

最新快递调查报告(优质5篇)

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。通过报告，人们可以获得最新的信息，深入分析问题，并采取相应的行动。下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

快递调查报告篇一

本次调研目的是了解学生的申通、圆通、中通、ems等快递使用现状，并在了解现状的基础上发现总结影响快递发展的各方面因素、学生消费群体对快递各方面因素的评价以及快递公司应该改进的地方。

调查内容：

主要研究大学生消费群体对快递的使用情况，及探究哪些因素影响了顾客对快递业的满意度。主要调查快递速度、价格、服务态度等方面，以及这些因素之间的重要程度关系。

调查方法：

- (1) 向本校大学生随机发放调查问卷
- (2) 咨询专家意见和上网查询来获取快递业的相关资料。
- (3) 统计调查问卷的结果，并运用各种分析表得出科学结论。

我们共调查在校大学生78人。其中：大一52人，占总调查人数的66.67%；大二23人，占总调查人数的29.67%；大三3人，占总调查人数的3.84%。其中：男生51人，占总人数的65.38%；女生27人，占总人数的34.62%。

1、个人平均每个月使用快递的次数

调查结果显示：

在被调查的人中，每个月使用0~2次的有45人，占总人数的61.64%；每个月使用3~4次的有25人，占总人数的34.25%；每个月使用5~10次的有2人，占总人数的2.74%；每月使用10次以上的有1人，占1.37%。

调查结果分析：

在被调查的人数中，绝大多数人每个月都会使用快递，由此可知，快递收发已经成为大学生生活中不可缺少的一部分。且由调查数据可知，大学生日常使用快递的次数还是比较多的。例如使用4次以内的人数就达到了95%。以上数据，为实现我们的调查目的及调查结果的可靠性，提供了基础和依据。

2、最常使用快递的公司

调查结果显示：

在被调查人中，使用申通的人数是最多的，其次是圆通、中通、韵达、顺丰，最后是ems。由于快递业的迅速发展，不少快递公司也迅速崛起，快递行业的竞争十分激烈。但显然申通更胜一筹了。

3、最满意快递公司所占比重

调查结果显示：

在被调查的人中，有32.26%的人选择申通为最满意的快递公司，18.28%的人选顺丰为最满意的快递公司；15.05%选ems为最满意的快递公司；中通、圆通、韵达分别位于第4、5、6位。调查结果分析：

申通作为满意度最高的快递公司，同时也是选择人数最多的快递公司，它的成功必然有其因。这与其在浙师大北门设立了投送定点及工作人员的服务态度密切相关。建议大家多用申通快递，也希望申通快递继续保持自己的良好形象。ems一般只有在投送时间紧迫或物品贵重时才会被选择使用，因为其相对价位比较高，所以使用频率低也属于正常。但人们对它的满意度很高，可见ems具有很好的形象。

快递调查报告篇二

今年中央一号文件明确提出，实施“快递下乡”工程，鼓励大型电商平台企业开展农村电商服务，支持地方和行业健全农村电商服务体系。随着互联网的发展，农村市场庞大的寄递需求正在逐渐被激活，快递企业如何打通“最后一公里”，将是推动农村电子商务稳步发展的关键。

一、基本情况

目前全县入驻主要快递企业共有11家，包括中国邮政、中通、申通、圆通、韵达、优速、百世、天天、全峰、国通和顺丰快递。截至今年全县快递业务量达近12余万件/月，其中市区业务量占比68%，约有80750件/月；乡镇业务量占比32%，约有40000件/月。其中顺丰和国通快递在乡镇业务市场占比不足2%，没有开设乡镇网点。

据调查，**县**商务服务公司整合了包括中通、申通、圆通、韵达、优速、百世、天天和全峰在内的八家快递网点，建设快递驿站，通过统一的物流仓储中心，有效的解决了末端配送难及配送成本高的问题。据调查，今年上半年，**商务服务公司业务量平均每月95000件，占全县快递业务量80%左右，营业收入达81万元，营业利润20.5万元，在快递行业竞争激烈的情况下实现稳定收益。同时**商务服务公司在全县乡镇快递市场上占比95%以上，每月乡镇业务量达38000件/月，目前网点已全面覆盖乡镇一级，达100%，但村级网点覆盖率只

有4%。

据今年上半年中国邮政数据显示，邮政快递业务量平均每月14850件，其中85%以上属市区业务，乡镇业务量仅占15%左右，平均每月仅20xx余件。在乡镇覆盖率上同样达到了100%覆盖，但目前并没有开设农村级网点。

