

> 中等职业学校物流服务与管理专业课程改革教材 >

快递基础

张敏霞 毛宁莉 主编



高等教育出版社

中等职业学校物流服务与管理专业课程改革教材

快 递 基 础

Kuaidi Jichu

张敏霞 毛宁莉 主 编

高等教育出版社·北京

内容简介

本书是中等职业学校物流服务与管理专业课程改革教材。

本书主要内容包括: 走近快递服务, 国内快递业务, 国际及港、澳、台快递业务, 快递服务标准, 快递信息技术, 快递法律、法规, 快递职业标准。

本书可供中等职业学校物流服务与管理专业使用, 也可供快递、物流从业人员参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

快递基础 / 张敏霞, 毛宁莉主编. -- 北京: 高等教育出版社, 2014.5

ISBN 978-7-04-039455-9

I. ①快… II. ①张…②毛… III. ①邮件投递-中等专业学校-教材 IV. ①F618.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 056330 号

策划编辑 黄 静
版式设计 于 婕

责任编辑 黄 静
插图绘制 杜晓丹

特约编辑 李 芸
责任校对 刘丽娟

封面设计 于 涛
责任印制 刘思涵

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 100120
印 刷 北京市密东印刷有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 10
字 数 230千字
购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598
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>
版 次 2014年5月第1版
印 次 2014年5月第1次印刷
定 价 26.20元(含光盘)

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 39455-00

前 言

随着互联网的普及以及电子商务的蓬勃发展,快递服务作为一种先进的运输服务方式受到社会的普遍欢迎。快递服务的快速发展急需大量的技术技能人才,而职业学校正是快递人才培养的基地。为了培养快递企业适用的人才,必须加大快递人才培养的力度,努力扩大快递专业人才规模,提高快递从业人员的职业素质和专业技能。为此,根据教育部颁布的《中等职业学校专业目录》、《中等职业学校物流服务与管理专业教学标准》,高等教育出版社组织编写了物流服务与管理专业快递方向系列教材,本书是其中之一。

本书主要任务是通过对快递业的介绍,使学生走进快递行业,知晓快递业务与其操作流程,使学生了解快递行业的工作环境与服务标准,使学生能独立操作、分析和解决简单快递业务问题。它主要为学生搭建一个形象的、相对完整的知识框架,并为学生进一步深入学习快递实务、快递运营、电子商务与物流等快递专业知识奠定基础。

本书在教学设计和内容安排上,针对物流服务与管理专业的培养目标和中职生的学习特点,以就业为导向,以学生为主体,着眼于学生职业生涯发展,注重职业素养的培养,有利于课程教学改革。采用项目教学法,以任务驱动的模式组织教学。本书的特色表现在:

1. 在章节的设计上改变传统章节设计的模式,采用一个个项目的形式,使学生对快递、物流知识产生好奇心,激发学生的学习兴趣。

2. 在标题设计上统一采用动宾结构。如“快递服务的含义”这样的标题采用“认识快递服务”,“快递作用”采用“分析快递作用”,体现的是“要学生做什么”,而不是“要告诉学生什么”。

3. 在教学内容的设计上通过任务驱动的教学模式,使学生理解快递各种业务的基本流程,知晓快递企业的技能要求和对快递人才素质的要求,促进学生形成职业意识,帮助学生做好职业生涯规划,实现做中学、学中做的目的。

4. 在教学方式上通过案例分析、PPT 课件、视频、图表等教学手段开展课堂教学,从而激发学生的学习兴趣,明确学习的目标,树立良好的职业意识,为学生进入快递企业工作做好铺垫。

本书层次分明、语言通俗易懂、图表丰富。每个项目内容包括项目目标、任务描述、任务准备、任务实施、课堂练习、任务评价、拓展提升等内容。

在本书的编写过程中得到了编者所在地邮政管理部门和快递企业的大力支持,在此表示感谢!

