

# 新《快递市场管理办法》下中国电商与快递企业协同发展研究

冉千喜

贵州大学管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年4月29日; 录用日期: 2024年5月22日; 发布日期: 2024年8月6日

## 摘要

本文着重研究新《快递市场管理办法》背景下中国电商与快递企业的应对策略, 从供应链管理优化、物流配送方式创新、服务品质提升与顾客满意度增强三个维度出发, 深入探讨了电商与快递企业面临的挑战与机遇。通过对新管理办法主要内容的剖析, 揭示了其对快递行业及电商企业监管体系的完善意义。由于电子商务市场持续扩大与快递物流服务需求增加, 构建协同发展的新型合作关系显得尤为重要。因此, 本文提出了一系列发展对策, 旨在通过这些措施促进电商与快递企业的深度整合, 共同提升服务效率以满足消费者需求, 实现行业的高质量发展。

## 关键词

电商企业, 快递企业, 快递市场管理办法, 协同发展

# Research on the Collaborative Development of China's E-Commerce and Express Delivery Enterprises under the New "Express Delivery Market Management Measures"

Qianxi Ran

School of Management, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 29<sup>th</sup>, 2024; accepted: May 22<sup>nd</sup>, 2024; published: Aug. 6<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

This paper focuses on the coping strategies of China's e-commerce and express delivery enter-

prises under the background of the new Express Delivery Market Management Measures. Starting from three dimensions of supply chain management optimization, logistics distribution mode innovation, service quality improvement and customer satisfaction enhancement, it deeply discusses the challenges and opportunities faced by e-commerce and express delivery enterprises. Through the analysis of the main content of the new management method, it reveals the significance of improving the supervision system of express delivery industry and e-commerce enterprises. As the e-commerce market continues to expand and the demand for express logistics services increases, it is particularly important to build a new type of cooperative relationship for synergistic development. Therefore, this paper puts forward a series of development countermeasures, aiming to promote the deep integration of e-commerce and express delivery enterprises through these measures, jointly improve service efficiency to meet consumer demand, and achieve high-quality development of the industry.

## Keywords

E-Commerce Enterprises, Express Delivery Enterprises, Measures for the Administration of Express Delivery Market, Coordinated Development

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

近年来, 中国电商市场展现出了显著的增长态势。因为国内消费环境的稳步发展以及用户数量的持续增长, 尽管实物商品网上零售额的增速呈现出一定的下降趋势, 但整体市场规模仍在不断扩大。据市场调研统计数据显示, 2023 年中国实物商品网上零售额已达到惊人的 13 万亿元, 同比增速为 8.4% [1], 预示着未来几年内市场规模还将持续扩大。随着电商行业的蓬勃发展, 快递服务作为电商发展的重要基石, 电商企业通过快递服务实现商品的高效送达来确保线上线下的无缝对接, 快递服务的快速性、准确性及安全性为电商业务的顺利开展提供了有力保障。然而, 当前电商行业发展现状亦伴随着诸多挑战[2]。

对于电子商务行业来说, 快递服务对于常规运营以及进一步创新和突破以更好地满足客户需求至关重要。在电子商务行业不断进步和完善的同时, 电子商务与其配套的快递服务之间也出现了矛盾, 需要同时进行更好的监管和规范。由于我国快递系统效率低、管理区域有限、市场变化响应能力差等特点, 不可避免地阻碍了电子商务产业的进一步发展。为了应对这一新挑战, 电子商务和快递企业之间应实现协调与合作, 实现共赢发展。电子商务的快速发展确实为快递行业带来了巨大的机遇, 而快递业又决定了电子商务企业的质量和效率。一方面, 随着消费者环保意识的日益提高, 越来越多的消费者开始关注电商企业的环保表现, 电商业务的快速增长导致快递包装和运输过程中产生的环境问题日益凸显[3]。另一方面, 随着电商市场竞争的加剧, 电商与快递企业面临着提高服务质量的迫切需求。为了应对这些挑战, 交通运输部公布了新修订的《快递市场管理办法》<sup>1</sup>。因此, 电商与快递企业亟需采取措施来应对新快递管理办法的实施以实现可持续发展。