二、存在的问题

1. 整体快递市场业务量较低。全县快递总体业务量偏低，全省范围处于中下游水平，并且乡镇业务量占比仅有32%。调查显示，全县平均每件快递利润为一元以下，整体行业利润低，业务量小造成了快递行业特别是“快递下乡”工程的进展缓慢。另一方面，整体乡镇快递业务量中，进单量占比达95%以上，发单量不足5%，目前农村居民更多的`是在网络上购买商品，在输送农副展品进城方面仍未取得显著突破。
2. 快递物流配送体系建设不够完善。由于**县的地理位置和交通限制，目前全县只配有道路运输，在铁路、水上和航空运输上仍然一片空白，大大的增加了快递配送的成本和影响了配送效率。数据显示[]20xx年交通运输、仓储和邮政业产值仅为7063万元，全县从事交通运输、仓储和邮政业人员仅有840人，交通运输、仓储和邮政业的不发达也限制了“快递下乡”工程的进展。
3. 开设乡镇、农村网点成本较高。据调查，开设新村镇网点一次性投入成本需5万元以上，主要是场地费用和车辆投入，在日常运营过程中，平均每月开支需6000元左右，主要为人工支出和运输费用。据当地从事快递行业人员反映，目前村镇级业务量较少的情况，普遍很难负担日常的支出。成本投入高的困难也阻碍了“快递下乡”工程的步伐。

三、几点建议

1. 优化扶持政策，完善制度法规。一方面可以出台扶持政策，帮助提高农民的信息化水平或刺激农民的服务消费；在财政上给予从事农村快递业的企业一定的补贴，同时也可以从税收层面给予一定的优惠。另一方面应加快快递物流监管等制度建设，加强对快递业的规范引导和日常监管，打造公平竞争、规范有序的快递市场。同时，充分利用可以为快递服务的农村各种运输资源，农村公交班线、通村客运等促进快递企业与交通运输部门进行合作，实现共赢。

2. 创建快递平台，整合有效资源。推动快递企业延伸服务范围，拓展发展空间，进一步激发城乡经济活力。建设“快递驿站”，通过整合资源，解决快递末端投递难题。搭建一个集约型的公共场所，快递企业通过这个平台来拓展农村市场，同时为村民提供代购、基础缴费、物流中转配送等服务，村民还可发布农产品供求信息，帮助村民将当地特色农副产品输送进城，切实通过“快递下乡”工程让农民得到实惠。

3. 快递需携手电商激活农村寄递市场。提高乡镇信息化服务，建设配套完善的信息基础设施，针对互联网购物进行宣传，强化农村电子商务理念，激活农村电商生态体系。着力做好农村电子商务培训和宣传工作，支持电子商务企业、各类培训机构对农民群体进行电子商务运营、实际操作等方面知识的培训，重点培训涉农组织、专业合作社、农村青年、返乡大学生等掌握“互联网+”运作模式与操作方法，提高他们接受互联网并从事相关业务的能力，实现“网货下乡”和“农产品进城”的双向流通。通过发展农村电子商务来激活农村的快递市场。

快递调查报告篇三

近年来，快递在人们生活中变得越来越流行。目前开展快递业务的企业有中国邮政旗下的中国邮政快递物流有限公司等民营快递公司。

随着校园快递业务的深入，大学生正成为快递服务的主要消费群体。由于大学生使用快递的多样性和特殊性，快递公司采取了更加灵活的服务方式。随着快递成为校园生活的一部分，学生们对快递服务有了新的期望。他们的满意度直接影响到快递公司在校园用户中的形象和声誉。因此，有必要对校园快递用户的满意度进行研究，同时对快递服务业提出建议。

有效问卷数量和调查结果表明，使用快递的校园用户主要是女生，男生和女生的使用频率差异很大；使用快递的主要原因是网上购物，这与快递的快速扩张和电子商务尤其是网上购物的快速发展密不可分。

调查结果显示，客户普遍满意的快递公司，具有投递速度快、工作人员服务态度好、价格低、发货安全等优势。从所有快递公司的角度来看，员工的送货速度和服务态度更好，对商品包装的总体满意度更低。送货地点的固定性、距离学校的远近、工作人员的服务态度，直接影响客户的心情和客户未来的选择。

对校园用户在选择快递服务时考虑的主要因素进行的调查显示，快递速度是最受关注的因素，6.61%的受访者选择了这一选项，其次是安全送货、价格和收发人员的服务态度，包装方式是用户选择快递服务时最不担心的因素。影响选择和性别因素的交叉分析表明，女生比男生更关注是否送货上门，对送货速度的要求也比男生高。

当遇到交货延误、货物损坏、服务人员态度不佳等问题时，只有23%的受访者选择向快递公司投诉，11%的受访者选择与员工交谈但不投诉，近40%的受访者选择不投诉但不使用公司服务。只有少数向快递公司投诉的用户得到了满意的解决。大多数投诉人对快递公司的解决方案不满意，近30%的投诉人没有收到快递公司的任何解决方案。可以看出，校园用户很少采取积极措施维护自己权利的原因可能是快递公司在处

