

快递物流计划书

快递物流计划书范文（精选 6 篇）

时光在流逝，从不停歇，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，请一起努力，写一份计划吧。可是到底什么样的计划才是适合自己的呢？以下是小编为大家收集的快递物流计划书范文（精选 6 篇），希望能够帮助到大家。

快递物流计划书 1

一、市场分析

1、行业和市场

1.1 行业

随着经济全球化和我国日益融入世界贸易组织(WTO) 体系，被称为“第三利润”的物流业已经成为我国国民经济的重要产业和新的经济增长点，并将在未来国民经济发展中发挥重要作用，校内快递运营方案。

物流行业的快速发展，自然诞生了校内快递服务，它有着传统快递公司不能比拟的价格优势和送货速度，这一系列说明了它不能被取代的地位。

1.2 市场

经过调查结果来看，接受调查的学生 87.5% 支持校园快递的创办，接受调查的老师是 100% 的支持，热情度很高。但针对“由学生来对校园快递进行管理是否合适”这一方面，老师是 100% 的认为学生可以管理，不过还有约 30% 的同学认为学生不合适对其管理。统计显示老师同学们选择快递公司的主要因素，在诚信、效率、安全三大方面，也是这三大方面影响着那 30% 的同学认为学生管理不合适：

1、在诚信方面，由学生组织的校园快递，在同学们的眼中可能是一个不完整的机构，在初始，信用度等方面还会令人质疑。

2、效率也是同学们很看重的，货物是否能按时到达，也是快递公司效率的鉴定之一。因为我们的工作人员是由学生担任的，而学生还有自己的学业或其他事情，所以包裹到达后是否能及时送到客户手中

还存在很大问题。

3、学生非专业快递公司人员，对同学们的货物没有有不会损坏、能安全抵达的肯定保证，所以安全问题也成了校园快递市场的阻碍。

如果我们校园快递实行了上门接送的服务，我认为这是一个非常好的盈利点。调查结果显示，有 48.6% 的同学会使用上门接送的服务，90 后的青少年大多比较不喜欢“麻烦”，不愿意出寝室或班级门去寄收包裹，我们可以很好的利用这点，施行上门接送的服务，从中收取费用，获取经费。我们还有 41.4% 的潜在用户，只要我们认真的做到上门接送服务，随着时间的推移，当同学们慢慢认同我们的服务，41.4% 就不在是潜在用户了。

在“朋友之间互送礼品”的市场调查中，取得的结果不是很理想，只有 38.1% 的同学会使用校园快递来赠送礼品，53.4% 的同学还要考虑，还有 18.5% 的同学认为，朋友之间互送礼品如果要别人代送的话，觉得很没有诚意。

那同学们会怎样的来使用校园快递呢？据统计，小物品在生活当中，43.75% 的同学们还是觉得我们校园快递可以代劳。在节日送出的贺卡及重要的文件类物品，20.4% 的同学认为还是亲自接送比较可靠、更有诚意。其他物品占的比例有 35.85%，情况中等。那老师的文件我们是否可以去接送？调查答案是否定的，老师们更多的会选择亲自收送或请同学帮忙代劳，而不会消耗费用让校园快递服务。

面对收费问题，我们调查员也很苦恼，大多数同学在价格方面很敏感，大学生是一个很大的消费群体，同学们在生活中节约一分一角，在玩乐的时候就能多享受一点。所以，调查结果显示，有约 72% 的同学认为收费合理，还有约 22% 的同学觉得收费很高，不过有约 6% 的少部分同学说比较认定这个专业偏低。在老师群众，3 位老师选定偏高的收费，3 位老师觉得合理，还有 1 位老师认为快递收费偏低。

2、工作室的独特性和市场竞争力

工作室是提供快递服务的专业公司，承接职院 200 米范围以内的快递资源，目前的市场有着得天独厚的优势。我们以职院 200 米范围内的市场为依托，积极开拓其它市场！

