

“第三利润源”与“第三方物流”发展

文 / 本刊编辑部

最近，开始收集和阅读一些物流产业的文章和资料，我发现“第三利润源”和“第三方物流”成为最常见的关键词。

有个经典的说法，物流是企业的“第三利润源”。因为是“利润源”，所以，各方好汉势必要“追”而“求”之。小算盘一打，既然说物流成本占GDP的30%，这样的肥水岂能流到别人田地。于是，我们见到众多的生产企业和商业企业，纷纷各立门户，将自己的运输和仓储业务独立出来，转身就变成了物流公司。而曾经的运输、仓储、物资等相关产业更是争先恐后，改弦易帜，全面进军物流市场。所以，我们见到，我国新增物流企业的数量每年以16%至25%的速度增长，目前全国已有70万家与物流有关的企业和机构，物流业似乎进入了一个全面发展的大好时期。

但是，鉴于中国经济有千军万马一哄而上的前车之鉴，我们不尽要问多两句“这第三利润源的性质是什么？”“物流的效益是如何体现出来的呢？”

又有个说法“第三方物流”是现代物流的标志，第三方物流，是伴随网络信息化才形成发展起来的新业态。第三方物流，既不同于以运输和仓储为主要内容的传统物流形式，也不同于企业的自营物流。相对于前者，第三方物流基于网络信息技术，介入商品生产到销售的全过程，包括运输、储存、配送、包装加工、信息交换、订货补货等一系列增值服务。

相对于企业自营物流，第三方物流服务的提供者是商品供需双方之外的第三者——专业物流公司，故其又

被称为专业化的社会物流。但毕竟是“第三方”，大家伙自然要“慎”而“重”之。一听说“要外包物流”就觉得会“失控”。第三方物流”在中国“叫好不叫座”，很多第三方物流企业遭遇需求不足的尴尬。

同时，第三方物流企业的服务素质、水平也不尽人意。我国第三方物流企业收入的85%来自基础性服务，比如运输和仓储；增值服务、物流信息及支持性的财务服务收入只占15%。这实际上反映了目前存在于第三方物流领域中的一个普遍问题：服务功能手段原始单一。究其根源却是：第三方物流企业缺乏真正的现代物流服务知识及专业人才，未能有效地利用现代科技手段，不具备提供具有现代物流核心特征的全过程增值服务的能力。

第三方物流是一种专业化的物流组织，具有很强的经济性，它不是一个简单的成本因素，而成为一个为生产、交易和消费提供服务的价值增值因素。随着第三方物流的发展，它的经济性会发挥的更加充分。第三方物流的经济性，主要包括规模经济性、价值创新性。

这是一个充满竞争的时代，竞争的激烈程度近乎残酷。于是人们开始注重核心竞争力，把不属于核心竞争力的要素外包。于是产生了第三方物流。

如果说第三方物流在市场经济发达国家，早已是赚取利润的重要源泉的话，我国第三方物流还只是未被开掘的冰山，是有待开垦的“处女地”。

也许我们对第三方物流的概念还不甚清楚，也许对其所蕴藏的巨大的利润潜力还没有发现，但市场经济发展的规律告诉我们，这是经济领域的又一条阳光大道。

因此，让我们走进第三方物流。■