



国家中等职业教育改革发展示范学校特色教材

快递作业实训

张敏霞 杨 韧◎主 编

陈 玲 刘文勇◎副主编

★ ★ ★
物流服务与管理

专业

★ ★ ★



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

国家中等职业教育改革发展示范学校特色教材
(物流服务与管理专业)

快递作业实训

张敏霞 杨 韧 主 编
陈 玲 刘文勇 副主编

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

快递作业实训/张敏霞, 杨韧主编. —北京: 中国财富出版社, 2014. 7

(国家中等职业教育改革发展示范学校特色教材. 物流服务与管理专业)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 5265 - 9

I. ①快… II. ①张…②杨… 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 139967 号

策划编辑 崔 旺

责任编辑 葛晓雯

责任印制 方朋远

责任校对 饶莉莉

出版发行 中国财富出版社 (原中国物资出版社)

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 5265 - 9/F · 2185

开 本 787mm × 1092mm 1/16 版 次 2014 年 7 月第 1 版

印 张 10 印 次 2014 年 7 月第 1 次印刷

字 数 206 千字 定 价 22.00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

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型人才,而职业学校正是快递人才培养的基地。为了培养适合快递企业的人才,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。

《快递作业实训》主要任务是通过对快递行业的介绍,使学生走进快递行业,知晓快递业务及其操作流程,了解快递行业的工作环境与服务标准,提高独立操作、分析和解决简单快递业务问题的能力,为学生搭建一个形象的、可操作的实训作业情景,并为学生进入快递企业工作奠定技能基础。

本教材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学生的学习特点,以就业为导向,以学生为主体,着眼于学生实训操作,注重职业素质的培养。采用项目教学法,以任务驱动的模式组织实训。

本书层次分明、语言通俗易懂、图表丰富。每个项目包括项目目标、任务导入、相关知识、任务实施、课堂练习、任务评价、知识加油站等内容。

在教材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!

本教材是由江西省商务学校流通技术系专业教师与快递企业专业人员根据快递岗位要求,按实训条件共同编写。主编张敏霞、杨韧,副主编陈玲、刘文勇,项目一由张敏霞、杨韧编写,项目二由杨韧、陈玲编写,项目三由陈玲、刘文勇编写,项目四由张敏霞编写,项目五由杨韧编写。全书由张敏霞负责框架设计与统稿。

编写实训教材对编写人员来说是一项具有挑战和探索性的工作,由于时间仓促,不足之处在所难免,敬请选用教材的单位和个人提出宝贵意见,以便我们进行修改和完善。

编 者

2014年5月

目 录

项目一 认知快递服务	(1)
任务一 快递服务的认知	(1)
任务二 区分国内快递业务的种类	(11)
任务三 认识国际快递业务	(21)
任务四 识别快递货物的禁限寄规定	(27)
项目二 快递收派作业	(35)
任务一 快件收寄作业	(35)
任务二 快件派送作业	(42)
任务三 快递业务推介	(49)
项目三 快递处理作业	(58)
任务一 快件接收作业	(58)
任务二 快件分拣作业	(72)
任务三 快件封发作业	(86)
项目四 国际及港、澳、台快递业务	(103)
任务一 国际快递作业流程	(103)
任务二 港、澳、台快递作业流程	(112)
任务三 快递通关作业流程	(117)
项目五 快递行业的信息技术	(127)
任务一 快递业务信息管理系统	(127)
任务二 快递条码阅读器	(137)
任务三 快递服务常用信息技术	(145)
参考文献	(153)

项目一 认知快递服务

项目目标

1. 认知快递服务的定义与特点；
2. 熟悉国内快递业务的种类；
3. 熟悉国内快递业务的禁寄物品；
4. 熟悉国内快递业务的限寄物品；
5. 熟悉国际快递的分类标准及业务分类。

任务一 快递服务的认知

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遍服务那种保证送达，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。

任务导入

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工作生活的一部分。正如淘宝网的广告语所说的：“虽然街上没有人，但不代表没有人逛街。我在自己 20 平方米的空间里，实现我自己所有的需求”。2010 年、2011 年、2012 年的 11 月 11 日，俗称“双十一”，淘宝商城的成交额分别是 9.63 亿元、33.6 亿元、119 亿元，成交额快速增长，其中 75% 的货物寄递是通过快递来完成的。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？



