

快递业务与 管理

KUAI DI YEWU
YU GUAN LI

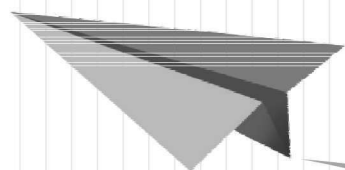
主编 樊相宇



西北大学出版社



西北大学出版社



快递业务与 管理

KUAI DI YEWU
YU GUAN LI

主 编：樊相宇
副主编：周海明
编 者：刘丽华 朱长征
史新峰 谢逢洁

西 北 大 学 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

快递业务与管理 / 樊相宇主编. —西安: 西北大学出版社,
2015. 8

ISBN 978 - 7 - 5604 - 3717 - 0

I. ①快… II. ①樊… III. ①邮件投递—邮电企业—企
业管理 IV. ①F618. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015) 第 216058 号

快递业务与管理

主 编 樊相宇
出版发行 西北大学出版社
地 址 西安市太白北路 229 号
邮 编 710069
电 话 029 - 88303042
经 销 全国新华书店
印 装 西安华新彩印有限责任公司
开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印 张 11. 25
字 数 221 千字
版 次 2015 年 8 月第 1 版 2015 年 8 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 5604 - 3717 - 0
定 价 23. 00 元

前 言

快递是针对用户寄递需求,利用现代信息技术、网络技术和交通工具在承诺的时限内完成的寄递服务。我国快递业自改革开放,特别是近几年以来,发生了巨大的变化。从开始的“邮政特快专递”(EMS)一枝独秀,到现在国有快递企业、外资快递企业、民营快递企业三足鼎立,快递业务量和收入每年以两位百分数增长,2014 年快递业务量达 140 亿件,同比增长 52%,快递业务收入完成 2040 亿元,同比增长 42%。快递业已经成为关系百姓民生、服务生产生活、优化结构调整、点燃消费激情、促进社会公平的重要行业,具有带动产业领域广、吸纳就业人数多、经济附加值高、技术特征显著等特点。快递业将信息传递、物品递送、资金流通和文化传播等多种功能融合在一起,关联生产、流通、消费、投资和金融等多个领域,是现代社会不可或缺的服务产业。随着快递业务量和快递企业数量的快速增长,人们对快递业的期望值不断提高,快递企业急需大量高素质专业人才,不断提升组织、管理和服务能力。

《快递业务与管理》依托西安邮电大学国家级综合改革试点专业——物流管理专业建设特色,紧扣国家快递业发展战略,针对快递企业对人才的实际需求,分三篇八章编写。全面系统地介绍了快递业务、快递网络及快递管理的相关知识 with 技能,主要包括:国内快递、国际快递和港澳台快递的业务分类与生产过程组织;快件分拨中心的规划设计与快递服务网点的选址优化;快递网络组织运营与快递企业管理;快递市场监督管理及快递服务与电子商务协同发展战略。本教材适用于物流管理、快递服务与管理、工商管理专业或方向本科生、专科生的教材和教学参考书,也可作为相关专业成人教育、快递企业培训的教材和快递从业人员的学习参考书。

《快递业务与管理》受西安邮电大学 2012 年校级 A 类课程建设项目资助,由西安邮电大学从事物流管理、邮政管理方面教学研究的老师编写,樊相宇任主编,周海明任副主编。教材编写分工如下:第一章周海明,第二章、第三章刘丽华,第四章、第五章谢逢洁,第六章朱长征,第七章、第八章史新峰,统稿工作由樊相宇负责。本书在编写过程中,参考了物流管理、邮政管理等方面的论著和研究报告,从政府业务主管部门以及报纸、杂志、网络上搜集了相关资料和案例,在此,谨向有关作者和单位表示衷心的感谢!由于编者学术水平和实践知识有限,本书内容难免有疏漏和不妥之处,恳请广大读者批评指正。

编 者

目 录

第一篇 快递业务

第一章 快递业务概述 (1)

第一节 快递服务的概念与发展 (1)

第二节 快递业务与邮政 (10)

第二章 国内快递业务 (12)

第一节 国内快递业务分类 (13)

第二节 国内快递业务流程 (14)

第三节 国内快递业务经营 (27)

第三章 国际及港澳台快递业务 (37)

第一节 国际及港澳台快递业务分类 (37)

第二节 国际快递出境业务流程 (38)

第三节 国际快递进境业务流程 (52)

第四节 国际快递经营 (54)

第二篇 快递网络规划与组织

第四章 快递网络规划 (61)

第一节 快递网络概述 (61)

