

物流车市场大有可为物流师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_\\_E7\\_89\\_A9\\_E6\\_B5\\_81\\_E8\\_BD\\_A6\\_E5\\_c31\\_645260.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E8_BD_A6_E5_c31_645260.htm) id="qqdd"

class="wwxx"> 河南作为一个具有历史和现实条件的物流大省，发展物流业具备其他省份无可比拟的优势。发展物流业，离不开物流车，物流车市场会否开始变暖？这个市场开发的潜力如何？就这些问题，采访了业内相关人士。政策拉动有几许 汽车产业和钢铁产业振兴规划的出台，对乘用车市场的拉动作用明显，对于商用车销售来说，拉动作用并不明显。而今年3月份出台的《物流业调整和振兴规划》，受到了商用车生产、销售企业的关注，希望能借助该规划，提振物流企业信心，以增加销量。那么该规划对物流用厢式卡车、快运车等销售的拉动作用明显吗？记者就此采访了江铃河南区企划部经理史磊。他对此有着自己的看法：《物流业调整和振兴规划》对于商用车，尤其是厢式卡车、快运车生产销售企业来说，是一项利好政策。从江铃全顺快运这款针对城市配送的专用物流车的销售来看，1月到6月的数据比较平稳，拉动作用并不是很明显。不过，这项政策对物流业的促进作用是存在的。而同样的问题，庆铃的河南市场负责人表示，规划内容无论是从促进物流业规范发展角度来看,还是从拉动商用车销售角度来看,都是非常好的。庆铃河南区1月到6月已经销售800多台，相较于去年，增幅还是比较明显的。拉动作用暂时可能体现得还不很明显，但是政策的调节作用早晚会得到体现的。物流用车这块，市场还是很大的，亟待开发。定位准确是关键 物流用车生产销售企业该怎样应对呢？史磊说

：一种车型销售得好与不好，虽然受到外界因素，比如政策、油价等的影响，但是最关键的取决于车辆定位的准确度。比如江铃全顺，就是针对物流业点到点城市配送而设计的车型，封闭性好，属于高端物流用车，茅台酒厂、烟草集团、摩托车销售企业等是其目标客户群。根据实际销售情况来看，他认为，定位准确对销售很有帮助。就他们到沿海城市考察的情况来看，沿海城市多采用快运车这种物流车来运送海鲜，而这部分市场是很大的，只要抓好了，销售情况一样不错。而庆铃汽车则认为，产品线丰富，产品保持高性价比，节能、高效、故障率低，才能满足客户不尽相同却有共通之处的需求。比如，节能，就可以省油；高效、故障率低，就可以增加上路时间，这两点是所有客户都需要的。深入二三级市场因定位不同，各家对于发展二三级市场有着自己的销售策略。江铃采用的是不放松中心城市的同时深入二三级市场的做法。史磊分析说，这主要是从客观实际出发考虑的，具体到江铃河南区来说，郑州的物流业能消化相当比例的车辆，而市地的销售量分散到各个城市并不算大，但是总量比较可观。而庆铃汽车的相关人士则直言：庆铃的销售战略已经发生了转移，已经从以省会城市为核心，向周边二三级城市辐射，转变为，同步发展省会城市和二三级城市市场。“二三级市场已经具备了消费商用车的经济环境，我们肯定要重视这么大的市场的”。

把物流师站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年物流师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题物流师论坛 欢迎免费体验：百考试题物流师在线考试中心 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

[www.100test.com](http://www.100test.com)