目前，职院 200 米范围内的快递市场处于起步阶段，并且还有其他快递公司介入，初期要迅速占领市场比较困难，所以我们要提供高质量的服务，以便于我们占领市场

二、工作室的基本情况及未来的发展战略

1、工作室的基本情况

1.1 工作室名称：校园快递工作室

1.2 工作室地址：岳阳职院商贸物流系

1.3 工作室旨：使命必达，顾客至上

1.4 工作室性质：以方便顾客为目的，为顾客提供收费快递服务的工作室

1.5 工作室目标：初期，占领市场，保证服务质量，广泛宣传，招揽顾客；

中期，完善管理，不断添加新型服务，以应对其它网点进入该市场所带来的竞争；后期，在本校打稳根基，并向其它学校发展。

2、组织结构

3、工作室所有权和知识产权

本工作室所有权和知识产权均归经理所有，其依法对自己财产所享有的占有,使用,收益和处分的权利。

4、工作室的发展规划

4.1 工作室的发展规划

1、完成资金、形象、技术、人才四大工程建设。力图占领职院 200 米范围以内的快递市场，让广大学子了解本工作室，体会到本服务的便捷之处，并实现初步盈利。

2、工作室被职院 200 米范围以内的客户广泛了解，实现盈利，并不断扩大服务范围。

主要服务点的暂定收费标准

4.2 关键成功因素：

4.2.1 奉行以人为本的企业文化。

4.2.2 倡导团队精神、创新精神。

4.2.3 对快递行业信息化的现状及发展趋势有深入的研究。

4.2.4 有独立研究能力，能够根据顾客和市场需要不断开发出新服务。

4.2.5 费用低

投资费用低廉，减少和避免在一开始业务量不足的情况下基础设施方面的资金投入。

4.2.6 速度快

自身发展速度快，规模迅速庞大。

4.2.7 安全准确

实行标准化经营，确保货物及运作安全，准时准点送达货物。

4.2.8 示范效应

提供服务的同时，要让别人看到自己，认识自己，接受自己，当有确定的快递需求时，我们可购入一些运送工具，租用一些场所。

三、服务和支持

1、工作室服务、特色及优势

1.1 工作室的产品服务渠道

一、产品

(1)提供校内包裹代送服务，当天送达

(2)提供校内信件代送服务，当天送达

(3)提供礼物代送服务，定点送达

(4)提供各种节日礼物

(5)提供网络代购服务

二、渠道

1.与后街少数具有特色的精品店和餐馆建立联系，通过电话、网络等通讯设备迅速对客户需求作出反映，为客户提供优质的礼品代送和送盒饭服务 2.针对客户相对高级的要求，我们可以配备相应人员掌握网购货物的最新信息，客户需求一到，我们就可以实施快速网购

1.2 工作室的特色

1.2.1 提供礼物代送服务

1.2.2 提供网络代购服务

1.3 工作室的优势

- 1.职院 200 米范围以内有着庞大的快递市场
- 2.服务实用，具有很大的潜在市场
- 3.运行可靠，保证运送货物质量，严格控制时间。
- 4.价格比较合理，顾客基本上能承受的价格和便捷的服务，在一定程度上预示了此行业的高速发展。

2、支持

我们建立了针对客户的服务维护系统，向所有客户提供系统服务，这个服务体系将保证我们销售及运作的顺利完成，并使客户满意，利用系统及时反馈和调节我工作室的服务策略，以快速解答客户问题，利用电子方式进行服务与支持，这样可以有效地节约时间，这些服务主要通过电子邮件来实现。

四、工作室的运营和销售

1、人力资源规划

人才是新经济时代的财富之源。新经济时代企业之间的竞争，说到底，就是人才的竞争，谁拥有人才，谁就拥有财富。工作室奉行以人为本主义企业文化，以实现员工价值最大化为人力资源管理的目标。

