

UPS 调查报告

随着全球经济一体化的深入发展以及中国经济的快速发展，UPS 快递开始将发展的目光转向到中国。经过 UPS 快递坚持不懈地努力在 2001 年 1 月 12 日，UPS 快递获得美国运输部的许可证，获得了中国直航权于是 UPS 快递的第一架货机于当年 4 月 1 日从美国直航北京，宣告了世界上最大的快运包裹速递公司进入中国。在直航一年后 UPS 快递在中国的收入翻了一番。UPS 快递中国公司的产品(服务)范围，目前主要是提供国际信函包裹递送，空海运输、综合物流管理中的订单管理、货存管理和逆向物流，物流咨询等服务。为进一步了解 UPS 快递在中国的发展，为此，我近期在渤海市区街头展开了一次关于 UPS 快递公司物流发展的调查报告的调查。我采取自制的“UPS 快递公司物流发展的调查问卷”，样本总量为 100 份，获得有效样本 96 份，有效问卷率为 96.0%。

一、调查者的基本情况

年龄结构:20 岁到 30 岁的占调查人数的68%

30 岁到 40 岁占调查对象的 32%

性别结构:男士占调查对象的 30%

女士占调查对象的 70%

二、本次调查涉及的主要内容

本次调查的问题涉及在半年期内大家使用快递的次数、快递消费的费用 大家是否愿意使用UPS 快递，了解 UPS 快递哪些方面的信息，对 UPS 快递的信任程度等问题，调查的内容相对来说比较的全面。

三、调查结果与分析

(一)半年期大家使用快递的次数

从调查的结果可以得出有 39.66%的调查者选择的是经常使用快递的，还有 29.31%的调查对象是一个月 2 到 3 次的使用情况，只有 1.72%的人是不使用快递的。这也说明了随着经济的发展，快递的发展也越来越快，人们的使用快递的次数也开始越来越频繁我国自从 20 世纪 70 年代中期引进物流概念以来，物流事业的发展经历了一个徘徊时期。改革开放 20 多年来，随着我国经济的高速增长，综合国力日益增强。20 世纪 90 年代中期以来，无论是产业界还是学术界都在谈物流、论物流。不但各种物流会议、物流培训、物流展览遍地开花，大小物流企业的产生也如雨后春笋，各种物流法规、标准、规划也在各级政府的主持下相继出台。中国社会出现一股“物流热”不是偶然的，它不但是经济规模和综合国发展到一定阶段的必然产物，更是未来产业革命的号角。世纪之交的中国，有条件也有必要在发展现代物流事业的道路上整合世界最先进的管理和技术，高起点起步，以比发达国家更快的速度发展。

(二)是否使用过 UPS 快递

在关于是否使用过“UPS 快递”的调查中，只有 3.45%的人经常使用，有 12.07%的人表示用过，还有 77.59%的人表示愿意尝试使用，这也说明 UPS 快递的使用面没有那么广泛。造成这样结果的主要原因有：

1 政策的原因。UPS 快递的管理制度过于臃肿，事情的申请审批流程过长。比如说明，如果买一台售价 7000 元左右的电脑，要经过这次调查，只觉得我们经历了许多，同时又成长了许多，学到了很多以前所没有的东西。同时希望我们一番心血没有白费，那些微不足道的建议和意见可以对同学们有些许帮助，也希望通过研究世界顶级的 UPS 中国公司企业战略，对入世后的中国第三方物流企业的

发展起到一些抛砖引玉的作用。最后，再次感谢老师的指导和同学们的帮助与合作。5 个部门参与，从申请到使用上的时间要超过 1 个月的时间，这严重打击了使用者的积极性。甚至除了等什么都不了。造成了严重的人力成本的浪费造成。

2. 文化差异 UPS 快递中国公司的高层管理人员大部分是来自香港，台湾，新加坡的，我国本土化的人才使用的比较少，虽然这些非本土化的管理人员拥有着丰富的管理和实践运营经验，但是对中国的文化理解的不太深入，甚至是理解有误，这也是会导致 UPS 运营决策上失误的原因之一。

3 中国的经济在高速发展中，这必然会导致物流市场的欣欣向荣，中国地大物博，进口和出口的量都比较大，国家对资源类的需求旺盛而且比较的稳定，这都为物流业的发展奠定了一个良好的需求市场，但是，这必然会引起物流行业的竞争，而加剧了国内市场的竞争，也给 UPS 的发展带来了激烈的竞争。