理投诉时效率低下和被动，也发现校园快递用户缺乏有效合理的维权渠道。

随着电子商务尤其是网上购物的快速发展，快递行业也迅速扩张。出现在大学校园“表达发烧”这并不奇怪。通过这次调查，我们对校园快递的使用和用户满意度有了基本的了解，从中可以得出一些基本的结论。

不同性别和年龄的用户在使用快递的频率和偏好上存在差异。比如女生经常网购，经常使用快递，对快递安全要求更高。快递的使用在大学校园是普遍的，网上购物是目前校园用户使用快递的主要目的。

大学生对校园快递的服务普遍满意，一些快递公司在快递价格、收发人员态度、安全发货三个因素上得到了校园用户的肯定。尽管如此，用户认为最不满意的因素恰恰是这三个；同时，这三个因素在用户评价快递公司的服务时占有很高的比重。综合分析表明，这三个方面的改进应该作为快递公司有效优化服务质量、提高客户满意度的重点。

当对快递服务不满时，校园用户很少采取积极措施维护自己的权利，造成这种现象的主要原因可能是快递公司不积极、低效地处理用户投诉。

虽然用户对短信通知和电话通知的倾向差距很大，两种方式在实际情况下各有利弊，但快递公司可以考虑将其作为一种免费的增值服务供用户选择，从而更好地为用户服务。至于收费增值服务，目前校园用户不接受。快递公司在改进服务或推出新服务时，应充分控制成本，考虑校园用户的心理特殊性。

1. 快递公司要加强宣传推广，针对不同受众制定相应的推广策略。

2. 快递公司应加强与电子商务的合作，加快配送，改善商品包装。通过提高快递行业的整体服务水平，可以将网上购物和快递的便利性结合起来，创造快递和电子商务的双赢局面。
3. 根据顾客满意度原因调查，取件地点已经成为评价服务满意度的重要原因。对于快递公司，要明确快递在校园内的具体取货地点。而对于大型快递，将推出上门服务到达学生宿舍。特别是对于关注是否要送货上门的女学生，提供快递服务会受到广泛欢迎，进而提高利润。
4. 加强快递服务人员培训，改善快递行业服务态度，提升校园快递用户整体满意度。
5. 价格方面，学生作为校园快递的主要受众，经济实力有限，对快递价格敏感。但是学生作为网购的主力军，也是快递的重要消费者。所以快递公司也可以移动“m区”快递服务套餐像套餐一样推出，在建立稳定消费网络的同时获得利润和双赢。
6. 投递速度是快递相对于普通邮件的主要竞争力，也是消费者最关心的因素。快递公司要加强快递速度系统的建设，让用户准确知道快递的到达时间，而不是大概的时限。并且采取24小时闪电发货策略，也就是货物积压，可以缓解仓库爆炸的现象，货物始终在运输途中，而不是停留。
7. 快递公司处理投诉的整体水平较低，客户满意度较差。我们应该在提高服务意识的同时完善制度建设，这意味着快递服务有法可依、有章可循，快递投诉有完善的处理机制和解决方案。也可以适时在快递行业引入预付款策略，让消费者在消费之初就能很好的维护自己的权益。

快递调查报告篇四

(一)背景介绍

“您好，某某快递，请在上午11点到下午5点30之前到学校南门领取包裹”类似这样的短信对于大学内不少同学来说再熟悉不过了，“校园快递”已成为校园生活中必不可少的一部分。目前，在大学内提供服务的快递公司主要有申通快递、圆通快递、中通快递、韵达快递等等，这些公司一般在大学校园内均设有业务代理点，为校园内师生收发快递提供了极大便利。据了解，校内的快递主要来自两个方面：一类是网上购物，相较于实体店购物，网购价格更低廉，挑选的方式更便捷、范围更广泛，成为不少大学生首选的购物方式，这也是促进校园快递业迅速发展的主要原因。另一类是来自家人的快递，在各所大学里，几万名师生来自祖国各地，一些生活必需品由家人通过快递寄送较为安全便捷，寄来的包裹主要内容包括衣服、被子、书籍等等。

虽然很多的物流公司已经在各大学校园开展业务，并有不少物流公司设点，其数量虽已接近于饱和状态，但还远远没有达到供大于求的地步。据调查得知，师生了解物流公司的主要途径为网上购物。在电子商务平台日趋完善的今天，网购热潮势必愈演愈热，而其带来的将不仅是广阔的市场需求更是在校园物流下的无限商机。据调查得知，现今物流公司虽然已经开始了校园内的`物流业务，但大都不太重视校园快递业务，其运营模式和盈利能力还处于摸索阶段。

