


职业技术教育“十四五”重点教材建设项目



快递业务操作与管理

(智媒体版)

主 编◎俸 毅 夏丽丽 赖 菲



武夷大学出版社

职业技术教育“十四五”重点教材建设项目

快递业务操作与管理

(智媒体版)

主 编 俸 毅 夏丽丽 赖 菲

副主编 谢 坚 李 霞 黎 聪
尹华灵 刘敏瑜 莫 柳
周 婵 王紫君 黄 珏

西南交通大学出版社

· 成 都 ·

图书在版编目（C I P）数据

快递业务操作与管理：智媒体版 / 俸毅，夏丽丽，
赖菲主编. —成都：西南交通大学出版社，2022.1

ISBN 978-7-5643-8431-9

I. ①快… II. ①俸… ②夏… ③赖… III. ①快递 -
邮政业务 - 中国 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①F632

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2021）第 257866 号

Kuaidi Yewu Caozuo yu Guanli

快递业务操作与管理

（智媒体版）

主编 俸毅 夏丽丽 赖菲

责任编辑 宋浩田

封面设计 吴兵

出版发行 西南交通大学出版社
（四川省成都市金牛区二环路北一段 111 号
西南交通大学创新大厦 21 楼）

邮政编码 610031

发行部电话 028-87600564 028-87600533

网址 <http://www.xnjdcbs.com>

印刷 四川煤田地质制图印刷厂

成品尺寸 185 mm × 260 mm

印张 15

字数 336 千

版次 2022 年 1 月第 1 版

印次 2022 年 1 月第 1 次

定价 48.00 元

书号 ISBN 978-7-5643-8431-9

课件咨询电话：028-81435775

图书如有印装质量问题 本社负责退换

版权所有 盗版必究 举报电话：028-87600562

前言

PREFACE

本书的编写建立在调研快递企业需求、融合快递职业技能鉴定标准、结合学生需求以及行业专业指导的基础上，编写过程中聘请了企业专家以及院校教学经验丰富的教师，根据快递行业的发展情况以及工作岗位要求的变化，校企合作、院校联合开发，共同参与教材编写计划的制订、教材内容的确定和模式以及教材内容的编写，新教材采用大量表格、流程图以及图片进行知识的归纳、提炼，并形象化地展示给读者，使得内容更加立体，便于读者学习，一改传统教材文字繁多，形式单一的编写模式。

本书编写突出职业教育特色，遵循快递行业技能人才成长的规律，以“收派员→网点主管”“分拣员→分拣主管”为发展路径，重新梳理教材内容，在“快件收寄、快件处理、快件派送”基本业务操作能力培养章节基础上，增加“安全管理、网点运营、分拨中心现场管理、客户开发与管理”等注重学生可持续发展能力培养的章节，内容构建遵循“螺旋提升人才”的培养模式，培养既懂快递基层岗位业务操作技能、又具备快递相关管理能力的实用型技能人才，同时融入思政元素，引导学生爱国、敬业，培养良好的职业素养以及岗位责任意识。

本书共五个学习情境，内容包括快递基本知识、快件收寄业务操作、快件处理业务操作、快件派送业务操作、快递企业运营管理，本书由柳州铁道职业技术学院俸毅、夏丽丽和广西机电职业技术学院赖菲担任主编，谢坚、李霞、黎聪、尹华灵、刘敏瑜、莫柳、周婵、王紫君、黄珏担任副主编。

