

一、UPS 快递简介



UPS 快递 (UPS Express) 于 1907 年作为一家信使公司成立于美国华盛顿州西雅图，是一家全球性的公司，其商标是世界上最知名、最值得景仰的商标之一。作为世界上最大的快递承运商与包裹递送公司，同时也是运输、物流、资本与电子商务效劳的领导性的供给者。

UPS (联合包裹速递效劳公司) 是世界上最大的快递承运商与包裹递送公司，1907 年成立于美国，作为世界上最大的快递承运商与包裹递送公司，UPS 同时也是专业的运输、物流、资本与电子商务效劳的领导性的供给者。UPS 每天都在世界上 200 多个国家和地域治理着物流、资金流与信息流。通过结合货物流、信息流和资金流，UPS 不断开发供给链治理、物流和电子商务的领域，如今 UPS 已进展到拥有 300 亿美元资产的大公司。

二、UPS 快递 (UPS Express) 在华进展历程

- 1988 年与中国的大型公司进展合作，组建了自己的办事处；
- 2023 年，在中国参加 WTO 之后快递市场开头对外正式开放，外资企业纷纷进入中国全面开展国际快递业务，UPS 在中国区也随之全面运营；
- 2023 年，UPS 成为了北京奥运会的物流与快递赞助商；
- 2023 年 12 月 9 日启用 UPS 上海国际转运中心，坐落于浦东国际机场 (PVG)，是 UPS 全球第三大转运中心；
- 2023 年 5 月 18 日正式启用 UPS 在深圳宝安机场的航空转运中心，这是 UPS 在中国继上海之后的其次个转运中心；
- 2023 年 10 月 8 日，美国联合包裹公司 (UPS) 落户郑州；
- 2023 年美国联合包裹公司 (UPS) 落户合肥；
- 2023 年 3 月，UPS 收购欧洲快递巨头 TNT，成为以营收计全球第一大快递公司。

三、PEST 分析

(一) UPS 快递宏观环境分析

1. 政治环境

现代物流业的进展与兴盛依靠于统一，透亮，公正和高效率的法律制度环境。

(1) 05 年 5 月，由国家质量监视检验检疫总局，国家标准化治理委员会出台

的《物流企业分类与评估标准》提高了物流企业市场准入门槛。

(2) 08 年底，国务院公布《物流业调整与振兴规划》，把促进物流业进展纳入应对国际金融危机的“一揽子打算”，为物流业进展制造了良好的外部环境。

(3) 12 年 6 月，国务院依据“规划纲要”，公布了关于推动现代物流技术应用和共同配送工作的指导意见，旨在提高商贸物流技术应用水平，降低物流本钱，提高流通效率。

2. 经济环境

(1) 我国经济持续快速进展和对外开放为物流业带来了巨大的进展空间。

(2) 国民经济从粗放型向集约型，效益型转轨，为快递物流事业的进展供给了巨大的社会需求和进展时机。

(3) 物流行业制造的价值也是 GDP 的一重要组成局部。



图 3.1.1 : 2023 年年度国内生产总值 (GDP)

2023-2023 年度上半年物流业运行状况

(单位: 亿元)	2023 年	2023 年
社会物流总额	74.7 万	98.3 万
社会物流总费用	3.7 万	4.8 万
物流业增加值	14360	1.9 万
固定资产投资增速	13285	1.9 万
物流市场价格	低位运行	低位运行

由“2023-2023 年度上半年物流业运行状况”图可看出，2023 上半年我国社会物流需求保持平稳较快增长，物流业增加值稳定增长，物流总费用明显上升，物流企业经营环境趋紧。物流企业效益明显回落，物流本钱上升和物流效劳价格偏低，加上资金趋紧，物流企业经营难度加大。

2023 上半年物流运行总体趋缓，社会物流总额增速回落，物流业增加值平稳增长，固定资产投资有所上升，物流市场价格低位徘徊，企业效益连续下滑。效劳于根底能源、原材料等大宗商品储运的物流企业效益下滑幅度大，经营更为困难。

3. 技术环境

现代物流的一个重要特征是物流的信息化。只有实现物流的信息化，经当今先进的技术，设施应用于物流领域，才能彻底实现物流作业的自动化，效率化，智能化，从而彻底转变当前物流效劳难以适应电子商务要求的现状。实现物流信息化的过程就是要广泛利用各种现代信息技术，进而提高物流作业效率和反响速度，向客户供给物流全程的信息跟踪和反响效劳，使物流做到真正意义上的准时响应，是企业零库存成为可能，从而提高电子商务企业的效率和效益，增加竞争力。

