

京东商城逆向物流服务管理质量的发展与对策研究

吴高丽

贵州大学管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月14日; 录用日期: 2025年10月29日; 发布日期: 2025年11月21日

摘 要

如今, 随着互联网、电子商务的快速发展, 使用网络购物已逐渐成为人们日常生活中必不可少的工具。然而, 由于网购规模的快速增长以及其他因素的影响, 中国消费者对退货物流服务的需求日益增长, 对退货物流服务的要求也越来越高。本研究以京东商城为研究对象, 借鉴服务质量等相关理论以及逆向物流特点与概念, 构建京东商城逆向物流的评价指标体系, 以此设计调查问卷, 深入分析京东商城的基本情况、逆向物流模式以及顾客投诉等状况, 针对存在问题提出相应的发展建议, 并为其它企业逆向物流服务管理提供借鉴。

关键词

电子商务, 逆向物流, 物流服务, 管理质量

Research on the Development and Countermeasures of Reverse Logistics Service Management Quality in JD Mall

Gaoli Wu

School of Management, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 14, 2025; accepted: October 29, 2025; published: November 21, 2025

Abstract

Today, with the rapid development of the internet and e-commerce, online shopping has gradually become an indispensable tool in people's daily lives. However, due to the rapid growth of online

shopping scale and the influence of other factors, Chinese consumers' demand for return logistics services is increasing, and their requirements for such services are also becoming increasingly stringent. This study focuses on JD Mall as its research subject. Drawing upon theories related to service quality and the characteristics and concepts of reverse logistics, it constructs an evaluation index system for JD Mall's reverse logistics. Based on this system, a survey questionnaire is designed to conduct an in-depth analysis of JD Mall's basic situation, reverse logistics model, and customer complaint status. Developmental suggestions are proposed to address existing issues, providing reference for reverse logistics service management in other enterprises.

Keywords

E-Commerce, Reverse Logistics, Logistics Services, Quality Management

Copyright © 2025 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,得益于网络信息技术和国家政策的快速发展,电子商务已成为我国快速发展的一种新的商业模式。电子商务的广泛应用,已经显著改变了主流消费者的消费习惯。据第55次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2024年12月,我国互联网普及率达78.6%,网络购物用户规模高达11.08亿。然而,网上购物的虚拟性和信息性导致消费者的期望与商品的实际情况之间存在差异,由此容易造成消费者投诉消费平台以及退换货等现象增多。依据“电诉宝”这一知名网络消费纠纷调解平台数据显示,在2024年,投诉数量继续增加,网上购物的申诉数量达到46.31%,比例最高,比去年上涨3.53%。在与退换货物流相关的投诉中,退款投诉占比位居榜首,售后服务、退换货难、客服问题等也位居前十。上述问题不仅使消费者失去购买欲望,还导致买卖双方产生纠纷,对电子商务的发展造成一定的影响。商家的退换货策略是消费者做出购买决策时需要考虑的重要因素。优质的逆向物流服务需要消除顾客对产品的疑虑,并基于顾客的真实评价来优化产品和服务,这样才能更好地满足顾客的需要,从而提高企业的竞争能力。

目前,国内外有较多学者涉及了退货逆向物流的研究。从国外来看,R.P [1]等考虑到全球电子商务平台的发展加快了产品退货量的增长趋势,提出了一个处理电商退货的三阶段循环逆向物流框架,有助于电商企业的决策者在处理产品退货的同时,拥抱循环经济,优化逆向物流网络。Beloor [2]等提出有效的逆向分配策略可以获得可观的投资收益,极大地增加市场竞争的观点。Amila [3]等提出了一种优化退货管理的逆向物流网络模型,为电子商务企业优化逆向物流网络和利用合作伙伴网络进行产品退货综合决策提供了指导。从国内来看,初良勇[4]等在考虑退货不确定性的情况下,建立了多层次多站点的混合整数规划模型,最后设计出双染色体编码的遗传算法进行求解。鲁丹[5]以淘宝为例,研究其退货逆向物流服务现状及存在问题,并给出相应的改进方案。李莹[6]分析了拼多多逆向物流的现状,并提出了完善逆向物流服务体系等措施。管利娜[7]从产品退货的角度对库存控制和订货策略模型做出相关研究,建立了不考虑退货信息的三种处理模型。岳瑾晶[8]深入研究京东商城的退货物流模式,分析相关问题,提出了改善对策。崔睿玲[9]指出电商企业在逆向物流中存在的问题,并以天猫公司为例,针对其存在的问题,提出了相应的优化对策。

综上所述,关于退货逆向物流特别是电商平台的相关研究已经取得较大进展,这些都将成为进一步

研究的基础。但多数研究侧重于企业运营效率与成本控制,主要关注问题描述与对策建议,缺乏对消费者体验的系统衡量,尤其缺乏面向电商平台的、可量化评估的逆向物流服务质量指标体系。本文旨在以京东商城为例,在现有文献的基础上,借鉴服务质量等相关理论,建立京东商城逆向物流的评价指标体系,以此设计问卷,找出京东商城在退货逆向物流方面的不足,并提出相应的对策,为其它企业逆向物流服务管理提供借鉴。

2. 京东商城逆向物流服务管理质量的发展现状

2.1. 京东商城基本情况

2004年,京东集团开始开展电子商务业务。该集团以供应链为基础,业务涉及零售、物流、制造与开发、工业、自有品牌和国际等多个行业。2022年9月,京东登上2022中国民营企业500强榜首,同时也是榜单中员工人数最多的企业。据京东财报年度报告显示,2024年京东商城总营收达到1.15万亿元,较去年同期增长了6.8%,近几年实现了营收的稳步增长,如图1。

