



高等学校电子商务专业课程系列教材

电子商务物流管理 案例评析

张 铎 王新培 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS



高等学校电子商务专业课程系列教材

电子商务物流管理 案例评析

□ 张 铎 王新培 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

内容简介

本书是为了配合教育部高教司和商务部信息化司《关于推动有关高等学校进一步加强电子商务理论与实践研究的通知》(教高[2005]10号)而出版的电子商务案例教材。

本书作为电子商务专业(本科)案例教学教材,共分为三章。本书的第一章对国外大型物流企业的电子商务网站案例进行了分析,第二章对国内大型物流企业的电子商务网站案例进行了分析,第三章分析了国内外物流企业电子商务应用系统的案例。通过对国内外大型物流企业电子商务网站以及物流企业电子商务应用系统的案例分析,使学生能够从案例入手,了解电子商务的实际应用,从而更深刻地理解电子商务的相关理论知识,达到理论联系实际的目的。

本书不仅可以作为案例教学教材,也可供从事电子商务或物流管理的相关人员阅读。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务物流管理案例评析/张铎,王新培主编. 北京:高等教育出版社,2006.12
ISBN 7-04-020343-X

I. 电... II. ①张... ②王... III. 电子商务 - 物流 - 物资管理 - 高等学校 - 教材 IV. ①F713.36
②F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 131834 号

策划编辑 张冬梅 责任编辑 丁孝强 封面设计 王凌波 责任绘图 郝林
版式设计 张岚 责任校对 金辉 责任印制 朱学忠

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 北京鑫海金澳胶印有限公司

开 本 787×960 1/16
印 张 23.25
字 数 430 000

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2006 年 12 月第 1 版
印 次 2006 年 12 月第 1 次印刷
定 价 26.70 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 20343-00

从1995年算起,中国电子商务已经走过了10年的历程。我国电子商务的高等教育在很大程度上是与电子商务的发展同步的,很多老师早在1995年甚至更早的时候就开始了网络技术在商务领域应用的课程教育。我国物流管理专业的高等教育起源于20世纪90年代初期,1998年在教育部新一轮的本科专业目录修订时,将市场营销、物流管理、商品学三个本科专业合并调整为市场营销专业。2000年,根据现代物流业发展和我国加入WTO后的需要,教育部批准从2001年起在专业目录外重新开设物流管理本科专业。

统计数据显示:截止2006年6月,有305所高等院校(本科)、719所高等职业院校开设电子商务专业;219所高等院校(本科)、470所高等职业院校开设物流管理专业。

电子商务、物流管理作为新兴的并且在不断快速发展的学科,进入大专院校作为新建专业的时间并不长,在校大学生的人数却逐年递增。但是,随着毕业生陆续走出学校,电子商务、物流管理相关知识的多样性与教学手段、实验室建设相对落后的矛盾越来越凸显出来,特别是如何加强实践教学,提高学生分析问题和解决问题的能力,有效解决高校毕业生就业难与大量企业找不到合适的电子商务物流人才的矛盾,已经引起了有关方面的高度重视。

2006年7月,在由教育部高教司主办,21世纪中国电子商务网校与对外经贸大学承办的“全国首届电子商务与现代物流实践教学骨干教师高级研修班”上,与会代表达成共识:要逐步完善与规范实践教学大纲;要编写实践性强的电子商务物流教材,强化案例教学的教材建设;实践教学要面向实际、面向社会、面向企业;要加强电子商务物流实验室建设;要积极推进电子商务物流的职业培训,包括电子商务师、物流师、条码技术资格证书等。

由于社会对于那些既懂电子商务又懂物流管理知识的复合型人才需求旺盛,而掌握专业知识不系统、理论不能联系实际、实践能力不强的学生,是不能满足社会需求的。因此许多高校都积极地将物流管理专业与电子商务专业相融合,培养既懂电子商务又懂物流管理的复合型人才,以适应社会对这类人才的需求。

