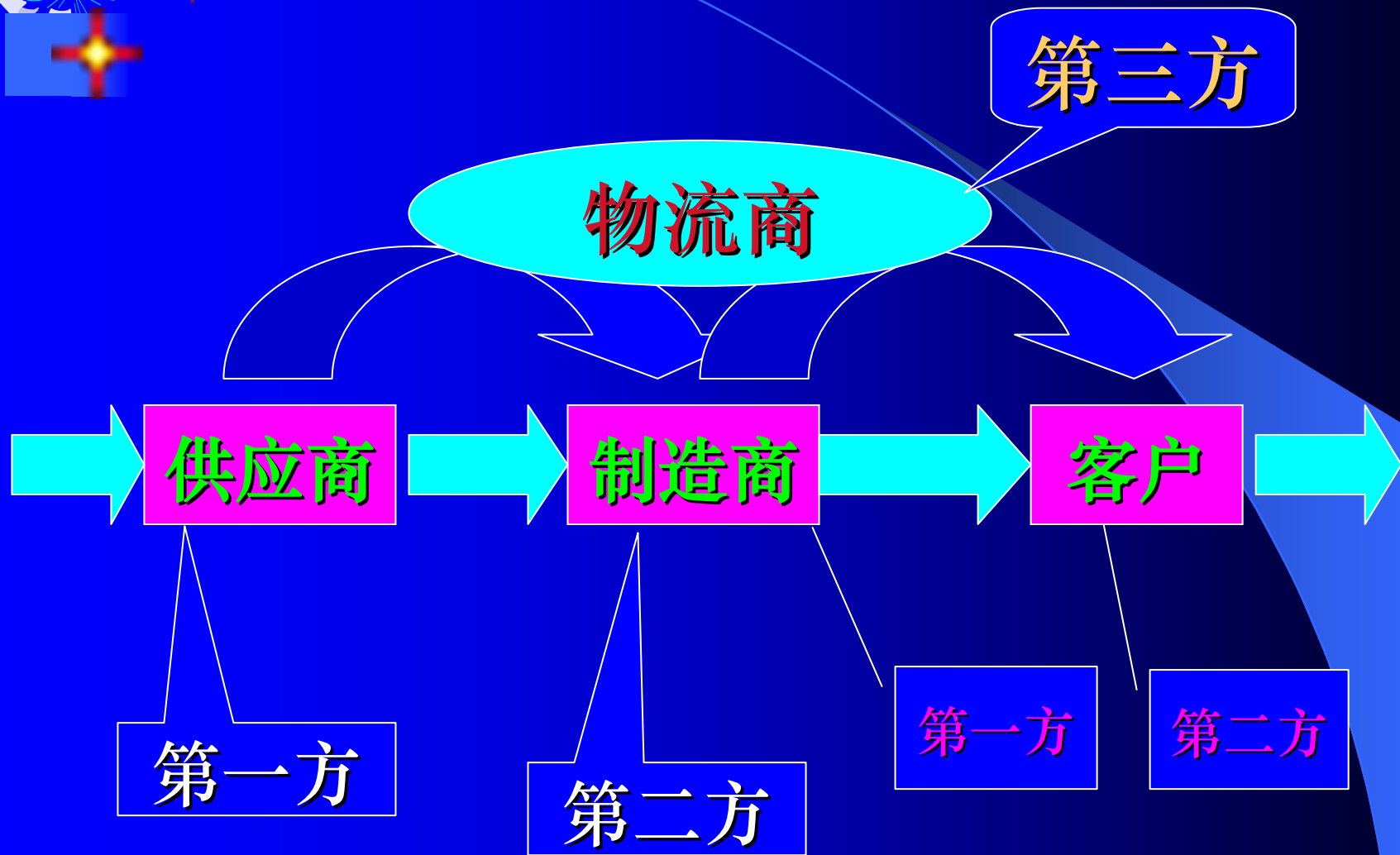
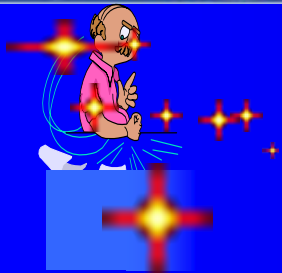


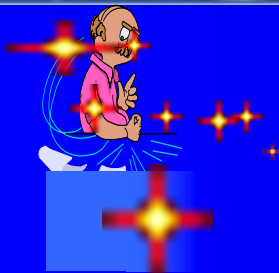


一、第三方物流 (Third-part logistics TPL) 概念

- 三层含义：
 - 1、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。
- 理解：
 - 2、第三方物流是在物流渠道中由物流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。
 - 3、第三方物流提供者是一个为外部客户管理、控制和提供物流服务作业的公司，他们并不在供应链中占有一席之地，仅是第三方，但通过提供一整套物流活动来服务于供应链。







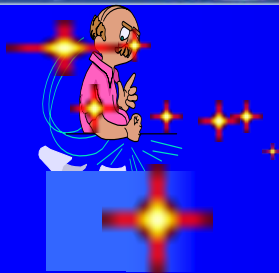
第三方物流提供者

- 1、广义：是相对自营物流而言，是指社会化的专业物流企业，即从事物流运作和服务的企业组织或个人。
- 2、狭义：是指现代物流公司（企业）。即能够提供全程的、系统的、全面的物流服务的企业组织。、其物流运作是以网络体系、信息技术、高科技物流装备和管理方法为支撑平台

的

2006-3-24





现代物流公司（企业）

●（一）现代物流公司特点

- 1、有提供现代化的、系统化的物流服务企业素质。
- 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定制化（形成制度，长期一贯，是战略联盟关系）服务的物流活动。
- 3、不是货主向物流服务商提供偶然一次性的物流购销活动，而是采取——承包形式的业务外包长期物流服务。
- 4、不是向货主提供一般性的物流服务，而是提供增值物流服务的现代物流活动。





