学　　号：15207101

天津商业大学宝德学院毕业设计（论文）

民营上市快递企业社会责任评价研究

Research on Social Responsibility Evaluation of Private Listed Express Enterprises

系:　　工商管理系

专业:　　物流管理

班级:　　1501 班

学生姓名:　　高峰

指导教师:　　张迎新　　副教授

2019 年 5 月

目　录

内容摘要.....I
Abstract.....II
1　导言.....1
1.1　研究背景.....1
1.2　研究意义及目的.....3
1.3　企业社会责任研究的国内外研究现状.....4
2　研究框架.....12
2.1　指标体系的构建.....12
2.2　指标说明.....14
2.3　样本的选取与数据来源.....14
3　研究方法以及过程.....15
3.1　熵权-Topsis 法介绍.....15
3.2　指标标准化与权重确定.....15
3.3　数据分析过程.....16
4　结果及讨论.....17
5　研究结论及启示.....18
参考文献.....19
致谢.....21
附录.....22
1 民营上市快递企业社会责任评价研究数据表.....22
2 民营上市快递企业社会责任评价研究访谈总结.....24

内容摘要

近年来，国内快递行业频频曝光的过度包装、暴力分拣、员工福利待遇差等诸多问题，反映出国内快递企业的企业社会责任的履行存在一定的问题。本文以民营上市快递公司为研究对象，从利益相关者的角度进行研究，从上海证券交易所、美国纽约证券交易所和民营上市快递企业的官网，获得已披露 2015-2017 年上市公司年报和企业社会责任报告的申通快递、顺丰速运、圆通速递、韵达速递、中通速递为样本数据。本文借鉴 Clarkson（1995）建立的 RDAP 模型，从投资者、员工、消费者、合作伙伴、政府、社会公益和资源环境等七大方面，构建快递企业社会责任评价模型，采用熵值法对 2015－2017 年申通快递、顺丰速运、圆通速递、韵达速递、中通速递五家民营上市快递公司进行评价。发现各公司在员工、合作伙伴、资源和环境等方面得分较低。最后，提出了解决上述问题的一些建议和措施。

关键词:民营上市快递企业；企业社会责任；熵值法

Abstract

In recent years, many problems such as over-packaging, violent sorting, and poor employee welfare treatments frequently exposed by the domestic express delivery industry reflect that there are certain problems in the fulfillment of corporate social responsibility of domestic express delivery companies. In order to measure the social responsibility performance of private listed express delivery companies, this paper takes private listed express delivery companies as the research object based on the perspective of stakeholders, and obtains the official website of Shanghai Stock Exchange, New York Stock Exchange and private listed express delivery companies. Shentong Express, SF Express, Yuantong Express, Yunda Express, and Zhongtong Express are the samples of the listed company's annual report and corporate social responsibility report for 2015~2017. This paper uses Clarkson (1995) to establish the RDAP model based on the seven aspects of investors, employees, consumers, partners, government, social welfare and resource environment, to build a courier enterprise social responsibility evaluation model, and use entropy The value method is used to evaluate the degree of corporate social responsibility performance of the listed companies of Shentong Express, SF Express, Yuantong Express, Yunda Express, and Zhongtong Express. The results show that employees, partners, resources and environment scores are small. Finally, in response to the above problems, suggestions for improvement are proposed.

Key Words: Private Listed Express Delivery Enterprise CSR Entropy method

1 导言

1.1 研究背景

1.1.1 快递行业市场规模持续快速增长，三梯队格局渐显

近年来，中国快递业发展迅速，快递业规模逐年扩大。根据智研咨询 2017 年 3 月发布的 2017-2022 中国快递业经营现状及发展趋势研究报告，可以看出，随着中国经济社会的发展，快递业呈现快速增长态势。据国家邮政局统计，2014 年中国递送了 139.6 亿件，一天内处理了 1 亿多件。业务量超过美国，全球最大的快递国家。2006 年至 2015 年期间，中国快递业务增长率达到 40%，业务量从 2006 年的 10 亿增加到 2015 年的 206.7 亿，增长近 20 倍[1]（图 1）。

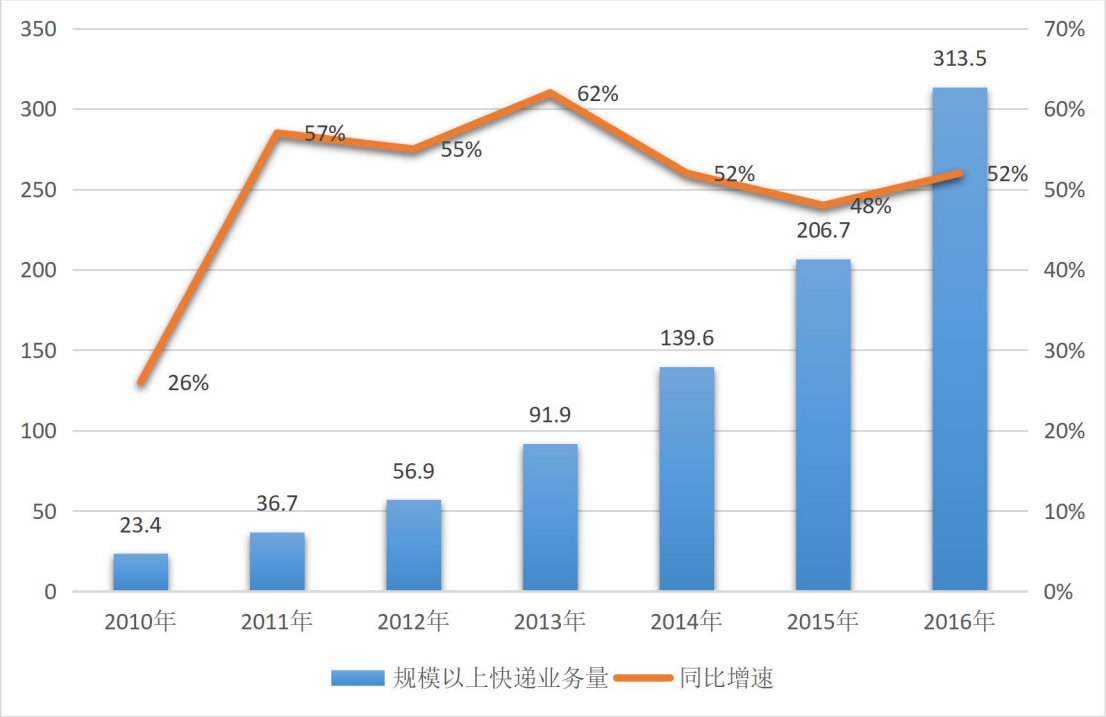

图 1 2010-2016 中国的快递业务量及同比增速

（数据来源：智研咨询集团.2016-2022 中国快递市场运营现状及投资策略研究报告[R].智研咨询集团.2017-3.）

快递行业日益呈现出“三阶梯”竞争态势。在快递行业十几年的快速发展中，涌现出一批优秀的本土企业。但是由于各种快递公司的发展策略和成长环境不同，快递行业初步形成了“三梯队”企业竞争格局，三个梯队的发展战略以及定位是不同的[2]。纵观整个梯队，民营快递企业占据了整个市场的 90%左右（表 1）。

表 1 快递行业竞争三梯队

业务量市场份额	梯队描述	企业	模式描述
20%	第一梯队	顺丰+EMS	直营模式，定位高端商务件，单件收入高
50%	第二梯队	四通一达	加盟模式，定位中低端电商件，单件收入低
28%	第三梯队	中小快递企业	发展规模小，缺乏竞争优势，单件收入微薄

（资料来源：智研咨询集团.2016-2022 中国快递市场运营现状及投资策略研究报告[R].智研咨询集团.2017-3.）

1.1.2 快递服务被投诉量大

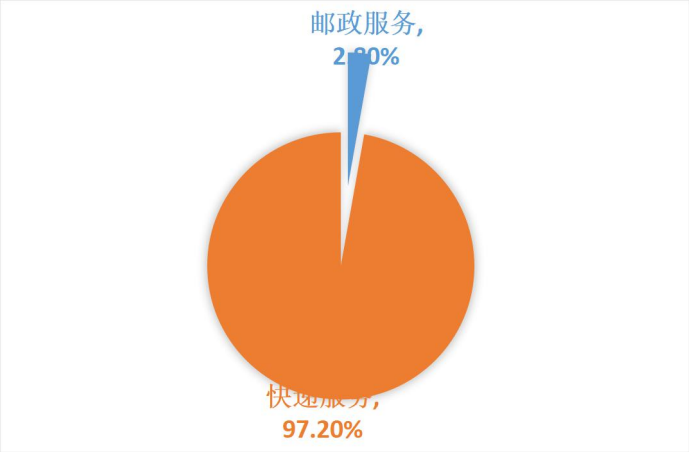

图 2 2018 年 7 月邮政行业消费者申诉问题占比

（数据来源：国家邮政局）

在快递行业快速发展的过程中，快递行业经常会出现分拣暴力、投递不及时等问题。根据国家邮政局发布的数据，2018 年 12 月，全国快递业务总量为 54.2 亿件，营业收入 609.6 亿元[3]。2018 年 12 月国家邮政局和各省（区、市）邮政管理局通过“12305”邮政行业消费者申诉电话和申诉网站共处理消费者申诉 220110 件。申诉中涉及邮政服务问题的 6070 件，占总申诉量的 2.80%；涉及快递服务问题的 214040 件，占总申诉量的 97.20%[4]（图 2），种种现象表明企业忽视社会责任的落实[5]。

