

《快递来了》

图书基本信息

书名：《快递来了》

13位ISBN编号：9787113154677

10位ISBN编号：7113154670

出版时间：2013-1-1

出版社：中国铁道出版社

作者：李苙巍

页数：158

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

《快递来了》

内容概要

《快递来了:顺丰速运与中国快递行业30年》讲述了：快递，一个与我们生活息息相关的行业，一个可能不被我们关注的行业，却在上演着成与败、生与死的悲壮大戏。改革开放后，民营快递企业如雨后春笋，在几十年间各自演绎着自己的风采。而这其间。国外快递巨头也纷纷抢滩中国，一边抢占市场份额，一边伺机并购本土企业。那些我们耳熟能详的快递企业——中国邮政、中铁快运、民航快运、顺丰、宅急送、“四通一达”、DHL、UPS、FedEx、TNT等——将在《快递来了:顺丰速运与中国快递行业30年》一一现身，还原一部快递行业波澜壮阔的发展壮景。

作者简介

李芷巍(建设), 中共党员、经济学研究生、研究员、客座教授、著名物流专家、中国物流研究应用领域实战派领军人物、中国物流策划创始人、享誉业内的物流策划大师。中国物流策划研究院副院长兼物流策划专家委员会主席、中物策(北京)工程技术研究院副院长、广东省物流行业协会副秘书长、李芷巍物流策划机构首席执行官、广州大学物流与运输研究中心副主任、英国(国际)物流规划设计研究院高级顾问。担任众多大型物流企业、物流园区以及政府的顾问。被誉为“中国物流策划泰斗”、“中国物流策划第一人”。是第一位登上博鳌亚洲论坛会场做报告的物流策划人。

李芷巍是全国专业人才考评专家委员会成员、中国物流学会理事、全国物流园区联盟观察员、国际物流师职业资格认证专家委员；是国家《科教兴国》、《创新与发展》、《中国学者》和《荣誉中国·科技创新先锋》收录入编的杰出专家；拥有全国各大经济区域物流园区成功案例和经典案例：倡导“坚持科学招商引资。促进区域物流发展”的理论结合实际的研究；是中国高端物流和高端物流产业园研究与实践的探索者和发起人。他建立了物流科研人员首个个人命名的大学物流专业本科生、硕士研究生及硕士、博士科研人员的奖学金基金——李芷巍物流之星奖学金基金。

李芷巍的物流策划案例被评为“中国创意产业自主创新优秀成果”。他先后荣获“中国物流策划最佳杰出人物奖”、“中国物流风云人物”、“中国物流最具影响力人物”、“中国优秀物流专家”、“中国物流功勋人物”、“中国物流策划最高奖”、“中国创意产业自主创新功勋人物”、“中国品牌文化建设杰出贡献人物”等荣誉。

《快递来了》

书籍目录

上部 快递溯源：1978～1992年那些事儿
为有源头活水来
改革之风吹过了
中国邮政一枝独秀
隐藏的劣势
中部 雨后春笋：后92时代
顺丰速运的强势崛起
王卫，低调做人
顺丰，高调做事
宅急送的筋斗云
陈平，海归创业
宅急送，柳暗花明
桐庐派的半壁江山
陈德军，三起三落
桐庐派，四通一达
国际快递四巨头抢摊中国
UPS(联合包裹)，紧握航权
FedEx(联邦快递)，十年蛰伏
DHL(敦豪快运)，借船出海
TNT(荷兰天地快递)，先声夺人
国有企业分食市场
CRE(中铁快运)，势如破竹
CAE(民航快递)，异军突起
下部 三足鼎立：新世纪格局
中国邮政的奋起
民营企业大洗牌
顺丰速运，时势造英雄
宅急送，生死转型
申通，借势C2C
从四巨头到三国演义
FedEx，使命必达
DHL，战略转移
UPS收购TNT，格局生变
未来的未来
后记

