

Survey on Satisfaction of Logistics Distribution under Night Economy in Beijing

Yuping Liu, Shijie Fang, Yingying Ma, Chenxia Suo

Beijing Institute of Petrochemical Technology, Beijing
Email: 1542970027@qq.com

Received: Jul. 8th, 2020; accepted: Jul. 23rd, 2020; published: Jul. 30th, 2020

Abstract

Issued by the Beijing Municipal Bureau of Commerce, Beijing on Further Prosperity of the night Economy to promote consumption growth measures, the city will create a global visibility of the "night city" consumer brand. In response to the call, we conducted a survey on people's satisfaction with logistics delivery in the night economy. Customer satisfaction is the basic requirement of customer loyalty. To master the current situation of satisfaction, enterprises can understand and measure customer needs, find out the shortcomings of service, make corresponding improvement measures, and help enterprises focus their limited resources on the most important aspects of customers, so as to achieve the purpose of building and enhancing customer loyalty and retaining customers. According to the actual survey data, this paper analyzes the satisfaction degree of logistics distribution under the influence of Beijing night economy, finds out the existing problems, and tries to solve them by making some suggestions.

Keywords

Logistics and Distribution, Night Economy, Degree of Satisfaction

北京夜经济下物流配送的满意度调查

刘雨平, 方世杰, 马英盈, 索晨霞

北京石油化工学院, 北京
Email: 1542970027@qq.com

收稿日期: 2020年7月8日; 录用日期: 2020年7月23日; 发布日期: 2020年7月30日

摘要

北京市商务局发布的关于进一步繁荣北京夜城经济促进消费增长的措施, 将打造具有全球知名度的“夜

城”消费品牌。为回应该呼吁，我们就市民对夜间经济的物流派递服务的满意程度进行了调查。顾客满意是顾客忠诚的基本要求。掌握的现状满意，企业可以理解和衡量客户的需求，找出服务的不足，做出相应的改进措施，并帮助企业有限的资源集中到客户最看重的方面，从而达到建设和提高客户忠诚度的目的和留住客户。根据实际调查数据，分析北京夜间经济影响下的物流配送满意度，找出存在的问题，并提出相应的对策建议。

关键词

物流配送，夜经济，满意度

Copyright © 2020 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. 导言

(一) 问题的提出

2019年7月9日，经北京市政府同意，由北京市商务局印发《北京市关于进一步繁荣夜间经济促进消费增长的措施》，本市将打造具有全球知名度的“夜京城”消费品牌。到2021年底，在全市形成一批布局合理、管理规范、各具特色、功能完善的“夜京城”地标、商圈和生活圈，满足消费需求。政府推出将要打造夜京城地标，像前门大栅栏、奥林匹克公园、三里屯、国贸等地夜经济发展趋势越来越繁荣。在这种条件下，我们将对北京夜间物流配送满意度进行调研及分析。

(二) 创新点及实践意义

夜经济需要依托移动互联网 + 创新创业，打造快递物流、电子商务、信息服务、冷链仓储于一体的全产业链集群园区，从而促进各个产业链之间的无缝衔接和协同发展，加快培育北京市电商与快递物流专业市场。在产业链布局上，通过改造社区传统超市与门店，整合电商资源打造物流电商产业园，建设形成“物流仓储基地 + 电商聚集基地 + 配送与零售终端”的现代商贸服务体系。在夜生活的发展中，物流配送在其中有着非常重要地位。物流配送在白天和晚上肯定是有不同的，那么其中或多或少的会存在一些问题。而我们的课题就是通过调研来知道其中的问题，并且想办法解决它。

发展夜经济已经受到越来越多城市的关注。夜经济是伴随着城市经济的发展、人民生活水平提高而产生的一种经济现象。夜经济在城市社会经济发展中具有重要的地位和作用，它能带动相关产业的发展，是城市形象的重要组成部分。而物流配送在夜经济中有着非常重要的地位。通过本课题的研究可以了解目前夜经济的发展对物流配送方面的影响，并解决其中存在的问题。