1.1.3 暴力分拣、野蛮装卸乱象仍存

尽管随着我国快递行业相关法规的出台，国家和政府月越来越重视快递行业的规范，但快递行业仍然才能在暴力分拣、野蛮装卸等乱象。据相关报道，2018

年“双十一”期间，部分快递企业为了加快效率，把挑出的包裹从分拣人员的手中，毫无顾忌地将包裹抛掷 2 米开外的指定位置，如果没有成功进入指定位置，则直接将包裹踢到位等现象，无论快递小哥从电动车上卸下来的过程，还是分拣过程，都有被随意扔在地上的情况[6]。

1.1.4 快递福利差

我国快递人员福利差的工作环境。据一项覆盖 4 万名快递员的调查显示：大部分快递员每天工作 8 小时以上，每周工作 7 天，还有近四分之一的快递员每天工作 12 个小时以上[7]，多数快递员每月收入在 2,001 元到 6,000 元之间。

1.1.5 包装材料消耗量大，废旧包装物处理发展滞后，环境压力大

市场规模背后掩盖了包装材料的消耗严重。根据国家邮政局 2016 年发布《中国快递领域绿色包装发展现状及趋势报告》显示，中国快递包装年耗惊人，2015 年，全年消耗编织袋 31 亿条、塑料袋 82.68 亿个、包装箱 99.22 亿个、胶带 169.85 亿米[8]。据 2017 年国家邮政局发布的《中国快递领域绿色包装发展现状及趋势报告》统计，2016 全年消耗编织袋和封套 99%均为快递企业“直接使用”[9]。不仅仅是消耗量大，过度包装的问题仍然存在。目前绝大多数的快递企业使用的不环保的透明胶带，而非环保相对容易降解牛皮纸胶带[10]。

1.2 研究意义及目的

1.2.1 研究意义

从研究的必要性可以看出，我国快递行业履行社会责任的结果并不乐观。快递行业层出不穷的问题暴露出快递行业社会责任的履行远未达到预期水平。

首先，快递公司的社会责任感较低。传统观点认为，履行社会责任就是进行慈善捐赠。我国大多数快递企业的社会责任意识仍处于这一水平。然而，快递业是中国第三产业发展的重要基础。快递公司具有比其他行业更强的使命感和责任感，履行社会责任是最基本的职业道德。快递公司要想不断成长壮大，就必须重视和履行自己的社会责任。因此，这不仅仅是停留在对社会的慈善捐赠水平上的

问题。

其次，各快递企业的社会责任履行不均衡。民营企业是市场占比较高，由于民营企业自身发展的压力，再加上中小企业本身存在资金链不稳定，竞争力不足等缺点，所以民营企业主要担负着经济责任。再加上该行业缺乏明确的监管标准，中国快递行业总体的社会责任履行程度远低于发达国家。

第三，快递行业的企业履行积极性不高。从国际视角来看，在学界关注趋势逐年增长的驱使下，国际社会也在积极努力的推动企业社会责任的发展。2010年11月，颁布了第一个企业社会责任国际标准，极大推动了企业社会责任的发展。绝大多数快递公司对社会责任的看法仍处于起步阶段，年度企业社会责任报告的披露仅限于民营上市快递公司。

1.2.2 研究目的

本文通过构建相关快递企业社会责任评价体系，运用熵值法结合相关指标进行客观性评价：1.引起相关企业负责人的重视，并采取相应的措施；2. 引起社会广泛关注此问题。

1.3 企业社会责任研究的国内外研究现状

1.3.1 国外文献的综述

本文采用CiteSpace V梳理国内外参考文献。在Web of science中选择典型的“SCI-EXPANDED”和“SSCI数据库”的WOS核心数据库，输入“关键字=Corporate social responsibility”，“年份= 1900-2019”，文献类型选择“Article”，删除不相关的文章，有9402篇文献，每年的文献数量如图3所示。

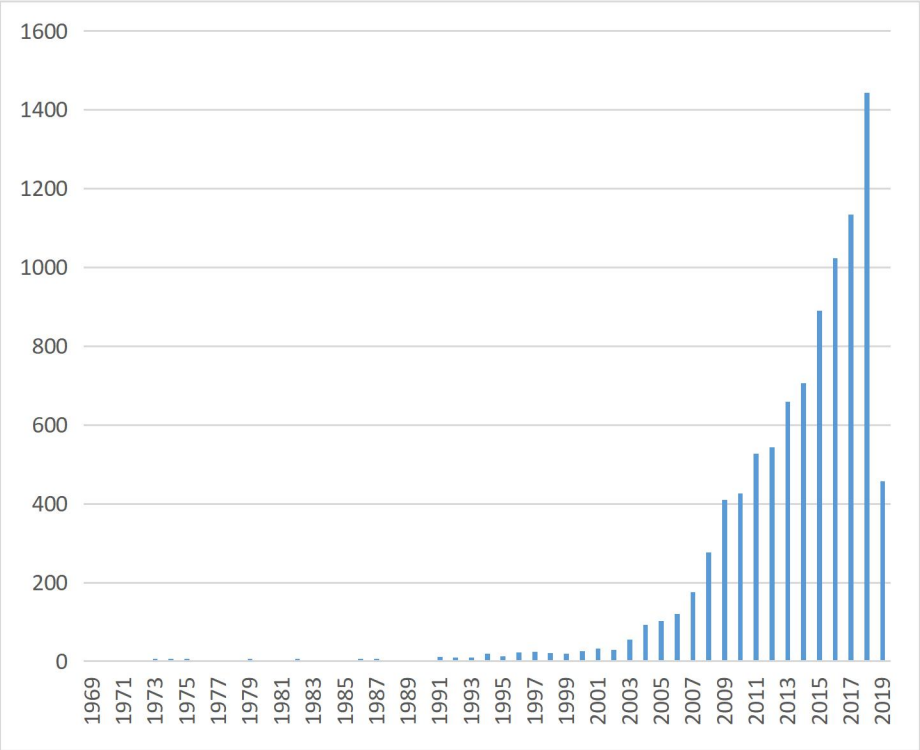

图3 SSCI (1969-2019) 收录企业社会责任的文献数量

“企业社会责任”（CSR）的概念起源于Oliver Sheldon于1924年提出的商业道德事件，指的是企业在追求自身利益的同时改善社区利益的责任[20]。到目前为止，还没有一致的CSR定义。SSCI收录企业社会责任的研究最早始于1969年，Schlusberg, M. D. (1969) 认为企业社会责任必须在对企业合法性危机的管理响应的背景下加以考虑。如果部分地将其视为角色定义中的问题，则可以最好地理解企业社会责任,同时法律可以在提供扩大公司公共角色上的制度框架提供参考[21]。 从图3可以看出，自1969年以来，企业社会责任研究呈现持续增长趋势。数据分析时间范围为1900-2019年，时间切片选择为1年;数据提取对象为Top50，即每年提取前50个高频节点，词源选择“Institution”、“Author Keywords”和“Keywords Plus”。域阈值为(2, 2, 15)、(3, 2, 15)、(3, 3, 15)。网络的节点设置“Keyword”。 对企业社会责任关键词的研究将有效地反映企业社会责任的研究过程。

