

战略管理视角下物流企业管理问题及解决措施

郭庆升

陕西铁投物流有限责任公司

DOI:10.12238/ej.v8i9.2914

[摘要] 本文系统分析了物流企业在战略定位、信息化建设和供应链管理等存在的主要问题,并提出了相应的优化路径。研究表明,明确差异化战略定位、推进智能化运营转型以及构建协同化供应链网络,是提升物流企业管理效能的关键举措。通过实施这些策略,物流企业可以有效应对市场变化,优化资源配置,增强核心竞争力,最终实现高质量增长。

[关键词] 战略管理; 物流企业; 管理优化; 数字化转型; 供应链协同

中图分类号: F0 **文献标识码:** A

Management Issues and Solutions of Logistics Enterprises from the Strategic Management Perspective

Qingsheng Guo

Shaanxi Railway Investment Logistics Co., Ltd.

[Abstract] This paper systematically analyzes the main problems existing in logistics enterprises in terms of strategic positioning, information construction and supply chain management, and proposes corresponding optimization paths. The research shows that clarifying differentiated strategic positioning, promoting intelligent operation transformation and building a collaborative supply chain network are key measures to improve the management efficiency of logistics enterprises. By implementing these strategies, logistics enterprises can effectively respond to market changes, optimize resource allocation, enhance core competitiveness, and ultimately achieve high-quality growth.

[Key words] strategic management; logistics enterprises; management optimization; digital transformation; supply chain collaboration

引言

随着全球经济一体化和电子商务的蓬勃发展,物流行业作为支撑国民经济运行的重要基础性产业,其战略地位日益凸显。然而,在市场规模持续扩大的同时,物流企业也面临着同质化竞争加剧、运营成本上升、客户需求多元化等挑战^[1]。传统的粗放式管理模式已难以适应新的市场环境,亟需从战略管理视角重新审视企业发展路径。

1 战略管理对于物流企业发展意义

1.1 提升竞争优势

物流行业的竞争已经从单纯的价格战转向综合服务能力的较量,企业若要在市场中占据有利地位,必须依靠战略管理来塑造独特的竞争优势。战略管理通过对行业趋势、市场需求及竞争对手的深入分析,帮助企业识别自身的核心能力,并在此基础上制定差异化的发展路径。例如部分物流企业可能选择专注于特定细分市场,如冷链物流或跨境物流,以专业化服务形成竞争壁垒^[2];而另一些企业则可能通过技术创新,如智能化仓储或无

人配送,提升运营效率和服务质量。战略管理不仅能够指导企业明确自身的市场定位,还能通过动态调整战略应对市场变化,确保企业在竞争中保持领先地位。

1.2 合理配置资源

物流企业的运营涉及复杂的资源网络,包括运输工具、仓储设施、人力资源以及信息技术等,如何高效配置这些资源直接影响企业的运营成本和市场响应速度。战略管理通过系统化的规划,确保企业资源能够优先投入到最具发展潜力的领域,避免因资源分散或错配导致的效率低下。例如在物流网络布局方面,战略管理可以帮助企业分析不同区域的市场需求,优化仓储和运输节点的分布,从而降低物流成本并提高配送效率。在技术投入方面,战略管理能够评估不同技术方案的长期价值,避免盲目跟风投资,确保每一笔资源投入都能带来最大化的效益。同时,战略管理还强调资源的动态调整能力,使企业能够根据市场变化灵活调配资源,增强应对不确定性的能力。

1.3 建立可持续发展能力

物流行业的发展不仅受到市场因素的影响,还面临政策监管、环境保护和社会责任等多重约束,这就要求企业具备可持续发展的能力。战略管理通过将可持续发展理念融入企业长期规划,帮助企业在追求经济效益的同时兼顾社会和环境效益。例如在绿色物流方面,战略管理可以推动企业优化运输路线、采用新能源车辆或推广循环包装,减少碳排放和资源浪费。在人力资源管理方面,战略管理强调员工培训和企业文化建设,提升员工的归属感和创新能力,为企业长期发展奠定人才基础^[3]。此外,战略管理还能够帮助企业识别潜在的社会责任机遇,如参与应急物流体系建设或支持农村物流发展,从而增强企业的社会影响力。可持续发展能力的建立不仅有助于企业规避政策风险,还能提升品牌形象,赢得客户和投资者的长期信任,最终实现经济效益与社会价值的统一。