(三) 调查问卷

我们将问卷设计成两部分，一部分是问卷填写者的基本信息，一部分是关于满意度的调查内容，题目采用单选题的形式，必要容易回答。满意是一种心理状态，是建立在对关系质量的主观评价基础上的。它是客户需求得到满足时的喜悦感，客户对产品或服务的期望与使用产品后的实际感受之间的相对关系。如果我们用词语来衡量这种心理状态，这个词就是满意度。客户满意是客户忠诚的基本要求。掌握满意度的现状，可以让企业了解并衡量客户需求，找出服务的短板，做出相应的改善措施，帮助企业把有限的资源集中到客户最看重的方面，从而达到建立和提升客户忠诚度并保留客户的目的。

(四) 调查方法

通过设计出调查问卷,并用抽样调查的方式对北京市各阶级群众进行北京夜经济时段物流配送满意度的分析,同时设计一份调查问卷,用抽样调查的方式对北京各类商户进行对北京夜经济时段物流配送看法的分析,通过软件分别对两份调查数据进行研究。

根据分析出的结果提出建设性措施和意见。

具体目标:

第一步:对北京市各阶级群众进行北京夜经济时段物流配送满意度的问卷调查;

第二步:对北京各类商户进行对北京夜经济时段物流配送看法的问卷调查;

第三步:通过软件分别对两份调查数据进行研究;

第四步:根据分析出的结果提出建设性措施和意见。

2. 北京夜经济影响下物流配送的满意度分析

我国 60% 的消费发生在夜间,商务部曾发布一份城市居民消费习惯调查报告显示,大型商场每天 18 时至 22 时的销售额占比超过全天销售额的 50%。在技术不断发展、消费加速升级的今天,“夜间经济”发展正呈现出全新的特点。

本次调查一共调查了 226 人,统计下来的情况分为两个部分进行描述,分别是夜间的消费水平及日常外卖订购水平和夜间物流配送的总体满意度。下面具体分类阐述之。

(一) 夜间的消费水平及日常外卖订购水平

本次调查问卷前两个问题先是要了解受调查人员的年龄和职业,然后通过三道题来了解这些人在夜间的消费能力,最后通过两道题来了解受调查人员日常点外卖的情况。

Table 1. The basic situation of the respondents, night consumption level and daily takeout order level

表 1. 调查对象基本情况、夜间的消费水平及日常外卖订购水平

变量	选项	样本数	比例
年龄	18 岁以下	11	4.87%
	18 岁~22 岁	146	64.60%
	23 岁~30 岁	36	15.93%
	30 岁以上	33	14.60%
职业	上班族	57	25.22%
	个体经营	31	13.72%
	学生	120	53.10%
	其他	18	7.96%
夜间消费金额	100 元以下	130	57.52%
	101~200 元	78	34.51%
	201 元以上	18	7.96%
夜间消费时段	18 时~20 时	75	33.19%
	20 时~23 时	113	50.00%
	23 时以后	38	16.81%

Continued

平均每月夜间消费金额	300元以下	135	59.73%
	301~1000元	59	26.11%
	1001~2000元	19	8.41%
	2001元以上	13	5.75%
每星期平均 点外卖次数	0~1次	86	38.05%
	1~3次	75	33.19%
	3~5次	30	13.27%
	5~8次	18	7.96%
	8次以上	17	7.52%
外卖的价格相比其他 就餐方式是合适的	非常不同意	14	6.19%
	有点不同意	30	13.27%
	中立	120	53.1%
	有点同意	39	17.26%
	非常同意	23	10.18%

首先,为了解受调查人员的基本信息,设立年龄和职业两个问题,如表1。表中的受调查人员的年龄分布表,此题分为18岁以下即未成年的学生,18~22岁即大学生和刚就业的人员,23~30岁即当代青年人,以及31岁及以上。由表可知,此次调查以18~22岁人员为主,其次为23~30岁及30岁以上的人。而表中受调查人员的职业分布情况,有上班族、个体经营、学生和其他组成。其中学生占比最重,占53.1%,其次为上班族。由此观之,本次受调查人员大多为18~22岁的学生。