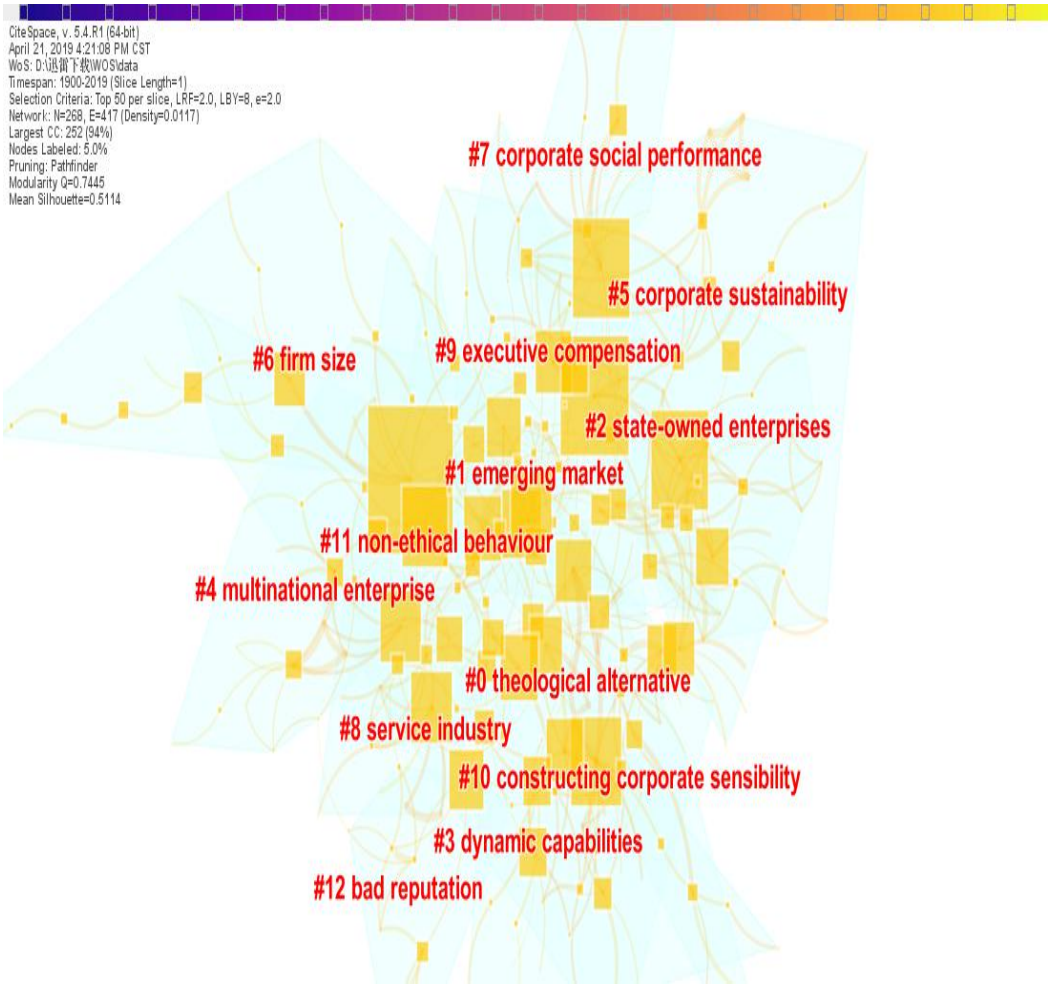

图4 SSCI 企业社会责任关键词可视化视图

在CiteSpace V中，为关键字类型选择“Noun Phrases”，为节点选择“Keywords”。运行CiteSpace V之后，您可以得到CSR关键字可视化结果。从生成的知识图中可以看出，本次分析共生成268个节点和417个连线。CiteSpace V依据聚类模块性指数(Q值) 和聚类轮廓性指数(S值)对图谱聚类效果进行评价。当Q值>0.3时表示，图谱划分的聚类结构显著；当S值>0.5时，表示聚类效果合理[23]。关键词可视化结果图Q值=0.7445，S值=0.5114，结果表明，聚类效果显著，聚类结构合理。

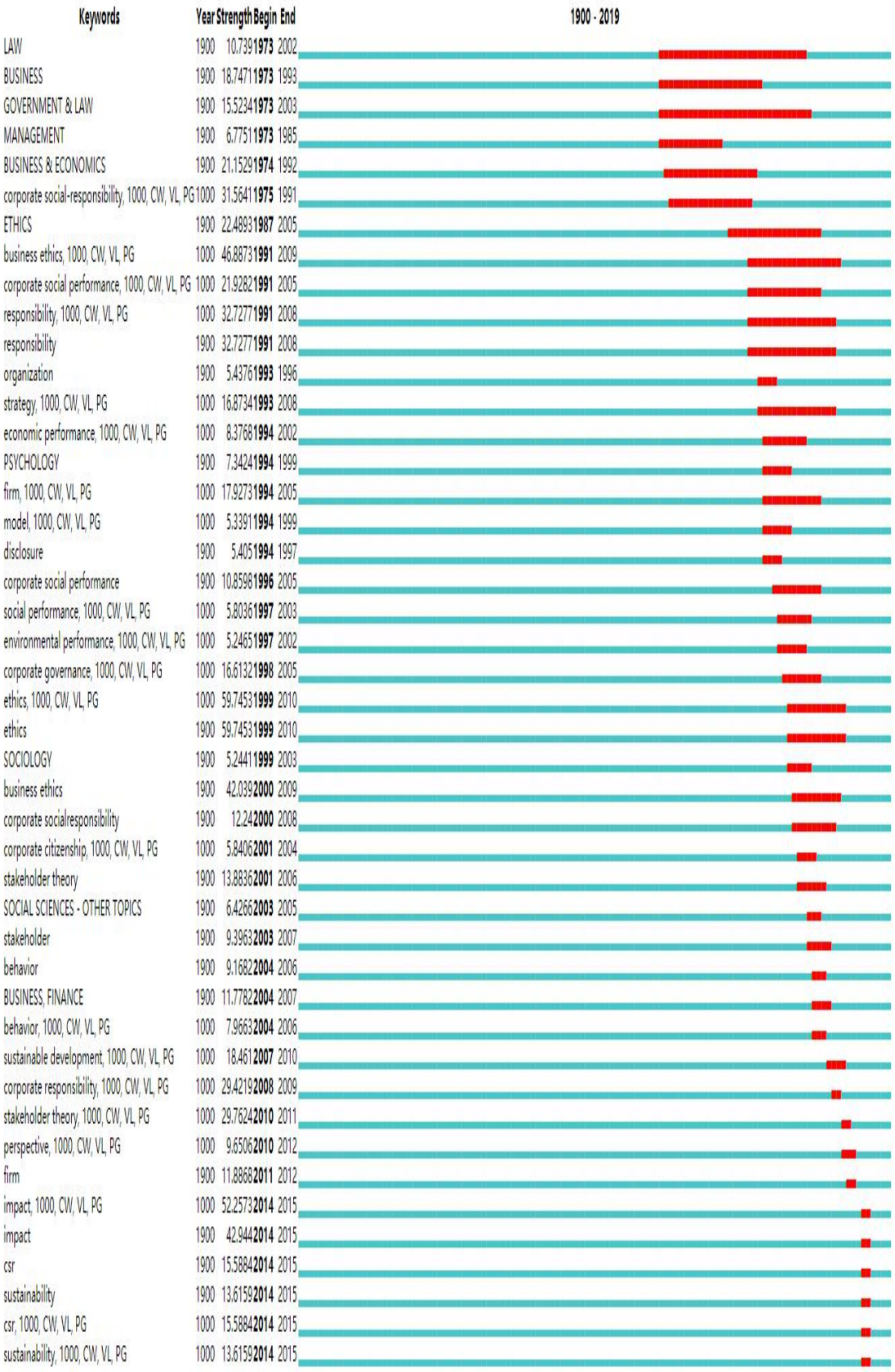

图5 CiteSpaceV探测到的SSCI的1900-2019热点关键词

结合图5 CiteSpaceV探测到的SSCI的1900-2019热点关键词以及图3关键词可视化视图以及SSCI (1969-2019)收录企业社会责任的文献数量，可以看出企业社会责任研究可以划分为以下阶段：

第一阶段，在上世纪50年代以前，企业社会责任是一个以伦理为导向的概念，几乎没有定义。Shelton(1924)认为企业应该承担满足人类需求的责任，主张企业的经营应该促进社会效益的整体价值[24]。另一位学者Bowen(1953)将企业社会责任定义为商人为实现目标和社会价值所采取的政策、计划和行动[25]。

第二阶段，企业社会责任的道德观在20世纪60年代的延续。例如Carroll(1979)构建了一个系统的CSR理论框架，他的CSP模型包含了CSR、社会有效反应和社会问题三个维度，推动了CSR研究的发展。

第三阶段是20世纪70年代企业社会责任的分化与繁荣。Jeffrey Sonnenfeld(1982)采用问卷调查的方式建立了有关外部的利益相关者的评价模型，对企业CSR进行评价。Edward Freeman（1984）利益相关者管理是指与各个利益相关者维持良好的关系。Wartick和Cochran(1985)试图建立一个更加整体的企业的社会责任的模型，包括社会的责任的原则、为解决的社会问题而制定的政策、社会反应的过程以及三者之间的相互之间的作用。

第四阶段，20世纪90年代和21世纪初的企业社会责任理念研究开始为更加商业化的方向发展。同时，新千年中可持续发展和公民身份成为企业社会责任的盛行概念。Mohret al.（2001）将企业社会责任定义为公司致力于最大化其长期有利影响，最大限度地减少或消除其对社会的有害影响，其中包括企业对某些利益相关者的影响的不同方面。Jamali（2007）认为保持企业的盈利能力和诚信，创造企业内外人员的更高生活水平，同时实现社会的可持续发展。

1.3.2 国内文献综述

在CNKI期刊中选择数据库“SCI来源期刊”“EI来源期刊”“核心期刊”“CSSCI”“CSCD”等核心期刊库，输入“主题词=企业社会责任”，删除不相关的文章，得到文献5171篇，各年份文献数量如图6所示。