由于编者水平有限，书中不妥之处，恳请同行专家与广大读者批评指正。

编者

2021年夏

目录

CONTENT

学习情境一 快递基本知识	001
任务一 认知快递	001
任务二 快递业务申请	011
任务三 快递作业的基本流程与快递网络	020
学习情境二 快件收寄业务操作	027
任务四 快件收寄业务流程	027
任务五 快件收寄验视	037
任务六 包装快件	052
任务七 快递资费计算	072
任务八 收件后续处理	083
任务九 快件收寄异常处理	089
学习情境三 快件处理作业操作	098
任务十 快件接受	098
任务十一 快件分拣	115
任务十二 快件封发	124
任务十三 问题件处理	136
学习情境四 快件派送业务操作	146
任务十四 快件派送准备与交接	146
任务十五 派件规划	157
任务十六 快件派送	164
任务十七 派件异常情况处理	175
学习情境五 快递企业运营管理	185
任务十八 快递企业安全管理	185
任务十九 快递网点标准化管理	200
任务二十 快递分拨中心管理	209
任务二十一 快递客户开发与管理	219
参考文献	234

学习情境一

快递基本知识

任务一 认知快递

任务目标

❖ 知识目标	1. 能够理解快递的内涵； 2. 能够理解快递与物流、邮政、普通运输之间的关系
❖ 能力目标	1. 能够依据不同的标准划分快递的种类； 2. 能够依据客户的需求，选择合适的快递业务类型
❖ 思政目标	1. 认识快递行业的重要性，初步认识快递从业者的责任与担当； 2. 认知我国快递业的发展，增强对国家的文化自信、理论自信、道路自信以及制度自信

情景导航

中国快递行业高质量发展特征明显，转型升级持续加速，产业发展的内涵和外延不断变化，特别是客户主体和需求不断扩展，科技创新与应用日益广泛，正深刻改变着行业运营方式。快递业如火如荼地发展，吸引了众多创业者和就业者，如何正确认知这个行业呢？请结合本任务所学，收集快递行业相关资料，做一个快递行业的简单介绍。

工作认知页

一、快递是什么？

(一) WTO 贸易分类表中的定义

WTO（世界贸易组织）在《服务贸易总协定》中对快递服务的定义为：“除国家邮政当局提供的服务外，由非邮政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，无论目的地在国内或国外。这些服务可以利用自己或公共运输工具来提供”。



“快递的前世今生”
视频请扫码观看

（二）我国国家标准《邮政业术语》（GBT 10757—2011）中的定义

快递服务（Express Service）是在承诺的时限内快速完成的寄递服务。快递企业接受用户委托，将信件、包裹、印刷品等物品，通过收寄、分拣、运输、投递等环节按照封装上的名称递送给特定个人或单位的活动。

（三）国内专家的定义

快递也被称为速递，是指物流企业通过自身的独立网络，或以联营合作的方式，相互利用各自的网络，将用户委托的文件或包裹等物品，快捷而安全地从发件人送达收件人的、门到门的新型运输方式。

二、快递的性质和特点

（一）时效性

所谓时效性是指快递的投递必须在双方约定的时间范围内完成。时限是指快递公司把需要运输的货物寄送到约定地点的时间范围。快递服务则需要遵循以下两个原则：

- （1）同一个城市的快递服务的时限一般在 24 小时之内。
- （2）全国不同城市之间的快递服务的时限一般不超出 72 小时。

“快”是快递服务最重要的一个特征。快递业的诞生就是因为有人对时间有着较为迫切的需要。时效性正是由于快递公司在提供服务过程中，客户对所需运输的货品有快速传递的要求。在保证安全性以及准确性的前提下，快递业最重要的一点就是“快速传递”，现如今国内许多优秀的企业已经拓展了很多的“快捷”服务项目，比如说“第二天到达”“隔天到达”“翌日早晨到达”“当天到达”等形式各异的服务项目。随着快递业的迅速发展，我国也相继制订了一些法律条文用来保护消费者的正当权益以及及时有效地规范市场的运作，比如在《快递服务》中对快递的时限有了一个较为确切的基本标准。如果在双方约定的时间内客户并没有接收到快递寄送的货物，这种情况下消费者可以按照丢失货物或者丢失物件的情况对快递公司进行相应的索赔或者申诉。