了解受调查人的基本信息后,我们需要了解其夜间消费的基本能力和时间。题3为平均每人夜间消费金额,其中每人每次消费100元以下的人最多,其次是101~200元,而201元以上的人则只有7.96%。题4则是这些人一般夜间消费的时段,50%的人都将20~23时的消费认为是夜间消费,其余33.19%则是认为18~20时便算做夜间消费,只有极少数人认为23时以后才算夜间消费。题3调查了每人每次平均夜间消费能力,而题5则通过调查每人每月夜间消费金额来判断大致消费次数以及整体消费能力。其中,每月消费300元以下的人占大多数,而300~1000元占少数,1000元以上的人则是极少数了。由此观之,现在对于夜间消费,一半的人认为晚上八点到十一点属于夜间消费,且大多数人在夜间消费的金额还是比较少的。

最后,题目6和题目7是调查关于日常点外卖情况的。题6为每星期订外卖的次数分布。由表可知,38.05%的人每周点外卖的次数在0~1次,也就是几乎不点外卖。33.19%的人在1~3次,13.27%的人每周点外卖3~5次,而每周点外卖5~8次的人有7.96%,8次以上,也就是几乎每天都点外卖的人也有7.52%。题7则是外卖的价格相对于其他就餐方式是否合适。当问到您觉得外卖的价格相对于其他就餐方式是否合适时,其中53.1%的人表示中立,即认为外卖的价格相对于其他就餐方式的价格差不多。6.19%表示非常不同意,13.27%认为有点不同意,即认为外卖的价格比其他就餐方式贵。17.26%的人表示有点同意,10.18%表示非常同意,即认为外卖的价格比其他就餐方式便宜。

由表可知,被调查者中,年龄段主要分布在18岁到22岁之间,以在校的学生和上班族为主。被调查者中夜间消费金额在100元以下占57.52%,与填写问卷者中学生数量较多有关,消费情况基本符合我国居民消费水平。每星期平均点外卖次数在3次以下的有71.24%,占数量较多,有7.52%的问卷

填写者每星期点外卖次数在 8 次以上, 猜测问卷填写者点外卖的频率较低与这段时间的疫情有较大关系。

随后, 经过搜集资料, 我们发现北京夜间消费整体水平近两年来大幅提升, 部分区域热度突出, 一些位于朝阳、海淀的繁华区域夜间消费占比已超过 5 成。分区域来看, 朝阳区、海淀区和丰台区分列夜间消费排名前三, 其次是昌平和通州。蓝色港湾、世贸天阶、簋街、合生汇、郎园、食宝街、荟聚、中粮、祥云小镇、奥林匹克公园等区域热度不断升温。值得注意的是, 在高校集中的区域如北大、清华、人大等, 夜间消费非常活跃。一些便利店的消费高峰从晚上 8 时一直持续到夜里两三点。上地、五道口、常营、方庄、鲁谷、梨园、永顺、回龙观、天通苑居住区人口密集, 这些地方的夜间市场在培育下, 正在形成首批“夜京城”生活圈。

(二) 夜间物流配送的总体满意度

电子商务和物流等流通方式的快速普及, 让零售业实现了蓬勃发展。北京市统计局显示, 1~5 月北京市限额以上批发零售企业实现网上零售额 1173.5 亿元, 同比增长 29.7%, 稳定保持拉动社零额增长的“主引擎”地位。

2019 年, 京东 7FRESH、阿里盒马鲜生, 以及苏宁易购收购万达百货、家乐福, 线上线下互动愈发频繁。在电子商务研究中心主任曹磊看来, 无论是新零售、智慧零售, 或者无界零售, 它们都是移动互联网、大数据、物联网、人工智能等科技手段, 将线上 + 线下 + 物流数据打通, 达成以消费者为中心的会员、支付、库存、服务等数据的全面共享, 从而实现线上线下深层次融合, 对商品的生产、流通、展示、营销、销售、售后等全过程再造升级。