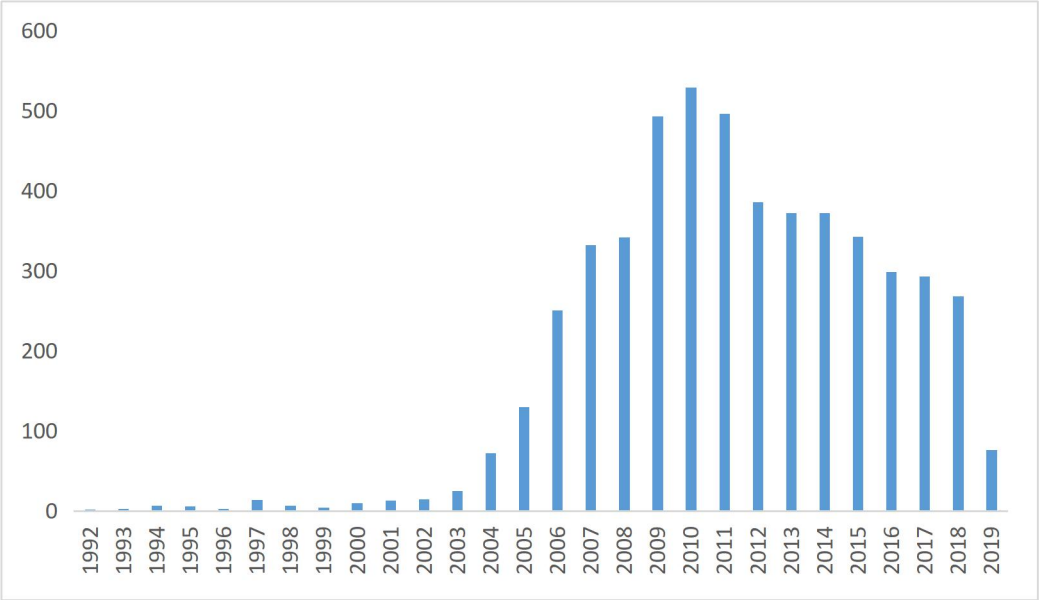

图6 CNKI核心期刊库收录的1992-2019企业社会责任数量

1978年的中国开始实施的改革开放政策，并于的1993年开始实施的建立社会主义市场经济的经济体制的改革。民营企业在这种以市场为导向的经济改革中获得了快速增长的机会。企业社会不负责任的问题也伴随之暴露出来，如破坏环境、员工福利差等问题。从图6 CNKI核心期刊收录的1992-2019企业社会责任数量可以看出，国内学者研究企业社会责任的研究成果呈现逐年增长的趋势。

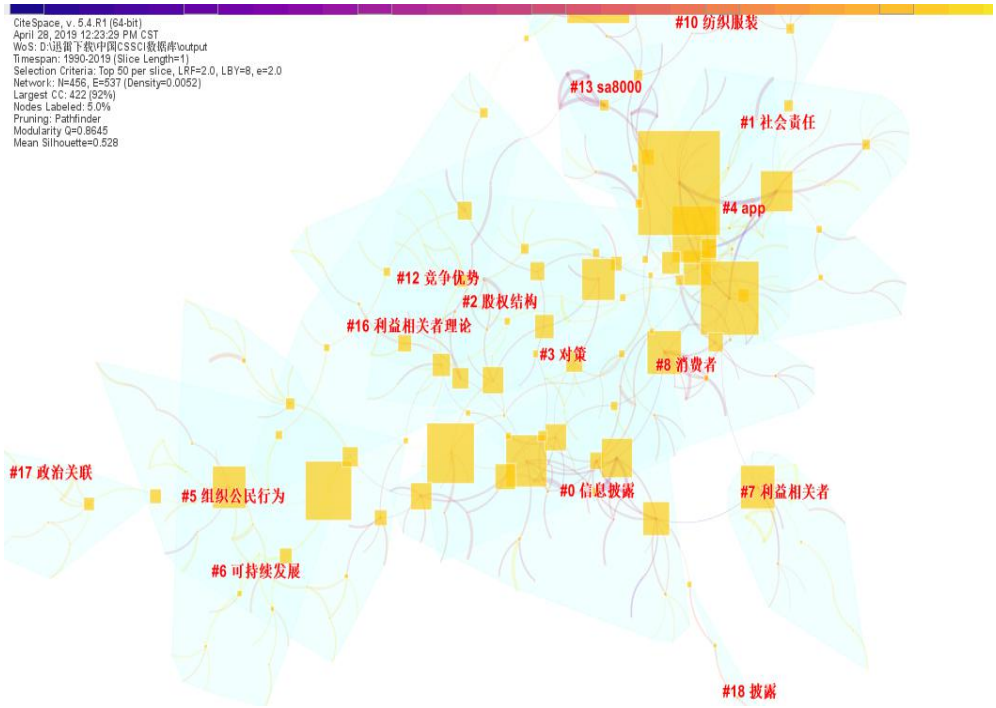

图7　CNKI期刊核心库企业社会责任关键词可视化视图

数据分析时间范围为1900-2019年，时间切片选择为1年;数据提取对象为Top50，即每年提取前50个高频节点，词源选择“Institution”、“Author Keywords”和“Keywords Plus”。域阈值为(2,2,15)、(3,2,15)、(3,3,15)，在前、中、后三个时区分别设置引文数量、共引文的数量次数和共被引系数三个层次的阈值，其中线性插值决定了年度划分的阈值。网络节点分别设置“Keyword”。在CiteSpace V中主题词类型选择“Noun Phrases”，节点选择“Keywords”。运行CiteSpace V后，得到企业社会责任关键词可视化结果图(图6)。关键词可视化结果图Q值=0.8645, S值=0.528，结果表明，聚类效果显著，聚类结构合理。

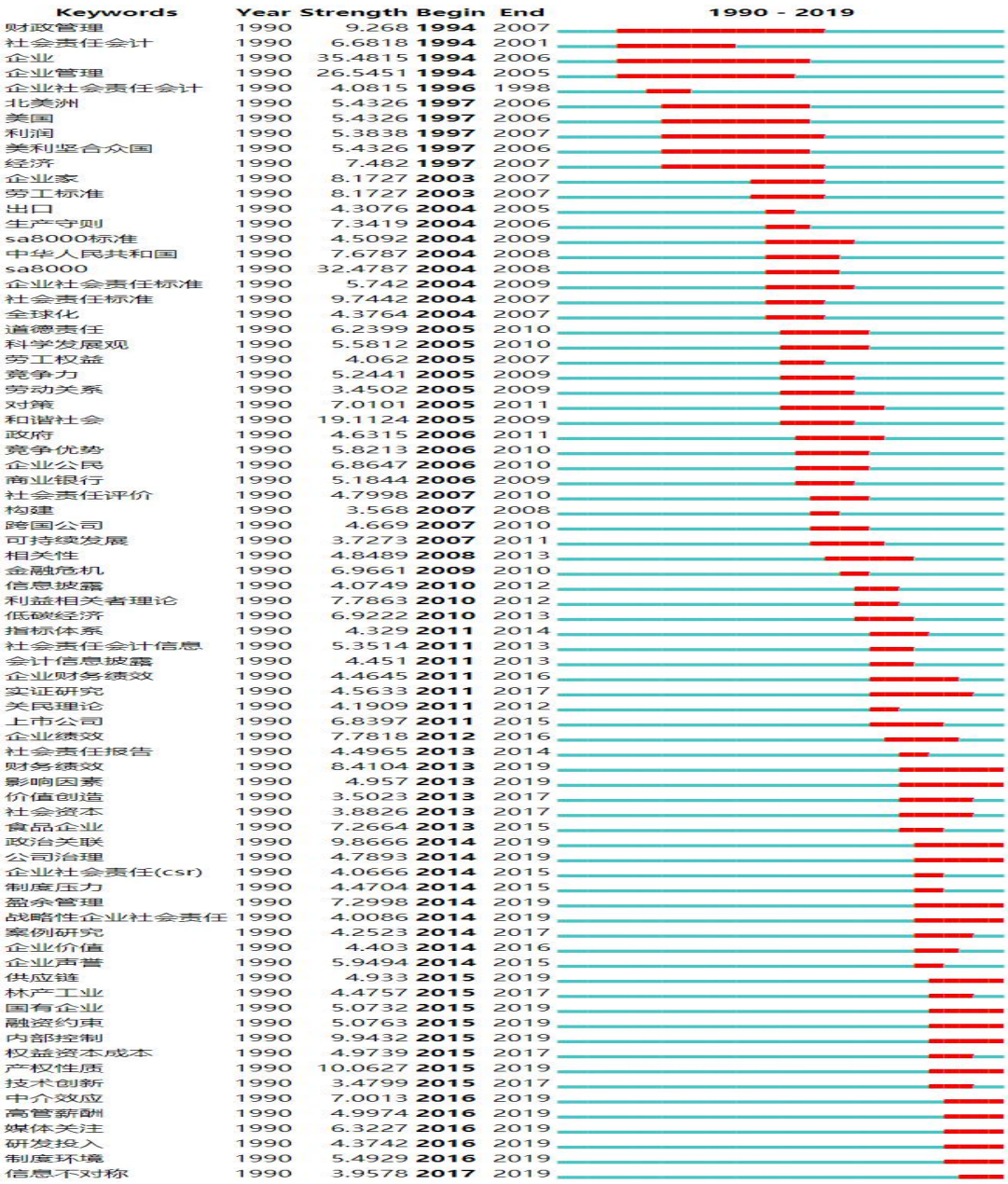

图8　CiteSpaceV探测到的CNKI期刊核心库的1900-2019 热点关键词

结合图8 CiteSpaceV探测到的CNKI期刊核心库的1990-2019热点关键词以及图7关键词可视化视图以及CNKI期刊核心库的1900-2019收录企业社会责任的文献数量，可以看出企业社会责任研究可以划分为以下阶段：