（二）安全性

快递具有安全性。快件在快递企业自身的网络中封闭式运转，并利用精密的信息系统对快递物品的运送全程进行监管控制，不间断地运送和监控以确保门对门、手递手，最大限度地保障了快件的万无一失。而传统的运输常因超出自身系统，环节多而无力操控过程，导致服务失败（丢失或损失）的概率较高。

快递服务的安全性主要体现在以下三个方面：

- （1）所运输的货物对国家及人民不能有伤害性。
- （2）快递公司有责任和义务对所运货物及与其相关的服务对象进行相应的保护。另外，在快递服务中严禁对客户构成损害。
- （3）快递公司除国家安全部门的某些特别需要外不可以将客户信息泄漏给他

人。同时快递公司还需要配备相应的消防设备以及安全服务设备。货物的运输路线只能在快递公司制定的网络路线中规划出来，并且公司需要对运输的货物进行密切的管理以及监控。始终保持“手对手，门对门”的快递服务。最终确保快件安全地递送到客户手中。快递公司需要在其公司场地内部建立正规的集配、中转和控制中心，尤其是那些规模庞大的公司。

（三）服务性

快递服务包含服务广度、服务深度及服务舒适度 3 个方面的意义。快递业在运输过程中与一般物流业的区别并不明显，根本的区别就在于服务末端的“最后一公里”。与客户直接打交道的这个阶段，最能体现出快递业的服务水平。

（四）专业化

快递服务实现了标准化和信息化，达到了收件、派送、分拨、转运、录入、预报、查询、报关、统计、结算等各个环节的紧密结合。由于受时代和经济发展规模的局限，传统运输的专业化程度远远低于现代快递服务。

（五）网络化

健全的揽收和配送网是经营快递业务的基础，也是快递企业经营实力的重要体现。真正合格的快递企业，都拥有自身的国际和国内网络。

（六）信息化

快递服务具有强烈的时效性和快捷性。目前，快递企业应用得比较多的信息化技术主要集中于 PDA、GPRS、Bar、Code、SOA、RFID、蓝牙技术。

三、快递与物流的区别和关系

（一）快递与物流的区别

1. 服务对象有所不同

快递的服务对象主要为需要快递各种单据和单证的公司、单位等组织以及需要快递私人物品的个人（包括网上购物）。比如有人从“京东”上网购东西，基本都是通过快递（顺丰、申通、中通、圆通、韵达等）送到其手中的，而不是通过一般的物流公司。

物流的服务对象主要为工厂、商贸企业等单位，比如某工厂有 10 t 货物需要从西安运到天津港海运出口，这时就需要找专业的物流公司（德邦物流、速尔物流、天地华宇、新邦物流、中铁快运等），而不是一般的快递公司。当然也有一些个人物品在寄送时会发物流，尤其是当数量较大但相对快递来说不是很多时。

2. 速度和时效有所不同

从速度和时效上看，物流总体上不如快递，但也不会比快递慢太多，尤其是物流专线运输的整车货物。快递一般是同城的上午发下午到，不同城的隔夜到或 2~4



“EMS 与邮政的区别”视频扫码观看

天到。而物流快的话，能做到跟快递差不多；但慢的话，需要 4、5 天甚至一周才能到，尤其是零担物流。快递都是门到门，上门取件，直接派送到收件人手中；物流有的也可以上门提货，送货到收件人手中，但是也有的物流需要发货人送到指定的物流网点办理或收货人自己到物流网点提货。

