

2012年5月29日，由中国快递协会、《快递》杂志和国家邮政局发展研究中心主办的“2012中国快递论坛”在北京举行，周焕德院长在会上作了《通过改善服务质量，促进快递业健康发展》报告。



《通过改善服务质量，促进快递业健康发展》

随着国民经济的飞速发展，近几年我国电子商务市场得到井喷式发展，以此为契机，国内快递行业也得到了迅速扩张的机遇。尽管市场规模越来越大，我们仍应清醒的认识到快递业的发展呈现着业务速度在飞速发展、市场规模在飞速发展，同时也伴随着我们的业务的质量、客户的投诉也在增长。那么影响服务质量的关键问题是什么呢？目前邮政服务质量的主要问题反映在下面几个方面：第一，快件延误。从消费者的投诉来看，快件延误是引起投诉的最主要问题，反映出当前快递企业的服务能力不能满足日益增长的社会需要，井喷式的业务

量超过了快递处理能力，运输、投递等环节无法适应和满足需要，因此出现了快递业的积压、延误时限等问题，从而无法实现企业对客户承诺的时限，引起客户投诉。第二，收投服务时限、服务质量问题主要源于两个方面。一方面快递员违规操作，在揽收时有的快递员未按照规定对所寄的物品进行当场验收，也未提醒客户进行保价。另一方面消费者对快递员的服务态度不满。第三，快件的损毁、丢失问题。由于目前一些快递公司在快件处理环节仍采取纯手工的操作方式，因此容易导致快件的损毁等问题。

那么从上述这些问题我们可以看到，改善服务质量是当前快递业发展的关键。那么，存在的原因是什么呢？通过分析，我们认为有下面几个原因：第一，从行业的角度看，快递业发展迅猛，在美国，快递物流发展先于电子商务行业，而我国的快递业依托于电子商务行业迅猛发展成长壮大起来，在某种程度上，是我们快递业的发展尚未满足整个社会需求发展的需要，跟不上电子商务发展的需要。第二，从企业角度来看，当前在迅猛扩张的阶段，大多数快递企业为了拓展渠道、发展网络采取了大力发展加盟商的模式，在加盟快递企业中，虽然全国加盟商使用的是同一品牌，但在经营上却是互相独立的，快递服务容易出现问题的薄弱环节是揽收和投递，由于加盟快递企业将揽收环节交由加盟商掌控，对加盟商的管控又较弱，较难通过优质服务来树立企业品牌为企业赢得可持续发展动力。目前，行业效益口碑较好的顺丰，主要以直营的模式，总部对揽收和投递环节都有很好的管控，因此获得了消费者对服务质量充分的肯定，关键点顺丰是以直营

方式为主要管控方式，而客户的满意度、忠诚度无疑带来口碑和品牌效益，为企业带来了可持续发展的动力。同时，企业在自动化、机械化、信息化的程度较低，尤其在数据处理环节，人工操作方式依然占据了主导地位，由于处理能力不足，导致客户投诉，这是从企业的角度。

第三，改善服务质量的对策和措施，随着快递业的发展和市场的不断细化，消费者对快递服务的质量要求会越来越高，即便是中低端的电子商务市场，当电子商务越来越多，演变成人们生活的一种方式时，像十年前那样重复的同质化、高强度、低成本、低回报的快递业就越发无法适应电子商务的发展趋势，如何改善服务质量、促进快递业健康持续发展变成了这个行业关注的命题。

我们认为，第一，快递行业应该加强自身硬实力和软实力，快递企业应该转变经营观念，从重视短期利益转为以客户为本、重视企业可持续发展的现代经营理念转变，对任何企业而言产品质量和口碑是企业基业常青的根本，而对快递企业而言，其产品就是为客户提供快件寄递服务以及以此为基础的增值服务，快递企业只有为客户提供优质服务、得到客户认可和口碑、形成品牌效益才能长久持续的发展，这个观点实际上就是必须以客户第一、为客户创造价值、让客户赢成为快递企业下一步的经营理念，当你不能满足客户需求时，甚至损害了客户利益，最终必然会损坏企业的利益，要树立以客户为第一的经营理念。

第二，快递企业应该注重战略定位，随着行业发展，我们发现低成本、低附加值、同质化不注重质量的竞争已经难以满足市场的要求，随着电子商务的飞速发展，国内电商对市场质量的要求也越来越高，实际上我们的投诉一方面是服务质量问题，另一方面也是由于客户对我们服务需求、服务质量的要求也越来越高，这也是一个方面，所以我们快递企业应该根据自己的核心竞争能力、核心资源以及自己的特点来确定自己的市场定位，顺丰定位为高端市场，其他企业对自己的市场定位也要根据自己的核心竞争能力、核心资源，确定自己的战略定位。第三，快递企业应加强能力建设，从目前来看，以手工作业、简单的机械化来满足日益增长的业务需求，这种方式到今天已经要反思了，光通过人力增长满足业务增长的需求已经不能适应，西方工业发达国家的快递企业在八九十年代也曾经走过这段路，随着业务量的发展，服务问题的日益突出，他们逐渐通过自动化、机械化、信息化来完成企业的转型，所以我们的快递企业随着人力成本的提高、业务量的飞速发展以及社会要求的不断提升，我们的企业要通过机械化、自动化、信息化来转型，也就是要“创新驱动、转型发展”。第四，快递企业应该加强管控力度，从目前加盟式的管理方式来讲，管控力度相对较弱，出现的问题也较多，如何加强我们对加盟的管控力度是我们下一步需要重视和研究的问题。第五，快递行业应该提升管理水平，如何按现代企业制度、引入现代科学的管理方式来提高我们的管理水平也是我们下一步要研究的问题。

此外，加强政府的监管，引导企业注重可持续发展。政府应通过相关制度来提升行业门槛，规范行业秩序。这是下一步需要加以研究的。

一是，监管部门应建立快递服务的质量评价体系。二是，监管部门应该通过树立行业标杆引导企业转型，引领行业升级。我想我们已经到了这个阶段，中国的快递企业以及中国市场的发展已经需要我们呼唤出中国的 UPS、中国的 FEDEX 和中国的 DHL。同时，加强消费者维权意识，鼓励社会监督，促进服务提升。为了完善政府、行业、消费者三方为主体的快递业监管体系，有关部门应该充分发挥职责，提高消费者维权意识，增强消费者自我维权能力，通过报刊、网络等多种媒介进行宣传，通过快递企业服务电话或上网查询投诉等方式，保护消费者合法权益，通过加强快递监督提升服务质量，提高客户的满意度，促进整个行业的健康发展。

总之，综上所述，快递业是一个令人羡慕的朝阳产业，在中国很难再找到一个如此快速发展的行业，在世界上也不多，这么一个令人羡慕的朝阳产业，我们如何来做好它？如何来呵护它？如何通过我们共同的努力使企业健康发展？这是在座的所有邮政行业人的共同职责。我相信在国家邮政局的领导下，在各个行业、在消费者的帮助、推动和促进下，我们一定能够通过改善服务增强能力，来赢得市场的口碑和信任，塑造我们的品牌，打造中国 UPS、中国 FEDEX，迎接中国快递业的春天，相信这一天一定会很快到来。