第一阶段，20世纪90年代初，随着改革开放的推进，企业社会责任的概念被引入中国。袁家芳（1990）认为企业的生存与国家发展息息相关，企业应该维护国家利益。王朝阳（1990）认为，企业作为“公民”，企业应该实现社会责任，提供更多平等的就业机会，保护消费者的利益和环境。

第二阶段，20世纪90年代后期企业社会责任理念的混沌时期。王峰(1997)认为企业作为“公民”应该履行提供更多平等就业机会的社会责任，保护消费者和环境。刘丽(1998)认为企业社会责任是企业管理中的一种补充要素。张欣(1999)认为企业应该做好对社会的有好处的事情，包括对企业所产生的问题和社会问题的责任。

第三阶段，21世纪初，企业社会责任，法律和道德取向作为发展理念。刘炜(2002)企业社会责任是每个企业家应该精致尽责做好的事情，尤其是在对待员工和社会的问题上，应该下大功夫，为股东创造收益。

第四阶段，21世纪后期企业社会责任理念的可持续性和层次性发展时期。此阶段的主题是可持续发展。刘晓峰(2008)主张企业社会责任是在遵纪守法的情况下，得到自己应得的利益，尽好自己应尽的义务。张迎新（2014）在探讨此问题时认为，企业应为企业按时缴纳税费，做好企业应该做得义务。周欣(2016)从利益相关者的角度，将企业社会责任划分为七个主体，即投资者、员工、消费者、供应商、政府、社会福利、资源和环境。

通过文献阅读发现，大部分学者都赞成基于“利益相关者”理论为基础的企业社会责任的概念认定。鉴于大部分学者研究快递企业社会责任的方法为定性分析，缺乏以相关数据为基础的定量分析，而国外文献又与中国的国情不同，且企业履行社会责任的目的在于满足并超越社会期望和利益相关方的利益需求，本文采用Clarkson（1995）从企业、股东、员工、供应商、顾客、公众利益相关者等方面来评价企业社会绩效，利用对抗型(Reactive)、防御型(Defensive)、适应型(Accommodative)和预见型(Proactive)建立的RDAP模式[5]从投资者、员工、消费者、合作伙伴、政府、社会公益和资源环境等七大方面，构建快递企业社会责任评价

模型的方式，对申通快递、顺丰速运、圆通速递、韵达速递、中通速递等5家上市物流企业进行合理的定量分析。

2 研究框架

2.1 指标体系的构建

主要的国际企业社会责任评估方法是：第一方评估，第二方评估和第三方评估。 本文使用第一方评估，即自我评估。 评价等级分为优，良，中，合格，不合格五个等级，如表 2 所示。

表 2 民营上市快递企业社会责任履行程度指标值

等级	优	良	中	合格	不合格
分值	8~10	6~8	4~6	2~4	0~2
含义	各评价指标达到行业标准及以上	各评价指标略低于行业标准	各评价指标略低于行业标准，在各利益相关者能够接受的范围内	各评价指标略低于行业标准，但在各利益相关者基本能够接受的范围内	各评价指标低于行业标准，在各利益相关者不能够接受的范围内

本文鉴于国外与中国实际国情的不同，结合石丽(2014)在对快递企业社会责任测评分析中所列的相关指标和周心（2016）在对煤炭行业上市公司社会责任评价研究中所列举的相关指标，对 5 家上市快递企业（顺丰、申通、圆通、中通、韵达）进行定量分析。本文采用 Clarkson(1995)从企业、股东、员工、供应商、客户和公众利益相关者的角度对企业的社会绩效进行评价，建立了对抗型(Reactive)、防御型(Defensive)、适应型(Accommodative)和预见型(Proactive)的 RDAP 模型[5]的基础上从投资者、员工、消费者、合作伙伴、政府、社会公益和资源环境等七大方面，构建快递企业社会责任评价指标体系（表 3）。

表 3 民营快递行业上市公司社会责任评价指标体系

一级指标	二级指标	指标说明
投资者（石丽，2014、周心，2016 等采用此指标）	净资产收益率	净利润/平均净资产
	资产保值增值率	年末所有者权益/年初所有者权益
	销售净利率	净利润/销售收入
	每股收益	净利润/普通股平均股数
	资产负债率	负债总额/资产总额
	利息支付率	利息支出/年平均负债
	现金流量支付比率	经营现金流量/年平均负债
员工（石丽，2014、周心，2016 等采用此指标）	大专以上学历人员比率	大专以上学历人数/职工总人数
	技术人员比率	科研技术人员总数/职工总人数
	培训经费支出比率	（工会经费+职工教育经费）/营业成本
	工资支付比率	本期已付工资总额/应付工资总额
	员工薪酬增长率	当年员工薪酬增长额/去年员工薪酬总额
	安全生产设备投入率	安全生产费用投资额/主营业务收入
消费者	产品创新投入率	科技创新资本投入量/营业成本
	快件准时送达率	准时送达快件业务/快件业务量
	申诉处理满意率	申诉处理满意数量/有效申诉快件业务量
合作伙伴（石丽，2014、周心，2016 等采用此指标）	应付账款周转率	主营业务成本/应付账款平均余额
政府（石丽，2014、周心，2016 等采用此指标）	营业税金及附加率	营业税金及附加/营业收入
	纳税比率	纳税总额/利润总额
	所得税支付率	上缴所得税/年平均净资产
社会公益（石丽，2014、周心，2016 等采用此指标）	社会捐赠支出率	对社会的捐赠额/营业收入
资源环境（石丽，2014、周心，2016 等采用此指标）	单位成本环保费用支出比率	环保支出/营业成本

（指标资料来源：投资者、员工、合作伙伴、政府、社会公益和资源环境部分参考周心（2016）《煤炭行业上市公司社会责任评价研究》）

2.2 指标说明

本文投资者、员工、合作伙伴、政府、社会公益和资源环境部分参考周心（2016）《煤炭行业上市公司社会责任评价研究》以及上海证券交易所、美国纽约证券交易所等公布的相关公司分类指标，构建投资者、员工、消费者、合作伙伴、政府、社会公益和资源环境等七大方面的指标体系（表 4）。

表 4 民营快递行业上市公司社会责任评价指标体系说明

一级指标说明	二级指标说明	本文选取指标来源
企业对员工的责任	员工是企业重要的人力资本，员工的主动性和创造性影响着企业的生存和发展[13]。快递企业对员工的社会责任指标主要有大专以上学历人员比率、技术人员比率、培训经费支出比率、工资支付比率、员工薪酬增长率、安全生产设备投入率。	企业社会责任报告中选取相关指标
企业对消费者的责任	企业与消费者是一个矛盾的统一体，二者相互依存，相互影响。快递企业对消费者的社会责任指标是产品创新投入比率、快件准时送达率、申诉处理满意率	企业社会责任报告中选取相关指标
企业对合作伙伴的责任。	在价值链管理中，合作伙伴是非常重要的一个环节，企业应与合作伙伴建立长期、紧密的战略合作关系。企业应该秉承公平交易的原则，严格执行合同内容，按合同要求支付货款。快递企业的对供应商的社会责任指标主要选择应付账款周转率。	企业社会责任报告中选取相关指标
企业对政府的责任	在价值链管理中，合作伙伴是非常重要的一个环节，企业应与合作伙伴建立长期、紧密的战略合作关系。企业应该秉承公平交易的原则，严格执行合同内容，按合同要求支付货款。快递企业的对供应商的社会责任指标主要选择应付账款周转率。	财务报表中选取相关指标
企业对社会公益的责任	企业作为社会的一分子，为社会公益事业做贡献是其不可推卸的责任[12]。对于社会公益事业要积极响应参与，支持文化教育事业、福利事业和慈善事业的发展。快递企业对社会公益的社会责任指标主要是社会捐赠支出率。	企业社会责任报告中选取相关指标
企业对资源环境的责任	企业的生存和发展离不开自然环境。企业创造财富的过程一方面需要从自然界获取资源，另一方面也不可避免地向自然界排放各种废弃物。企业对环境负责，首先就要尊重自然，合理利用自然资源；其次要积极开发新技术，提升包装物利用率。	企业社会责任报告中选取相关指标

2.3 样本的选取与数据来源

本文基于上海证券交易所、纽约证券交易所和民营上市快递公司的官方网站，选取截止 2017 年 12 月 31 日，已披露 2015-2017 年上市公司年报和企业社会责任报告的申通快递、顺丰速运、圆通速递、韵达速递、中通速递为样本。

3 研究方法以及过程

3.1 熵权-Topsis 法介绍

熵权-Topsis 法，简称熵权法或熵值法。它作为物理学中的专业方法，现在被广泛用于评价经济事物中。它通过类似于层次分析法的方法，建立一种算法，搜集相关指标数据，并进行运算，得出相关数据结果。相较与层次分析法的主观赋值，它的运算过程更加的主观，故被本文所采用。

3.2 指标标准化与权重确定

3.2.1 指标标准化

在对指标进行计算时，本文拟根据获得的数据，首先利用函数法对指标值进行标准化处理，消除指标间不同量纲和标志水平的影响。

$$r'_{ij}=\frac{(rij-\min\{r1j,\ r2j,\ \ldots\ldots,\ rij\})/}{(\max\{r1j,\ r2j,\ \ldots\ldots,\ rij\}-\min\{r1j,\ r2j,\ \ldots\ldots,\ rij\})}+1,i=1,2,\ldots,n;j=1,2\ldots m \quad (1)$$