本书由江西省商务学校张敏霞、浙江公路技师学院毛宁莉任主编,全书由张敏霞统稿。其中,项目一、项目三由张敏霞编写,项目二、项目五由江西省商务学校杨韧编写,项目四、项目六由北京市商业学校孙明燕编写,项目七由毛宁莉编写。

编写教学改革教材是一项具有挑战性和探索性的工作,由于时间仓促,不足之处在所难免,敬请选用本书的师生和读者提出宝贵意见,以便我们进行修改和完善。读者意见可发送至信箱:zz_dzyj@pub.hep.cn。

编 者

2013 年 11 月

目 录

项目一 走近快递服务	1
任务一 认识快递服务	1
任务二 分析快递作用,认识快递企业	9
任务三 区分快递与物流	13
任务四 分析快递服务与电子商务	18
项目二 国内快递业务	24
任务一 区分国内快递业务的种类	24
任务二 描述国内快递业务流程	33
任务三 识别快递禁限寄货物	43
项目三 国际及港、澳、台快递业务	49
任务一 认识国际快递业务	49
任务二 分析国际快递业务操作流程	55
任务三 认识港、澳、台快递业务操作流程	62
任务四 认识国际快件通关流程	67
项目四 快递服务标准	74
任务一 认识快递服务网络	74
任务二 分析快递服务环节的要求	81
任务三 掌握快递服务改进的措施	87
项目五 快递信息技术	93
任务一 认识快递信息管理系统	93
任务二 认识快递条码阅读器	101
任务三 认识快递服务常用信息技术	108
项目六 快递法律法规	115
任务一 认识快递业务相关法律	115
任务二 分析快递业务的法律责任	121

任务三 熟识道路交通法规	127
项目七 快递职业标准	132
任务一 认识快递职业基本要求	132
任务二 认识快递职业工作要求	139
任务三 认识快递职业资格等级	144
参考文献	150

项目一 走近快递服务

项目目标

1. 认识快递服务的定义与特点；
2. 了解快递的发展历程与趋势；
3. 知晓快递业务和快递企业的分类；
4. 知悉快递行业在社会经济中的作用；
5. 熟悉快递与物流的联系与区别；
6. 掌握快递与电子商务的关系。

任务一 认识快递服务

快递服务是市场经济的产物,提供的是个性化、商业性的寄递消费服务。快递服务业务实行“门到门”、“桌到桌”的直达式服务,与原有的海陆空运输企业互不相通的单一运输方式以及邮政普通服务那种保证送达,但时间长、时效性差的传统寄递方式相比较,更加快捷、安全,适应了当今世界国际贸易和经济全球化快速发展的要求,市场前景广阔。

任务描述

随着互联网普及以及电子商务的蓬勃发展,快递服务作为一种先进的运输服务方式受到社会的普遍欢迎,网上购物越来越成为现代人生活的一部分。2010年、2011年、2012年的11月11日^①,淘宝商城的成交额分别是9.63亿、33.6亿、119亿,成交额快速增长,其中75%的货物寄递是通过快递完成的。人们为什么青睐快递服务?快递服务与邮政基本寄递业务有何不同?

任务准备

一、分析快递服务的含义

(一) 认识快递服务的定义

2008年1月1日开始实施的《中华人民共和国邮政行业标准——快递服务》明确规

^① 近几年,民间约定俗成称11月11日为“光棍节”。

定:快递服务是快速收寄、分发、运输、投递(派送)单独封装的、具有名址的快件或其他不需储存的物品,按承诺时限送达收件人或指定地点、并获得签收的速递服务。故快递又称速递,快递服务属于邮政业。

(二) 认识快件

快件是快递企业按承诺时限依法快速递送的信件、包裹、印刷品的总称。《中华人民共和国邮政行业标准——快递服务》明确规定快件的总量与规格:快件单件总量不宜超过 50 千克;单件包装规格任何一边的长度不宜超过 150 厘米,长、宽、高三边长度之和不宜超过 300 厘米。

