

# CLO

Chief Logistics Officer

Insight for  
Supply  
Chain Logistics

从物流看世界



CLO  
Chief Logistics Officer



## 《CLO》介绍

为“以物流为中心的融合时代”  
SCL(Supply Chain Logistis)领导者服务的Insight Provider

通过《CLO》，  
您可能体验引领工业4.0时代的、富有革新性的新创意。

## CEO致辞

“通过《CLO》，您可体验能引领第四次工业革命的物流新创意。”



《CLO》由SCLPLUS出版发行，是韩国唯一一份专门提供韩国物流知识和解决方案的经济类期刊。

《CLO》探讨不仅限于“物流”，还涉及制造、流通、消费者等供应链全方面发生的各种现象。

在此基础上，sclplus实时报道领先国际物流市场的新意与研究结果，将成为为读者客户企业向国际市场进军的“跳板”。

SCLPLUS今后也将继续在内容上做到标新立异，尽力为贵公司提供优质的服务。

谢谢。

(株) SCLPLUS 董事长 / 总编辑

Kevin



## 《CLO》读者类型-1

公司高层领导者

直接或间接参与供应链管理决策并对优质品牌有感到很亲切的高收入者



## Introduction

“《CLO》的读者有权威、影响力和潜力。作为一个成功公司的战略家，他们挖掘新创意，为取得更大成就不断努力，以成为未来的领导者为目标而奋斗。”

《CLO》的读者有与众不同的权威。作为一个公司经营管理的决策者，他们引领国际物流的典范正道，还具有独一无二的影响力。65%的读者自称物流领域的‘Power Influencer’。

对《CLO》卓越的洞察力、分析能力与能够置换市场地盘的新创意，物流市场的实际市场主导者大为赞赏。读者均花一个小时读完一份杂志，由此可知，作为一个商务顾问，《CLO》深受读者的信赖。

《CLO》为广告客户提供切实的解决方案。过半读者反馈：就是看在《CLO》刊登的广告后，决定购买服务或产品。由此可知《CLO》对消费者能产生较强的影响力。

# 65%

65%的读者是领先物流领域的‘Power Influencer’。

# 31%

31%的读者是企业的干部或领导。这是经营类专业杂志中无法相比的比率。

# TOP3

“最有影响力的杂志”  
《CLO》是对韩国物流行业领导者最有影响力的三大媒体之一。

## 《CLO》读者类型-2

制定明确的事业计划的、对最新物流技术敏感的、想求领先竞争对手的‘诀窍’的人



“《CLO》为渴望新创意的、乐意接受挑战的、改变组织的人以及数字游牧民，提供与全球商务人士构建沟通网络的服务。”

“发展物流经营技巧与发现新商务平台”是《CLO》的目标。这并不意味着报道稍纵即逝的经营案例或理论上的象牙之塔，而是意味着提供适用于实现的新式经营战略。

《CLO》与实务团队——制造、流通、物流、IT企业的CEO，著名教授们与预测未来物流的行业专家——共同研究经营。

通过适合各行业而被优先的知识的管理，《CLO》提供多种能建造品牌的机会。这包括几个项目：编辑、记者交流会；Logistarsummit(logistarsummit.com)大会；事例研究小组活动等等。

**1H**

一个小时  
读者平均花一个小时读完一份  
杂志

**63%**

63%的读者携带《CLO》，需  
要花时间等待时读《CLO》

**66%**

66%的读者把《CLO》摆放在  
家里或办公室里

**10.5 Min**

分钟 读者平均花10.5分钟读  
完一篇《CLO》网站上的文章



## 核心价值观(core value)

《CLO》创刊于2012。为了适应急剧变化的社会，以“引导物流市场的变化，改善经营管理技术，构思能开发未来物流技术的新创意”为最大任务，以读者进一步有效地运营企业为目标，《CLO》为此努力奋斗。

### 给韩国市场的启示

为了给韩国SCL领导者提供关于供应链的有效解决方案，《CLO》不断努力。《CLO》提出一系列考虑韩国经营环境的启示，这有助于韩国企业脱离西方式经营观点的局限性。

### 广泛的人际网络

《CLO》的内容不仅限于“物流”，还探讨由制造、流通、消费者构成的供应链全方面发生的各种现象。由此，《CLO》最终能够触及到在物流行业现场里结合在一起的人，把他们的故事讲得绘声绘色。

