

物流师案例分析：DHL深化中国速度物流师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_\\_E7\\_89\\_A9\\_E6\\_B5\\_81\\_E5\\_B8\\_88\\_E6\\_c31\\_645299.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E5_B8_88_E6_c31_645299.htm) id="wwdd"

class="wwyy"> 伴随中国经济持续快速的发展，中国快递与物流行业的发展也倍受青睐。作为国际快递和物流行业的全球快递领跑者，中外运 - 敦豪凭借着品牌整合、大举投资以及创新的品牌与服务，使2004年公司收入逾240亿欧元，成为2004年中国快递与物流市场无可争议的大赢家。近日，中国航空快递业的领导者中外运 - 敦豪又加快品牌创新服务，正式宣布在全国范围内全面更换新装。随着新工服的正式亮相，DHL的品牌形象将不仅体现在办公设施和作业车辆上，更通过快递服务人员这一流动的风景传递到千万客户中。中外运 - 敦豪也将以全新的面貌迎接中国快递行业的新阶段。2005年，是中国航空快递业迅猛发展的一年，同时也是中外运 - 敦豪实施中国发展战略的关键一年。这一年，DHL以深化发展为特征，在基础设施投资建设、航空网络完善、产品与服务提升、科技应用以及人才培养等诸多方面步步为营，深耕中国市场，取得了令人瞩目的成绩。迅速铺设网络建设广阔的快递服务网络是快递企业的竞争优势。DHL借助其全球快递网络的领先优势，不仅全面实现了既定目标，更以无可比拟的快递市场网络覆盖而傲视群雄。2003年，DHL快递首席执行官于德恒(Uwe Doerken)访华，宣布一项旨在“提速中国”的重要战略投资：在未来5年内，中外运-敦豪将向中国市场新增投资2亿美元，主要用于在中国新建快递服务网络。次举揭开了国际快递公司投资中国热潮的序幕。日前，

据DHL大中华及韩国区域总裁许克威先生透露，这项投资计划已经完成了70%，全部计划有望在未来一年半完成。作为DHL中国发展战略中的重要一环，此项2亿美元的投资给中外运 - 敦豪增添了更具实力的竞争优势，巩固了中外运 - 敦豪国内快递和物流行业领导者的地位。目前，中外运 - 敦豪已经在中国市场建立了最为完善的快递服务网络，拥有56个分公司，北京、上海、广州、深圳等四个国际口岸作业中心，以及青岛、大连、成都、武汉、厦门、福州、西安等7个直航口岸作业中心，业务网络覆盖全国318个城市，并以37%的市场份额在中国的國際快递市场独占鳌头。尽管如此，中外运 - 敦豪始终将网络建设摆在重要的战略地位，对于一个以“精工细作”取胜的产业来说，不断追求完美是取胜的关键。11月25日，为配合长江三角洲地区物流业的发展需要，中外运 - 敦豪宣布升级上海浦东口岸作业中心。12月1日，中外运 - 敦豪又宣布其位于新白云机场的广州口岸作业中心即将落成，成为第一家进驻新白云机场的國際快递公司，为珠江三角洲地区对外贸易和物流产业的发展开辟了更广阔的空间。两项重要投资，均突显了中外运 - 敦豪与中国经济同步发展的战略布局观。同日，中外运 - 敦豪高层官员在东莞表示，该公司在华南的货量比2004年同期增长了55%，并称这种成绩得益于公司在当地货运网络的快速扩张。据介绍，该公司2004年先后在华南地区的珠海、东莞、湛江、中山、汕头和海口等城市建立了9家分公司。至此，公司在华南地区的网络已达16家，占全国之首。公司董事总经理谢耀侬称，中外运 - 敦豪将进一步加大在华南地区的投资力度。此外，中外运 - 敦豪预计2003年全国分公司的数量将由现在的39家扩展

到50家。与此同时，继2004年新建和升级了位于北京、上海、广州等城市的9个服务设施后，中外运 - 敦豪2005年内分别升级了位于青岛、上海、苏州、合肥、厦门、沈阳、西安、金华、温州、中山10个城市分公司的服务中心，使进出口快件日均处理量平均增长近一倍。随着服务网络的不断扩展，中外运 - 敦豪不仅保持了国际航空快递领域的领先优势，更增强了提供货运和物流解决方案的实力，成为业界最具实力的领导者。加大开辟快递航线 DHL拥有全球最大的航空速递网络，服务遍及229个国家及地区。国内有超过170个服务中心和快递中心。50个合资分公司覆盖国内318个城市。11个直航口岸每周使用超过530个航班传递快件。目前，DHL已稳居中国航空快递业的领导地位。DHL更强大的运力，来自于其更灵活周密的航空运输。中外运 - 敦豪以租用商业航班的灵活模式著称。目前，每周租用商业航班多达550架次。除此之外，快递专机作为这一形式的有力补充，大大提高了中外运 - 敦豪的航空运力和效率。继2003年开通沪港隔夜快递专机之后，中外运 - 敦豪在2005年4月又开通了北京 - 香港和上海 - 美国快递专机航线；11月，上海-东京快递专机航线正式开通。这些举措令这一极具竞争优势的航空模式又得到了空前扩展。中外运 - 敦豪董事总经理吴东明表示：“有效地整合运力资源是中外运 - 敦豪的重要优势之一。中国经济的高速增长引发了市场对快递服务需求的迅猛增长，应不同地区的经济特点和业务增长需要，适时开通针对不同目的地的快递专机航线，能够使我们以更灵活的方式对市场需求及时作出快速响应。”