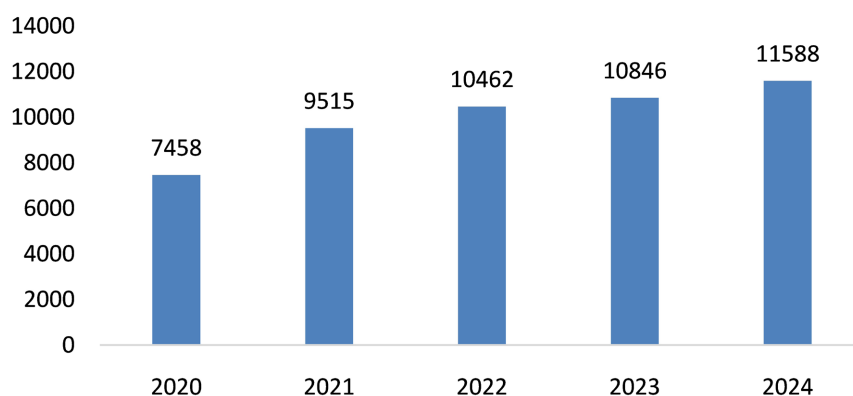


Figure 1. JD Mall total revenue (Unit: RMB billion)

图1. 京东商城总营收(单位: 亿元)

2017年4月25日,京东正式成立物流子集团。通过与各相关企业合作,旨在降低物流成本,提高物流效率,创造更好的用户体验,为消费者提供专业的电子商务物流服务。京东物流将提供正反向一体化服务,包括物流技术服务,跨境物流服务,和快递快运服务等。同时,公司积极整合各领域资源,大力推进智慧物流网络建设,使之成为中国经济的核心服务商。

2.2. 京东商城逆向物流服务管理质量现状

2.2.1. 京东商城逆向物流模式

京东商城的逆向物流体系由京东供应链、在线商城以及逆向物流管理体系三大核心模块构成。其中,京东供应链负责实物的运输,在线商城负责资金流的运作。信息流则在这两者之间发挥着桥梁作用,确保双方信息的及时沟通与共享。这一供应链的基础结构由消费者、京东、产品供应商以及第三方物流共同构成。根据图2所示,京东商城的退货流程如下:顾客如对商品不满意,可在京东网上商城退货或退款。如未按照指定条款退货或退款,商家不承担退货或退款责任。在完成所有申请并通过卖家审核后,用户必须在平台后台输入退货信息详情。随后,京东工作人员将接收货物(客户也可自行邮寄货物)。在邮寄过程中,运费由买家支付,如无运费险,买家不负责补偿运费。收到货物后,卖家核实无误后将款项转回买家账户,或另行支付货款。顾客可在京东商城的售后服务平台,查看退货物流各个环节的进度。

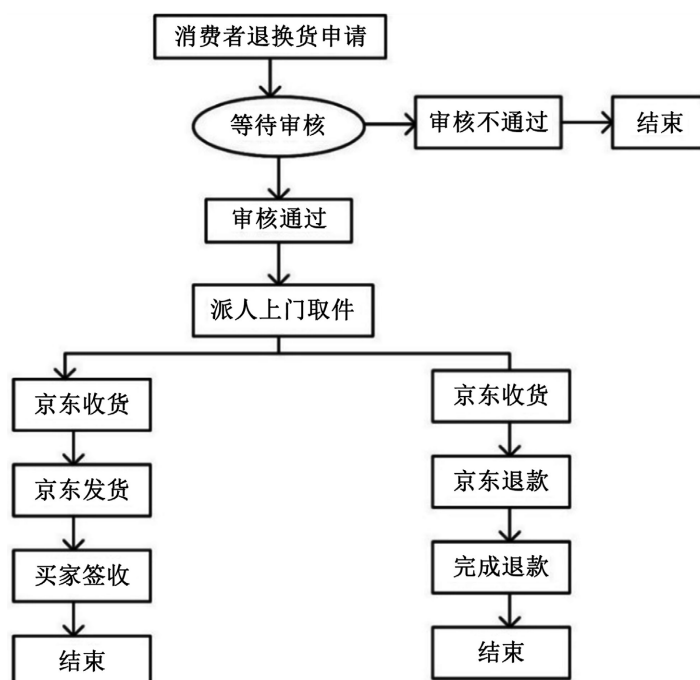


Figure 2. JD Mall return process flowchart

图 2. 京东商城退货流程图

2.2.2. 基于爬虫数据的京东商城逆向物流服务管理质量现状

逆向物流这一环节复杂多变，管理得当可以降低成本，提高客户满意度。京东作为全国性的电商巨头，至今尚未实施完善的逆向物流体系，由此引发了大量投诉，其中大部分是由客户不满引起的。为了更好地保护消费者权益，新浪建立了黑猫投诉平台，用户可以对不合格商品或服务进行投诉，平台有专门的工作人员负责处理和相关的争议，从而保护消费者的利益。本文借助“八爪鱼”数据爬虫软件，在黑猫投诉平台上搜索关于消费者对京东商城退货逆向物流的投诉数据，以消费者的投诉标题、投诉时间、投诉内容和投诉要求为目标获取字段，获取京东商城以往收到的投诉，以此了解京东商城逆向物流服务管理质量的现状。其中部分数据如图 3 所示。