建立科学合理的人才智力、时间结构，创造崭新的人才空间，实现人才的互补效应。

建立公开、公平、公正的绩效考评体系与合理的薪酬制度。推行“员工持股计划”，实现知识与资本的结合，构建利益共同体，增强工作室发展的动力。

导入竞争机制，充分调动员工的积极性和发挥他们的创造性。

2、运营计划

我工作室建立专业的销售队伍来促进销售，致力于建立快递网络。首先是市场渗透，在充分调查各环节之后进入职院 200 米范围以内快递市场

其次是注意具体的销售渠道，先期把郭镇和民院之间快递需求的客户作为我们的重点开发对象。

同时注意发展合作伙伴关系，寻找同行业其它企业合作的可能性。严格控制服务质量，做到五个保证：

1.保证时间，校内包裹，信件当天送达，礼物快件定点准时送达，绝不拖延。

2.保证货物完好，不损坏顾客货物，如若损坏双倍赔偿。

3.保证节日礼物质量，我工作室提供的节日礼物都是正规渠道进货，质量有保证。

4.保证传达客户思想，客户在送货过程中对收货人有何想说的话，我们都会传达。

5.保证态度良好，取件人在服务过程中实行微笑服务，使顾客感到满意。

3、销售策略

3.1 营销策略

第一步：立足职院 200 米范围以内，将工作室的校内快递服务在职院 200 米范围以内进行推广，并挖掘客户对相关产品及服务的需求。

第二步：巩固工作室在职院 200 米范围以内市场的领导地位，以校内快

递服务为依靠，开拓市职院 200 米范围以内快递市场

第三步：实施战略，开拓校园快递渠道，涉足快递市场

3.2 营销手段

加强扩大工作室知名度和影响力的宣传工作，在职院 200 米范围以内的报亭上刊登广告、开办相关栏目，并发放广告。

并为客户提供网上咨询服务。

与职院 200 米范围以内的客源保持联系，建立一个对市尝对竞争对手反应灵敏、快捷的信息网络体系。

3.3 销售队伍的组建

工作室将逐步建立起一支由财务部、销售部、合作伙伴、市场兼职人员组成的多层次、网络状的销售队伍，采用“先入为主”的策略尽快占领职院 200 米范围以内市场

3.4 品牌战略

实施品牌战略，加大宣传工作和品牌经营力度，扩大“职院 200 米范围以内快递”品牌的知名度和美誉度，使之成为职院 200 米范围

以内快递行业的著名品牌。

3.5 服务体系

“优质服务”的观念日益深入人心。快递市场的竞争不再仅仅是物流速度的竞争，更重要的是服务的竞争。工作室将成立“客户服务中心”，采用网络远程服务、现场支持等服务手段，为客户提供不间断、全方位的服务，以实现客户利益的最大化、工作室收益的持续性。

五、财务分析

1、初期投资计划

我工作室处于建立初期，各种设备均不完善，工作室名声尚未在学院附近广泛传播，人手亦不齐全，开始阶段基础设备及广告宣传投资需求较大，随着工作室基础的加强，宣传费用会相应降低，但增加雇员数量和提高雇员工资的需求使雇员工资支出不断增加。

实行此计划初期大概需要 5300-8500 元的资金，其中包括：广告宣传费：100-200 元 网站建立和维护：200-300 元

组建车队(自行车)：500-1000 元

培训费用：500-1000 元 高科技设备：4000-6000 元

2、销售收入预测

工作室建立初期，以包裹、信件、礼物代送为主要盈利手段，节日礼物销售网络和网络代购服务尚未建立成熟，所以销售额较低。随着工作室的服务宣传及运营网络的成熟，前三项服务收入会稳固提升，后两项服务会实现大跨步式提升。

六、风险及对策

1、风险

提供礼物代送服务任何一个项目或投资都会有来自各方面的风险，包括管理方面、市场状况、技术能力和财务状况，对于我工作室来说，我们的风险有：

- 1.现有员工对校园快递操作模式的熟练程度，
- 2.客户资源数量，广告及网站宣传效果
- 3.市场的某些不确定因素，
- 4.设备采购及人员招聘上的某些不确定因素。

5.出现货物丢失或货物损坏

6.知识产权受到侵犯

2、对策

1.加强工作人员的培训

2.加大宣传力度，扩大客户群

3.密切关注市场信息，建立强有力的反应机制

4.加强设备检测，提高招聘要求

5.第一时间告知客户，进行诚恳的口头道歉；就近购买相同或可替代的高质量产品进行赔偿；还可以按照货物价值进行双倍赔偿

6.私下与侵权者协商，合理索赔；如若不行，我们可以运用法律手段维权，交由法院作出公正判决

七、总论

在社会进步、经济飞速发展的同时，现代物流科学的发展，为国民经济和企业的发展带来巨大的经济效益，越来越受到人们的高度重视，而高校物流作为一个新兴的物流行业，必将会沿着综合化、规模化、网络化、现代化的方向发展，可以预见，未来的高校物流行业会为企业带来不菲的利润，具有很大的发展前景。

目前虽然市场竞争不太激烈，但随着高校快递行业的发展，必将有很多公司介入此行业，给本工作室带来强烈的冲击。所以，快递水平的高低是今后竞争胜败的一个重要因素。为满足业务发展，增强本工作室的实力，我工作室诚信经营，利润共享，希望有识之士与我工作室共同打造一个高级的校园行业品牌。

快递物流计划书 2

公司描述

(一)公司名称

xxxx 区 xx 快递公司。

(二)公司性质

集同城快递、DM 杂志投递于一体的快递公司。

(三)公司宗旨

提供安全、方便、准确、快捷、优惠的快递服务。

(四)公司目标

打造代表 xx 区大学生创业成果的窗口形象。(更多快递公司、快递类创业计划书请登入创业人人网，注册创业人人网会员与更多快递公司、快递类店主交流)