二、认识快递服务的种类

(一) 按寄递范围分类

快递服务按快件寄递范围分为国际、国内异地、同城三大类。

1. 国际快递服务

国际快递服务是指寄件人和收件人分别在中国和其他国家或地区的快递服务。一般将港澳台快递市场与国际快递市场归为一类。国际快递服务一般是通过航空运输完成,提供的是高端快递服务,是快递行业利润率最高的业务。

2. 国内异地快递服务

国内异地快递服务是指寄件人和收件人分别在国内不同城市和地区的快递服务。它包括区域内和区域间的快递服务。区域内的快递服务主要通过公路运输和铁路运输完成,区域间的快递服务主要通过航空运输完成。国内异地快递服务是快递服务的主要业务,业务量和业务收入分别占快递业务总量和总收入的 70% 和 50% 以上。

3. 同城快递服务

同城快递服务是指寄件人和收件人在国内同一城市的快递服务。同城快递服务使用交通工具简单,如电动车、摩托车,甚至自行车。业务流程简单,业务开展容易,它是目前快递市场增长最快的服务。

(二) 按运输方式分类

快递服务按快件的运输方式分为航空快递、公路快递、铁路快递三种。

1. 航空快递

航空快递主要依托航空公司和机场,为客户提供快速的运输服务,是远距离快递服务的最常用方式。目前大的快递公司如顺丰速运、美国联合包裹(UPS)等拥有自己的飞机,承担区域间或国际间的运输任务。

2. 公路快递

公路快递主要通过汽车从事中、短距离的快递服务,并为航空快递、铁路快递提供衔接运输服务,适合同城、区域内的快递服务,是目前快递量最大的快递方式。

3. 铁路快递

铁路快递主要是通过铁路快运完成快件的运输服务,它运量大、安全性高,时间比较

准确,但由于铁路一般是大批量运输,不太适合快递小件物品,一般较少使用铁路快递。

三、了解快递服务发展历程与趋势

(一) 快递服务的起源

古有驿马,今有快递。

快递服务在我国古代经历了“步传、车传、马传、驿站传递、新式邮政”的发展过程,主要用于公文传递,带有明显的官方色彩,到明朝永乐年间出现了专业的民邮机构——民信局。国外古代也有快递活动。

20 世纪初期,随着资本主义经济迅速发展,现代快递服务诞生了。1907 年 8 月,美国联合包裹服务公司(UPS)创始人吉姆,用 100 美元注册资金,在华盛顿州西雅图市创建了美国信使公司。吉姆雇佣十几名员工担任信使,利用市内的几个服务网点,通过接听客户电话,指派距离最近的信使前去收件,然后按发件人的要求和时限送到收件人手上。这就是现代快递的开端。

20 世纪 60 年代末,国际贸易发展迅速,贸易单证、样品、商务函件、文书的及时传递非常重要。1969 年 10 月美国大学生达希尔与赫尔布罗姆、林恩在旧金山成立了 DHL 航空快件公司,主要经营国际快递业务,从此开创国际快递的先河。

(二) 我国快递服务的发展历程

1. 起步阶段——20 世纪 70 年代末至 90 年代初

1978 年我国实行改革开放,推行外向型经济发展模式,国际贸易迅猛发展,贸易双方都需要快速传递与贸易有关的文件。1980 年 6 月我国批准中国对外贸易运输总公司与日本海外新闻普及株式会社(OCS)签订国际货物运输代理协议,由中国对外贸易运输总公司代理 OCS 公司开展将日本报刊、商业函件递送给日本驻华机构和企业的服务业务。日本 OCS 公司是进入我国的第一家国际快递企业。

1980 年,中国邮政开办了国际特快专递业务,开大陆快递业之先河,并于 1984 年开办了国内特快专递业务,1985 年成立中国速递服务公司(EMS),专营国内国际快递业务。

小贴士:

EMS

中国速递服务公司,简称 EMS,是中国邮政集团公司直属全资子公司,主要经营国际、国内特快专递业务,是中国速递服务的最早供应商,也是目前中国速递行业的最大运营商和领导者。EMS 业务通达全球 200 多个国家和地区以及国内近 2 000 个城市。

