全国外经贸高等职业院校物流专业系列教材

快递概论

AN INTRODUCTION TO EXPRESS

◎张 兵／编著



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

需要全本请访问 www.ertongbook.com



作者简介

张　兵　（笔名乔桑）

天津市人，毕业于南开大学政治学系。自由撰稿人，中国商务出版社特约编辑。出版的著述有：《快递实务》（与李力谋合著）。

全国外经贸高等职业院校物流专业系列教材

快递概论

张兵 编著

中国商务出版社

图书在版编目（CIP）数据

快递概论/张兵编著．—北京：中国商务出版社，2006.5
（全国外经贸高等职业院校物流专业系列教材）
ISBN 7-80181-538-6

Ⅰ．快… Ⅱ．张… Ⅲ．邮件投递—高等学校：技术学校—教材 Ⅳ．F618.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2006）第 055904 号

全国外经贸高等职业院校
物流专业系列教材
快 递 概 论
张 兵 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
嘉年华文有限责任公司排版
北京密兴印刷厂印刷
787×980 毫米 16 开本
20 印张 370 千字
2006 年 5 月 第 1 版
2006 年 5 月 第 1 次印刷
印数：4000 册
ISBN 7-80181-538-6
F·902
定价：30.00 元

版权专有 侵权必究 **举报电话：（010）64212247**

序　言

中国国际货运代理协会副会长兼秘书长　李力谋

在我国的图书市场，物流方面的出版物至少有上百种，但快递理论方面的专著却是空白，而《快递实务》（2005年出版）一书属于外经贸院校物流工程专业速递专门化方向的业务类教材。最近，受中国商务出版社之约，审读了《快递概论》的书稿。总的感觉是，虽然仍有值得商榷和缺失之处，但毕竟是建设性的开创之举，至少是快递研究领域的填补空白之作，读后使人不无裨益。

据我所知，这是一部全面阐述快递问题的专著。从表达上看，有命题、观点、论述、分析、商榷、描述、举要、案例、资料、数据等；既是理论著述，又是专业教材，也是行业报告。从立意来看，对快递服务及其快递行业，作了全局总揽、全景展现和微观描述。本书对“快递”这一新兴行业、商业模式、服务方式和物流业务，作了较为全面和深入的阐述，这是本书的独到之处。

欣喜之余，感觉本书有如下特点：

一、关于“商务快递与邮政通信”，本书作者认为：

1. 快件的用途“亦公亦私”，快递服务的商业性并不排斥快件的“非商务性”，即公民享有“用邮权”和“选择权”。

2. 快递公司所承运的文件，不是“邮政意义上的信件（公民通信）”而是“商业意义上的急需”，商务不属于普遍服务，与邮政专营无关。（1）快递作为物流活动之一，本质上是现代商务活动。（2）快递作为国际贸易的首要环节，它是货真价实的商业服务。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

(3) 快递业务当属物流范畴，而不在普遍服务的寄递之列。

二、关于“快递与物流”，本书作者解释：

1. 快递增值服务是“精品物流和先锋物流”，是第三方物流的技术标准和服务典范。

2. “快递物流”是相对于“标准物流”而言，它是延伸服务和增值服务的集中体现，它为第三方物流树立了典范，为供应链的技术进步提供了经验。

此外，关于快递与物流的关系问题，似乎很少有人研究过，作者对此作了深入的阐释。

三、关于本书的新意和特色

1. 在“行业参考情报”和“知识备忘录”中，对大量散在的信息数据的搜集和梳理、分析和归纳、编排和细化，可谓独具匠心，对于教学研究和实际工作，具有指导和应用价值。

2. 在各章的重点内容之后，都附有背景资料或“资料卡”，增强了说服力、知识性和可读性。

3. 全球及中国快递业大事记，过去很少有人整理过，作者应是编写和发表这一大事记的少数人之一。

任何一门应用学科的建立及其课程的设置，都是源自于相关产业在自身发展中对理论指导的客观需求。正如现代物流学“是对这一新兴产业的实践活动的概括与总结”一样，《快递概论》作为现代物流学的教学科目和研究课题，被提升为一门系统化的专业知识，从宏观（理论）与微观（实践）的不同层面，多视角和全方位地探讨了“快递服务、快递行业及其发展问题”的基本课题。虽然《快递概论》还只是一门课程，尚不能算作现代物流学的分支学科，但它的学术意义和应用价值应当肯定。

