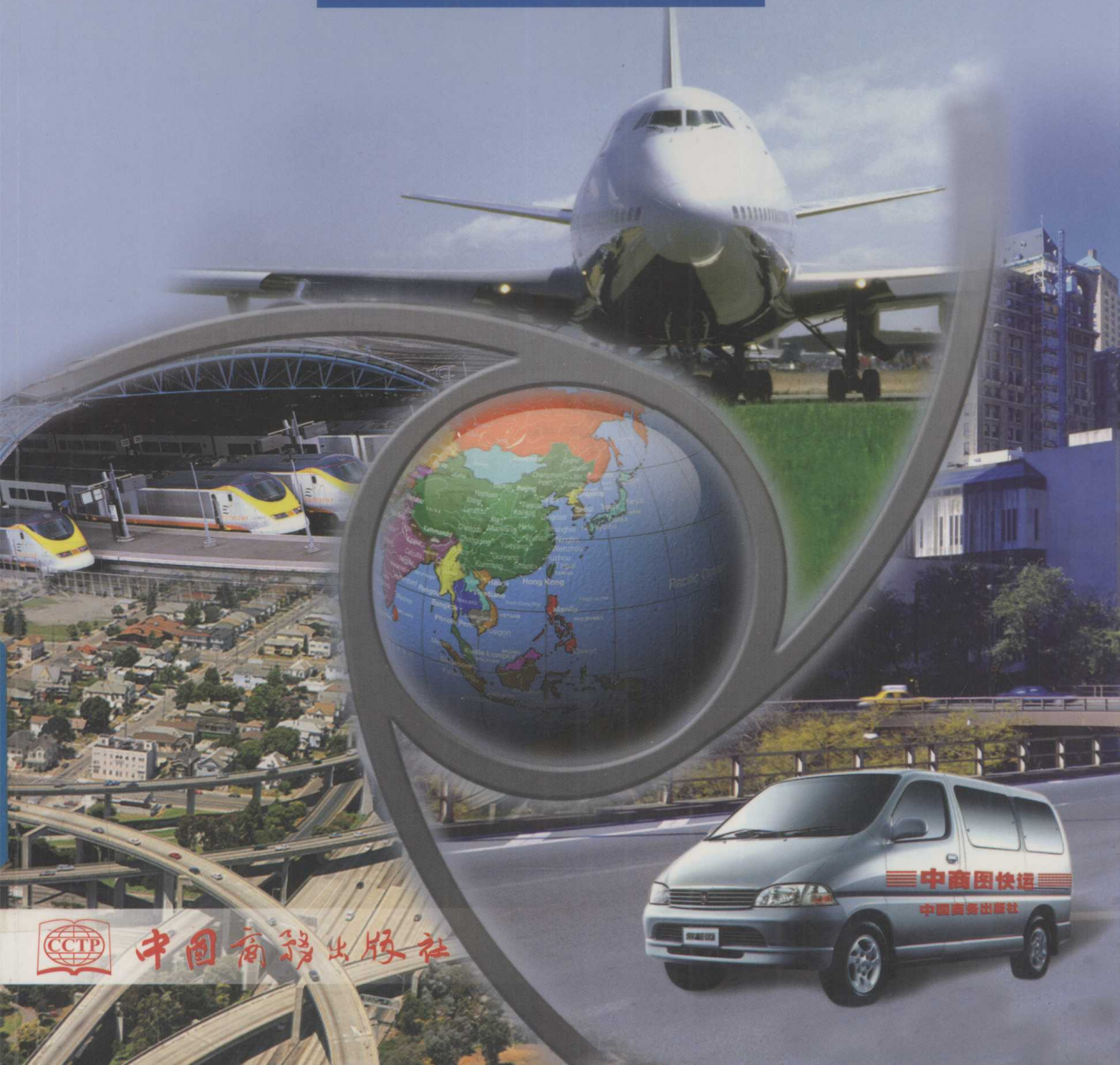


全国外经贸高等职业院校物流专业系列教材

快递实务

EXPRESS GUIDE

◎ 李力谋 乔 桑 编著



中国商务出版社

全 国 外 经 贸 高 等 职 业 院 校 物 流 专 业 系 列 教 材

快 递 实 务

李力谋 乔 桑 编 著

中 国 商 务 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

快递实务/李力谋, 乔桑编著. —北京: 中国商务出版社, 2005. 8

(全国外经贸高等职业院校物流专业系列教材)
ISBN 7-80181-421-5

I. 快… II. ①李…②乔… III. 邮件投递—高等学校—教材 IV. F628.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 084209 号

全国外经贸高等职业院校
物流专业系列教材

快递实务

李力谋 乔桑 编著

中国商务出版社出版

(北京市安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

电话: 010—64269744 (编辑室)

010—64220120 (发行二部)

网址: www.cctpress.com

Email: cctpress@cctpress.com

新华书店北京发行所发行
三河市汇鑫印务有限公司印刷

787×980 毫米 16 开本

19.75 印张 370 千字

2005 年 10 月 第 1 版

2005 年 10 月 第 1 次印刷

印数: 4000 册

ISBN 7-80181-421-5
F·816

定价: 30.00 元

©版权专有 侵权必究

举报盗版电话: (010) 64212247

前 言