第二节 分拨中心的规划与设计 (64)

第三节 服务网点的选址与优化 (78)

第四节 快递运输干线规划 (83)

第五章 快递网络的运营管理 (85)

第一节 快递网络的运营 (85)

第二节 分拨中心管理 (91)

第三节 服务网点管理 (96)

第三篇 快递管理

第六章 快递企业管理 (104)

第一节 快递企业管理概述 (104)

第二节 快递企业服务质量管理 (109)

第三节	快递企业成本管理	(117)
第四节	快递企业客户服务管理	(121)
第五节	快递企业信息化管理	(127)
第六节	快递企业人力资源管理	(132)
第七章	快递市场监督管理	(138)
第一节	快递市场监督管理概述	(138)
第二节	快递市场监督管理的内容	(142)
第三节	快递市场监督管理存在的问题及完善重点	(158)
第八章	快递服务与电子商务协同发展	(159)
第一节	快递服务与电子商务协同发展的必要性	(159)
第二节	快递服务与电子商务协同发展的系统分析	(161)
第三节	快递服务与电子商务协同发展水平测度	(164)
第四节	快递服务与电子商务协同发展存在的问题及应对策略	(169)
参考文献		(172)

第一篇 快递业务

第一章

快递业务概述

第一节 快递服务的概念与发展

一、快递服务概念及特点

(一) 快递服务概念

世界贸易组织在《服务贸易总协定》中将快递服务定义为“除国家邮政当局提供的服务以外,由非邮政快递公司利用一种或多种运输方式提供的服务,包括提取、运输和递送信函和大小包裹的服务,无论目的地在国内还是国外。这些服务可利用自由和公共运输工具来提供。”

美国国际贸易委员会 2004 年的报告对快递服务的定义认为,快递服务是指快速收集、运输、递送文件、印刷品、包裹和其他物品,全过程跟踪这些物品并对其保持控制,提供与上述过程相关的辅助服务,包括清关服务等。

我国国家邮政局 2007 年 9 月颁布的《快递服务》国家标准中明确规定:快递服务就是快速收寄、运输、投递单独封装的、具有名址的快件或其他不许储存的物品,按承诺时限送到收件人或指定地点,并获得签收的寄递服务。《快递服务》国家标准中规定:快递服务是“在承诺时限内快速完成快件的寄递服务”。快件是快递服务组织依法收寄并封装完好的信件、包裹和印刷品等寄递物品的统称。快递物品的规格要求为:快递物品的单件重量不能超过 50 公斤,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 厘米该定义界定了快递对象包括信函、贸易单证、图纸、资料及包裹等,也充分体现了快递服务“时效性、准确性、安全性和方便性”的要求。快递市场的兴起源于顾客对小件物品安全而快速到达目的地的强烈需求。因此,快递服务是指利用现代信息技术、网络技术和现代交通工具为顾客提供安全可靠的、准确的和具有快件动态信息跟踪与管理性的,以及“门到门”的取件与递送服务。

(二) 快递服务的特征

依据快递服务的概念,可以归纳快递业务有以下基本特征。

1. 递送物品的特定性

快递服务寄递的是特定的物品,其主要体现在以下三点。

(1) 封装的物品。快递业务是对封装物品的递送。封装的物品在快递业务中称之为“件”,并以“件”为计量和计价以及物品流动的基础单位。一个或一个以上相同或不同物品封装后只作为一件快件。而物流业务中一般不特别要求物品封装。快递业务对递送物品的封装要求明显区别于物流业务。

(2) 署有名址的物品。快递业务是对有名址物品的递送。由于快递业务以“件”为物品流动的基础单位,因此封装后的物品即“件”署有名址是快递业务的基本要求。收件人名址明确了物品的目的地和接收者,寄件人名址明确了物品的收寄地和寄件人,这“件”物品的流向就得以确定。所以,名址信息是经营快递业务的基础。

(3) 有重量、体积限制的物品。快递业务是对有重量、体积限制物品的递送。快递递送物品主要是信件、包裹、印刷品。信件和印刷品统称信函,以纸质物品为主。《中华人民共和国邮政法》(简称《邮政法》)第五十六条“不得将信件打包后作为包裹寄递”,快递经营中很少有大重量、大体积的信函发生。《邮政法》的规定界定了快件的重量、体积的范围。

