

中國零擔路線貨運業的領航者 ——德邦物流

■ 文 / 任永康

“我們不是那些只懂得運送貨物的搬運工，德邦是幫助客戶生意成功的夥伴。”
——德邦物流董事長崔維星

德邦物流概要

公司名稱：德邦物流
董事長：崔維星
註冊資金：人民幣 1.09 億元
營業額：人民幣 26.8 億元 (2010 年)
營業網點：1100 多家
員工人數：近 3 萬人
運輸車輛：2000 餘台
年輸送量：500 萬噸

崔維星小檔案：

崔維星，山東諸城人，現任廣東德邦物流公司董事長。
1992 年畢業於廈門大學會計系會計專業，同年分配到廣東省中國國際旅行社任財務部會計。
1993 年，因不滿於當時的工作現狀，崔維星打破了帶有國企標籤的鐵飯碗，毅然下海搏擊。在上海的前三年頭裡，崔維星做過大酒樓會計，也親自負責過國際貨運業務，但沒有取得優良成績，不過極大地豐富了人生經歷。
1996 年 9 月 1 日，他創辦德邦的前身——“崔氏貨運公司”。
2000 年 8 月 8 日，正式註冊了廣州德邦物流服務有限公司。
2004 年成立廣東德邦物流公司。

德邦的前身是“崔氏貨運”，15 年前，整個崔氏貨運只有四個人。目前，德邦物流已成長為中國三大公路零擔路線貨運企業之一。

截至 2010 年 9 月，德邦物流已在中國 30 個省、市、自治區開設營業網點 1100 多家，擁有運輸車輛 2000 餘台、員工約 30000 人，貨台面積近 41 萬平方米，日吞吐貨量超過 1.3 萬噸，服務網路遍及國內 550 多個城市和地區，覆蓋中國 90% 的經濟中心和人口。

在採訪的過程中，德邦的人員非常謙虛的告訴記者：“30 年後成功才算成功！現在的成績並不能作

為一個驕傲的資本，市場需求一直在不停變化，我們的服務也需要更多的努力與跟進！”

競爭的本質是服務

德邦說：我們所做的一切都是為了讓客戶對我們更滿意，更放心！面對國內公路貨運業激烈的競爭，德邦說：一個公司服務做好了，顧客自然就會信賴你。競爭的本質是公司的服務與品質能否跟的上客戶的需求。德邦物流長期以來一直致力於服務規範化、標準化和完整化的建立。對此，我們有自己的特色與信心。

作業流程標準化及顧客服務人性化

德邦物流目前專注於零擔貨運行業，該行業的競爭是體系化的競爭，不是網點佈局多少就可以單方面決定營業額的高低。德邦物流的單點收益率一直是同行中最高，很大一部分原因得益於德邦的網點都是自建。這樣，最大程度上保證了標準化的服務和管理的執行力，從上到下是一致的。

另外，德邦在標準化作業方面已遙遙領先國內同

行。從下單、裝卸、運輸到提貨各個環節，都做到了規範化管理。

而在人性化服務上，德邦的服務宗旨是“想客戶所想，予客戶所需”。例如，根據客戶貨物材質的不同，為客戶設計最佳的包裝方案；將貨運車輛安裝 GPS 定位系統，做全程跟蹤，方便客戶即時查詢貨物的位置和狀態，貨到後以短信告知；為客戶代收貨款，幫助客戶及時並安全地回籠資金；提供保價運輸，為客戶解決一旦貨物出險的擔憂等很多方面。德邦也推出網上營業廳，使客戶足不出戶輕鬆下單，跟蹤與接收貨物。

產品有保證

多年來，德邦一直致力於提高零擔貨運行業的競爭力，在 2004 年的時候率先推出了“卡車航班”業務，首次實現了准點出發、准點到達。2008 年 5 月在廣州，德邦首家推出了“城際快車”業務，在珠三角地區實現了“夕發朝至”，是全行業中最優質的貨運產品。從整個零擔貨運行業來看，德邦的貨損率也是最低的，不到萬分之八。

重視人才培養

德邦物流非常重視人才的培養，為員工提供了健全的福利制度和豐富的培訓內容，德邦的員工是充滿熱情的、積極的，熱愛自己的工作，體現在與客戶的接觸上，他們更能快速反應、真心應對客戶的問題，時刻把卓越服務當成自己的使命。

把網點開到客戶樓下

“德邦物流發展這麼快，主要有三點。一是讓客戶信得過的品質；二是嚴謹的管理機制；三是配送網絡。”在談到網路時，德邦認為，網路齊全了，派送速度會快很多，才能保證時效，也會增加客戶的滿意度。因此德邦物流要做大做強，就必須建設自己齊全的配送網絡。

談到配送網絡，很多人想到了加盟。許多公司發展的快，一兩年中因為併購或加盟者出現了 100%—200% 的增長，公司迅速的膨脹，但卻很難做到持續。而德邦認為“走對了路就是最快的速度。”

直營模式的網絡建設一直被德邦物流看做是自己的核心競爭力之一，這個概念的確立，在一定程度上是

來自於世界上最大的連鎖速食集團“麥當勞”。

在選址問題上，麥當勞有一本厚達千頁的規範手冊作為指導，一切都程式化。廣泛而詳盡的店址決策系統，包括了人口統計資料庫和以人口統計為基礎的專業行銷研究機構的決策支持。麥當勞借助此系統能將目標店址方圓五至七公里方位內的消費群和競爭態勢做出透徹的分析，充分保證了麥當勞商鋪選址上的萬無一失。

2005年，崔維星喊出來一句非常霸道的口號：把網點開到客戶樓下。在一段時間的摸索後，德邦物流也形成了自己的一套選點的思路——網點建設評分機制。總體來說是和地區的GDP正相關，全面考量地區經濟、人流量、交通量、附近有多少餐廳、超市、銀行、產業結構等，所有這些和潛在貨量有關係的指標都能打分，根據打分結果開設網點。

2010年，德邦物流自建營業網點已有1100多家，預計2011年底，德邦物流在全國自建營業網點1800多家。一直以來，德邦物流一直在履行著“把網點開到客戶樓下”的承諾。

接著我們來瞭解德邦貨運集散中心的作業流程：
收貨或接貨

收貨過程一般來說分成兩種：一、客戶自行將貨物運到德邦的營業網點。德邦的營業網點遍及全國，幾乎每一個中大型城市都有，客戶送貨到德邦的網點非常方便，送貨來時，雙方在網點內點交，德邦站所人員將貨物尺寸或重量明白的告訴客戶，客戶填妥託運單。二、德邦派車前往客戶處收貨。派車收貨時，德邦收貨人員會根據400-830-5555熱線訂單，前往客戶指定收貨地點收貨，並讓客戶填寫托運單。在收貨過程中，收貨人員在裝車過程中對貨物進行簡單的檢查。根據貨物包裝、尺寸和重量判斷貨物是否異型貨物。如果是異型貨物，收貨人員會在所有正常貨物裝車完成後再進行異型貨物的裝載，以確保對貨物的安全無誤。（圖1）



電腦系統輸入客戶貨物資訊

德邦收貨人員將客戶的托運單送至營業網點的資訊部門，工作人員進入電腦系統並輸入客戶貨物資訊。並列出帶有發送地與到著地信息，附條碼的地址標籤，隨後，送貨人員將貨物運送至貨物集散場。（圖2）

