

我国物流企业增值服务的探讨

作者：西安铁路职业技术学院 崔亚琼

【摘要】本文介绍了增值服务的定义，分析了我国物流企业增值服务的现状和发展物流企业增值服务的紧迫性，介绍了目前增值服务的几种模式：1、仓储型增值服务；2、信息型增值服务；3、第四方物流增值服务；4、金融增值服务；5、承运人型增值服务。并对我国物流企业如何发展增值服务进行了阐述。

【关键词】 物流企业； 增值服务； 客户

近年来，我国物流企业的数量在逐年增长，虽然企业比较多，但从网络、功能、管理、服务、业绩等方面综合评估，真正实力雄厚，具有竞争力的物流企业并不是很多。随着国内物流市场的日趋成熟和成品油价格的上涨，物流企业的基本服务项目盈利空间日渐缩小，几乎接近完全竞争状态，而增值物流服务却呈现出薄弱的状况。因此，物流企业应跨越单一基本的物流服务，因地制宜地发展适合客户需求的物流增值服务，这样不仅能够满足日益增长的客户需求，还能减少物流企业的运营成本，为企业带来新的利润空间。

一、增值服务的含义

增值服务就是指物流公司根据客户的需求，为客户提供的超出常规的服务，或者是采用超出常规服务方法所提供的服务。创新、超常规、满足客户个性化需求是物流增值服务的本质特征。在市场经济环境下，以客户为核心的物流服务首先应当了解客户的需求。客户的需求有一个基本的要求，即基本的物流服务要求，基本服务是社会化物流企业能够向客户提供的最低限度和通常的服务。

物流基础服务是为满足客户需求所实施的一系列基本物流活动。它包括运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、回收、信息处理等基本功能。而物流企业的增值服务是指在完成物流基本功能的基础上，根据客户需求提供的各种延伸业务活动。表 1.1 为物流增值服务和基本服务相关因素的比较。

二、我国物流企业增值服务的现状

我国物流企业增值服务目前的发展现状是，许多企业除了要求提供运输、仓储等传统基础服务外，还希望物流企业能够提供物流网络设计、库存管理、订货管理、订单处理、信息服务等高水准、系列化、全流程的一体化物流增值服务。而我国大多数物流企业只能简单地提供运输和仓储等单项或分段的物流服务，可以提供高质量物流增值服务的企业不多。据中国物流与采购联合会调查报告表明，我国物流企业收益的 85%来自物流的基础性服务，增值服务收益只占 15%。我国大多数物流企业还处于直接压缩物流基础作业成本的阶段，未能进行物流服务的创新并从物流增值服务中寻求利润。其原因主要是我国物流行业的进入门槛相对而言较低，企业“小、散、乱”的局面未得到根本改变，还陷在价格战的恶性循环中不能自拔。日本航线的“零运价”甚至“负运价”就是恶性竞争的例子。但是近年来由于成本的增加，利润的减少，我国的一些物流企业也逐渐认识到了增值服务的重要性，开始着力为客户提供个性化的增值服务，以中国物资储



运总公司为代表的物流公司及仓储公司，已开始利用现代仓储物流管理技术，采用“物资银行”的运作理念，进行“物资银行”业务运作的实践，发展了“物资银行”的运作模式。在国外，物流增值服务已在整个物流行业全面展开，DHL、FedEx 和 UPS 都已经开始选择为客户提供一站式服务，从产品的采购到制造、仓储入库、外包装、配送等全部过程。

三、在现阶段发展物流增值服务的紧迫性

进入 21 世纪以来，我国开始逐步向外国公司提供分销权，国际物流巨头已经并且将继续加大在华投入，分食中国巨大的物流“蛋糕”。在这样的背景下，物流企业靠关系、资产来立足和竞争的时代已经成为历史，企业必须寻找新的利润增长点。而物流增值服务是物流企业实施差异化战略的重要内容。根据客户的要求，为客户提供超出常规的创新服务，满足客户个性化的需求。物流增值服务是提高物流服务水平的关键措施。对以靠服务制胜的物流企业来说，超越单一的物流服务转向为客户提供增值服务，从而来获取超额利润，提高物流企业的经营业绩。物流增值服务有利于提升企业的品牌知名度和核心竞争力。为了应对国际物流巨头的强力挑战。我国物流业只有拓宽自己的增值空间，大力发展增值服务，才能获得新的生机，冲出重围。

四、增值服务的经营模式

我国的物流企业如果想要在目前竞争激烈的市场上占有一席之地，迎接来自跨国物流公司的挑战，增值服务已经成为影响企业经营成败的关键因素。因此我国物流企业必须选择适合本企业发展的增值服务模式。目前我国物流企业有以下几种增值服务模式：

1、仓储型增值服务

依据企业本身拥有的仓储设施来开展增值服务。为客户提供材料及零部件的到货检验；材料及零部件的安装制造；全天候收货和发货窗口；配合客户营销计划进行产品的重新包装和产品组合服务；为特殊客户提供低温冷藏等特殊需求的服务；为顾客提供存货查询功能。以客户为引导，按区位排列顺序列出各种规格型号货物的详细信息，确认有效库存能否满足顾客需求，提高客户的满意度。

2、信息型增值服务

以信息技术为优势的物流服务商可以把信息技术融入物流作业安排当中，例如：向供应商下订单。并提供相关财务报告；接受客户的订单，并提供相关财务报告；利用对数据的积累和整理，对客户的需求预测，提供咨询支持；运用网络技术向客户提供在线的数据查询和在线帮助服务。