1969年，国际航空快递在美国应运而生了，从此国际快递便如火如荼地在全球发展起来，快递服务成为全球经济贸易一体化的必然产物。1979年，中国以改革开放的新姿，展现于世界经济的舞台，中国开始融入全球经济一体化的大潮，中国对外贸易事业的高速发展，为全世界所瞩目，截至2004年中国的进出口贸易累计达到11000亿美元。此时，我们绝不要忘记国际快递在其中所发挥的重要作用！从某种意义上讲，国际快递（商务文件往来）是国际贸易的第一环节；可以说，没有快递服务，也就没有现代贸易。

大家知道，“物流”一词是20世纪90年代传入我国的新名词，在这之前的传统叫法是货运代理（简称货代业）。从“产、供、销”的角度看，物流业正好处在制造业和零售业之间，发挥着纽带和桥梁的作用，而快递是物流业的重要分支。物流服务主要包括：接单、制单、查询、托运、转运、分拨、报关、订舱、集运、多式联运、货物监管、仓储、包装、保险、快递（不含私人信函）等。从进出口单证、票据、文件，到鲜花、电影票、录取通知书，快递服务正逐渐从商务领域向日常生活延伸，中国快递市场的竞争也在日益加剧。商业文件、私人物品、贸易样品、高附加值的电子产品、生物制品等，如何安全、迅速地送达客户手中，已成为市场需求的热点。

中国加入世贸组织后，国际流动资金的增多和更加活跃的对外贸易，为中国快递业提供了巨大的商机。近年来物流业的发展，为中国快递业提供了广阔的市场空间。随着技术和服务理念的不断更

新,中国的快递业在未来几年将会有更大的发展。根据我国“加入世贸组织”的有关承诺,除国家邮政专营业务(私人信函等)外,快递业务也将实行对外开放。目前,中国政府已批准外国快递公司涉足国内快递,DHL(敦豪速递)是首家在中国开展此项业务的国际快递公司。随后,国际快递业巨头们纷纷抢滩中国市场,UPS(联合包裹)也于2005年7月正式宣布:在中国开始经营国内快递业务。

快递作为物流业的重要分支和组成部分,它的客户群庞大、需求量巨大,近十年来它在中国的惊人发展可谓方兴未艾。据业内人士粗略统计,在中国经营快递业务的合资及民营公司已达2万家以上;保守估计,全国快递从业人员已超过100万人;随着“国际/国内/同城快递”的迅速发展,快递从业人员的缺口和培训需求也在扩大;为此,设立“物流专业”的大中专院校也逐年增多,有的院校拟开设“快递课程”,却苦于找不到教材。