相关知识

一、分析快递服务含义

1. 认知快递服务定义

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，按承诺时限送到收件人或指定地点、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。

2. 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、认识快递服务种类

（一）快递服务按快件寄递范围分为国际、国内异地、同城三大业务

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。一般将中国港澳台地区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业务。区域内的快递业务主要通过公路运输和铁路运输完成，区域间的快递业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量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业务。

（二）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、短距离的运输服务,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,是目前运输量最大的运输方式。

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,与快递小件物品运输不是很适应,一般铁路快递使用较少。

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。古诗“一骑红尘妃子笑,无人知是荔枝来”描述的就是从岭南千里快递送荔枝到长安城的故事。国外古代也有快递活动,大家熟悉的马拉松故事就是典型的快递服务。

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,以 100 美元为注册资金,在华盛顿州西雅图市创建了美国信使公司。吉姆雇用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)签订了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。



快递作业实训



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 EMS 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 2000 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在 20 世纪 90 年代, 民营快递企业开始发展, 1993 年顺丰速运和中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 (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格局, 快递业务量由 1993 年的 669 万件上升为 2012 年的 56.9 亿件, 成几何级数增长。

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 1000 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, 快递市场竞争将更加激烈。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, 市场份额不断加大, 经营逐步走向正轨, 出现民族品牌的佼佼者, 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) 我国快递服务发展的趋势

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来看, 快递业的增长速度是我国国内生产总值的两倍左右。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 2015 年, 快递市场规模将再翻一番以上, 达到年经营规模 1430 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 6800 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。目前我国快递企业中年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, 农村的快递物流消费需求迅速增长, 形成了一定的市场。因此, 对于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物流, 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

由于快递业是顶烈日、冒风雨、抢时间的苦差事, 很少有人愿意打这份工, 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, 产业规模已经超百亿, 但迄今为止却没有一部专门的《快递法》。2010 年开始实施的新《邮政法》虽然有了很大的进步, 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, 预计针对快递产业的一部专门法律会出台。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

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。

步骤一: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 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 快递广告,其寓意:快递比消防车来得还快。将快递的快速表达得淋漓尽致。

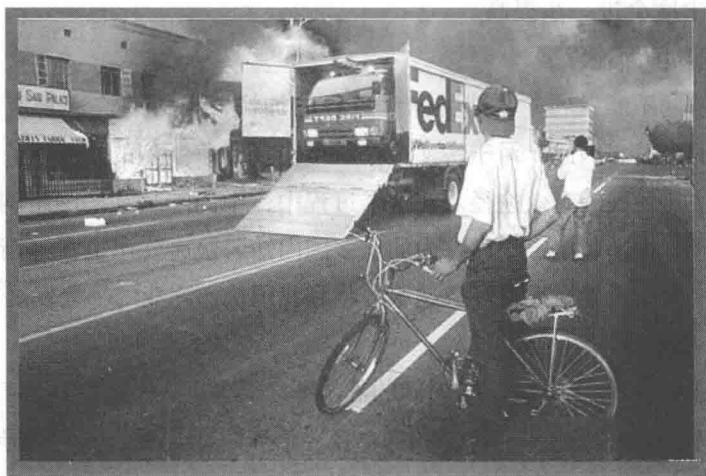


图 1-1 快递广告

步骤二:快递服务能够为客户提供便捷的门到门、桌到桌服务业务。

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业务,以满足客户个性化服务的要求。正如图 1-2、图 1-3 的快递广告,其寓意:因为有了快递,国与国、洲与洲之间,就如邻居一样方便。

步骤三: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是采用封闭运行,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 快递广告,其寓意: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

