

物流营销方案设计方法研究

王斐素

广东交通职业技术学院 广东 广州 510650

[摘要]现代物流的发展带动了物流企业的成长，企业在物流市场中的地位日益重要。如何使企业在激烈的竞争中占据主动，促进物流营销方案设计成为了现代物流企业亟待解决的问题。本文从分析我国物流营销现状出发，在对国内外物流营销研究进行总结分析的基础上，对我国物流营销方案设计方法进行了系统地研究。通过研究发现，基于 4 Ps 营销理论，本文提出了一套具有实际操作性的方案设计方法，并以某大型运输企业为例进行了案例分析。该方法可以为物流企业进行市场细分、选择目标市场、制定营销战略以及制定具体的营销策略提供帮助。随着我国市场经济体制改革不断深化，人们对于物流服务需求不断提升，这就促使了我国物流企业的快速发展。但是我国物流行业由于起步较晚，所以在营销方面存在很多问题。

[关键词]物流；营销方案；4 Ps 理论；案例分析

[中图分类号] G641 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1647-9265 (2024)-0085-13 **[收稿日期]** 2024-02-23

一、引言

目前，我国物流业发展正处于关键时期。虽然物流市场在我国经济市场中所占比重较小，但却是未来我国经济发展的重要支撑，而且还将成为世界物流中心。目前，物流行业正处于高速发展时期，在激烈的市场竞争中，我国物流企业必须通过合理的营销策略才能提高自身竞争力，才能在激烈的竞争中立于不败之地。

目前，物流营销的研究主要集中在营销战略、市场定位、营销组合策略等方面。而在营销方案设计方面，已有不少学者对其进行了研究。例如，胡军（2008）提出了物流企业的目标市场选择与定位应以客户需求为导向，以满足客户需求为宗旨；高斌

（2009）提出了基于 4 Ps 理论的物流企业营销组合策略。在我国物流企业进行营销时，

主要通过企业自身及同行竞争对手两个方面来确定市场细分标准。李娟（2013）指出，要想让顾客满意并购买商品，首先要明确自身产品的优势所在；其次要进行准确定位；最后通过有效的渠道让顾客知道并购买自己的产品。因此本文将针对物流企业的市场定位与营销战略进行深入分析。

通过以上分析不难发现，目前已有研究主要从市场细分、目标市场选择以及营销组合策略等方面对物流企业营销进行研究。然而，针对物流营销方案设计方面的研究还较为缺乏。因此本文在已有研究基础上，提出了基于 4 Ps 理论的物流营销方案设计方法。该方法可以为物流企业提供一套具有实际操作性的物流营销方案设计方法。

二、物流营销现状分析

（一）缺乏营销战略，导致市场定位不

准确。对于物流企业来说，营销战略的制定与实施是一个重要的决策过程。但是我国很多物流企业在制定营销战略时往往忽略了市场细分和目标市场选择等问题，导致物流企业在市场定位方面存在很大偏差。比如一些企业在进行物流服务定位时仅仅将眼光放在了配送，而没有考虑到自身所处的环境，也没有结合自身的特点，从而导致在竞争激烈的物流市场中难以立足。

（二）缺乏完善的营销策略。目前我国物流企业普遍存在产品差异化不明显、定价水平较低、渠道管理不当以及促销手段单一等问题，从而导致物流企业很难赢得市场。另外，一些物流企业的营销策略也存在着一一些问题，比如过分注重促销而忽视了客户关系管理；过分强调物流产品质量，而忽视了物流产品的性价比；过分强调服务，而忽视了服务本身；过于注重价格和广告促销等。

（三）缺乏相应的营销管理人才。由于我国物流企业起步较晚，在人才方面还存在着很多不足，很多企业都缺乏相应的管理人才和专业技术人才。另外，也有一部分企业虽然配备了管理人员和专业技术人员，但是其作用并没有得到充分发挥。

三、物流营销方案设计的基本理论

物流营销方案设计主要是指根据市场需求，对物流服务进行有效的分析和预测，进而制定出具体的营销策略。现代物流企业在市场竞争中，需要不断地创新与发展，为顾客提供更优质的产品与服务，才能占据竞争优势，在激烈的市场竞争中赢得一席之地。