据了解,目前在我国图书市场上,快递专著尚属空白,本书只能称为“抛砖引玉”之作,权且当作“物流专业快递课程”的试用教材来使用。总之,本书一是用于教学和培训,二是用于快递研究的参考资料。本书若能满足院校和企业的部分需求,就算不枉我们的劳作与初衷。

需要说明的是,本书虽涉及内容较广,但仍属“快递ABC”的入门书籍,旨在使读者对“快递服务”形成初步概念,为今后学习“快递管理”、掌握“快件操作”打下一个基础。比如,口岸作业专业性很强,进出口作业流程及海关政策规定等,本书只能作概述和举要,列出相关知识点,描述一个轮廓,具体课题还须由专项培训(专家讲座)来解决。特别是工作案例,一本书是难以尽述的,由具有实际工作经验的人员来讲授,要比书本学习的效果好得多。

本书在策划与选题过程中,得到了“北京市对外贸易学校”、“对外经贸大学高等职业学院”、“对外经贸大学国际运输与物流系”以及“顺丰速递公司”、中外运—欧西爱斯国际快递公司等单位的支持与帮助,尤其是中国商务出版社编辑部主任李学新、编辑刘建昌和余红为该书的问世倾注了大量心血。此外本书的审定工作,还得

到了业内同仁的大力相助，他们分别来自：中外运空运发展股份有限公司、中外运—敦豪国际航空快件有限公司、大田—联邦快递有限公司、大田集团等单位。在此一并表示诚挚的谢意。因“编者水平、编写条件、资料占有”等因素所限，疏漏与错误在所难免，敬请业内专家和读者指正，以便再版时作出修订。

编者

2005年7月于北京

目 录

上篇 快递导论

第一章 快递业的产生与特性	(5)
第一节 快递的背景和性质.....	(5)
第二节 快递的定义和特点.....	(7)
第三节 快递的种类和方式.....	(9)
思考题.....	(10)
第二章 著名国际快递公司发展史	(12)
第一节 UPS (联合包裹运送服务公司)	(12)
第二节 DHL (德国邮政全球网络)	(14)
第三节 FedEx (联邦快递公司)	(16)
第四节 TNT (荷兰邮政集团)	(18)
第五节 OCS (欧西爱斯国际快递公司)	(20)
思考题.....	(20)
第三章 中国快递业的发展和现状	(21)
第一节 国际快递业在中国的发展.....	(21)
第二节 在华著名国际快递公司简介.....	(22)
第三节 国内快递业的发展和现状.....	(30)
第四节 中国快递业的特点.....	(32)
第五节 国内主要快递公司简介.....	(32)
思考题.....	(38)

2 目 录

第四章 快递与物流的关系	(39)
第一节 物流业的产生背景.....	(39)
第二节 物流的基本知识.....	(40)
第三节 运输企业与物流企业.....	(43)
第四节 快递是物流的重要组成部分.....	(43)
第五节 快递提供了物流外包的基础.....	(45)
第六节 国内快递业滞后是制约中国物流业发展的要因之一.....	(46)
思考题.....	(46)
第五章 快递的作用和对国民经济的影响	(48)
第一节 快递的作用.....	(48)
第二节 国际快递对中国国民经济的影响.....	(49)
第三节 国内快递业滞后,已严重影响中国财富的积累.....	(50)
第四节 中国国内快递业滞后的原因.....	(51)
第五节 促进中国快递业发展的几点看法.....	(51)
第六节 中国快递业的前景展望.....	(52)
思考题.....	(53)

中篇 业务操作

第六章 快递入门	(56)
第一节 航空快递.....	(56)
第二节 报关知识.....	(62)
第三节 快件保险.....	(64)
第四节 客户须知.....	(65)
思考题.....	(68)
第七章 快递管理	(69)
第一节 作业管理.....	(69)
第二节 客户管理.....	(74)
第三节 销售管理.....	(76)
第四节 财务管理.....	(77)
第五节 信息管理.....	(78)