(二) 调研过程

1. 本次调研目的是了解学生的申通、圆通、中通、ems等快递使用现状，并在了解现状的基础上发现总结影响快递发展的各方面因素、学生消费群体对快递各方面因素的评价以及快递公司应该改进的地方。

2. 调研时间：xx年12月24日

3. 调研对象：各大校园部分学生

4. 分析方法：数据分组、分配数列、统计、总量指标、相对指标、平均指标、标志变异指标、针对参数做区间估计和假设检验、相关系数、回归分析等共同进行数据分析。

(一) 调研概括

本研究于xx年12月24日晚上进行了问卷的编制，25日晚上正式对问卷进行发放并收回，其中，纸质问卷30份，网络电子问卷17份，共47份，回收纸质问卷28份，网络电子问卷12份，共40份，有效纸质问卷38份，网络电子问卷12份，共40份。本文使用spss工具，结合数据分组、分配数列、统计、总量指标、相对指标、平均指标、标志变异指标、针对参数做区间估计和假设检验、相关系数、回归分析等共同对校园快递问卷进行数据分析。

(二) 结果与分析

1. 网购的规模及能力

1) 网购学生占全体学生比例

在规模为40人的样本中，进行过网购的学生为36人，占总体比例的90%，从未进行网购的学生有4人，约占10%。

采用结构相对指标计算：

进行网购： $36/40*100%=90\%$

从未进行网购： $4/40*100%=10\%$

可见，大部分学生都进行过网购。

快递调查报告篇五

甲方：快递服务有限公司

乙方：

为了向乙方提供优质高效的服务，快递及时准确安全的到达，经双方充分协商，签定如下协议以便双方共同遵守。

一、甲方权利及责任

1. 甲方按乙方要求的时间、地点上门收取业务，根据乙方要求定点上门收件。特殊急件可由甲方决定。
2. 甲方负责及时全面查询业务，负责跟踪乙方每一份快递的整个流程。并设置专人、专用查询电话（对帐，咨询）。
3. 甲方将按乙方要求的内容提供保障。

二、乙方责任权利与责任

1. 乙方将其国内、国际快件等相关业务交给甲方投递发寄。并保证所发物品不属于国家规定的禁寄物品、贵重物品及易损坏物品等。

乙方应事先提醒甲方，做好包装并在运单上说明。

三、责任划分及赔偿

（一）甲方如有以下行为，有权单方面终止合同并要求赔偿相应损失。

1. 未在规定的时间取货、发件造成快件延误的。
2. 未能及时履行合同的各项规定的。

(二) 货物在运输过程中发生丢失、损害、延误的赔偿如下:

1. 乙方的各类快件应在面单填写时注明内件的内容以便出险时核对责任及金额。如因乙方的面单填写不正确, 甲方不负责延误责任。
2. 丢失或破损: 根据客户实际损失赔偿, 但最高不得超过500元。是保险的快件, 按保险金额赔偿。
3. 收件人在签收快件的过程中应及时检查货物外包装是否受损, 签字后责任自负, 我公司不提供先拆箱验货后签收服务, 如收件方坚持, 我方业务员会加以解释我司这一操作流程。
4. 延误以签收单签字时间为准, 可提出退还运费(所有快件派送超过5个工作日, 此单免收快递费, 其中不含收件人信息有误、无法联系到收件人)。
5. 对于超出派送范围的'快件, 一律经转ems[]资费标准按ems收费标准收取。
6. 由于不可抗力造成的损失, 本公司不负责赔偿。

四、保密

甲乙双方中的任何一方不许涉及到对方的任何商业机密和任何涉及到两司的商业机密以任何形式透露给任何第三方。这些信息包括政策、货物信息、支付方式、技术信息以及商业模式等。

五、不可抗力

甲乙双方的任何一方因自然灾害或政治**等不可抗力丧失履行协议的能力时, 应在三日内通知对方, 并提供国家权威机关的证明作证据。

六、价格及计费方法（见附表）

七、保价费收取保价金额2%

八、结算方式

甲乙双方经友好协商为月结，甲方将月结详细清单在次月5日前交与乙方进行核对，核对无误后，应在10日内向甲方支付运费。

九、其它

1、因执行协议产生的争议，双方应协商解决；协商不成，双方同意将争议交仲裁委员会仲裁。

2、本协议如有未尽事宜，由双方友好协商解决；必要时，可签定补充协议，补充协议正本具有同等法律效力。

3、本协议有效期自年月日始，至年月日止，双方签字之日起生效。

4、本协议形式共两份，双方各执一份。

甲方公司盖章乙方公司盖章

年月日年月日

甲方经办人：乙方经办人：

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)