



商务部十二五规划教材



中国国际贸易学会十二五规划教材

物流

营销实务

主编 焦亮

WULIU

YINGXIAO SHIWU



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

商务部十二五规划教材

中国国际贸易学会十二五规划教材

物流营销实务

WULIU YINGXIAO SHIWU

主 编 焦 亮

副主编 周 亮

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

物流营销实务/焦亮主编. —北京: 中国商务出版社, 2014. 11

商务部“十二五”规划教材 中国国际贸易学会“十二五”规划教材

ISBN 978-7-5103-1149-9

I. ①物… II. ①焦… III. ①物资市场—市场营销学—高等学校—教材 IV. ①F252.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 260304 号

商务部十二五规划教材

中国国际贸易学会十二五规划教材

物流营销实务

WULIU YINGXIAO SHIWU

主 编 焦 亮

副主编 周 亮

出 版: 中国商务出版社

发 行: 北京中商图出版物发行有限责任公司

社 址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号

邮 编: 100710

电 话: 010-64269744 64218072 (编辑一室)

010-64266119 (发行部)

010-64263201 (零售、邮购)

网 店: <http://cctpress.taobao.com>

网 址: www.cctpress.com

邮 箱: cctp@cctpress.com; bjys@cctpress.com

照 排: 北京科事洁技术开发有限责任公司

印 刷: 北京密兴印刷有限公司

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张: 13.5 字 数: 312 千字

版 次: 2014 年 11 月第 1 版 2014 年 11 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5103-1149-9

定 价: 30.00 元

版权专有 侵权必究

盗版侵权举报电话: 010-64245984

如所购图书发现有印、装质量问题, 请及时与本社出版部联系。电话: 010-64248236

编 委 会

顾 问 易 江 郭记中 严 新 吴小京

策 划 杨鹏强 张永生

专 业 指 导 李 齐

编委会成员 (按拼音字母排序)

安 琪 陈春慧 李 齐 罗 艳

刘 娟 刘禅念 焦 亮 唐沙利

王 云 杨鹏强

总 序

进入 21 世纪，国际服务经济增长迅猛，全球产业转移的重点转向服务业。近几年伴随着信息技术的推进，全球经济经历了一场结构性变革，生产环节的价值增值能力日趋局限，而不断涌现的一站式流程服务将全球服务经济带入了一个新的时代，美国经济学家 Steve Kremper（2004）将其称之为服务供应链。在产业升级转型的背景下，最具代表性是国际物流服务供应链的快速崛起。刚刚发布的《中国银行业发展报告（2014）》也指出五大银行转型的方向集中在高端服务业、现代物流、贸易融资等领域。协同育人不仅是社会经济转型的要求，也是教育部高等职业教育改革和高校协同机制创新工作的内在要求。在教育部 2011 年高等学校创新能力提升计划的基础上，2014 年广东省教育厅以协同创新为引领，全面推进“创新强校工程”。南华工商学院现代物流研究中心在李齐教授、杨鹏强副教授的带领下，基于十几年来校企交互物流人才培养经验，提出校企交互国际物流服务集成人才的跨校跨专业协同育人概念。

国际物流服务供应链是指以国际物流服务集成商为核心企业，通过与功能型服务商的合作，对国际物流服务供应链上的资金流、物流、信息流的控制来实现客户价值及物流服务增值的过程。国际物流服务供应链（图 1）是一个三级供应链结构，即客户、国际物流服务集成商、国际物流功能服务商。

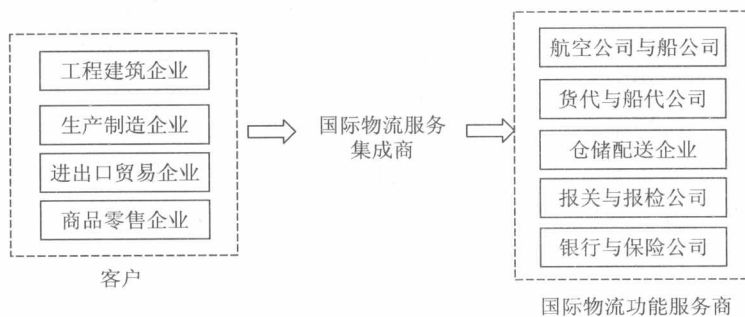


图 1 国际物流服务供应链结构图

国际物流服务集成商则是一种新业态，是国际物流服务供应链的核心。与传统的功能服务商相比，集成商的业务是全方位、一站式的流程服务（图 2），与大数据时代客户需求相吻合，这就预示着国际物流服务集成商有极大的市场需求和发展前景。