(二) 现代物流公司类型

1、资产型

- (1) 具有实物物流功能的资产。如机械设备，交通工具、港口、仓库、车站、马头等。
- (2) 具有信息资产。如信息系统的软硬件，及其网络。

2、管理型

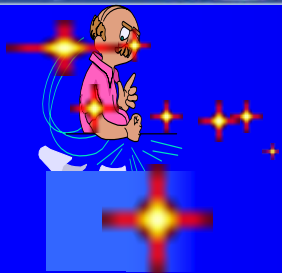
● 不是把拥有实物、信息资产作为向客户服务的主要手段，而是以本身的管理、信息情报、人才等优势作为第三方物流的核心竞争力。

● 这类公司可以拥有实物、信息资产，也可利用社会物流设施装备等劳动手段向客户服务。

(3) 优化型

● 是前两种的优势结合，即在信息、组织、管理有优势，同时在**必要**的物流设施装备上也有优势，但不是全面建设物流硬件系统

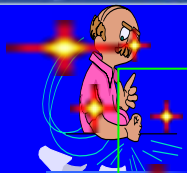




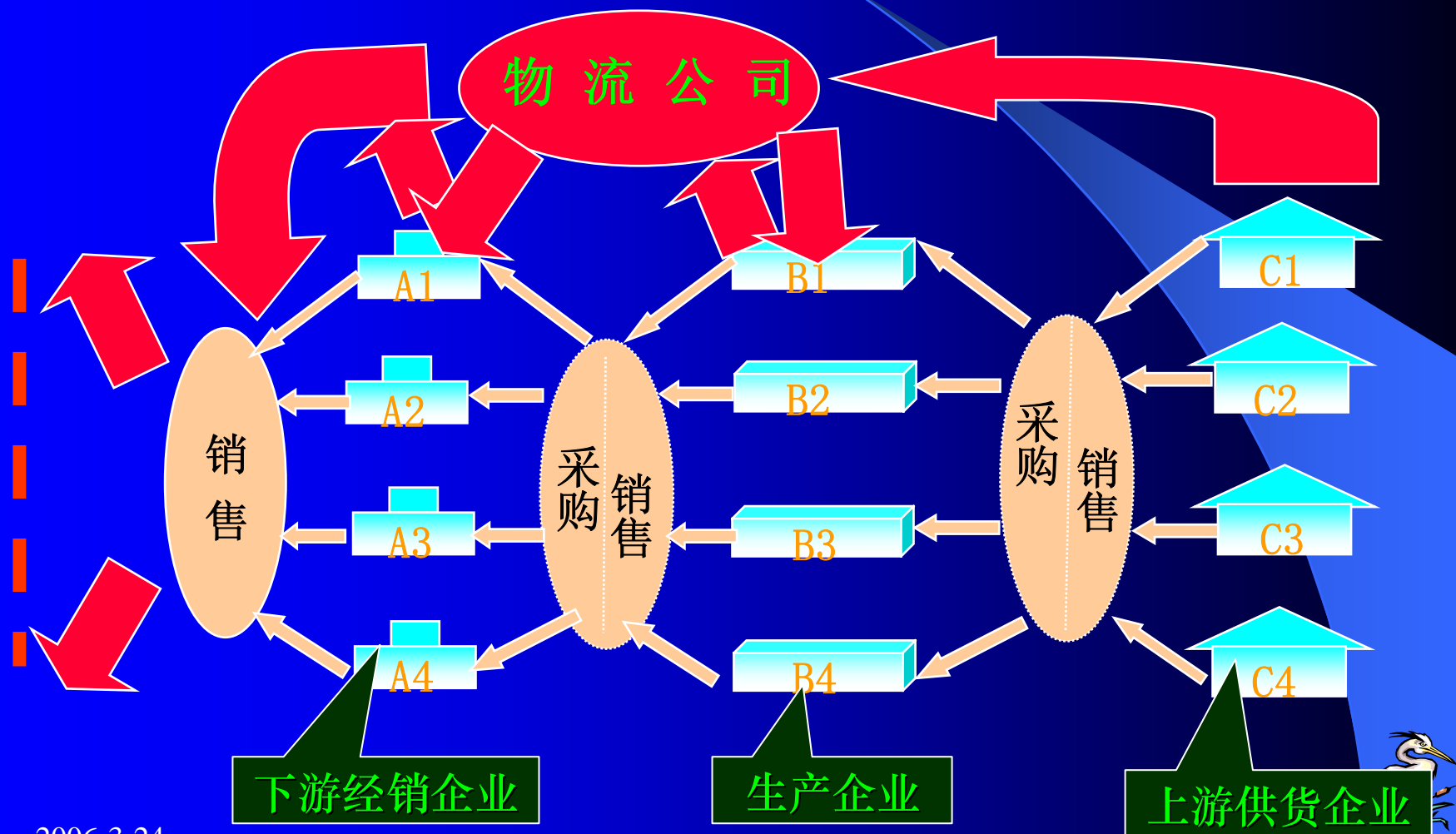
二、第三方物流的产生

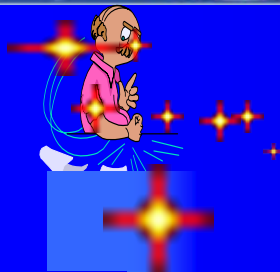
- 1、物流社会化的是第三方物流产生的前提
- 从历史的角度看，企业对物流服务的需求最初是以自我提供方式实现的。这种“自给自足”的方式成为企业早期物流活动的重要特征。
- 与“自给自足”方式相对应的是“对外委托”方式。即，将一部分或全部物流活动委托给外部的专业物流企业来完成。





企业物流社会化外包与第三方物流

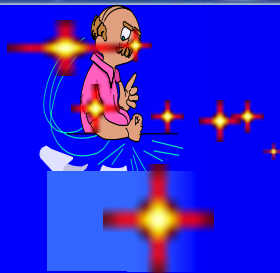




(1) 物流社会化的原因:

- ①、企业从事物流活动需要投入大量的资金用来建设物流设施，购买物流设备，这对于缺乏资金的企业，特别是中小企业来说是个沉重负担。
- ②、企业自己从事物流活动，会因生产规模过小或生产的季节性等原因降低物流效率。
- ③、大批的物流投资带有事实上的风险。
- ④、企业的物流手段有限，无法承担诸如集装箱运输，铁路运输以及国际间运输等活动等。





