

模块一 快递网点管理

项目一

走进快递网点



学习目标

知识目标

1. 了解快递网点的概念及分类；
2. 掌握快递网点的岗位设置及工作职责；
3. 熟悉快递网点选址及布局要求；
4. 掌握快递网点选址步骤。

技能目标

1. 能够撰写快递网点筹建策划书；
2. 能够根据快递选址原则和流程进行网点选址；
3. 能够协助工程部门进行网点布局设计。

素养目标

1. 坚定爱国主义信念和民族自豪感,树立大国担当；
2. 深入学习贯彻党的二十大精神；
3. 培养诚信意识、坚守职业道德；
4. 增强国家自信、道路自信。



项目导入

“门到门”服务是快递服务的主要特点之一,快递网点正是为实现这一服务设置而严密组织的一个区域快递服务系统。党的十八大以来,我国邮政快递业实现了由小到大的跨越,进入了年快递业务量过千亿件、年快递收入上万亿元的新阶段,建成了世界上最为通达、最为普惠、规模最大、受益人数最多的邮政快递网络。截至2022年年底,我国邮路总长度(单程)超过1 000万公里,快递服务网络总长度(单程)超过4 000万公里,拥有邮政快递营业网点四十余万处,广泛覆盖的邮政快递网络为建设全国统一大市场提供了重要保障。

任务一 快递网点概述

任务导入

小王是一名某职业院校邮政快递管理专业的大三学生,通过应聘进入某大型快递公司的网点运营部门实习。入职之前公司组织实习生们进行岗前培训。培训之前公司要求他们通过查阅资料的方式提前了解快递网点的相关知识。小王应该通过什么途径和方式了解哪些内容呢?

一、快递网点的概念

快递网点是快递企业在单个城市中最小、最基本的操作单位,具体指提供快件收寄、派送、交接及其他末端服务的快递营业场所。

快递网点是快递网络的最基础节点,是快递服务网络的重要组成部分,是快递企业收寄和派送快件的基层站点,其功能是集散某个城市某一地区的快件,以及按派送段进行分拣和派送。



微课:快递网点的
概念与分类

相关链接

党的二十大报告,给邮政快递业释放这些信号

2022年10月16日上午10时,举国关注、举世瞩目的中国共产党第二十次全国代表大会在北京隆重开幕。这是在迈上全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的关键时刻召开的一次十分重要的大会。

这十年,我国邮政快递服务能力显著提升,由邮政大国向邮政强国迈进。这十年,邮政公共服务不断优化。“当前,我国基本构建起覆盖全国、深入乡村、通达世界的邮政快递网络,高铁快递、航空快递运能不断增强,无人仓、无人车、无人机等智能设施装备加快应用,快件最高日处理能力近7亿件。”国家邮政局副局长戴应军介绍,目前,快递网点基本实现乡镇全覆盖,建制村快递服务覆盖率超过80%，“这十年,快递业务量从57亿件增长到1 083亿件,已连续8年位居世界第一”。

在与电商融合发展方面,邮政快递业已经成为商品流通的加速器、服务电商用户的主渠道,年支撑实物商品网上零售额已经超过10万亿元。此外,邮政快递业还为国内国际双循环提供自主可控渠道。积极推进“快递出海”工程,持续加大跨境网络建设力度,加快建设全球性的国际邮政快递枢纽集群,邮政快递业正通过强化全链条的跨境服务,为保障国际供应链安全、服务构建新发展格局作出积极贡献。

国家邮政局还制定了邮政快递业的发展目标:预计到2025年,邮政快递业年业务收入超过1.8万亿元,快递业务量超过1 500亿件,增速均保持在10%~11%,相当于GDP增速的2倍。到2025年,形成多个年业务量超过200亿件或年业务收入超过2 000亿元

的邮政快递品牌,打造综合型寄递物流供应链集团。

为更好地服务我国经济社会高质量发展,邮政快递行业下一阶段的重点任务是推动行业高质量发展、高效能治理,在“加快建设交通强国、努力当好中国现代化的开路先锋”新征程中勇挑畅通重担,更好满足人民群众对美好用邮的新需求、新期待。

(资料来源: https://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MjM5OTAzMzQyOQ==&mid=2651138231&idx=1&sn=21e361da4c8b8abf5036fe9748ff717b&chksm=bd30278d8a47ae9b027a1e8d8f9da453c50ab29b431c4d7403bec9c45ea3ed938d4124e3e301&scene=27)

二、快递网点的分类

(一) 按照服务范围分类

快递网点是快递网络中的终端服务场所,按照服务范围分类,一般分为以下三类。

1. 自营网点

自营网点是企业自行投资建设的网点,主要负责某一片区快件的取派、暂存、基础信息录入和收派人员的管理。

2. 代收网点

代收网点是在指定区域内以该企业名义受理快件业务的网点,一般是快递企业与酒店、宾馆、超市等组织合作的网点,代收点的业务范围包括提供受理咨询、代收快件、代收运费、品牌推广和维护。