2. 成长阶段——20 世纪 90 年代初至 21 世纪初

中国快递业真正的发展是在 20 世纪 90 年代,民营快递企业开始发展,1993 年顺丰速运和申通快递分别在珠三角和长三角成立,1994 年,宅急送在北京成立,民营快递公司成为我国快递业的重要组成部分。与此同时国有企业也纷纷加入快递行业,成立快递公司。如民航、中铁成立民航快递、中铁快运。进入 21 世纪以来,四大外资快递巨头:德国敦豪公司(DHL)、美国联邦快递公司(FedEx)、美国联合包裹速递公司(UPS)、荷兰天地快

运公司(TNT)也纷纷以合资的方式抢占中国市场,在我国快递市场占据越来越大的份额。我国快递市场已形成经营主体多元化的格局。

3. 快速发展阶段——21 世纪初至今

进入 21 世纪,我国经济呈现两位数的增长速度,对外贸易年进出口额超过 1 000 亿美元,国外直接投资每年达 600 亿美元以上,有力推动了快递业的快速发展,快递业务量以每年 30% 的速度增长。2005 年我国开放物流与快递市场,快递市场竞争更加激烈。为此国有企业加大发展力度,配备先进设备,注重网络建设,力争占据快递市场主导地位;民营企业网络快速扩张,市场份额不断扩大,经营逐步走向正轨,出现了民族品牌的佼佼者,如顺丰速运、申通快递等快递企业;国际企业逐步摆脱合资模式,成立独资企业,凭借品牌影响力和先进的管理经验及运营模式向国内快递市场渗透,扩大市场占有率。

(三) 我国快递服务的发展趋势

1. 产业规模持续扩大,增长速度仍然较快

我国国民经济的持续快速增长为快递业的发展奠定了广阔的前景。从近几年来快递业务收入的增长速度看,快递业的增长速度是我国国内生产总值增长速度的两倍左右。近年来以网络购物为主体的电子商务发展迅猛,快递服务成为其物流环节的首选,所以电子商务市场将成为我国快递市场的一个主要增长点。预计到 2015 年,快递市场规模将达到年营业额 1 430 亿元,年处理快件量将超过 61 亿件。

2. 兼并重组大势所趋,行业集中度进一步提高

中国登记备案的快递企业已经超过 6 800 家,行业集中度不高,市场上存在着大量的小型快递企业,这些企业存在着小、散、差的问题。截至 2012 年底,我国快递企业中年营业收入超过百亿的仅有中国邮政 EMS 和顺丰两家,缺乏品牌优、连锁网络全、具有国际竞争力的大型快递企业。美国前四大快递公司占全行业份额的 95%,中国前四大快递公司占全行业份额的 50%,行业集中度明显不足。2011 年,国家邮政局出台《关于快递企业兼并重组的指导意见》,五年内将培育一批年收入超百亿的快递企业。所以说,快递产业的并购重组是大势所趋,行业集中度会进一步提高。

3. 农村快递市场加速发展

随着社会经济的不断发展,城镇一体化进程的加快,农村的快递消费需求迅速增长,形成了一定的市场。因此,快递业在城市市场竞争激烈的情况下,开发农村市场成为国内快递公司快速发展的有效途径。在这个过程中,中国邮政利用网络网点资源大力发展农村快递,包括顺丰快递、申通快递在内的众多国内知名快递公司也在逐渐向农村扩展。不久的将来,实现广大农村地区无盲区快递服务将是我国快递产业的一大发展趋势。

4. 快递从业者素质大幅提高

由于快递服务是顶烈日、冒风雨、抢时间的苦差事,很少有高学历者愿意从事这份工作,目前的快递业从业人员素质普遍不高,快递企业重“使用”、轻“培养”用人观念,直接导致我国快递业的散乱局面和竞争力低。随着中国快递公司与国际快递公司的竞争日益激烈,国内快递企业将逐步建立规范的用人制度,加大员工培训投入,定期开展业务和职业技能培训,提高行业竞争力。所以说,快递从业者的素质大幅提高也将是我国快递业未来的发展趋势之一。