国际物流一站式流程服务已经成为国际物流发展的主流。欧美国家的国际物流业十分发达，其强大的物流能力不仅体现在货物运输能力上，还体现在其流程增值服务方面，包括仓储与配送服务、报关与报检等通关服务、港口服务、航运服务等。以被世界银行称为世界物流冠军的德国为例，德国制造业企业专注于产品研发，而把一些

标准材料和零部件采购、配送、通关等国际物流服务通过合约打包形式外包给物流公司,其合约期限有一两年的,也有长达十年的,专注主业、外包副业,德国制造业和物流业的双向成功的秘诀就在于此。中国一些走在同行业前列的功能服务商已经意识到这种变化并进行积极的应对,包括业务转型和人才的储备。从国际物流服务供应链发展趋势看,国际物流功能服务商向国际物流集成商转型是大势所趋,而相应复合人才培养不仅十分必要,也非常迫切。

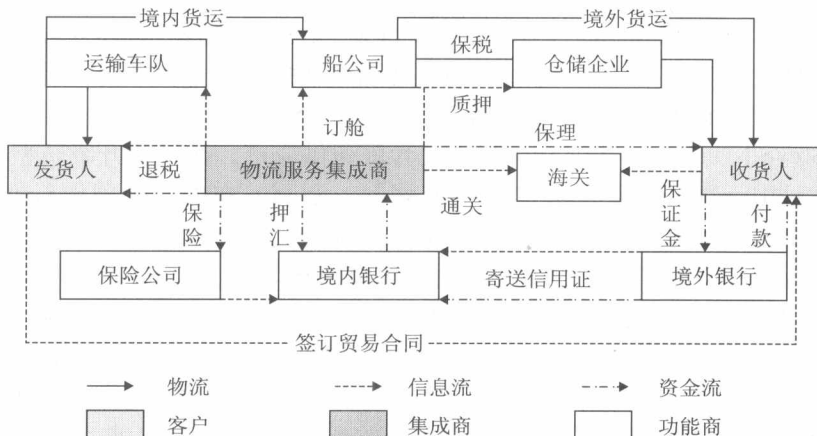


图2 国际物流服务供应链业务流程图

中国国际物流企业主体是功能服务商,且以中小企业为主。我们多年对企业调研时发现,功能服务商在员工招聘时有两方面要求:一是业务经验,二是对企业的忠诚度。其中,业务经验是指对传统物流业务的熟悉程度和客户资源,而忠诚度主要是避免客户流失而不是员工的去留。原因有两方面:其一,高等院校人才培养和企业现实需求的脱节。业务经验要靠实践经历的逐步积累,这恰恰是高等院校毕业生的短板,所以出现高校毕业生相对过剩,而企业需要人才相对不足的局面。其二,现实工作与发展未来的脱节。尽管企业的人才要求是基于实际工作的考量,但现实是,传统的业务经验并不能满足物流业务模式的转变,客户流失也并不单靠忠诚度就能解决,业务创新才是避免客户流失的最终保障。

国际物流服务供应链的快速发展对从业人员提出新的更高的要求,国际物流服务集成人才应具备以下复合能力。

- (1) 电子通关能力(包括报关、报检、报税、保税加工海关监管、保税物流海关监管)。
- (2) 制单与跟单能力(包括贸易合同、货运提单、保险单、信用证等单证处理)。
- (3) 货代能力(包括询价、订舱、配箱、结算)。
- (4) 外汇核销与融资能力(包括货币兑换、现汇与期汇交易、国际借贷、结汇)。
- (5) 流程设计能力(包括采购流程、通关流程、贸易流程、配送流程)。

上述复合能力需要整合各种资源协同育人。我们认为与国际物流服务供应链相关度比较高的专业有:报关与国际货运、港口与航运管理、物流管理、国际经济贸易、金融管理与实务、电子商务等专业。这些专业学生就业的岗位群主要集中在报关报