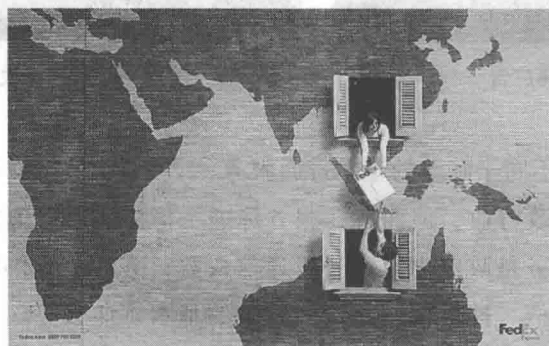


图 1-3 快递广告



图 1-4 快递广告

步骤四：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



快递作业实训



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：快递网络无所不在。

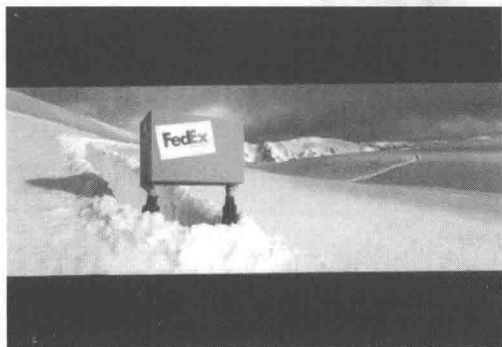


图 1-5 快递广告



图 1-6 快递广告

步骤五：快递服务不同于邮政的基本寄递服务。

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。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 厘米、40 厘米、30 厘米，120 厘米、40 厘米、60 厘米，150 厘米、100 厘米、110 厘米，90 厘米、90 厘米、140 厘米，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

快递服务认知任务评价表

小组名称		成员姓名			
考评标准	考评项目	分值/分	小组评价	教师评价	实际得分
	搜集资料	20			
	计算准确	30			
	语言表达	30			
	团队意识	20			
	合计	100			

知识加油站

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，我国快递业已经有三十多年的发展历史。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。目前，我国快递行业成长为增长速度最快、发展潜力最大的新兴战略性新兴产业，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股力量：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，其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，竞争程度十分激烈。



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、国际及港澳台地区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。可以看出国内城际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是在东部，地区发展极不平衡。