5. 政府的指导监管进一步完善

我国快递业发展迅猛,但迄今为止却没有一部专门的快递法。2010 年开始实施的新《中华人民共和国邮政法》虽然有了很大进步,但是仍然延续了“邮政本位”的惯性思维,把快递包含在邮政里面,对很多专门的快递问题仍然没有做出明确的规定。随着我国法律建设的逐步完善,预计将有一部针对快递产业的专门法律出台。另外,随着产业集中度的提高,国家邮政局会进一步规范审批流程和监管程序,细化有关政策,研究解决快递企业兼并重组工作中的重大问题,并重点指导跨省、涉及外资的快递企业兼并重组工作。

任务实施

步骤一:针对任务描述中的问题,分析人们为什么青睐快递服务

人们之所以青睐快递服务,是因为快递服务与邮政基本寄递业务有着很大的区别,满足了客户的快捷、便利、安全等方面的需求。具体原因有以下四个:

原因一:快递服务能够快速寄递快件,满足客户对时限的要求

快递服务的本质反映在“快”字上,快速是快递服务的灵魂。快递公司凭借先进的计算机网络和通信网络及最快的运输工具将商业函件和包裹送到世界各个角落。快递服务标准时限:同城快件不超过 24 小时,国内异地不超过 72 小时,洲际快件不超过 7 天。正如图 1-1 所示的快递广告,其寓意是:快递比消防车来得还快,将快递的快速表达得淋漓尽致。



图 1-1 快递广告 1

原因二:快递服务能够为客户提供便捷的门到门、桌到桌服务

快递公司通过设置收派营业网点、提供人员上门服务、推出特色快递项目等形式为客户提供便捷的快递服务,以满足客户个性化服务的要求。正如图 1-2、图 1-3 所示的快递广告,其寓意是:因为有了快递,国与国、洲与洲之间递送物品,就如楼上楼下的邻居一样方便。

原因三:快递服务能够安全无误地将快件送达收件人手上

快件在快递公司递送网络中封闭运行,处于不间断的运送过程和实时监控状态,保证了快件的万无一失。同时国家对寄递的快件有安全性要求,不得寄递违禁品,进一步保证了快件的完好无损。正如图 1-4 所示的快递广告,其寓意是:无论在何种情况下,快递都会把保护你的快件放在第一位。



图 1-2 快递广告 2

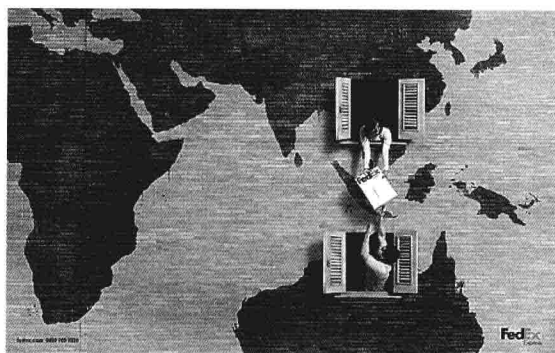


图 1-3 快递广告 3



图 1-4 快递广告 4

原因四:快递服务能够提供业务全程监控和实时查询服务

快递服务不但要依靠快捷的交通工具传递快件,更重要的是信息网络的使用,为快递服务提供了业务全程监控和跟踪服务。从收取快件开始,每一个业务流程环节都要进行信息输入,依据运单号,可以实时查询快件在寄递过程中的动态信息,保证快件顺利寄递。正如图 1-5、图 1-6 所示的快递广告,其寓意是:快递网络无所不在。



