

中邮物流：立足科学发展实现辉煌跨越物流师资格考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/537/2021_2022__E4_B8_AD_E9_82_AE_E7_89_A9_E6_c31_537641.htm 为了适应我国经济的快速发展，进一步发挥邮政遍布城乡的网络优势，中国邮政集团公司于2003年1月全资建立了中邮物流有限责任公司，依托中国邮政网络、品牌和“三流合一”优势，全面进军我国物流市场。目前已在全国范围内建立以“母公司-子公司-分公司”为主体，以“中邮物流”为统一品牌的组织管理体系。五年多来，邮政物流业务发展取得突破，基础建设日趋完善，市场竞争力逐步提高，服务层次、水平和质量日益提高，业务规模和客户群体不断扩大；已逐步形成了以一体化精益物流服务、中邮快货、分销配送三大产品为核心的现代物流业务体系；邮政物流独特的“三流合一”业务模式得到了客户和业内的广泛认可；中邮物流在业界的影响力逐年扩大，在中国交通运输协会等八大协会联合主办的“中国物流百强企业”评比中，获得2004年度第二名，连续获得2005年度、2006年度、2007年度第三名的优异成绩；获得中国物流与采购联合会颁发的“物流示范基地”等称号，并出任中国物流与采购联合会、中国交通运输协会两大业内权威团体的副会长单位。五年磨砺 跨越发展 中邮一体化物流服务 打造品牌形成特色 基于供应链服务的“一体化合同物流”，是现代物流领域的制高点；是体现物流供应商物流服务水平标志性业务。它是根据客户个性化需求，定制从订单处理、运输、仓储、配送，到库存管理、流通加工、信息服务、退货处理、代收货款等的端到端的一体化物流解决方案；是以个性

化解决方案为特征的综合性合同物流服务；具有业务规模大、个性化需求突出、涉及客户供应链多个环节、全程实施项目管理等特点。当前，在我国能够提供这种基于供应链全过程的高端物流服务的国内物流供应商寥寥无几。而随着国内物流市场对外开放后，国际知名的物流企业蜂拥而入，特别是在华跨国公司物流事务全球化趋势的日趋明显，国内跨国公司高端物流服务几乎被一些一流国际物流企业囊括殆尽。这些企业具有很强的专业方案策划能力，能为多个行业、供应链上的多个环节提供附加值较高的增值服务。他们通常以“领导者”的身份参与到物流外包中，与世界500强等跨国公司形成跨国界的全球合作关系，在“全球总部层面”、“亚太总部层面”等多层次开展营销活动。中邮物流，自成立以来，就把发展高端“一体化合同物流”业务作为经营工作的重点；把国内一体化合同物流领域的领先企业作为自身奋斗的目标。他们把一体化发展的重点，放在了高科技、快速消费品、汽车零配件、医药等行业；这些行业的产品和物流需求，体现了“一多、两高、三小”的特点，即：多批次、高时效、高附加值、小批量、小体积、小重量；符合邮政现有资源、网络的特点，有利于其优势的充分发挥，既可以确保项目运作的成功，又有利于形成“技术壁垒”。在业务开发上，中邮物流以世界500强企业和国内行业领先企业为重点客户，与国际跨国物流企业同台竞技，积极参与高端物流市场竞争。他们结合邮政特点，积极建立“总部-省-地”三级团队联动的营销模式，并形成了一整套包括营销、方案策划、投标、试运行和全面运作等过程的业务开发和运营模式。以基础物流服务为突破口，逐步拓展服务范围和服务内容。他

们利用邮政网络覆盖城乡的优势，积极为客户提供具有比较优势的代收货款、网点投交、家居配送等服务，以此赢得客户信赖；他们充分利用中国邮政综合计算机网和金融网络，逐步建立起完善的物流信息系统和电子商务系统，为企业提供订单处理、网上支付、库存管理、在途跟踪以及运行绩效监测、管理报告等综合性的供应链管理与资金流相结合的一体化服务。围绕业务经营，中邮物流以“建立优秀的团队”为核心，通过“外部招聘，内部培养”，着力打造专业化的物流队伍；通过建立市场化的薪酬体系和激励机制，有效地激励员工工作热情，立足岗位努力工作，与企业共同成长。他们强化项目管理，在全国积极推行“三级项目经理负责制”。即由中邮物流制订运营方案，与省邮政物流局(公司)和项目源头局的项目工作组形成联动协调的整体，按照统一管理、分级负责、分层运作的原则实行专业化管理，公司化运作。对于全国性的核心项目，实施总部项目经理派驻制度。这些措施有力地保证了项目的平稳运行。几年来，中邮物流通过不断摸索和实践，已初步总结和形成为客户提供基于实物流、信息流和资金流“三流合一”，具有邮政特色的供应链物流服务模式。其服务内容包括供应物流、销售物流、售后服务物流、逆向回收物流等一系列供应链服务，服务功能涵盖区域配送中心管理、供应商库存管理、运输配送、网点投交、代收货款、仓单质押、信息系统对接等多个环节。经过了几年的努力、与国际知名物流企业的“同台竞技”，邮政物流的市场开发和项目运作能力和水平也有了较大提升。在商务沟通、流程设计、指标提升、信息化、财务结算等方面逐步与国际标准接轨。目前，邮政物流不仅拥有以世界500