因此，物流营销方案设计就成为了物流企业核心竞争力提升的重要手段。现代物流营销方案设计要求物流企业要有良好的市场意识和策略，以实现物流企业经济效益最大化。首先要进行市场细分，把产品或者服务推向不同的客户群；其次是选择目标市场，根据实际情况对不同的目标市场进行明确定位；再次是制定相应的营销战略和营销策略；最后是对营销方案进行有效评估和完善。在进行营销方案设计时要注重实用性和可操作性，从多个角度对物流营销方案进行规划，以适应现代物流市场竞争需要。

四、案例分析

某大型运输企业是一家拥有大量汽车和大型机械设备的企业，该企业采用公路运输方式将机械设备从 A 地运送至 B 地。目前该企业在 B 地开设了多个子公司，各子公司都有自己的客户。为了方便客户，该企业在各子公司之间采取统一运输的方式，即先从 A 地把机械设备运至 B 地，再将其运送至 A 地。为便于管理，该企业还将每一家子公司的业务范围划分成若干个小区域，如将 A 地业务分为 A 区和 B 区，将 B 地业务分为 B 区和 C 区等。各分公司为了能够更好的满足客户需求，在不增加任何成本的前提下，采取统一运输的方式可以达到降低运输成本的目的。

为了达到降低物流成本的目的，该企业首先需要对市场进行细分，将市场按照企业的地理位置、行业性质、运输方式等进行分类。在此基础上，选择目标市场。目标市场

选择是物流营销方案设计的关键步骤之一，只有将目标市场确定下来，才能制定出具有针对性的物流营销方案。在确定目标市场时应遵循以下原则：首先要考虑企业自身实力和竞争力；其次要考虑企业和竞争对手之间存在差异；第三要考虑目标市场发展前景和变化趋势。接下来就是对目标市场进行细分。在将市场进行细分后，就要对细分后的不同客户群体进行分类。根据不同客户群体所处行业、地域、购买力水平以及消费习惯等因素将其分成多个相对独立的细分市场。然后根据客户需求将这些细分市场组成一个集合体，如图 2 所示。

下面分别从产品、定价、渠道和促销四个方面对案例进行分析：

五、结束语

综上所述，本文在对我国物流营销现状进行分析的基础上，在总结国内外相关研究成果的基础上，提出了一套具有可操作性

的物流营销方案设计方法。研究发现，该方法在实践中可以有效地帮助物流企业进行市场细分、选择目标市场、制定营销战略以及制定具体的营销策略等，为物流企业进行市场细分、选择目标市场以及制定具体的营销战略提供了一套切实可行的方法，为我国物流企业实现跨越式发展提供了重要借鉴。

参考文献：

- [1]张祺,刘剑,张瑜.基于网络营销的物流信息化管理系统设计方案--以 TCL 集团为例[J].江苏科技信息.2014,(8).DOI:10.3969/j.issn.1004-7530.2014.08.023.
- [2]王丽娟.绿色物流与绿色营销的互动与策略创新研究[J].物流技术.2014,(3).DOI:10.3969/j.issn.1005-152X.2014.03.009.
- [3]刘璐.A 物流公司运营管理优化研究[J].上海外国语大学.2017.

Research on logistics marketing scheme design method

Wang Feisu

Guangdong Communications Vocational and Technical College, Guangdong Guangzhou 5106

50

Abstract: The development of modern logistics has driven the growth of logistics enterprises, and the position of enterprises in the logistics market is becoming increasingly important. How to make enterprises take the initiative in the fierce competition and promote the design of logistics marketing scheme has become an urgent problem to be solved by modern logistics enterprises. Based on the analysis of the current situation of logistics marketing in China, based on the summary and analysis of the research of logistics marketing at home and abroad, the design method of logistics marketing scheme in China is also studied systematically. Through the research discovery, based on the 4 Ps marketing theory, this paper proposes a set of practical scheme design methods, and takes a large tra

nsportation enterprise as an example for case analysis. This method can help logistics enterprises to segment the market, select the target market, formulate marketing strategies and formulate specific marketing strategies. With the deepening of the reform of China's market economic system, people's demand for logistics services is constantly increasing, which has promoted the rapid development of China's logistics enterprises. However, China's logistics industry started late, so there are many problems in marketing.

Key words: logistics; marketing plan; 4 Ps theory; case analysis