对于已出版的《快递实务》而言，《快递概论》是一部值得推荐的配套教材。除了商科院校物流专业（国际快递专门化方向）的师生外，它的读者对象还包括：快递及物流企业的领导人、快递物流的职业经理人、快递物流的从业人员、快递物流业的客户群、快递物流业的主管部门和快递问题的研究者。

最后衷心希望：今后能有更多的快递物流方面的著述问世，能

有更多的人士参与研讨，从而推动中国快递业尽早与世界快递业接轨，进而促进我国物流业和服务贸易的发展。

2006 年 5 月

前　言

人类社会进入信息时代以来，“快”字成为时代要求和社会时尚，这集中体现在人们的工作和生活节奏中。如今在媒体上，常常可以听到或看到这样的称谓：新闻快递、财经快递、行情快递、法治快递、交通快递、人才快递、健康快递、新歌快递等等；快车、快照、快印、快餐、速录、速配，“快这快那”更是不一而足。“快递”一词被广泛借用，表明快递服务的方式和理念，已成为各行各业效仿的榜样。

如今，快递服务已深入到社会经济生活的各个领域，融入到现代人的生活方式之中，为人类生活创造了更多的社会和经济的双重效益，成为社会经济发展离不开的东西。为此，它被喻为“价值的转换器、经济的加速器、贸易的先行官”。正如中国国际货代协会副会长（兼秘书长）李力谋先生所说：“从某种意义上讲，国际快递是国际贸易的首要环节，没有快递服务，也就没有现代贸易。”

快递这一新兴服务贸易和新型运输方式，诞生于20世纪初叶的美国，发展于20世纪70年代～80年代。到了新旧世纪之交，快递服务迎来了它的转型期，发展成为第三方物流的先锋与典范，即实物流、信息流与资金流“三流合一”的一体化供应链解决方案。快递物流的延伸与增值服务，集中体现了现代物流理念的飞跃、模式的创新和技术的进步，预示了现代物流的社会化、系统化、国际化、网络化、标准化、信息化、自动化、智能化和柔性化的发展方向。

我国的快递业起步于20世纪70年代末和80年代初，蓬勃发展于90年代中期。到20世纪末，形成了以“京津沪穗深”为中心的、

连接沿海大中城市群的、环渤海、长三角和珠三角三大区域性快递网络，并且带动了中西部地区快递物流业的发展。进入21世纪以来，我国的快递业迎来了“战略合作、兼并重组、结盟联营、打造品牌”的新时期。

全球制造业中心向亚太地区（特别是中国）的转移，以及跨国集团的物流业务外包革命，为我国快递物流的服务创新和技术升级，提供了难得的历史性机遇。我国邮政、铁路和民航三大系统的体制改革，以及国务院九部委的相关政策文件，也为我国现代物流业的可持续发展创造了前所未有的和谐环境和有利条件，同时也将对市场结构、阵营划分及其竞争格局，产生积极的影响和变化。

中国的快递物流市场，已被国际上公认为：前景看好、发展最快的全球性市场之一；用一句话概括之，即迅猛的增长势头，巨大的需求潜力，诱人的利润回报。由于我国快递业准入门槛儿低、利润回报率高、客户群庞大，吸引了众多国内外企业与创业者的投资和参与，行业规模继续扩大，市场竞争不断加剧。据保守估算，目前在我国，规模不等的物流企业已超过20万家，半数以上开展了快递和快运业务；其中，约有快递公司5万多家，从业人员超过150万人，非正规快递公司则不计其数。

根据我国加入WTO的有关承诺，随着我国市场准入限制的逐步放宽（邮政专营业务除外），我国快递市场的全面开放已成定局。面对洋快递的优势与挑战，以及制约我国快递业发展的“资金、技术和网络”这一瓶颈问题，中国企业如何正确抉择、积极应对、扬长避短、求存图强，已成为全行业最为关注的焦点问题。

本书试图从宏观与微观的不同层面，围绕“快递服务和行业发展”的基本命题，作一个纵横交替式的论述和描述，旨在使读者对“快递物流”这一经济活动，能有一个总体上的认知和把握。同时，也为教学、培训和研究工作，提供更多的系统知识和讨论课题。