3. 运输对象的大小不同

快递公司主要运送文件类、个人物品类以及 50 kg 以下的小批量货物。比如各种单据、发票、账单、生活用品以及小批量的书籍、特产、水果、小吃等小物件。

物流公司主要运送大型物品、大批量货物。比如大批量的家具、家电、电子产品、原材料、数量大的零配件、大中型机械、大件设备等。

4. 价格和费用有所不同

快递的单位价格较高，因此只适合运送文件类和小件、少量货物。

如果货量大，则必须找物流公司，且货量越大；找物流公司越划算，刚好够整车则更好。一般来说，整车物流比零担物流经济性更好一些，尤其是在单位成本方面。

（二）快递与物流的关系

快递是物流的一个子行业。确切的说，快递包含了物流活动的基本要素，它属于“精品物流”，它们的关系如图 1-1 所示。

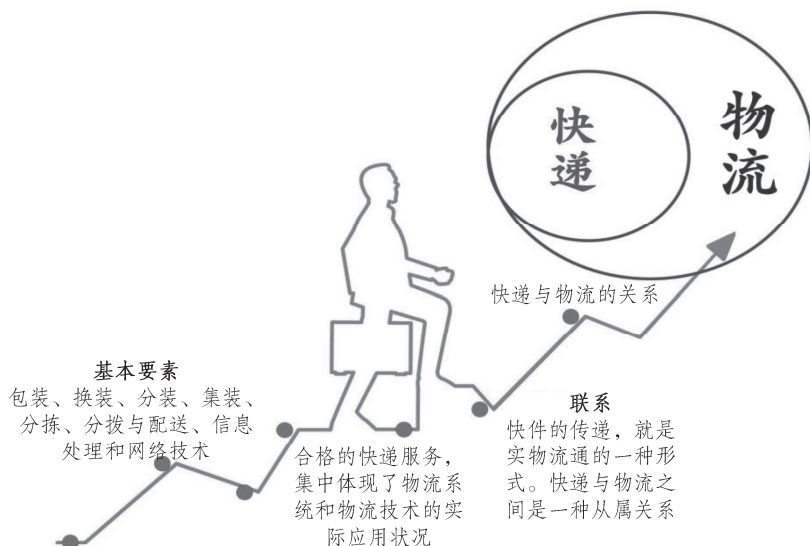


图 1-1 快递和物流的关系

四、快递与邮政的区别和关系

快递产业总是和邮政业一起被统称为“邮政快递业”。政府主管部门已经明确规定快递归属邮政业。从学术上讲，邮政和快递是两种具有相近之处但本质上略有不同的企业。两者具有一定的相似性：通过递送网络提供文件或物品，递送对象都是文件或物品，都含有信息传输或实物递送的成分。但二者又截然不同：邮政业务的

特点是普遍服务，即政府定价、财政补贴、全面覆盖、不苛求时效性，给所有人提供基本信息服务；而快递业务的特点是企業根据市场需求差别化定价，政府负责监管，投递网络根据市场需求决定，并满足客户的个性化需求。快递与邮政主要的区别如表 1-1 所示。

表 1-1 快递和邮政的主要区别

区别点	快 递	邮 政
经营范围	商务文件、资料、小型物品	私人信件、包裹
服务对象	经济贸易领域内的特殊客户	社会全体成员
服务标准	注重满足客户的个性化需求	注重服务的标准化和统一性
邮递渠道	通过快递公司自身的跨国或全国的网络，或两个航空货运代理公司之间进行的	邮政服务是通过邮局之间的连续投递进行的，国际间的邮政服务通过万国邮联协议进行
定价机制	遵从价值规律，按照其服务效率与服务程度不同，以市场供求关系决定其价格水平	全国统一的具有公益性质的低价的固定资费标准
企业运行规则	能按照市场经济的规律运行，实行自负盈亏、自我发展、适者生存、优胜劣汰	实行企业化管理，但对于出现政策性亏损时，会由国家财政给予专项补贴
行业监管体制	竞争性的市场化业务	国家的公用事业

