



中国物流与采购联合会 中国物流服务品牌指数报告

快递物流行业

中国物流信息中心
中物联电商物流与快递分会



背景

品牌不仅是国家综合实力的重要标志，也是衡量企业价值、彰显服务品质的综合体现。

2014年5月，习近平总书记在三个转变中明确要求“中国产品向中国品牌转变”。

2016年6月，国办印发《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》，实施品牌国家战略。

2017年4月，国家将每年5月10日设立为“中国品牌日”。

2018年12月《服务业质量提升专项行动方案》提出要强化服务品牌价值评价体系建设，持续开展竞争性绩效对比，改进服务质量水平。

2019年10月，国家发展改革委、市场监管总局出台《关于新时代服务业高质量发展的指导意见》，支持行业协会、第三方机构开展服务品牌培育和塑造工作，树立行业标杆和服务典范。

意义

物流业是支撑国民经济发展的基础性、战略性、先导性行业，加强物流领域品牌建设，有利于助推物流需求侧和供给侧改革，推动物流大国向物流强国转变，有利于提升国家供应链保障能力，助力“一带一路”倡议等国家战略实施，有利于发挥品牌引领作用，激发企业主体意识，实现行业良性健康发展。

为此，中国物流与采购联合会启动中国物流服务品牌评价体系研究工作，在对标分类标准基础上，建立了物流各领域服务评价体系。按照“综合研究、统一体系、特色分类、分步实施”的工作要求，2019年我们首次推出中国物流服务品牌指数（快递）专题报告。

