

## 案例：顺丰速运公司

公司概况 顺丰速运（集团）成立于 1993 年，总部设在深圳，是一家主要经营国内、国际快递及相关业务的服务性企业。

初期业务为顺德与香港之间的即日速递业务，随着客户需求的增加，顺丰的服务网络延伸至中山，番禺、江门和佛山等地。

在 1996 年，随着客户数量的不断增长和国内经济的蓬勃发展，顺丰将网点进一步扩大到广东省以外的城市。

自成立以来，顺丰始终专注于服务质量的提升，不断满足市场的需求，在大中华地区（包括港、澳、台地区）建立了庞大的信息采集、市场开发物流配送快件收派等业务机构发、物流配送、快件收派等业务机构，建立服务客户的全国性网络，同时，也积极拓展国际件服务，目前已开通新加坡、韩国、马来西亚、日本及美国业务。

长期以来，顺丰不断投入资金加强公司的基础建设，积极研发和引进具有高科技含量的信息技术与设备，不断提升作业自动化水平，实现了对快件流转全过程、全环节的信息监控、跟踪、查询及资源调度工作，促进了快递网络的不断优化，确保了服务质量的稳步提升，奠定了业内客户服务满意度的领先地位。建立服务客户的全国性网络快递行业的背景 据中国快递协会副会长兼秘书长达瓦分析，这种高速发展的态势还将继续，因为我国有 13 亿人口、5 亿多网民，需求的多层次、多样化，使我国快递业市场发展潜力巨大，在今后一个时期内，我国快递业面临的主要矛盾仍然是需求远远大于供给。快递市场化改革给快递业发展带来了巨大机遇。

修订后的《邮政法》确立了遵循 公开、公平、公正 以及 鼓励竞争、促进发展 的原则，建立了快递业务经营许可制度，明确了快递企业的法律地位。

市场竞争机制朝着更加充分更加规范场竞争机制朝着更加充分、更加规范、更加完善、更有效率的方向发展。

世界 500 强企业中有 5 家进入中国快递市场投资发展、参与竞争。快递企业的运营管理能力和技术装备水平明显提高，快递网络正由东部向西部、城市向郊区迅速扩展。有资料显示，3 年前我国日处理量超过百万的快递企业只有 2

家，2011 年有 6 家企业日处理量超过 100 万件，其中有 4 家企业超过 200 万件，去年上半年的快递增长速度是 50%。

今年，我国快递市场将迎来一个内资外资、国有民营全面竞争、共同发展的良好态势。

更加完善更有效率的方向发展 顺丰快递的诞生背景 说起物流，其实许多大企业集团早就意识到现代物流的趋势和好处。

它们开始挖掘现代物流这个第三利润源泉。

企业发展物流行业，希望减少运输及仓储环节以降低成本，但这涉及企业经营模式的变革；实现海、陆、空的联运，都离不开铁路、航运、民航和公路等多个部门的联手。

在这种情况下，顺丰物流把握自己的优势和现代的电子商务技术相结合，开展了物流配送。顺丰的品牌理念 积极 - 迅速扩展和进步的业务成立初期提供顺德与香港之间的即日速递业务。

随着公司的业务不断发展并迈向国际，顺丰速运现成为中国速递行业民族品牌的佼佼者之一。

其积极、有序地发展陆上及航空速递网络，并专注于人才队伍的建设，是企业中长期发展规划的首要任务。

创新 - 持续创新和完善的服务积极探索客户需求 持续创新和完善的服务积极探索客户需求，为客户提供快速安全的流通渠道；不断推出新的服务项目，帮助客户更快更好地根据市场的变化而做出反应；缩短客户的贸易周期，降低运营成本，提高客户的市场竞争力。

除了在公司内部培养一批中流砥柱以外，更不断从其它行业吸收精英以满足业务高速发展以及服务不断完善的需要。为客户提供快速 务实 - 保持稳健中提升的作风致力于加强公司的基础建设，统一全国各个网点的经营理念，大力推行工作流程的标准化，提高设备和系统的科技含量，提升员工的业务技能和素质，努力为客户提供更优质的服务，不遗余力地塑造顺丰速运这一民族速递品牌民族速递品牌。