而夜经济的发展也让电商和物流更加蓬勃的发展。所以夜间物流配送的满意度也是非常重要的。所以我们设计了相关的 6 个问题在我们的调查问卷中。

本次调查在调查夜间物流配送的总体满意度时, 主要从夜间配送时效性、物流配送人员服务态度、遭遇突发情况处理情况等几个方面分析, 除了“您对送餐过程最不满意的是”这个问题外, 其余 5 道题目都是采用“非常满意”、“满意”、“一般”、“不太满意”、“不满意”这五个答案或者与之类似表达。

这部分的第一个问题就是您对送餐过程最不满意的是什么, 选项有餐品货损率、配送时效、服务态度、配送准时性, 结果如图 1。其中配送时效是投票人数最多的, 占比 38.94%。其次为餐品货损率, 占比 30.53%。然后是服务态度和配送准确性两项投票相差不多, 分别为 15.49% 和 15.04%。

第二个问题, 遇到突发事件您咨询配送部门, 是否能得到及时满意的回复? 如表 2。这个问题中认为一般的占比 34.51%, 满意和非常满意总占比为 50%, 相反不太满意和不满意总占比有 15.49%。对于夜间配送投诉的处理时效及结果, 不太满意和不满意的总占比为 10.62%, 一般为 33.63%, 而满意和非常满意则占比 55.75%。同样大多数人对于夜间配送的处理情况是想对满意的。关于夜间物流配送的时效性。其中满意和非常满意总占比为 55.76%, 不满意的投票占比有 18.14%, 一般则占比 26.11%。而大家对夜间物流送货人员的服务态度也是普遍比较满意的。不满意的人仅有 4.87%, 一般有 20.35%, 满意和非常满意则有 74.78%。最后一个问题是关于轻微夜间物流配送异常处理的及时性评分, 如破损、到货不及时、收取费用等异常处理的满意度。其中一般占比 29.2%, 不满意为 5.31%, 相反满意和非常满意则有 65.49%。

由表 2 和上述分析可知, 大多数人对配送部门处理突发事件的能力、夜间物流配送的时效性、夜间物流送货人员的服务态度以及轻微夜间物流配送异常处理的及时性评分, 如破损、到货不及时、收取费用等异常处理还是比较满意的。所以国民对于夜间物流配送的总体满意度还是比较高的。但这些问题在之前的夜经济配送中还是存在的, 所以以后这些问题也必将是重点解决的问题。