其中，r'_{ij} 指调整后数据。r_{ij} 是原始的数据，通过调整，尽量使指标值小于等于 10。

3.2.2 指标权重确定

采用熵权法确定权重的计算过程如下：

1.计算比重 P_{ij}。假设评价指标体系有 m 个待评样本，n 个评价指标，对于某个指标 r_{ij} 在此项指标中所占的比重 P_{ij} 为：

$$p_{ij=rij}/\sum_{i=1}^{m} rij(i=1,2,\ldots,m,j=1,2,\ldots,n) \quad (2)$$

2.计算熵值 E_j，其中，k>0，k=l/ln（m）。

$$E_{j=-k}\sum_{i=1}^{m} P_{ij}\ln P\ ij(i=1,2,\ldots,m) \quad (3)$$

3.计算差异系数 G_j，其中，0≤E_j≤1，所以 0≤Gj≤1。

$$G_{j=i-E_{j(j=1,2,\ldots n)}} \quad (4)$$

4.计算指标权重 ω_j，其中，ω_j 表示指标 j 的熵权，即该指标在指标体系中的权重；Ej 表示指标 j 的熵值。

$$\omega_j = 1-E_j \Big/ n-\sum_{j=o}^{n} E_j * 100 \qquad (5)$$

3.3 数据分析过程

根据 2015 - 2017 年 5 个样本单位的指标值以及熵法判断权重的计算步骤，本文计算的各指标权重如表 5 所示。

表 5 民营快递上市公司社会责任评价指标体系的指标权重结果

指标名称	Ej	k	1-Ej	ω_j
净资产收益率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
资产保值增值率	0.6308	0.9102	0.3692	0.2297
销售净利率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
每股收益	0.6360	0.9102	0.3640	0.2265
资产负债率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
利息支付率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
现金流量支付比率	0.6360	0.9102	0.3640	0.2265
大专以上学历人员比率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
技术人员比率	0.6296	0.9102	0.3704	0.2305
培训经费支出比率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
工资支付比率	0.6308	0.9102	0.3692	0.2298
员工薪酬增长率	0.6354	0.9102	0.3646	0.2269
安全生产设备投入率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
产品创新投入率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
快件准时送达率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
申诉处理满意率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
应付账款周转率	0.6301	0.9102	0.3699	0.2302
营业税金及附加率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
纳税比率	0.6360	0.9102	0.3640	0.2265
所得税支付率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
社会捐赠支出率	0.6320	0.9102	0.3680	0.2290
单位成本环保费用支出比率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265

采用熵值法确定各指标权重后，可进一步计算评价样本的综合得分 Si，计算公式为：

$$S_{i=} \sum_{j=1}^{n} (r_{ij}\, \omega_j) \qquad (6)$$

根据表 2 所得权重，结合 Si 的计算公式，可以计算各样本单位社会责任评价的综合得分。本文在计算综合得分的基础上按年度进行排名，计算结果见表 6。

表 6　五家民营上市快递企业社会责任综合得分表

	2017		2016		2015	
	得分	排名	得分	排名	得分	排名
申通	5.46	1	5.56	1	5.39	2
顺丰	5.35	2	5.54	2	5.62	1
圆通	5.21	5	5.26	4	5.25	4
韵达	5.24	4	5.22	5	5.16	5
中通	5.31	3	5.32	3	5.28	3
平均分	5.31	--	5.38	--	5.34	--

从表 6 可以看出，2015 年至 2017 年大多数企业的社会责任得分处于中间水平，即民营上市快递企业的社会责任评价指标略低于行业标准，但在所有利益相关者可接受的范围，并呈现出先增长再减少的变化趋势。究其原因，从指标体系的角度来看，在构成民营上市快递企业社会责任评价指标的 22 个指标中，投资者、合作伙伴、政府、社会公益、资源、员工、消费者等一级指标都与企业的经济效益相关，企业利润的变化与企业社会责任的履行程度呈正相关（周心，2016）[15]。从企业自身角度来看，对企业社会责任缺乏认识，过度追求利润最大化，忽视企业社会责任受益人的合法权益（陈克军，2011）[16]。

4　结果及讨论

本文采用Clarkson（1995）从企业、股东、员工、供应商、顾客、公众利益相关者等方面来评价企业社会绩效，利用对抗型(Reactive)、防御型(Defensive)、适应型(Accommodative)和预见型(Proactive)建立的RDAP模式[5]的基础上从投资者、员工、消费者、合作伙伴、政府、社会公益和资源环境为输出指标的快递企业社会责任水平评价指标系统。应用熵值法对5家民营上市快递企业进行投入产出进行分析。最后得出以下结论：

第一，民营上市快递公司的整体社会责任水平不高而且不均衡。例如，在客户满意度方面，一些公司可以达到90%，而一些公司则低于60%。

第二，小部分民营上市快递企业具有一贯的企业管理和企业社会责任，并能达到良好的水平。大部分民营上市快递企业公司的业绩和企业的社会责任没有得到充分的评价。他们没有充分认识到企业社会责任对公司长远发展的重要性，导

致大规模投资、员工福利、环境保护和社会贡献分数不高，最终集中在总分上。

5 研究结论及启示

首先，国家层面，应该机出台相应的配套法律法规。新的《电商法》已经生效，相信对于规范电商和快递行业会起到良好的规范和促进作用。同时也应该执法必严、违法必究，遵循市场调节机制。

其次，政府层面，出台相应的激励和惩罚政策，在遵循市场机制的条件下，加强宏观调控。并督促企业履行相观企业社会责任义务，同时鼓励企业多措提高企业社会责任感的事情。

最后，社会层面，公众应该监督快递企业社会责任的履行。积极利用自媒体资源曝光快递行业不好的现象，倒逼快递行业整体企业社会责任升级。

参考文献

[1]2017 年中国快递行业现状及未来发展趋势分析.中国产业信息网.http://www.chyxx.com/industry/201703/503090.html.

[2]智研咨询集团.2016-2022 中国快递市场运营现状及投资策略研究报告[R].智研咨询集团.2017-3.

[3]邮政局网站.国家邮政局公布 2018 年邮政行业运行情况. http://www.gov.cn/xinwen/2019-01/16/content_5358283.htm.2019-01-16.

[4]国家邮政局关于 2018 年 12 月邮政业消费者申诉情况通告. http://www.spb.gov.cn/xw/dtxx_15079/201901/t20190128_1756948.html.2019-01-28.

[5]石丽.快递企业社会责任测评分析[J].经济师,2014(04):76-77+79.

[6]“双 11”暗访快递公司：暴力分拣、野蛮装卸乱象仍存.新闻频道.中华网. https://news.china.com/socialgd/10000169/20171114/31663033_2.html.2017-11-14

[7]唐辰.圆通传“倒闭”,快递业陷困局.销售与管理[J].2017.(3):2-2.

[8]李博.“买买买”再敲绿色警钟.南国博览[J].2017.(11):2-2.

[9]1682 亿的“双十一”网购狂欢背后：快递包装污染惊人.搜狐网.http://www.sohu.com/a/216359734_99955673.2018-01-12.

[10]“双十一”疯狂过后，海量快递包装垃圾何去何从.搜狐社会.搜狐网.http://www.sohu.com/a/205040178_687475.

[11]Bowen, H. (1953) Social Responsibilities of the Businessman. New York: Harper & Row.

[12]陈晶晶.基于财务报告的我国企业社会责任评价模型研究[D].上海:华东师范大学.2010.

[13]李卓奚.食品企业社会责任信息披露水平评价[D].哈尔滨:黑龙江八一农垦大学,2014.

[14]王富喜,毛爱华,李赫龙,贾明璐.基于熵值法的山东省城镇化质量测度及空间差异分析[J].地理科学,2013,33(11):1323-1329.

[15]周心.煤炭行业上市公司社会责任评价研究[J].探索与研究.2016（8）:23-26.2016

[16]陈克军.物流快递公司社会责任研究［J］.物流平台.2011(03):65－66..2011

[18]麦影.基于 DEA 的快递企业社会责任评价[J].物流工程与管理,2012,34(03):129-132.2012

[19]周祖城,王旭,韦佳园.中国企业社会责任信息披露的现状分析与对策思考[J].软科学,2007(04):83-86+90.2007.

[20]LIJIE YANG. Evolution of CSR Concept in the West and China. International Review of Management and Business Research. Vol. 3 Issue.2.pp.819-826. 2017

[21]Schlusberg, M. D. (1969). Corporate Legitimacy and Social Responsibility: The Role of Law. California Management Review, 12(1), 65-76. 1969

[23]Zhu X. The influence of think tanks in the Chinese policy process: Different ways and mechanisms［J］. Asian Survey，2009，49(2) :333－357.2009.

[24]LIJIE YANG. Evolution of CSR Concept in the West and China. International Review of Management and Business Research. Vol. 3 Issue.2.pp.819-826.2015.

[25]Bowen, H. (1953) Social Responsibilities of the Businessman. New York: Harper & R ow.1953.

[26]李杰.CiteSpace 中文版.http://blog.sciencenet.cn/u/jerrycueb.2015.