需要特别说明的是，中国商务出版社编辑部主任李学新先生作为策划人，中国国际货代协会秘书长李力谋先生作为主审，北京市对外贸易学校副校长于承锦女士作为顾问（该校在我国率先开设了物流管理“速递专门化方向”课程），对本书的编写给予了精心指导

需要全本请访问 www.ertongbook.com

和大力支持，编辑余红为本书的问世倾注了心血，在此一并表示诚挚的谢意。

因“个人能力、认知水平和资料占有”所限，疏漏与错误在所难免，敬请专家和读者批评指正，以便再版时作出修订。

张兵（乔桑）

2006 年 4 月于北京

引　言

快递作为新兴的服务贸易和新型的运输方式，在现代物流产业的发展进程中已成为第三方物流的先锋业务和服务典范。为此，快递必然被纳入现代物流学的研究范畴之中。

本书介绍了快递活动的社会起源和快递服务的产生背景，总结了快递业发展进程中的历史经验，描述了快递物流市场的环境、现状及前景，提出了快递研究的范畴，解释了快递的基本概念，论述了快递的相关命题，分析了快递业存在的主要问题，并提出了解决问题的对策、方法与途径，梳理了快递业健康、和谐、有序发展的思路，探讨了中国快递企业的任务和使命，以及快递业可持续发展的战略、策略、目标和方向，旨在帮助读者从宏观与微观的不同层面，对“快递服务与快递行业”，获得总体上的认知和把握。

所谓“宏观与微观”的区分，只是提出、分析和解决问题的方法与手段。宏观论述属于理论研究，微观描述归为实践总结。如果说“前者”表明了学术价值的话，那么“后者”则体现了实证意义；既要务虚，更要务实，这正是二者的辩证统一。

总之，快递的宏观研究，具有决定意义的统领作用；微观层面的快递活动，如经营管理、资源配置、作业服务等，都离不开科学理念的支配和引导。

目　录

上篇　快递物流导论

第一章　快递的研究范畴 ……（5）

第一节　快递的基本概念 ……（5）

第二节　快递研究的学术价值 ……（8）

第三节　快递业的相关领域 ……（9）

思考题 ……（17）

第二章　快递的历史与发展 ……（18）

第一节　传统快递古已有之 ……（19）

第二节　现代快递的产生背景 ……（24）

第三节　世界快递业的发展 ……（26）

第四节　中国快递业的发展 ……（34）

思考题 ……（36）

第三章　快递业的社会经济地位 ……（38）

第一节　快递业在国民经济中的地位 ……（40）

第二节　快递业在社会生活中的作用 ……（42）

第三节　快递业在产业部类中的位置 ……（44）

思考题 ……（47）

第四章　快递与物流的关系 ……（48）

第一节　基本概念 ……（48）

第二节　快递公司是物流企业的重要类别 ……（52）

第三节　快递增值服务是现代物流的典范 ……（53）

第四节 国际化快递公司是第三方物流的旗舰 …… (55)
第五节 国际快递是现代物流技术的集中体现 …… (59)
思考题 …… (61)

第五章 商务快递与邮政专营 …… (63)
第一节 邮政专营是国际惯例 …… (63)
第二节 邮政托管是国家现行法律 …… (65)
第三节 特殊服务与普遍服务的区别 …… (69)
第四节 快递市场和谐发展的社会呼声 …… (71)
思考题 …… (74)
上篇各章小结 …… (75)

中篇 快递市场纵横谈

第六章 国际快递市场总揽 …… (87)
第一节 洋快递在中国 …… (87)
第二节 洋快递在世界 …… (108)
第三节 华人快递企业 …… (122)
思考题 …… (124)

第七章 国内快递市场大观 …… (125)
第一节 国有快递的变革行动 …… (125)
第二节 民营快递的现状综述 …… (147)
思考题 …… (164)
中篇各章小结 …… (165)

下篇 快递业问题研讨

第八章 中国快递业现状分析 …… (172)
第一节 快递业的竞争状况 …… (172)
第二节 快递业的整治行动 …… (177)
第三节 快递服务问题述评 …… (181)