国内关于电子商务和物流管理方面的教材非常多,但是无论电子商务方面的案例教材还是物流管理方面的案例教材都相对较少,将电子商务与物流管理

相结合的案例教材更少。通过案例教学,将理论与实践相结合,有助于学生更好地理解有关电子商务和物流管理方面的理论,掌握电子商务物流管理的实际应用技能。出于对以上问题的考虑,我们编写了《电子商务物流管理案例评析》一书。

本书的第一章和第二章详细分析了国内外大型物流企业的网站案例,通过对国内外大型物流企业网站的全景描述和深入分析,使学生对物流企业的电子商务前台应用系统有了初步的认识。本书的第三章介绍了国内外大型物流企业的电子商务应用案例,深入分析了国内外大型物流企业电子商务的后台支撑系统以及后台应用系统与前台应用系统的结合。学生通过对物流企业电子商务应用案例的学习,能够全面深入地了解物流企业电子商务应用知识,达到理论与实践相结合的目的,帮助学生更好地适应企业对电子商务人才的要求。

在本书的编写过程中,得到了教育部高教司、商务部信息化司、全国物流信息管理标准化技术委员会、中国物流与采购联合会物流规划研究院、中国电子商务协会高等院校工作委员会等单位的大力支持。

教育部高教司和商务部信息化司于2005年6月10日下发了《关于推动有关高等学校进一步加强电子商务理论与实践研究的通知》(教高[2005]10号)。全国物流信息管理标准化技术委员会、中国物流与采购联合会物流规划研究院、中国电子商务协会高等院校工作委员会也于2006年4月7日联合下发了《国内外大型物流企业电子商务网站调研通知》,使编者得以能够顺利进入相关物流企业,开展调研活动。

本书由21世纪中国电子商务学校校长、北京交通大学张铎和商务部信息化司司长王新培共同主编。国内企业和高校的众多专家参与了本书的编写。第一章“国外大型物流企业电子商务网站案例”中第五节“TNT Post Group 网站案例”由中央财经大学孙宝文编写。第二章“国内大型物流企业网站案例”中,第二节“中国海运(集团)总公司网站案例”由东华大学汤兵勇编写,第四节“中国物资储运总公司网站案例”由南开大学刘秉镰编写,第六节“广东南粤物流股份有限公司网站案例”由华南理工大学祁明编写。第三章“物流企业电子商务应用案例”中,部分案例为2005年商务部和教育部共同组织并委托全国12所高校进行的“电子商务促进与推广项目”中部分高校承担的电子商务优秀案例。其中“大连锦程国际物流集团电子商务应用案例评析”、“大连口岸物流网有限公司电子商务应用案例评析”由东北财经大学田青、李宏林、李洪心和黄炜合等编写,“DHL电子商务的运作方式:既要电子也要商务”、“联邦快递:信息技术奠基电子商务”、“拥有独门之道的UTi供应链方案”、“信息化:福田物流发展的源动力”由北京工商大学何明珂、李景涛、郭蓬舟、常金荣等编写,“上海亿通国际股份有限公司电子商务应用案例研究”、“远成集团有限公司电子商务应用案例”

由上海海事大学物流研究中心编写,“物流企业门户网站研究”由东华大学汤兵勇编写,“邮政企业直复营销研究”由中央财经大学孙宝文编写,“中外运集团公司电子商务应用案例”由对外经济贸易大学信息学院编写。本书的其他章节,分别由商务部信息化司的石伟光、申屠晓琦、白海龙等编写,北京交通大学、21世纪中国电子商务网校的郭江明、寇贺双、姚志刚、刘娟、李赞、李维婷、刘露、郑宁、赵睿等参加了本书的编写工作。

在本书的编写中,借鉴了国内外许多专家学者的学术观点,参阅了许多报纸、期刊和网站的报道资料,在此特别鸣谢。

由于时间仓促和水平有限,书中难免有不妥之处,敬请读者批评指正。

编者

2006年10月

教学支持说明

建设立体化精品教材,向高校师生提供系列化教学解决方案和教学资源,是高等教育出版社(集团)“服务教育”的重要方式。为支持相应课程的教学,我们向采用本书作为教材的教师免费提供教学课件。