4. 社会环境

(1) 城乡居民生活水平不断提高，和谐稳步建设力度加大。存在问题：经济增长方式仍比较粗放，构造调整难度大，节能减排任务重，解决民生问题薄弱环节多，就业和物价上涨压力大。物流企业正在努力创立一个真正的现代化物流，

真正的自动化时代。

(1) 时代，消费观念的转变，影响着电子商务的进展，网购的增加，给物流行业带来另外一块蛋糕。人们生活节奏加快，变得越来越懒，不再情愿直接走到终端完成购置，而是倾向网上购置，更提升了物流的速度和效率。

(二)对 UPS 快递公司 PEST 模型分析的结论和建议

当前整个政治环境是乐观推动物流行业的快速进展，随着科技的进步，人们的消费观念以及购物方式都发生了翻天覆地的变化，经济也进入飞速进展时期，这无疑对于 UPS 快递公司来讲是机遇也是一种挑战。

因此，对于 UPS 快递公司基于 pest 模型分析提出以下建议：改善与优化物流作业流程，进一步提高速率和效劳；紧跟政府政策，大力协作带动物流以及快递行业的崛起；引进先进物流技术，得到更上一层次的效劳提升。

四、五力模型分析

1. 现有企业间的竞争强度分析

UPS 的主要竞争对手有：FedEx 美国联邦快递、DHL 德国敦豪、TNT 荷兰天地快运。首先了解下这几家快递的历史和现在的状况：

UPS:全称是 United Parcel Service 联合包裹效劳公司，成立于 1907 年 8 月 28 日，华盛顿西雅图。全球总部：美国加州亚特兰大市。UPS 供给链解决方案由 UPS 资本公司、UPS 物流集团、UPS 货运效劳公司、UPS 邮件业务创公司与 UPS 询问公司共同供给。

FEDEX: Federal Express 联邦快递，成立于 1973 年 4 月的联邦快递所开掘的创快递理念快速席卷全美国。同时承受该独创效劳的客户很快便开头在海外寻求支持与效劳。联邦快递目前在亚太地区 32 个国家和地区有近 8,600 名员工，公司的亚太区总部设在香港，同时在上海、东京、加坡均设有区域性总部。作为联邦快递集团的中坚力气，联邦快递公司的效劳范围涵盖占全球国民生产总值百分之九十的区域，能在 24 到 48 个小时之内，供给门到门、代为清关的国际快递效劳。公司无与伦比的航线权及根底设施使其成为全球最大的快递公司，向 220 个国家及地区供给快速、牢靠、准时的快递运输效劳。联邦快递每个工作日

运送的包裹超过 320 万个，其在全球拥有超过 138,000 名员工、50,000 个投递点、671 架飞机和 41,000 辆车辆。

DHL：DHL 这个名称来自于三个公司创始人姓氏的首字母，他们是 AdrianDalsey, LarryHillblom 和 Robert Lynn。坚持为客户节约财宝，凭借这一概念，一个的行业诞生了：国际航空快递，通过飞机快速运送文件和货物。作为德国邮政全球网络旗下的知名品牌。DHL 的效劳网络掩盖全球 220 多个国家和地区，在全球拥有 285,000 名员工，为客户供给快捷、牢靠的专业化效劳。