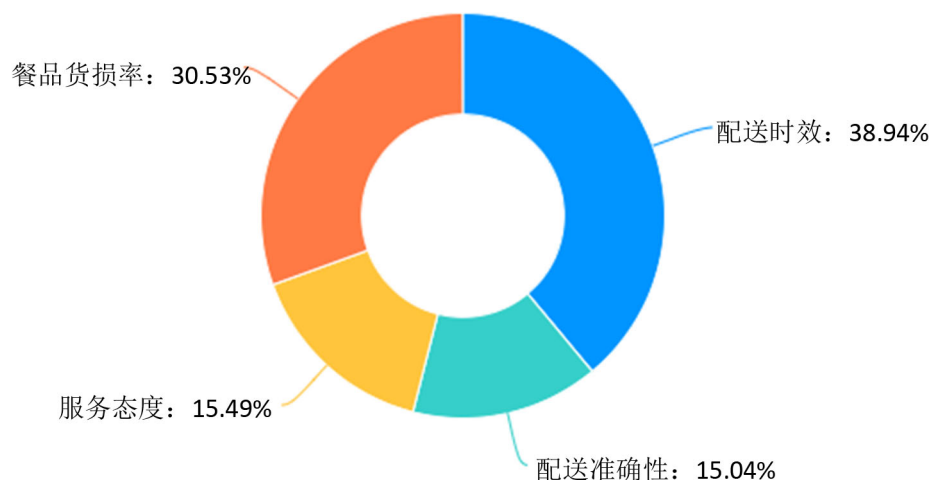


Figure 1. The most dissatisfied part of the meal delivery process

图 1. 对送餐过程中最不满意的部份

Table 2. Overall satisfaction of night logistics distribution

表 2. 夜间物流配送的总体满意度

题目	选项	人数	比例
遇到突发事件您咨询配送部门, 是否能得到及时满意的回复	非常满意	56	24.78%
	满意	57	25.22%
	一般	78	34.51%
	不太满意	23	10.18%
	不满意	12	5.31%
您夜间配送投诉的处理时效及结果是否满意	非常满意	72	31.86%
	满意	54	23.89%
	一般	76	33.63%
	不太满意	13	5.75%
	不满意	11	4.87%
请您为夜间物流配送的时效性评分	非常满意	39	17.26%
	满意	87	38.5%
	一般	59	26.11%
	不满意	41	18.14%
请为夜间物流送货人员的服务态度评分	非常满意	74	32.74%
	满意	95	42.04%
	一般	46	20.35%
	不满意	11	4.87%
轻微夜间物流配送异常处理的及时性评分, 如破损、到货不及时、收取费用等异常处理	非常满意	71	31.42%
	满意	77	34.07%
	一般	66	29.2%
	不满意	12	5.31%

3. 现状中存在的问题

对于夜间物流配送问题不同群体有不同观点，具体分为以下五点。

(一) 配送时效不满意

餐饮外卖市场对时效性要求是非常高的，目前对于 18:00~20:00 之间不满人群较多，其主要原因是此时处于配送高峰期，同时考虑到交通调教，时段正处晚高峰期，很多店家的预计配送时常要短于实际情况，同时骑手同时接到多个订单，只根据距离考虑配送先后而未考虑配送时常，出现配送滞后的情况，后者更容易引起顾客不满情绪。

(二) 餐饮业货品货损率较高

具体分两种情况，首先商家装餐品时出现了疏忽，餐盒质量也是一方面，包装是否抗磕撞等问题都需要考虑。其次是骑手运输过程比较颠簸，以及送货时摇晃撒漏等情况都引起了顾客的不满。

(三) 配送部门回复不及时

无客服接听回应也是目前出现的一大问题，问卷中不难看出当配送出现问题需要询问时却没有回应，各大 APP 的投诉系统也未能及时回复，甚至可能得不到答复等。这让顾客心中引起顾虑，是否真的有客服呢，还是知识一个摆设？^[1]

(四) 配送员服务态度有待提高

作为服务行业，态度上未能让顾客满意，说明配送员工还需要进行培训。如果骑手服务态度到位了，当顾客面对延时等情况时大多还是可以进行理解的，而配送行业最重要的过程就是配送，因此这一问题是十分应当重视的。

(五) 当出现问题时商家与配送方各执一词

很难确定当配送出现问题时责任一方是谁，一般出现问题时先有骑手进行赔付，而后期也没有责任追究等，很多时候骑手处于弱势的一方。但是这并不意味着每一次的问题纠纷都是骑手的问题，一方面是出餐时未能检查清楚，再者就是出现问题时没有平台进行问题解决等。

4. 提高北京夜间物流配送满意度

夜间物流配送要求对于物流配送应当更加系统化，目前配送骑手人员复杂，配送范围参差不齐都是问题。如果未能提升配送环节的问题那人们的体验感无法提升。

具体问题分析：

外卖配送属于点对点的即时物流，这种即时物流效果的好坏主要取决商家和骑手之间的配合与合作^[2]。很多商家认为外卖交给骑手之后，骑手的表现就不是自己能掌控的了，只能自求多福。但实际上，外卖配送环节中商家完全可以发挥更多的主观能动性：通过一些自身细节的优化，给予骑手更好的配合和便利，同时用良好的客情关系带给骑手愉悦的送餐心情。

