

现代邮政物流分析

◇吕雄伟,廖涛 [四川省邮政信息技术局,四川成都 610012]

摘要:从中国邮政面对现代物流飞速发展的今天,如何结合自身的实际情况,大力发展第三方物流进行了分析和入手,提出了第三方邮政物流这一具有邮政特色的现代物流概念,阐述了中国邮政发展现代物流的自身优势,并探讨了几个亟需解决的问题,力求为发展第三方邮政物流和进一步的物流系统建设有所好处。

关键词:邮政物流;第三方邮政物流;现代物流

中图分类号: F 614

文献标识码: A

文章编号: 1009-1289(2002)04-0013-03

随着全球经济一体化发展趋势的加快,现代物流将成为我国经济跨世纪发展的重要产业和新的经济增长点。因此应采用先进的物流管理技术和装备,加快建立全国、区域、城镇、企业等多层次的,符合市场经济规律的、与国际通行规则接轨的,物畅其流,快捷准时,经济合理,用户满意的社会化、专业化现代物流服务网络体系势在必行。从而转变传统观念,树立现代物流意识,充分认识优化物流供应链管理是降低生产总成本,提高产品附加值,增强企业竞争力,获取新的利润源的重要手段,已越来越引起业内的普遍重视。

邮政实物传递网具有其他行业和企业无可比拟的优势。其网络的全程性可以有效地支持“门到门”乃至“库到库”、“线到线”的精益物流要求,既是现代第三方物流所需具备的基本条件,也是建立供应链系统,成为供应链中的核心企业或整合供应链的重要条件。邮政的实物网、信息网、金融网的有机融合,构成了邮政发展现代第三方物流的基础,也是邮政成为我国现代物流重要组成部分的资源优势。同时中国邮政还具有从事传统物流组织的经验,在中小批量的 B2B、B2C 和个人间的物流业务中也占有优势。

总之,现代物流研究的重点是供应链的优化和资源重组,而第三方物流以及正在兴起的第四方物流是现代物流研究最为活跃的领域;现代物流发展的总体趋势是生产型企业注重供应链管理,其余物流部分将被外包,这在某种程度上推动了流通运输企业发展现代物流。因此,面对新形势,中国邮政结合自身特点大

力发展具有邮政特色的第三方邮政物流是当前邮政发展的重点与业务增长的突破口。

一、现代邮政物流的基本特征

中国邮政作为中国物流界主要的物流力量,其完善的 B2C 网络令其他物流服务提供商自叹不如。现代邮政物流是在邮政物流网、信息网、绿卡金融网三网合一的基础上,借助现代化的信息手段和资金手段,建立起来的全程全网的物流服务。因此邮政应利用现有的畅通城乡物流渠道的网络优势,加快商业化经营和多元化发展,从实际出发,注重发挥邮政的网络资源优势,积极发展物流业。目前,邮政已经按照现代物流业的发展要求,基本形成在邮政基础网之上的,集快运网、商品仓储、快运包裹集散中心、城市商业投送网、商品销售网和发展邮政电子商务为一体的现代邮政物流网。现代邮政物流具有以下特征。

1. 以合同为导向的一系列服务。现代邮政物流既不同于传统的邮政函包业务,又不同于其他物流企业的物流服务,它是根据合同条款(对终端客户多数是格式合同)规定的要求,而不是临时需要,提供多功能,甚至全方位的物流服务。现代邮政物流能够提供仓库管理、运输管理、订单处理、产品回收、搬运装卸、物流信息系统、产品安装装配、运送、报送、运输谈判等近 30 种物流服务。

2. 以邮政综合网为信息技术依托。多年来邮政综合计算机网络的建设和发展为现代邮政物流奠定了信

* 收稿日期:2002-02-22

作者简介:吕雄伟(1977-),男,湖南汉寿人,工程师,硕士,主要研究邮政物流、信息化、数据仓库和数据挖掘。

息基础。现代化的信息技术可以为实现数据的快速、准确传递,提高自动化水平,使中国邮政可以更方便地使用信息技术与物流企业进行交流与协作,使企业间的协调与合作在短时间内迅速完成成为可能。

3. 中国邮政与其服务的上游厂商之间是一种战略性的联盟关系。依靠现代电子信息技术的支撑,邮政的各部门之间以及与服务企业之间可以充分共享物流信息的好处,服务企业可以通过中国邮政在第一时间获取市场反馈信息。中国邮政与其服务的上游厂商之间在物流方面通过契约构成优势互补、风险共担、要素双向或多向流动的战略联盟。