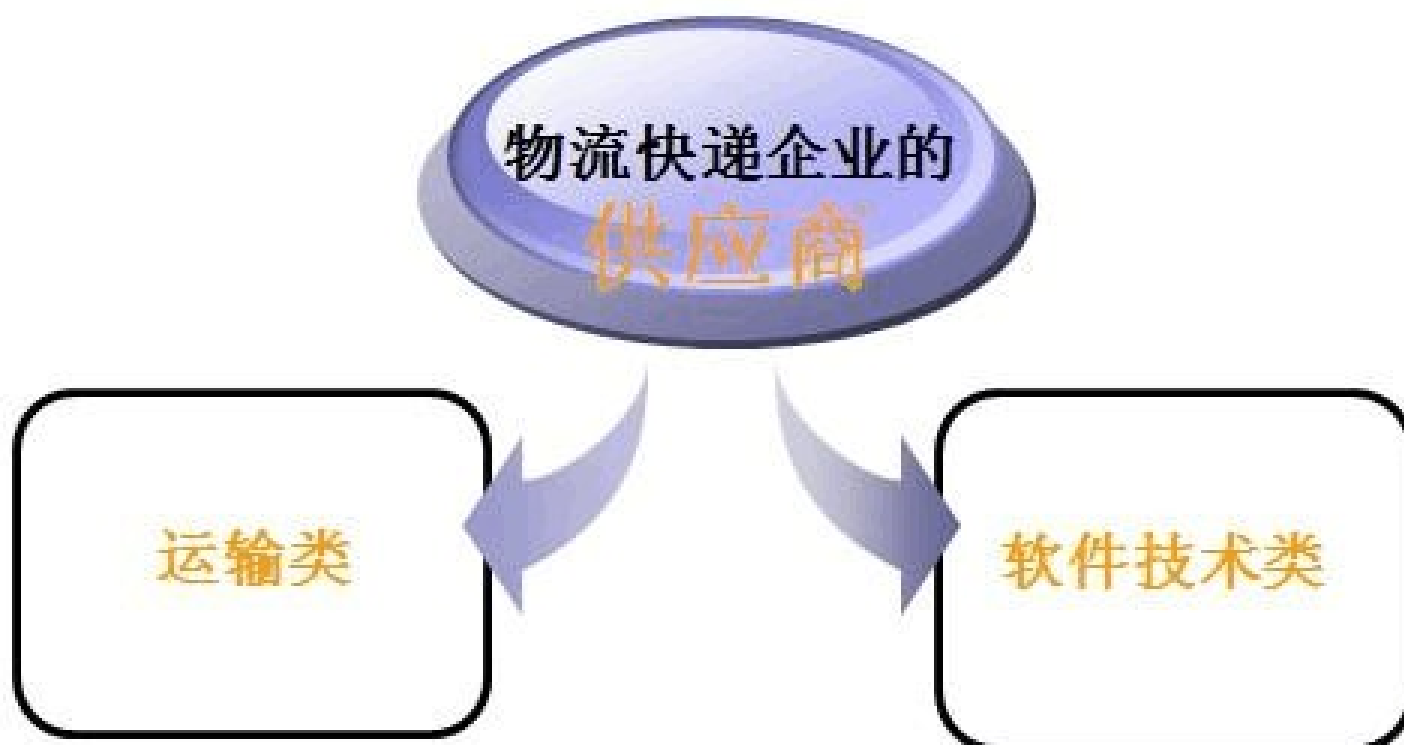
另外，这三大快递公司还有一个强有力的竞争对手就是 TNT，TNT 为其客户供给包括直邮方案、门到门快递效劳和供给链治理在内的整合商务解决方案。梯恩梯集团总部设于荷兰，在阿姆斯特丹、纽约、伦敦和法兰克福证券交易所上市。过去，UPS 在廉价的地面快递市场中的竞争对手只有美国邮政效劳，而现今，TNT在 2023 年已被 UPS 以 52 亿欧元（约合 68.5 亿美元）收购了，同样联邦快递也不落后，联邦快递在收购了道路包裹系统公司（Roadway Package System）后也参加了进来。同时，敦豪也收购了空运快递公司（Airborne Express）。此次收购增加了敦豪在美国的市场占有率，也将进一步加剧地面快递市场的竞争。

2. 进入企业的潜在进入威逼分析

潜在的行业进入者是行业竞争的一种重要力气，这些进入者大都拥有的生产力量和某些必需的资源，期盼能建立有利的市场地位。进入者参加该行业，会带来生产力量的扩大，带来对市场占有率的要求，这必定引起与现有企业的剧烈竞争，使产品价格下跌；另一方面，参加者要获得资源进展生产，从而可能使得行业生产本钱上升，这两方面都会导致行业的获利力量下降。

当前快递行业的利润较低，进入壁垒比较高。当前主要参加者的威逼来自跨国企业。随着全球化的进一步深入，越来越多的跨国物流公司都参加进来，与 UPS 分一杯羹不是易事，但他们构成了相当大的威逼条件。

3. 供给协商价力量分析



(1) 运输是物流最根本的内容

快递业需要与铁道部门和航空局部亲热的合作。而这些企业有垄断性质，议价力量格外高。这对致力于开拓全球业务的 UPS 公司来说是不现实。

从 UPS 公司战略来看，它遵循三标准智取目标并购物流企业



由于很多物流企业苦心经营了多年，根本站稳了脚，所以只能智取。UPS 圈定了几个行业，高科技、电信、汽车、电子、医药保健品、银制品，这些行业不仅生产车间遍布世界各地，而且衡量运输时间的刻度常常准确到“小时”。但凡具备为这几个行业供给物流效劳，而且业务量另人满足的，都被列入了 UPS 的收购名单，假设有修理和紧急递送功能，更是排在收购名单的前列。