从投诉内容来看，京东逆向物流服务暴露出的问题主要集中在：客服态度不佳、商家拒退拒赔以及退货政策中的不合理条款。对于这些高频问题进行统计与排序，可以直观地看出京东商城逆向物流服务管理质量的现状，如图 4 所示。

根据上述分析与描述，可以发现消费者对京东商城的逆向物流服务存在多方面不满。综合当前服务状况总结得出：

(1) 在服务可靠性与便利性方面，京东商城已将退货期限从 7 天延长至 15 天，这一政策在一定程度上提升了消费者的满意度。然而，由于当前退货流程尚未实现标准化，导致退货商品积压，成为京东亟需解决的关键问题。该现象不仅影响整体供应链效率，也反映出逆向物流模式中尚存在诸多待优化环节。此外，部分商家未能严格遵守平台规定，设置不合理退货门槛，甚至拒绝退款退货，加之各店铺之间退换货标准不一，进一步加大了消费者的退货难度。

(2) 在沟通质量与移情性方面，京东平台虽设有智能客服与人工客服，但缺乏具备专业退货管理能力的人才。部分客服人员在面对消费者诉求时，服务态度不佳、专业素养不足，且未能充分重视顾客权益，导致消费者投诉客服的情况时有发生。

投诉标题	时间	投诉内容	投诉要求
京东不给退货	2024-02-27 于黑猫投...	在京东夺宝岛, 购买一部手机, 4457元, 苹果14 订单...	[投诉要求]退货退款,改善服务
京东无法退货	2024-03-08 于黑猫投...	自营店东西, 购买有质量问题退货还连带退、取消不能...	[投诉要求]退货退款,赔偿,作出处罚
京东物流快递员拒绝送货, 且撒谎说客服...	2024-02-24 于黑猫投...	我在2024年2月23号京东商城app, 永福康京东自营旗...	[投诉要求]赔偿解释,改善服务,要求物流如...
京东苹果自营旗舰店拒绝履行七天无理由...	2024-03-13 于黑猫投...	3月11日我在苹果京东自营旗舰店购买的苹果15Pro撕...	[投诉要求]退货退款
商家拒绝七天无理由退货, 平台和稀泥	2024-03-10 于黑猫投...	京东买东西的页面, 和售后页面都写的支持7天无理由...	[投诉要求]解释,退货
京东霸王条款	2024-03-18 于黑猫投...	购买时商家同意超出时间商品未拆封可以退货, 但是在...	[投诉要求]退货退款
商家不给退货退款	2024-02-02 于黑猫投...	我先跟京东客服沟通的问题, 京东客户期初给出的解决...	[投诉要求]退货退款
买到三无产品, 要求退货退款, 京东不处...	2024-03-12 于黑猫投...	在京东买的三无产品, 在接受京东方案后京东专员处理...	[投诉要求]退货退款,作出处罚
商家不给退货退款	2024-02-02 于黑猫投...	我先跟京东客服沟通的问题, 京东客户期初给出的解决...	[投诉要求]退货退款
京东虚假宣传不给退货	2024-02-04 于黑猫投...	在京东买的手机京东不给退货, 客服服务态度还差	[投诉要求]退货退款
售后退货时间过长	2024-03-13 于黑猫投...	在京东下一块手表, 在购买时承诺7天无理由退货, ...	[投诉要求]退货退款
商家拒绝七天无理由退货, 平台和稀泥	2024-03-01 于黑猫投...	在京东商城买了件羽绒服, 23年12月15日下的单,几天...	[投诉要求]解释,退货
投诉京东商城发错货想要消费者承担换货...	2024-03-11 于黑猫投...	2月27日在京东商城购买的图书, 因欠缺我需要的图书...	[投诉要求]退货退款
未按约定履行7天无理由退货	2024-03-13 于黑猫投...	京东商城未按规定履行7天无理由退货, 未拆商品自身...	[投诉要求]退货退款
京东买到三无产品纠纷单要求退货退款, ...	2024-03-12 于黑猫投...	在京东买的三无产品, 在接受京东方案后京东专员处理...	[投诉要求]退货退款,作出处罚
小米摄像头退货后说有磨损不给退款	2024-03-08 于黑猫投...	在京东小米京东自营旗舰店购买的摄像头. 夜间黑脸脸...	[投诉要求]退货退款

Figure 3. Selected consumer complaint data for JD Mall
图 3. 京东商城部分消费者投诉数据

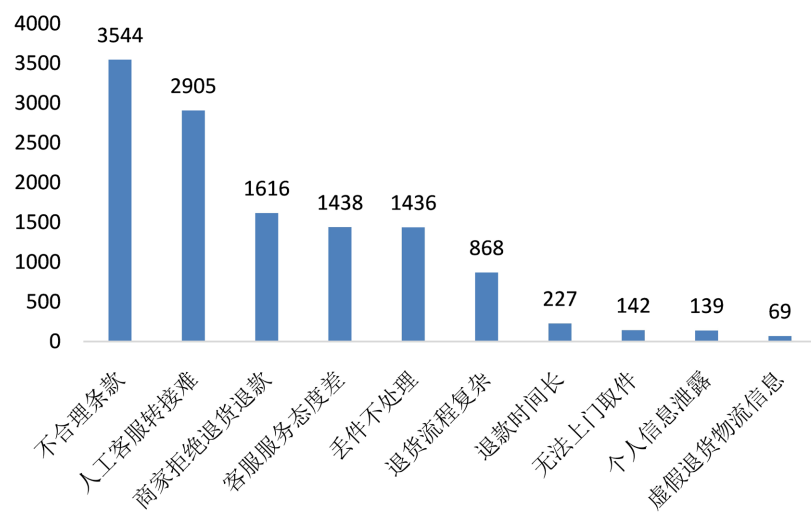


Figure 4. Statistics chart of high-frequency complaints on JD Mall
图 4. 京东商城高频投诉问题统计图