4. 个性化的物流服务。现代邮政物流服务的对象构成一般呈梯形,上游厂商较少,终端客户却众多,其服务时间也较长。这是因为无论上游厂商还是最终客户,其需求都各不相同,而物流、信息流则是随价值流而流动的。因此,现代邮政物流服务应该按照客户的业务流程要求来个性化定制。

二、邮政发展现代物流的优势

邮政完善的信息网络、遍布各地的网点、强大的综合势力、良好的品牌信誉等都符合现代物流的四个特征。邮政发展现代物流具有以下优势。

1. 完善的支付手段。近年来发展的邮政绿卡金融网、电话银行、支付网关、183 电子商务网站、电子汇兑、网上汇款、185 语音客户服务平台等可以为客户提供全方位、多渠道、多手段、灵活的支付方式。特别是邮政绿卡金融网网点多,分布面广,信誉好,安全可靠,信息技术支撑手段完善,可以实现传统存折、绿卡、POS、银联卡、电子汇兑、电话、Internet 等为一体的全方位的方式来支付。

2. 强大的物流配送网络。邮政强大的实物投递网包括物流处理配送中心、运递线和营投服务终端。这一网络涵盖了全国的街道、乡镇和农村,是现代物流配送网络的重要基础和组成部分。它具有广泛的覆盖性、完善性和全程性,能够有效地支撑邮政发展现代物流。

3. 多样化的信息数据采集渠道。邮政覆盖全国的综合计算机信息系统的电子化支局作业系统、报刊订销系统、电子汇兑系统、邮资票品系统、绿卡邮储系统,185 电话接入平台以及 183 电子商务网站等都可以成为信息数据的采集源。

4. 丰富的网络资源。以遍布各地城镇的营业网点和众多的投递人员为物流配送终端,以 200 多个中心

局为物流储运、中转、处理配送中心,邮政可以为物流客户提供丰富的网络资源。

因此,采取集中主业、降低费用、减少资本积压、利用规模化的专业优势和成本优势、最大限度地减少库存、改善企业的现金流、实现成本优势,以及提升企业形象等措施,与客户建立战略性伙伴关系;通过全国性的信息网络使物流过程管理完全透明化;通过利用完备的设施和训练有素的员工对整个物流链实现完全的控制,减少物流的复杂性;通过“量体裁衣”式的设计,制订出以顾客为导向,低成本高效率的个性化物流方案,为邮政在竞争中取胜创造有利条件。总之,中国邮政作为目前中国唯一集信息流、资金流、实物流为一身的企业,发展现代物流具有得天独厚的优势。

三、发展现代邮政物流亟需解决的问题

中国邮政发展现代邮政物流亟需做好以下工作。

1. 构筑客户关系系统,发挥网络覆盖优势

物流是以客户为中心的服务业。因此广泛而良好的客户关系是企业生存的根本的完善的客户关系管理系统(CRM)则是提升企业核心竞争力的重要手段。以往邮政的物流运输能力低(占社会总运能的 1%不到),但是网络覆盖面非常广,几乎是无所不在。因此,构筑邮政的 CRM 系统,充分发挥网络全国无缝覆盖的优势,以体积小、重量轻、附加值高、单位价值高的物品(如电子工业产品、图书音像出版物、医疗药品以及服装等)为发展 3PL 的突破口,是第三方邮政物流发展的业务基础。

2. 建立物流信息系统,整合实物投递网络

信息系统是现代物流的基础和电子商务的灵魂,更是 3PL 的基本特征。完善的物流信息系统可以满足电子商务对 3PL 提出的准确、快速、集成、低成本等要求。邮政的综合网只有与绿卡金融网以及电子化邮政紧密结合才能构成真正意义的物流信息系统。而物流信息系统在与邮政现有的实物投递网结合后就构成了完整的、具有市场竞争能力的第三方物流体系。邮政物流信息系统应该依托邮政综合网,同时支持基于互联网的查询、分析、录入等,允许营业前台、183 网站、185 呼叫中心、投递补录等多渠道、多手段、全方位地接入。所以建立邮政的物流信息系统,整合邮政传统的实物投递网是发展 3PL 的技术基础。