检、国际货物代理、保税货物仓储、物流配送、金融保险代理服务、电子商务、信息服务等业务岗位。在国家大力发展现代服务业和大数据时代的推动下,这些岗位现在均面临新的转变,即业务融合和流程化。相关企业也向综合服务商过渡。在上述背景下,中国商务出版社和南华工商学院现代物流研究中心共同推出了商务部十二五物流类专业规划教材,系列教材共有9本,体现了物流类专业协同育人的特点,见下表。

国际物流服务供应链系列教材统计表

序号	教材名称	职业能力	建议课时
1	物流信息系统	电子通关能力(包括报关、报检、报税、保税加工海关监管、保税物流海关监管)	64
2	国际物流单证实务	制单与跟单能力(包括贸易合同、货运提单、保险单、信用证等单证处理)	64
3	货运代理英语实务	货代能力(包括询价、订舱、配箱、结算)	64
4	供应链金融实务	外汇核销与融资能力(包括货币兑换、现汇与期汇交易、国际借贷、结汇)	64
5	国际贸易操作与核算	流程设计能力(包括采购流程、通关流程、贸易流程、配送流程)	32
6	物流营销实务	流程设计能力(包括采购流程、通关流程、贸易流程、配送流程)	64
7	电商供应链实务	流程设计能力(包括采购流程、通关流程、贸易流程、配送流程)	64
8	航空物流实务	流程设计能力(包括采购流程、通关流程、贸易流程、配送流程)	64
9	国际危险品物流实务	流程设计能力(包括采购流程、通关流程、贸易流程、配送流程)	64

本系列教材的编者队伍是在南华工商学院优秀人文科研基地带头人李齐教授和杨鹏强副教授的带领和参与下,由各专业主任构成的资深教师团队和国际物流行业、企业专家共同组成的,十年来联合研发课程,采用以能力目标为导向,基于职业教育(校企合作、工学结合、工作过程系统化等)课程整体开发方法,以确保专业课程与国际物流行业的有效融合。这些编者既有丰富的物流教学经验和行业工作经历,也有编写教材的经验,是典型的双师型人才。

本系列教材通过与行业企业国际物流服务集成商结合,引入行业的工作过程、主要工作岗位及其任务等,并与相关的职业资格标准对接,内容选择、项目载体设计思路、内容编排顺序(如能力递进)、学习程度用语、课时和学分、教学模式和方法、学生考核等环节经过了充分论证和讨论。本系列教材旨在引领和推动高等院校对现代物流业教学改革,探索物流供应链相关专业在风云涌动的国际市场中培养人才的新路径,为我国新一代国际物流服务集成商提供及时和合用的人才。

本系列教材是广东省高等教育“创新强校工程”课题成果之一，是现代物流研究中心继 2009 年推出广受欢迎的实用型报关与国际货运专业系列教材后又一团队力作。我们希望广大高校在使用本系列教材的过程中积极发现问题，收集反馈意见，使本系列教材能够与时俱进，不断贴近我国产业调整与升级需求，贴近企业发展需求，真正实现工学结合、学用一致的职业教育理念。

本系列教材编委会

2014 年 11 月

编写说明

本教材面向本科应用型本科和普通高职学生编写,旨在培养学生将来从事国际物流服务集成工作时所需的职业技能和综合素质,主要包括电子通关能力、制单与跟单能力、货代能力、简单的财税能力、流程设计能力及分析问题和解决问题的能力等。

一、编写思路

以培养工作能力为目标,基于工作过程,以学生为中心,采用做、学、教倒序一体化为主导的教学模式。根据课程内容的需要,将全书分为若干个项目,再根据项目完成过程的分析,将每个项目分成若干个任务;每个项目前及每个任务前都有一个导言,用于吸引读者的注意,并与读者的原有知识结构产生联系,为学习者进行新的学习建立基础。

二、主要特色

本系列教材采用全国高职高专教育现代教育技术培训基地项目教学的思路来编写教材,具有以下特点:

1. 目标明确。课程开宗明义以职业岗位要求为准。用具体、可测量或可检验的语言,准确描述本课程的能力、知识、素质目标,用关键术语链接出项目训练的各个节点,是典型“工学结合、项目导向、任务驱动”教学模式项目化教材。

2. 启发开放。以职业能力培养为重点,与行业企业合作进行基于工作过程的课程开发与设计,充分体现职业性、实践性和开放性的要求。根据行业企业发展需要和完成职业岗位实际工作任务所需要的知识、能力、素质要求,选取教学内容,并为学生可持续发展奠定良好的基础。