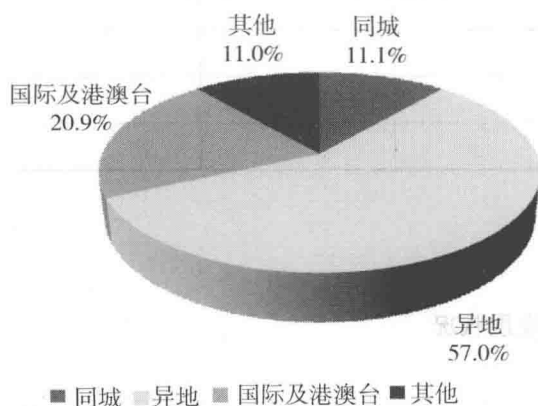


图 1-7 快递业务收入

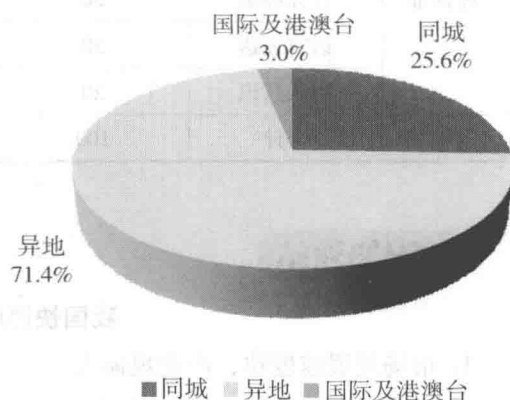


图 1-8 快递业务量

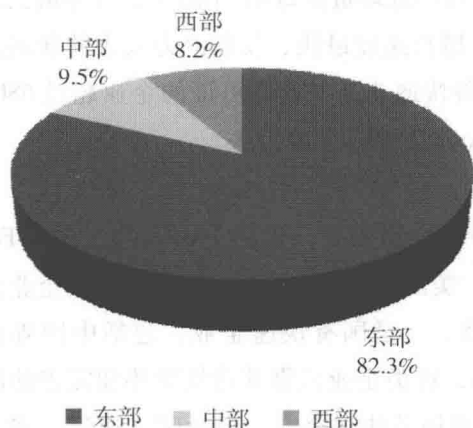


图 1-9 东、中、西部快递业务收入

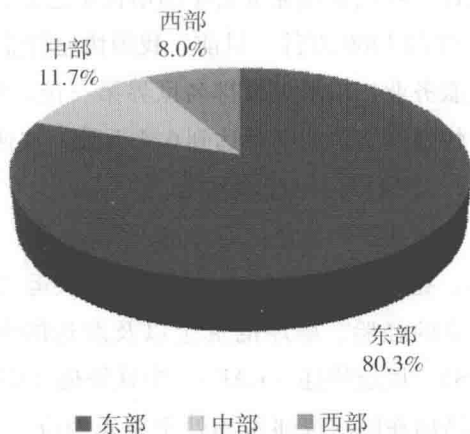


图 1-10 东、中、西部快递业务量



任务二 区分国内快递业务的种类

我国邮政速递业务自 20 世纪 80 年代开办以来得到了长足的发展。特别是 21 世纪初, 淘宝等电子商务平台的推广与普及, 国内民营快递企业也如雨后春笋般, 蓬勃发展, 为了满足人们日益增长的对商品、文件、票据等物件快速、安全寄递的需求, 快递企业为此开发了多种类型的快递业务。

任务导入

国内快递业务的种类很多, 各种业务都有不同的叫法, 客户在寄递快件时, 快递业务员会询问, 是寄付还是到付? 要不要保价、保险? 需要代收货款吗? 客户也会问快递业务员, 什么时候快件可以送达。为什么北京、杭州、上海、呼和浩特的服务费不一样? 那么国内的快递业务到底有多少种类? 都是依据什么条件来划分的?

相关知识

快递业务的种类很多, 主要按以下条件划分为不同种类。

一、按照快递业务内件性质划分

国内快递业务按照内件性质分为信件类快件和包裹类快件。按内件性质对快件进行分类是快件最基本的分类方法。因为在快递业务流程的一开始, 信件类的快件和包裹类的快件操作的细节就已经有了差异, 诸如包装捆扎, 分拣封发, 称重计量等方面都存在差别。

小贴士

内 件

内件是指客户寄递的信息载体和物品。

1. 信件类快件

信件类快件是指内件符合收寄规定的各种手写资料等, 如图 1-11 所示; 印刷文件, 如图 1-12 所示。

2. 包裹类快件

包裹类快件是指内件符合收寄规定的各种馈赠品, 如图 1-13 所示; 商业货样及商品类快件, 如图 1-14 所示。



快递作业实训



图 1-11 手写资料

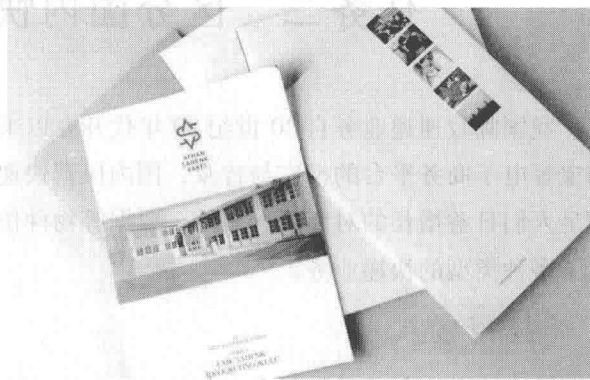


图 1-12 印刷文件



图 1-13 馈赠品

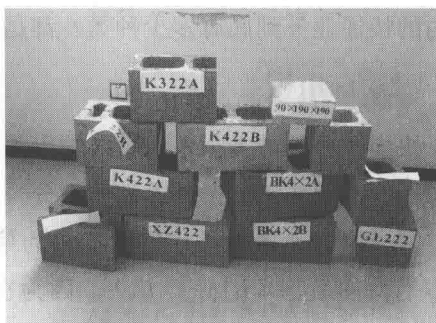


图 1-14 空心砖货样

二、按照寄达范围划分

国内快递业务按快件寄递范围分为异地快递服务、同城快递服务。

1. 异地快递服务

异地快递服务是指寄件人和收件人分别在国内城市于城市之间或者区域与区域之间的快递服务。例如把北京的快件送往南京，这种城市之间的快件寄递是一种“异地快递”服务。再如把长江三角洲区域的快件送往珠江三角洲区域，也是一种“异地快递”服务。区域内的快递业务主要通过公路运输和铁路运输完成，区域间的快递业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量 70% 和 50% 以上。

与同城快递服务相比，这种快递业务管理成本较高，取件和送件因分别在不同城市而