强企业和国内行业领先企业为主体的一大批核心客户群体，且服务区域已经延伸到境外。邮政独具特色的“三流合一”的一体化物流服务得到了客户和业内的广泛认可；中邮物流在业界的影响力逐步扩大，“精益物流”品牌已初步建立。倾力打造“精品零担货运”品牌，努力为中小企业提供完善周到的物流服务。我国中小型企业数量约为21.7万家，其产成品(中间产品)物流需求广泛。2007年我国道路运输市场年规模约150亿吨，零担货运年规模超过550亿元，且每年仍以10%的速度持续、快速增长，市场潜力和发展空间巨大。然而，目前我国零担货运业务的主要服务内容基本停留在单纯运输和配送等方面，市场离散度较大、竞争呈无序状态，缺少能够提供高品质、高层次服务、居统领地位的物流供应商。为此，中邮物流于2003年10月正式开办了中邮快货业务，力图依托邮政全程全网的优势，构建全国统一的零担货运网络，全力打造高品质零担货运品牌，以满足我国广大中小企业日益提高的物流需求。中邮物流将目标市场定位于医药、保健品、化妆品、图书印刷、IT电子、纺织品、汽车零配件等行业的中小企业产成品销售物流，并针对中小企业产品销售物流的需求特点，围绕打造差异化竞争优势，按照“基本服务 附加服务”模式，为客户提供覆盖国内所有城市的标准化货运服务。该项业务主要提供包括干线运输、定点配送、信息反馈在内的基础服务和以时限管理、代收货款、运费到付、电子返单为重点的附加服务。该业务确立了以发展中小企业协议客户、签订中长期合同、批量发货的市场营销模式。几年来，中邮快货业务实现了跨越式发展。目前该业务已初具规模，并逐步发展成为适应市场需求、在国内零担货运领域具

有一定影响力和具有较大发展潜力的服务产品。邮政物流在依托邮政原有营销资源的基础上，进一步强化了以专业营销员、揽货点建设为主导的中邮快货专业营销体系的建设。在省会城市、重点地市及部分重点县进一步扩大营销员队伍。同时，还通过进货场(货物集散点)、进工业园区和进驻协议客户的新“三进”措施，着重加大省会城市、重点地市、工业园区、开发区、货物集散地揽货点的建设。邮政通过对现有资源的重组和改造，在依托邮政公路、铁路和航空干线运输网络的基础上，先后组建了以北京、广州、南京、郑州、武汉、长沙、成都和西安为中心的区域集散网络，并积极与铁路部门合作，充分利用行邮专列、行包专列等铁路大通道资源，以及邮政长途汽车、火车邮路，将区域集散网络连接成统一的整体---中邮物流集散网，并与省内快速物流网连接，形成统一指挥、统一运作，覆盖31个省、自治区、市的300多个城市、2000多个县的现代物流网络平台。中邮物流集散网采取固定班次、夜间运行、集中交换、信息同步的运作管理模式，实现了实物流、信息流的高度融合，极大地提高了网络的运行效率和运行质量，确保了中邮快货及物流业务的品质。经过几年的不断优化和改造，中邮物流集散网已经成为中国覆盖最广、服务深度最深的货运网络之一；成为邮政特有的针对批量货物运输、处理的网络平台。邮政也逐步打造出了一套以集散式网络为依托，零担价格营销、拼车归集运输、重点服务于中小型企业客户的物流运作模式。近年来，中邮物流公司创新管理体制和运行机制，把触角延伸到田间地头，建立起“直通车配送”模式农村物流网络，破解农村物流难题，为社会主义新农村建设注入活力。中邮物流有