3. 代理网点

代理网点是指具备独立法人资格的快递公司或具备快件取、派能力的个人,以契约的形式取得大型快递企业某一片区的代理资格,负责该片区的快件收派工作所设立的网点。



思政园地: 快递下乡 助力扶贫

国家启动“快递下乡”工程,邮政、顺丰等 13 家快递大佬“参战”

“三农问题”关系到社会稳定、国家富强、民族复兴,一直以来都是我国政府工作的重中之重。而物流行业对地区经济发展具有重要意义,快递网点缺失、物流基础设施滞后正是农村发展、农民生活改善的一大制约因素。为此,国家邮政局于 2014 年启动“快递下乡”工程,并于 2020 年出台《快递进村三年行动方案(2020—2022)》(简称行动方案),将农村物流体系建设纳入战略部署重点。

行动方案明确,到 2022 年年底,我国县、乡、村快递物流体系逐步建立,城乡之间流通渠道基本畅通,农村综合物流服务供给力度明显加大,快递服务“三农”成果更加丰硕,符合条件的建制村基本实现“村村通快递”。

“快递进村”是指快递服务通达建制村,既包括快递企业直接设立站点的模式,也包括与其他商业组织合作提供快递服务等多种模式。

在行动方案中,总结出了几种模式。

(1) 驻村设点模式。快递企业进村设置网点提供服务,目前在东部发达省份和业务

量大的农村地区,由市场主导,各快递企业多采取这种方式进行农村快递网点布局。

(2)“快快合作”模式。这是近几年各地最普遍的下乡进村模式。由一个网点共同代理多个品牌,实现成本共担、网络共享,解决了快递企业独自经营费用高、运营难的问题。

(3)“交快合作”模式。这种模式是快递借助交通网络覆盖的优势和村村通客车的条件,搭载快件进村。通过交通和快递的合作,同时解决了客车运输“吃不饱”和快件运输“下不去”的问题。

而在脱贫攻坚方面,“快商合作”模式则得到了有效应用,电子商务进农村的示范县项目在国家级贫困县已实现了全覆盖。快递是实现电商配送的网络,如果能够和配送站点相结合,将有力推动农村电子商务的建设。

中国快递协会联合邮政 EMS、顺丰速运、中通快递等 13 家快递物流和电商企业发出倡议,将通过“邮快合作”“快快合作”等方式逐步创新和完善农村网络发展模式,为农村商家和消费者提供更加优质便捷的快递服务,加强“快递进村”多方合作,让快递服务在 2022 年年底通达全国 31 个省(区、市)的建制村,带动乡村经济发展。

(资料来源:https://www.sohu.com/a/386938543_630258)

思政讨论:

(1)你所在地区近年来网点覆盖率有何变化?

(2)国家为何启动“快递下乡”工程?该工程为乡村振兴作了哪些贡献?

(二)按照经营模式分类

快递网点按照各快递公司的经营模式主要分为直营模式、加盟模式和混合模式三大类。

1. 直营模式

直营模式是指由公司总部直接投资、经营、管理经营网络的经营形式,是我国快递经营模式的发展方向之一。在我国,典型企业有中国邮政速递物流股份有限公司(以下简称 EMS)和顺丰速运(集团)有限公司(以下简称顺丰)。这种快递企业的主要特点是总部与分支机构均属于同一法人,总部与分支机构不存在利益冲突,两者利益是基本一致的。

直营模式有效地解决了公司分散各自为政的困境,然而过多的层次也使管理无法贯彻到位,这也是多数大企业无法避免的困境,唯一的办法就是实现企业信息化,促进信息的快速传递。

(1) 直营模式的优点。

① 经营管理统一化,易于发挥整体优势。公司统一制定经营战略,并分解到各分子公司,通过职能部门协调一致,统一开发市场,由公司进行技术研发和整体性运用规划,可以统一调动资金,能快速地响应,最终形成有效的整体。

在直营模式下,快递企业统一资金、统一经营战略、统一管理人事、统一利用企业整体资源,完美地体现和执行公司的营销理念,维护统一的形象与品牌。企业各个网点能够在多方面达成共识,从而能够很好地支撑快递服务。

② 服务水平高。直营快递公司由于统一管理,员工的着装标准统一、服务规范一致,

由上而下的指令能很好地被执行,横向之间的配合也很默契,员工维护品牌的意识较高。

③ 员工队伍稳定。目前直营快递公司有非常规范的人力资源体系,员工待遇和福利比较好,同时公司注重员工培训,通过对不同级别的员工进行分类培训,提高了员工素质,也给员工一个好的发展空间,稳定了员工队伍。

