

顺丰物流调查报告

小组成员：胡志伟、王传宏、朱凯彬、柳春博

目录

● 调查总结

● 经营策略及SWOT
分析法

● 企业发展现状及面
临的问题

● 企业简介

01



企业简介

顺丰速运是中国的快递物流综合服务企业，由王卫于1993年3月26日在广东顺德创立，总部位于广东深圳。经过多年发展，已成为国内领先的快递物流综合服务商、全球第四大快递公司。

顺丰快递依托于公司拥有的覆盖全国和全球主要国家及地区的高渗透率的快递网络基础上，顺丰为客户提供贯穿采购、生产、流通、销售、售后的一体化供应链解决方案。同时，作为具有“天网+地网+信息网”网络规模优势的智能物流运营商，顺丰拥有对全网络强有力管控的经营模式。

企业成就及宗旨

1、顺丰速运（集团）有限公司，作为一家主要经营国际、国内快递业务的国内快递企业，为广大客户提供快速、准确、安全、经济、优质的专业快递服务。

2、顺丰以“成就客户，推动经济，发展民族速递业”为自己的使命，积极探索客户需求，不断推出新的服务项目，为客户的产品提供快速、安全的流通渠道。

3、为了向客户提供更便捷、更安全的服务，顺丰速运网络全部采用自建、自营的方式。经过十几年的发展，顺丰已经拥有6万多名员工和4000多台自有营运车辆，30多家一级分公司，2000多个自建的营业网点，服务网络覆盖20多个省、直辖市和香港、台湾地区，100多个地级市。

4、为给客户提供更优质的快递服务，顺丰仍然不断投入巨资加强公司的基础建设，提高设备和系统的科技含量，不断提升员工的业务技能、自身素质和服务意识，以最全的网络、最快的速度、最优的服务打造核心竞争优势，塑造“顺丰”这一优秀的民族品牌，立志成为“最值得信赖和尊重的速运公司”。



02

企业发展现状及面临的问题

顺丰物流发展现状

- 1、自有庞大的服务网络，自有服务网络具有服务标准统一、服务质量稳定、安全性能高等显著优点，能最大程度地保障客户利益。
- 2、顺丰自1993年成立以来，每年都投入巨资完善由公司统一管理的自有服务网络。从蜗隅中山，到立足珠三角，到布局长三角；从华南先后扩展至华东、华中、华北；从大陆延展到香港、台湾，直至国际。
- 3、顺丰2008年集中呼叫中心，成都呼叫中心，分别接听：（四川，重庆，山东，河南，河北，湖南，湖北，东三省，厦门，江西，山西，甘肃，新疆，等地电话。）合肥呼叫中心，分别接听（安徽，江苏，浙江，上海，福建等电话）。
- 4、顺丰在中国大陆目前已建有3个分拨中心（顺义区。潍坊，满足未来十年山东的需求）近100个中转场以及2000多个营业网点，覆盖了国内31个省（青海省、西藏自治区暂未开通）近200个大中城市及900多个县级市或城镇。
- 5、顺丰在中国香港1993年在香港特别行政区设立营业网点，目前营业网点覆盖了 18个行政区中的17个（离岛区暂未开通），顺丰在中国台湾2007年在台湾省设立营业网点，覆盖了台湾省台北、桃园、新竹、等重要的城市，并且在韩国、新加坡开设市场。

经营面临的问题

1、快递市场鱼龙混杂，服务水平低下

按照相关规定快递企业应当履行明示义务即要公示其服务种类、营业时间、资费标准、快件查询及损失赔偿办法等内容，而当前针对快递服务行业门槛低、投资少、见效快的特点，一些快递公司挂靠单位，进入退出快，导致经营者鱼龙混杂，其中一些资质不完备。

2、快递合同霸王条款多

快递业逐渐暴露出来的诸多霸王条款也正受到社会的关注，快递格式合同和行业潜规则严重影响了契约公平性，说明交易双方信息不对称、地位不对等，要求客户先签字后验货、不主动告知客户报价服务，未保价快件只能按运费的3-5倍进行赔偿。