五、快递的分类



快递业务根据不同的分类依据，可以划分为许多不同的业务类型。具体分类如表 1-2 所示。

表 1-2 快递业务分类表

分类标准	简 介	
按照运输方式分类	航空快运	快捷，已成为快运最常用的方式
	公路快运	目前运输量最大的方式
	铁路快运	运输量大、安全、准时
	水运快运	适合大宗物品的运输，尤其是有时间紧迫性要求的大宗特殊物品的运输
按照服务对象分类	特快专递	门到门或桌到桌服务，速度更快，多为紧急的小物品，以文件和小包裹为主
	一般快运	速度安全系数都一般，适合大多数物品
按照递送区域范围分类	国际快递	主要服务对象为外贸行业的商业信函、文件、票据等物品，涉及国际关系问题，是一项政策性很强的涉外活动
	国内快递	整个运送过程都在一个国家边界内，进一步可以分为同城快递、区域快递和全国快递

续表

分类标准	简介	
按照快递服务主体分类	外资快递企业	在 20 世纪 80 年代纷纷以合资的形式进入我国, 以 DHL、UPS、FedEx 等为代表
	国营快递企业	网络、资金和政策等资源都得到国际层面的支持, 以中国邮政 EMS、中铁快运和民航快递为代表
	国内民营企业	通过加盟和直营等形式, 网络覆盖面广, 以顺丰速运、申通、圆通等为代表
按照送达时间分类	当日达	要求在投递当天即完成货物的送达交付服务
	次晨达	在投递物品的第二个工作日中午 12 点前完成送达交付服务
	次日达	在投递物品的第二个工作日下午 18 点前完成送达交付服务
	隔日达	投递物品的第三个工作日上午 12 点前完成送达交付服务
	定日达	在投递物品后按照客户的指定时间完成送达交付服务
按照业务方式分类	基本业务	收寄、分拣、封发和运输单独封装的、有名址的信件、包裹和不需要储存的其他物品, 并按照承诺实现将其送达收件人的门对门服务, 这是快递企业的核心业务
	增值业务	是指快递企业利用自身优势在提供基本业务的同时为满足客户特殊需求而提供的延伸服务
按照付费方式分类	寄件人付费	寄件人在寄递快件的同时自行支付快递资费的快件
	收件人付费	寄件人和收件人商定, 由寄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	寄件人和收件人及快递企业商定, 在收件人收到快件时由第三方支付快递资费的一种快件
按照结算方式分类	现结快件	快递业务员在快件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一种快件
	记账快件	快递公司同客户达成协议, 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

练一练

一、选择题

1. 下对于快递业而言, () 是其核心和灵魂, () 是其基本特征。
- A. 时效性 B. 服务性 C. 普遍性
D. 安全性 E. 网络性 F. 专业性

2. 快递服务属于()。
 - A. 运输业
 - B. 通讯业
 - C. 邮政业
 - D. 信息业
3. 邮政和快递最大的区别是()。
 - A. 经营目的
 - B. 规模
 - C. 市场化程度
 - D. 服务范围
4. ()属于国际快递企业。
 - A. 顺丰速运
 - B. UPS
 - C. 圆通快递
 - D. 申通快递
5. ()属于同城快递业务。
 - A. 某快件由苏州发往华盛顿
 - B. 某快件由湖南长沙发往广东中山
 - C. 某快件由江门发往香港
 - D. 某快件由柳州鱼峰区发往柳州城中区
6. 以下选项中属选项中于快递直营模式优势的是()。
 - A. 网络扩展迅速
 - B. 标准化程度高
 - C. 便于统一管理
 - D. 具备价格优势
7. 在快递服务中,以下说法正确的是()。
 - A. 客户最关注的因素是时速
 - B. 快递企业只要送达速度快,就最具有竞争优势
 - C. 客户最关注的因素是价格
 - D. 快递企业应该在保证时速的前提下,尽可能满足客户其他方面的需求

二、填空题

1. 快递按照运输方式分为_____。
2. 快递按照递送区域范围分为_____。
3. 快递按快递服务的主体分为_____。
4. 快递按送达时间分为_____。
5. 快递按照业务方式分为_____。
6. 快递按照付费方式分为_____。
7. 快递按照结算方式分为_____。