限责任公司总经理李凯介绍，这种“直通车配送”模式就是发挥邮政遍布城乡的网络优势，将现代物流理念引入农村，按照“配送分销”的运作模式，为广大农民提供种子、化肥、农药等农资类产品和日化、酒水等消费品以及农产品的分销代理和配送服务。中邮物流依托资源完善布局，解决偏远地区农牧民物流难题。邮政以农村支局所为管理节点，将县局培育成为提供产品配送、技术服务和网点管理的配送中心，通过改造、新增和加盟等方式，在乡镇和大的行政村建立邮政服务“三农”的代办点，主要采取固定和流动两种灵活方式。一是固定代办点。利用邮政自有机构和各类社会店面，发展有固定经营场所和柜台的代办网点，对网点进行协议管理，统一挂牌，由邮政统一对这些店面进行配货，店面进行销售或送货上门服务。将邮政自有机构改造成既承担普通服务义务，又为农民提供生产生活资料配送的双重功能的网点。二是发展代办员(流动代办点)。在整合原有农村邮政代办员的基础上，将科技带头人、致富带头人、种植大户等发展为邮政业务的代办员，邮政将农民需要的产品统一配送到代办员家中，由代办员根据周围农民的需要，提供随时上门服务，做到“收订到农户、投递到家门、服务到田头”。中邮物流立足服务创新，建立了一套集宣传、培训、试验、示范、技术推广的服务模式，为农民提供从耕种到收割的“一条龙”服务，内容包括：产品技术信息服务、收订上门、投递到户、技术指导、定期回访、投诉处理、信息反馈等。这种全新的服务方式，使农民足不出户就实现购物。他们还根据各地农业种植特点，推出时间上跟进、产品上叠加的“套餐服务”。既节约了农民的支出，又弥补了农民在产品选择

上的盲目和系统考虑的不足。中邮物流充分整合和发挥合作企业的技术力量，对于配送的每一种产品都联合合作企业建立示范田，让农民亲眼看到邮政代理产品的使用效果，并配合技术服务人员实地培训、指导，确保产品的科学使用。他们还将城市消费市场常用的营销方式引入农村，引导农民转变消费观念。邮政为加大所配送产品的营销力度，采取了多种有效的营销方式，如产品组合促销、买赠促销、现场抽奖、演出现场促销等。江西、山东和河南等省还将比较流行的会员服务概念引入农村，将享受邮政服务的农户发展为邮政的会员客户，为其提供包括储蓄、报刊、包裹、产品配送在内的一揽子邮政服务，既方便了农户用邮又提高了农村邮政网络的利用率。2006年以来，中邮物流发挥邮政深入农村田间地头和城市“进社区、进商厦、进机关企业”两方面优势，积极策划并推出送农副产品进城服务，不仅更好地服务了“三农”，也得到了城镇居民的欢迎。按照“订单农业”的发展思路，积极与农村种植大户建立产供销合作、积极发展“农民经纪人”，推动了地方产品的外销；邮政还与农副产品深加工企业合作，协助他们将各地的名、优、特产品分销配送到全国，促进了中小企业、农副产品加工企业的发展。他们还为农民提供进城务工信息，帮助农民在城里就业。这些业务的开展使中邮配送网络真正成为连接城市和农村的“绿色双向快车道”。中邮物流发挥配送技术优势，帮助农民实现科学种田。邮政配送产品下乡，坚持做到“乡乡有试验田、村村有示范点”，积极采取“示范配送”“科技推广配送”“售后服务配送”等运作模式，通过开展产品技术培训、“送科技下乡”和技术咨询、指导等活动和措施，使农民

逐步走上了科技种田的道路。如山东省建立了一支158人的邮政服务“三农”的专职农业技术队伍；河北邮政部门与省农技推广中心合作组建16人的“服务‘三农’专家顾问团”，与合作厂商配合，根据不同地区业务发展情况，分别在当地聘请农艺师、农技师等技术人员，保证邮政产品配送到哪里，技术服务到哪里；河南省已建立起一支154人的农业技术队伍，并要求各县(市)局要聘请1至2名农业专家或技术人员，支局要聘请1名懂农资经营的业务推广员。这种“直通车农村连锁配送服务模式”，有效地杜绝了假冒伪劣产品的坑农害农现象，促进了农村科技进步，提高了农村生产、生活质量。