图 1-5 快递广告 5



图 1-6 快递广告 6

步骤二:分析快递服务与邮政的基本寄递服务的区别

快递服务从属于邮政行业,但两者在服务标准、价格、服务方式等方面有明显的区别。邮政的基本寄递服务是政府为保障公民通信权益,为社会提供的统一规范、低价普惠的寄递服务,如平信、挂号信的邮寄。邮政的基本寄递服务属于非竞争性质,由政府主导。快递服务是为了满足社会经济的快速发展,为社会提供商业化、个性化的寄递服务,如商业函件、单据、网上购物的商品的寄递,价格比邮政的基本寄递服务高。快递服务属于竞争性质,由市场主导。

课堂练习

某客户向快递公司交来四件单件包装的物品,量得长、宽、高分别是 165 cm、40 cm、30 cm,120 cm、40 cm、60 cm,150 cm、100 cm、110 cm,140 cm、90 cm、90 cm,根据相关规定,以上物品尺寸哪些不符合快件规格?请说明理由。

任务评价

认识快递服务任务评价表

小组名称		成员姓名		
考评项目	分值/分	小组评价	教师评价	实际得分
收集资料全面	20			
归纳总结全面、准确	50			
语言表达流畅	20			
团队意识强	10			
合计	100			

拓展提升

我国快递服务发展状况

1. 市场发展速度快,产业规模大

从1980年起步至今,我国快递业已经有30多年的发展历史。这30多年中,我国快递产业从无到有,并获得了持续、快速的发展,成为21世纪的朝阳产业和国民经济不可或缺的一部分。据统计,我国快递业务量年均增长率达27.23%,日均处理量从2007年的300万件增长到2011年的1300万件。我国快递行业已经成长为增长速度最快、发展潜力最大的新兴战略性服务业,市场规模排名世界第三位,依法取得快递业务经营许可证的企业超过6800家,快递网络营业网点达到6.4万处,快递从业人员已经超过70万人。

2. 竞争格局呈现多元化

目前我国快递业存在着四种类型的企业:一是外资快递企业,包括美国联邦快递(FedEx)、德国敦豪(DHL)、荷兰天地快运(TNT)、美国联合包裹(UPS)等,这类企业具有丰富的经验、雄厚的资金以及发达的全球网络。二是国有快递企业,包括中国邮政(EMS)、民航快递(CAE)、中铁快运(CRE)等,这类企业依靠其背景优势和完善的国内网络而在国内快递市场处于领先地位。三是大型民营快递企业,包括顺丰速运、宅急送、申通快递、韵达快递等,大型民营快递企业在局部市场站稳脚跟后,已逐步向全国扩张。四是小型民营快递企业,这类企业规模小、经营灵活但管理比较混乱,主要经营特定区域的同城快递和省内快递业务。当前,国有、民营、外资快递企业多元共存、相互竞争的市场格局已经形成,快递市场竞争十分激烈。

3. 国内城际快递占主要份额,并且地区发展极不平衡

根据国家邮政局的统计数据,2013年一季度,同城、异地、国际及港澳台快递业务收入分别占全部快递收入的11.1%、57.0%和20.9%,如图1-7所示;快递业务量比重分别为25.6%、71.4%和3.0%,如图1-8所示,可以看出国内异地快递仍然占据了快递市场的主要份额。东、中、西部地区快递业务收入的比重分别为82.3%、9.5%和8.2%,如图1-9所示;快递业务量比重分别为80.3%、11.7%和8.0%,如图1-10所示,可以看出快递业的主要市场仍然在东部,地区发展极不平衡。