(三) UPS 快递讯息了解情况调查在关于“您最想了解 UPS 快递哪方面讯息”的多项选择的调查中，可以看出大家对 UPS 快递的情况还有一定的了解的，主要是对取件电话、收费情况、公司规模和服务水平等方面的了解。结合 UPS 快递快递公司的实际情况和调查的结果分析，UPS 快递中国公司的产品(服务)范围，目前主要是提供国际信函包裹递送，空海运输、综合物流管理中的订单管理、货存管理和逆向物流，物流咨询等服务。关于包裹服务业务，作为 UPS 快递的主营业务信函包裹服务。其明显的优势在于资金回笼快，这也是 UPS 快递拥有强大的现金流的原因，UPS 快递利用他现金流强大和网络广，客户多的优势，根据国内的市场开发出新的代收代付货款业务，帮助客户解决资金回笼慢的问题。对于物流咨询服务，中国的低劳动力成本和巨大的市场一直不断在吸引着全球各地的投资商，有很多 UPS 快递的客户也想进入中国市场，但是苦于对中国的不了解，又不知道如何切入，考察时间过长等等，UPS 快递公司利用其良好的品牌信誉，以及在中国的 44 个网点的经验，做中美贸易之间的桥梁，为客户提供良好的解决方案，帮助客户选择仓储的位置，建设管理。获得了国外投资商的赞誉，同时又为中国引进了外资而得到政府的赞许。

(四) UPS 快递的快递时效性问题调查在关于 UPS 快递快递送货时间的调查上，有 87.93%的人认为 UPS 快递的快递是非常的守时，没有调查者认为 UPS 快递的快递是不守时的。这是因为 UPS 快递利用其专业的知识，通过对道路运输的深入了解，把收货和送货的时间精确到小时，由于 UPS 快递收购了 MAILBOX 公司，并将其 6000 多家在市中心的门面店作为 UPS 快递的零售店，也同时是 UPS 快递递送员的补给中心，在经济比较发达的城市里，堵车的问题是制约守时的主要因素，甚至政府面对堵车的压力都没有比较好的解决办法，但是，UPS 快递通过对道路的勘查统计，计算出最佳的线路以及通行的时间，同时利用其他的交通工具配合递送车辆，完成了准时配送的目标，比如利用地铁快捷、守时的特点，结合市中心的零售店，把 UPS 快递品牌中的守时理念传递到每一个客户的心中。

另外 UPS 中国专门有部门对公司系统的信息进行监控，确保公司信息的正确性以及及时性，公司每周都会汇出报表统计各个公司的数据正确率以及即时性，从根本上让员工重视公司的信息录入，从而达到 UPS 公司的要求。从某一方面来讲的话，UPS 对自己的要求已经远远超过的了客户的期待，而这正是推动 UPS 不断进步和发展的重要原因，也是 UPS 能取得百年成功地一个根本性的原因。

(五) UPS 快递顾客信任度调查

在对调查者进行当一些比较贵重的东西需要快递时，您是否信任 UPS 快递快递公

司?”当中,有不信任的有 862%,非常不信任的 1.72%,基本信任的有 70.69%,信任的有 18.97%非常信任的没有,这说明由于快递行业本身性质的原因,一定会有人不信任,但是通过对 UPS 快递的调查来看,大家对 UPS 快递的信任程度还是非常高的。这是因为,在进行快递服务的时候,UPS 快递对货物进行即时追踪服务。UPS 快递的即时追踪系统是目前世界上快递业中最大、最先进的信息追踪系统。所有交付货物只能获得一个追踪号码货物运送到哪里这个系统就跟踪到哪里。这个追踪系统已经进入到全球互连网络,全球每天有 14 万人次通过互联网查询他们的包裹路线行踪。非互联网用户可以使用电话咨询“客户服务中心”,路易斯维尔的服务中心昼夜进行服务有 200 多名职员每天用 n 种语言回答来自世界各地的客户大约 2 万次的电话查询服务。另外,UPS 快递还有先进的包裹管理服务。UPS 建立的亚特兰大“信息数据中心”可以汇总来自世界各地的 UPS 系统的包裹的档案资料。包裹送达时,物流员工通过使用一个类似笔记本电脑的“传递信息读取装置”摄取客户的签字,再通过邮车上的转换器将签名直接输送到“信息数据中心”投递完全的实现了无纸化的操作。在包裹送达后相关的资料还会在数据中心保存 18 个月的时间。这项工作使包裹的管理工作更加的科学化,也提高了 UPS 服务的安全性和可靠性。在包装检验以及设计服务上,UPS 快递也细心的为每一个顾客服务。UPS 设在芝加哥的“服务中心”数据库中,有特别丰富的关于抗挤压的、抗振的、防泄漏的包装案例。服务中心还曾经设计水晶隔热层的包装方式,为巧克力、糖果的运输提供恒温保护,用坚韧的编织袋包装,为 16 万件转换器提供了经得起双程磨损的材料,这类服务不仅为企业节省了大量的材料费以及运输费,还被誉为是“超值服务项目”。