④ 信息化程度高。由于直营公司是全公司的一盘棋,总公司的经营战略能统一实施,所以在一些技术引进和开发上要优于加盟类企业。



案例

顺丰 50 城打出上门服务“升级版”

不上门必赔付! 顺丰 50 城打出上门服务“升级版”。

从 2022 年 9 月 5 日起,顺丰在全国 50 个主要大中城市,同时亮出“派件不上门,承诺必赔付”的服务承诺。在这些城市中,如果顺丰快递员没有获得收件人的同意,未能按标准上门派送,收件人可以通过顺丰客服热线、在线客服或满意度评价这些渠道向顺丰反馈。经客服核实无误后,收件人可获得 5 元客户体验保障红包,红包可用于在顺丰 App、小程序、公众号再次下单时,作为寄件金额抵扣。顺丰将以 50 城为起点,逐步向全国展开。

在销售平台和物流渠道多元化、快件量蓬勃增长的背景下,消费者群体也不断扩大。这其中不仅有新兴群体,也有上了年纪的老人,更有因为交通或身体原因不方便出门的群体。快递企业就更需要用有温度、有个性的服务,不仅要做到派送上门,更需要根据时间、要求派送。

在国家邮政局快递服务总体满意度和公众满意度排名中,顺丰连续 13 年位列第一。作为首个进入世界 500 强的中国民营快递企业,末端服务一直是顺丰最看重的环节之一。

(资料链接:<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1743126494256334937&wfr=spider&for=pc>)

(2) 直营模式的缺点。

① 需要拥有一定规模的自有资本,发展速度受到限制。与加盟型企业相反,采用直营模式的企业在需要扩张,增加网点和生产设备等时需要投入大量的资金,如果没有一定规模的自有资金,就不能在第一时间完成决策,很难在信息万变的市场竞争中抢占先机。受此影响,直营模式下的企业对于一个地区的直营店数量需要严格控制,因而快递服务网络覆盖范围相对较小,一般仅覆盖地市级,网络拓展的速度相对较慢。

② 管理系统庞杂,容易产生官僚化经营,使企业的交易成本大幅提高。直营模式快递投资周期较长,需要较长时间来打造品牌、培育团队、拓展业务、营造文化;管理成本相对较高,一旦企业发展到一定规模,直营店过多必然会引发组织管理的问题;各分店自主权小,利益关系不紧密,各分店的主动性、积极性、创造性难以得到充分的发挥。

2. 加盟模式

快递网点加盟经营模式是指快递企业将自己拥有的商标、管理流程、信息网络系统等,以特许经营合同的形式授予被特许者使用,并给予一定的技术指导和培训,被特许者

按合同规定在统一的业务模式下在特定区域从事经营活动并支付相应的费用。主要特点在于快递企业总部与加盟商均为独立的企业法人,两者的法律地位是平等的。

在民营快递公司中,加盟性质网点所占比例甚至高达90%以上。加盟模式代表性的企业有申通快递、韵达快递等,当前“四通一达”业务基本覆盖了全国地级市、部分县甚至东中部地区乡镇。

(1) 加盟模式的优点。

① 启动成本低。加盟型快递企业一般是由母公司发起,建立一个运营平台,将区域细分,每个细分块由加盟方投资经营。加盟方可以进一步将本区域进行分割承包,形成一级加盟、二级加盟、三级加盟甚至更多,最终由每个加盟企业或个人来分担启动成本。

② 发展迅速。企业在发展过程中,通过加盟建立新网点,一般新网点公司熟悉当地市场,甚至有现成的客户,这便于企业飞速地扩张。

③ 利润高。在快递收入持续增加的情况下,加盟模式使民营快递企业成功地避免了某些快件较少的快递网点经营不善的问题,促使其始终保持较高的盈利水平。

(2) 加盟模式的缺点。

① 加盟公司管理松散。加盟型快递企业从形式上是简单的结合,上级通过经济罚款等方式管理下级部门,加盟企业对公司缺少认同感,两者之间仅通过经济利益进行连接。

② 服务水平不统一。在目前客户投诉中,加盟型快递企业快件的延误、破损、丢失等情况占了大半,同时各加盟网点由于管理者素质有差距,其服务水平也存在较大的区别。

③ 加盟关系不稳定。加盟关系是建立在经济利益基础上,一旦利益基础动摇,加盟关系也随即瓦解。另外,在加盟企业经营状况非常好的情况下,公司也会希望收回该网点的经营权。

④ 人才流动大。加盟型民营快递公司发展初期主要通过整合农民工,使用自行车等简易工具,直接靠体力劳动来完成快递服务。但随着公司的壮大,企业需要不断地引进具有更高水平的人才来完善企业管理,此时企业由于缺少相关经营,不能提供一个合理的发展空间和福利待遇,最终导致人才流动大。