为保证该课件仅为教师获得,烦请授课教师填写如下开课情况证明并寄出(传真)至下列地址。

我们的联系办法:

地址:北京市朝阳区惠新东街4号富盛大厦21层 文科中心 管理分社

邮编:100029 电话:010-58581020/1771

传真:010-58581414 E-mail:guanli@hep.com.cn

证 明

兹证明_____大学_____系/院第_____学年开设的_____
_____课程,采用高等教育出版社出版的_____
_____(书名和作者)作为本课程教材,授课教师为_____,学生_____
_____个班共_____人。

授课教师需要与本书配套的教学课件为:

地址:_____

邮编:_____

电话:_____

E-mail:_____

系/院主任:_____ (签字)

(系/院办公室盖章)

20__年__月__日

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581896/58581879

传 真：(010) 82086060

E - mail：dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街 4 号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)58581118

目 录

第一章 国外大型物流企业电子商务网站案例	1
第一节 美国联合包裹服务公司——UPS 网站案例	1
第二节 德国邮政全球网络 (Deutsche Post World Net) 网站案例	17
第三节 马士基 (Maersk/A. P. Moeller) 网站案例	41
第四节 Ryder 网站案例	75
第五节 TNT Post Group 网站案例	97
第六节 Expeditors 网站案例	127
第二章 国内大型物流企业网站案例	143
第一节 中远集装箱运输有限公司网站分析	143
第二节 中国海运 (集团) 总公司网站案例	166
第三节 中国对外贸易运输 (集团) 总公司网站案例	180
第四节 中国物资储运总公司网站案例	190
第五节 嘉里大通物流有限公司网站案例	197
第六节 广东南粤物流股份有限公司网站案例	215
第三章 物流企业电子商务应用案例	232
第一节 上海亿通国际股份有限公司电子商务应用案例研究	232
第二节 中海集团物流有限公司电子商务应用案例研究	238
第三节 大连口岸物流网有限公司电子商务应用案例评析	248
第四节 大连锦程国际物流集团电子商务应用案例评析	258
第五节 DHL 电子商务的运作方式:既要电子也要商务	266
第六节 不老的大雁——广东电子邮政	272
第七节 联邦快递:信息技术奠基电子商务	284
第八节 信息化:福田物流发展的源动力	291
第九节 拥有独门之道的 UTi 供应链方案	302
第十节 远成集团有限公司电子商务应用案例	312
第十一节 物流企业门户网站研究	316
第十二节 邮政企业直复营销研究	329
第十三节 中外运集团公司电子商务应用案例	348

第一章 国外大型物流企业 电子商务网站案例

第一节 美国联合包裹服务公司——UPS 网站案例

一、企业介绍

(一) 公司概况

UPS(全称为 United Parcel Service of America, Inc., 中文译名为美国联合包裹服务公司)始创于 1907 年,是全球规模最大的运输公司,可为客户提供涉及物流、信息流和资金流等领域最全面的电子商务和供应链解决方案,同时也是全球著名的特种运输服务供应商。每天为世界上 200 多个国家和地区的 790 万个客户运送 1 360 万件包裹和文件。UPS 还是拥有世界上最大的货运航空机队之一,以 36 万人的全球员工人数跻身于全球最大的雇主企业之一。

UPS 作为一家信使公司成立于美国,通过明确地致力于支持全球商业的目标,UPS 如今已发展到拥有 360 亿美元资产的大公司。如今的 UPS,或者称为联合包裹服务公司,是一家全球性的公司,其商标是最知名的商标之一。作为世界上最大的快递承运商与包裹递送公司,UPS 同时也是专业的运输、物流、资本与电子商务服务的领导性的提供者。UPS 每天都在世界上 200 多个国家和地域管理着物流、资金流与信息流。