### 韩国唯一的SCL专业期刊

《CLO》传递信息的速度不快，可我们以专业性为基础，以物流为中心，给读者提供关于制造、流通、IT行业现状的内容。

## 我们所提供的服务

### 月刊杂志

《CLO》每月出版一期，每月推出不同主题（Insight），以给SCL领导者提供市场知识与行业趋势为目标。



#### Insight

介绍SCL热门话题并对此进行分析

#### Spotlight

介绍最新SCL趋势 报道最新消息

#### Innovation

以现场的角度报道物流、流通、制造、IT等所有与供应链有关的消息

#### Logis-Infor

量化SCL问题，提供图表，让数据展示得一目了然

#### SCL Leader

从事在行业各方面的《CLO》执笔阵容外部投稿

#### Interview

深度访谈SCL Leader

专业度 时宜性 自由度

### 网站

<http://www.sclplus.com>：简单介绍刊登杂志的文章和杂志没发表的SCL热门话题。



虽然与离线杂志相比不够专业，可符合时代发展趋势的文章上传到网站，因此网站值得注目的“全渠道零售”。

除此之外，定期上传韩国海洋水产开发院（KMI）发布的“《国际物流周刊》”。

专业度 时宜性 自由度

## What We Deliver

### Facebook

<https://www.facebook.com/pages/CLO/402492546511815>  
通过Facebook，我们能读者的真实反应，还能得到反馈。