⑤ 家族性企业,不易管理。民营快递公司是从夫妻店、兄弟坊发展起来的,在公司规模变大后,这些员工之间也会存在互相争权夺利的情况。

⑥ 市场定位低,不易开发双向客户。对于跨区域经营的较大型企业,其售后与生产分处两地,这种类型的客户不仅需要的是单向快件服务,更需要跨区域的双向快递服务,加盟性快递公司则会因为管理、权属上的特殊性,很难为这类客户提供完整的服务。

加盟体制问题很多,其深层次原因在于每个加盟商都是利益中心,为维护各自的利益,加盟老板通常以成本为导向,为避免亏损,不惜牺牲服务质量。各加盟商之间进行同质化经营和价格战,在内部管理上比较粗放和松散。这种管理体制往往不能够很好地适应市场和消费者的需求。



案例

快递网点迎来洗牌,诚信经营是立足之本

2023年1月3日,一则“快递网点老板跑路”的短视频使网友大为震惊。在业内稀松平常的现象,却因为网点疑似私拆积压的包裹,引发网友不满。

据媒体报道,辖区派出所正在调查位于深圳的这家网点,同时隔壁店主称,快递点老板欠外面三四十万元债务。春节前后,再加上管控放开导致小哥紧缺,末端网点又迎来一个艰难的节点。

这家网点成为行业目前普遍现状的一个缩影,《快递观察家》此前报道,如果说2021年,送货上门成为小哥不能承受之重,各种让小哥崩溃的画面还历历在目。那么刚刚过去的2022年,苦撑了几年的网点老板,正在成为那个不堪的群体。

“一方面是疫情管控,无法发货客户流失,现在放开了,同样面临小哥紧缺;另一方面总部的考核在疫情期间并没有减少,网点反复封控,让从业人员心力交瘁。”一位通达系网点老板无奈地说,2022年能赚钱的网点凤毛麟角。

在这样的情况下,几乎可以想象,春节过后,又有不少地方的网点因为人手短缺、资金问题造成快件积压,陷入停摆。《快递观察家》发现,末端动荡的症状,每隔一段时间就会出现,归根结底还是顽疾没有铲除。尽管表面上价格战全面终结,实际上已经转移到了末端网点,有实力的网点通过价格优势抢占客户,依靠规模效益整合区域内的其他品牌网点,从而进行垄断经营,在收派两端形成强势。

原本就经营状况一般的网点,面临着客户与小哥的流失,一旦老板再通过资金杠杆赌注,恶性循环造成的后果可想而知。2023年,一场加盟网点的洗牌在所难免,总部希望看到的是,真正留下有实力的网点参与竞争。

(资料来源: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1754156366509917461&wfr=spider&for=pc>)

3. 混合模式

在快递行业中,除单一的直营模式和加盟模式外,综合两者优缺点的混合型模式应用也较多,快递企业混合方式多样,主要有以下两种。

(1) 传统混合型。传统混合型是公司将一部分地区对外加盟,并授权加盟企业在这些地区享有市场经营权、管理权等,总公司不参与任何经营活动。传统混合型有两种原生态:一是直营为主,一般来说是在主要城市建立直营网点,而在市场未开发地区采取加盟,目的是加快网点的建设而采取的做法;二是加盟为主,这类企业出现直营主要是因为出现经营不善、无人加盟的区域,由总公司直接经营,或是总公司选择市场比较成熟的地区,采用购买经营权的方法回收,这些区域由专人自行经营,但经营方式、方法与总公司不一样。

(2) 现代混合型。由公司总部直接投资建立一个管理平台,在所有业务经营地区建立自己的管理公司,部分或绝大部分采取加盟的形式,通过管理公司对当地进行市场规范管理,监督加盟者或企业是否按照公司统一规范进行业务开发和市场经营。这类模式对加盟方只出让市场开发的权利,这是一种相对先进的混合方式。

这两类混合型都具备加盟模式和直营模式的部分优点,并弥补了单一模式的部分不

足,但两者又有很大的区别。

(1) 给予加盟方的权利不一样。传统混合型是将整个地区的经营权出让,总公司不参与任何管理;现代混合型只是将地区的市场开发权利出让,经营管理权为各分公司所有,分公司会参与到所有加盟商的业务管理中去。

(2) 回收的难度和风险不同。从整个总公司经营战略出发,需要对一部分地区进行回收,传统混合型的难度相对较大,有可能会失去整个地区的业务;现代混合型可以做到“人走业务留”,不会因为加盟者的变更,完全失去客户。