活力 - 营造迅捷和亲切的体验以客户需求为核心，建设快速反应的服务团队，谨守服务承诺。

提供灵活组合的服务计划， 更为客户设计多种免费增值服务及创新体验， 全天候不间断提供亲切和即时的领先服务。顺丰快递的优势： (1)快捷的速度： 主要以经营区域业务为主， 与国外快递公司相比， 对线路很熟悉。

无论是同城快递， 还是城际快递， 顺丰快递企业都比相关 **ems** 约快 50%。

(2)灵活性高： 从服务上看， 民营快递实行门到门服务。

手对手交接， 上门收件送件及收款， 对客户还可派驻专人到客户处提供收发快件服务。服务。

(3) 专线包机： 顺丰一共有 8 条专线包机， 往返于北京、 上海、 深圳。

这三地是顺丰快件的分拨中心， 即华北分拨中心、 华东分拨中心、 华南分拨中心， 分别辐射东北、 西北、 华东、 华中、 华南、 西南方向。

(4) 安全（也就是投递质量）： 这在同行业是最低的。

(5) 系统追踪： 顺丰的客户在致电 40081 1 1 1 1 下单之后， 顺丰的收派员的手机和 **hht** 掌上电脑终端都会收到一条发件短信。

在派件时， 收派员收到点部管理人出仓后的快件时， 必须把这些快件在 2 小时内派送完毕。顺丰快递的优劣势分析顺丰的货物损坏率是十万分之一， (6) 产品优势： 快捷的实效服务， 从客户预定下单， 到顺丰收派员上门收取快件， 一小时内完成， 快件到达顺丰营运网点至收派员上门的客户派送二小时内完成。

(7) 安全的运输服务： 自营的运输网络： 提供标准高质安全的服务。

自有专机和 400 余条航线的强大航空资源以及庞大的地面运输网络， 保障各环节以最快路由发运， 实现快件 今天收明天到 （偏远区域将增加相应工作现快件 今天收， 明天到 （偏远区域将增加相应工作日） 。

(8) 先进的信息技术： 顺丰采用信息监控系统 **hht** 手持终端设备和 **gprs** 技术全程监控快件运送过程， 保证快件准时安全送达。

(9) 方便快捷的网上自助服务： 客户可以随时登录顺丰网站， 享受网上自助下单和查询服务。

(10) 灵活的支付结算方式： 寄方支付、 到方支付、 第三方支付、 月度结算、 转账结算、 支票结算顺丰快递的劣势： (1) 快递服务不规范、 业务范围比较狭窄、 服务态度方面不够好、 推托责任、 快递质量不保证、 甚至丢失和损毁委托快件。

其 2008 年投诉排名表如下： （2） 物流信息技术。

由于信息不能实现即时有效的在各个部门之间共享， 导致业务各个环节缺乏紧密衔接， 各个部门之间反应比较迟钝，有时会出现查询答复不及时、 投递延误及邮件丢失的现象， 影响其服务质量。（3） 对于一些突发紧急的事情不能实现即时解决， 系统柔性不强，灵敏性较差， 客户端反应不够迅速 （4） 顺丰快递的业务流程大致为： 客户投寄快件-----公司安排投递部配合取货-----公司内部数据处理-----投递部接单后安排投递-----配送。

这种串行流程作业， 使得公司业务流程的各个环节之间缺乏有效的衔接， 环节之间耽误了太多的时间， 而且也造成成本的上升。

（5） 目前顺丰包括网购在内的个人消费业务只占总体业务的 10%左右。

不利于其在电子商务方面的发展， 并且可能会导致人才的匮乏以及将来的业务拓展。快递业的发展在中国刚刚起步 （6） 快递业的发展在中国刚刚起步， 所以国内快递公司（顺丰） 的营销水平不高， 没有像样的市场部， 没有出色的营销人员， 产品的市场定位、 价格偏高但服务质量与价格并不匹配。

（7） 信息化水平滞后， 各快递系统之间兼容性、 协调性较差， 缺乏统一的快递物流信息平台， 系统的可视化水平较低， 严重制约了我国民营快递企业运行效率和服务质量的提高。所以国内快递公