(3) 在信息质量方面, 京东商城主要采用京东快递及与第三方物流合作的配送方式, 整体配送效率较高。然而, 由于平台难以对退货物流全流程实施直接管控, 难以确保服务的准确性和时效性。同时, 退货物流信息更新滞后, 对运输途中破损或丢失商品的追踪能力较弱, 导致在退货过程中出现货损或遗失时, 责任难以清晰界定。

作为大型网络购物平台, 京东目前尚未建立一套完善且可操作的逆向物流服务管理质量评价体系。随着退货量激增, 不仅造成企业销售收入下降, 商品损耗也在不断侵蚀利润空间。因此, 构建并实施针

对逆向物流的服务质量评价体系，对京东而言尤为必要。该体系有助于京东更好地响应消费者需求，规范并简化退货流程。同时，通过标准化的评价指标，管理层可及时发现服务中存在的问题及其成因，并迅速采取改进措施，从而提升逆向物流服务管理质量，增强京东在该领域的综合竞争力。

3. 京东商城逆向物流服务管理质量评价指标体系与问卷设计

3.1. 京东商城逆向物流服务管理质量评价指标体系构建

本文依据系统性、科学性和可操作性相结合的原则，考虑每个可能影响到消费者服务质量感知的因素，从京东商城逆向物流全过程来选取评价指标。

基于消费者角度，顾客接收到的商品质量好坏无法确定，因此逆向物流发起的时间地点和产生的原因具有很大的不确定性。如果顾客决定退货寄件，则应制定详细易懂的退货策略，并在退货时间和方法上提供灵活性，以避免顾客产生不满。此外，消费者对退货逆向物流的选择与平台提供的物流信息服务关系更为密切。逆向物流信息更新的及时性和准确性、客服人员的及时沟通等都对消费者的满意度有很大影响，并进一步影响消费者的消费决策。因此在指标体系设计中考量沟通质量、信息质量以及便利性这些维度是很有必要的。基于电商平台商家角度，商家对退货及消费者退货申请的处理方式，对消费者整体逆向物流服务过程中的情感的沟通传递，以及对消费者返件的配送方式选取和物流信息的反馈，这些相关的物流服务在一定程度上影响消费者的体验满意度及复购决策。因此，从整体层面考虑逆向物流过程，根据各个环节的实际情况，选取可靠性和移情性这两大维度去评价京东商城逆向物流服务质量是很有必要的。

基于以上的分析，可以得出物流服务的品质对顾客的复购率有很大的影响，所以，应该从顾客的需要出发，将重点放在客户最关心的物流相关业务及服务环节。本研究结合 SERVQUAL 和 LSQ 模型，从沟通质量、信息质量、可靠性、便利性、移情性这 5 个维度构建指标体系，其中二级指标的设置参考现有研究中提及次数较多且合适的指标[10]-[12]。具体指标设置如表 1。

Table 1. Evaluation indicators and explanations
表 1. 评价指标与说明

维度	指标	指标说明
沟通质量	沟通及时	当顾客要求退换货或退换货问题时，服务人员会迅速作出回应，并提供相应的对策
	沟通态度	当客户出现需要退货的时候，客服人员可以很有耐心、礼貌、热情的回答客户的问题
	沟通渠道	消费者想要退货时，可以通过平台上的各种途径，轻松快速地与卖方取得联系，让双方能够达成协议
	沟通智能性	智能客服可以对顾客提出的问题进行精确的回答，对无法解决的问题能及时自动转人工服务
信息质量	退货物流信息准确性	平台上的退货物流信息准确可靠
	退货物流信息可追溯性	平台可以记录存储逆向物流的全部数据
可靠性	退货政策合理性	平台上有关于退货的相关政策，对退货的规则、流程、退费流程及特殊情况进行解释说明
	退货费用经济性	消费者退货收费合理，不存在服务人员乱收费的现象
	退货处理响应速度	卖家需要对顾客在任一环节发起的退货申请进行迅速处理
	退货承诺可靠性	平台是否严格执行约定的退货政策，是否会随意变更退货保障承诺
	货物安全	如果产品在退货过程中丢失或损坏，或者物流细节有误，客户服务可以妥善解决

续表

便利性	退货寄件时间灵活性	可以根据消费者的时间安排提供不同时间的退货物流服务
	退货物流寄件方式多样性	为客户提供多种退货方式，如上门取件、自寄、指定物流公司等
移情性	退货流程便捷性	平台退货流程简捷、高效
	主动提醒服务	顾客提出退货要求后，客服人员会自动提示退货地址，退货时限等有关问题
	会员等级专享特权	根据客户的信誉程度和消费情况，商家可以提供一些特殊的服务，如快速退款，快速响应，退货保证等
	优先考虑客户权益	商家处理顾客退货时，能够优先考虑顾客的需求与利益