2. 寄递方式的独特性

快递业务的寄递活动是邮政业独有的一种服务方式,特指邮政从业者传送信件、包裹、印刷品等物品。这种服务方式的一个特点是便利性,它要求无论是寄或递都要贴近客户,为客户提供最方便的服务。快递业务对递送物品的特定要求,也使快递的寄递活动具备了高度的渗透性。一件封装后署有名址且重量、体积在规定范围的物品,可以根据需要“流”向任何地方,实现快递“门到门、桌到桌、手到手”的服务。寄递活动的独特性是运输、托运、交运等方式不具备的。

3. 寄递过程的时效性

《邮政法》在解释快递定义时强调了“快速完成”,足见时效性在快递业务中的作用。寄递过程的时效性体现了物品流动的速度,满足了客户对时间的需要。为此,《快递服务》邮政行业标准专列了一项“彻底延误时限”。达到“彻底延误时限”标准视递送物品为丢失,物品丢失即可依法获得赔偿。快递业务对时效性的高度追求既是这项业务的价值所在,也是这项业务的重要特征。

4. 寄递组织的网络性

完成甲地收寄至乙地投递的一件快件一般需经历收寄(揽收)、处理(分拨)、运输、投递(派送)等环节。上述环节必须统一调度、上下衔接、协作配合,才能完成快件由收寄地到投递地的有序流动,最终到达收件人手中。快递业务各环节的有机组合、节点配置、合理分工、节律运作实际上是快递服务网络性的重要体现。快递服务组织的网络随着快件经营范围的扩大而同步扩大,不可或缺。快递业务的完成高度依赖快递网络是这项业务的重要特征。

有时应该对快递业务和快运业务加以区别。为满足快递业务的时效性,快运是快递业务必不可少的一个环节。当这一环节由快递服务组织委托一个运输企业承担时,对运输企业而言是快运业务而不是快递业务,前提条件是“受快递服务组织委托”。离开这一前提条件运输企业涉足快件运输便是涉足快递业务。

根据以上分析,快递业务是“物品从供应地到接收地的实体流动过程”,满足物流业务的一般特点。但《邮政法》对快递业务递送的物品有特别规定,可以认为快递业务是一种特殊的物流业务。经营一般物流业务可不申请经营许可,经营快递业务须依法申请经营许可。

(三) 快递服务的作用

快递服务是邮政业的重要组成部分,在提升服务业、解决就业及促进国民经济结构调整等方面起到了重要作用,有力地推动了我国经济的发展。

1. 快递服务主要指标在国民经济中的地位

快递服务是一种时效特快的“门到门”“桌到桌”甚至是“手到手”的传递服务。在城市之间的传递是以小时计算,在企业之间、城市之间的物品运输、沟通、信息交流、节约社会资源等方面起到了十分重要的作用。随着快递业务领域的不断拓宽,快递业务收入迅猛增长,推动了整个国民经济的发展。2014年,我国全年快递业务量已达到140亿件,位居世界第一。由管理部门颁发经营许可证的快递企业已经超过9000家。10家过百亿的快递企业占有了快递市场79%的份额。

2. 提升服务业,促进经济结构调整

在发达国家中,服务业占GDP的比重在60%以上,美国更是达到了70%。服务业之所以发展到如此规模,一个重要原因就是像快递服务这样的新型服务业起到了重要作用。首先,快递服务的发展促进了传统邮政业和传统运输业的改革。传统的邮政业和运输业无法满足社会对文件、样品等物品快速投递的特殊要求,因此,快递服务大量分流和替代了这两个行业的传统业务,并且加快了邮政系统的改革和提高效率的进程。其次,快递服务是适应经济全球化和市场经济竞争而迅速发展起来的新兴产业,有广阔的市场前景。根据企业技术装备和增值服务能力分为高端、中端和低端市场三个不同层次,即国际快递、国内异地快递和国内同城快递,各层次服务提供商都具有足够的发展空间,发展势头良好。第三,民营资本的大量涌入,加快了产业结构调整的步伐。民营快递企业在没有国家投资、没有国家政策保护和支持的不平等竞争条件下,长期以来被认作是“黑速递”“地下快递”,通过提供质优价廉的服务,赢得了市场的认可,做大了市场。民营快递企业迅速崛起,成为促进服务业发展的一支重要力量。

3. 快递服务的产业关联效应显著

据浙江省邮政管理部门测算:浙江快递业务量与GDP高度正相关,两者的发展速度大约是2.5:1的关系,快递业高端、中端和低端市场的共同发展,进一步促进了国民经济中其他产业的发展。在经济全球化的今天,国际市场瞬息万变,技术创新速度越

来越快、产品更新越来越频繁,市场的竞争往往就是时间和速度的竞争,对迅速、高效、安全、门到门的快递服务需求尤为迫切,有时成为抢占订单的决定性力量,快递服务已成为出口部门建立快速反应机制的重要组成部分。

