

教育部立项推荐

中等职业学校物流专业紧缺人才培养培训教学指导方案配套教材

物流营销实务

(专业培养方向课)

主 编 杨穗萍

副主编 曾令玉

中国物资出版社

图书在版编目(CIP)数据

物流营销实务/杨穗萍主编. —北京:中国物资出版社, 2006. 1
教育部立项推荐中等职业学校物流专业紧缺人才培养培训教学
指导方案配套教材

ISBN 7-5047-2478-5

I. 物… II. 杨… III. 物资市场—市场营销学—专业学校—
教材 IV. F252.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 148673 号

责任编辑 沈兴龙

责任印制 沈兴龙

责任校对 孙会香

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮政编码: 100834

全国新华书店经销

中国农业出版社印刷厂印刷

开本: 787×980mm 1/16 印张: 20.5 字数: 314 千字

2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

书号: ISBN 7-5047-2478-5/F·0987

印数: 0001—5000 册

定价: 30.00 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)

**教育部立项推荐高等职业教育和中等职业学校
物流专业紧缺人才培养
指导方案配套教材编审委员会**

顾问	吴润涛	中国物流资深专家
主任委员	牟惟仲	中国物流专家 中国物流技术协会会长 中国物流学会副会长
副主任委员	徐天亮	中国物流技术协会副会长 华中科技大学管理学院 教授
	谢德华	教育部职业技术教育物流教学指导委员会副主任 中国拆船协会副会长 中国物流技术协会副秘书长 中国物流与采购联合会、中国物流学会常务理事
	周建亚	武汉商贸学院物流学院院长 教授
	黄中鼎	上海市第二工业大学经管学院院长 教授
	霍 红	哈尔滨商业大学 教授 物流师职业资格认证专家委员会委员
	阎子刚	广东交通职业技术学院主任 副教授
	沈兴龙	中国物资出版社主任 高级经济师
	杨 帆	北京商务科技学校校长 高级讲师
	李建成	上海物资学校副校长 高级讲师 教育部职业技术教育物流教学指导委员会副秘书长
	施建年	北京市交通学校副校长 高级讲师
	张立波	广州市第一商业学校副校长 高级讲师

委

员

白世贞 职业技术教育物流教学指导委员会副秘书长
常金荣 哈尔滨商业大学商品学院院长 教授
陈鸣永 福田物流有限公司副总经理
陈祥铎 上海建桥学院 教授
方光罗 复旦大学管理学院 副教授
傅 烨 安徽商贸职业技术学院院长 副教授
光 昕 复旦大学管理学院 副教授
海 峰 西安思源学院主任 教授
何晓莉 武汉大学商学院主任 教授
洪水坤 物流师职业资格认证专家委员会委员
黄 松 山西城市经济学校副校长 高级讲师
黄有方 诚通集团总裁 高级经济师
匡奕珍 四川商务职业学院 副教授
蓝仁昌 上海海事大学副校长 教授
刘 念 物流师职业资格认证专家委员会委员
柳和玲 山东商业职业技术学院副院长 副教授
龙 江 环众物流咨询有限公司执行董事
陆一梁 深圳职业技术学院物流系主任 教授
钱廷仙 北京市交通学校 高级讲师
沈小静 上海外贸学院 副教授
司晓丽 上海商学院副院长 副教授
孙宏岭 江苏经贸职业技术学院主任 副教授
孙 杰 北京物资学院工商管理系主任 教授
王长琼 北京市供销学校科长 高级讲师
王富贵 河南工业大学 教授
王富贵 华运物流实业公司副总经理
王富贵 武汉理工大学 教授
王富贵 物流学院物流管理研究所所长
王富贵 福建省侨兴轻工学校校长 高级讲师