(2)、物流社会化的方式

——对外委托

- 1、是货主企业自己从事物流系统设计以及库存管理，物流信息管理等管理性工作，而将货物运输、保管等具体的物流作业活动委托给外部的物流企业。
- 2、是由特殊物流企业将其开发设计的物流系统提供给货主企业并承担物流作业活动。
- 3、是由专业物流企业站在货主企业的角度，代替其从事物流系统的设计，并对系统运营承担责任。
- 对外委托是实现物流社会化、合理化的有效途径，企业要实现经营资源的有效利用，物流外包是一种有效途径。



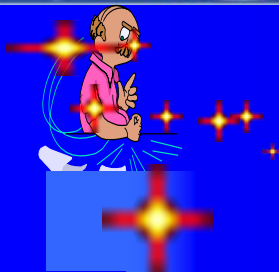


2、社会化大生产、流通数量增大、并复杂化是第三方物流产生的条件

- (1) 随着社会科技发展、生产力水平提高，特别是交通基础设施的完善，运输手段的现代化，为社会大生产、大流通创造了条件，使商品流通数量增大。
- (2) 消费需求多样化，个性化、国际化，使商品流通复杂化。
- 因此企业物流运作，企业自身无法解决，需要更具专业优势与经验的专业服务部门来完成企业物流运作。