## 2. 新快递管理办法的主要内容

其一, 夯实快递企业总部的统一管理责任。明确快递企业总部对全网统一管理、对分支机构实行

<sup>1</sup> 《快递市场管理办法》(中华人民共和国交通运输部令 2023 年第 22 号), 自 2024 年 3 月 1 日起施行。交通运输部于 2013 年 1 月 11 日以交通运输部令 2013 年第 1 号公布的《快递市场管理办法》同时废止。

统一标准、对寄递安全承担统一责任的制度要求，防止快递企业“以包代管”、放任分支机构违法违规经营。

其二，强调绿色发展原则。相关法规明确规定了经营快递业务的企业必须坚守绿色低碳发展的理念，严格实施生态环境保护责任制度，避免过度包装并有效节约资源。

其三，加强快递服务行为的规制。明确提出诚信经营的原则，规定经营快递业务的企业必须按照法律、行政法规的规定，在门户网站、营业场所公示或以其他明显方式向社会公布其服务事项，并明确服务地域事项的公示或公布要求，同时对企业服务质量和作业规范进行细化规定。

其四，保障快递业务的安全生产和应急管理。明确要求企业切实落实安全生产责任制，保障生产作业场地的安全，加强从业人员的安全培训，并建立维护服务网络稳定的工作机制等。

其五，强化市场秩序管理要求。针对部分快递企业存在的低价倾销、相互串通操纵市场价格、虚构业务进行不正当竞争等行为，细化禁止性规定，明确法律责任。要求快递企业不得超越经营许可业务范围开展经营活动，不得将快递业务委托给未取得快递业务经营许可的企业经营。

其六，严格快递运单及码号管理规定。在销售过程中对快递运单进行统一编号和集中管理，防止快递企业利用运单信息从事违法活动。加强对快递码号资源的管理防止码号资源被非法占用和滥用[4]。

### 3. 电商与快递企业发展困境

中国快递行业的发展相对滞后，其经营理念及多元化服务模式尚待优化。尽管快递服务正逐步向信息化转型，但面对电子商务领域的快速增长，快递服务在效率层面难以匹敌。尤其是快递物流行业的信息化能力，许多新兴企业在这方面显得准备不足，缺乏专业的信息管理系统支持，从而限制了他们准确把握电子商务企业的真实需求。电子商务与快递物流在运作目标与战略导向上表现出差异性，前者聚焦于线上购物的前端服务优化，后者则致力于后端物流配送，这种分工导致双方往往仅关注自身业务范畴，忽略了相互间的利益协同，此乃二者合作初期常见的困境。在物流行业的演进路径中，与电子商务企业的信息共享和系统对接并未达到理想状态，比如货物运输与送达时常出现延误，信息更新不及时，乃至配送服务的时效性欠佳，这些都直接影响到消费者的收件体验，暴露了快递物流效率的短板[5]。

中国互联网用户群体规模巨大，互联网行业的快速扩张为网络购物消费的激增提供了强大的推力，这显著促进了电子商务企业的蓬勃发展。无论是乡村还是边远地区，互联网的普及使得这些区域的居民具备了参与线上购物的条件，进而促使电子商务市场的边界扩展至全国。然而，快递物流行业的网点布局不均衡，导致了我国快递业务在地域上的发展不均，快递物流服务与电子商务活动的匹配度不高。特别是在偏远地区，由于物流基础设施的不完善，快递配送遭遇障碍，影响了服务的有效性。这些地区的消费者常因物流网点缺失、运输成本高昂及配送时间长而倾向于放弃网购，转而偏好成本更为经济的线下购物模式。