王槐林	华中科技大学	教授
王学明	中国物资储运公司	副总经理
王自勤	浙江经济职业学院	系主任 副教授
	现代物流研究所	所长
翁心刚	北京物资学院	研究部主任 教授
吴金法	温州职业技术学院	副院长 副教授
夏春玉	东北财经大学	副校长 教授
薛 威	天津交通职业技术学院	主任 副教授
杨茅甄	上海交通职业技术学院	主任 副教授
杨穗萍	广州市第一商业学校	主任 高级讲师
俞吉兴	浙江商业职业技术学院	院长 副教授
袁 革	广东省财经学校	校长 高级讲师
翟光明	上海市物资学校	主任 高级讲师
张俊玲	海尔物流	人力资源主管
张立君	哈尔滨师范大学应用技术学院	副院长
赵继新	广西交通职业技术学院	副教授
周玉衡	山东省潍坊商业学校	校长 高级讲师
朱桂平	浙江工商大学	教授
朱为刚	天津市物资学校	校长 高级讲师
邹安全	湖南科技大学	教授

总 策 划 沈兴龙

序 言

中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《2002年~2005年全国人才队伍建设规划纲要》指出：“进入新世纪，国际形势正在发生深刻变化。随着经济全球化的发展，人才全球化趋势进一步增强，我国加入世界贸易组织后，面临的物流人才问题更加突出。发达国家利用各种手段吸引我国人才，人才竞争日益激烈；全球范围内的经济结构调整对人才素质提出了更高要求；综合国力的竞争更加倚重于科技进步和人才开发。今后5~10年，是我国经济和社会发展的的重要时期，做好加入世界贸易组织后各项应对工作，实现‘十五’计划确定的宏伟目标，把建设有中国特色社会主义事业不断推向前进，人才是关键。抓住机遇，迎接挑战，走人才强国之路，是增强我国综合国力和国际竞争力、实现中华民族伟大复兴的战略选择”。

面对世界经济一体化的进程加快，许多大型跨国集团的进入，我国各级政府部门和许多市场意识敏锐的企业已把物流作为提高竞争能力和提升企业核心竞争力的重要手段，把现代物流理念、先进的物流技术和现代经营与管理模式引入国家、地区经济建设和企业经营与管理之中。但是，我国的物流教育仍十分滞后，造成现代物流综合性人才、企业尤其是流通企业改造传统物流与加强物流管理、城市规划与物流系统运筹、第三方物流企业的运作技术操作等现代物流人才严重匮乏，阻碍了经济的发展和经济效益的提高。据各地人才预测，物流人才是全国12种紧缺人才之一，物流工程规划人员、物流管理人员、物流科研人员、物流师资全面紧缺。到2010年全国大专（高职、高专）以上物流人才的需求量为30万~40万人，国际物流、物流管理、仓储与配送、物流运输、企业物流、物流营销、物流信息处理等技能型操作人才每年需要近10万人。不仅如此，根据我国加入WTO的承诺，物流和分销服务业是全面开放的行业之一，国内市场将会出现高层次、高起



点的激烈竞争的局面,这势必会使本身就匮乏的人才竞争加剧。如果我们不从现在做起,加快我国物流管理与技术人才的培养,终将成为我国物流产业发展的瓶颈,物流产业化和成为 21 世纪新的经济增长点就成了一句空话。因此,加速推动现代物流产业的人才培养工程,实施多层次、多样化的物流教育,是 21 世纪物流产业化发展中保证物流产业形成合理的人才结构,提高我国物流管理水平和经济效益的决定因素。

教育部有关领导对物流职业技术教育十分重视,联合劳动和社会保障部、中国物流与采购联合会制订颁发了《高等职业技术教育、中等职业学校物流管理专业紧缺人才培养指导方案》。为此,我们在教育部、中国物流与采购联合会的指导下,组织各地高职、高专和中等职业技术院校以及企业专家、教授、高级讲师、学者编写出版《高等职业教育和中等职业学校物流管理专业紧缺人才培养培训指导方案配套教材》,两种层次的教材充分体现了以下基本原则:

1. 以全面提高素质为基础,以增强职业能力为本位

以科学的劳动观与技术观为指导,帮助学生正确理解技术发展、劳动生产组织变革和劳动活动的关系。充分认识职业和技术实践活动对经济发展和个人成长的意义和价值,使学习者形成良好的职业道德和正确的价值观,着力提高劳动者素质。教材内容重点突出体现物流管理专业紧缺人才的培养目标,加强实践性教学、满足行业企业对生产、管理、服务一线对高素质劳动者的迫切需要为本的思想。

2. 以企业需求为基本依据,以就业为导向

以满足企业的工作需求作为教材开发的出发点,全力提高教育与培训的针对性和适应性,为探索和建立根据企业用人“订单”进行教育与培训的机制提供服务。同时为高等和中等职业技术院校适应行业发展和企业需求,及时调整专业方向,确定培养培训规模,开发、设计实施性教育与培训方案提供多方面、多层次、多种可选择的教材。

3. 适应行业技术发展,体现教学内容的先进性

力求根据国家和地区的最新技术发展,突出物流行业的新知识、新技术、新材料、新工艺、新方法,克服专业教材存在的内容陈旧、片面强调学



科体系完整、不能适应企业发展需要培养人才规格的弊端。结合专业人才培养要求,在充分强调专业基本知识和基本技能的基础上,使各地高职、高专和中等职业技术院校学生拓展了解掌握本领域的最新技术发展及相关技能,实现专业教学基础性与先进性的统一,提供最佳教学模块教材。

4. 以学生为中心,体现教学组织的科学性和适用性

教材内容上,围绕各地物流经济技术的发展情况,充分考虑学生的认知水平和已有知识、技能、经验及兴趣,为每一个学生提供适应人才市场需要和有职业发展前景的、模块化的学习资源,力求在学习内容、教学组织、教学评价等方面给教师教学和学生提供选择和创新的空间,构建开放式的课程教材体系,适应学生个性化发展的需要。紧密结合模块式课程结构和弹性学习制度,以满足企业和学习者的不同需要。

经审定,两种职业技术教育物流管理专业配套教材既可作为高职、高专院校物流管理专业(国际物流、物流管理、仓储与配送、企业物流等培养方向)和中等职业技术学校物流管理专业(运输、仓储与配送、物流营销、物流信息处理等培养方向)的教材,亦可作为各层次成人教育和企业培训教学参考用书,也适合于作为广大物流从业人员的自学读物。同时,对参加物流职业资格认证考试的人员具有较高的参考价值。

在教材的编写过程中得到了教育部、中国物流与采购联合会有关领导,以及许多院校和研究机构的专家、教授和物流企业领导的大力支持,在此一并致谢。由于编写时间仓促,加上编者水平有限,书中有不足之处在所难免,恳请广大读者提出宝贵意见,以日臻完善。

**高等职业教育和中等职业学校物流管理专业
紧缺人才培养指导方案配套教材编审委员会**

编者的话

现代科学技术的迅猛发展和经济全球化趋势的加强,给世界各国经济的发展带来了新的机遇和挑战。随着我国经济体制改革的不断深化,特别是我国加入世界贸易组织以后,国内经济的发展也日益融入了世界贸易的体系和轨道之中,各行各业的运营进一步与国际经济接轨,相继出现了一些发展和研究的新热点。物流作为一个产业已成为现代服务经济的重要组成部分,成为我国国民经济新的增长点。在高度信息化的新经济时代,先进的物流理念、先进的物流技术、先进的物流管理模式大量地应用于现代物流的运营之中,使物流越出了传统的经营方式向前发展,展现了现代化、规模化、国际化的蓬勃生机,也成为业内人士关注和研究的热点,有着十分广阔的发展前景。

现代物流是以“客户满意”为核心服务理念,涉及多科技、多学科的综合科学系统的业务领域。我们正是基于这一核心理念,为了更好地适应中等职业教育的需要,按照教育部关于《中等职业学校物流专业紧缺人才培养培训教学指导方案》的精神,编写了《物流营销实务》这本教材。本书着重对现代物流市场的概况、现代物流营销的内容和特征、物流服务产品市场调查、分析;物流服务产品市场定位;物流服务产品销售操作流程;物流服务产品促销推广设计;物流营销常用报表填写;物流推销技术;物流客户服务与关系管理以及物流营销信息管理等一系列物流市场营销的基本问题作了分析和阐述,力图将现代物流理念、先进的物流技术和现代物流的经营管理模式引入本书的体系和结构之中,使之更具时代性、实用性和可操作性,为培养更多的现代物流经营管理的应用型人才服务。