4. 扩大就业,一定程度上缓解就业难的问题

快递服务是由包装、装卸、运输、配送、存储、流通加工和处理信息等功能集合而成的服务行业,属于劳动密集型产业。从业人员基数大,具有更多的就业机会,可以吸纳大量劳动力。根据牛津经济研究院的研究,快递服务带来的间接就业比快递业直接就业的规模还大,直接与间接就业比率是 1:1.24。我国快递市场既包括国际业务的高端市场,也包括国内异地和国内同城快递等中低端市场,不同的业务和市场需要各种不同素质的人才,从高度专业化的机场工作人员、海关人员和经理人到普通的运输司机、收件员、分拣员和投递员等,可以给不同素质和资历的人提供就业机会。

(四) 快递业务分类

快递企业向社会提供的快递服务,一般称之为快递业务。按照不同的标准可以将快递业务分成不同的类型。

1. 按照快件的寄达范围划分

按照寄达范围可将快递业务分为国内快递、国际快递和港澳台快递。

(1) 国内快递。国内快递服务是从收寄到投递的全过程均发生在中华人民共和国境内的快递业务。国内快递又可分为同城快递、国内异地快递两类,其中国内异地快递又可以进一步分为省内异地快递和省际快递两类。因此,新的《国家快递标准》将国内快递划分为同城快递、省内异地快递和省际快递 3 类。同城快递是指寄件地和收件地在中华人民共和国境内同一城市的快递业务。省内异地快递服务是指寄件地和收件地分别在中华人民共和国境内同一省份、自治区中不同地区的快递服务。省际快递服务是指寄件地和收件地分别在中华人民共和国境内不同省份、自治区、直辖市的快递业务。

(2) 国际快递。国际快递是指寄件地和收件地分别在中华人民共和国境内和其他国家或地区(中国的香港特别行政区、澳门特别行政区、台湾地区除外)的快递业务,以及其他国家或地区间用户相互寄递但通过中国境内经传的快递业务。例如,寄件地在陕西省西安市,收件地在美国纽约,这种发生在国与国之间的寄递服务称为“国际快递”。国际快递又分为国际进境快递和国际出口快递。国际进境快递指收件地在中华人民共和国境内,寄件地在其他国家或地区(中国的香港特别行政区、澳门特别行政区、台湾地区除外)的快递业务。国际出境快递指寄件地在中华人民共和国境内,收件地在其他国家或地区(中国的香港特别行政区、澳门特别行政区、台湾地区除外)的快递业务。

国际快递服务是技术密集、资本密集和管理密集型业务,也是快递服务领域利润最高的业务,在快递业界一般称为高端业务。国际快递服务提供商必须具备足够的航

空和地面运输能力、枢纽中心和遍布世界主要国家和城市的投递网络、先进的信息跟踪和控制技术。

(3) 港澳台快递。港澳台快递是寄件地和收件地分别在中华人民共和国境内和中国的香港特别行政区、澳门特别行政区、台湾地区的快递业务。一般将港澳台市场和国际快递市场合并统计。

2. 按照业务方式划分

按照快递业务方式可将快递业务划分为快递基本业务和快递增值业务。

(1) 快递基本业务。快递企业的基本业务就是收寄、分拣、封发、运输单独封装的、具有名址的信件、包裹和不需要储存的其他物品,并按照承诺时限将其送达收件人的“门到门”服务。这是快递企业的核心业务。

(2) 快递增值业务。快递增值业务是指快递企业利用自身优势在提供基础业务的同时,为更好地满足客户特殊需求而提供的延伸服务。快递增值业务包括代收款、签单返还、限时快递、专差快递等。

代收款业务是指快递服务组织接受委托,在投递快件的同时,向收件人收取货款的业务。代收款业务是随着邮购和电子商务的兴起而快速发展起来的,快递业务员在派送客户订购的商品快件时按快件详情单上标注的应付款金额,代邮购和电子商务业务公司向收件人收款,并代为统一结算。由于网络购物的买卖双方互不见面,彼此缺乏信任感,买方希望网上购物仍能按传统交易方式,即在收到购买商品时再付款,而卖方则希望先收到货款后再送货。在这种情况下,代收款业务变成了买卖双方都愿选择的一种最佳方案。代收款业务是快递企业最普遍的一种增值业务。