3.2. 问卷设计与数据收集

3.2.1. 问卷的设计

问卷调查包含三个部分，分别是标题、信息说明和正文。其中，标题就是调查的题目，信息说明是向受访者详细介绍问卷的相关内容。这份文件承诺，所有调查数据仅会用于科学研究，同时会严格保护受访者的个人资料，确保其信息安全。问卷的主要内容由两部分组成：首先是基本信息。本次问卷的受访者要求曾在京东商城购物并有过退货经历，其次为了保证收集到的数据具有可靠性，为后续分析提供客观合理的依据，对有上诉经历的顾客询问他们的性别、年龄段、受教育程度、网购年龄等特征；其次是退货逆向物流服务质量感知评价项。问卷的问题由上一节构建的评价指标体系下的 17 个二级指标转化而成，问卷的问题采用李克特 5 级量表，将评价等级设置为：非常满意、满意、一般、不满意和非常不满意。以此收集京东商城消费者退货逆向物流服务感知数据。

3.2.2. 问卷数据收集与统计

本次问卷调查将以网络问卷的形式发放。为保证抽样的随机性，同时避免地域性因素对调查结果产生影响，问卷将在全国范围内开展线上收集工作，以此提升调查结果的全面性与客观性。本次调查通过微信、小红书、问卷星等平台进行，共发放 291 份问卷，问卷是否有效的筛选条件为顾客是否体验过京东商城逆向物流服务，最终收回有效问卷 261 份。具体数据如表 2 和表 3。

Table 2. Descriptive statistics of sample data
表 2. 样本数据描述性统计

指标	类别	频数
性别	男	113
	女	148
年龄	20 岁以下	21
	20~30 岁	136
	30~40 岁	53
	40 岁以上	51
受教育程度	初中及以下	72
	高中	76
	大专	58
	本科及以上	55

续表

网购年龄	1 年及以下	5
	1~2 年	16
	2~3 年	33
	3 年以上	207
月收入	1000 元以下	21
	1000~3000 元	56
	3000~5000 元	106
	5000 元以上	78

Table 3. Summary of questionnaire data
表 3. 调查问卷数据汇总

二级指标	很满意	满意	一般	不满意	非常不满意
沟通及时	101	103	21	16	20
沟通态度	95	101	23	30	12
沟通渠道	98	102	26	21	14
沟通智能性	94	101	18	25	23
退货物流信息准确性	99	103	18	23	18
退货物流信息可追溯性	99	105	20	25	12
退货政策合理性	96	106	20	21	18
退货费用经济性	93	107	25	19	17
退货处理响应速度	120	96	20	24	19
退货承诺可靠性	95	110	17	19	20
货物安全	98	100	21	24	18
退货寄件时间灵活性	103	91	26	21	20
退货物流寄件方式多样性	103	94	22	28	14
退货流程便捷性	97	104	18	25	17
主动提醒服务	105	89	29	22	16
会员等级专享特权	95	107	20	23	16
优先考虑客户权益	94	97	92	28	13

3.2.3. 问卷信度与效度分析

为保障数据可靠性，本研究对问卷进行了信度检验，详细结果见表 4。本文引入 Cronbach’s α 系数作为信度评估的衡量标准。该系数的取值范围为 0 至 1，系数值越趋近于 1，表明问卷的信度越高。根据结果所示，本研究所使用的问卷的 Cronbach’s α 系数超过了 0.7 的阈值，这充分证明了问卷结果具备较高的总体信度和一致性。因此，本研究所收集的数据是可靠且有效的。

Table 4. Reliability analysis table
表 4. 信度分析表

维度	Cronbach's α 系数	
沟通质量	0.828	0.948
信息质量	0.652	
可靠性	0.839	
便利性	0.72	
移情性	0.771	

此外，表 5 显示出调查问卷数据的效度检验。其中，KMO 值为 0.972，大于一般标准值 0.8；Bartlett 球形度检验 P 值也小于 0.05。数值均通过检验，说明问卷的结构效度良好。

Table 5. Validity analysis table
表 5. 效度分析表

KMO 和 Bartlett 的检验		
KMO 值		0.972
Bartlett 球形度检验	近似卡方	2560.503
	Df	136
	P 值	0.000

4. 京东商城逆向物流服务管理质量评价与问题分析

4.1. 京东商城逆向物流服务管理质量评价

为了全面评估京东商城逆向物流服务质量，本文从沟通质量、信息质量、可靠性、便利性和移情性五个维度进行综合评分计算。由于评价项目的差异性和各个评价标准的异质性，即使同一人在不同时间对同一指标进行评价，结果也可能不同，从而导致评价结果存在一定的模糊性。鉴于这种模糊性，本研究选择了模糊综合分析法作为评价方法，它能有效捕捉评价目标的模糊性，突出多层次指标之间的复杂关系。同时，为了克服人为主观因素对评价结果的潜在影响，本研究还采用了熵权法，将定性指标转化为定量指标，从而提高了评价的客观性和准确性。因此，本研究采用熵权-模糊综合评价法[13]建立京东商城逆向物流服务质量评价模型。该方法的基本步骤是：首先，采用熵权法来确定每项指标的权重和相对权重。再根据评价指标的隶属程度，构造出模糊关系矩阵。然后通过合成运算，得到各评价指标的模糊综合评价结果。最后根据评语集计算得出京东商城逆向物流服务质量各个指标的综合得分。最终得分如表 6 所示。

Table 6. Evaluation scoring table
表 6. 评价得分表

维度	权重	得分	二级指标	相对权重	得分
沟通质量	0.2379	78.15	沟通及时	0.2534	79.08
			沟通态度	0.2239	78.16
			沟通渠道	0.2182	79.08
			沟通智能性	0.3046	76.70