(3) 现代混合型更类似直营模式,能够完全具备直营的优点,可以在所有网点间操作双向业务,而传统混合型却很难做到。



案例

顺丰积极探索新模式,提升农村服务水平

随着“快递下乡”工程深入推进,农产品上行渠道日益畅通,农产品市场的繁荣活跃、中部地区的潜力释放成为带动行业增长的重要力量。

基于庞大的自营网络,顺丰积极探索创新发展模式,通过与顺丰商业网点、合作代理点、物业管理及智能快递柜的合作实现最后一公里的覆盖。在顺丰的鼓励下,不少快递小哥回乡创业,通过“共配模式”搭建农村市场配送服务平台,进一步提升农村服务能力。

2021年,“三农”工作重心将历史性地从集中力量脱贫攻坚转移到全面推进乡村振兴上来。对此,最新的中央“一号文件”对农村物流体系建设提出了新的要求,提出要加快完善县乡村三级农村物流体系,改造提升农村寄递物流基础设施,深入推进电子商务进农村和农产品出村进城,推动城乡生产与消费有效对接。八年以来,顺丰通过自营配送、共同配送、邮快合作、交快合作、快商合作等模式将服务延伸至村,乡镇覆盖率提升至87.8%,基本实现了“村村通快递”的服务网络覆盖能力,开创了农村物流发展的新局面。

2023年是“快递下乡”工程实施的第九年,“村村通快递”进入收官阶段。顺丰通过自营配送、共同配送、邮快合作、交快合作、快商合作等模式将服务延伸至村,乡镇覆盖率提升至87.8%,基本实现了“村村通快递”的服务网络覆盖能力,开创了农村物流发展的新局面。

(资料来源:<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1696918351723042223&wfr=spider&for=pc>)

三、快递网点的岗位设置及岗位职责

各快递企业根据公司的战略部署和内部结构对快递网点的岗位设置都有自己的要求,但都不尽相同,一般规模较大的网点会根据需要设置快件收派岗、调度岗、快件操作岗、行政后勤岗、质量监控岗、车辆管理岗等岗位。

1. 快件收派岗

快递员是指从事快件揽收、派送和客户信息收集、关系维护及业务推广工作的人员,

其岗位职责如下。

- (1) 在规定时间内,安全、快捷、准确地完成取件派件任务。
- (2) 确保快件不受损、公司利益不受侵害。
- (3) 及时处理客户月结账单及发票,及时收回款项上交财务入账。
- (4) 维护公司形象,妥善处理客户提出的各项需求,做好客户开发与维护工作。
- (5) 遵守公司规章制度,严格执行标准化操作流程。
- (6) 单据及时整理录入,保证实务与表单一致,做好货物进出库工作。



微课:快递网点的岗位设置及工作职责

2. 调度岗

调度员是指将取件指令传达给快递员,合理调度取、派件资源(人和车)的工作人员。调度员的岗位职责如下。

- (1) 根据客服或大客户的取件指令,将取件任务及时准确地传达给路区中的快递员。
- (2) 与快递员保持畅通的联系,了解取、派件任务的完成情况。
- (3) 在取、派件高峰时期,根据各快递员的取、派件量,合理调配取件任务。
- (4) 监控快递员在路区中的工作情况,及时应对异常情况,并上报重大情况。
- (5) 对快递员的工作绩效和路区划分情况给予合理化建议,掌握每个快递员的平均取件响应时间和工作负荷情况。

3. 快件操作岗

负责快件在网点内的操作。操作员岗位职责如下。

- (1) 按照要求检查并接收快递员收取的快件,协助快递员进行快件的包装和运单检查。
- (2) 按照站点分拣方案对出站快件进行分拣、集装、暂存、装车,按本操作站点的路区划分对进站快件进行分拣。
- (3) 审核快递员带出派送的快件。
- (4) 严格按操作流程逐件扫描快件和集装包,并及时上传系统。
- (5) 将出站快件的运单信息及时准确地录入系统中,并将派送信息及时准确地反馈到系统中(快递员没有配备无线扫描枪的站点)。
- (6) 在特殊情况下,负责支援客户服务工作以及快递员的紧急取、派工作。
- (7) 负责快件信息预报的发送、接收和站点之间的联络工作。

4. 行政后勤岗

负责站内的行政、后勤保障工作(如物料管理、操作设备维修保养等)。行政后勤岗位职责如下。

- (1) 负责站内的行政、人事考勤工作。
- (2) 站内安保、保洁,以及工装、操作设备、办公用品的分发与保管。
- (3) 物料管理。
- (4) 对除机动车之外的操作设备进行维修及常规的维护和保养。