2006-3-24





物流服务要求—复杂性

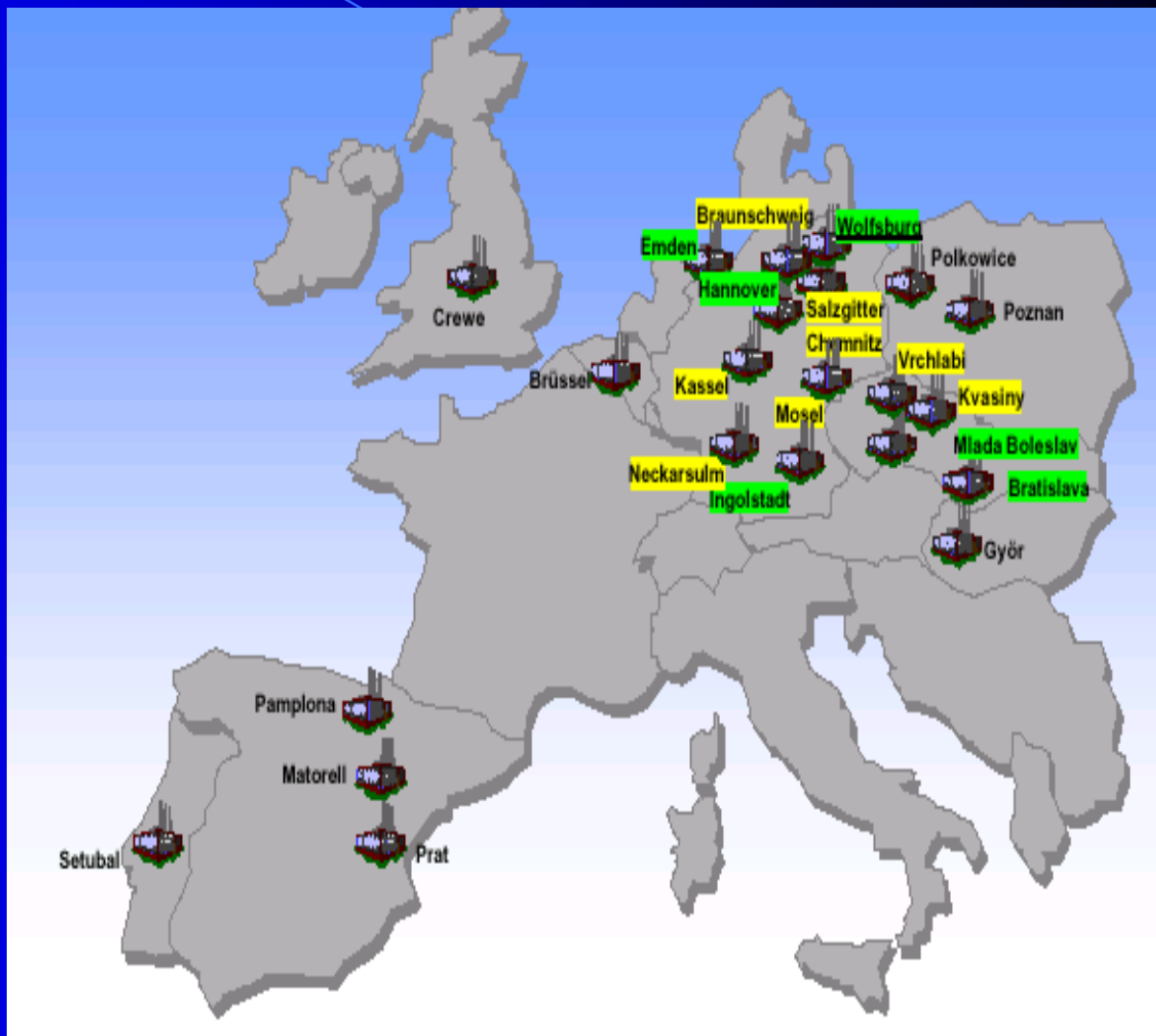
小批量多品种

跨地域

综合服务

需求多样化

- 中转
- 拣选
- 预加工与后加工
- 应急手段





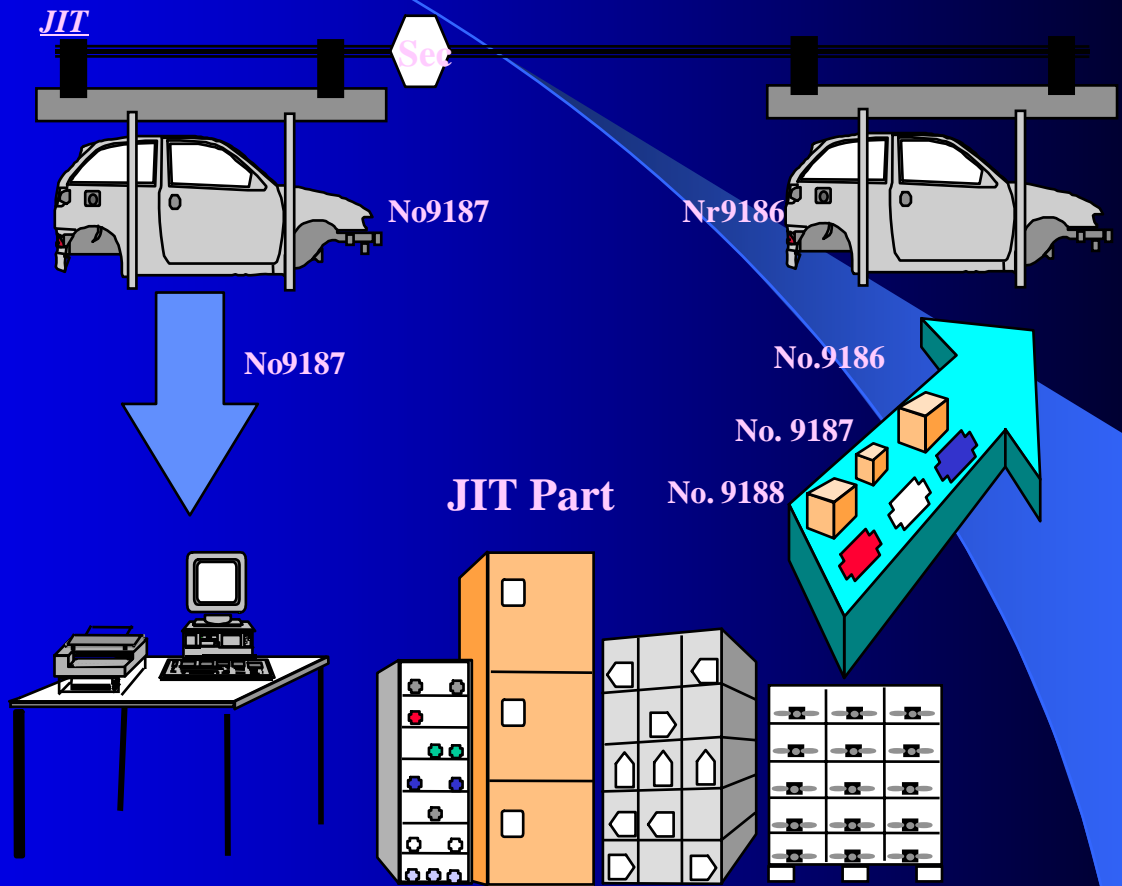
物流服务要求——准时性和准确性

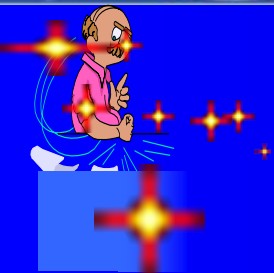
准时性
• 时间窗口

货物的准确性
• 数量
• 品种
• 队列

快速响应

错误的成本高





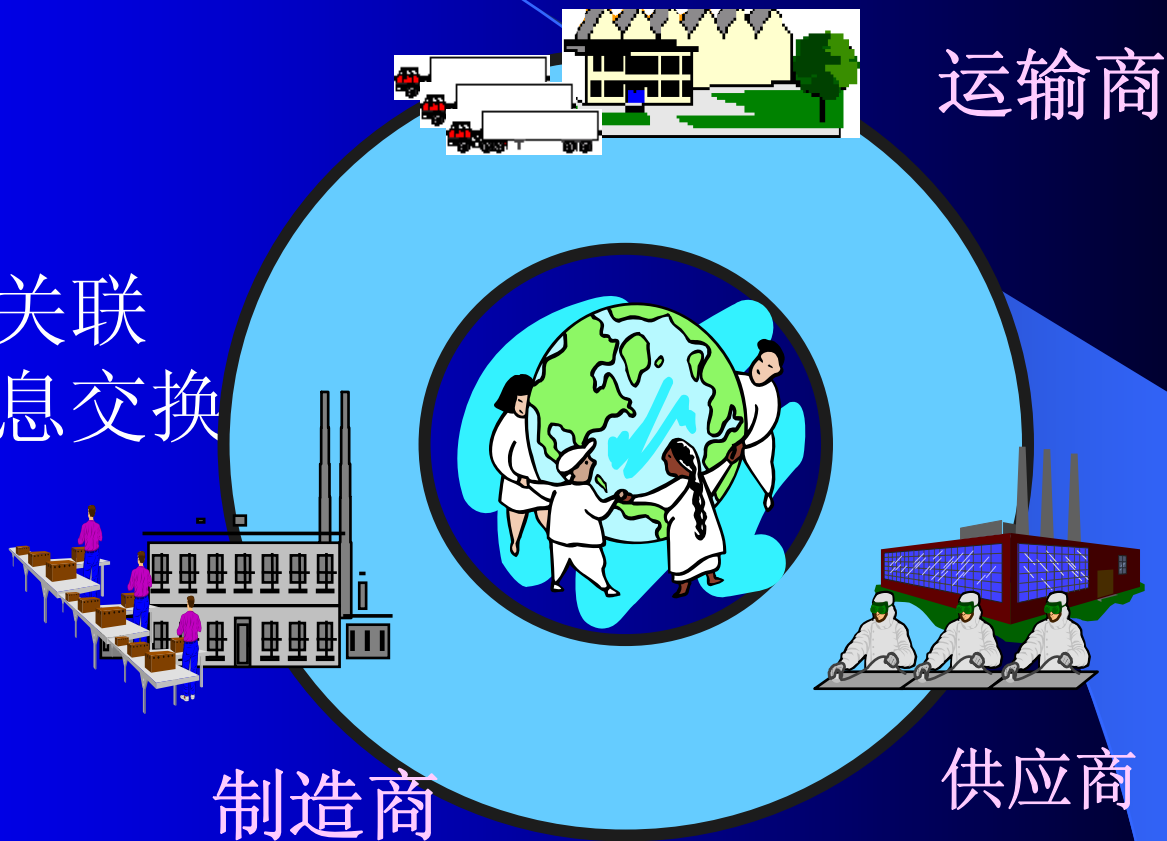
物流服务要求—网络化

深度

- 业务流程紧密关联
- 大量频繁的信息交换

广度

- 跨地域
- 跨行业





3、市竞争激烈，运营成本降低已成为企业提升企业竞争力的的迫切要求，为第三物流产生创造了需求市场。（市场所逼）

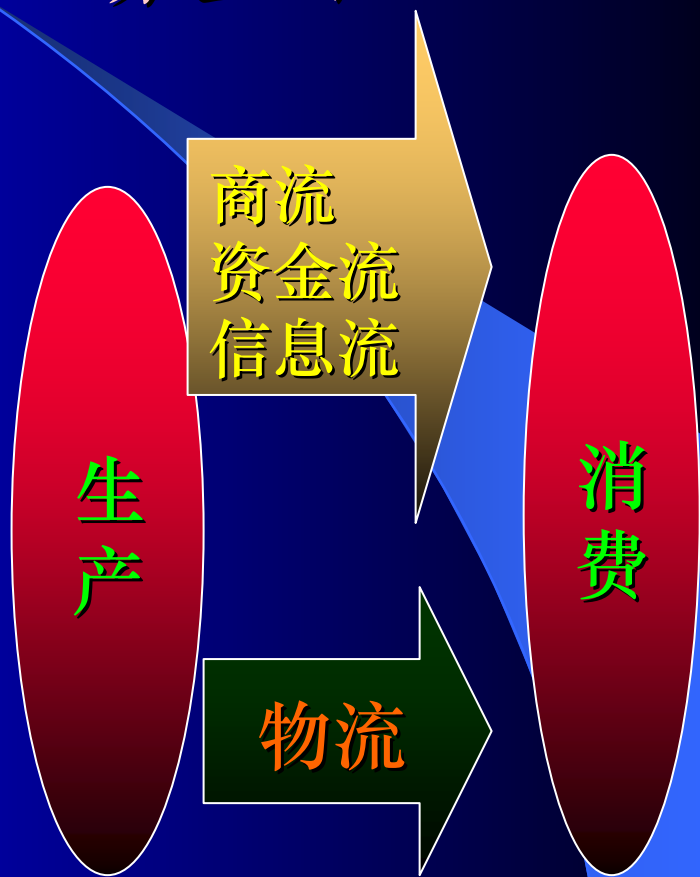
- 企业降低成本途径有二：
 - （1）商物分离，减少了流通环节，大大降低了成本。
 - （2）第三方物流提供专业化、一体化、全程物流服务，可使企业专注其核心业务（如降低生产成本、提升产品质量、开发新产品、开拓市场、增进销售），并且一体化物流服务减少物流作业环节，可大幅度降低流通成本，从而增强企业竞争力。





4、信息技术的发展、电子商务的兴起为 第三方物流带来了业务空间

- 电子商务是商流、资金流、信息流三流合一，但物流却不能合一，成为瓶颈。
- 曾有人预测：以后的社会将只剩下三大产业：
- 制造业；信息业；物流业；
- 上述分析说明物流社会化，产业化，第三方化将是时代的发展趋势。





三、第三方物流的优势与益处

● 1、优势

- (1) 专业化管理；
- (2) 专业服务经验；
- (3) 专业设备设施投资方面的优势；
- (4) 规模优势；
- (5) 信息优势；
- (6) 网络优势； 物流网络与信息网络

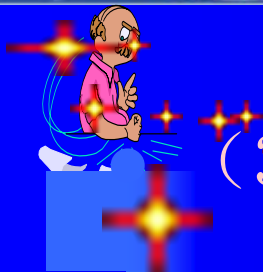




2、益处

- 第三方物流给企业（顾客）带来了众多益处，主要表现在：
 - (1) 集中主业
 - 企业能够实现资源优化配置，将有限的人力、财务集中于核心业务，进行重点研究，发展基本技术，努力开发出新产品参与世界竞争。