续表

信息质量	0.1098	78.96	退货物流信息准确性	0.5498	78.54
			退货物流信息可追溯性	0.4502	79.46
可靠性	0.3025	79.78	退货政策合理性	0.1958	78.47
			退货费用经济性	0.1867	78.39
			退货处理响应速度	0.2106	85.13
			退货承诺可靠性	0.2032	78.47
			货物安全	0.2037	78.08
便利性	0.1808	78.35	退货寄件时间灵活性	0.3590	78.08
			退货物流寄件方式多样性	0.3114	78.70
			退货流程便捷性	0.3297	78.31
移情性	0.1690	83.06	主动提醒服务	0.3412	78.77
			会员等级专享特权	0.3334	78.54
			优先考虑客户权益	0.3254	92.18

4.2. 京东商城退货逆向物流服务质量存在问题分析

据上述计算，京东商城逆向物流服务质量一级指标得分的情况如下：沟通质量得分 78.15，信息质量 78.96，可靠性 79.78，便利性 78.35，移情性 83.06。京东商城逆向物流服务质量最终的综合得分为 79.60，较满分还有一定的距离。其中，沟通质量、信息质量和便利性这三个维度得分较低，说明消费者对京东商城这三个方面还存在着不满；可靠性和移情性这两个维度得分较高，说明京东商城在这两方面的服务质量较好。整体上看，京东商城退货逆向物流服务水平较高，顾客对其综合评价较高。

(1) 沟通质量的得分最低。在该维度下，沟通及时以及沟通渠道得分较高，说明京东商城客服能够做到及时回复消费者的问题，同时处理消费者投诉的方式较为多样化。但由于大多数商家倾向于自行处理投诉，而不是按照平台统一的处理流程进行，因此服务质量参差不齐。此外，京东商城的客服人员在交流方面存在着态度比较差的问题，在沟通智能性方面也还有不足，特别是常常出现答非所问以及不能及时地转换成人工客服等情况，从而不能满足顾客的要求。

(2) 指标体系中，信息质量的权重最小，表明京东商城对于退货物流信息是否准确无误，以及平台能否完整记录退货逆向物流全过程信息这些方面不是很注重。京东商城中大部分是自营店铺，有着统一标准的逆向服务，京东商城能够较好地监管退货物流全过程并且及时反馈退货物流信息给消费者。然而，京东商城中也存在着部分商家使用第三方快递服务解决消费者退货问题，这就造成京东商城对物流过程的不可控。另一方面，信息质量这一维度在最终得分中排名第三，说明京东商城在有关信息质量的服务质量管理中，没有很大程度上引起消费者的不满，但同时也没有获得广泛的好评。

(3) 可靠性的权重排名最高，得分也比较高，排名第二。说明消费者对京东商城退货政策、退货处理方面的服务以及退货费用都比较满意。此外，消费者认为京东商城在物流配送方面优势明显，具有一定的可靠性。其得益于自身的物流体系，再加上第三方物流的高效补充，京东商城在配送时间和配送方式的多样性上实现了更合理的资源配置，货物安全有一定的保障。这种提供全方位逆向物流服务的能力将有助于提高客户满意度，从而增强了京东商城的市场竞争力。

(4) 便利性在各项指标中权重排名第三，得分排名第四，说明京东商城在退货寄件时间上的灵活度、退货流程的便捷性以及退货物流寄件方式多样性等方面还存在着许多不足，不能满足消费者的预期。京

东商城在退货过程中，需要等待商家以及平台的审核，时间消耗较多且流程较为繁琐。另外，京东商城推出七至十五天的无理由退货政策，这在很大程度上维护了消费者权益，但同时也造成了平台处理退货问题时间跨度拉长，可能会导致快递的积压。

(5) 移情性的权重排名第四，表明顾客在电商平台购物时，心理诉求在逐渐提高。这一维度的综合得分排名为第一，说明京东商城在移情性这一服务方面令消费者比较满意。其中，消费者认为京东商城在退货逆向物流中，能够较好地做到优先考虑消费者的权益，尽量满足消费者的退货需求。同时，该平台能够主动提醒顾客相关退货事宜，保障消费者的合法权益。此外，京东商城在会员专享等级权益中，设置了专属客服以及免费退换货这两项权益，能够在很大程度上消除消费者的不满情绪，提高顾客满意度。

5. 京东商城逆向物流服务质量发展的对策建议

基于上述研究分析，本文认为京东商城的逆向物流服务质量在各个维度均有待提升，特别是沟通质量、信息质量和便利性这三个维度，得分排名靠后。因此，将从以下几个层面提出发展建议。

5.1. 逆向物流沟通质量的提升

(1) 拓宽客服渠道

为提升逆向物流服务中的沟通质量，京东商城的商家在现有服务渠道基础上，可拓展微博、公众号等外部平台，拓宽用户反馈途径。在智能客服升级方面，可以引入 AI 情感识别技术，实时分析用户情绪。当识别到用户不满时，系统可自动切换至安抚话术或优先转接人工客服，提升服务人性化水平。同时，应优化多轮对话流程，使客服能基于上下文理解复合问题，实现从退货原因到退款方式的一站式处理，减少用户重复操作。此外，需持续完善智能客服关于退货可标准化问题的知识库，以分担人工压力。这些将有助于优化客户体验，提高逆向物流服务的整体满意度。

(2) 加强客服团队培训

平台商家将定期举办客户服务培训课程，讨论沟通技巧、产品知识和公司政策。培训将包括模拟客户沟通场景的角色扮演，以提高支持团队解决复杂客户问题的能力，并确保客户在与他们沟通时得到良好的对待。此外，建立完善的客服考核机制，将客服处理顾客退货需求等能力与店铺得分挂钩，提高商家对客服处理能力的重视程度，从而确保平台客服的专业性。