5. 质量监控岗

负责制作各种反映质量情况的报表、汇报和跟进本站点各种服务缺失问题。质量监控员岗位职责如下。

- (1) 上报和跟进本站点的各种操作缺失问题。
- (2) 制作并按时上报本站点的质控报告,研究上级提供的质控报告,跟进本站点既定的操作指标,对达不到要求的考核指标进行分析。
- (3) 对于操作的现有情况和改进措施提供合理化建议。
- (4) 负责与本站点操作相关的培训工作和培训组织工作,并跟进培训效果,配合上级推行操作标准、流程和新项目的实施。

6. 车辆管理岗

掌握车辆的使用情况,负责车辆的维修,配置与监控班车运输资源,管理分供方车辆。管理员岗位职责如下。

- (1) 监督每日正点班车和加班车辆的发运情况、配载情况、车辆空舱等情况,用 GPS 监控车辆行驶的路由是否合理、是否按既定时间行驶等情况。
- (2) 站点车辆耗油、行驶里程、运行安全等数据的收集、整理、归档与保存,所有车辆的维修和养护。
- (3) 处理车辆运行中的突发事件。
- (4) 负责与运输分供方的联系工作,定期对分供方进行业务培训,提出改进建议。
- (5) 负责车辆报修故障的月报统计工作,并分析人为或机械因素。对当地的运输市场进行定期调研,寻找替补分供方。



相关链接

快递服务主体应有效保障快递从业人员合法权益

- (1) 与快递从业人员订立书面协议,合理确定双方的权利义务。
- (2) 依法为快递从业人员缴纳社会保险。
- (3) 按照行业劳动定额定额标准,科学确定劳动者工作量和劳动强度。
- (4) 配备必要的劳动安全卫生设施和劳动防护用品,制订恶劣天气等特殊情形下的劳动保护措施。
- (5) 针对投诉申诉问题,建立完善的快递从业人员内部救济渠道。
- (6) 采取适当措施,改善生产生活条件。
- (7) 关注快递从业人员身心健康,及时开展心理疏导。

(资料来源:<http://gd.spb.gov.cn/gdsyzglj/c106480/mmshd/c106941nb/202211/60d008360e6e42658c4c22e3fa0aa7d3.shtml>)



思政园地:弘扬奉献精神 共建和谐社会

49 名快递员收获“好心快递小哥”荣誉奖

2023 年 2 月 28 日,中国快递协会第三届四次理事会上举行了“好心快递小哥荣誉奖”颁奖仪式,对 49 名“好心快递小哥”集中表彰。顺丰总裁王卫、圆通董事长喻渭蛟、韵

达董事长聂腾云、菜鸟 CEO 万霖、中通总裁王文彬、极兔 CEO 樊苏洲等 10 余位企业家向各自的“好心小哥”代表颁发了奖杯和证书。

火场勇救一家三口的顺丰好心小哥张裕表示：“一次见义勇为只是今后工作和生活的新起点，我会将平凡的好事继续做下去。”

快递业的蓬勃发展离不开全国数以百万计的快递员的辛勤劳动，他们每日奔走在大街小巷，是我国经济社会中不容小觑的新生力量。习近平总书记充分肯定他们是“勤劳的小蜜蜂”，是“美好生活的创造者、守护者”，他们在畅通经济循环、方便生产生活、促进社会和谐方面发挥着重要作用。

为落实好保障快递员群体合法权益，做好关心关爱快递小哥的工作，中国快递协会联手今日头条于 2021 年 10 月启动“寻找好心快递小哥”的公益活动。活动旨在寻找挖掘快递员中的见义勇为、助人为乐、公益善心之举等，通过对这些凡人善举的传播，传递他们的奉献精神，弘扬来自快递业的正能量，同时也传达行业和社会对他们的鼓励和认可。

(资料来源: http://www.cca.org.cn/content/details_15_23579.html)

思政讨论：

- (1) 案例中获奖快递员的事迹体现了社会主义核心价值观的哪些方面？
- (2) 结合自己的体会，谈一谈快递行业给我们的生活带来了哪些便利。

任务二 快递网点的选址及布局



任务导入

小王经过培训入职后，负责配合网点运营部孙经理筹建新快递网点。孙经理让小王用一周的时间写一份网点筹建策划书，并要求策划书包含以下内容：选址、布局设计、岗位设置、人员招聘等。如果你是小王，你会如何撰写该网点筹建策划书？



一、快递网点建立的条件

快递网点的设置，应依据当地人口密度、居民生活水准、整体经济社会发展水平、交通运输资源状况以及公司发展战略等因素来综合考虑，微课：快递网点的选址及布局要本着因地制宜的原则，科学、合理地设置。从我国快递企业目前设置情况看，城市网点多于农村，东部地区多于西部地区、经济发达地区多于经济欠发达地区。收派集散点是快件传递网络的末梢，担负着直接为客户服务的功能。具体要求如下。