(五)创业理念

务实拼搏创造辉煌

市场分析

(一)市场描述

近几年，中国的快递行业发展迅速，尤其是近两年，中国的快递市场规模已经达到了 200 多个亿，并且每年以 30% 的速度增长。在如此快速的增长率下，快递市场一副繁荣景象。

xx 以媒体和娱乐业闻名全国，产业以机械、电子、纺织、商贸和食品加工工业为主，2008 年，xx 工业总产值跃居全国省会城市第 10 位，是中西部地区主要的区域性中心城市之一。商品交易活跃，商业网点密集，现代电子商务的发展更是让 xx 的快递行业拥有更广阔的市场前景。(更多快递公司、快递类创业计划书请登入创业人人网，注册创业人人网会员与更多快递公司、快递类店主交流)

(二)目标市场

xx 地区的同城快递。

(三)目标客户

目标客户为整个 xx 地区需要同城快递的客户。

公司经营

(一)公司业务

同城快递 DM 杂志投递

(二)经营策略

1、公司的管理。维持经营效率是公司的主要管理课题，管理者需要致力于管理上的改良，强调公司安全、方便、准确、快捷、优惠的快递服务。(更多快递公司、快递类创业计划书请登入创业人人网，注册创业人人网会员与更多快递公司、快递类店主交流)

2、创造区域优势。其主要的策略是以区域型的经营使其在区域的。

相对规模变大，在区域内取得较高的竞争地位，求得生存的空间，奠定获利的基础。

(三)成本核算

俗话说的好，“不打无准备之仗”。在投资前充分做好各项前期准备工作，可减少后期运作中出现意外状况的概率。资金、人力、场地这三个环节中任何一个出现问题都将直接影响到公司的发展。投入资金为 30000 元。初期工作人员 5 名，电动车 4 辆(现 xxxxDM 投递服务社已有两辆电动车，奇瑞 QQ 车一辆)，场地面积：50 平方米以上。(更多快递公司、快递类创业计划书请登入创业人人网，注册创业人人网会员与更多快递公司、快递类店主交流)

公司营销

(一)网络营销

可以在赶集网、58 同城网等生活服务网发布同城快递服务广告，并且可以作适当的网络推广。

(二)承接服务外包

可以联系圆通、申通等快递公司，与他们合作，承接他们的同城快递业务外包服务。(更多快递公司、快递类创业计划书请登入创业人人网，注册创业人人网会员与更多快递公司、快递类店主交流)

(三)拉业务

制作相关的宣传名片，到每个企业去拉业务。

总结

老板不是人当的。是的，老板不是人当的，作好吃苦的准备，在创立经营 xxxxDM 投递服务社期间，经历过困难和挫折，坚持坚持再坚持，努力努力再努力，有政府的引导和鼓励，相信经过自己的拼搏，一切都会好起来的，成功之后，不忘回馈社会。

快递物流计划书 3

随着社会的发展，人们生活节奏的不断提高，大家对快递服务的要求也越来越高，作为大学生的我们，在网购市场风起云涌的年代，快递服务在大学校园也迅速流行。在我们咸宁学院，快递服务业却处在两难的境地，存在一定程度的市场空缺，需要我们建立校园快递服

务平台进行填补。同时在社会主流都在追求快速生活时，总有不少年轻人颠覆了传统意义上的“快递”概念，“慢递”作为一种全新的邮递概念正逐渐被越来越多的人接受。所以，我们计划打造一家以校园快递业务为主，以 Romantic Mail（咸宁慢递业务）为特色的速度“弟”工作室。

一、项目介绍及分析

（一）校园快递业务

1、业务介绍

（1）在固定时间内（如中午 12：00-14：00 和下午 17：00-19：00）由各快递公司业务员准时将最新一批的快件送到我们工作室，我们安排专人签收，再按东西区、楼栋整理分类完毕后在当天中午或下午有我们安排人员将所有快件派送到收件人寝室

（2）学校师生将需发送的快件送到我们工作室（我们也可上门取件），我们会在当天中午或下午由快递公司派送员统一取件，既方便了快递公司，也方便了师生，大大提高了工作效率。

2、市场分析

目前在我校承接校园快递业务的主流公司有：申通、圆通、宅急送、中国邮政 EMS、武汉特能。申通、圆通、宅急送主要以受理环节以发件人电话预约，业务员取件为主要方式；而中国邮政 EMS 的快递受理主要是发件客户自行到学校收发室办理。收件客户签收环节，中国邮政 EMS、申通、圆通、宅急送派送员通过电话联系收件人约定好取件地址。

通过很长时间的调查我们发现我校快递市场存在一些漏洞，具体如下：

（1）快件签收的安全性，由于领取快件时不需要出具任何身份证明，不少同学反映，随便一个同学都可以冒充收件人将快件领走，快递公司至今仍未出台相关的预防方法，可见快件安全性不强。