第六节 岗位管理·····	(81)
思考题·····	(85)
第八章 快递作业 1——国内快递 ·····	(86)
第一节 作业知识·····	(86)
第二节 接单服务·····	(91)
第三节 查询服务·····	(105)
第四节 收取服务·····	(122)
第五节 派送服务·····	(130)
思考题·····	(135)
第九章 快递作业 2——国际快递 ·····	(136)
第一节 作业知识·····	(136)
第二节 地面作业·····	(146)
第三节 口岸作业·····	(162)
第四节 进出口操作·····	(170)
思考题·····	(174)

下篇 知识备忘录

一、快件价值保险·····	(177)
二、服务条款·····	(182)
三、分运单·····	(186)
四、形式发票·····	(188)
五、到付业务·····	(190)
六、快递术语·····	(192)
七、目的地代码·····	(208)
八、作业文件图例·····	(237)
九、有关快递的政策与法规·····	(255)
附录：快递实务教学大纲·····	(295)

上篇 快递导论

上篇内容提要

第一章 快递业的产生与特性

一、快递的背景和性质(5)

全球经济一体化的必然产物；最新型的运输方式；快递是商务而不是普遍服务。

二、快递的定义和特点(7)

运作方面的特征；快递公司的自然特征。

三、快递的种类和方式(9)

国际/国内/同城快递；门到门/门到机场/专人派送。

第二章 著名国际快递公司发展史

UPS(联合包裹)；DHL(德国邮政)；FedEx(联邦快递)；TNT(荷兰邮政)；OCS(欧西爱斯)。包括：创建简史、信念口号、成长壮大、规模实力、成功产品、总部所在地、决策人物。

第三章 中国快递业的发展和现状

一、国际快递业在中国的发展(21)

进入中国成立合资公司；业务的快速增长。

二、在华著名国际快递公司简介(22)

中外运敦豪(DHL)；大田联邦(FedEx)；联合包裹(UPS)；超马赫国际运输(TNT)；中外运欧西爱斯(OCS)；邮政速递(EMS)。包括：公司简介、主要负责人、业务进展和成功原因、新的举措和目标。

三、国内快递业的发展和现状(30)

国内快递的含义；中国快递业发展简介；国内快递业务的分类；国内快递公司的分类。

四、中国快递业的特点(32)

2 快递实务

中国的国内快递，远远落后于国际快递；中国国内，还没有堪称合格的快递公司；中国的快递公司数量惊人且鱼龙混杂，为世界所罕见；国内快递公司已进入“重新洗牌”的兼并重组阶段；国内快递市场竞争无序，尚无行业自律组织；国内快递市场潜力巨大，业务量超过国际快件100倍。

五、国内主要快递公司简介(32)

国营公司：邮政速递、民航快递、中铁快运、中铁行包等。

民营企业：大田集团、宅急送、百福东方、上海胜彤、北京信诺等。

合资公司：中外运敦豪、宅配便、嘉里大通等。

第四章 快递与物流的关系

一、物流业的产生背景(39)

现代物流是人类社会进入新经济时代的必然产物：伴随全球经济一体化，全球跨国公司有6万多家，必然带来对物流的迫切需求；科学技术的快速发展，为现代物流提供了最先进的物质手段，使社会新需求的满足与实现成为可能；新经济改变了生产和生活方式，客观上迫切需要“全新的供应链服务”和“量身定做式的个性化服务”。

二、物流的基本知识(40)

物流一词的由来；物流定义种种；什么叫物流企业；物流企业的分类；物流产业的特性。

三、运输企业与物流企业(43)

两者的区别：运输企业提供“运作方式一成不变的共性化单纯服务”，物流企业提供“量身定做式的个性化增值服务”，具体说：有解决方案，有自身网络和先进的IT技术，不仅是运输还提供储存、加工、包装等服务。

两者的关系：运输是物流的初级阶段，物流是运输的高级阶段，现代物流业是传统运输业的发展方向和必然前途；现代物流促进了传统运输的发展，产生了一大批专业配送公司就是例证。

四、快递是物流的重要组成部分(43)