UPS 现拥有商店 3 900 个,UPS 营业店 1 500 个(全球),UPS 服务中心 1 000 个,授权服务点 17 000 个,UPS 投递箱 40 000 个。UPS 自身拥有一支 268 架喷气飞机的航运队伍,已成为 9 大航空公司之一,以快递承运与包裹递送为主要经营内容。其网络承担着占全球 GDP2% 的物流,每天拜访 200 万个客户,收取 1 300 万个包裹,然后投递到 700 万个客户的手中。每个工作日,该公司为 180 万家客户送邮包,收件人数目高达 600 万。

该公司的主要业务是在美国国内并遍及其他 200 多个国家和地区,已经建立起规模庞大、可信度高的全球运输基础设施,开发出全面、富有竞争力并且有担保的服务组合,并不断利用先进技术支持这些服务。该公司提供物流服务,其中包括一体化的供应链管理。

1993年,UPS成立UPS全球物流公司。到1999年,公司变成了集团,服务范围也由开始的包裹陆运延伸到陆运、空运、技术支持和信息咨询。2002年,迈克尔·埃斯丘担任总裁后,成立了UPS供应链解决方案公司,将UPS的业务扩展到以物流、快递、金融、供应链咨询为核心的全方位第四方物流管理。现在的UPS供应链集团由UPS资本公司、UPS物流集团、UPS货运服务公司、UPS邮件业务创新公司与UPS咨询公司共同组成。

(二) 业务介绍

1. 业务划分

UPS的业务主要分为三块:第一块是美国国内包裹业务,这主要包括美国国内限时包裹投递。第二块是国际包裹业务(包括过境邮件和非美国的国内邮件)。第三块是非包裹业务,这部分业务约占总收入的5%,约合16亿美元。非包裹业务包括物流、货运、邮件和金融服务。

UPS的主要业务包括:物流与配给、运输(包括空运、海运、公路运输、铁路运输)、货运代理、国际贸易管理和清关代理。

UPS的特别业务包括:服务零配件物流、技术维修和配置、供应链设计和计划、退货管理和紧急零配件递送。

2. 业务分布

UPS业务覆盖非洲、亚洲、大洋洲、欧洲、中东、南美洲和北美洲等全球绝大部分国家和地区。UPS的业务收入按照地区和运输方式来划分,呈现出不同的分布特点。从地区来看,美国国内业务占总收入的89%,欧洲及亚洲等业务占11%。从运输方式来看,国内陆上运输占54%,国内空运占19%,国内远程运输占10%,对外运输占9%,非包裹业务占4%,其他方式占4%。

3. 业务特点

在全球范围内,UPS提供的是一站式服务,通常客户希望与一个承运人打交道就能够办妥所有的事情。因此,在过去的几年中,UPS将自己定位于一站式承运商和供应链解决方案供应商。

(1) UPS所提供的供应链不只是包括产品本身,还包括高度协调的功能和流程,UPS还为客户提供从产品设计、生产、渠道建设直到将产品送到最终客户手中的各个阶段的相关人员支持。

(2) UPS在供应链的任何一点为顾客提供资金往来、信息技术和实物配送的解决方案。

二、UPS 信息系统

UPS有489套客户应用软件,这似乎有些不可思议。但UPS的首席信息官

(CIO)戴夫·巴恩斯(Dave Barnes)认为这些软件都是根据不同客户的不同需求构建的。尤其重要的是,UPS 最近几年一直在致力于将自己的一些客户端软件整合到客户的应用系统中,比如,客户用的是 SAP 或者 Oracle 的 ERP 系统,UPS 就会将自己的系统整合到 ERP 系统中。

现在,UPS 主要给客户提供五种工具:

第一种是最早的也是最简单的工具 ups.com。这是一个针对非常规客户的查询系统,客户提出货运要求,快递一旦开始,客户就可以根据账单号到网站随时查询货物信息。第二种是 UPS Internet Shipping,它具备了交递、下订单以及网上付费的功能。不过,以上两种软件大都以服务和查询为主。