上传链接《CLO》网站的文章地址，还进行问卷调查和各种活动。

至今Facebook粉丝数量破2300，大势向好。

专业度 时宜性 自由度

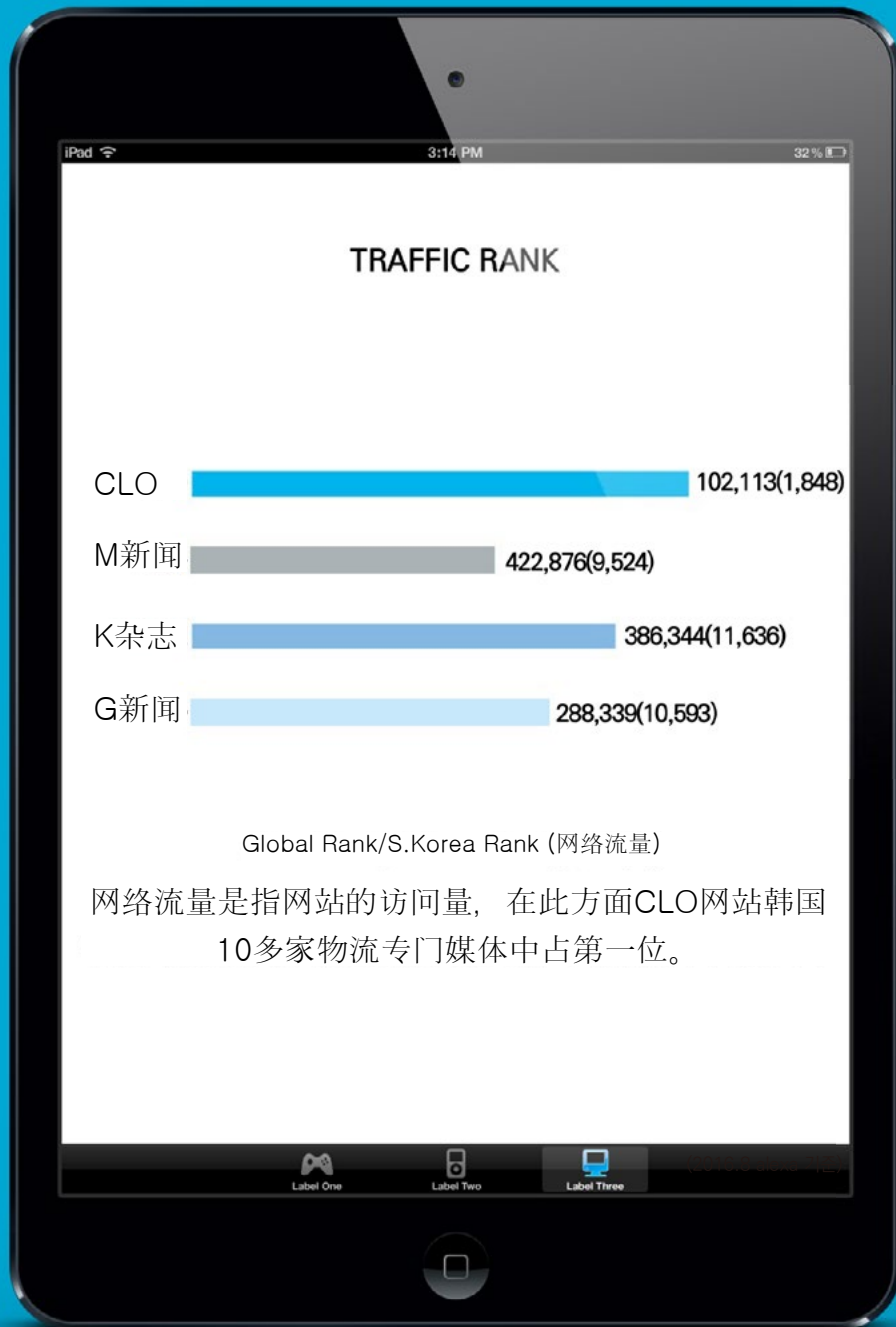
### 博客

<http://www.4clo.net> 是一种交流空间，关于物流市场现状能谈各自的意见。摘登网站上的内容，有时《CLO》执笔阵容自由撰稿。

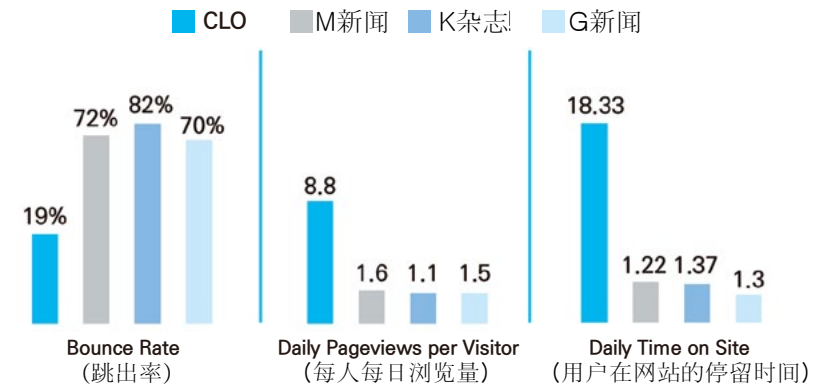


摘登网站上的内容，有时《CLO》执笔阵容自由撰稿。

专业度 时宜性 自由度



## CONTENTS QUALITY



### Bounce Rate(跳出率)

跳出率是指在只访问了入口页面就离开的访问量与所产生总访问量的百分比。与其他媒体相比，CLO网站的跳出率明显偏低(46.7%，2016.8 Alexa)。这不仅表示CLO网站的访问量高 (high traffic)，而且还意味着通过CLO访问者 享受有价值、高质量的新闻资讯。

### Daily Pageviews per Visitor (每人每日浏览量)

CLO网站的PV (Page View,综合浏览量) 比其他媒体高3.2倍。这意味着访问者在CLO网站里充分享受各种各样的内容。

### Daily Times on Site (用户在网站的停留时间)

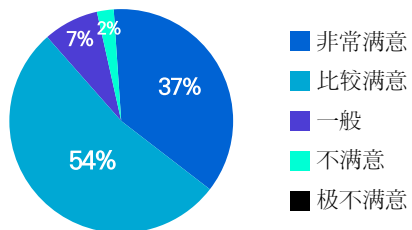
网民停留CLO网站的时间是其他媒体的4.5倍。根据CLO网站的停留时间、跳出率、PV，我们能推出CLO提供高质量的资讯，其结果访问者的浏览量显然高于其他媒体。

## 关于《CLO》杂志

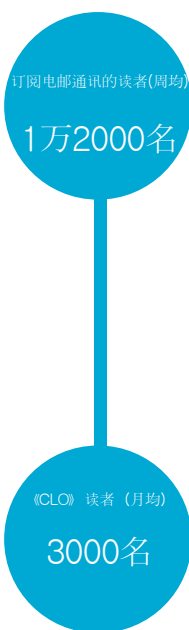
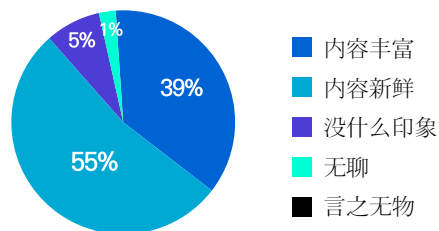
目前《CLO》月均发行3000册。