版权页：1995年10月，“北京双臣快运有限公司”正式更名为“北京双臣一城快运有限公司”，成为中日合资的企业，宅急送进入了新的发展轨道。根据1995年底的公司报表显示，宅急送完成营业收入180万元，小林利夫分得到了16%的投资回报。比王卫早了整整两年，陈平完成了第一桶金的积累。至此，再没有人质疑他对快递行业的选择，员工们都干劲十足地等待老板带领大家创造更多财富。当脚步不再踟躇，就该考虑走稳走远的事情了。为了把宅急送推上优质、健康的发展之路，陈平进行了四次重大的战略调整，正是这四次明智的战略选择，奠定了宅急送“行业尖兵”的地位。“农村包围城市”是陈平制定的第一条商业战略。1995年后，宅急送在北京取得了巨大的成功，跟王卫的野心勃勃一样，陈平并不满足于此，在他的心中有一张更大的覆盖全国的网络蓝图在等着他建设。当时，快递公司最主要的扩张方式是利用特许经营推行网络建设，日本的快递公司就多选用这种形式。鉴于求学时期对这种模式的深刻体会，陈平开始了最初的尝试。当同行业诸如捷力、东方、飞天达、日客达等快递公司在这条道上越走越远时，陈平却先验般地嗅出了某种危机，也许是来自之前照搬模式的失败经验，也许是出自商人的一种本能，他总觉得这种模式在中国应该不那么容易成功。这个时候，陈平的军人素质开始显现出了不同寻常的光辉。想到毛主席农村包围城市的发展战略，陈平会心一笑。他将军事战略用到了商场，制定了出了一条不同于传统的发展之路——先建立子公司，再由子公司去建分公司，最后成立总公司。陈平的如意算盘是这样打的：总公司，既是管理部门，也是花销部门。如果在发展之初按照总公司到分公司的建设策略，宅急送根本无力支付总公司庞大的花销，而快递公司最重要的是网络建设，没有发达的网络就意味着不能赚到钱。如何克服困难达成目的呢？只能选择先建子公司，用很少的钱办大事，等于公司建成之后，再考虑“从农村到城市”。另外，子公司没有总公司的天然束缚，不但能激发负责人的最大潜能，还能调动员工的积极性，使其得到最大程度的快速发展，以时间赢得市场。依据构想，陈平在各地成立了子公司。子公司一落成，他就不再拨给子公司经理一分钱，但是赋予了他们最大的权力——除了打上“宅急送”的标识，将北京运去的货转送到各家各户外，剩下的事情完全不用报备，经营上盈亏自负，甚至不用给陈平提成。这样的授权方式，极大地激发了宅急送第一批子公司经理们的创业热情，尽管陈平给的财力物力支持非常有限，他们还是打响了名号，扩大业务量，赚了不少钱。而对于陈平来说，通过子公司，他又成立了不少分公司，完成了全国各地的网络布局，扩大了宅急送的影响力。

《快递来了》

编辑推荐

《快递来了:顺丰速运与中国快递行业30年》是由中国铁道出版社出版。

《快递来了》

精彩短评

- 1、书还是不错的，主要介绍了国内的国营企业，民营企业的发展历程及外资企业在中国的发展情况和未来这些快递企业的一些发展愿景，不得不提的是，书中有好几处地方的文字不通和一些小错误，如15页的第六行“实利”83页第四行“还未还得及”134页第十行“社会的经济经发展”、、、不过也没有影响到对行文意思的理解，希望买的是正版，也不太希望是编辑不够仔细，就是自己读书有点挑
- 2、快递来了，感受很多。收获确实不少啊。对于学物流的人来说，需要好好看看
- 3、这本书的封面像山寨版的顺丰。
- 4、顺丰快递想成为中国的巨头，目前的路很长，不过书中的内容都是很多年前的了，不建议购买~
- 5、一般，普及型读物
- 6、虽然是本行业书
- 7、图书很不错，待进一步仔细阅读
- 8、此书已经收阅，内容均为平时报刊杂志等媒体对快递行业及各个快递公司的评述汇集编辑而成的一本书。
- 9、很好，系统地学习顺丰和中国快递发展
- 10、书印刷质量很好，不错
- 11、书的内容很好，全面细致，诙谐幽默
- 12、买了几本书，可惜有些书目前没货，也不知道什么时候补货！
- 13、书的内容就是简单的描述了国内快递市场各个力量的发展史，对这方面感兴趣的可以买回去看看。
- 14、知道了很多快递行业的知识
- 15、引用的几个案例有点旧，是200几年的案例！快递业发展这么快，这些数据显的有点落后了！
- 16、书的手感还是不错的！但是胶水的质量有点不好！
- 17、中国快递行业30年
- 18、在飞机上看完了，个人还是蛮喜欢这种不太厚，两三个小时能看完的书，嘻嘻。回到正题，该书幻灯片似的介绍了国内（国营，民营）外快递的发展，可惜语焉不详，深度一般。可作为科普类书籍参看一下。
- 19、不错，值得一读，学习了
- 20、看完了，挺不错的一本书，把各家快递的发展历程都讲出来，分析了国际快递形式，
- 21、这几年快递业盛行
- 22、确实煽情过多，业务信息不大，还好只花了40min
- 23、冰冷的数据, 偏远的仓库和分拣中心, 虚拟的网络查询系统. 巨大的背包, 细密的汗珠, 随身携带的签字笔, 风驰电掣的电瓶车...这就是我以后的日子吗?
- 24、快递行业的朋友该人手一本 语言流畅 讲故事一样把国内外快递公司发展过程叙述一遍 可读性极强 强烈推荐！对主流快递公司起家发展及转型等叙述详实，值得业内参考和借鉴！看了2遍！
- 25、快递业的书很少，这本是比较新的
- 26、如果可以，我真想给个零颗星，全部都是抄外面的，我还需要花钱来买吗，建议不要买这本书，对作者真是无语！
- 27、不错正版图书
- 28、这本书，使我了解了中国快递业务的发展史和创业史，很受用
- 29、故事来龙去脉很详细，我喜欢
- 30、基本上是2010年以前的事儿，而且东抄西抄
- 31、如果贪图便捷，阅读本书，你可以了解整个快递行业的发展历程。如果你愿意的话，自己可以通过搜索网上资源，也能找到书本里大部分的内容。

《快递来了》

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