 - (2) 节省费用，减少资本积压
 - 专业的第三方物流提供者利用规模生产的专业优势和成本优势，通过提高各环节能力的利用率节省费用，使企业能从分离费用结构受益。





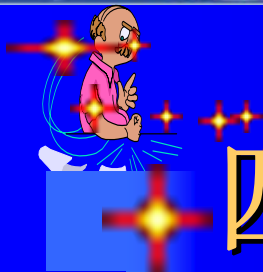
(3) 减少库存

● 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，最大限度的减少企业库存，改善企业的现金流量，实现成本优势。

● (4) 提升企业竞争力

- 第三方物流提供者与顾客，不是竞争对手，而是战略伙伴。第三方物流提供者是物流专家。第三方物流提供者通过“量体裁衣”式的设计，制订出以顾客为导向、低成本高效率的物流方案，
- 为企业在竞争中取胜创造于有利条件。





四、国内外第三方物流状况

- 1、国外第三方物流情况简介
- 作为物流业的新兴领域，第三方物流业在国外的物流市场上已经占据了相当可观的比例。
- 据了解，德国总的物流市场达到**346亿美元**，其中第三方物流企业的营业额为**80多亿美元**，占到德国总的物流市场份额的**23.33%**，在其它的欧共同体国家中，第三方物流在整个物流市场的所占比重基本上在**10%到35%**之间；
- 在社会化配送发展得最好的日本，第三方物流业在整个物流市场的份额更是高达**80%**。





2、国外第三方物流的发展趋势表现

- 第一，市场特别需要物流集成商
- 第二，第三方物流的利润空间很大
- 第三，客户将更加依赖于第三方物流





3、中国的第三方物流的发展趋势

- 据国际货币基金组织1997年的统计，我国当年物流成本占GDP的比重为**16.9%**，达**718亿美元**，按照国际上第三方物流在物流市场上所占平均份额计算，市场份额应在**200亿美元**左右。我国第三方物流的市场需求相当可观。
- 可以说，第三方物流商的供应能力有多大，市场就有多大。

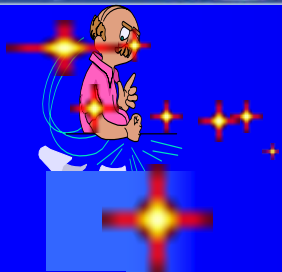




中国仓储协会2000年3-4月对我国国内2400家企业进行调查

- 146份有效试卷
- 其中：生产制造企业90家，商业流通企业20家，物流服务企业36家。
- 统计结果：
- 仅24.1%的生产企业在产成品分销中，完全依靠自身力量经营物流；在原材料采购中，自营物流生产与商业企业分别为36. % ,17.6%.