首先要做到出餐速度有保障，把保证出餐速度放在最前面，因为这样对能否按时顺利配送至关重要。这也是配送人员关心的部分，商家的一个单子晚了几分钟，就意味着骑手的其它订单都被连带挤压了时间，无形中就提高了骑手按时配送的难度，有时甚至要为此进行赔付等。

其次在配送前的货品包装方面需要商家更加仔细一些，为了保证货物完好送达，应选取适合各自经营商品的包装方式。选择结实、规则、密封、保温的包装。确保包装盒的结实，不要使用材质薄、易碎的包装盒，以免配送颠簸造成包装盒破损；包装盒要选择规则的，而不是注重花样的，一方面这样可以方便骑手打包，并且不占地方，另一方面这样也可以防止撒漏；包装盒要扣紧密封，有条件的再贴上标贴，一些还有汤类的菜品最好做好标识，这样骑手配送时也能够更加细心一些；做好保温，我们中国有

句俗语“一热抵三鲜”，在我们调查中也发现很多人对配送的不满包含这一原因的。

配送时常进行准确预估，留出突发情况处理的时间，对于高峰时段更需要考虑。订单激增时合理调整营业时间，遇到恶劣天气时，很有可能出现骑手供不应求的情况，条件允许的情况下，避免造成客户的不满意，此时可以选择调整工作时间。也可适当添加骑手微信，在特殊情况时可以联系他们进行配送。

在平台应用上，平台应建立良好的定位设备，对于商家、用户、骑手均进行精确定位，应用智能系统提升配送时常的预判能力。

对外卖平台的建议

提高平台的技术服务，提高客户服务人员的服务质量，既然作为一个服务平台，那么我们觉得他们的客服质量是相当重要的，在我们的调查结果中不难发现我们熟知的外卖平台，他们的客服回应率并不高，这也是造成大家不满意的一个原因。与此同时要引进高科技人才，要更新外卖平台的技术服务，如改进检索功能，降低外卖平台的时间成本消费，提高客服人员的服务质量，平台可以建立专业的评价体系，由平台自身和消费者共同监督，对于成绩不合格的客服人员，平台应给予适当的个人处罚[3]。

外卖公司作为订餐服务平台提供商，其网站应该尽到严格审核的义务，监管好餐饮店的来源，要做好对餐饮店相关资格的审核工作。设立食品安全质量专门部门监控，平台要提高准入门槛，杜绝不合格企业人员进入。平台应完善管理制度，对加盟商家的资格审查，可以成立一个专门的小组来监督食品，不定期对商家进行调查，不定期通过在线消费者评估检查商家，让商家有好的食材和更好的生产环境，保证食品安全卫生，诚信经营。对检测结果不合格的商家，商家需要支付违约金，如果有多次发现不合格的商家，网站可以终止合作，以对消费者负责。

5. 总结

在我们组的研究调查中，根据北京夜经济影响下物流配送的满意度分析数据显示，人们对于北京市夜经济中的配送情况和服务情况还是比较满意的。但其中也存在不少问题有待解决，所以以后在夜经济发展下的物流配送问题还是有待提高的。其中配送时效、餐饮业货品货损率、配送部门回复不及时、配送员服务态度等问题在日常外卖中也有体现，所以这些问题的解决更加急迫。总体来说，北京夜经济下的物流配送问题相对较小但其中的问题也相对较为急迫。

基金项目

北京石油化工学院北京市 URT 项目 2020J00190。

参考文献

- [1] 龚心怡, 苏燕欣, 滕明宏, 等. 当前外卖配送模式中的问题及对策分析[J]. 中国商论, 2019, 778(3): 32-33.
- [2] 李军, 史伟. 物流配送业客户满意度分析[J]. 工业工程, 2007, 10(5): 127-130.
- [3] 李晓燕, 廖泳, 李玲, 等. 顺丰速运客户满意度研究[J]. 物流工程与管理, 2010, 32(9): 73-74.