进一步分析，我国快递行业尚未建立起有效的资源整合机制，导致物流资源配置效率低下。同时，快递公司与电子商务公司各自的信息系统相对封闭，缺乏即时的数据交换与沟通渠道，双方之间的信息不对称问题突出，既难以明确市场需求的真实状态，也难以提供充分匹配的服务供给，形成了需求认知模糊与服务供给不足的双重难题。因此，构建集成化的物流资源管理体系，以及促进电子商务与快递物流之间无缝的信息交互平台，成为了提升整个供应链效能、解决现存矛盾的关键所在[6]。

我国电子商务交易主要体现为机构对个人(B2C)和个体间(C2C)的商业模式，其特征包含订单量小、频次高、发货点分散、配送目的地多样且广泛，这无疑加剧了物流配送在实现区域集中化、规模化方面的难度。鉴于电子商务与快递物流行业未能充分利用各自的优势资源，提供的服务难以满足合作方及终端用户的期望，双方难以建立长期稳定的伙伴关系。因此，探索如何深度整合电子商务与快递物流的资

源, 优化服务模式, 以提升客户满意度, 成为当前亟待解决的问题[5]。

#### 4. 新管理办法下电商与快递企业发展对策建议

协同发展是促进电商与快递物流行业发展的核心要素, 而建立稳固的互信机制则是双方企业实现合作的基石, 它直接关乎合作的持续性和质量。因此, 构建一个以信任为核心的合作框架显得尤为重要, 电商和快递物流企业可以通过协同经营、并购重组等形式实现资源和优势的互补。提升违背信任的成本及强化违规惩罚措施, 可以迫使企业因考虑财务成本而自觉遵守承诺, 故建议建立违约赔偿机制, 对不守信行为予以惩戒, 以此激励企业遵循诚信原则, 共同努力完善社会信用体系。通过法律与信任机制的结合, 为电商和快递物流企业的协同发展提供保障, 营造一个诚信正直的运营环境。同时, 建立全面的内部协调机制, 推行智能仓储技术、拓展服务链条、优化供应链管理模式的创新策略, 以整合并高效利用资源, 提升协同作业的效率。加强电商与快递物流行业的沟通协调, 主动识别并有效管理风险, 是进一步促进双方合作顺畅发展的必要条件。

信息共享是影响电子商务企业与快递物流企业融合发展的关键因素, 电商企业通过共享平台实时掌握货物的配送情况可以优化配送路线来减少运输时间并提高运输效率, 共享物流模式还通过合理安排运输任务提高车辆的利用率来降低空驶率进而减少运输成本, 以物联网、云计算、区块链技术为契机, 建立更为现代化与标准化的信息共享中心, 实现实时信息共享与更新, 改进彼此间合作模式来降低成本。但是电商企业与物流公司在合作过程中应签订合作协议、明确各自的权利和义务、共同制定运输计划以及分享物流信息从而实现资源的共享和优化配置, 还需加大对基础设施建设层面投资, 完善运输网络体系, 提高配送质量。电商企业应构建与快递公司之间的有效沟通机制从而确保双方能够及时、准确地了解服务过程中出现的问题并共同商讨切实可行的解决方案, 在商品销售过程中积极收集消费者的反馈意见对服务不足之处进行深入分析并采取有效措施进行改进以满足消费者的多样化需求。电商企业应积极与其他企业或物流公司展开合作建立共享物流平台来保证各方可以共享物流资源从而实现货物的共同配送[6]。