邮政物流优势

一、实物流、信息流和资金流三流合一的集成优势，是邮政发展物流业务的强大后盾。

实物网：依托于普邮网、快速网和物流自身的集散网，中邮物流网络覆盖了31个省、自治区、直辖市的300多个地市，1800多个县，网络覆盖率达到90%以上。

金融网：全国邮政金融处理中心-通信网-省邮政业务处理中心-通信网-市县接入点-通信网-网点。遍布全国的金融网可以为顾客更方便的金融服务。

信息网：中国邮政在综合计算机网的建设上投入了较多的资源，基础信息平台已基本成型。几年来，物流信息化建设从零开始也得到了突破式的发展：中邮物流运输信息系统在省际业务上已经覆盖到全国所有省和地市，在省内业务上已经覆盖了28个省486个地市2949个县；农资连锁配送系统已经推广到20个省的289个地市、2140个县局、2万多个乡镇支局所。

二、具有较强的运输和配送管理能力。由于长期经营函件、包裹、速递、报刊等实物传递业务，邮政部门在生产运营方面积累了丰富的经验，运输和配送能力较强。

三、具有提供

完善解决方案的优势。中邮物流目前统一运作的全国一体化项目已达40多家，初步形成了以IT电子、快速消费品、汽车零部件和医药等四大行业为主，为国际国内知名企业提供过一体化的物流服务。四、具有丰富的产品和业务体系。中邮物流公司的业务框架已经基本搭成：针对现代化管理的大企业，中邮物流提供的是个性化的“一体化物流解决方案”；针对中小企业，提供以区域物流集散网、省内配送网为基础的“中邮快货”业务；针对农村市场的分销配送业务。五、依托邮政的品牌优势。邮政可谓百年老店，信誉优、品牌响，为客户提供迅速、准确、安全、方便的服务，是邮政发展现代物流的强大优势。中邮物流在社会上的知名度逐步提高，市场认同感不断加强，品牌价值不断提高。邮政物流未来三年发展目标以科学发展观统揽全局，进一步解放思想、加快改革与发展步伐，努力保持业务的较快增长速度，迅速做大做强邮政物流业务，力争在我国现代物流业发展中发挥骨干作用。一是要确立邮政物流在国内合同物流服务领域的领导地位，在高科技、快速消费品、汽车、烟草、服装、医药等行业形成邮政物流的明显优势，拥有一批千万元级和百万元级客户，服务范围通达泰国、新加坡等亚太主要区域。二是中邮快货作为为合同物流客户提供基础物流服务的品牌，要打造成为服务国内中小企业的精品零担货运品牌。三是分销物流业务作为邮政服务县域经济的抓手，建立联结城乡、覆盖面广、配送能力强的连锁经营体系，成为农村流通领域的重要渠道之一。一体化物流业务，围绕提高邮政供应链物流服务能力，专注于为大客户提供综合性、高层次的合同物流服务，努力提升邮政一体化物流服务的层次和水平。以规

模投入、规模运作、规模收益为营利模式，以解决方案、项目管理、信息服务为业务特色，综合利用多种资源和渠道，重点开展“三流合一”的物流服务。以“产品销售物流”为基础，不断向企业供应链两端延伸；积极拓展企业采购、生产供应、销售支持、回收等物流服务，使邮政物流逐步实现对核心制造企业供应链的全方位覆盖；以“仓储加配送”物流为基础，积极开发供应商管理库存、保税物流、流通加工以及订单处理、销售报告、签收单返回等高端增值服务，不断提高邮政物流的服务层次和经济效益。

中邮快货业务。围绕打造成为服务国内中小企业的精品零担货运品牌，努力提升业务品质，重点面向B2B物流市场，积极拓展电子返单、代收货款、预约送货、到付运费等多种附加服务，更好地满足中小企业需求。重点加大区域业务发展，以区域业务带动全国业务能够上层次、上规模；同时，依托主要公路口岸，拓展昆曼、中哈、中俄等国际零担货运业务。

分销配送业务。继续坚持立足服务于县域经济，进一步加大农资、快速消费品配送的服务；大力开展特色农产品进城物流服务。按照产业链、供应链发展的思路，积极开发面向城市和农村的分销产品，积极拓展农产品向涉农加工企业配送或加工后产品向城市集团客户和居民等客户的配送服务，为广大中小企业构筑营销配送平台。同时，立足产品和服务创新，积极开展与一体化物流业务、速递业务、邮政金融以及邮务类业务的产品组合，实施组合营销和跨行业营销，积极为客户提供集产品宣传、信息服务、分销配送和金融于一体的“三流合一”的组合产品和综合服务。

百考试题收集整理。网站声明：本版所载文章、数据等内容纯属作者个人观点，并不代表本网

观点，仅供参考! 如有不当之请来电我们将及时删除。

"#F8F8F8" 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