3、员工素质及快递服务有待提高

部分快递服务企业未按规定公示或公示制度不规范，收费标准随业务量大小、旺季淡季随意调员工教育培训跟不上，业务素质不高，有的收派员甚至态度恶劣，缺失顾客服务意识。



解决对策及建议

(一)政府应加强行业监管， 采取行业动态分级管理

切合快递市场监管工作的实际， 展现了快递市场监管的真实现状。 实施监管是政府管理的有效手段， 快递市场监管是邮政业监管体系的重要组成部分。

(二)需切实监督快递企业加强员工培训

将培训纳入考核目标常态化， 建立标准化制度， 形成培训成效的淘汰法则， 将全过程作业的重要环节作为关键质量控制点， 规定基本要求， 科学组织生产管理， 解决因快递作业不规范引发的服务质量问题。

(三) 提高物流配送的电子化、 集成化管理水平

提升运输网络的合理化水平、 提高物流信息的速效性等方面。 采用先进的物流技术设备， 如全球定位系统。 地理识别系统， 电子数据交换技术、 射频识别技术、 自动跟踪技术等新型应用技术。 把先进的技术设备作为基础来发展电子商务物流配送产业。 努力实现电子商务物流配送企业的集成化管理提高电子商务物流配送企业的效率， 提高服务质量。



03

SWOT分析法

SWOT分析法



优势

(1)速度是快递市场竞争的决定性因素。想要分到更多的市场份额，快递企业必须把速度放在第一位，显而易见，是速度造就了顺丰的成功。

(2)顺丰速运的经营方式相对于中国邮政和国营快递就更加灵活。在服务方式上，民营快递实行门到门服务，手对手交接。在服务时间上，灵活的民营快递企业更具竞争力。

(3)顺丰有着自身的一套较为完善的激励奖惩机制，因而产生一大批责任心强、积极肯干的员工以及有经验、有很强上进心的领导阶层。



劣势

(1) 由于民营快递对从业人员的素质要求普遍不高，行业技术含量低，初始资本投入较少，行业利润较大，容易进入，并且廉价劳动力市场充足，因此导致快递市场很不规范。

(2) 物流快递企业是资金投入比较大的行业，顺丰速运却是完全采用自身的经济实力来维持着企业的发展，这在很大程度上制约了顺丰的快速壮大。

(3) EMS 作为我国邮政快递的龙头老大，它以无人能比的网络优势在开展国内快递。而对于顺丰来说，与 EMS 及其他大型民营快递相比，其最大的劣势在于网络的相对不健全，在涉及偏远或较不发达地区，顺丰的快递业务尚未触及，这或多或少的减少了顺丰的发展机会。



机会

(1)我国加入WTO后, 对外贸易将在20到30年内保持快速增长。外贸的进入为顺丰速运带来了全新的经营理念、一流的技术及追求个性的服务方式, 为顺丰速运的发展提供了学习的契机。

(2)国家邮政局的信函业务大大萎缩。EMS市场占有率的萎缩无疑使顺丰获得更为广阔的发展空间。

(3)随着电子商务的迅速兴起, 物流配送需求的数量与类型大量增加。在强烈运输需求的推动下, 快递货物运量快速增长。

(4)快递业本身就是个正处于发展的行业, 国内权威人士认为, 未来10~20年, 全球快递市场的年增长速度将达到12%, 而中国市场的增速是这个数字的两倍, 是全球增长最快的地区。



威胁

(1)我国快递市场目前的形势是国际快递巨头、国营快递和民营快递多方并存的局面，民营快递从诞生起就生存在夹缝之中。

(2)按照国家《邮政法》的规定，信件和其他具有信件性质的物品的寄递由国有邮政企业专营，这意味着目前快递市场上那些非邮政速递公司收寄信件和具有信件性质的物品都属于非法行为。新邮政法的出台将对民营快递业产生更致命的打击。





04

调查总结

总结



快递行业是我国新兴的第三产业，对服务的要求比其他行业要高出很多，对于到达的时间、物品的保护程度等，都有很高的要求。快递的兴起给我们的生活带来了很大的方便，对于我们社会经济的发展，人民的生活，都起着举足轻重的作用，因此快递不仅仅是个人和企业的，更是国家的，是民族的

快递的发展规模代表着一个地区的经济发展情况，经济发展越好的地区，快递服务越完善，反过来，快递的完善也进一步带动了地区经济的发展，是链接地区与地区之间的空中桥梁。因此，顺丰快递应该着眼于全国乃至全球，从大格局出发，认识自己的不足，搭建自己的平台、完善自己的服务，这样才能赶超美国的联邦快递，走向全球。



THANKS