3. 生动有趣。本系列教材设计了系统化的贯穿项目,每个项目下设计了多个相互关联的任务,并且项目、任务和知识链接与课程目标高度吻合,能通过这些项目、任务和知识主题学习的完成,达到对学生的能力培养要求。项目设计具有故事性,使学生以体验的心情去学习,有利于学生保持学习的愉悦。

4. 行业载体。根据课程目标所涵盖的典型工作任务的要求,确定各教学单元内容和要求,设计学生应获得的知识、技能与素质等训练项目。教学活动的设计与实际工作岗位任务要求一致;遵循学生职业能力培养的基本规律,以真实(或仿真)工作任务及其工作过程为依据,整合、序化教学内容,科学设计学习性工作任务,做、学、教结合,理论与实践一体化,实训、实习等教学环节设计合理。

5. 学生主体。每个项目均从引导任务开始,到知识链接、操练与深化、归纳总结、巩固训练、项目训练总结、推荐阅读和课后训练项目,设计多个学习活动,结合个人自学、团队合作、上台演绎等学习方式,变被动接受为主动学习,重视过程性考核,使学生从头到尾参与到所有学习活动中。

6. 仿真实训。每个项目均有引导任务训练、操练、巩固训练、课后训练环节,要求教师根据课程特点有针对性地采取工学交替、任务驱动、项目导向、课堂与实习地点一体化等行动导向的多种形式的教学模式。使用的实训数据,强调学生要实时操练与检查。

三、使用说明

每个项目的组成部分和使用说明如下:

1. 关键术语:通过八个左右关键术语使学生以最快的速度了解本项目所涉及的知识、技能点及素质点。

2. 学习目标:以“能或会+程度副词+操作动词+操作对象”的格式,如“能熟练操作”让学生明白经过本项目训练后能够实施的职业技能、能够了解的相关支撑知识和能够默会的职业素质。

3. 引导任务:通过引导任务开始了本项目的教学旅程,以一定的训练方式、手段及步骤让学生通过学习初步具备本项目所要求的能力、知识和素质目标。训练项目采用问题导向教学法,由情境内容引入和提出要解决的问题,给学生准备回答的时间,在点评学生答案的同时告知本项目要开展的教学内容和要达到的教学目的。

4. 知识链接:引导之后,唤起学生对知识的渴望,通过链接的相关知识丰富自身的知识体系,这是符合生物学的知识树成长方式,深度扎根,广度延伸,向上发展的处理方式。

5. 操练与深化:学生在课内课外的项目训练中讨论、头脑风暴和操练技能与知识。从粗线条掌握初步或基本能力,到细节逐步深入对基本能力的体会。

6. 归纳总结:教师带动学生归纳之前在项目任务训练中遇到知识点、能力点和素质点,特别要强调职业素质、道德素质、职业态度、方法能力、社会能力在今后职业生涯的重要性等。

7. 巩固训练:教师布置设计好的仿真工作任务,要求学生按公司业务分工组织相关任务,实训分配,让学生根据提供的情境分角色以实战的心态完成练习任务,复习和巩固之前操练的技能和知识,针对重点难点进行反复演练。

8. 项目总结:一个项目结束后,教师和同学好好合计一下,从中学到了什么,目标达到了吗?教法有没有需要调整的地方,学习需要更主动些吗?三言两语总结一下。

9. 推荐阅读:提供与本项目有关的相关教学资源的出处,供学生查阅拓展学习使用。

10. 课后训练:布置课后训练项目来检查项目训练的成果,通过可展示的方式如情境模拟表演或方案报告、核算表格呈现和检验学习成果。

本系列教材由南华工商学院现代物流研究中心研究团队主持编写,合作企业提供了部分素材并对稿件进行了审核,全国高职高专教育现代教育技术培训基地宁波基地专家对课程标准做了点评。编者水平有限,不足之处在所难免,欢迎有关专业人士和广大读者批评指正。

前 言

在全球经济一体化的今天，中国一些传统的运输和仓储行业已经步入微利甚至零利润期，现代物流业则刚刚起步，电子商务的迅猛发展又进一步加速了现代物流业的发展，这些因素加重了传统运输仓储企业的转型压力，也加剧了现代物流企业的激烈竞争，现实呼唤贴近企业实务的营销理论来指导企业的转型和市场竞争策略的制定。物流营销是市场营销的重要组成部分，与一般的产品营销不同，具有组织市场营销和服务营销的特殊性，而这两个领域的研究尚属市场营销的理论前沿。大部分物流营销实务的书籍大都沿袭消费市场产品营销的理论范式，难以有效指导物流企业的营销实践，弥合或拉近这两者的差距，是编者编写本书的动力和兴趣所在。