党的二十大指出, 绿色是高质量发展的底色[7]。电子商务企业和快递企业在实现自身绿色低碳、节能增效优势的基础上, 通过广泛带动作用以促进形成绿色生产生活新方式。为了加速电子商务行业的绿色低碳创新步伐, 电商企业和快递企业应积极响应绿色低碳发展趋势, 内化绿色发展理念, 积极履行环境保护的社会责任, 并提升自身绿色创新能力。企业应建立健全绿色运营机制, 加速节能环保技术与装备的普及应用, 加速数据中心、仓储物流设施及产业园区的绿色转型, 持续强化节能减排工作。同时, 电商企业应加强产业链上下游的协作, 与快递企业共同应对塑料包装问题, 推广绿色包装标准与技术, 减少包装物料的使用, 采纳环保包装材料, 以及在快递物流领域实行包装减量, 推动快递包装绿色供应链管理, 加速标准化物流周转箱的推广使用, 以促进包装的减量化、标准化和循环再利用[8]。电商平台应承担起绿色管理的责任, 完善有利于可持续发展的平台规则, 引领绿色生产和消费模式的形成。此外, 构建一个涵盖设计、生产、销售、使用、回收及循环各阶段的绿色包装标准体系, 加速实施快递包装绿色产品认证机制。最后, 大力发展并规范二手电商平台, 利用电子商务平台促进闲置物品的流通与资源的循环再利用, 是实现绿色发展目标的又一重要途径。

构建一支高水平且实用的人才队伍是电子商务与快递物流行业发展的核心驱动力。企业应当致力于吸纳电子商务与快递物流管理及服务领域的高级专业人才, 同时, 与高等教育机构建立合作伙伴关系, 共同创建实习实训基地, 以此促进教育与产业的深度融合, 培养这两个行业的顶尖人才。这一策略旨在有效缓解当前面临的高素质人才短缺挑战, 推动电子商务与快递物流两大行业的协同式高质量发展。通过这种产学研紧密结合的方式, 不仅能够提升人才的专业技能和实践能力, 还能促进理论知识与实际操

作的有机结合，为行业的可持续发展奠定坚实的人力资源基础。

## 5. 结论

新《快递市场管理办法》的出台对中国的电商与快递企业提出了新的要求与挑战，同时也孕育着前所未有的发展机遇。面对快递物流行业存在的资源整合效率低、信息孤岛现象严重、服务匹配度不高等问题，以及电子商务与快递服务协同发展中存在的信任缺失、绿色转型压力等困境，本研究提出了一系列针对性的发展对策。电商与快递企业在新管理办法的指导下，应通过建立信任机制、信息共享、绿色转型和人才培养等策略，实现资源的高效整合与服务模式的创新，从而促进双方的协同发展，共同提升服务质量与顾客满意度，最终推动整个电商与快递物流行业的高质量发展。

## 参考文献

- [1] 国家统计局. 2023年12月份社会消费品零售总额增长7.4% [EB/OL]. 2024-01-17. [https://www.stats.gov.cn/xgk/sjfb/zxfb2020/202401/t20240117\\_1946631.html](https://www.stats.gov.cn/xgk/sjfb/zxfb2020/202401/t20240117_1946631.html), 2024-04-10.
- [2] 徐娜. 新发展格局下促进我国电商可持续发展路径分析[J]. 商业经济研究, 2024(7): 113-115.
- [3] 谢佳君. 考虑第三方物流的社区电商绿色供应链决策分析[D]: [硕士学位论文]. 广州: 华南理工大学, 2022.
- [4] 朱贝特. 新版《快递市场管理办法》3月1日起施行[J]. 中国物流与采购, 2024(2): 15.
- [5] 季浩洋. 电子商务与快递物流协同发展分析[J]. 内蒙古科技与经济, 2023(7): 88-90.
- [6] 梁雯, 柴亚丽. 电子商务与快递物流企业联动发展行为研究——基于动态博弈视角[J]. 贵州大学学报(社会科学版), 2019, 37(4): 47-57.
- [7] 刘耀彬, 傅如毅, 肖小东. 绿色高质量发展的逻辑、框架与路径——基于人与自然和谐共生现代化的视角[J]. 兰州大学学报(社会科学版), 2023, 51(2): 1-8.
- [8] 赵茗婉. 绿色包装对消费者购买意愿的影响研究——以J企业为例[D]: [硕士学位论文]. 上海: 东华大学, 2023.