签单返还还是指快递服务组织在投递快件后,将收件人签收或盖章后的回单返回寄件人的业务。该业务主要适用于有企业商务文件往来、电子商务过程中有签收回单返回等方面需求的客户。签单返还服务主要分为三类:传真给客户的货物送达签收证明;返还收件人签字/盖章确认后的货物托运单;返还收件人签字/盖章确认后的客户文件原件。对于货物托运单或客户文件,一般只提供其中一类的原件返还服务。不会同时返还货物托运单和客户文件。如果发件人选择了派送证明及签单返还服务,并且提供了自己的文件,则只会将经收件人签字/盖章后的客户文件返还给发件人。签单返还的服务范围根据快递企业不同的服务地域而定。取件和派件地点必须都在快递企业的直接取件及派件的服务区内。其费用结算方式可按需要选择寄付、到付、月结。

限时快递是指快递服务组织在限定的时间内将快件送达用户的快递业务。限时快递服务主要针对需要在固定时间或在标准转运时间的工作日结束前,门到门派送的国内快件。限时快件操作特征:①客户对快件送达的限时要求符合网络正常规定的派送时效内,只是对派送站点(人)提示先行服务的要求。②客户提出快件送达的限时要求,超出网络正常派送时效的规定,是一种附加特殊需求,称之为加急件的要求。对加急件的服务,在一般服务收费基础上另加收限时服务费用。

专差快递是指快递服务组织指派专人以随身行李的方式寄递快件的快递业务。

3. 按照快件内件性质划分

根据《邮政法》规定,快件是指快递企业递送的信件、包裹、印刷品等。根据快件内件性质可以将快件划分为信件类和包裹类。

信件类主要包括信函,即以套封形式按照名址递送给特定个人或者单位的缄封的信息载体,如书信、各类文件、各类单据和证件、各类通知以及邮件证券等。根据《邮政法》规定,国务院规定范围内的信件寄递业务,由邮政企业专营。快递企业经营邮政企业专营业务范围以内的信件快递业务,应当在信件封套的显著位置标注信件字样。快递企业经营邮政企业专营业务范围以外的信件快递业务,应当在信件封套的显著位置标注信件字样。快递企业不得将信件打包后作为包裹寄递。

物品类是指所有适于寄递的货样、商品、馈赠礼品及其他物品。物品类快件的重量不得超过 50 公斤,任何一边的尺寸不得超过 150 厘米,长、宽、高合计不得超过 300 厘米。

4. 按照快递时限划分

快递是一项时限要求极高的寄递服务。快递时限又可以分为全程时限和作业时限。全程时限是指完成从快件收寄到派送全过程的最大时间限度,是衡量快递服务质量的重要指标,也是企业对外承诺的重要指标。作业时限是指完成快递作业流程中每一个作业的最大时间限度,是企业控制快递服务质量和全程时限的重要指标。全程时限能否得到保证取决于每一个作业时限。

按照快递时限,快递服务业务可分为标准服务、承诺服务和特殊服务。

标准服务是指从收寄快件到第一次投递的时间符合我国快递服务标准的要求。目前的统一标准是,同城快递的全程时限不超过 24 小时,国内异地快递的全程时限不超过 72 小时。

承诺服务是指快递企业自行对外承诺时限的快递服务,通常比标准服务更快、具体可分为当日达、次晨达、次日达和隔日达。

特殊时限服务是指客户对快件有着特殊时限要求的快递服务。通常快递企业要派专人,采用最快捷、最安全的方式,尽快完成寄递服务,当然这种特殊服务的收费要比标准服务要高。

5. 按照赔偿责任划分

国内快件在寄递过程中因非客户原因而发生的快件延误、丢失、损毁和内件不符等情况时,企业应予以赔偿,赔偿时对普通快件、保价快件、保险快件分类赔偿。

普通快件是指只交纳快件运费而不对快件实际价值进行保价并交纳保价费的快件。根据《邮政法》及其实施细则的规定,对于没有保价的普通物品类快件按实际损失值进行赔偿,但最高赔偿额不超过本次邮寄费的 5 倍。

保价快件是指客户在寄递快件时,除交纳运费外,还按照声明价值的费率交纳保

价费的快件。如果保价快件在传递过程中发生遗失、损毁、短少、延期等问题时,客户可向快递企业提出索赔诉求,快递企业需承担相应的赔偿责任。

保险快件是指客户在寄递快件时,除交纳运费外,还按照快递企业指定的保险公司承诺的保险费率交纳保险费的快件。如果保险快件在传递过程中发生遗失、损毁、短少、延期等问题时,客户有权向承保的保险公司提出索赔要求。