四、采取建议与意见

从以上的调查和 UPS 快递公司的发展来看,UPS 快递在我国国内的市场占有率还不是很高,这主要是 UPS 快递公司是在美国建立成长起来的,占据了美国市场的大部分的市场份额,但是对于同样巨大的中国市场,开展的办法不多,市场占有率不高。另外,UPS 快递现有物流服务还主要是集中在信使包裹和国际空海运方面,利润也主要产生于信使和海运。据数据统计,UPS 快递公司的海运的收益是信使服务的 1/10 左右,在对于一些我国国内快递服务上 UPS 快递的发展还不太完善。针对这样的情况,UPS 快递可以采取以下的措施:

(一)加大信息技术在物流业务的应用

对于快速追踪的服务要求:UPS 快递可以进一步在现有的操作系统上进行升级,由以前对外承诺的 2 个小时的信息更新率提高到每 1 个小时,也就是说,每隔 1 个小时,客户就可以知道交给 UPS 快递承运的自己货物的最新踪迹以及相关所有的信息内容。对于全程货物操作的实效方面:可以利用现有的系统,增加货物没有到达之前的系统邮件的自动提示、操作延时,每一小时的自动邮件提醒功能,加快提货,转运和派送的时间。这样可以大大的增强了货运期间的透明度。另外,还有定期及时的研究客户的反馈意见,整合升级现有的操作系统,可以将公司所有的业务整合到一个系统里面,这样,虽然增加了维护的难度,但是可以给顾客创造方便。也可以使 UPS 快递口号 ONECOMPANY 得到了很好的贯彻和落实。

((二)扩大影响力 UPS 公司目前的物流咨询服务主要是机制物流管理和物流技术咨询上面。目前公司的物流咨询服务还存在着服务范围小、服务项目少和业务量小的问题,可以采取以下的措施进行解决:及时的开拓市场,特别是北方市场,借助媒体以及广告的力量,传递公司的物流理念,使大家对公司的物流理念

有一个根本性的、深入性认识。另外，还有提高公司的咨询服务能力，把公司的物流咨询服务拓展到中国北方，不仅可以增加公司的业务收入，也能扩大公司的影响力。

(三)开展个性化的项目服务

个性化的服务是公司实现差异化战略的重要表现，一个良好的个性化服务可以形成其它竞争者无法模仿和超越的核心竞争力，这对公司的可持续发展具有重要的作用和意义。UPS 公司要结合自身公司的有利因素，充分的发掘客户的真正需求，及时的想过客户没有想到的需求，为客户实现专业化的个性化的服务，形成行业内其他竞争者无法复制的竞争力。

(四)建立更加专业化的安全管理

公司在开拓市场和占领更多的目标市场的同时，也要建立更加专业化的安全管理系统，保障顾客的财产安全。

UPS 公司的业务开展的范围非常的广，涉及到的交通工具也非常的多，涉及到的货品价值也非常的大，所以，必须要始终确保客户的财产安全，不断提高顾客满意度。公司除了依靠国家的交通安全体系之外，还必须要构建自己的专业化的交通服务安全体系。第一，UPS 公司要构建专门的安全队伍，安全队伍直接对公司的总部负责；第二，要严格的落实安全责任，定期对员工进行安全教育，把安全作为评价员工以及部门业绩的主要考核标准之一；第三，公司还要不断的完善运输规范，在货物的收、发，送的过程当中严格的按照规范进行操作，对于违反运输规范而出现安全问题的员工和部门必须要严肃的追究其责任。

(五)完善物流接口无缝化连接

首先，网络和信息技术是实现生产要素的无缝连接的核心要素。现代物流离开信息的支持就无法实现，如商品条形码技术、物流条形码技术、ED 工、DRP 等信息技术，都是现代物流管理中常用的技术保证信息通过接口后能被识别和认同，而不是每跨越一个边界系统，原有的信息就要被推翻、重编。UPS 要进一步的将信息、资金、机构人员等连接起来，形成物流网络正常运行的重要支撑。其次，UPS 既重视供应链各节点之间的无缝化连接，也重视自身内部的无缝连接，将流体、载体、流向、流量、流程等要素进行无缝连接。再次 UPS 要进一步的将不同地区、不同行业的技术标准、运作规范、管理制度等进行无缝化连接，保证物流运作机制的畅通，从而实现对客户快速反应和整条供应链上的库存水平最小化，实现反应快速化和成本最小化。

五、总结经过这次调查，只觉得我们经历了许多，同时又成长了许多，学到了很多以前我们没有的东西，同时希望我们的一番心血没有白费，那些微不足道的建议和意见可以对同学们有些许帮助，也希望通过研究世界顶级的 UPS 中国公司企业战略，对入世后的中国第三方物流企业的发展起到一些抛砖引玉的作用。