2 物流企业管理存在的主要问题

2.1 缺乏明确的战略定位

在快速变化的物流市场中,部分企业尚未形成清晰的战略定位,导致发展方向模糊,资源配置缺乏系统性。这类企业往往采取跟随市场的策略,被动应对行业变化,而非主动塑造自身竞争优势。由于缺乏对目标客户群体、服务领域和核心能力的明确定义,企业在业务拓展过程中容易陷入同质化竞争,难以形成独特的市场价值。同时,战略定位的缺失也使企业在面临市场波动时缺乏应变依据,决策过程容易受到短期利益驱动,影响长期发展稳定性。此外,企业内部各部门之间可能因战略导向不明确而出现协同困难,影响整体运营效率。

2.2 信息化水平不高

信息技术在现代物流管理中扮演着至关重要的角色,然而部分企业尚未充分认识到信息化建设的重要性,或者在技术应用方面存在明显滞后。这类企业的信息系统往往停留在基础操作层面,缺乏对大数据、物联网等先进技术的有效整合,难以支持精细化管理和智能决策。信息流通不畅导致企业各部门之间协同效率低下,客户需求响应速度缓慢,影响服务质量^[4]。同时,由于缺乏有效的数据分析能力,企业难以准确把握市场趋势和运营瓶颈,制约了管理优化和创新突破。信息化水平不足还体现在对外连接能力薄弱,难以与供应链上下游实现高效数据共享,影响整体供应链的响应速度和灵活性。在数字化转型加速的行业背景下,技术应用的滞后可能使企业逐渐丧失竞争优势,面临被市场边缘化的风险。

2.3 供应链管理不完善

物流企业的核心竞争力很大程度上取决于其供应链管理水平和目前不少企业在供应链整合和优化方面仍存在提升空间。由于缺乏系统性的供应链战略规划,企业在供应商选择、库存管理和运输调度等方面往往采取较为粗放的方式,导致资源利用效率不高。供应链各环节之间的衔接不够紧密,可能产生信息断层和协调障碍,影响整体运作效率。同时,风险管理机制的欠缺使企业在面对突发事件时应对能力不足,供应链韧性有待加强。此外,部分企业尚未建立起有效的合作伙伴管理机制,难以实现

供应链上下游的协同创新和价值共创。供应链管理的不完善不仅增加了企业的运营成本,也限制了其服务能力的提升空间,最终影响客户满意度和市场竞争力。

3 战略管理视角下物流企业管理问题的解决措施

3.1 构建差异化战略定位体系

物流企业要实现可持续发展,首先需要突破同质化竞争的桎梏,建立符合自身资源禀赋和市场需求的战略定位体系。这一过程要求企业高层管理者具备前瞻性视野,通过系统的内外部环境分析,识别企业的核心竞争优势和潜在发展空间。具体而言,企业应当开展全面的市场细分研究,基于客户需求特性和行业发展趋势,选择最适合的服务领域和目标客户群体^[5]。例如,针对电子商务快速发展的市场环境,部分企业可选择深耕最后一公里配送领域,通过建立密集的末端网络和高效的配送团队形成专业优势;而具备跨境资源的企业则可重点发展国际物流业务,构建全球化的物流服务能力。

战略定位的明确还需要配套相应的组织保障机制。企业应当建立战略管理专职部门或团队,负责战略的制定、实施监控和动态调整。通过将战略目标分解为具体的绩效指标,并与各部门、各层级的考核体系相衔接,确保战略定位能够真正落地执行。同时,企业文化建设也需与战略定位相匹配,通过价值观引导和行为规范,使全体员工理解并认同企业的发展方向。值得注意的是,战略定位并非一成不变,企业需要建立定期评估机制,根据市场变化和技术演进适时调整战略重点,保持战略的适应性和灵活性^[6]。在实施差异化战略的过程中,企业应当特别注重核心能力的培育,包括但不限于专业人才培养、服务标准制定、品牌形象塑造等方面。通过持续投入和专注发展,企业可以在特定领域形成难以模仿的竞争优势,从而在市场竞争中获得溢价能力和客户忠诚度。