致　　谢

我花了将近五个月的时间完成这篇论文。在这个充满斗争的过程中，给我的学生生活带来了无限的激情和收获。在写论文的过程中遇到了无数的困难和障碍，在同学和老师的帮助下顺利通过。在学校的图书馆找到的文献信息,图书馆的老师给了我很多技术方面的支持与帮助。特别要感谢我的论文导师张迎新副教授,如果没有她的指导和帮助,对我论文的提出中肯的修改和改进建议,就没有我这篇论文。在此，我要向指导和帮助过我的老师们表示衷心的感谢!

同时，我也要感谢本文引用专著的学者们。没有这些学者研究成果的启发和帮助，我无法完成这篇论文的最终写作。在此，我还要感谢我的朋友和同学，他们在我写论文的过程中给了我很多有用的资料，也在论文排版和写作过程中提供过帮助!人孰无过，由于我的学术水平有限，论文难免有瑕疵，恳请各位老师和同学批评和指正！

附　　录

1.　民营上市快递企业社会责任评价研究数据表

2015年5家上市快递企业单项指标排名

企业名称	投资者		员工		消费者		合作伙伴		政府		社会公益		资源环境	
	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名
申通	1.622363	5	1.494775	3	0.700661	3	0.435287	1	0.685083	5	0.227595	3	0.226495	3
顺丰	1.835149	1	1.503618	2	0.697055	4	0.379837	2	0.693756	1	0.286036	1	0.226544	2
圆通	1.666487	2	1.403725	4	0.695547	5	0.340996	3	0.686534	3	0.227593	4	0.226548	1
韵达	1.65721	3	1.38212	5	2.093263	1	0.281981	4	0.686412	4	0.227593	5	0.226487	5
中通	1.646843	4	1.504154	1	0.705203	2	0.280207	5	0.687842	2	0.227619	2	0.226489	4

2016年5家上市快递企业单项指标排名

企业名称	投资者		员工		消费者		合作伙伴		政府		社会公益		资源环境	
	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名
申通	1.746901	1	1.497335	3	0.709735	2	0.460313	1	0.689561	2	0.23214	4	0.226398	2
顺丰	1.653188	4	1.497734	2	0.706685	3	0.379498	3	0.691275	1	0.381378	1	0.22642	1
圆通	1.648866	5	1.374543	5	0.701597	5	0.39099	2	0.6864	4	0.232148	3	0.226345	5
韵达	1.663534	2	1.417086	4	0.70591	4	0.288624	5	0.686051	5	0.232128	5	0.226374	3
中通	1.655117	3	1.515798	1	0.710693	1	0.296017	4	0.687422	3	0.232163	2	0.226373	4

2017年5家上市快递企业单项指标排名

企业名称	投资者		员工		消费者		合作伙伴		政府		社会公益		资源环境	
	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名
申通	1.645101	1	1.510698	2	0.708463	2	0.460505	1	0.683961	5	0.2273	3	0.226687	1
顺丰	1.642973	3	1.466383	3	0.705313	4	0.351169	3	0.686332	2	0.272084	1	0.226656	3
圆通	1.629493	5	1.375634	5	0.700329	5	0.366028	2	0.686304	3	0.227298	4	0.226632	5
韵达	1.644171	2	1.45872	4	0.707043	3	0.292345	5	0.686007	4	0.227294	5	0.226657	2
中通	1.633471	4	1.526242	1	0.710581	1	0.293855	4	0.688305	1	0.227312	2	0.226655	4

2015-2017年5家上市快递企业单项指标综合排名

企业名称	投资者		员工		消费者		合作伙伴		政府		社会公益		资源环境	
	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名	得分	排名
申通	5.014365	2	4.502808	2	2.118859	3	1.356105	1	2.058605	4	0.687034	4	0.67958	2
顺丰	5.131309	1	4.467734	3	2.109053	4	1.110504	2	2.071363	1	0.939498	1	0.679619	1
圆通	4.944846	4	4.153902	5	2.097474	5	1.098014	3	2.059238	3	0.687039	3	0.679525	3
韵达	4.964915	3	4.257926	4	3.506217	1	0.862951	5	2.058469	5	0.687016	5	0.679519	4
中通	4.93543	5	4.546194	1	2.126478	2	0.870079	4	2.06357	2	0.687094	2	0.679518	5

指标权重三年平均结果				
指标名称	熵值	K	差异系数	指标权重
净资产收益率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
资产保值增值率	0.6308	0.9102	0.3692	0.2297
销售净利率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
每股收益	0.6360	0.9102	0.3640	0.2265
资产负债率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
利息支付率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
现金流量支付比率	0.6360	0.9102	0.3640	0.2265
大专以上学历人员比率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
技术人员比率	0.6296	0.9102	0.3704	0.2305
培训经费支出比率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
工资支付比率	0.6308	0.9102	0.3692	0.2298
员工薪酬增长率	0.6354	0.9102	0.3646	0.2269
安全生产设备投入率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
产品创新投入率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
快件准时送达率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
申诉处理满意率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
应付账款周转率	0.6301	0.9102	0.3699	0.2302
营业税金及附加率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
纳税比率	0.6360	0.9102	0.3640	0.2265
所得税支付率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265
社会捐赠支出率	0.6320	0.9102	0.3680	0.2290
单位成本环保费用支出比率	0.6361	0.9102	0.3639	0.2265

5家民营上市快递企业2015-2017各维度社会责任得分					
	维度	均值	最大值	最小值	标准差
2015	投资者	1.0852	19.1600	0.0001	3.2146
	员工	1.3120	6.7330	0.0000	2.2580
	消费者	0.5335	0.9810	0.0004	0.3567
	合作伙伴	9.4576	17.0874	4.1736	4.9323
	政府	0.4253	1.1900	0.0016	0.3126
	社会公益	0.9845	4.9200	0.0000	1.9678
	资源环境	0.0035	0.0065	0.0013	0.0023
2016	投资者	0.7430	6.9277	0.0000	1.2149
	员工	0.9136	7.8270	0.0000	2.2249
	消费者	0.5563	0.9760	0.0009	0.3626
	合作伙伴	7.8153	13.5312	3.4375	3.7685
	政府	0.1821	0.5497	0.0022	0.1771
	社会公益	1.7408	8.7000	0.0001	3.4796
	资源环境	0.0030	0.0053	0.0008	0.0015
2017	投资者	0.4834	1.5900	0.0002	0.4564
	员工	1.0384	8.9380	0.0004	2.4635
	消费者	0.5678	0.9730	0.0016	0.3687
	合作伙伴	7.7519	14.5661	3.9291	3.8898
	政府	0.1360	0.3970	0.0023	0.1464
	社会公益	0.5745	2.8700	0.0002	1.1478
	资源环境	0.0031	0.0050	0.0015	0.0011
三年平均	投资者	0.7705	9.2259	0.0001	1.6286
	员工	1.0880	7.8327	0.0001	2.3155
	消费者	0.5525	0.9767	0.0010	0.3627
	合作伙伴	8.3416	15.0615	3.8467	4.1969
	政府	0.2478	0.7122	0.0020	0.2120
	社会公益	1.0999	5.4967	0.0001	2.1984
	资源环境	0.0032	0.0056	0.0012	0.0016

5家民营上市快递企业的企业社会责任综合得分表						
	2017		2016		2015	
	得分	排名	得分	排名	得分	排名
申通	5.46	1	5.56	1	5.39	2
顺丰	5.35	2	5.54	2	5.62	1
圆通	5.21	5	5.26	4	5.25	4
韵达	5.24	4	5.22	5	5.16	5
中通	5.31	3	5.32	3	5.28	3
平均分	5.31		5.38		5.34	

2. 民营上市快递企业社会责任评价研究访谈总结

① 请问您们是轮班制吗，有哪几个班，您是上哪一个班，最近能准时下班吗，您每个月休几天假？

② 您月薪多少，包吃住吗，有五险一金吗，年终有额外的奖金吗？

③ 面对即将到来的双11，您公司有做什么具体的准备吗？去年双11您所在的网点有没有出现爆仓的情况。出现爆仓，您这个网点是怎么应对的？

④ 去年双11您们网点有接到顾客投诉吗，接到的投诉量大吗？您们网点是如何解决这个问题的？

⑤ 您们网点每天大概会处理多少个快件？您们在处理寄件服务的时，选用包装物会遵循“宁多勿少”原则吗？您们网点会处理那些废旧包装物吗，具体是怎么处理的？您公司在环保方面有投入吗？

⑥ 您公司有安排过员工培训吗，您们培训的具体内容包含那些方面？您的工服、配送工具是公司提供的吗？

申通快递

答：

① 大家每天都是7点半上班，下午7点下班，最近能准时下班，赶上活动日就不能准时下班，我们每周可以歇一天，都是轮流休的。

② 最低3000.4000，这取决于自己的收件送件量。有员工宿舍，自己也可以租房住，不管吃，有每天10元的饭补。有五险一金，年终业绩优秀的会有一定的奖励。

③ 仓库提前收拾，租临时的仓库点，招收快递员，有意向长期干，有经验者优先。

④ 有接到顾客投诉，这是在所难免的，我们主动联系客户和商家客服，调查是哪个环节出了问题，该处理处理，该赔偿赔偿。

⑤ 我们网店大概有 20 个快递员，每个人每周大概会处理 400-1500 件吧。会的 ，我们会并把顾客的东西尽可能的保证好。我们公司在环保方面有投入，与环保公司有长期的合作关系，那些废旧包装物我们会集中运往环保回收公司处理。

