德邦物流营销调查报告

日照职业技术学院现代物流管理专业“德邦物流有限公司物流营销调查小组”为从个案了解中国物流营销的现状，与 2023 年 3 月开展了网上调查。调查结果如下：

一、德邦物流简介

德邦创始于 1996 年，致力成为以客户为中心，覆盖快递、快运、整车、仓储与供应链等多元业务的综合性物流供应商。为跨行业的客户提供综合性的物流选择，让物流赋予企业更大的商业价值，赋予消费者更卓越的体验。

二、德邦物流营销

1. 营销策略

(1) 德邦物流目前采取组合价格策略，根据深圳货运市场情况对不同细分市场采取不同的价格策略。

(2) 为了获得丰厚的人才资源，德邦物流开展了与高校的合作，此外，公司还在个体店面，户外网站，人员服务及工作制服等方面加强德邦物流的品牌营销。

(3) 5KM 营销：对营销最有优势的部门 5KM 附近范围进行深度营销，集中营销精力和资源，集中投入优势区域。

方法：有效市场＝区域内企业总数–已合作企业数–不适宜合作企业数–未知客户

2. 准确定位

为了更好帮助客户成功，德邦重新定位自己做中国精准物流领导者，精准及时对客户货物精准把控，从下单到交货之间的每一个细小环节，确保百分百安全到达，实现这一点，德邦做到了作业流程标准化，顾客服务人性化，德邦物流的企业文化，我们称其为“德邦长青法则”，他是德邦人所共享并遵循的使命，愿景，核心价值观等企业文化核心的总和。

3.不断提高服务质量

目前德邦物流的产品服务包括精准卡航、精准城运、精准汽运、精准空运。精准卡航指的是公司的物流配送全部采用进口 LOLVO/SCANIA 等全封闭厢式卡车，以最优的路线为客户的货物运输和派送；车辆自身严密电子系统控制，方便 GPS 全球定位，短信电话、网络实现全程货物跟踪，保证货物快速安全到达;精准城运指的是公司实现了珠三角、长三角、京津唐、山东、川渝区域城市之间快速送达限时未到，最高按运费 3 倍赔付，为顾客提供保证性服务，增加企业的可信度;精准汽运指的是德邦物流的网络横贯东西、纵穿南北、遍布全中国，每日准点发车，运输路

线持续优化，专线通达全国；精准空运指的是公司以开单预配的航班为计算当日，保证货物在次日 24:00 前送达目的站机场，在全国 40 多个城市设有空运代理点，与全国所有机场保持良好合作关系。4.增值服务

代收货款，限时退款，快速，安全，最迅速，最放心的货款回收服务，发货客户将商品出售给到达客户，德邦物流可以发货客户向到达客户收回货款，应在规定实现内将该笔货款汇出，让您及时并安全的回笼资金。

三日退：确认收到货款后三日内将所收货款惠志颖所提供的账号

即日退：指定银行 24 小时精准退款服务，24 小时到账

三、SWOT 分析

S 优势

1.完善的遍布全国的物流基础设施和物流网络

2.标准化和先进的运输车队以及先进的物流技术

3.精确的市场定位

4.优秀的人才的培养和合理的管理体系

5.货物的全程跟踪管理

W 劣势

1.价格有点贵

2.不能还不能精确到乡镇

3.现有实力面对国有企业的竞争还处于弱势

4.业务显得有点单一

5.运输方式的单一

6.自建的网点和进口的卡车加大了投资

O 机会

1.零担市场为一个蓝海

2.国家政策对物流发展的大力支持

3.物流产业的高速发展

4.国内物流网络开始健全

5.中国经济的良好发展和世界经济一体化发展趋势

6.国内现有物流的落后

T 威胁

1.物流行业的恶性竞争

2.国内物流水平的落后

3.管理方面的不合理

4.零担货运的不发展

5.客户要求越来越高

6.国外物流企业的冲击

四、德邦物流营销评析

（一）成功之处及原因

成功之处：

1.完善的遍布全国的物流基础设施和物流网络

2.标准化和先进的运输车队以及先进的物流技术

3.精确的市场定位

4.优秀的人才的培养和合理的管理体系

5.货物的全程跟踪管理

原因：专注于零担市场，做到中国零担龙头老大，同时为了弥补运输方式和经营业务的单一不足，选择实力雄厚的大公司一起合作。扩大市场占有率和加强本身实力，加强管理和引进先进的信息计算并为进军其他行业做准备。