第四节　快递业的行业自律 …… (190)
思考题 …… (191)

第九章　中国快递业战略研究 …… (192)
第一节　资源整合——突破瓶颈的战略抉择 …… (193)
第二节　合作共赢——求存图强的必由之路 …… (193)
第三节　打造品牌——民族快递的众望所归 …… (194)
第四节　快递业的政策及社会环境 …… (195)
第五节　外资、国有和民营快递之比较 …… (199)
思考题 …… (199)

第十章　邮政体制改革综述 …… (201)
第一节　邮政业务的现状 …… (201)
第二节　邮政的优势与弊端 …… (204)
第三节　邮政改革的思路与进程 …… (207)
第四节　世界邮政改革概要 …… (211)
思考题 …… (218)

第十一章　行业情报参考 …… (220)
第一节　快递物流市场 …… (220)
第二节　各类运输状况 …… (227)
第三节　快递业大事记 …… (235)
思考题 …… (248)
下篇各章小结 …… (249)

附录　知识备忘录 …… (254)
第一部分　基础知识 …… (254)
第二部分　相关知识 …… (275)

教学大纲 …… (296)

参考文献 …… (304)

上篇　快递物流导论

上篇内容提要

第一章　快递的研究范畴

一、快递的基本概念

1. 快递的本质属性

2. 快递的基本特征

3. 快递的研究对象

二、快递研究的学术价值

三、快递业的相关领域

1. 快递与内外贸易

资料卡　相关概念

2. 快递与交通运输

资料卡　陆运和空运的特点及方式

3. 快递与空港海关

第二章　快递的历史与发展

一、传统快递古已有之

1. 古代快递简述

(1) 世界的传统快递

(2) 我国的传统快递

2. 我国的古代邮驿

(1) 邮驿的含义

(2) 驿站和递铺

(3) 邮驿制度的兴衰

二、现代快递的产生背景

1. 世界快递业的诞生
2. 中国快递业的诞生
三、世界快递业的发展
1. 国际航空快递的诞生
2. 欧美快递业简述
(1) 美国本土快递的发展
(2) 洋快递的全球业务拓展
(3) 洋快递的战略和理念
3. 亚太快递业简述
(1) 澳大利亚的快递业
(2) 日本的快递业
资料卡　日本的急便系列
资料卡　日本的快递市场
资料卡　电子商务与日本快递业
资料卡　代理收款与网上购书
(3) 中国香港特别行政区和台湾省的快递业
四、中国快递业的发展
1. 国有快递企业
2. 民营快递企业
3. 合营快递企业

第三章　快递业的社会经济地位
导言：现代物流业对促进国民经济发展的六大功能
一、快递业在国民经济中的地位
资料卡　快递服务全视角
二、快递业在社会生活中的作用
资料卡　网上购物与快递服务
三、快递业在产业部类中的位置

第四章　快递与物流的关系
一、基本概念
1. 快递与物流
(1) 快递的定义
(2) 物流的定义

(3) 商榷与说明
2. 传统运输与现代物流
(1) 传统运输与现代物流的区别
(2) 现代物流的三个特征
(3) 传统运输与现代物流的关系
3. 快递与物流何者在先
4. 快递与物流二者关系总结
二、快递公司是物流企业的重要类别
1. 物流企业的分类
2. 物流需求的层次
3. 物流与快递的比例
三、快递增值服务是现代物流的典范
1. 服务的分类
(1) 基本服务：货物移动；货物储存；货物加工
(2) 延伸服务：货运代理；咨询服务；营销服务
2. 何谓增值服务
(1) 提高反应速度，提供更多便利
(2) 帮助客户发掘第三利润源泉
(3) 服务得到扩展和延伸
3. 增值服务的案例
4. 快递物流的创新
四、国际化快递公司是第三方物流的旗舰
1. 3PL 产生的背景
2. 何谓第三方物流
3. 3PL 的成功案例
(1) DHL 的经验
(2) FedEx 的经验
资料卡　第四方物流
五、国际速递是现代物流技术的集中体现
1. 物流技术的概念
(1) 物流技术的构成
(2) 物流技术的标准
(3) 物流技术的形态
2. 物流技术的应用

需要全本请访问 www.ertongbook.com