3. 采用灵活业务机制,充分利用邮政品牌

物流市场需求个性化、多样化的特点,决定了物流

企业的业务机制必须灵活多变。品牌是企业信誉的标志,是企业规模、实力、服务质量、技术水平的集中体现,是3PL提供者取得客户信任、赢得客户的基础。中国邮政通过长期的发展,能够为客户提供良好的第三方物流服务,在客户中树立了良好的形象,建立了较高的信誉,具有良好的品牌。因此,中国邮政灵活多变的业务机制和良好的信誉品牌是从事第三方邮政物流的制胜法宝。

4. 加强业务流程管理,降低物流配送成本

邮政业务流程管理是实施企业资源计划(ERP)的一个重要部分,对提升邮政的核心竞争力具有重要作用。对传统邮政业务流程按照现代物流的要求改造,不仅可以降低物流的配送成本、满足第三方物流的要求,而且可以提高传统投递业务的经济效益和单位劳动生产率、优化现有业务结构。所以实施邮政业务流程改造,特别是加强邮政物流流程管理,进一步降低物流配送成本,是邮政发展第三方邮政物流成败的关键。

5. 提高物流网安全性,完善相关制度规范

邮政物流网点多面广,涉及作业处理流程非常复杂,跨越多个部门和单位,安全性问题尤显重要。各种物流公司良莠不齐,有关法律制度对这一新领域的规范不够。因此,提高物流网的安全性,优化邮政物流服务内部作业流程,解决与其相关的法律制度规范问题,进一步提升邮政的品牌和信誉,是发展第三方邮政物流的前提与基础。

6. 重组邮政综合资源,实现业务种类多变

整合邮政现有的各种综合资源,走低成本扩张的道路,不仅可以提高邮政的经济效益,而且可以降低邮政的经营风险。由于在单纯的货运市场方面,与铁路、民航、海运等大型专业运输公司,以及运行灵活的小型公路货运公司相比,邮政都有着无法与之抗衡的劣势。因此必须认真分析市场,认真寻找自己在市场中的位

置,坚持扬优抑劣的经营策略。邮政和连锁店、经销商、制造商等经营者之间的联系须加强,以便整合他们的供应链,将其供应链建在邮政的平台上,并从距离上实现其他物流提供商难以达到的B to C目标。这是发展第三方邮政物流的最为有效的途径。

总之,中国邮政既是我国传统物流的重要组成部分,更是现代物流发展的重要内容。因此邮政要发展成为国内物流领域的龙头企业,既是中国邮政发展所做出的战略选择,也是由中国邮政所具有的独特优势和整体实力所决定的。以市场需求为导向,以“三资”企业、国有大中型企业等大客户群体为物流市场切入点,以高附加值、小体积、小重量、小批量、多批次、高时效的物品的一体化服务为重点,改造、盘活邮政现有资源,整合和充分利用各种社会资源,为社会经济发展提供独具特色的“第三方邮政物流”服务。

参 考 文 献

- [1] 马世华等. 供应链管理[M]. 北京:机械工业出版社,2000.
- [2] 王之泰. 现代物流管理[M]. 北京:中国工人出版社,2001.
- [3] 何明珂. 现代物流与配送中心:推动流通创新的趋势[M]. 北京:中国商业出版社,1997.
- [4] 骆温平译. 第三方物流提供者展望[J]. 北京:物流技术,1998,(1):39.
- [5] 王之泰. 现代物流学[M]. 北京:中国物质出版社,1997.
- [6] 宋华等. 现代物流与供应链管理[M]. 北京:经济管理出版社,2000.
- [7] 丁立言,张铎. 物流系统工程[M]. 北京:清华大学出版社,2000.
- [8] 苏雄义. 物流与运筹管理[M]. 华泰文化事业公司出版,2000.
- [9] James C. Johnson. Contemporary Logistics. Prentice Hall Upper Saddle River • NJ 07458 • 540-541.

[责编:刘仲秋]

Study on the Flow of Modern Postal Goods

LU Xiong-wei, LIAO Tao

(Sichuan Postal Information Technology Bureau, Chengdu 610012, China)

Abstract: Taking into account of the rapid development of modern goods flow and the practical situation of China Post, this paper presents the modern notion of the third party postal goods flow. It then deals with the advantages of China Post in developing modern goods flow, and some urgent problems as well, which could be a beneficial exploration into developing the third party postal goods flow and the relevant system.

Key words: postal goods flow; the third party postal goods flow; modern goods flow