3.2 推进智能化运营转型

企业应当制定分阶段的数字化路线图,明确各阶段的技术投入重点和预期收益,避免盲目跟风和资源浪费。基础设施建设是转型的前提,包括物联网设备的部署、云平台的建设以及数据标准的统一等,为后续的深度应用奠定基础。数据资产的管理和应用是智能化转型的核心^[7]。企业需要建立完善的数据采集、清洗和分析体系,充分挖掘运营数据中蕴含的价值。通过引入人工智能算法,企业可以实现运输路径的智能优化、仓储作业的自动化调度以及客户需求的精准预测,显著提升运营效率和服务质量。例如基于历史数据的机器学习模型可以准确预测各区域的货量波动,帮助企业提前调配运力资源;实时路况分析系统则能够动态调整配送路线,减少运输时间和成本。

此外,智能化转型还体现在客户服务体验的重塑上。企业应当开发面向客户的数字化服务平台,提供从下单、追踪到结算的全流程线上服务。通过移动应用、微信小程序等渠道,客户可以实时掌握货物状态,获得个性化的服务推荐,大幅提升使用便捷性。同时,企业内部的协同办公系统也需要同步升级,打破部门间的信息壁垒,实现审批流程的电子化和移动化,提高管理决策

效率。值得注意的是,智能化转型离不开人才支撑。企业需要加强数字化专业人才的引进和培养,同时对所有员工进行必要的技能培训,使其能够适应新的工作方式。组织架构方面,可考虑设立专门的数据分析部门或数字化转型办公室,统筹推进各项技术应用落地。

3.3 打造协同化供应链网络

现代物流竞争已从企业间的单独较量转变为供应链体系的整体比拼,构建高效协同的供应链网络成为企业的战略重点。企业应当开展全面的供应链诊断,识别当前流程中的瓶颈和浪费环节,明确优化方向。基于诊断结果,可对供应链网络进行重新规划,包括仓储节点的布局调整、运输方式的组合优化以及库存策略的精细化设计等,以降低整体运营成本,提高响应速度。另外,风险管理机制的完善对供应链韧性建设至关重要。企业应当系统识别供应链各环节的潜在风险点,包括自然灾害、政治动荡、市场波动等各种情景,制定相应的预防措施和应急预案^[8]。通过建立多元化的供应来源和灵活的产能调整机制,降低对单一供应商或运输路线的依赖度。同时,运用数字化技术构建供应链风险预警系统,实现对异常情况的早期发现和快速响应。在应急物流体系建设方面,企业可储备必要的应急资源,开展定期演练,确保在突发事件发生时能够迅速启动应急机制。

供应链的协同化还需要信息技术的强力支撑。企业应当投资建设供应链协同平台,实现与上下游合作伙伴的数据互联互通。通过共享需求预测、库存状态、生产能力等信息,供应链各参与方可以更好地协调行动,减少牛鞭效应的影响。区块链技术的应用可以增强供应链透明度,实现商品从生产到交付的全流程追溯,提升质量管控水平。此外,供应链金融服务的整合也是提升整体效率的重要途径,企业可通过与金融机构合作,为供应链上的中小企业提供融资支持,缓解资金压力,促进生态圈健康

发展。

4 结语

本文从战略管理视角出发,对物流企业管理问题及解决措施进行了系统研究。未来,随着技术的不断进步和市场的持续演变,物流企业的战略管理实践也将面临新的机遇和挑战。企业应当保持战略的灵活性,建立持续改进机制,在不断优化中实现可持续发展。

[参考文献]

- [1]林婷.探究现代物流企业财务管理存在的问题及对策[J].品牌研究,2025(15):0232-0234.
- [2]黎琴.基于供应链管理视角下的物流企业成本研究[J].时代人物,2025(8):0051-0053.
- [3]林利.物流企业员工招聘管理存在的问题及对策[J].中国储运,2025(5):102-103.
- [4]庞学思.战略管理视角下物流企业管理问题及对策探究[J].现代管理,2023,13(12):1642-1646.
- [5]朱行强.基于人工智能时代的企业战略管理优化探讨[J].中文科技期刊数据库(全文版)经济管理,2025(1):069-072.
- [6]张红霞.集团企业全面预算管理存在的问题及应对措施探讨[J].中国市场,2023(29):155-158.
- [7]冯雪琴.基于供应链视角下企业物流成本管理分析[J].中小企业管理与科技,2023(15):93-95.
- [8]杨雪婷.业财融合视角下企业全面预算管理措施分析[J].品牌研究,2023(30):0110-0112.

作者简介:

郭庆升(1983--),男,汉族,陕西定边人,硕士,职称:经济师,审计师,工程师;研究方向:物流,供应链,筹融资。