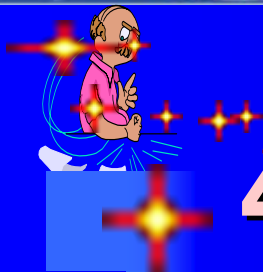




1999, 2000, 2001年连续三年全国物流调查显示:

- 生产企业原材料供应物流和产成品销售物流全部委托第三方物流企业的比例, 每年以5-7%的速度增长。
- 2000年, 全国正式注册的物流公司只900家, 2001年, 以北京上海两市为例, 正式注册的物流配送公司就达3000多家。





4、第三方物流事业的展望

- 发展第三方物流事业无疑是促进企业物流活动合理化、效率化，进而提高整个社会物流合理化的重要途径。
- 发展第三方物流的事业
- **首先**要求货主企业打破“大而全小而全”的传统经营思想，树立全新的经营理念，重视物流管理工作，为发展第三方物流事业提供市场。
- **其次**，作为从事第三方物流事业的企业，必须具有提供从物流计划、系统设计、物流管理到实施一整套物流服务能力。





五、第三方物流与物流一体化

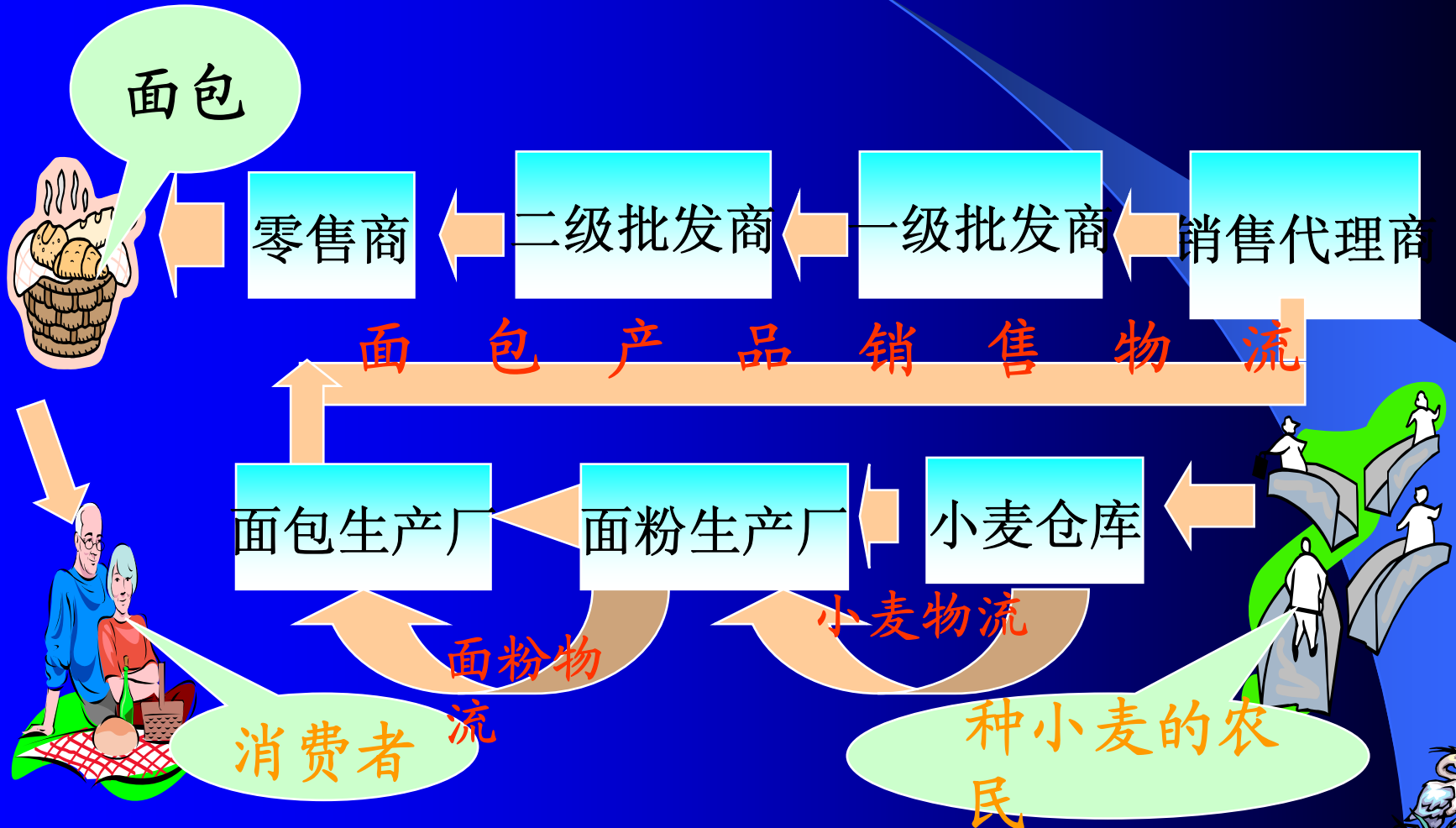
● 1、物流一体化

- 随着市场竞争的不断深化和加剧，企业建立竞争优势的关键，已由节约原材料的“**第一利润源泉**”、提高劳动生产率的“**第二利润源泉**”，转向建立高效的物流系统的“**第三利润源泉**”。

- 所谓**物流一体化**就是以物流系统为核心的由生产企业、经由物流企业、销售企业、直至消费者供应链的整体化和系统化。它是指物流业发展的高级和成熟的阶段。



物流管理的新理念—— 供应链管理与第三方物流



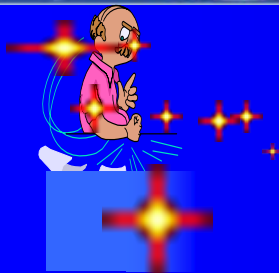


物流一体化的发展可进一步分为三个层次：

- 物流自身一体化、微观物流一体化和宏观物流一体化。
- **物流自身一体化**是指物流系统的观念逐渐确立，运输、仓储和其他物流要素趋向完备，子系统协调运作，系统化发展。
- **微观物流一体化**是指市场主体企业将物流提高到企业战略的地位，并且出现了以物流战略作为纽带的企业联盟。
- **宏观物流一体化**是指物流业发展到这样的水平：物流业占到国家国民总产值的一定比例，处于社会经济生活的主导地位。它使跨国公司从内部职能专业化和国际分工程度的提高中获得规模经济效益。