后三种工具则面向企业级、常规的客户。其中,客户可以利用 Tradebility 查询国际送货的政策和法规。而 UPS Worldship 则更具客户特性,它是一套自动付费系统,与客户目前的 IT 系统对接。也就是说,客户的货物只要一下线,UPS 的工作人员就已经等在工厂门口,在第一时间将货物送到所需地点。现在全球已经有 57 万客户使用了这套系统。UPS CompusShip 则专为集团企业、跨国企业而设计,让集团总部可以随时掌握下属企业的交货情况,方便控制成本。

这五种工具全是 UPS 自有的免费产品,而且 UPS 有一套专业的实施队伍,根据客户的实际需求,帮助他们选择某一种工具,并将该工具与客户现有的系统很快进行融合。

UPS 在全球与很多 IT 企业建立了互为客户的关系。UPS 的 IT 系统以及 IT 规划大都由 IBM 负责提供实施或服务,更直白地说,UPS 将 IT 维护外包给 IBM。正因为将 IT 维护外包给更擅长 IT 的 IBM,UPS 才可以将自己的注意力放在与业务更相关的 IT 建设上,如一些终端的研发、客户端应用系统的开发等。

三、UPS 网站介绍

UPS 网站由三类网站群组成:UPS 网上电子商务网站群、UPS 下属子公司网站群、UPS 信息服务网站群。

(一) UPS 网上电子商务网站群

UPS 网上电子商务网站群主要突出了 UPS 的网上业务,它以 UPS 的快递和企业供应链设计为主,围绕这两类业务,使用了先进的 Portal 技术将 UPS 的网上业务按照全球地区划分,客户输入 www.ups.com 网站网址后进入一个 UPS 地区选择页面,在列表框中列出了 UPS 公司能够提供服务的国家和地区。客户通过选择所在的国家 and 使用的语言,便进入了 UPS 为该国顾客设立的网上业务的网站。图 1-1 显示了 UPS 中国电子商务网站的首页。