本教材由杨穗萍任主编、曾令玉任副主编,负责对全书的审核、修改和总纂。第一章、第二章由杨穗萍撰稿,第三章由邝绍源撰稿,第四章、第六

章、第九章由曾令玉撰稿，第五章由李鹏撰稿，第七章、第八章由冯欣欣撰稿，第十章由彭文斌撰稿。由于现代物流产业在我国尚处于成长发展阶段，各方面的研究和探讨方兴未艾，我们的编写水平也有限，难免有许多不足之处，恳请广大读者谅解并提出宝贵意见，以便我们做进一步修改和完善。

本课程的建议学时 72 学时，其中授课学时 68 学时（含实训课时），机动学时 4 学时，各学校、各单位在使用本教材的过程中，可以结合自己的实际情况做适当的调整，学时的具体分配建议如下表：

章次内容	讲授学时	实践学时	机动学时
第一章 绪论	4	2	
第二章 物流企业市场分析	4	2	
第三章 物流市场营销调查与预测	4	4	
第四章 物流市场细分与目标市场	4	2	
第五章 物流产品策略	4	2	
第六章 物流定价策略	4	2	
第七章 物流企业渠道策略	4	2	
第八章 物流企业促销策略	6	4	
第九章 物流客户服务与关系管理	4	2	
第十章 物流营销信息管理	4	4	
合 计	42	26	4

编 者

目 录

第一章 绪论	1
第一节 物流营销概述	1
第二节 物流营销的内容和特征	14
第三节 现代物流营销观念	21
第二章 物流企业市场分析	31
第一节 物流市场营销环境分析	31
第二节 物流企业客户分析	43
第三章 物流市场营销调查与预测	56
第一节 物流市场营销调查	56
第二节 物流市场营销预测	73
第四章 物流市场细分与目标市场	90
第一节 物流市场细分	90



99	第二节 物流目标市场的选择
106	第三节 物流市场的营销定位
116	第四节 物流市场营销组合
124	第五章 物流产品策略
124	第一节 物流企业产品与产品组合
137	第二节 物流企业产品市场生命周期及其策略
148	第三节 物流企业产品品牌策略
157	第六章 物流定价策略
157	第一节 物流企业产品定价的依据及影响
165	第二节 物流企业产品定价基本方法
172	第三节 物流企业产品定价技巧
182	第七章 物流企业渠道策略
182	第一节 物流企业分销渠道概述
187	第二节 物流企业分销渠道的选择
192	第三节 物流企业分销渠道的管理
200	第四节 物流企业销售渠道的新发展——特许经营
210	第八章 物流企业促销策略
210	第一节 物流企业促销与促销目标
214	第二节 物流企业产品促销组合



第三节 物流企业促销策略	217
第四节 物流服务的有形展示	233
第九章 物流客户服务与关系管理	242
第一节 物流客户服务概述	242
第二节 物流客户关系管理	254
第十章 物流营销信息管理	272
第一节 物流企业营销信息系统	272
第二节 物流企业营销信息系统设计	282
第三节 物流企业营销信息系统的内容与策略	288
附：各类样表	297

第一章 绪 论



学习目标

学习本章后,使学生掌握物流营销的含义,了解物流营销的活动过程,以及物流营销在物流运营中的地位、作用、特点和原则,初步掌握物流营销的基本理论和方法,为学习其他各章打下良好的基础。

进入 21 世纪以来,经济全球化和区域经济一体化的进程不断深化和加快,物流对社会经济及企业经营的强大影响力,被世界许多国家关注和重视,越来越多的企业开始意识到物流在战略管理中的重要性,物流产业在国民经济中的地位也在不断提高,物流活动已不再是单纯的商品储存与传送活动,已成为国内外营销环境的重要组成部分。以现代科技为核心的生产网络重构的生产、流通和消费之间的全新组织模式已将物流组织模式变成历史上最经济的物流系统,成为企业发展的第三大支柱和利润源泉。