教育部十六号文件对高职教育提出了“积极推行订单培养、探索工学交替、任务驱动、项目导向、顶岗实习等有利于增强学生能力的教学模式”，而教材的编写无疑是新模式下的基础工作，本书也把任务驱动、项目导向、工学结合作为根本原则。

根据物流企业营销人员工作流程中的工作任务，本书由认识物流企业与物流营销等九个项目组成，每个项目由案例导入、任务实施、知识链接、思考与练习、项目实训五个模块构成，根据学生试读的反响，能够提升学生学习兴趣和对生动把握理论知识和实操技能。

本书由焦亮担任主编，负责编写项目一至项目八，广州苏宁云商物流有限公司人事总监周亮担任副主编，负责编写项目九。另外，在本书编写过程中，广州远鸿国际货代有限公司李航经理、广州巨航物流有限公司吴立峰高级物流师、广东中龙物流公司饶胤海总经理、广东省物流行业协会副秘书长胡梅提供了宝贵的素材和意见，本书可谓凝聚了学院和企业的心血。同时，还得到了李齐教授和杨鹏强副教授的悉心指教，参考借鉴了国内外同行的论著和教材，在此致以衷心的感谢！

本书可作为高职院校物流管理、工商企业管理等相关专业的学习用

书，也可供物流企业、工商企业从事物流管理和市场营销的专业人员参考使用。

限于编者水平，书中存在疏漏和不足，恳请读者批评指正。

编 者

2014 年 11 月

目 录

项目一	认识物流企业 with 物流营销	(1)
	【案例导入】	(1)
	【任务实施】	(1)
	任务一 对物流企业的类别确认	(1)
	任务二 认识常见的物流企业组织结构及营销部门	(3)
	任务三 分析营销部与其他部门之间的业务工作流程	(7)
	任务四 了解物流公司营销经理的管理工作	(8)
	【知识链接】	(9)
	一、基本概念：市场营销及核心概念、物流营销及其特征	(9)
	二、市场营销观念的演进	(14)
	三、物流营销流程	(16)
	【思考与练习】	(23)
	【项目实训】	(23)
项目二	物流营销环境分析	(24)
	【案例导入】	(24)
	【任务实施】	(24)
	任务一 云南物流市场的宏观环境分析	(24)
	任务二 云南物流市场的产业环境分析	(29)
	任务三 新景程物流公司昆明分公司的优劣势及 SWOT 备选组合	(33)
	【知识链接】	(35)
	一、基本概念：营销环境定义、宏观环境要素	(35)
	二、物流企业微观环境分析	(38)
	三、物流企业内部环境分析	(39)
	四、物流营销环境分析方法	(39)
	【思考与练习】	(45)
项目三	物流市场调查与预测	(46)
	【案例导入】	(46)
	【任务实施】	(46)
	任务一 生成调研设计	(46)

	任务二 二手资料的运用	(46)
	任务三 问卷调查法的运用	(48)
	任务四 预测物流市场	(52)
	【知识链接】	(57)
	一、基本概念：物流市场调查、物流市场预测、物流市场营销 信息系统	(57)
	二、物流市场调查方法	(59)
	三、物流市场预测方法	(61)
	【思考与练习】	(64)
	【项目实训】	(64)
项目四	目标市场营销	(65)
	【案例导入】	(65)
	【任务实施】	(65)
	任务一 新景程物流公司市场细分现状	(65)
	任务二 昆明分公司基于顾客价值的物流市场细分	(66)
	任务三 昆明分公司的目标市场选择及定位	(72)
	【知识链接】	(74)
	一、基本概念：市场细分、目标市场、市场定位	(74)
	二、物流市场细分的依据与方法	(77)
	三、影响物流目标市场选择的因素与目标市场策略	(79)
	四、物流企业市场定位方式	(83)
	【思考与练习】	(89)
项目五	物流产品策略	(91)
	【案例导入】	(91)
	【任务实施】	(91)
	任务一 比较本公司与竞争对手的物流产品	(91)
	任务二 物流产品营销策略的实施	(93)
	任务三 开发物流新产品	(96)
	【知识链接】	(101)
	一、基本概念：物流产品、物流产品品牌、产品生命周期	(101)
	二、物流产品组合策略	(106)
	三、物流产品生命周期策略	(107)
	四、物流新产品开发	(110)
	【思考与练习】	(111)