网站的内容按照业务的流程组织,而且提供了详细的辅助信息。以办理快

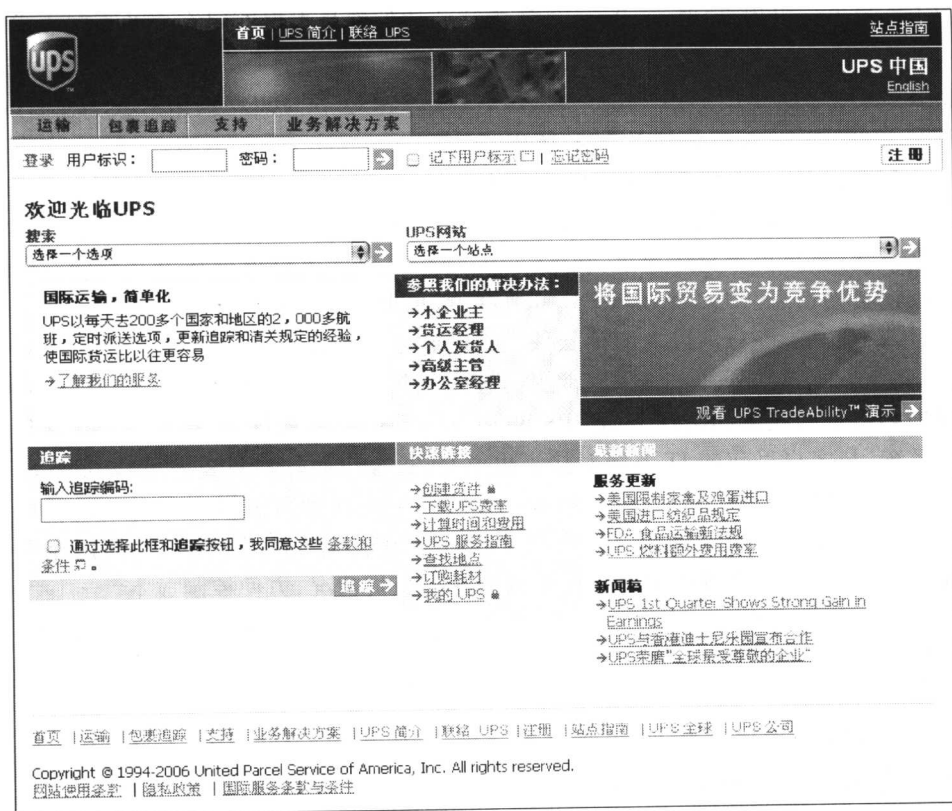


图 1-1 UPS(中国)电子商务网站首页

递业务为例,网站提供了方便的网上快递工具,使客户能够顺利地在网上完成快递业务操作。

1. UPS 提供的运输服务

(1) 寄件业务,包括:全球特快加急服务、全球特快服务、全球快捷服务。UPS 还为客户提供了多种特殊寄件服务,包括:UPS 10 公斤及 UPS 25 公斤箱、递送确认、UPS Exchange Collect、通知服务、递送证明(P. O. D.)、星期六递送、UPS、Rade Direct、World Ease。此外,UPS 提供的增值服务包括清关和报关服务。

(2) 接收业务,包括:全球特快服务、全球快捷服务。UPS 还为客户提供其他收件服务,包括:World Ease、清关和报关服务等。

2. 资费 and 运输时间查询功能

通过网站提供的该项功能,能够帮助客户查找 200 多个国家和地区的所有可用的 UPS 服务的递送日期和时间。客户还可以使用“计算时间和费用”功能

来确定 UPS 提供服务的许多国家或地区中一系列 UPS 服务的运输费用。在网页上可以看到关于递送时间的更多信息:国际递送日期和时间用于门到门服务,包括海关清关。特定物品和高价值货件可能需要额外的运输时间,用于海关清关。对一些偏远地区的服务可能需要额外的递送天数。运输费率不包括关税、税款或其他非常规海关报关费用。客户的最终运输费用可能根据客户的发货人的特征以及实际提交给 UPS 的包裹的特征和请求的服务而不同。因此,网站提供了相应费用的查询功能,包括:附加费用、边远地区额外费用、燃料附加费。

3. 分支机构联系方式

在 UPS 中国区网站上,提供了中外运 UPS 国际快递有限公司操作中心、北京赛特大厦、UPS 上海代表处、UPS 广州代表处等 UPS 分支机构的联系方式,包括地址、电话、邮编、传真等。

4. 网上创建货件

不管客户是一个月发送一个包裹,还是一天发送几个包裹,“UPS 因特网运输”在网上为客户提供了最快和最方便的运输解决方案。仅通过客户的计算机就可以获知本行业最完全的运输选择方式部署。客户所需要的只是登录 UPS 的网站,注册“我的 UPS”和用于付款的信用卡或 UPS 账号。

注册了“我的 UPS”后,可立即开始为客户的货件创建标签。只要提供了地址和服务信息,客户就可以打印标签了。在客户完成当天的运输请求后,UPS 为客户提供以下几种取件方式:

(1) 定期“每日取件”的客户可将网上订单所要递送的包裹交给 UPS 的工作人员。

(2) 将包裹交给 UPS 驾驶员。不管 UPS 驾驶员是在上午为客户递送包裹,还是在下午经过客户的地点,他们都接收网上订单所要递送的包裹。

(3) 将客户的包裹运到授权的运输渠道或 UPS 客户柜台。

(4) 在 UPS 方便的 UPS 投递点投递客户的信件和包裹。

网上创建货件的主要优点是:在通讯录中可存储多达 2 000 个地址;访问货件详细信息和追踪数据的保存期达 90 天;定制首选项以进行快速、简单的运输;不需要运输软件,通过浏览器直接实现业务网上操作;一次运输多个包裹。