一系列的收购，使 UPS 的物流力量大大提高，可以为任何客户供给物流的全方位的解决方案甚至包括增值效劳，UPS 已经具备供给一体化供给链效劳的实力。

此外，UPS 还拥有自己的航空公司（IATA:UPS；ICAO:UPS），UPS 航空公司是 FAA 历史上进展最快的航空公司，在几乎不过一年的时间内就形成了全部必要的技术与支持系统。如今，UPS 航空公司是全美十大航空公司之一。UPS 航空公司的特色是拥有一些世界上最先进的信息系统，比方能为航班的打算、调度与装载处理供给信息的计算机化运作监控、打算与调度系统（COMPASS）。该系统可用来提前多达六年来安排最正确航班时间表，这在业界是独一无二的。

由此可见波特五力模型中的本钱领先战略已经被 UPS 悄无声息的运作开了，收购物流公司和打造自己的航空队伍，无疑在人力、运输费用上大大降低了本钱，在确立了为宽阔客户供给物流供给链效劳的目标之后，UPS 先后为惠普供给全部的欧洲的外包物流业务、为康柏治理其北美零部件网络（包括其零部件和成品的修理运输），最终，在2023年5月，UPS 从朗讯手中接过了长达5年的物流治理合同，同时接过的还有朗讯天上地下的全部空运、陆运、即收即发、仓储业务及IT物流系统，掩盖了欧洲、中东、非洲及亚太地区。从今，UPS 进入到供给链治理真正意义上的高级领域了。

（2）软件技术

软件技术供给对整个物流数据的录入，跟踪，查找和处理，通过必要的硬件技术和软件平台，实现对物流信息的集成式共享，优化物流配送以及质量评价。软件的开发本钱格外高，可能给快递公司造成沉重的财政负担。

UPS 承受了“1991 - 1994 拥抱技术”的战略。到2023年UPS 每天为超过一百万的固定客户递送1580万件包裹与文档。如此巨大的量使得UPS 必需开发技术才能保持效率和有竞争力的价格，同时供给的客户效劳。UPS 的技术涉及一个难以置信的范围，从小型手持设备，特地设计的包裹递送车，到全球计算机与通信系统。

每名UPS 驾驶员均携带手持的速递资料收集器（DIAD），这种设备是为向UPS 网络快速记录和上载递送信息而开发的。DIAD 的信息甚至包括收件人签名的数字图片，这样就向客户供给了关于他们货件的实时信息。这种专有的设备也让驾驶员与他们的总部保持持续的联系，使得更改取件时间表、交通方式与其它重要消息能够保持同步。

在技术领域的另一端，UPSnet 是一种全球电子数据通信网络，可以为国际包裹处理与递送供给信息处理渠道。UPSnet 使用超过 500,000 英里的通信线路和一颗专用卫星来连接 46 个国家或地区的 1300 多个 UPS 配送站。该系统每天追踪 821,000 个包裹。在 1986 到 1991 年间，UPS 共花费 15 亿美元用于技术改进，并且打算在接下来的 5 年中再花费 32 亿美元。这些改进的目的是提高效率并扩展客户效劳。

1992 年，UPS 开始追踪全部的陆运包裹。1994 年，UPS 网站问世，消费者对运输中包裹的信息的需求剧增。接下来的一年里，UPS 为其网站增加功能，使得客户能够追踪运输中的包裹。结果是在线包裹追踪的受欢迎程度超过了全部人的预期。如今 UPS 每天都收到数百万条在线包裹追踪恳求。

供方主要通过其提高投入要素价格与降低单位价值力量的力量，来影响行业中现有企业的盈利力量与产品竞争力。UPS 供方力气的强弱主要取决于他们所供给应买主的是什么投入要素，当供方所供给的投入要素其价值构成了买主产品总本钱的较大比例、对买主产品生产过程格外重要、或者严峻影响买主产品的质量时，供方对于买主的潜在讨价还价力气就大大增加。

4. 顾客讨价还价力量分析

对顾客来说，价格和效劳质量是其最关心的问题。对于购置者(客户)来讲，选择的余地较广。购置者(客户)在此方面有议价优势。当购置者(客户)购置量很大时，购置者可利用其购置力要求价格下降。在国际货物运输行业中，我们俗称的购置量很大有两种状况。一种是单一批次货量很大，另一种状况是每次货量较小，但全年度货量较大，且频率很高。这两种状况下，购置者(客户)都有较强的议价力。假设单一批次货量较小，且全年度货运频率很低，这类购置者(客户)的议价力较低。假设单一批次货量一般，且全年度货运量居中游，货运频率也居中游，则这类购置者(客户)的议价力居中。

对于散户来说，其议价力量不高。但是对于大的公司客户，比方淘宝之类的，其议价力量相当高，使公司的利润率降低。

剧烈的行业竞争自然使消费者大大受益，而且信息技术、网络技术的普及，使得效劳价格透亮。而拼箱集运、多式联运、分拨、配送等要求较高的业务，消

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/995032122123011234>