6. 按照付费方式划分

按照付费方式,可分为寄件人付费、收件人付费和第三方付费。

寄件人付费快件,也称为寄付快件,是指寄件人在寄递快件的同时自行支付快递资费的快件。通常情况下,这类快件是各类快递企业的普遍业务形式。

收件人付费快件,也称为到付快件,是指寄件人和收件人商定,由收件人在收到快件时支付快递资费的一种快件。

第三方付费快件是指寄件人、收件人、快递企业商定,在收件人收到快件时,由寄件人、收件人之外的第三方支付快递资费的一种快件。这种快件的收件人通常是子公司,而付款的则是母公司。

7. 按照结算方式划分

按照快件的结算方式,可分为现结快件和记账快件。

现结快件是指快递业务员在收寄或派送现场向寄件人或收件人以现金或支票方式收取快件资费的快件。

记账快件是指快递企业和客户协议约定,快递资费先行记账,由客户在约定的付款时间或周期内向快递公司拨付资费的一种快件。

(五) 快递服务要素

快递服务的要素包括:快件、服务人员、服务单据、服务设施设备及用品等。

1. 快件

快件是快递业务组织依法递送的信件、包裹、印刷品等的统称。快件按照内件性质可划分为信件类快件和物品类快件。

寄件人或收件人在快件寄递过程中有时会有一些特殊要求,从而形成特殊快件,常见的特殊快件包括:改寄件、委托件、自取件、到付件等。

快件在寄递过程中不能正常寄递时就会形成异常快件,常见的异常件包括拒付件、拒收件、错发件、无着快件、破损快件、损毁件、丢失件等。

2. 服务人员

快递企业中的服务人员包括:收派员、处理员、客服人员、国际快件报关员等。

收派员是指从事上门揽收快件和投递快件的工作人员。

处理员是指从事快件分拣、封发、转运等工作的人员。

客服人员是指在呼叫中心、快递营业场所专门受理收寄、查询、投诉、索赔等申请或业务咨询的人员。

国际快件报关员是指通过全国报关员资格考试,依法取得报关从业资格,并在海关注册登记,代表快递服务组织向海关办理国际快件以及港澳台快件报关业务的人员。

3. 服务单据

快递运单也叫快件详情单,用于记录快件原始收寄信息及服务约定的单据。

改寄申请单是指寄件人申请改变收件人地址所填写的单据。

索赔申告单是指用户申请快件赔偿时所填写的单据。

回单是指应寄件人要求,在收件人签收快件的同时,需收件人签名或签章后返还给寄件人的单据。

快件报关单是指进出口快件用户或其代理人,按照海关规定的格式对进出口快件的实际情况作书面申明,以此要求海关对其快件按适用的海关制度办理通关手续的单据。

形式发票是指按照海关要求提供的,证明所寄物品品名、数量、价值等,以便海关进行监管的报关文件。

4. 服务设施设备及用品

快递营业场所是指快递服务组织用于提供快件收寄服务及其他相关服务的场所。

快件处理场所是指快递服务组织专门用于快件分拣、封发、交换、转运、投递等处理活动的场所。

海关快件监管场所是指快件服务组织按照海关要求设置的用于办理国际快件及港澳台快件海关监管业务的场所。

呼叫中心是指快递服务组织利用现代通信与计算机技术,主要处理快件寄递过程中的各种电话呼入和呼出业务的运营操作场所。

跟踪查询系统是指通过条码、阅读器等手段,记录快件从收寄到投递全过程信息,供用户随时获取快件寄递状态和结果的信息系统。

手持终端是指在快件收寄、分拣和投递等过程中,用于扫描快件条码进行相关信息处理的一种便携设备。

快递封套是指以纸板为主要原料,经模切、印刷和黏合等加工后,制成提供货给用户的可装载快件的信封式封装用品。

快递包装箱是指以瓦楞纸板为主要原料,经模切、压痕、印刷和钉合等加工后,制成提供给用户使用的可装载快件的箱式封装用品。

快递包装袋是指提供给用户使用的可装载快件的袋式封装用品。

二、快递服务发展

(一) 古代快递活动

快递活动自古有之。古代快递又叫“急传”,它在中国出现的时间相当早,秦汉时

期,全国已有成熟的快递网络;隋唐以后,对快递不快、泄密等违规行为已有严厉的惩罚措施。

(二) 世界快递服务的发展

快递服务是在传统运输基础上,伴随着国际贸易和信息技术的发展而兴起的新型现代服务业。20世纪50—60年代,国际贸易的发展促进了运输业的发展,飞机运输被广泛应用于货物运输,同时,新型海上运输船舶出现,航行速度加快,又促进国际贸易进入了一个新的发展时期。但是普通的跨国邮政速度和服务质量已与经济的发展不相适应,通过邮局运送的文件、单证、样品和小型行李不仅效率低、速度慢、安全性和准确性也显得不足,出现了国际运输船舶已抵达目的港,而所需的单证、文件却未到达,从而增加船舶的港口使用费用,增加了国际贸易的成本。贸易双方希望能有更快捷、更灵活、更安全的运输服务,来满足快节奏的国际贸易和国际交流的要求。