细化专业服务内涵 中外运 - 敦豪以近40%的市场份额稳居中国航空快递市场的领导地位，作为领导者，中

外运 - 敦豪从未满足于这一成绩，而是始终强调细化服务内涵，不断开发新产品，致力于用更丰富的产品、更贴身的服务，主动满足客户对快递服务的更高期待。DHL“进口到付”业务于2000年由中外运 - 敦豪引入中国市场，是一项深受客户欢迎的服务项目，在2004年实现了30%的市场增长。DHL“进口到付”服务，不仅可以简化进口流程，还可更多掌控递送全程，通过单一服务窗口、一套固定价格和一张账单就能处理所有进口需求，因此有力促进了进出口贸易。2005年，配合DHL在全球扩大“进口到付”服务的范围，中外运 - 敦豪加强了“进口到付”业务的推广，极大地方便了中国的进口客户。中外运 - 敦豪隆重推出“快件价值保险”服务。该服务的实施将使中外运 - 敦豪的整体服务方案更加完善。中外运 - 敦豪最新推出的“快件价值保险”是针对快件在运输途中因外在因素导致的物理损失或丢失，承担赔偿责任的保险。这一增值服务的推出，使得快件在运送途中将得到进一步的安全保障。中外运 - 敦豪董事总经理吴东明表示：“随着客户交运的物品价值不断增长，快件安全的重要性日益凸显。‘快件价值保险’服务的推出正是我们保障客户快件安全、满足客户特定商业需求所实施的又一重要举措。中外运 - 敦豪一直以来致力于不断树立快递行业服务安全新标准，确保高价值产品安全送达到客户手中。”为了满足中国市场上新兴的快递物流需求，中外运 - 敦豪在这一领域大力投资，加强服务，先后在上海和北京建立了全国最大的快递物流中心。随着中外运 - 敦豪在快递物流业务领域的不断完善，未来，一个拥有3个快递物流中心、16个战略备件中心、遍布全国的保税和非保税仓库，以及众多量身订做的快递物流

方案的服务体系将逐步展现在客户面前。中外运 - 敦豪加强服务能力、提升服务水平的努力，已经贯穿于业务运营的方方面面。据悉，包括上海浦东口岸、苏州园区服务中心和苏州新区服务中心在内的三个作业中心日前又成功通过了高科技资产保护协会（TAPA）的A级安全认证。注重科技与人才并举 科技与人才一向是快递物流产业前进的动力，在利用好高科技和培养好专业人才方面，中外运 - 敦豪可谓不遗余力。基于对传统快递服务的深刻理解，依靠强大的IT资源与技术，DHL不断开发快递服务的电子商务服务方案，包括便捷发件系统（EasyShip）、网上发件系统（WebShipping）、电子邮件跟踪系统（e-Track）和短信跟踪系统（SMS Tracking），信息化的创新快递服务方案为传统快递服务赋予了新内涵。2005年，在北京正式建立的国家质量控制中心，不仅是中外运 - 敦豪深化中国市场服务的一项重要举措，更被认为是快递行业对高科技最出色的综合利用。该中心能够对航班信息实施动态管理，对快件自收件至最终派送的所有航班信息和快递系统的运行状态进行24 x 7的实时监控，确保有效应对随时可能发生的紧急情况。人才是保持企业竞争的核心力量，企业只有留住人才才能进一步实现公司的发展。中外运 - 敦豪全国人力资源代经理罗剑威认为：“快递物流作为服务行业，其产品是无形的。客户只看到结果，无法直接感觉到服务的中间过程，因而公司的产品和形象是通过员工体现的，从这个意义上来说，整个公司的生存根本是通过员工体现的。能够真正体现企业的价值观，是中外运 - 敦豪的人才标准。”完善的人才培养体系国际化专业人才是企业的核心竞争力，而科学、完善的人才培养体系就是保持这一核心竞争

力的坚强后盾。产业发展人才为本，DHL启动人才战略，在上海建立DHL物流管理学院，这是DHL致力于与中国市场共同发展的一项长期承诺，这一举措在国内物流产业人才紧缺的今天备受关注，也令市场看到了DHL对国内物流产业未来发展的远见卓识。通过多层次的培训课程，学院不仅将满足DHL中国及亚太地区的人才需求，还将通过主动的人才战略提升整个物流行业的专业水平，这对推动中国物流产业的专业化发展将发挥重要作用。随着DHL全球各种服务的推出，作业标准不断升级，兼职培训师制度保证了培训和受训双方员工都能够在工作中不断学习，专业知识在团队中的更新过程大大加快，从而实现了公司“更专业、更统一”的作业要求，保证了DHL始终处于行业领先地位。2005年是中外运-敦豪深耕中国市场且收获颇丰的一年。2006年，中国物流市场全面开放，中外运-敦豪也迎来了公司成立20周年。在这辞旧迎新的时刻，中外运-敦豪更是喜换新工服，这些设计时尚、做工考究、功能样式齐全的新工服让人耳目一新。耀眼的红色和醒目的黄色预示着中外运-敦豪已经为2006年的全面开放做好了最充分的准备，令中外运-敦豪以崭新的面貌迎接新的一年。有2005年深化中国领先优势作基础，2006年的中外运-敦豪将更加值得瞩目。本文针对蔬菜产品的产销特征，试图在销售渠道各环节中，选择实施最优化运输策略、仓储策略，寻求物流成本合理化的应用模型，以期在更大范围和地区加以推广。把物流师站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年物流师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题物流师论坛 欢迎免费体验：百考试题物流师在线考试中心 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访