快递公司最有条件从事现代物流：快递要发展和创新，必然要适应市场的新要求，最先开展第三方物流（仓储配送）业务的，正是那些知名快递公司。国际快递公司都在积极开展物流服务：DHL（敦豪）、FedEx（联邦）、UPS（联合包裹）、TNT（超马赫）等。

五、快递提供了物流外包的基础(45)

大型企业的物流作业需要外包；快递公司之间也有外包业务关系；选择合格的快递公司是第三方物流成功的关键。

六、国内快递业滞后是制约中国物流业发展的要因之一(46)

中国尚无达标的国内快递公司：还没有哪一家国内快递公司能提供真正意义上的合格的快递服务。国内快递向物流方向转型的条件还未成熟：国内快递公司尚未实现“隔夜服务/次晨达”这一基本目标。

第五章 快递的作用和对国民经济的影响

一、快递的作用(48)

国际交往不可缺少的工具；拉动了国民经济增长；检验国家开放程度的标准；满足了国民的迫切需要。

二、国际快递对中国国民经济的影响(49)

带动了我国快递业的发展；外商来华投资的先决条件之一。

三、国内快递业滞后，已严重影响中国财富的积累(50)

物流业发展的瓶颈之一；外商不愿来华投资的原因之一。

四、中国国内快递业滞后的原因(51)

传入中国较晚；计划经济的影响等。

五、促进中国快递业发展的几点看法(51)

要扶持和引导，不要限制和倒退；要公平竞争，反对行政垄断；修订邮政法时，应广泛征求各界意见；创办中国人自己的国际化快递公司，为中华民族争光；设立快递专业课程，加快专门人才培养；加强行业自律，加快重组合并，尽快走向规模化现代化经营之路；政府应在政策和资金上，为国内快递企业解决好融资难的问题；欢迎外商投资中国快递业，尽快使国内快递业摆脱严重滞后状态，造福于社会和人民；加强快递业学术交流，促进中国快递业的发展，赶超世界先进水平。

六、中国快递业的前景展望(52)

快递是社会发展的基础性行业，是发展现代物流业的基础之一，是促进对外贸易和国民经济发展的重要因素。如今的中国快递市场，数以万计的民营快递公司铺天盖地而来，外国资本也虎视眈眈、寻机而入；中国快递市场龙腾虎跃，如同春秋战国，急需引导、扶持、规范和重组。不论快递业的发展之路多么曲折，在不久的将来，一批真正符合国际标准的国内快递公司，一定会现身于中国经济的大舞台，我们期待着这一天的早日到来。

引 言

本篇主要讲述了快递业的起因、背景、性质、特点、种类等，使读者对这个新兴行业先有一个基本的了解。此外，还讲述了全球国际快递的发展史，对中国快递业的现状和发展问题，也做了实事求是的论述。

特别要指出的是，在物流业快速发展的今天，快递已成为物流业的重要分支，认识快递与物流的关系至关重要；特别是在当今对快递如何发展还有不同看法的情况下，更有它的特殊意义，因为这关系到中国快递业的发展前景，也影响到中国的招商引资和对外交流。对中国而言，快递是从国外引进的新型运输方式，20世纪80年代国际快递才进入中国市场，而中国快递业的蓬勃发展却是近几年的事情。

还要指出的是，行业政策与法规都是市场经济客观需要的产物。政策与法规的制订，要求不断适应市场经济的新发展新情况，对某些问题存有争议是正常的，通过讨论达成共识，作出新的补充和修订，则有利于中国改革开放的大业和全局，有利于各项中外交流事业的健康发展。

1986年和1995年政府主管部门相继出台了有关政策与法规，但是由于种种原因，两个主管部门（国家邮政局和原外经贸部）的文件却各有各的解释。2001年12月引发的那场“快递问题大讨论”，虽然至今尚无定论（即新的“国家邮政法”和“国际货运代理管理规定”尚未出台），但终究已被列入了国务院和全国人大的议事日程。对于快递企业来说，需要明确“谁是快递业的政府主管部门”，也需要新的法规依据和新的政策指导。