订阅电邮通讯的读者周均1万2000名，其数量呈现出不断上涨的趋势。

### 调查：读者对《CLO》内容的满意度

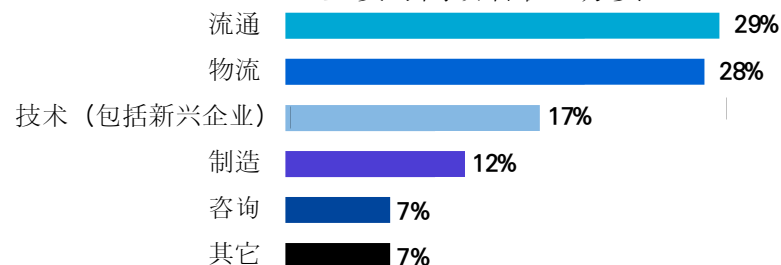


### 调查：消费者对《CLO》的认识



## Journal Info

### 主要订阅读者职业分类



### 流通

韩国上下线流通企业、团购等从事流通企业的工作部门干部及人员是《CLO》的主要订读者之一。

(Amazon、eBay、新世界集团、乐天集团、GS、HomePlus、韩国农协流通、11号街、Coupang、TicketMonster、薇美铺、现代百货、新罗酒店免税店等)

### 制造

汽车、电子、电气、铁钢、造船、建设器材、家电、服饰、食品、药品等制造企业Supply Chain部门的工作人员是《CLO》的主要订读者之一。

(现代汽车、起亚汽车、三星电子、LG电子、POSCO、现代重工业、斗山Infracore、韩国海太食品、乐天食品、SPC、韩国三星第一毛织、可隆、CJ第一制糖、ZARA KOREA等)

### IT技术（包括新兴企业）

大数据、ROBOT、无人驾驶飞机、IoT、VR (AR)、O2O、On-demand、平台等方面IT技术企业和Start-up企业的工作人员，还有风险投资 (Ventuer Capital) 以及金融投资领域的人士是《CLO》的订读者之一。

(三星SDS、LG CNS、IBM、SAP、SK C&C、SK Planet、SK Network、emFrontier、Meshkorea、Honeybiz、Wonders、Callbus、Zimcar、Cleanbasket、Market kurlly、Gogovan等)

### 物流

相关与快递、3PL、Fulfillment Center、陆运、海运、航运、物流设备、物流地产等方面的物流企业的工作人员是《CLO》的订读者之一。

(CJ大韩空运、韩进、现代Logistics、现代GLOVIS 泛韩物流、HansolCSN、乐天Logistics、韩国农协物流、DHL、FedEx、UPS、Kuehne+Nagel、CEVA Logistics、GIC、Thematec等)



## SCL Leader

《CLO》与各产业领域的实际工作部门人员密切合作。他们的文章里融入着真实经验与深刻体会，使得《CLO》内容丰富多样、无所不有。



仁荷大学 亚太物流学部 Jungung Min教授

现任仁荷大学亚太物流学部、物流专门大学院教授、定石物流通算研究院副院长。主要著作和译本有《物流学院论》、《供应链物流管理》、《对于物流技术与保安的理解》等等。此前做IT 和 Operation咨询顾问，在这些经验为基础上，对供应链管理、物流信息系统、物流保安、SCM以及社交网络进行研究。



国民大学 经营学部 Dohyeon Kim教授

历任国民大学创业支援团长、韩国风险企业创业学会名誉会长等，研究创业和企业战略，观察新兴企业改变的世界。



延世大学 物流包装系 Gangdae Lee教授

现任延世大学科学技术大学应用科学部物流包装系教授、物流包装研究中心院长、韩国logistics学会董事、韩国包装学会董事、韩国物流科学技术学会董事、绿色物流学会副会长。主要著作有《交通物流计划》、《绿色物流》、《IT融合与保安》等，发表50多篇论文，持有12种专利。他关注物流包装研究开发与相关计划、经营等领域。



仁川大学 东北亚物流大学院 Sanghwa Song教授

毕业于韩国大邱科学高等学校，在KAIST修完产业工学学士、硕士、博士课程。他曾在IBM技术研究所与商务咨询服务，担任咨询顾问，2006年以后在仁川大学东北亚物流大学院进行SCM与物流战略方面的研究，还曾任仁川大学东北亚电子物流研究中心部长、HomePlus集团战略咨询委员。

Advertising Information

# Bind The World

Chief  
Logistics  
Officer

---