

玉柴物流：产业延伸的样板物流师考试 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_8E_89_E6_9F_B4_E7_89_A9_E6_c31_645506.htm id="wwcc"

class="eeww"> 11月6日，广西玉柴物流集团有限公司在桂林举行业务洽谈会，来自全国各地的100余名客户来到玉柴大楼，除了参观玉柴提供的动力解决方案之外，更多的是了解这家凭借柴油机制造发展起来的物流企业是如何从一家服务自己集团的企业物流公司转型为第三方物流企业。以物流拉动发动机销售作为我国柴油发动机行业的排头兵，玉柴集团已经连续多年蝉联了我国柴油机行业龙头的地位。就在今年我国柴油机行业本身不景气，行业总体下跌32%的情况下，玉柴实现了16%的增长。在11月6日举行的玉柴物流业务洽谈会上，玉柴营销公司总裁吴奇伟说：“玉柴发动机的增长，很大程度得益于玉柴物流业务的成功。”玉柴物流公司的成立初衷正是希望拉动玉柴发动机销售。按照玉柴集团的规划，玉柴物流公司利用其在全国的物流网络，为卡车用户提供多项增值服务，包括货源信息支持、车队技术支持等，而需要获得这些增值服务的前提是该物流运输的车辆配备的是玉柴动力。正是通过这种产业链下游环节中的增值服务，反过来促进上游环节发动机业务的增长，玉柴集团走出的这条路径不仅让发动机同行感叹不已，也让物流同行另眼相看。玉柴物流公司副总经理李容表示，前些年玉柴发展物流业务比较低调，主要是因为玉柴物流的发展更多的还是依托原有的发动机主业，现在玉柴物流自身已经良性运转了多年，大家也看到了玉柴物流对集团发动机业务的实际拉动作用。因此，有

些发动机企业也希望借鉴玉柴的经验，但是玉柴已经没有必要担心了。即使对手借鉴这种方式，玉柴也要比他们领先3年以上。显而易见，玉柴当初创建物流业务从而拉动发动机销售的初衷已经达到。而根据玉柴营销公司总裁吴奇伟的说法，玉柴物流拉动自己原有动力业务的增长只是刚刚迈出第一步，玉柴物流未来的发展空间将来自第三方物流。依靠运力和品牌加盟扩张 在玉柴的业务洽谈会上，玉柴物流集团常务副总刘波面对着来自全国的100余名客户，表述最多的是玉柴物流集团既有的优势。据介绍，目前玉柴物流在全国已建有40多个营销物流中心和500个营销物流服务站，已形成比较成熟的物流信息服务终端。据透露，玉柴还将大力实现其扩张计划。而扩张的核心将是通过“运力加盟”和“品牌加盟”的方式。根据“运力加盟”计划，只要使用玉柴发动机的车辆即可加入到玉柴的运力组织中，而玉柴物流也将为这些加盟车辆提供“全托经营”、“保底提成”、“保量共营”多种加盟业务。据介绍，加盟运力除了玉柴物流将利用整个玉柴集团的资源，为加盟车辆提供货源信息外，加盟玉柴物流运力组织，还可以享受到由玉柴捷运担保公司提供的汽车消费信贷担保；享受玉柴物流提供的保险、维修、结算、救助等服务；随时在玉柴物流各地分公司获取运输合同服务等。除了“运力加盟”外，玉柴实行了对其他物流企业提供“品牌加盟”的方式，实现优势互补。玉柴物流集团常务副总刘波表示，玉柴希望借助运力和品牌加盟方式最大限度调动可用资源，实现玉柴的快速扩张。物流业务将超越制造业务虽然现在玉柴的主业收入仍然来自于发动机业务，2004年玉柴发动机销售20.6万台，但是从今年1至9月经营情况来看，发

动机业务增长16%，物流业务的增长则达到了228%。玉柴物流的发展速度远远超越了发动机业务的发展。据玉柴营销公司总裁吴奇伟介绍，由于发动机的市场容量将有一定的限度，根据整个玉柴集团的预测，发动机业务的收入空间在200亿元左右时将达到上限，而我国物流业的发展才刚刚起步，物流市场还将继续快速膨胀，在玉柴集团的规划中，最终物流将取代发动机成为玉柴的支柱。建立物流企业，调动现有的服务资源，从而拉动发动机销售是玉柴物流实行的第一步；快速扩张，发展独立第三方物流业务是玉柴物流迈出的第二步。就在玉柴物流业务洽谈会上，玉柴还向一些货主传达了多种合作意向，甚至包括了与货主进行资产合作，组建合资公司。从制造业进入物流业，玉柴在发动机行业走出了一条创新之路，从为玉柴提供物流服务到成为卓越的第三方物流企业，玉柴在物流业也树立了一个转型的样板，一个在产业链进行延伸并获得成功的样板。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