- (1) 区域范围。要求网点的辐射区域达到一定标准，如辐射半径在 3km 以上、5km 以内等。
- (2) 业务量要求。业务量要求是指每天可收派快件的业务量达到一定标准或有一定的市场潜力。
- (3) 成本要求。建点时要充分分析成本收益情况，对于收益不稳定的区域一般不予建点。



相关链接

快递营业场所的选址要求

(1) 应符合国家有关政策法规、城市总体规划及道路交通规划要求。

(2) 宜考虑所在区域的企业及商业设施分布情况,以及人口结构、收入水平、消费习惯和用户需求。

(3) 宜考虑同业发展情况、商业化程度、土地价格、租金。

(4) 宜选择在交通便捷的地点,以满足运输、揽投等车辆的进出。

(5) 应考虑周边环境,减少营业过程中给居民生活和休息带来的不便。

(资料来源:邮政行业标准 YZ/T 0137—2015 快递营业场所设计基本要求)

二、快递网点选址的标准

1. 配套设施

各种配套设施要齐全,如网络系统、通信系统、消防系统、电力、水等方面必须能满足快递企业正常的使用要求。

2. 合法性

自建的派送网点需要有合法的房产证,租用的房屋需要有出租房屋的房产证复印件及房屋租赁合同等证明材料。

3. 治安状况

派送网点的治安条件要好,以保证快件暂存的安全性和快件经营不受打扰。

4. 交通便利

派送网点选址时,需对该区域的交通情况进行调查了解,如网点出入的主干道应比较畅通,以免快件运输时经常发生交通堵塞,不利于快件的正常流转。另外,需考虑交通管制因素,例如周边单行道较多的地点不宜考虑设置派送网点。

5. 地理位置适中

(1) 派送网点最好选择在业务量密度最高的地区附近。业务量密度是指单位面积的收派票数。既要考虑现有业务量,也要充分考虑潜在市场的发展要求。

(2) 将派送网点选在服务区域的中心地带。尽量考虑各快递业务员返回网点的距离,满足大部分快件的派送时效,并为快递企业节约收派成本。

(3) 考虑派送网点到达下一中转环节的路况及车流,以行驶时间最短为宜。

6. 场地要求

(1) 具有固定的独立空间。

(2) 基本型营业场所应包括业务接待区和暂存区,两者应物理分隔;拓展型营业场所是在基本型营业场所的基础上,增加了独立的操作、停车及装卸、充电等功能区。

(3) 基本型营业场所面积不应小于 15m^2 ,拓展型营业场所面积不应小于 30m^2 ,且营业场所的面积应与快递业务量大小相适应。

(4) 同一服务品牌的快递服务组织,其快递营业场所的设计应保持统一风格。

(5) 符合国家对于营业场所其他方面的要求。

三、快递网点选址的步骤

1. 进行规划

将站点或集散中心服务区域未来 5~10 年快件量的预测数据(包括竞争对手的相关数据)提交给计划工程部(有的公司没有设立该部门,相关工作交由运营中心负责),由计划工程部进行规划、设计、布局、编制年度总投资预算,然后征求相关部门的意见及建议,并经修订后提交给高层管理人员会议或董事会审核通过,且成立项目小组。

2. 调研与论证

项目小组根据以上规划进行站点或集散中心的选址、询价,对备选站点或集散中心进行现场调研,编制推荐方案论证报告、投资预算及施工周期,征求相关部门的意见及建议,经修订后提交给高层管理人员会议或董事会审核通过。

3. 办理相关手续

一般程序为谈判(购买价格或租赁的价格、租期等)、查验需要购买或租赁物业的相关合法证件、与预算比对、测算快件所承担的单位成本、拟订合同、律师审核、正式签订合同。

4. 采购相关设备与施工

对土建工程及采购设备应采取招标形式:采购设备时,至少邀请 3 家供应商参与报价或邀请多家进行投标,对所采购的设备应当保障在 3~5 年内不落后于行业中等水平(包括考量性价比)。采购流程结束后就开始签订合同、施工、安装、调试、试运行。

四、快递网点场地布局

以直营快递网点为例,营业场地应根据现场实际,在场所内划分接待、暂存、操作、停车及装卸、充电等相关功能区域,各功能区域可用标线进行分隔,保持出入畅通,方便人员、车辆及快件的进出。基本型快递网点功能分区示例如图 1-1 所示,拓展型快递网点功能分区示例如图 1-2 所示。

