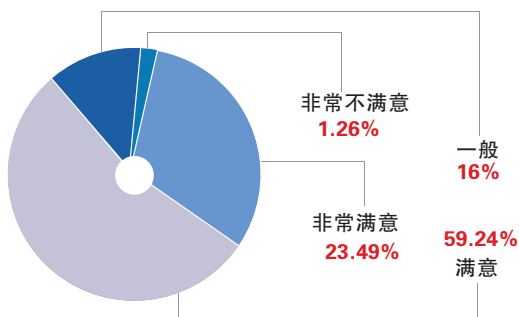
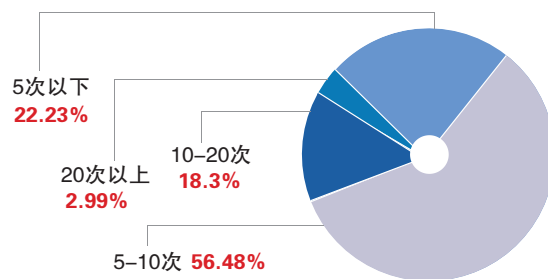


● 每月使用快递(含收件和发件)的频率:

Q4: 在此次受访人群中,有1207人每月使用快递(含收件和发件)的频率在5-10次之间,占比为56.48%;其次,每月使用快递(含收件和发件)的频率在5次以下的有475人,占22.23%;每月使用快递(含收件和发件)的频率在10-20次的有391人,占18.3%;仅有64人每月使用快递(含收件和发件)的频率在20次以上,占2.99%。

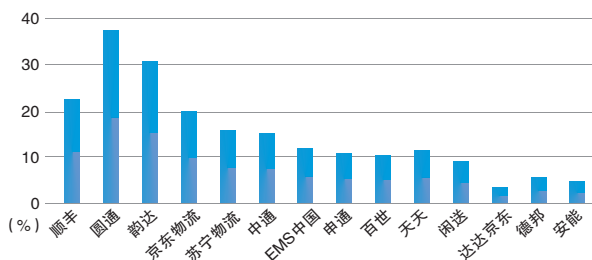
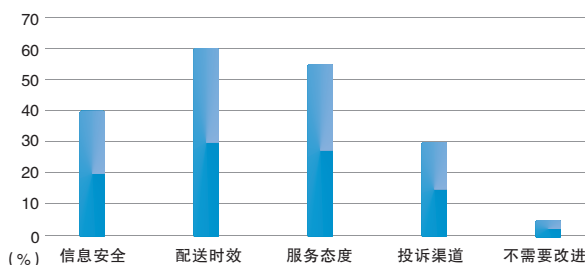


● 2020年以来,使用快递服务的总体评价:

Q5: 此次调查问卷中,在消费者使用快递服务总体评价方面分为非常满意、满意、一般、非常不满意等5个维度,在2137位受访者中,其中有502人对快递服务总体评价为非常满意,占23.49%;1266人对快递服务总体评价为满意,占59.24%;342人对快递服务总体评价为一般,占16%。此外,还有27位受访者对快递服务的总体评价为非常不满意,占1.26%。

● 目前快递服务还能从哪些方面改进:(多选)

Q6: 此次调研数据显示,有超过一半的受访者认为当前快递服务在配送时效上和服务态度方面需要改进;在信息安全和投诉渠道方面也需要有所提高。此外,有109位受访者认为不需要改进。



● 对具体物流品牌的服务满意度:(多选)

Q7-Q8: 问卷调查选取了14家物流品牌(包含即时配送)的消费者服务满意度调查。根据调研数据显示,圆通、韵达、顺丰成为受访者最不满意的物流品牌,分别有797、665、498位受访者选择。

● 对快递包装垃圾分类的看法:(多选)

Q9: 此次调研数据显示,有40.43%的受访者表示在拆除快递包装后,每次都会注意分类,而有50.21%的受访者表示只是偶尔会分类;还有9.36%的受访者表示不曾关注过分类问题。自实行垃圾分类制度以来,快递包装成为众多消费者头疼的问题。有过半的受访者认为人们环保意识还未普及、快递包装复杂,分类困难;还有近半的受访者认为缺乏分类装置和宣传引导;再有,超过30%的受访者表示未建立可循环的回收机制。