3、第四方物流增值服务

向客户提供全面意义上的供应链解决方案；通过对客户的组织机构、产品、物流水平、创新能力、物流管理人员等方面的调查研究，以及企业所处宏观环境进行分析，帮助客户制定物流总体发展战略、阶段性实施计划、各职能部门的战略规划与选择等；根据客户发展物流的战略目标，设计组织框架，建立合理、有效的决策指挥系统；根据客户的要求，对客户涉足的产业行业和物流领域展开各种形式、各种内容和各种规模的市场调查，如市场规模调查、用户满意度调查、产业发展现状调查、广告投入和效果调查、市场容量和市场结构调查、企业市场营销与物流策略调查等；根据公司的营销战略，提出物流支持企业营销的解决方案，以扩大公司市场份额；第四方物流增值服务可以为顾客开展企业诊断服务，进行业务流程再造。找出客户经营管理活动中急需解决的物流问题，与客户共同寻求物流系统服务的解决方案，分析企业的供应链构成，确定物流增值业务活动，消除无价值的物流活动，从而使企业提高物流运行效率。



4、金融增值服务

企业通过提供金融增值服务的物流服务，使顾客盘活资金，提升其在整体供应链中的竞争力，同时获得高附加值的物流利润。金融增值服务可以通过以下方式实现：融资企业可以把货物存储在第三方物流企业的仓库中，然后凭借仓单向银行申请贷款，银行根据质押品的价值并参考第三方物流企业的建议向客户企业提供一定比例的贷款，由第三方物流企业负责监管和储存质押品；通过对具体货物的实体进行质押，融资企业将货物置于第三方物流企业控制之下即可获得贷款，由第三方物流企业替银行对相应货物进行特别监管，融资企业提货时应有银行的允许。可以在保持质押物的名称、质量、状况不变，且数量不低于一定量的前提下，质押物相对地动态流动；银行可以根据第三方物流企业的规模、经营业绩、运营现状、资产负债比例及信用程度，授予第三方物流企业一定的信贷配额，第三方物流企业又根据其长期合作的中小企业的信用状况配置其信贷配额，为生产经营企业提供信用担保，并以受保企业滞留在其融通仓内的货物作为质押品或反担保品，确保其信用担保的安全。

5、承运人型增值服务

承运货物运输的快运公司、集装箱运输公司，最适宜从事此类增值服务。例如：从收货到递送的货物全程追踪服务；电话预约当天收货；车辆租赁服务；对时间敏感的产品提供快速可靠的服务；对温度敏感的产品提供快速可靠的服务如冷藏、冷冻运输；信誉好的承运人甚至可以为客户提供承运人的评估选择，运输合同管理服务。

五、如何发展物流增值服务

1、适应客户需求

在以客户为中心的市场经济环境下，物流企业的发展必须适应客户发展需求。了解客户到底需要什么服务，什么时候需要这些服务，对于某些不十分清楚自己需要何种服务的客户，物流企业应当对客户需求进行适当的分析，提供合适的物流解决方案。这样，客户就会体会到增值服务带来的益处，就会增加对物流企业的信任度，放心接受企业提供的其他增值服务，而不能认为企业本身能提供什么样的增值服务。

2、加快信息技术的发展

信息技术是物流企业提供增值服务的基础，其发展实现了信息共享，极大地提高物流效率和物流效益。许多大型物流跨国企业都设有专门的信息平台。通过信息技术，企业能够整合业务流程，融入客户的生产经营过程，实现物流企业和客户共享资源，对物流的各个环节进行实时跟踪、有效控制和管理。信息化建设是我国本土物流企业发展中最薄弱的环节。有些物流企业购置了必要的设施设备，但却没有发挥出相应的作用；或是有一套信息管理软件，但却没有形成一个信息系统技术集成体，只是某一环节起作用，这些都不是完整意义上的信息化。因此建立物流信息系统是现代物流企业超越传统物流服务获得增值服务竞争优势的必要条件。

3、选择适合企业发展的增值服务模式

物流市场的竞争已经由单纯的价格竞争走向服务质量和服务层次的全面竞争。物流企业要在当前竞争激烈的市场上占有一席之地，增值服务将成为影响物流企业经营成败的重要因素。物流企业要认真分析不同行业的发展趋势和不同客户的特点。企业还要针对企业能够提供什么样的物流服务模式，企业在品牌、资源等方面的状态等因素进行优劣势分析，来选择适合本企业发展的增值服务模式。

物流增值服务是物流行业发展成熟的标志之一，随着国内物流市场的发展趋向成熟，物流企业靠提供基础服务的时代已经过去。转向为客户提供增值服务，以提升企业的品牌知名度和核心竞争力这已经成为我国物流企业发展的必由之路。对我国物流企业来说，只有掌握先进的物流理念，提高物流综合服务水平，才能更好地参与市场竞争。



[参考文献]

- 【1】 贾晶. 挖掘增值服务提高物流企业核心竞争力[J]商品储运与养护, 2007.1
- 【2】 荆海霞, 邹辉霞. 物流企业的新型增值服务模式[J]物流技术,2003.11
- 【3】 沈建男. 企业物流实施的增值服务研究[D]南京财经大学硕士学位论文, 2006.12
- 【4】 曾中文.发展物流增值服务途径与策略[J] 合作经济与科技, 2007.12
- 【5】 郭成: 增值服务: 物流企业的新奶酪[J]中国储运, 2003.6

[作者简介]

崔亚琼 (1981 年生), 女, 教师, 助教, 主要研究方向, 物流管理