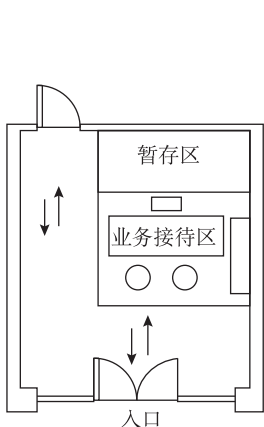


图 1-1 基本型快递网点功能分区示例

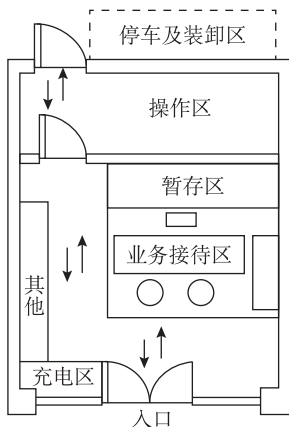


图 1-2 拓展型快递网点功能分区示例

1. 业务接待区

业务接待区应满足以下功能或要求。

- (1) 向用户提供业务咨询。
- (2) 便于用户填单、等候或提取快件。
- (3) 用于快件的交寄、接收、验视、封装、称重和信息采集等。

2. 暂存区

暂存区应满足以下功能或要求。

- (1) 用于临时存放快件。
- (2) 文件类和物品类应分开存放。
- (3) 揽收件和投递件应分开存放。
- (4) 错发件、无着快件、破损件、损毁件等异常快件应分别存放。

3. 操作区

操作区应满足以下功能或要求。

- (1) 依据流向对揽收件和投递件进行分拣处理。
- (2) 对揽收件进行打包处理。
- (3) 可对打包件进行整体称重。
- (4) 可满足特殊业务处理要求。

4. 停车及装卸区

停车及装卸区应满足以下功能或要求。

- (1) 设置车辆减速、限速标志。
- (2) 设立机动车和非机动车停靠区域标线。
- (3) 方便停车和进行快件装卸操作。
- (4) 满足车辆停放整齐等相关要求。

5. 充电区

充电区应满足以下功能或要求。

- (1) 用于对电动车辆进行充电。
- (2) 应与其他区域隔离。
- (3) 电动车辆的充电设备及要求应符合《快递专用电动三轮车技术要求》(YZ/T 0136—2014)规定。

(4) 应防止人身触电,防触电的结构要求应符合《音视频、信息技术和通信技术设备 第1部分:安全要求》(GB 4943.1—2022)中的规定。

- (5) 应具有防火防爆的安全措施。

6. 其他

快递营业场所可根据自身业务特点及发展需求设置其他功能区域。

- (1) 用于存放物料、消防器材等物品的区域。
- (2) 用于商品展示、业务推广的区域。
- (3) 用于用户体验的区域。
- (4) 用于员工休息的区域等。



文档:《快递专用电动
三轮车技术要求》



相关链接

快递营业场所的设计要求

快递营业场所宜具有固定的、易识别的场地,如搬迁或停业应通过各种渠道和有效方式告知用户,并满足以下要求。

(1) 场所设计宜符合《快递营业场所设计基本要求》(YZ/T 0137—2015)要求。

(2) 应按《邮政业安全生产设备配置规范》(YZ 0139—2015)要求,根据场所类型配备消防、隔离、监控、安检、报警等安全生产设备。

(3) 应在显著位置公布:

- ① 经营许可信息;
- ② 服务种类;
- ③ 服务产品,包括服务产品名称、服务地域、服务时限、投递方式、资费标准等;
- ④ 包装产品价格和包装收费标准;
- ⑤ 快件查询;
- ⑥ 损失赔偿;
- ⑦ 投诉处理;
- ⑧ 其他服务承诺;
- ⑨ 服务电话和电子邮箱;
- ⑩ 监督投诉电话和电子邮箱。

(4) 提供必要的业务单据、填写样本或网络下单指引。

(5) 办理国际快递业务的营业场所,备有中英文对照的服务说明,至少指定或设置一个收寄国际快件的营业窗口。

(资料来源:<http://gd.spb.gov.cn/gdsyzglj/c106480/mmsld/c106941nb/202211/60d008360e6e42658c4c22e3fa0aa7d3.shtml>)



案例

快递行业要把提升服务质量放在首位

近年来,我国快递业务量始终保持高速增长态势。规模稳定增长的同时,各大快递企业也不断在快递时效、末端派送等服务质量方面寻求提升。例如,菜鸟在2022年“6·18”期间宣布升级冷链服务,推出“送前电联、送货上门”“化冻包赔”等多项服务,希望提升消费者的收货体验。

送货上门一直是快递行业老生常谈的难题。此前中国消费者协会发布的舆情分析报告显示,在消费者吐槽较多的配送类问题中,排名第一的就是不送货上门。其实,《快递暂行条例》中明确规定,经营快递业务的企业应当将快件投递到约定的收件地址,并告知收件人或代收人当面验收。这意味着选择哪种配送方式,征求收件人意见是前提。“不上门就赔钱”的承诺至少表明,一些快递企业已经意识到,提升服务质量是摆脱同质化竞争、走向高质量发展的关键。