5. 安排取件

通过“UPS 电话取件”服务,UPS 将到客户那里提取包裹。为了方便客户,UPS 提供了以下服务方式:

(1) 每日取件。UPS 驾驶员将每天都在客户的地点停车,不管客户在那天是否有货件。

(2) 当天取件。在一些选择的区域提供当天取件。

(3) 不定期取件。UPS 将根据客户的请求不定期地提取客户的包裹。

要安排取件,可以联络当地的 UPS 客户服务中心。

6. UPS 标签、资料袋和其他物料

(1) 订购物料。通过 UPS 可方便地进行运输。客户可从免费提供给客户的各种包装中选择。对于任何级别的 UPS 服务,还可以使用客户自己的包装,只要它符合基本的 UPS 尺寸和重量标准就可以了。要订购物料,可以联络 UPS 客户服务中心。

(2) 包装物料。可以查看在客户所在的国家或地区可用的 UPS 包装物料。例如:

(1) 信封。从网页上可以阅读到关于用于文件和信函的紧急货件的低成本快递信封的详细信息。

(2) 资料袋。从网页上可以阅读到 UPS 关于用于紧急运输较重文件的扁平的资料袋的信息和规格。

(3) 包装箱或包装筒。从网页上可以阅读到用于多种形状的货件的快捷包装箱和三角形筒管的使用说明和指示。

(4) 表格和标签。可以从网上获得 UPS 的运输表格和标签的信息。

7. 运输中可以使用到的工具介绍及其特点

运输中使用的 UPS TradeAbility 国际通用工具主要是用来管理跨国贸易。

随着客户国际运输需求的增长,客户公司需要一个可靠的助手,帮助其以遵守规章、及时高效的方式管理跨国货运。无论客户是需要协调关税代码、估算到岸成本,抑或是需要最新规章信息,如今客户都可以使用 UPS TradeAbility™ 提供的、以信息为基础的全套服务获得。

UPS TradeAbility 国际通用工具提供的服务项目有:

(1) Harmonizer——迅速准确地为客户的产品找到协调关税代码。

(2) Landed Cost——估算国际货件的到岸成本,包括适用的关税、手续费、税款和运费。

(3) Denied Party Screener——使用单一资源搜索受限贸易方或禁运国家或地区。

(4) Import Compliance——确保客户的进口货件符合特定国家或地区的贸易管制、规程、关税、法律及行政管理规定。

(5) Export License Detector——预先了解美国政府出口许可规定及特例。

(6) Forms——在线填写表格或浏览 PDF 文件资料库,以协助客户办理货件进出口事宜。

8. 包裹追踪

除了递送客户的包裹外,UPS 还递送有关客户包裹的信息。无论客户是使

用货件追踪信息以提高其账本底线,或只不过是获得客户内心的宁静,UPS 提供以下几种方法来帮助客户检查货件状态。每种方法的介绍后都有可以直接进入实际操作或更细致了解的页面链接,并且旁边都附有相关的服务,以使用户查询。

(1) 包裹追踪的方式包括:使用包裹追踪编码;使用参考编码追踪包裹;通过电子邮件追踪包裹;使用“我的 UPS”增强的包裹追踪;UPS 签名追踪;用 UPS “因特网运输”工具追踪包裹。

(2) 包裹追踪中可以使用到的工具及其特点

Quantum ViewSM 管理工具将客户正在收发包裹的最新信息送到客户的手边,使客户能够完全了解所有运输活动,从而改善客户货件的可见性。客户可预先访问即时信息,以帮助客户节省时间、降低成本并改善客户服务。

Quantum View 管理工具的特点

- 无需特殊 IT 系统安装或支持,就可将运输状态信息送到客户的手边。
- 其设计让任何掌握计算机基本操作技能的人都可使用。
- 包裹处理、运输和到达时间以及可能受阻原因均一目了然。
- 可以定制表格、搜索和设置首选项,包括例外情况和递送提醒。