2006

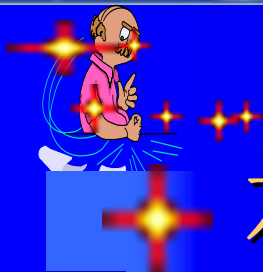




2、第三方物流与物流一体化

- 物流一体化是物流产业化发展形式，它必须以第三方物流充分发育和完善为基础。
- **物流一体化的实质是一个物流管理的问题。**
- 从物流业的发展看，第三方物流是在物流一体化的第一个层次时出现萌芽的。第三方物流在物流一体化的第二个层次得到迅速发展。专业化的功能性物流企业和综合性物流企业以及相应的物流代理公司出现，发展很快。这些企业发展到一定水平，物流一体化就进入了第三个层次。





六、第三方物流企业与客户关系

- 1、第三方物流是客户的战略同盟者，而非一般的买卖对象。

- 在服务内容上，它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。**供应链的管理与不断优化是它的核心服务内容**。从长远看，第三方物流的服务领域还将进一步扩展，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密的联系在一起。





2、第三方物流是客户的战略投资人，也是风险承担者。

- 第三方物流公司追求的不是短期的经济效益，更确切地说它是以一种投资人的身份为客户服务的，这是它身为战略同盟者的一个典型特点。
- 第三方物流服务本身就是一种长期投资。





3、利益一体化是第三方物流企业的利润基础

- 第三方物流公司的利润来源与客户的利益是一致的，而不是矛盾的，并不是一方多赚一分钱，另一方就少赚一分钱的传统交易方式。
- 第三方物流公司的利润来源于与客户一起在物流领域创造的新价值。为客户节约的物流成本越多，利润率就越高，这与传统的经营方式有本质不同。





七、适合中国国情的第三方物流模式

- 结合上述理论，根据我国的实际情况加以分析，我国物流产业应积极采取**代理形式的客户定制物流服务**的第三方物流模式。中国目前物流企业在数量上，供大于求，供给数量大于实际的物流需求；在质量上有所欠缺，满足不了需求的质量；物流网络资源丰富，利用和管理水平低；缺乏有效的物流管理者。



案例：传统物资企业向现代物流企业迈进

中储为客户创造价值



CMST

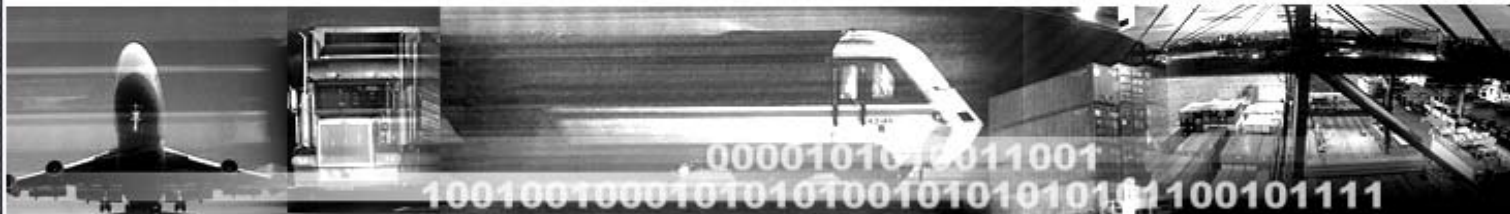
中国物资储运总公司

CHINA NATIONAL MATERIALS STORAGE
AND TRANSPORTATION CORPORATION

实现从传统储运 向现代物流企业的**跨越**

■ 中国物资储运总公司总经理 洪水坤

- 一、我国的现代物流市场广阔
- 二、发展现代物流是传统储运企业的必然选择
- 三、中储为客户创造价值
- 四、中储的客户
- 五、运用现代物流技术，实现从传统储运向现代物流业跨越



1 我国的现代物流市场广阔

近半个世纪以来，随着科学技术和社会生产力的迅速发展，物流业在经济发展中的地位越来越重要。在21世纪，中国的物流需求总量将有大幅度增加。

主要原因是：

■ 中国物资储运总公司总经理 洪水坤



实现从传统储运向现代物流企业的跨越



1 我国的现代物流市场广阔

1. 人类对自然资源的开发规模不断扩大。
2. 专业化分工导致对市场专业物流的需求加大。
3. 生产的集中化趋势，需要物流实现规模化、网络化。
4. 全球经济一体化的发展，推动我国物流业的发展。

■ 中国物资储运总公司总经理 洪水坤



实现从传统储运向现代物流企业的跨越



2 发展现代物流是传统储运企业的必然选择

我国的物流刚刚处于起步发展阶段，传统储运企业向现代物流企业转变具有得天独厚的优势，这也是其在市场经济中得以生存和发展的必然选择。



中国物资储运总公司总经理 洪水坤
实现从传统储运向现代物流企业的跨越



2 发展现代物流是传统储运企业的必然选择

- 1.起步快，投资少。
- 2.宝贵的客户资源。
- 3.丰富的企业管理经验。



■ 中国物资储运总公司总经理 洪水坤
实现从传统储运向现代物流企业的跨越



中储早在几年前就借鉴国外发达国家的经验，提出了从传统储运企业向现代物流企业转变的发展战略。这是因为中储具有发展现代物流的综合优势。

- 1.硬件优势。
- 2.全国的网络优势。
- 3.较强的增值服务功能。



3 中储为客户创造价值

■ 中国物资储运总公司总经理 洪水坤
实现从传统储运向现代物流企业的跨越



1.硬件优势。

- a.规模收益。
- b.经济便利的铁路专用线。
- c.机械化作业程度高。



3 中储为客户创造价值

■ 中国物资储运总公司总经理 洪水坤
实现从传统储运向现代物流企业的跨越



2. 全国的网络优势。

中储在推行现代企业制度的过程中，建立了以资产为纽带的母子公司体制，理顺了产权关系，形成了集团公司的框架。中储所属64个仓库分布在全国各大经济圈中心和港口，形成了覆盖全国、紧密相连的庞大网络。