（二）不足之处及改进建议

不足：

1.物流成本高，德邦的定价因数德邦物流在进行定价的时候实现差异化的定价策略是结合当地的消费水平和经济水平来进行定价的，发达地区的运费价格同西部地区的相比较高，同业内德邦电价比其他物流公司高出 1.2 到二倍，很多的中小型加工企业根据物流成本的不同，选择合适自身发展的物流企业，不合适的包装方式由于商品的质量问题，包装质量问题和野蛮装卸等问题，往往会发生退货或换货等问题，在

这很大程度上加剧了高成本现象的发生，这就是德邦物流产生问题的根源。同时德邦在打木架，等包装质量不行，现货时都会出现很多货物的包装受损，这个时候得重新包装货物，无疑是增加了成本。

2.缺乏现代化设备，机械化程度不高，缺乏现代化设备和设施，德邦公司总体来说，人工装卸搬运站绝大多数除了青岛设立实验性的分拣设备和现代化的传送带设备，其他物流网点都没有，总部及其各地的分公司中转站仍然使用的是人工装卸，只有少量的叉车做辅助，当装卸的工作人员少时，装车和卸车的工作效率就大大的降低了，各地的仓库没有现代化的立体货架各种货物只能按托盘放置大大占用的空间，各地的营业网点不除了有少量部门有升降叉车，大部分部门没有，既没有尾班车又不叉车，在装车卸车中，大件货物只能靠纯人工搬运，既浪费了时间，又降低了工作效率，也会影响到发车的时间，降低时效机械化程度不高，德邦物流的许多网点的设备和技术都不够先进，很多旧的仓库冒充了所谓的配送中心，其功能性较差，在很大程度上阻碍了网点功能的发挥，通国际先进水平，机电一体化，无纸化为特征的配送自动化，现代化相比仍有很大的差距，大件货物是德邦物流的主要运输对象，但是很多的营业网点在设备和

运输工具的配备上过于简单，在很大程度上降低了运输效率，纯劳动力成为了最大的资本，这一弊端在很大程度上降低了办事效率，同时还容易产生各种事故，对人产生危害。

3.网点分布失调，网点间的客户区域重合，网点发展太快，东西网点分布严重失调。

改进建议：

1.做一体化的物流服务，优化车辆调度系统为客户打开一条新的服务道路，可以将业务变得更加灵活，壮大企业的发展道路。

2.引进设备，降低物流成本合理利用仓库和设备，减少无效空间的使用，提高空间的利用率，让人工点数的情况逐步消失；将青岛试点的分拣系推广；提倡和宣传扫描仪的用处，全面实现人工扫描或者机统推广到全国，逐步在各大城市建立自己的分拣系统，降低人工作业量；引进现代化的传送带系统，减少人工搬运的成本和工作量；增加更加专用化、多样化和实用化的叉车到各大型仓库，替代过多的人工作业；逐步建立自己的自动化系统，将仓库操作逐步互联网化，全面实现半自动化、自动化的操作。各地营业网点，部门的车辆要逐步增加尾板，或者升级尾板，减轻外场员工的装车压力，提高装货效率；增购液压叉车到

货量大的部门，降低工伤的概率；将 PDS 扫描仪终端设备配备各地车队的接送货司机，提高接货和送货的质量和效率。

3.建设更多辐射更广的营业网点公司应顺应潮流，暂缓东部的发展，调头进军中西部，在其发展的初期首先打响名头，占领市场，更要提高新点开设的门槛，制定高的标准，严格执行审核。

4.注重物流人才的培养引进物流人才，提高诚信度与信誉。随着德邦物流行业的逐渐成长，需要大批各个层次的受过物流专业训练的物流工作人员，因此，德邦物流需要大力聘用并培养具有专业素养的物流人才。

五、总结

物流作为生产性服务业重要的组成部分，对国民经济的发展有着重要的战略意义，纪念物流业的兴起和快速发展，更是带动了物流产业和物流企业的发展，同时也带来了诸多问题，这对物流业的竞争主体提出了新的要求，作为中国本土经营速递物流业务的大型物流企业，德邦物流在其中的活动空间巨大，也应承担着相应的责任，将营销策略理论与快递业发展有机结合起来根据快递业务市场环境分析制定德邦物流营销策略，进一步丰富和完善营销策略的内容，因为德

邦物流在业界具有一定地位，因此针对他存在问题提出一些营销策略的改进，可以能对其他物流公司起到一定的借鉴意义，进而促进物流业的整体进步。