Quantum View 管理工具的好处

- 如果货件延误,可为客户提供最新信息,以免客户投诉。
- 无需跟踪编码即可跟踪货件状态,有助于节省时间,并改进内部程序。
- 到货后立即向客户的客户收款,加快资金周转。
- 改善运输可见性,使客户能够了解动向、修改策略和提高效率。

9. UPS 业务解决方案

(1) UPS 如何帮助客户改善业务

在 UPS 业务解决方案的页面中,选择一个链接,以查看能够为不同的客户提供帮助的 UPS 解决方案,或者在下面查看 UPS 全套的服务组合,在当前页面下,UPS 提供了为五种不同身份的客户设计的方案。点击进入链接,UPS 为每种客户提供的服务方案都有相应的链接,可以使使用者直接了解详细情况。宣传语如下:

“我是一名高级主管”。客户想加快进入市场的速度吗? 客户想简化复杂的全球供应链吗? 客户想改善客户服务吗? 客户想加快现金流动吗? UPS 能够以远远超越单纯货箱运输的创新性服务,帮助客户实现这些目标。

“我是一名小企业主”。UPS 理解经营一个小企业所面临的挑战。UPS 知道,客户的事务繁多,时间宝贵。UPS 的技术解决方案和便利服务将帮助客户缩短花在货物运输方面的时间。

“我是一名货运经理”。UPS 不仅能够为客户取件和递送包裹,而且还能为

客户提供更多服务。能够为客户提供技术解决方案,以提高客户的运输效率,包括追踪客户所有的入境和出境货件。

“我是一名办公室经理”。客户肩负着诸多重任。UPS 能够帮助客户更加高效地完成客户的运输任务。如何完成? 通过 UPS.com 以及 UPS 众多便捷的业务网点为客户提供多种服务,而客户只需举手之劳。

“我是一名个人发货人”。UPS 让客户能够在线获得其所需要的一切,包括货件运输和追踪,从而使运输变得易如反掌。选择 UPS,客户会感觉更加放心,客户的重要包裹将准时送到客户的朋友与家人手中。

(2) 业务解决方案中,客户可以使用到的服务组合工具及其特点

无论客户的业务是跨越亚洲还是遍及全球,UPS 均可提供最符合客户需要的业务解决方案。

① UPS TradeAbility 国际通用工具,在前面已经介绍过,这里不再赘述。

② UPS Exchange Collect——改善客户的资金周转且降低客户与国际贸易伙伴交易的风险。

UPS Exchange CollectSM 为客户提供集快速、安全、简单于一身的国际贸易付款方式。

③ UPS Trade Direct——简化客户的国际供应链。

借助 UPS 全球网络的广泛度和可靠性,UPS Trade DirectSM 可为客户提供国际货物装箱、多模式运输、海关清关以及直接运抵目的地国家或地区内的多个地址的服务,所有这些均可通过单一资源完成。

④ UPS World Ease——将多个货件分组为一个货件用于出口到特定国家或地区。

UPS World EaseSM 是一种全球集中式清关服务,它可使客户将目的地为一个国家或地区的多个货件分组为一个货件。这就可以使用一个进口商记录进行集中式海关清关。UPS World Ease 是一项仅基于合同的服务,其定价基于合同条款。

⑤ UPS CampusShip——保障客户的成本底线。

如果客户的公司内有很多员工共同分担托运的工作,UPS CampusShip® (一项基于网上的,由 UPS 代管的运输系统)就是专为满足这种需要而设计的。利用互联网的链接,员工可通过操作任何一部计算机运输他们的包裹和信件,同时管理层也可控制所有的运输。

⑥ WorldShip——客户通往全球供应链的链接。

不管在办公室还是专门的发货室,WorldShipTM 都能提供完整、可靠的运输方案。无论客户使用的计算机是单机还是局域网,都能享受到 UPS 国际化的专业服务带来的好处。