

《快递争霸战》

图书基本信息

书名：《快递争霸战》

13位ISBN编号：9787506021289

10位ISBN编号：7506021285

出版时间：2005-3

出版社：东方出版社

作者：韦灯明

页数：204

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《快递争霸战》

内容概要

《快递争霸战》内容简介：血总是沸腾的，当你面对一地黄金的时候，当你面对“洋快递”兵临城下的时候，当你看到中国邮政市场萎缩的时候……我们什么都可以失去，惟一不能失去的就是我们脚下的土地，拥有的市场。泪水也不会白流。

王侯将相，宁有种乎！

民营快递企业凭什么要像做贼一样？

为什么要发出还我国民待遇的呼唤？

头绝不能低下！

为着民族快递的崛起，

弱小的宅急送发出为民族快递而战的吼声。

它能以小胜大、以弱胜强吗？

这是一种虚狂，还是一种真实力量的较量？

让我们一起走进快递，走进陈平，走进宅急送。

《快递争霸战》

作者简介

韦灯明，1968年生，籍贯湖北天门，求学于武大，成长于第二汽车制造厂、湖北省内燃机配件厂、荆州团市委、北京《鑫丹妮·新生活》杂志社，现为北京江南创新文化教育研究院副院长。

在我接触的行业里，快递最有趣味；在我接触的企业里，宅急送最神奇；在我接触的人中，陈平最了不起，所以我写了这本书。

《快递争霸战》

书籍目录

前言上篇：中国快递“国际战争” 第一章：战争的前奏：走进“黑土地” 遥远的一骑红尘 我是这样被“物流”的 致命的诱惑，物流蛋糕上的“奶酪” 第二章：“洋快递”兵临城下 差距，物流向低处找钱 开放，由弱变强的艺术 中外运一女多嫁巧作媒 “洋快递”屯兵中国，中国快递三足鼎立 平地枪声，“洋快递”进军中国 中国邮政遭遇新挑战 第三章：沉重的战车 一声叹息，“8531” 邮政断奶 “64号文件风景”，防止“炭疽菌”扩散 法轮功作祟引发新一轮打击 邮政、孤独的守猎 呼声，飞过太平洋中篇：中国快递“国内战争” 第四章：打黑，以国家的名义 邮政睁开法眼 “白色恐怖”，做快递像做贼一样 野火烧不尽，“黑快递”的阿Q精神 第五章：呼喊，我们是共和国的公民 王侯将相，宁有种乎 给邮政下烂药，你的对手是你自己 “第六法”，挨打后的期盼下篇：宅急送欲与争锋 第六章：巨鲸跃起 第七章：红色思想 第八章：绿色割据 第九章：生命哲学 第十章：自来水原则 第十一章：最大的竞争 第十二章：最深的海 第十三章：快递功夫附录一：宅急送是这样诞生的附录二：个性陈平附录三：陈平的世界后记一：序幕已经拉开后记二