指数框架

中国快递物流服务品牌指数

服务能力指数

运输能力指数

基本产品时效指数

增值和特色服务指数

国际发展指数

服务口碑指数

推荐度指数

满意度指数

发展绩效指数

研究实力指数

科技投入指数

经营绩效指数

评价体系包括服务能力指数、服务口碑指数和服务绩效指数3项一级指标和9项二级指标。

调查样本涵盖20家快递企业

采用“定量数据+专家评价+客户调查”相结合的方法，数据资料相互印证补充。

经过三个季度的试运行和专家论证，达到了对外发布的要求。

评价结果

- (一) 服务品牌综合排行榜
- (二) 服务能力排行榜
- (三) 服务口碑排行榜
- (四) 发展绩效排行榜



综合指数十佳快递企业

顺丰速运



百世快递

京东物流



申通快递

苏宁易购



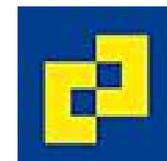
中通快递

邮政快递



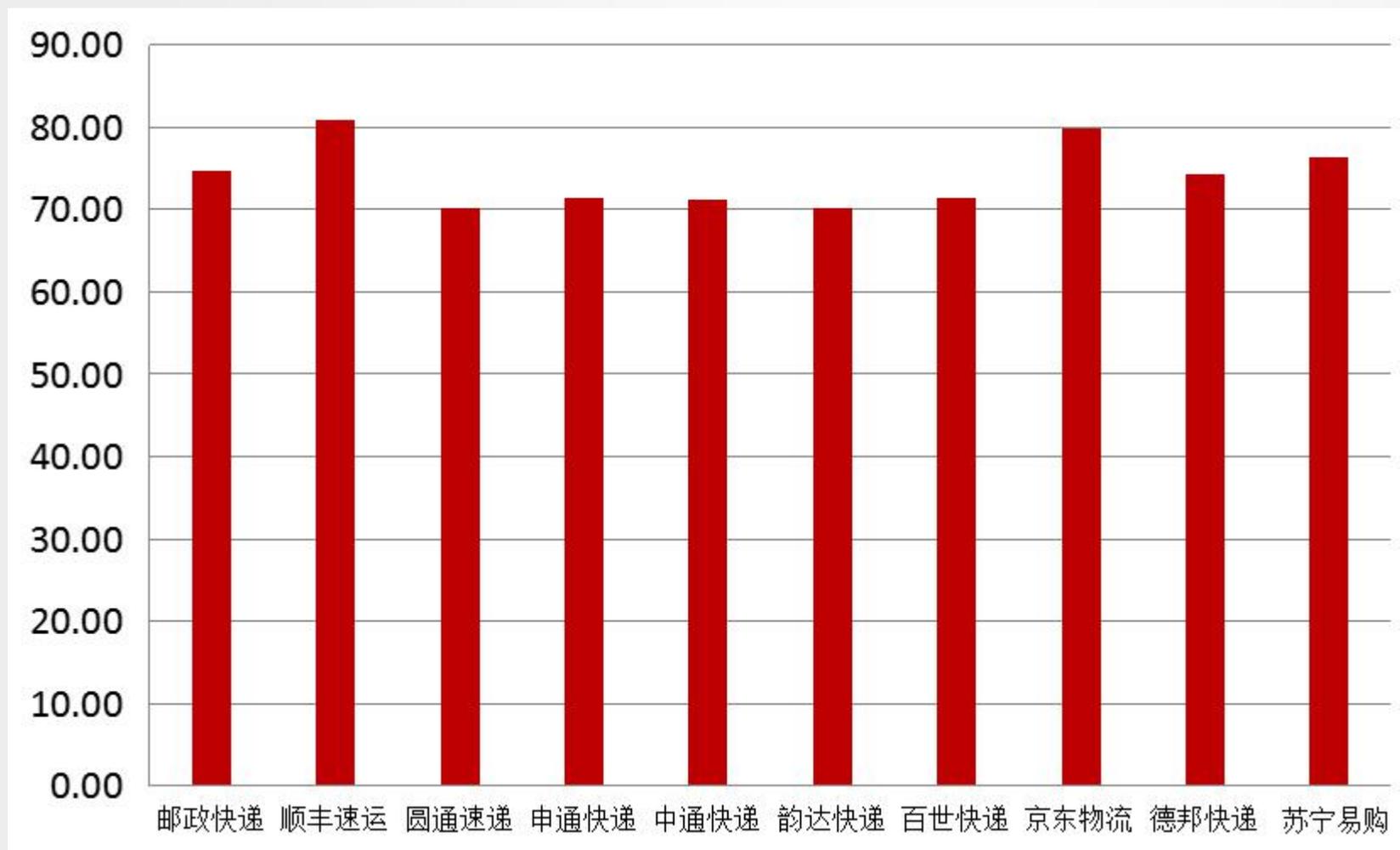
韵达快递

德邦快递



圆通快递

服务品牌综合排行榜



十佳快递服务品牌企业总指数平均分在74分以上，优于全部参评企业65分均值，反映出十佳快递企业在服务能力、服务口碑和发展绩效方面具备行业引领能力和综合竞争力。

服务品牌__服务能力、服务口碑、发展绩效

纵向对比:

各快递企业对服务端极为重视，服务口碑指数最高，说明消费者对各快递企业的服务总体较为满意，但也从侧面反映出快递企业之间的服务产品具有趋同性，存在同质化现象，这一点也可以从服务能力指数和发展绩效指数均低于服务口碑指数上反映出来。

横向对比:

韵达快递、百世快递、京东物流、德邦快递三项指数均相对均衡。

顺丰速运、邮政速递、京东物流、申通快递、百世快递的服务能力指数领先。

顺丰速运、京东物流、苏宁易购、申通快递、圆通快递的服务口碑指数较高。

中通快递、韵达快递、百世快递、苏宁易购在发展绩效方面较优。

服务能力__运输能力、基本产品时效、增值与特色服务、国际发展

基本产品指数、增值和特色服务指数：

走势均衡，反映出消费者对各快递企业的基本产品和时效均较为满意，各快递企业所提供的增值服务均较为全面且种类相似，呈现趋同性。

运输能力指数：

受益于航空、陆运和网络覆盖水平，顺丰速运、邮政快递在运输能力指数中较为领先。中通快递、申通快递的运输能力指数主要依靠庞大的陆运能力拉动，百世快递、京东物流、德邦物流及苏宁易购在中转分拨能力方面得分较高，提升了各自的运输能力指数。

国际发展指数：

邮政快递、顺丰速运、圆通快递、京东物流表现突出，其快递服务覆盖国家数量均超过200个，韵达快递、中通快递、圆通快递在国际物流指数方面表现良好。

服务口碑__满意度、推荐度

横向对比:

各快递企业满意度指数和推荐度指数趋势基本一致，成正相关关系。德邦快递、中通快递、百世快递、韵达快递两项指数差异较大，满意度指数领先于推荐度指数，说明消费者对该企业的服务总体满意，但对其了解程度与使用频次还有待提升。

纵向对比:

不同企业之间服务口碑指数差异性较大。受益于高效、高质量的当日达、次日达配送服务，顺丰速运在该两项指数中的得分较高，苏宁易购、京东物流、德邦快递紧随其后。

发展绩效_研究实力、研发投入、经营绩效

研究实力指数总体差异不大，均在91分以上。中通快递、苏宁易购研究实力较强，分别建立研究院。圆通快递牵头建立国家物流实验室，在研究领域占据较高位置。

在研发投入方面，京东物流的研发投入大幅领先于其他企业。邮政快递、顺丰速运、百世快递和苏宁易购在研发投入指数中表现良好。

在经营绩效方面，京东物流、德邦物流、中通快递、韵达快递经营绩效指数领先，得益于较高的主营业务利润率和较快资产周转。德邦物流、顺丰速运的经营绩效表现良好。

但经营绩效指数整体分值不高，说明我国快递物流行业整体盈利能力仍然有待提高。

对策建议



一是明确服务质量标准，强化服务质量管理意识
企业根据经营实际制定具体明确的服务质量标准，严格按照标准进行一线人员宣贯培训和考核，提升前、中、末和售后等各个环节的服务能效。



二是完善快递信息服务能力
目前企业在信息查询方面取得了重大进步，但在信息及时更新和信息精准推送方面还需加强，要进一步增加在线业务受理、填单功能的应用范围，可通过现有快件实时跟踪系统，增加与顾客互动与信息沟通的功能。



三是加快放松航空物流市场管制

坚持市场导向，实行“客货并重”思路，多部门联动采取有效措施加快相关企业采购货机、租赁货机、申请航线审批进程，完善航空物流航班时刻管理。根据城市经济社会总量和航空枢纽功能定位，统筹规划医药、冷链等商品物流功能区，以及分拣、中转、安检等基础设施。



四是提升供应链整合能力

加快速递物流国际化布局，满足中国商家外海本土化经营需要。聚焦全球跨境贸易，打造综合一体化服务运营商。



五是提升快递“小哥”综合素质

快递企业员工的素质、知识技能水平对服务质量有着直接影响，建议企业注重员工的专项培训，提高员工的综合素质，强化员工的服务意识和责任意识。（完）