世界上第一家快递公司——敦豪公司应运而生了,专门从事银行票据、航运文件、单证的传递业务,后来又将业务扩大到货物样品等小包裹运送服务。这种运送方式可以快捷、准确、可靠地送到收货(件)人手中,因此,快递业从一出现就深受从事跨国经营的贸易、金融、运输各界人士的热烈欢迎。北美、欧洲的经济复苏推动了现代快递服务的逐步形成,随后在美国、日本、西欧等经济发达的国家和地区迅速发展。

20世纪70年代初,随着计算机的出现和不断发展,人们对信息传递速度的要求也越来越高。商贸、银行等各系统进入信息社会,通过信息的高速传递来达到较高的工作效率。由于快递业快捷、安全的运送特点满足了工商、贸易的要求,因而在全世界范围内迅速发展起来。特别是在美国、日本、西欧等经济发达的国家和地区发展更为迅速,业务发展相当普遍。目前快递业务已普及到世界五大洲200多个国家和地区,仅美国从事国内快递业务的公司就有300多家,专门办理国际快递业务的公司也近30家。快递服务已经发展成为世界不可或缺的一个重要服务业。

20世纪80年代以后,日本几家濒临倒闭的公司效仿西方,转变成经营快递服务的公司,从而使日本的快递服务迅速增长。亚洲四小龙的崛起,吸引了世界各大快递公司的进入,从而带动了韩国、新加坡和中国香港、中国台湾地区快递服务的发展。亚太地区随着经济的快速增长和规模的扩大,其快递市场成为全球快递的主要市场。

21世纪以来,快递服务持续快速发展,成为邮政业的重要核心业务,并显示出对带动就业、促进国民经济发展的不可替代的作用。世界范围内主要快递市场的竞争格局基本形成:北美及南美主要国际市场被UPS和FedEx控制,欧洲市场及中东、北非市场由TNT和DHL占据,潜力最大的亚洲市场包括中国市场发展相对较晚,目前正处于激烈竞争中。各国国内快递及国际快递业务逐年呈持续增长态势。

(三) 我国快递服务的发展

中国快递服务从国际快递业务开始起步,源自于外向型经济的拉动。20世纪70年代到90年,中国快递从无到有,取得了一定的发展,中国邮政EMS迅速发展,外资快

递企业逐步进入中国市场。1978年改革开放以后,中国经济活力迅速激发,经济发展进入快速增长轨道并逐渐融入世界市场。随着国际间经济交往的增加和中国发展外向型经济的需要,我国国际快递业务应运而生。1979年,中国对外贸易运输公司与日本海外新闻普及株式会社(OCS)签订了我国第一个快件代理协议,成为我国第一个经营快递服务业务的企业。接着,许多国际跨国快递服务企业等纷纷进入中国市场,与中国对外贸易运输公司达成快递服务代理协议,开展国际快递业务。1980年7月15日,中国邮政与新加坡邮政部门合建全球邮政特快专递,开办国际快递业务。1984年,中国邮政开办国内特快专递业务,1985年成立中国邮政速递服务公司,专门经营国际、国内速递业务。

20世纪90年代至21世纪初,我国民营快递企业开始发展,形成了快递经营主体多元化的格局。1992年邓小平南行讲话后,中国改革开放注入了强大动力,进入新的发展阶段。港、台地区的劳动密集型产业大量转移到中国珠江三角洲,香港成为我国内陆与发达市场之间的贸易桥梁,大量的文件、货样在其间传递,顺丰速递应运而生。与此同时,长江三角洲的乡镇企业快速发展,开始成为国际供应链上的一个环节,申通快递和其他民营快递公司迅速建立。同时民航、中铁等其他非邮政国有企业,也开始成立快递服务公司。民航快递借助民航系统的航线、站场和国际交往的优势,国内、国际快递业务齐头并进;中铁快运则利用中国铁路旅客列车行李车作为运输工具,辅以快捷方便的短途接运汽车,开辟了具有铁路特色的快递服务。同时,国际快递企业快速发展,利用与国内企业合作的机会,加大战略性投资,快速建立网络及信息系统,在国际快递市场中占据越来越大的份额。与此同时,中国快递服务有了较大发展,业务量急剧上升。

