

物流案例：欧洲邮政老大德国邮政 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_89_A9_E6_B5_81_E6_A1_88_E4_c31_36887.htm 德国邮政德国邮政全球网络(Deutsche Post World Net)是世界上最大的运输和物流集团，包括DHL、德国邮政、邮政银行三大著名品牌，业务涉及邮政、快递、物流和金融服务四大板块。成功上市十几年前，德国邮政还是一个经营管理水平落后、债务累累、机构冗繁的政府所有企业，经过十多年来的改革和发展，如今的德国邮政已成为全世界最具实力的邮政企业之一。上世纪80年代末，为了适应市场出现的激烈竞争，原德国邮电部对邮电行业进行了改革，将原属邮电部统一管理的电信和邮政从邮电部分离出来实行政企分开，同时将邮政金融业务同邮政分开，成立电信、邮政、邮政银行三大专业公司实行独立经营。1999年德国政府将邮政银行的所有权全部转给德国邮政，2000年11月德国邮政集团的股票成功上市。德国邮政公司股票成功上市，使其成为欧洲物流公司中的龙头老大，同时也成为世界上最大的上市物流企业，法兰克福DAX指数成分股之一。积极扩张德国邮政的高层管理者认为，抓住核心业务，积极扩张能确保公司的未来。他们的目标是：走全球化之路，提供标准化的邮件快递、货运甚至是一站式服务。为此，德国邮政专门成立收购小组，寻找和研究合适的收购对象。敦豪环球速递公司(DHL)就成了德国邮政最中意的对象，该公司的网络覆盖了全球220多个国家和地区的12万多个目的地，是全球快递业巨头之一。几经周折，德国邮政公司控制了DHL大部分的股份。由此，德国邮政跨入了国际

市场。不久前，德国邮政又获得了DHL国际剩余的股份，全面接管了这家国际速递的主导经营商。在欧洲，德国邮政通过成功收购拥有业务遍及全球运输投递系统的丹沙(Danzas)公司，成为物流业的巨头。与此同时，德国邮政在波兰最大的私人包裹业务公司之一的Servisco公司占有很大股份。另外，德国邮政还与德国汉莎航空公司组建了以网上购物为主的Trimondo公司，进军网上购物领域，旨在成为欧洲最大的、面向集团客户的横向互联网络市场。现在，各类公司都可以通过Trimondo公司的网络市场在网上订购商品及服务，其方法简单、节时省钱。德国邮政非常重视亚洲市场，德国邮政通过Danzas和DHL在亚洲的物流和快递领域进行业务拓展。2002年以来，DHL在亚太地区的投资占全球投资的1/3，而对中国的投资超过任何一个亚太国家或地区。作为最早进入中国的国际速递业巨头，DHL和中方合作伙伴共同组建的“中外运-敦豪国际航空快递有限公司”在国内各主要城市设有39家分公司和135个速递中心，覆盖全国318个城市，国内航空市场占有率达37%。进入日本市场也是德国邮政扩展全球业务的组成部分。敦豪日本公司在日本的邮政网点有29个，主要在东京、大阪等主要城市提供低价格的服务。业务结构德国邮政商函业务占整个函件业务的80%以上，其中90%以上属于大宗用户。德国邮政快递公司在保证优质优价的前提下制定市场价格表，使得快递函件和快递裹通过专门服务和额外服务得以不断完善。1999年德国邮政开办物流业务，并建立了现代化的物流中心。由于邮政开办仓储业务，满足了一些大公司不想或无力建设仓库，而产品又需要存放的需求。一些公司和商场把一些换季暂无销路的产品和一些销售

过程中的产品暂存邮政仓库，从而使邮政网络、运能的效率得到进一步提高。物流在销售额方面达到了跳跃式增长，其核心是Danzas集团公司根据整个升值链为用户提供综合服务。在全世界提供包括航空货运和海运、欧洲陆路货运和针对客户个性的物流解决方案。德国邮政国际信函和国际包裹业务的宗旨是满足欧洲和世界范围的邮寄。国际信函服务公司提供全套解决方案，而国际包裹公司是从事B to B的专业公司，该公司研究制定市场营销和物流方案，以利公司进入市场。德国邮政还通过DHL向全世界提供快递业务。2001年集团公司的国际拓展使国外销售额有了明显的提高，销售比例在总收入中从前年的9%提高到去年的33%，约占1/3。德国邮政银行属商业银行，作为德国邮政集团下属的一个子公司。德国邮政银行同DSL银行合并后现已成为德国最大的零售商业银行，为德国邮政的网上购物、物流等业务提供资金结算。德国邮政银行的金融零售业务为德国第一位，列欧洲第五位。

品牌整合“STAR”计划是德国邮政全球网络的一个庞大计划，其中包括115个项目。该计划于去年10月启动，今年1月1日正式开始实施，计划于2005年结束。作为“STAR”计划中最重要的一部分，德国邮政全球网络将对旗下的邮件、快递和包裹、物流以及金融几大业务板块重组。目的是到2005年，德国邮政全球网络的年经营利润要上升到31亿欧元，增长40%。按照计划，德国邮政全球网络将敦豪环球快递(DHL)、丹沙(Danzas)、德国邮政欧洲快递整合为统一的DHL品牌进行经营。统一后的DHL品牌将拥有四大服务支柱公司：DHL快递、DHL货运、DHL丹沙海空运以及DHL解决方案。Danzas所属的欧洲货运公司、解决方案公司将分别

并入DHL货运和DHL解决方案公司，丹沙洲际运输公司则变身DHL丹沙海空运，欧洲快递并入了DHL快递。除了DHL丹沙海空运外，其他三个公司的总部将集中在DHL总部所在地布鲁塞尔。这个基于DHL品牌下的新结构，已于2003年1月1日正式生效。DHL、Danzas都是全球知名的国际性品牌，但为了建立全球范围的统一形象，德国邮政全球网络选择了在业内知名度更高的品牌DHL。从4月1日开始，DHL的新标识开始启用。新的品牌标识是传统的DHL标识置于黄色背景之上，表示德国邮政对新的DHL100%的控股。重组之后的敦豪公司将使用统一的商标(DHL)，设置统一的管理机构，集国内和国际包裹、快递和物流服务(目前这几项业务的年收入为210亿欧元)于一身，为客户提供一站式服务。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