⑥ 有安排过员工培训，内容的话，大概包括服务态度，运件派送处理，包裹派发，公司文化，个人素养等内容。工服是公司提供的，配送工具的话公司有统一的车辆给我们统一解决。

圆通快递

答：

① 我们每天差不多都是 7 点上班，下午 6 点半下班，轮到晚班包裹多的时候时间不定，半夜下班都有，最近能准时下班，没有什么特别大的包裹量，每周都有一天的休息，大家轮着休班。

② 我们有保底工资 3500，另外送件量每单都有提成，往多了挣就得多送包裹。我们公司有住员工宿舍的，有自己租房的也有在自己家住的，公司给我们弄了五险一金，年终的时候都有奖励的。

③ 每年双十一我们就要提前清理出来仓库，也会去临时租一些仓库，不然包裹一来就没地方放，包裹来了也要迅速的送出去，尽量不让包裹耽搁太久，还要招兼职的快递员，手脚快的那种。为了不出现爆仓我们都是加班加点的干，吃的都是泡面矿泉水。

④ 投诉肯定是有的，客户的作息时间都不一样，我们也会忙中出错，但是收到了投诉，店长都会自己来处理，先安抚顾客，然后找解决办法。

⑤ 每天大概 300-1000 这样，分旺季和淡季。包装肯定是要仔细的，不然坏了会被投诉，我们也会尽量的节省包装，现在提倡环保，我们也会有这方面的培训。

⑥ 有的，有安全培训，配送须知这些。安全培训很重要，我们要写培训心得，还要如何处理客户关系这些。工服和配送车是公司发的，也有自己买的，公司也会给我们交通补贴。

顺丰快递

答:

① 大家每天都是 7 点上班，下午 6 点班下班，最近能准时下班，赶上活动日就不能准时下班，我们每周可以歇一天，都是轮流休的。

② 最低 3500 元，这取决于自己的收件送件量。有员工宿舍，自己也可以租房住，不管吃。有五险一金，年终业绩优秀的会有一定的奖励。

③ 仓库提前收拾，租临时的仓库点，招收快递员，有意向长期干，有经验者优先。

④ 有接到顾客投诉，这是在所难免的，我们主动联系客户和商家客服，调查是哪个环节出了问题，该处理处理，该赔偿赔偿。

⑤ 我们网店大概有 25 个快递员，每个人大概会处理 500-1500 件吧。会的 ，我们会并把顾客的东西尽可能的保证好。我们公司在环保方面有投入，与环保公司有长期的合作关系，那些废旧包装物我们会集中运往环保回收公司处理。

⑥ 有安排过员工培训，内容的话，大概包括服务态度，运件派送处理，包裹派发，公司文化，个人素养等内容。工服、配送工具是公司提供的。

韵达快递

答:

① 大家每天都是 7 点半上班，下午 7 点下班，最近能准时下班，赶上活动日就不能准时下班，对于快递员没有休息啊，可以请假，但是没有派件就没有钱呗。

② 基本公司一千，公司和个人各担负一半的保险，就剩 300 多了，再加上每天的送件量然后最低 3500，这取决于自己的收件送件量。有员工宿舍，自己也可以租房住，不管吃，有每天 10 元的饭补。有五险一金，年终业绩优秀的会有一定的奖励。

③ 仓库提前收拾，租临时的仓库点，招收快递员，有意向长期干，有经验者优先。

④ 有接到顾客投诉，这是在所难免的，我们主动联系客户和商家客服，调查是

哪个环节出了问题，该处理处理，该赔偿赔偿。

⑤ 我们网店大概有 20 个快递员，每个人大概会处理 300-1000 件吧。会的 ，我们会并把顾客的东西尽可能的保证好。我们公司在环保方面有投入，与环保公司有长期的合作关系，那些废旧包装物我们会集中运往环保回收公司处理。

⑥ 有安排过员工培训，内容的话，大概包括服务态度，运件派送处理，包裹派发，公司文化，个人素养等内容。工服是公司提供的，配送工具自行解决，这个一般二手电动车三轮车就可以。

中通快递

答：

① 大家每天都是 7 点上班，下午 6 点班下班，最近能准时下班，赶上活动日就不能准时下班，快递员没有假期，中午饭经常在路边吃，可以请假，也是没工资的。

② 最低 3500，这取决于自己的收件送件量。有员工宿舍，自己也可以租房住，不管吃。有五险一金，年终业绩优秀的会有一定的奖励。

③ 仓库提前收拾，租临时的仓库点，招收快递员，有意向长期干，有经验者优先。

④ 有接到顾客投诉，这是在所难免的，我们主动联系客户和商家客服。

⑤ 我们网店大概有 20 多个快递员，每个人大概会处理 400-1000 件吧。会的 ，我们会并把顾客的东西尽可能的保证好。我们公司在环保方面有投入，与环保公司有长期的合作关系，那些废旧包装物我们会集中运往环保回收公司处理。

⑥ 有安排过员工培训，内容的话，大概包括服务态度，运件派送处理，包裹派发，公司文化，个人素养等内容。工服、配送工具是公司提供的。

总结：

这次访谈我采取了匿名访谈的模式，由于访谈对象都是快递员，访谈的时候快递员大都比较匆忙，于是我只提取了其中的重要信息来完成了这次的访谈活动。

此次访谈我主要以我国现有快递公司中的五个知名度较高的快递公司为对

象，以这五个公司的基层快递员进行了问题访谈。问题分为六个，主要包括：

① 请问您们是轮班制吗，有哪几个班，您是上哪一个班，最近能准时下班吗，您每个月休几天假？

② 您月薪多少，包吃住吗，有五险一金吗，年终有额外的奖金吗？

③ 面对即将到来的双 11，您公司有做什么具体的准备吗？去年双 11 您所在的网点有没有出现爆仓的情况。出现爆仓，您这个网点是怎么应对的？

④ 去年双 11 您们网点有接到顾客投诉吗，接到的投诉量大吗？您们网点是如何解决这个问题的？

⑤ 您们网点每天大概会处理多少个快件？您们在处理寄件服务的时，选用包装物会遵循“宁多勿少”原则吗？您们网点会处理那些废旧包装物吗，具体是怎么处理的？您公司在环保方面有投入吗？

⑥ 您公司有安排过员工培训吗，您们培训的具体内容包含那些方面？您的工服、配送工具是公司提供的吗？

第一个问题：就工作时间而言，五家快递公司采用的大部分是轮休值，白班夜班轮着上，有的一星期一换，有的一月一换。上下班时间五家公司都差不多，淡季快件量浮动不大的情况下基本保持在六点到七点之间上班，白班下班在五点至七点，晚班在八点到十点左右，浮动不大。但是据访谈对象所说，凡是双十一，或者节假日这类的物流高峰时期，为了不出现爆仓和配送缓慢等问题，每家公司都是加班加点的干，上下班时间也会有很大改动。

第二个问题：就五家快递公司的薪资方面的状况来看，天津快递员的基本工资保持在三千以上，外加快件量的提成，为了能多赚钱工资，快递员都是通过努力送件来达到。在五险一金方面，只要工龄达到，公司都会给快递员上五险一金，每年的年末都会有相应的奖励。

第三个问题：在双十一的应对方面，快递公司都是采取临时聘请兼职快递员来增加配送效率，临时租用短期仓库来存放快件，然后动员员工，施以相应的奖励来提高员工的工作积极性，让快件尽量不在仓库过夜，出仓后尽快送达客户的手中。一方面是繁重的工作量，一边是公司许以的优厚奖励，双十一期间，快递员都是顶着劳累在快件配送路上挥洒汗水。

第四个问题：此次接触的是快递公司的基层网点，基层网点收到的客户投诉

大部分是快件破损，配送超时，快递员素质问题等等。网点在接到客户投诉后都会由店长来亲自处理，以客户为主要，优先解决问题，赔偿客户等方式来留住客户和守住声誉。

第五个问题：每个快递公司的基层网点每日的快件处理量大概都在 300 到 1500 之间，这个数值会随节假日和电商活动日的到来而变动。快件的包装问题对快递来说也是支出的一大部分，平时快递员在包装快件时，在尽量保护快件的同时也会节省包装物的使用。累积下来的包转物垃圾也有专门的人员处理，或者重复利用以达到环保的目的。

第六个问题：五个快递公司在配送工具和工服的分配上，不约而同的使用了同样的方法，快递员自有工具的公司会有交通补贴，没有自带的快递员公司会以分期或分配的方式来交给快递员使用。快递公司的培训活动比较频繁，总共可以分为技能培训，安全培训，素质培训，额外还有爱国和环保培训等等，可见快递公司对于员工的个人培养还是重视的。

通过这次的访谈活动，我大概了解到了现如今中国快递公司基层网点的运作能力和处理能力。基层快递员这个职业的工作量非常繁重，对身体素质要求比较高，五家公司的基层工作方式也大同小异，没有多大差别。此外，访谈结果与研究结果基本吻合。