（2）派送员与收件人约定的地点一般都是露天的，时常会碰到打雷下雨、烈日炎炎等恶劣天气，给他们工作带来很大的不便。

（3）时间问题：有时候派送员暂时无法联系到收件人或者收件人

因有事不能取件，那么会给派送员带来工作不便，并且派送员在等待收件人一个个取件的过程中也浪费很多时间和精力，效率不高。

所以学校快递业务处在两难的境地，有许多需要完善的地方。

3、可行性分析

（1）宏观环境分析：当前我校快递公司派送员的任务繁重琐碎并且很多师生对于他们的服务很不放心，不满意。因而建立沟通双方的桥梁势在必得。

（2）产品及服务分析：我们立足于咸宁学院，提供优质的快递派送和取件服务，保证你的快递以最快的速度送达到收件人寝室，同时作为各快递的咸宁学院办事处，处理师生的快递取件业务，可上门取件。

（3）行业竞争与状况分析：据调查本行业暂无竞争对手，可以开拓市场。

（4）消费市场及购买力行为分析：各快递公司派送员为了工作的方便愿意和我们合作，并支付我们一定报酬；学校师生为了快件的安全和便利，同样会支持我们，并支付一定报酬。

（二）Romantic Mail（咸宁慢递业务）

1、项目介绍：“慢递”概念最早源于美国，一开始只负责投递信件，形成市场后，商家的业务也逐渐向物品扩展。在国内也是近期开始流行，受到青少年和广大白领阶层的热捧。慢递是一种普通邮局一样的信件投递业务，但不同的是慢递时间由寄信人自己决定，可以是几个月后、一年几年后，也可以是十年后、甚至更长时间，慢递是一种类似行为艺术的方式，提醒人们在快速发展的现代社会去关注自己的当下。比如，给5年后的自己写信，寄递内心的目标与希望；给未来的孩子写信，分享父母相识、相知的历程；给3年后毕业的朋友写信，重温学生时代的美好回忆我们相信这项“把今天寄给未来”的慢递服务必将在咸宁引领新的时尚潮流，我们计划加盟北京熊猫慢递邮局，在细分寄递业务的基础上掘金邮递市场。

2、市场分析：年轻人群是最朝气蓬勃的一个群体，我们的感情正处于一个兴奋期，对新鲜事物的好奇，也有对现状的不满，有盲目自

满与自我陶醉，也有对未来的憧憬这样的一种状态必定有着一定的心理压力，我们需要一个可以排解心理压力的位置，从某种程度上引导忙碌的都市人重新关注“时间”的意义。Romantic Mail 就能给出这样一个机会。并不高的费用，外加新颖的方法，必定能吸引很多大学生和咸宁白领阶层。并且慢递市场在咸宁暂未开发，受武汉慢递业务的影响，在咸宁有着很大的潜在价值。

3、可行性分析

（1）宏观环境分析

随着现在大学生的物质生活质量的提高，在精神生活质量却没有与之相同的提高进度，Romantic Mail 契合了都市人的心理需求，人们寄信的动机可能不尽相同，有人为了祝福，有人为了宣泄。很多在生活中不便直接表达的情绪，通过拉长收信时间，可以有效缓解寄信人的尴尬和焦虑感，帮助减压。此外，如果将生命视为一趟旅程，那么每一天都值得享受。当你选择让亲友或自己等待一封未来将至的信，其实就是在有意识地放慢脚步，感受时间的传递与寄托，Romantic mail 就是这样一项提高精神生活质量为目的的一项业务，此外，送礼物已经是很常见的事情了，如果妈妈的生日上学期间，又想给妈妈送一个礼物，Romantic mail 可以帮助你，按时的送出这份礼物。

（2）产品及服务分析

我们主要以定时信件、定时送礼物、定时发贺卡为主，另外销售一些小礼品，贺卡等等，为达到能中远距离的递送，我们将通过我们搭建的平台很好的与快递公司取得联系，并与之合作。我们会定期举行心理交流会，同时也举办类似于“把今天寄给未来”的公益活动。

（3）行业竞争与状况分析精神产业无疑是低成本的，而且在精神产业这方面学校内绝对是无人问津，在学生好奇心的驱使下 Romantic mail 在学校内定能掀起一波热潮，Romantic mail 的 Romantic 气息能吸引大量情侣，让我们为之提供服务。

（4）消费市场及购买力行为分析

Romantic mail 帮客户保存信件的收费标准是这样的，一年为 25 元，两年为 30 元，每增加一年，费用增加 5 元。我们是在用今天的钱

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/385321213304012000>