5.2. 逆向物流信息质量的提升

京东商城可引入先进的物流管理软件，以此实现退货流程的自动化处理和实时更新。所采用的系统能够即时呈现库存变动、物流进度等信息，并且会及时向客户发送相关通知。京东商城还应该加强与第三方快递之间的信息系统合作，进一步确保物流信息的即时、完整和有效更新。这可以通过建立统一的信息平台，实现数据共享和实时更新，以便各方能够准确追踪退货商品的物流状态。为了确保所有录入的逆向物流信息准确无误，避免出现信息错误或遗漏的情况，京东商城需要建立有效的信息核对和纠错机制，及时发现并更正错误信息。关于逆向物流信息的追溯，京东商城可以利用二维码技术、RFID 技术等，对退货商品进行唯一标识，实现从消费者到供应商的全程追溯。这些技术能够提供实时的产品信息，如退货地点、时间、运输信息等，有助于提高信息追溯的效率和准确性。其次，京东商城还可以建立大数据分析平台，通过收集和分析逆向物流过程中的各种数据，发现潜在问题，优化流程，从而提升信息追溯的能力。此外，京东商城还可以通过提供多样化的信息查询方式、增加信息透明度、定期向顾客反馈退货进度等方式来提升信息服务质量。这些措施可以增强顾客对京东商城逆向物流服务信息质量的信任度和满意度。

5.3. 逆向物流便利性的提升

(1) 优化退换货流程

京东商城目前的退换货政策相互冲突，不同的商品品类有不同的退换货要求。顾客在购物时，不仅要了解每个产品类别的详细退货政策，还要面对完全不同的退换货流程、繁琐的手续和较高的退货成本。这些退换货政策的不统一和复杂性不仅给消费者带来不便，也影响了京东商城退换货物流服务的整体效率和质量。因此，简化退货流程是十分重要的，以此确保客户在退货过程中获得清晰指引和即时支持。另外，简化的流程应包括直观的在线操作界面和易于遵循的指引，辅以灵活的补偿政策来应对可能出现的问题，从而降低顾客的困扰并提升整体满意度。

(2) 退货时间灵活化

对于京东商城的逆向物流服务来说，上门取件时间一般集中在下午快件送达之前。这让一些上班族难以调整时间实现换货服务。因此，建议根据用户的不同需求，制定动态的收货时间安排，在一天中规划不同的时间段，灵活取件。同时，平台可以提供延长的退货期限给特定商品或根据用户的会员级别，采用智能系统提醒用户即将到达的退货截止日期，允许在符合条件的情况下轻松申请退货时间延长。此外，还可以引入自助服务平台，使用户可以基于实际情况自主选择和调整退货时间窗口，从而提供更加个性化和灵活的退货体验。

6. 结论

在竞争日益激烈的电商市场中，电商平台维持竞争优势的关键在于注重服务质量，尤其是物流服务，它直接影响着顾客的购物体验。物流服务质量提升不仅能够增强企业形象，而且从长期角度来看，对企业的收益增长有显著贡献。尽管逆向物流和正向物流是电商运营的两个不同方面，但企业往往未能给予逆向物流足够的关注，有时甚至同正向物流混合管理，导致逆向物流服务质量存在较大的提升空间。研究表明，消费者在选择电商平台购物时，会格外关注平台的退货物流服务。因此，对于企业而言，改善逆向物流服务将对企业的长期成功产生重要影响。本研究以京东商城为对象，借鉴国内外相关研究成果，基于京东商城的实际情况，分析了其逆向物流服务的业务流程，并识别了影响京东商城逆向物流的关键问题。通过设计问卷并收集数据，对京东商城的逆向物流服务质量进行了评估和分析，发现其在沟通质量、信息质量和便利性这三个维度上存在的不足之处，进而提出了相应的发展建议，有助于电商平台更好地了解逆向物流服务的市场发展动态和客户满意度，进而制定完善的发展战略，更好地适应电商发展需求。

本研究在指标的设定和数据收集方面仍面临一定的局限性。尽管本研究采用比较标准化的量化统计方法来构建京东商城逆向物流服务质量评价体系，但受当前平台和快递行业发展状况的限制，指标设置的全面性仍有待提高。此外，由于数据获取的难度，本研究在调查阶段存在样本数量有限、样本类型不够全面的问题。未来研究可以更全面地考虑潜在指标，以增强退货逆向物流评价体系的完整性和科学性，以及扩大样本范围，以构建更精确的评价模型。

参考文献

- [1] Nanayakkara, P.R., Jayalath, M.M., Thibbotuwawa, A. and Perera, H.N. (2022) A Circular Reverse Logistics Framework for Handling E-Commerce Returns. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 5, Article ID: 100080. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2022.100080>
- [2] Beloor, V. and Gowda, N.S. (2023) Enablers of Reverse Logistics: A Conceptual Framework through ISM MICMAC Approach. *IUP Journal of Operations Management*, 22, 5-27.
- [3] Thibbotuwawa, A., Nanayakkara, P.R., Fernando, W.M., Jayalath, M.M., Perera, H.N. and Nielsen, P. (2023) A Reverse

Logistics Network Model for Handling E-Commerce Returns. *IFAC-PapersOnLine*, **56**, 138-143.

