

直面民营“宅急便” PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/36/2021_2022__E7_9B_B4_E9_9D_A2_E6_B0_91_E8_c31_36886.htm “您好，这里是××快递公司为您提供服务。”嘉兴某纺织企业王小姐打算给上海的经销商邮寄3件样品，方便经销商根据样品决定定货的数量，在比对了送达时间和资费标准后，王小姐选择了一家民营快递公司并拨通了电话。一小时后，这家快递公司的快递员上门取走了样品，收费10元，并告诉王小姐，邮件正常情况下在第二天可以送达，她还可以通过公司网站实时查询派件流程。民营快递正以其这种特有的“亲和力”，悄然走进快递市场。民营新军激活快递市场 近年来，传统货运企业经营开始陷入困境，经济效益不佳，于是，诸多传统货运企业开始谋求新的发展思路，寻求更多的利润点，部分企业开始向现代物流企业转型，而多数小企业则转向快速货运等特色服务，快递便是其中之一。在国外物流业不断成熟和发展的今天，快速货运虽然只是物流系统供应链中的一个“小尾巴”，但它却成就了一大批以TNT、宅急便为代表的著名快运公司。相比之下，在国内物流市场并不成熟的今天，国内快速货运业发展的环境并不理想，特别是小型运输企业，无论从规模、实力、服务还是在运营及信息管理上都存在非常大的差距，要想“速成”快运企业又谈何容易。于是，众多小企业对“快递”表现出了好感，纷纷转向“民营宅急便”，以其快捷、价廉的优势从EMS和洋快递手里争得了一块不小的蛋糕。民营快递拿什么争明天 UPS联合邮递物流公司是世界上最大的航空和陆地邮件运输公司，他们以“收取最低的费

用，提供最佳的服务”，不仅在传统的邮递业务中处于领先地位，同时也同联邦快递公司的夜间快递业务方面展开竞争，而其成功的关键就是拥有一套科学的管理信息系统。可见，快递运输既然念的是“快字诀”，那么出色的网络技术和信息处理能力是极为必要和关键的。在“首届中国物流企业年会”上，宅急送公司总裁陈平曾将民营企业比做“农村户口的小孩”，他说道：“我们算不上弃婴，至少也是农村出生的孩子，从出生下来，环境就比较恶劣，不像城市里的孩子有优厚的出生环境与待遇。”而民营快递公司也确实如同农村的孩子一样，在生活环境并不优厚的条件下，只能靠自己闯出一片天地。于是，“如何跳出龙门”成为许多民营快递公司的燃眉之急，优胜劣汰、资产重组成为民营快递业发展的必然趋势。而在公司规模和服务质量上寻求突破，以此获得更多市场份额和企业竞争力的同时，有更多的业内人士认为，快递市场的运价和服务方式进入完全竞争后，信息技术将成为企业逐鹿未来快递市场、升级快运企业的制胜法宝。提高管理层次，规范市场竞争由于低投入、高回报的特点，许多小型运输企业业主纷纷表示在可能的情况下，会考虑转型民营快递公司，民营快递业已呈雨后春笋之势。但市场却亟待规范，为能拿到一张订单而争相压价的现象并不少见、没有在工商部门登记过的“地下快递户”鱼龙混杂、快递员工素质不高、包裹的安全得不到保证……，造成了服务跟不上、顾客权益受损后难以得到补偿等问题，行业内部的不合理竞争又让一些有“想法”的企业乱了阵脚，这在一定程度上制约了快递行业的发展。因此，加强对快递行业的指导和监督，引导这一行业健康发展显得尤为重要。 100Test

下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com