第一节 物流营销概述

随着经济发展和高新信息技术的运用,物流活动从理论到实践都越出了传统的模式,以新的理念、新的方式、新的服务展现在人们的面前,以服务为核心的新的物流营销也空前活跃,为广大客户提供了丰富、方便、快捷的



物流服务。

一、物流与物流企业

(一) 物流的概念

物流一词最早出现于美国,开始是作为市场营销中的一个重要内容,主要指实体配送,即销售过程中的物流。20世纪30年代初,在一部关于市场营销的基础教科书中,开始涉及物流运输、物资储存等业务的实物供应(Physical Supply)这一名词,该书将市场营销定义为“影响产品所有权转移和产品的实物流通活动”,这里所说的所有权转移指的是商流,实物流通指的是物流。

第二次世界大战中,美国军队围绕战争建立了后勤(Logistics)理论,其含义是指战时物资生产、采购、运输、配给等活动作为一个整体进行统一布置,以求战略物资补给的费用更低、速度更快、服务更好。这时的后勤包含了生产过程和流通过程的物流,因而是一个范围更广的物流概念。其后,物流这一概念被应用于经济领域,现在欧美国家把物流称作 Logistics,包含了生产领域的原材料采购、生产过程中的物料搬运与厂内物流和流通过程中的物流和销售流。日本1964年开始使用这一概念,按照美国的简称叫做“P. O”,后又在政府文件中正式采用“物的流通”这个术语。

近几年,随着东南亚金融危机的爆发和全球网络泡沫的破灭,全球产业结构开始进入新一轮的重新布置阶段,在这一过程中物流的重要性得以体现,物流热开始波及全球。在经济全球化中具有举足轻重作用的中国,于1979年引用和使用“物流”术语以来也掀起了物流热,物流的发展进一步与全球市场经济接轨。

物流(Logistics),指的是“物体的运动”,以我国的“物流标准”术语解释,GB:物品从供应地向接受地的实体流动的过程,根据实际需要,将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实现有机结合。

关于理解“物流”的概念,有几个基本的要点:

1. 物流是物品实体由供应地向接受地的流动;



2. 物流包括运输、储存、包装、装卸、流通加工以及与之相关的信息活动;

3. 物流是生产领域与流通领域所发生的一切有关的物料流,在供应、生产、流通方面通过商流和物流实现商品所有权的转移、空间转移和时间转移,是一种经济活动;

4. 物流随着网络信息技术的发展不断扩大范围,所有相关企业在利益相关的供应链上形成物流的利益整体。

(二) 物流的构成要素

物流最基本的构成要素是流体、载体、流向、流量、流程和流速。

1. 流体,指物流中的物质实体。各式各样的流体在物流渠道中不停地流动,经营者必须依据经营目标来合理确定物流方式和过程。

2. 载体,指物体流动所需要的设施和设备。如铁路、公路、水路、港口、车站、机场和车辆、船舶、飞机、装卸搬运设备等。

3. 流向,指流体从起点到终点的运动方向。经营者要准确把握自然流向、计划流向、市场流向和实际流向的变化规律,合理地规划物流流向、物流资源的合理分配。

想一想

物流构成的几个基本要素都重要吗?为什么?

4. 流量,指通过载体的流体在一定流向上的数量。经营者应在合理规划了流向的基础之上,争取与之相对应的最佳流量。

5. 流程,指通过载体的流体在一定流向上行驶的路径。路径越长,运输成本越高,反之,物流成本就降低。

6. 流速,指通过载体的流体在一定流程上的速度。流速快,时间短,运输成本就会减少。

以上物流的六个要素存在于物流供应链的各个环节之中,它们之间有极强的内在联系,在物流营销活动中,需要处理好它们相互之间的关系,确保