第一章 快递业的产生与特性

第一节 快递的背景和性质

一、快递的背景

(一) 顺应了市场经济快速发展的需求

人类进入 20 世纪以后，欧美国家的经济快速发展，特别是对“运输、递送、分拨”的需求日益增强。虽然电话和电传已经广泛使用，但是那些“正本协议、合同、标书、银行票据”等，必须原本交换，绝不可以复印。此外，急需送交客户的样品和零件等物品，若通过邮局递送，短则几天、多则十几天，甚至更长，这一问题困扰着各种商业机构。合同、票据的迟交，意味着巨大的经济损失；样品的迟交，意味着失掉订货机会；当地购不到的机器零件，即使空运也需一个星期才能运到，这样工厂只有停工待件，这种情况时常发生。

(二) 全球经济一体化的客观要求

国际贸易的快速发展，呼唤全球一体化的快递方式的出现。与此同时，经济发达国家的资本向其他国家急速扩张，特别是向廉价劳动力的发展中国家扩张，发展中国家为了自身的经济发展，也急需外国资本进入本国。伴随这一现象，对商务文件、合同、票据、样品、零件、试验品等快速递送的需求日益增强、供求矛盾更加突出。正是在世界经济贸易全球一体化的背景下，快递业水到渠成，应运而生了。

(三) 客观规律的必然产物

事物发展到一定阶段，总会有一种适应客观需要的新的运作方式产生，这

6 快递实务

与哲学中所讲的生产力与生产关系的矛盾如出一辙，即生产力发展到一定阶段时，旧的生产关系必然要改变，来适应生产力的新发展。快递业的产生也是这个道理，快递正是顺应了国际贸易和商务活动的客观需求，而必然产生的最新型的运输方式。这一大胆创新归功于那些走在世界经济发展最前沿的“快递先驱者”。

二、快递的性质

（一）快递是最新型的运输方式

快递服务起因于市场经济的客观要求，它是在“邮政服务和传统运输”都不能适应商业发展需求的情况下诞生的，因而更具有前瞻性和先进性，它是最具创新意识的、最敢想敢为的时代青年的创新成果。可以说，快递业就是先进生产力的代表之一。

他们打破常规，使用最快捷的运输工具（空运+陆运），将物品（文件或包裹）直接递送到真正的收件人手中，以全新的运作方式和特殊服务，来满足商业发展的新需要。敦豪速递的创始人 D. H. L，联邦快递的创始人史密斯，英国的大卫·艾伦，中国的陈平、香港的钟普洋，都是当之无愧的快递先锋，这些人物将在下一章节中有所介绍。

（二）快递是典型的商业运作，不属于政府行为，即不具有普遍服务的属性

为了理解这一定义，可以从“商业快递与邮政普遍服务的区别”这一角度来认识。

1. 起源时间不同

快递业是近几十年才兴起的新型服务，而邮政的普遍服务已有 300 年的历史了。虽然现在邮政部门也有快递业务，但是非邮政企业的快递业务产生于邮政部门的快递业务之前，不论外国与中国，都是如此。

2. 运费标准不同

快递从诞生之日起，收费远远高于邮政普遍服务，也高于传统空运收费标准，因为它是提供应急服务，因此具有较高的商业价值，它只为部分需要它的群体服务，而不具有邮政普遍服务的性质。

3. 运行渠道不同

邮政的普遍服务是通过邮局之间进行投递，国际邮政服务是通过政府间的邮政协议进行的。而快递服务是通过快递公司的内部网络或公司之间的代理协议进行的。

4. 服务方式不同

快递是“门到门、桌对桌”的服务，确切地说，是“发件人到收件人的签字式服务”；而邮政服务主要是“信箱到信箱”的简单而又省事的服务。

5. 递送内容不同

邮政普遍服务，以“私人信件、包裹”为主；而商业快递，则以“商务文件、银行票据、报关单据、买卖合同、标书、资料、样品，以及各种社会活动急需的单证和物件”为主。

6. 检查方式不同

邮政普遍服务，保护个人隐私权，保障公民的通信秘密，不拆封检查；而商业快递，则不保障公民的通信秘密，国际快递的文件及包裹均要接受海关、边防和快递企业的开封查验。

从以上“区别和不同”可以看出，快递是全球经济一体化的必然产物，是经济利益驱动下的典型的商业行为，它一诞生就打上了“商品经济的烙印”。一句话：它是商务而不是普遍服务。