《快递争霸战》

章节摘录

一位到过孟菲斯的老总这样对我说：“100多架在高空中盘旋的飞机与机场的照明灯对接在一起。分不清哪里是天上，哪里是人间，像璀璨的银河横亘在你的面前。” FedEx为了更好地拓宽中国快递市场，1989年收购飞虎航空，取得了飞虎航空在亚洲21个国家及地区的航线权，联邦快递从而在全球经济增长最迅速的区域取得了立足点。1992年，公司的区域性总部从檀香山迁至香港，显示了公司对该地区的高度重视。1996年，联邦快递率先成为享有直航中国权利的美国快递运输公司。目前联邦快递每周有10个航班往返于中美之间。1995年9月，联邦快递在菲律宾苏比克湾建立了其第一家亚太运转中心，并通过其亚洲一日达网络提供全方位的亚洲隔日递送服务。根据公司“中心辐射”的创新运转理念，亚太运转中心现已连接了亚洲地区18个主要经济与金融中心。联邦快递目前在亚太地区30个国家和地区有近7,000名员工，公司的亚太区总部设在香港，同时在香港、东京、新加坡均设有区域性总部。表面上看来，FedEx在中国只有深圳、上海、北京的第五航权，而实际上，FedEx通过其中国的合作伙伴--大田集团，已经完成了以北京、上海、深圳为中心的中国物流网络的布局，并且已经开通了从中国京津沪穗、深圳及周边城市客户投寄15个亚洲城市和美国、加拿大各个城市的“亚洲一日达”和“北美一日达”快递服务。 FedEx战略布局已经完成，下一步干什么？目标2005年，中国履行加入世贸承诺，物流业对外资更加开放的时机。 FedEx扶植起一个名不见经传的大田，为下一步的独资经营埋下了伏笔。而据2004年12月16日《第一财经日报》报道联邦快递收物大田大局已定，只是时间早晚的问题。 TNT(天地快递)1946年在澳大利亚创立，总部设在荷兰阿姆斯特丹。TNT在全球200多个国家和地区拥有1200余个分公司，5万多名员工。在亚洲TNT公司拥有包括100多个库房的15个国际货物集散中心。P19 邮政俨然一位家长，他要是难过，你就甭想得到笑脸，”黑快递“惶惶不可终日。2003年起，国家终止对邮政的财政补贴，邮政苦心经营的快递业务自觉腹背受敌，面对财大气粗的国际快递企业，对于国内民营快递企业就没有好脸色了。”断奶“以后的邮政执法力度开始明显增强。很多民营企业开始感到“做快递像做贼一样”。即使像上海盛彤(申通)、宅急送这样年营业额在5亿元以上的民营龙头企业也无可奈何，也没少挨过查、受过罚，其他小的民营快递公司的命运更可想而知。 2002年前，民营快递公司如果经营属邮政专营的“信件和其他具有信件性质的物品的寄递业务”，各省市的邮政执法大队在查获后一般都移交当地工商行政管理部门处罚，这也是《邮政法》第40条对处罚权的规定。2002年后，部分省市邮政局利用《邮政法》赋予的“邮政监督管理”职能，纷纷游说当地政府通过地方立法授予邮政部门行政处罚权。民营快递公司的日子就更不好过了。 比如，2004年2月1日开始实施的华东某省邮政管理办法，被誉为有“很大创新和突破”，“将邮政行业管理部门和工商行政管理部门一起列为行政处罚主体”。对于这种“创新和突破”，全国人大常委会法工委行政立法研究组成员、中国人民大学法学院教授皮纯协说，“这样下去，什么时候能落实中央提出的依法治国方略？”

《快递争霸战》

媒体关注与评论

中国人常说，光阴似箭，日月如梭。时间不等人，但时间可以创造价值，宅急送跟上了时代的潮流，把时间作为财富。中国人常说，为民、便民、利民是办事的原则，要把老百姓放在心上，为老百姓办实事，宅急送体现了这一宗旨。中国人常说，质量第一，服务第一，用户是上帝，一点没错，说得再好，不如做得好，宅急送在努力实践这一理念。——中国物流与采购联合会常务副会长 丁俊发

宅急送的陈平总裁，从10年前创业到今天，不断口出“狂言”，又不断将其兑现。他做企业，如统帅三军，效法毛泽东的《论持久战》，定位企业的战略规划。——《物流时代》

资深记者 王斌

《快递争霸战》

编辑推荐

中国人常说，光阴似箭，日月如梭。时间不等人，但时间可以创造价值，宅急送跟上了时代的潮流，把时间作为财富。中国人常说，为民、便民、利民是办事的原则，要把老百姓放在心上，为老百姓办实事，宅急送体现了这一宗旨。中国人常说，质量第一，服务第一，用户是上帝，一点没错，说得再好，不如做得好，宅急送在努力实践这一理念。——中国物流与采购联合会常务副会长 丁俊发

宅急送的陈平总裁，从10年前创业到今天，不断口出“狂言”，又不断将其兑现。他做企业，如统帅三军，效法毛泽东的《论持久战》，定位企业的战略规划。——《物流时代》

资深记者 王斌

《快递争霸战》

精彩短评

- 1、书印刷的差,写的更差.想起当当的物流配送体系,只能叹了口气,
- 2、文章夹杂了太多的个人主观情绪,描写过于情绪化,而不是陈述事实,比喻有点牵强,将毛泽东理论强加到公司经营不是不行,个人认为有点为赋新词强说愁的味道
- 3、自己是从事快递行业的,对快递中的很多问题都深感无奈,这本书多少有点启发吧
- 4、作者对快递业的描述,并没有让业外人有惊喜的感觉,只是社会上多了一本传记。宅急送的确有过人之处,能够与洋品牌抗争,实属不易。如何从这种争霸的局面中,给读者启迪,作者的功力显然不足,而更多是陶醉在对宅急送成功的欣赏中。如果能在重大章节上,学一学吴晓波式的评点,就大大提高本书的附加值。
- 5、软文一本,5折都不值

《快递争霸战》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com