<https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2023.10.1559>

- [4] 初良勇, 左世萍, 阮志毅. 考虑退货不确定性的多层次多站点逆向物流网络选址优化研究[J]. 运筹与管理, 2021, 30(9): 73-79.
- [5] 鲁丹. 关于淘宝商城退货逆向物流服务优化的研究[J]. 中国储运, 2021(9): 97-98.
- [6] 李莹. 拼多多退货逆向物流问题分析[J]. 物流技术, 2021, 40(7): 17-19+24.
- [7] 管利娜. S 公司退货逆向物流库存管理研究[D]: [硕士学位论文]. 太原: 中北大学, 2021.
- [8] 岳瑾晶. 电商平台逆向物流的问题及对策探讨——以京东商城退货物流模式为例[J]. 企业改革与管理, 2023(4): 46-48.
- [9] 崔睿玲, 刘杨. 电子商务环境下商品退货的逆向物流研究[J]. 中国储运, 2023(5): 118-119.
- [10] 张振华, 许柏鸣. 基于网络口碑数据挖掘的电子商务物流服务质量问题[J]. 中国流通经济, 2019, 33(1): 43-55.
- [11] 范娜娜. B2B 和 C2C 两种模式下电子商务物流服务质量评价指标体系比较分析[J]. 物流技术, 2015, 34(4): 123-126.
- [12] 侯杰玲, 李林. B2C 电子商务生鲜农产品冷链物流服务质量评价研究[J]. 物流科技, 2015, 38(6): 132-135.
- [13] 李梦丽, 杨忠莲, 王楚亚, 等. 基于熵权法-模糊综合评价模型的生活污水低碳处理模式评价[J]. 环境工程学报, 2025, 19(6): 1327-1338.

附 录

Table S1. Entropy-based method calculation of indicator weight results

表 S1. 熵权计算指标权重结果

维度	权重	二级指标	熵值	差异系数	权重	相对权重
沟通质量	0.2379	沟通及时	0.9782	0.0218	0.0603	0.2534
		沟通态度	0.9808	0.0192	0.0533	0.2239
		沟通渠道	0.9812	0.0188	0.0519	0.2182
		沟通智能性	0.9738	0.0262	0.0725	0.3046
信息质量	0.1098	退货物流信息准确性	0.9782	0.0218	0.0604	0.5498
		退货物流信息可追溯性	0.9821	0.0179	0.0495	0.4502
可靠性	0.3025	退货政策合理性	0.9786	0.0214	0.0592	0.1958
		退货费用经济性	0.9796	0.0204	0.0565	0.1867
		退货处理响应速度	0.9770	0.0230	0.0637	0.2106
		退货承诺可靠性	0.9778	0.0222	0.0615	0.2032
		货物安全	0.9777	0.0223	0.0616	0.2037
便利性	0.1808	退货寄件时间灵活性	0.9766	0.0234	0.0649	0.3590
		退货物流寄件方式多样性	0.9797	0.0203	0.0563	0.3114
		退货流程便捷性	0.9785	0.0215	0.0596	0.3297
移情性	0.1690	主动提醒服务	0.9792	0.0208	0.0577	0.3412
		会员等级专享特权	0.9796	0.0204	0.0563	0.3334
		优先考虑客户权益	0.9801	0.0199	0.0550	0.3254

本研究运用李克特五级量表评分法，将逆向物流服务质量划分为五个等级，每个等级赋予相应的分值。即{非常满意、满意、一般、不满意、非常不满意}，对应的分值集合则为{100, 80, 60, 40, 20}。在此基础上，进一步计算各评价指标在不同评分等级下的隶属度。由二级评价指标隶属度构建的模糊关系矩阵为：

$$\begin{aligned}
 R_1 &= \begin{bmatrix} 0.3870 & 0.3946 & 0.0805 & 0.0613 & 0.0766 \\ 0.3640 & 0.3870 & 0.0881 & 0.1149 & 0.0460 \\ 0.3755 & 0.3908 & 0.0996 & 0.0805 & 0.0536 \\ 0.3602 & 0.3870 & 0.0690 & 0.0958 & 0.0881 \end{bmatrix} \\
 R_2 &= \begin{bmatrix} 0.3973 & 0.3946 & 0.0690 & 0.0881 & 0.0690 \\ 0.3793 & 0.4023 & 0.0766 & 0.0958 & 0.0460 \end{bmatrix} \\
 R_3 &= \begin{bmatrix} 0.3678 & 0.4061 & 0.0766 & 0.0805 & 0.0690 \\ 0.3563 & 0.4100 & 0.0958 & 0.0728 & 0.0651 \\ 0.4598 & 0.3678 & 0.0766 & 0.0920 & 0.0728 \\ 0.3640 & 0.4215 & 0.0651 & 0.0728 & 0.0766 \\ 0.3755 & 0.3831 & 0.0805 & 0.0920 & 0.0690 \end{bmatrix}
 \end{aligned}$$

$$R_4 = \begin{bmatrix} 0.3946 & 0.3487 & 0.0996 & 0.0805 & 0.0766 \\ 0.3946 & 0.3602 & 0.0843 & 0.1073 & 0.0536 \\ 0.3716 & 0.3985 & 0.0690 & 0.0958 & 0.0651 \end{bmatrix}$$
$$R_5 = \begin{bmatrix} 0.4023 & 0.3410 & 0.1111 & 0.0843 & 0.0613 \\ 0.3640 & 0.4100 & 0.0766 & 0.0881 & 0.0613 \\ 0.3602 & 0.3716 & 0.3525 & 0.1073 & 0.0498 \end{bmatrix}$$