项目六	物流服务价格制定	(113)
	【案例导入】	(113)
	【任务实施】	(113)
	任务一 根据价格计算物流费用	(113)
	任务二 物流成本的作业成本法 (ABC) 核算	(114)
	任务三 为新业务制定价格	(116)
	任务四 价格的调整与变化	(118)
	【知识链接】	(119)
	一、基本概念：价格、成本、需求与竞争	(119)
	二、产品或服务的本量利分析	(121)
	三、定价方法	(122)
	四、定价策略	(123)
	【思考与练习】	(125)
项目七	物流服务网点建设策略	(126)
	【案例导入】	(126)
	【任务实施】	(126)
	任务一 对服务于目标市场的物流网点进行选址	(126)
	任务二 物流服务网点运营管理	(130)
	任务三 物流服务网点经营绩效评估	(133)
	【知识链接】	(134)
	一、基本概念：物流服务分销渠道、自营与特许经营	(134)
	二、物流企业分销渠道的基本类型	(135)
	三、物流企业分销渠道系统	(135)
	四、物流企业分销渠道的选择、管理与完善调整	(136)
	【思考与练习】	(146)
	【项目实训】	(146)
项目八	物流销售与广告策略	(147)
	【案例导入】	(147)
	【任务实施】	(147)
	任务一 制订地区销售计划	(147)
	任务二 分析和选择广告媒体	(153)
	任务三 做一名高效的销售人员	(160)
	【知识链接】	(166)
	一、基本概念：物流服务促销及促销工具	(166)
	二、物流服务促销的影响因素	(169)
	【思考与练习】	(174)
	【项目实训】	(175)

项目九	物流客户服务与客户关系管理	(176)
	【案例导入】	(176)
	【任务实施】	(178)
	任务一 分析客户关系管理中存在的问题	(178)
	任务二 客户关系管理的客户分类及目标设定	(179)
	任务三 客户关系管理的实施	(182)
	任务四 客户关系管理的绩效考核	(185)
	【知识链接】	(188)
	一、基本概念：物流客户服务、顾客忠诚、客户关系管理、 物流客户关系管理	(188)
	二、影响物流客户服务的因素	(190)
	三、物流客户关系管理的特点	(191)
	四、物流客户关系管理的意义	(193)
	【思考与练习】	(195)
	【项目实训】	(196)
参考文献		(197)

项目一 认识物流企业与物流营销

【学习目标】

1. 熟悉各类物流企业的基本组织结构；
2. 掌握物流企业营销部门的基本职能及运作流程；
3. 了解物流企业营销部门和其他部门的工作联系；
4. 理解物流营销的概念、特征和流程；
5. 了解市场营销观念的演进。

【案例导入】

又到了一年的高校毕业季，张刚、李伟和黄嘉文是广州某高校物流管理类毕业班学生，开始为各类招聘会摩拳擦掌做准备，应聘成为优秀物流公司的员工是他们的共同心愿。经过几年的专业学习，他们对物流管理的理论和实际操作有了一定认识，对于招聘网站和各类招聘会上铺天盖地的物流公司招聘信息暗自欣慰，看来物流行业就业形势很好，但又有些茫然，物流类企业范围涵盖很广，应该如何认识这些企业呢？这些企业的不同部门、不同岗位会用到哪些技能，适不适合自己呢？张刚对数据分析很感兴趣，想从事市场分析方面的工作，李伟立志成为一名物流销售人才，市场工作和销售工作有什么具体差别？

【任务实施】

任务一 对物流企业的类别确认

通过某招聘网站对广州地区内物流类企业的职位进行搜索，其部分结果见图 1-1，请对所涉及的公司进行类别上的确认和性质描述。

1. 物流企业

根据《物流企业分类与评估指标》（2005），物流企业是指至少从事运输（含运输代理、货物快递）或仓储的一种经营业务，并能够按照客户物流需求对运输、储存、装卸、包装、流通加工、配送等基本功能进行组织和管理，具有与自身业务相适应的信息管理系统，实行独立核算、独立承担民事责任的经济组织，非法人物流经济组织可比照适用。