进入21世纪以后,中国快递产业发展迅速,目前已经在中国东部地区形成了以沿海大城市群为中心的4大区域性快运速递圈。同时这4大快运速递圈又以滚动式、递进式的扇面辐射,带动中部和西部地区的发展。部分大城市和特大城市已经成为区域性快运速递产业发展中心,而且全国范围内形成了以基本交通运输干线为基础的若干快运速递通道,使中国快递业的点—轴—面系统初呈雏形。

第二节 快递业务与邮政

一、快递业务与邮政的关系

在美国,快递服务虽然是由私营快递企业首创,但是邮政与快递企业之间的炙热竞争也持续了近一个世纪的时间。1792年,美国制定出台的私营快递法案,奠定了邮政在信件运送市场上的垄断地位。信件邮递一直处于“高资费,低质量”的服务状态。19世纪中叶,快递服务模式开始出现,当时邮政没有包裹寄递服务,因此快递企业与邮

政之间的竞争主要集中在信件寄递市场。对快递企业而言,包裹快递与信件快递服务模式相近,快递企业很容易就可以进入信件寄递市场。快递公司“低价格”的大举进入很快打破了邮政在信件递送市场上的垄断地位。邮政以私营快递法案为依据,限制快递企业经营信件业务。以 AEC 为代表的快递企业作为共同的利益集团,开始向国会提交议案,指出快递企业可以提供低价优质的信件服务,要求获得信件业务的经营权。邮政和快递企业形成了两大对立阵营,双方都不断向国会施压。1845 年,国会修订了《私营快递法案》,邮政继续保持其信件专营权,但是收费标准开始降低。1848 年,美国统一的信件邮寄的资费标准,每封信 3 美分,国家对邮政的亏损予以补贴。此后,快递企业彻底退出了邮政专营的信件市场,将经营重点放在小件包裹和有价值证券快递方面。1913 年 1 月 1 日,美国邮政开始经营包裹邮递业务,邮政与快递企业的竞争再次拉开序幕。在包裹市场的竞争过程中,邮政通过制定重量和尺寸的双重专营标准,奠定了其在小件包裹寄递领域的垄断地位。在 ICC 的管制下,邮政的包裹寄递收费普遍低于快递公司的收费标准,这一阶段邮政提供普遍服务的角色开始明确。在美国快递业发展过程中,初期快递企业与邮政由于服务内容近似,竞争矛盾突出,最终都是政府出面解决快递公司与邮政之间争端,政府裁决往往倾向于邮政。现阶段,美国邮政已经对邮政提供的普遍服务和竞争性业务进行了区分,虽然邮政专营依然存在,但是政府已经逐步取消了对快递业的管制(如价格管制等)。在竞争性的业务领域,快递企业与邮政具有平等的市场地位。快递这种服务模式从诞生之日起,就对邮政业的传统经营模式提出了挑战。

邮政提供的具有普遍服务特色的传统递送服务不能满足一些特殊的服务需求,诸如提供门到门的取送服务,递送及时快速等。在竞争性的市场环境中颇具竞争力的快递企业很快分流和替代邮政的部分传统业务。因此,在各国快递业的发展过程中,邮政与快递企业的竞争关系长久以来一直存在。在世界邮政改革的进程中,各国邮政先后进入了快递市场,成为快递市场竞争的主要参与者之一。在“通信服务”大类下,已经将传统邮政服务和快递服务作为不同服务类型区别对待,这表明在世贸组织的规则下,快递业已经是一个独立的行业。在各国的邮政改革的过程中,国家邮政正在对邮政提供的普遍服务和竞争性的业务作出区分,因此未来快递企业与邮政之间的竞争还是会持续,但是这种竞争关系已经属于快递行业内的竞争行为,是邮政与非邮政快递企业间的竞争。

在中国,国家邮政系统在 1985 年建立了 EMS。从成立时间上看,邮政快递企业早于非邮政快递企业成为快递市场的服务提供商。快递市场存在着大量的需求且盈利空间较大,邮政部门希望获得国家的政策支持,如同垄断传统邮递市场一样,控制并掌握快递市场。而众多的本土快递企业却认为快递服务是竞争性的服务领域,快递服务的提供商应该在平等市场地位下公平竞争。长期以来国家邮政既是裁判员又是运动员的角色,成为众多快递企业的“共同箭靶”。在中国快递业形成发展的过程中,邮政