3 中储为客户创造价值

■ 中国物资储运总公司总经理 洪水坤
实现从传统储运向现代物流企业的跨越



3.较强的增值服务功能。

在现代市场竞争中，传统的储运功能和硬件设施优势逐渐被市场物流资源的整合力和增值服务能力所取代。

- a.现货交易及市场行情即时发布。
- b.物流的中间加工。
- c.全过程物流组织。
- d.形式多样的配送服务。



3 中储为客户创造价值

■ 中国物资储运总公司总经理 洪水坤
实现从传统储运向现代物流企业的跨越



4 中储的客户

中储近年紧贴市场，根据不同客户对物流的需求，适时调整经营策略，大力发展全程物流代理、现货交易市场及行情实时发布、国际货运代理、配送等业务，取得了可喜的成果。



中国物资储运总公司总经理 洪水坤

实现从传统储运向现代物流企业的跨越



4 中储的客户

第一类是生产资料的生产和经销企业；

第二类是大型国家重点工程建设项目；

第三类是生活资料生产企业；

第四类是生活资料的零售企业。

■ 中国物资储运总公司总经理 洪水坤

实现从传统储运向现代物流企业的跨越



5 运用现代物流技术， 实现从传统储运 向现代物流业跨越。

中储的目标是充分发挥中储股份的龙头作用，利用国内外两个资源及中储的内部资源，采取收购、兼并等手段，实现全国合理布局，建成一批与现代物流需求相适应的物流中心，进而推动中储整体向现代物流企业转变的步伐，与国际接轨，再造中储，建成服务一流的现代物流企业。

■ 中国物资储运总公司总经理 洪水坤
实现从传统储运向现代物流企业的跨越



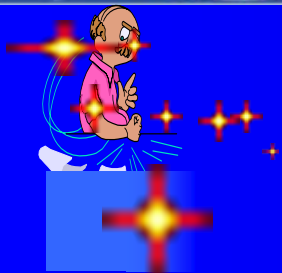


www.cmst.com.cn
中国物资储运总公司
CHINA NATIONAL MATERIALS STORAGE
AND TRANSPORTATION CORPORATION

中储愿与物流界同行建立优势互补的战略联盟，为中外客户提供“优质、高效、便捷、周到”的物流服务，以最低的物流总成本提供一流的物流服务。

www.cmst.com.cn
中国物资储运总公司
CHINA NATIONAL MATERIALS STORAGE
AND TRANSPORTATION CORPORATION

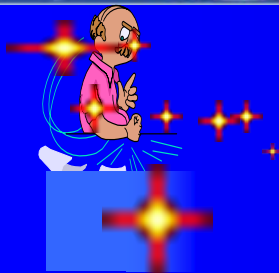
我们将不懈地探索和实践，
为推动我国物流事业的
发展做出新贡献。



第二节 物流业

- 一、物流业的概念
- 二、物流业的构成

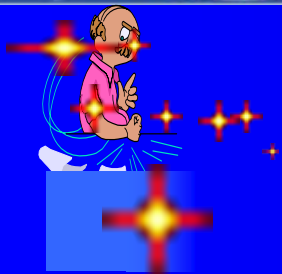




一、物流业的概念

- 顾名思义，一物流活动作为主要经营活动的行业。
- 1、广义的概念：
- 它由铁路、公路、水运、空运、仓储、托运、快递等行业为主体组，同时还包括了商业、物资、供销、粮食、外贸等商贸行业中的物流领域，另还涉及机械、电气业中的物流装备生产行业和国民经济所有行业中的供应、生产、销售中的物流活动。

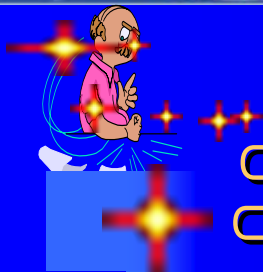




2、狭义的概念： 直接从事物流运作和服务的行业

- 两层含义：
- (1)、直接进行物流作业的行业。
- 即将仓储、货运、包装、流通加工、物流信息、配送、装卸搬运等物流环节做为自己的主要活动范围。为自身(如企业物流部门)或为他方(做为第三者为贸易双方)直接提供物流作业或服务的行业。
- (2)、直接提供物流活动服务的行业。
- 虽不直接进行物流作业活动，但做为中介人利用他方的物流运作为货主完成物流活动，提供物流服务的行业，如货代，托运代办、通关代办等。





二、广义的物流产业的构成

● 广义的物流业

交通运输基础设施业

提供物流基础条件平台

物流装备制造业

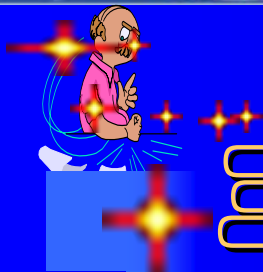
物流软件业 —— 提供物流信息平台

第三方物流业

提供物流作业与服务

货主物流业





三、狭义的物流产业的构成

- **1、第三方物流业（即物流服务企业）**
- 是向货主提供物流作业与代理等服务的行业。
- 它包括：
 - （1）传统的储运业：如存货代理（社会仓储业）、运输代理（社会货物运输业）、托运代办与通关代办（属货运中间人）。他们大部分提供的是局部的代理物流服务。
 - （2）现代物流公司：从事全过程、全方位、一体化服务的第三方物流服务的提供者。

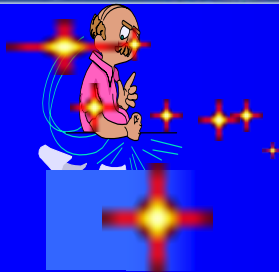




2、货主物流业（即企业自营物流）

- 是企业自办的物流。生产或流通企业为本身的生产或商贸活动服务所建立的**独立**物流企业（企业物流公司）
- 如海尔物流分公司，某商业集团物流分公司。





本章结束

谢谢大 家!

