

# “双11”配送成绩单出炉 顺丰仍是“学霸”

破碎、丢失、时效慢是快递企业在物流高峰期最常遇到的问题，面对一天10亿件的快递量，快递企业需要在质量与数量间寻找平衡。在2018年“双11”快递潮接近尾声之际，记者针对消费者

最常关心的速度、服务等问题进行了快递服务消费者调查，对8家主流快递企业进行了对比。调查结果显示，顺丰总体满意度最高，EMS、中通并列第二。

## 总体满意度提升

“我们很快会面临一天10亿个包裹。”2017年全球智慧物流峰会上，阿里巴巴集团董事局主席马云就预见性地提出“一个小目标”，而2018年“双11”期间，这个目标得以实现。11月11日23点18分09秒，2018天猫“双11”当日物流订单量突破10亿大关，10年来增长3800多倍，这意味着快递企业需要进一步提升物流速度，加强服务品质，才能将“10亿”化为“0”。

据国家邮政局监测信息显示，11月11日~16日业务高峰期间，全国邮政、快递企业共处理邮(快)件18.82亿件，截至11月21日20时，除偏远地区外，主要寄递企业揽收的邮(快)件已妥投18.3亿件，妥投率超过97%。

面对如此巨大的快递量，速度和服务自然成为消费者关注的重点。记者此次共计对2400名消费者进行调查。调查结果显示，综合考虑快递服务、安全、时效等因素，今年“双11”消费者对快递服务总体满意度较高，满意率(选择“满意”与“非常满意”，以下统称“满意率”)83.7%。其中选择“满意”的消费者占57.4%，选择“非常满意”的消费者占26.3%。具体到快递公司总体满意度，顺丰以4.26的得分位居总体满意度榜首，其次为邮政EMS和中通，二者以4.12的得分并列第二位。从各项指标上看，顺丰力压其他快递企业稳居首位。

## 用速度化解快递压力

“双11”快递量激增，快递企业力保时效性。在整体速度(全程时效)方面，顺丰整体时效满意度最高，申通整体时效满意度最低。在对本次“双11”期间快递从商家发货到签收的整体速度(全程时效)的调查中，满意率为83.2%，相对而言，今年“双11”快递企业的表现得

分消费者对“双11”期间的快递时效抱以理解态度相关。数据显示，81.3%的消费者对“双11”高峰期快递时效滞后的容忍程度在2~3天以内，其中20.3%的消费者的容忍程度在1天以内。

在揽收速度方面，顺丰快递员收件的速度满意度最高，韵达和德邦分别位列第二、第三位。对比日常网购商品揽收速度，“双11”高峰期期间各家快递公司的表现，消费者满意率达76%。快递企业满意度打分排名前三的分别为：顺丰(4.29分)、韵达(4.01分)、德邦(4.00分)。其中，使用顺丰的受访者满意率较高，达92.3%；其他7家快递公司受访者的满意率均低于76%，悬殊巨大。

高效的背后，一方面离不开数百万快递小哥的辛勤付出，另一方面是整个中国快递物流业数字化、智能化的全面升级。在过去一个时期，正在全力打造智能物流骨干网的菜鸟，普及了电子面单和智能分单，推进了智慧供应链、智能分仓，这也帮助了快递小哥能够更快更好地进行配送。

## 强化隐私保护

时效之外，信息安全与包裹完整性正成为消费者衡量快递质量的新标准。在包裹完整性方面，整体情况良好，顺丰仍占优势领先。“双11”期间包裹完好的满意度情况良好，整体满意率90.3%，约1.3%的用户“不满意”和“很不满意”。从反馈的数据看，问题件主要集中在快件丢失(0.9%)、快件损坏(1.8%)、快件短少(6%)。

与此同时，调查显示，消费者越来越看重信息安全及隐私保护。在“信息安全及隐私保护满意度评分”评分中，认为“不满意”和“很不满意”的消费者占比合计11%，另外还有16.2%的消费者认为一般，对比其他环节的评分，消费者满意度较低。目前，顺丰等企业也在通过尝试隐私面单等方式对消费者的隐私进行保护，但就快递行业整体来看，还需要各个企业及时跟上，尽快推进。快递企业应该加强高峰期快件处理能力。现阶段快递处理速度和服务有所提升，但信息安全等隐私问题也应得到重视，真正做到物流高峰期也能进入常态化运营。

(据《北京商报》)

到了大部分消费者的认可。

调查结果显示，48.5%的消费者反馈跟平时差不多(差距在24小时内)，32.1%的消费者反馈比平时慢1~2天。这一成绩的取得，一方面离不开近年来快递企业的飞速发展；另一方面，自动化设备、分拣机器人等大规模应用，大数据、人工智能也在陆续引入，硬件软件均在升级。

当然，这一调查结果也与大部