第二节 快递的定义和特点

一、概念和定义

快递、速递、快运、快件，航空快递/快件（Air Courier/Air Express），这些只是名称的不同，其含义都是指“物件的快捷运送”。航空运送是快递的主要方式，特别是国际快件和领土广阔的国家更是如此。

快递的定义可以这样表述：快递是指具有独立法人资格的货物运输代理企业，将客户的文件、物品或货物，通过自身网络或代理网络，从发件人手中送达收件人手中的最快捷最安全的运输方式。

快件的定义可以这样表述：快件是指被快递企业所运送的文件、物品或货物。

二、快递的特点

快递的特点，是指它与传统运输方式不同的方面。

（一）运作方面的特征

传统运输中，最大的问题有两个：一是速度慢，二是时间长。快递是经过多年实践和研究，努力克服“慢和等”，而形成的最新型的运送方式。

8 快递实务

(1) 它充分利用了当今最快捷最适合本地域的各种运输工具(飞机、汽车、快艇、自行车等),使快件最大限度和最大可能地处于不间断的运送状态,直至快件送达收件人手中。

(2) 对于国际快件和领土广阔的国家,它的班机必须是全天候飞行,并与分拨中心形成最完美的结合。如果做不到这一点,就称不上国际快递公司,也做不了真正意义上的国内快递。这也是至今除 EMS 之外,全世界只有五家真正的国际快递公司(DHL/UPS/FedEx/TNT/OCS)的原因。

(3) 它实现了“先端信息技术与快件运送过程(收件、分拨、录入、预报、查询、报关、派送、统计、结算等作业)”的最完美的结合。否则,就称不上是“作业标准化的服务合格的快递公司”。

(4) 它打破了传统的简慢的投递方式,而采用了“门到门、桌对桌”的方式,即“从发件人委托到收件人签收”的新型的稳妥的递送方式。

(5) 再一个特点是,从空运角度讲,快递所占比例正逐年上升,发达国家已经占到 35%;另一个特征是,包裹和货物(对比文件)的比例在上升,而且包裹越来越大;例如,联邦快递(FedEx)在美国作业中心操作的包裹,已经占了全部业务的 80%,这在以前是不可想象的。

(二) 快递公司形成的自然特征

(1) 它必须拥有自身的运输网络,包括:自己的车队、操作中心、通讯系统、结算系统。如果从事国际快递,它必须在 150 个国家和地区拥有国际网络和班机(代理),这便是 30 多年来,世界上只形成了六家快递公司(EMS/DHL/UPS/FedEx/TNT/OCS)的原因。在我国,为什么至今没有一家合格的国内快递公司?就是因为:不具备业务发展所必需的完善的自身网络。

(2) 不论是国际快递,还是国内快递(中小国家除外),要形成一个标准化的合格的快递公司,从创建到成熟,至少需要 15 年的时间,特别是国际快递公司,一旦走上规模化经营之路,就会形成相对的自然垄断,成为领先市场、利润丰厚的行业巨头。

(三) 中国快递的两个特点

(1) 快递业对中国而言,是完全意义上的新生事物,它是改革开放的产物,也是我国对外贸易事业发展的必然结果。中国的国际快递业务,除了邮政速递(EMS)外,均为外商投资的合资企业所经营,它们都是 20 世纪 80 年代初进入中国,最初是与原对外贸易经济合作部合作部下属的“中国对外贸易运输总公司”签订代理协议后,开始的业务合作。

(2) 中国是先有国际快递,后有国内快递,这与国外的情形正好相反。在国内快递方面,中国仍是世界上最落后的国家之一。