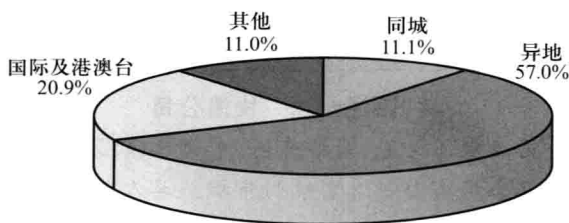


图 1-7 快递业务收入结构图

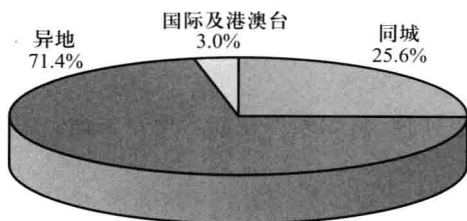


图 1-8 快递业务量结构图

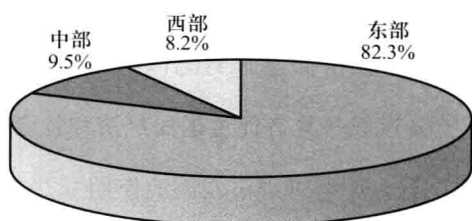


图 1-9 东、中、西部快递业务收入结构图

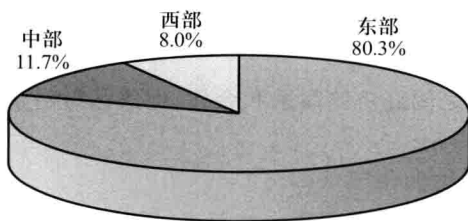


图 1-10 东、中、西部快递业务量结构图

任务二 分析快递作用,认识快递企业

中国快递业的迅速发展,促进了中国经济的发展,繁荣了中国的对外贸易,方便了人民的生活。依托于先进快捷的交通运输技术和快速发展的信息技术,特别是改革开放的深入,中国快递市场呈现主体结构多元化、市场日益扩大、竞争异常激烈的格局。

任务描述

上海某服装有限公司与美国一家贸易公司进行贸易洽谈,急需邮寄货物样本给对方确认,以便尽快签订出口商品合同。在众多快递公司里它选择了美国联邦快递(FedEx)快递样品,第四天美方公司就收到了样品,双方顺利签订了合同。而淘宝商城的经营者在邮寄快件时一般选择“四通一达”快递公司,很少选择EMS和顺丰速运。请分析:客户为什么要选择不同的快递公司?快递公司如何进行市场定位?在竞争中应采取哪些策略?

小贴士:

“四通一达”快递公司

“四通一达”快递公司是申通快递、圆通速递、中通速递、汇通快运、韵达快递五家民营快递公司的合称。这五家公司均由浙江省杭州市桐庐县人创立,2011年“四通一达”总的从业人员是21.6万,年销售额近300亿元,占据了我国快递市场总收入的半壁江山。

任务准备

一、分析快递服务的作用

快递服务具有促进国民经济和社会发展的双重作用,具体表现在以下两个方面:

(一) 促进经济发展的作用

1. 快递服务对宏观经济的作用

快递服务在加快流通、方便消费、调整结构、转变方式等宏观经济领域发挥重要作用,能够提高经济运行的速度、质量、效益,是国民经济的“加速器”。

2. 快递服务对区域经济的作用

快递服务加强了区域之间经济的联系和合作,促进区域经济共同协调快速发展,是区域经济发展的桥梁和纽带。

3. 快递服务对外贸经济的作用

快递服务已成为国际贸易中不可缺少的服务,解决了生产企业远离主销市场的空间劣势问题,推动了进出口贸易的增长。

(二) 社会作用

(1) 快递服务属于劳动密集型服务行业,为社会提供了大量岗位,解决了劳动力就业问题,维护了社会和谐稳定。

(2) 快递服务加快了城乡一体化进程,缩短了生产与消费的空间距离,拉近了城乡居民关系。

(3) 快递服务在灾难救援中可快捷提供救援物资,为灾区尽快恢复生产和生活秩序发挥保障作用,增强了抗御自然灾害和人为灾害的能力。

二、认识快递企业的分类

快递服务从业主体呈现多元化趋势,按照所有制形式划分为国有、民营、外资等快递企业。

(一) 国有快递企业

我国的国有快递企业主要是邮政、铁路、民航、交通等部门的国有和国有控股企业,其中最典型的代表便是成立于1985年的邮政速递(EMS),在20世纪90年代初期,EMS仍然垄断着中国快递市场。1996年民航快递有限公司成立,1999年中外运空运发展股份有