三、判断题

- () 1. 快递服务与邮政业普遍服务中的基本寄送服务相同。
- () 2. 快递服务的本质反映在一个“快”上,快速是快递服务的灵魂。

任务训练页

一、接受任务

不同的寄件人寄送的物品不同,而不同的寄件人对于送达时效、服务等也会有

不同的需求，你能够根据具体情况为客户推荐合适的快递业务类型么？

(1) 小李在淘宝上买了件 50 元左右的衣服，淘宝卖家和小李所在地不在同一个省，卖家选择了申通快递。小李想咨询他几天之后可以收到货物。

(2) 小王要将特效药寄给正在生病的姑姑，要求越快越好。请推荐合适的快递业务类型。

(3) 小张有台高价值的数码单反相机，要寄给外省的同学，请推荐合适的快递业务。

(4) 淘宝上某智能手机经销商，由于手机单价较高，买家付款都很谨慎犹豫，因此一直销量不好。请推荐一种快递的增值服务，既能让买家消除顾虑，又能提升经销商的手机销量。

(5) 每年七月，陈老师要给外地学生寄毕业证，不仅运单填写繁琐，还要搭上不少快递费。请推荐一种快递服务，让陈老师省心、省钱。

请仔细阅读以上五个情景，分析客户的需求，在掌握快递业务基本分类的基础上，回答客户的问题，或为客户推荐最合适的快递业务类型，并将理由填写在“活动成果”表格中。

二、制定计划

本次任务要求同学们在课堂上分小组学习、讨论，并且展示分享活动成果。

三、任务实施

分工	姓名	主要职责
组长		组织、协调组员学习、讨论
组员		参与讨论，记录讨论成果

四、活动成果

客户	业务类型	选择的理由
1		
2		
3		
4		
5		

五、任务评价

班级	任务名称			姓名		
学号	选择快递业务类型			组别		
评价项目	评价标准	自我评价 (20%)	组长评价 (30%)	教师评价 (50%)	分值	得分
职业能力	1. 团队合作、 分工明确				10	
	2. 有独立工 作能力，完成质 量好				10	
	3. 语言组织 与表达能力好				10	
专业能力	1. 能准确选 择快递业务类型				25	
	2. 能准确表 述选择的原因				40	
其他能力	1.				5	
	2.					
总结与 反思				成绩合计		
				指导老师 综合评价		

拓展资源页



拓展阅读——中国如何实现从“快递大国”向“快递强国”跃升

我国快递业发展极其迅猛，连续多年稳居世界第一，“快递大国”实至名归。我国应当抓住全球产业格局调整所带来的机遇，实现从“快递大国”向“快递强国”跃升。

目前，我国快递业已经形成了一个覆盖高中低、大小规模不同、业务重点不同、相互分工合作的复杂“生态圈”，其活力与科技进步的速度令人惊叹，堪称现代服务业中的一朵“奇葩”。结合国内外形势与经济发展趋势，到2035年左右将我国建成快递强国，既有很强的必要性，也有客观现实性。

近年来，我国互联网应用技术特别是电子商务的高速发展，不仅推动快递业务量连续几年以较高增长率高速增长，而且进一步触发了快递业的模式变革、科技进步和装备技术创新，将快递业的业务范围从国内扩展到国际、从企业为主到如今面向千家万户。依据当今互联网发展趋势与数字经济的相关理论，未来 20、30 年，我国快递业仍将处于成长期，并可能发生几个方面的重大变化：一是未来的物流业务量（含快递）将总体保持快速增长态势，甚至可能由线性增长转向指数式增长；二是快递行业将由目前竞争激烈逐步走向行业整合，未来很可能出现 3~5 家寡头企业的局面；三是平台将成为快递企业的主要组织形式；四是快递将全面转向智慧物流，并向供应链高端攀升。