# 最新快递调查报告摘要(模板13篇)

来源：网络 作者：落霞与孤鹜齐 更新时间：2024-07-05

*随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。快递调查报告摘要篇一中国快递行业目前处于...*

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**快递调查报告摘要篇一**

中国快递行业目前处于国内快递行业和国际快递巨头竞争激烈的环境中，相对国际快递巨头，中国民营快递公司处于比较弱势，中国国内快递企业多争夺于底端市场。中国快递业务发展程度还很低，现在得快递业务量还不到gdp的0.3%，与发达国家达到gdp的1%左右相比差距很大。

目前我国有8000多家快递企业，从业人员达到90多万，每天的寄件量在两千万件以上，已经跃升为全球第二大的快递国度。

xx年邮政行业业务总量完成20xx亿元，同比增长26%;业务收入完成1980亿元，同比增长27%。其中，全国规模以上快递业务收入首次突破1000亿元，同比增长39.2%，步入千亿时代。全国规模以上快递服务企业业务量完成56.9亿件，同比增长54.8%。20xx年1月，中国规模以上快递服务企业业务量完成6.9亿件，同比增长152.3%;业务收入完成113.9亿元币，同比增长82.6%。

中国快递业的突出特点是，起点低却发展快，同发达国家相比，目前仍处于起点阶段，且呈现出“制约因素，发展潜力，机遇和挑战”并存的局面。中国快递市场向外资企业全面开放之后，外资快递以增资扩股、兼并收购等方式，中国快递业逐步走向合资控股或经营。

那么究竟何种因素在影响消费者满意度方面起主导作用呢？这些因素之间又存在着怎样的微妙关系呢？我们小组将就这个方面进行调查，然后建立科学的模型进行分析，希望为快递公司提供意见参考。

本次调研目的是了解学生的申通、圆通、中通、ems等快递使用现状，并在了解现状的基础上发现总结影响快递发展的各方面因素、学生消费群体对快递各方面因素的评价以及快递公司应该改进的地方。

调查内容：主要研究大学生消费群体对快递的使用情况，及探究哪些因素影响了顾客对快递业的满意度。主要调查快递速度、价格、服务态度等方面，以及这些因素之间的重要程度关系。

调查方法：（1）向本校大学生随机发放调查问卷

（2）咨询专家意见和上网查询来获取快递业的相关资料。

（3）统计调查问卷的结果，并运用各种分析表得出科学结论。

我们共调查在校大学生78人。其中：大一52人，占总调查人数的66.67%;大二23人，占总调查人数的29.67%；大三3人，占总调查人数的3.84%。其中：男生51人，占总人数的65.38%;女生27人，占总人数的34.62%。

1、个人平均每个月使用快递的次数

调查结果显示：

在被调查的人中，每个月使用0~2次的有45人，占总人数的61.64%；每个月使用3~4次的有25人，占总人数的34.25%；每个月使用5~10次的有2人，占总人数的2.74%；每月使用10次以上的有1人，占1.37%。

调查结果分析：

在被调查的人数中，绝大多数人每个月都会使用快递，由此可知，快递收发已经成为大学生生活中不可缺少的一部分。且由调查数据可知，大学生日常使用快递的次数还是比较多的。例如使用4次以内的人数就达到了95%。以上数据，为实现我们的调查目的及调查结果的可靠性，提供了基础和依据。

2、最常使用快递的公司

调查结果显示：

在被调查人中，使用申通的人数是最多的，其次是圆通、中通、韵达、顺丰，最后是ems。由于快递业的迅速发展，不少快递公司也迅速崛起，快递行业的竞争十分激烈。但显然申通更胜一筹了。

3、最满意快递公司所占比重

调查结果显示：

在被调查的人中，有32.26%的人选择申通为最满意的快递公司18.28%的人选顺丰为最满意的快递公司；15.05%选ems为最满意的快递公司；中通、圆通、韵达分别位于第4、5、6位。调查结果分析：

申通作为满意度最高的快递公司，同时也是选择人数最多的快递公司，它的成功必然有其因。这与其在浙师大北门设立了投送定点及工作人员的服务态度密切相关。建议大家多用申通快递，也希望申通快递继续保持自己的良好形象。ems一般只有在投送时间紧迫或物品贵重时才会被选择使用，因为其相对价位比较高，所以使用频率低也属于正常。但人们对它的满意度很高，可见ems具有很好的形象。

**快递调查报告摘要篇二**

※调查目的：要求详细的了解常信院的快递行业市场各方面的情况，为快递业

在常信院更好的发展，制定这样的市场调查方案：

1、全面掌握快递业在学生心目中的渗透率和满意度

2、了解快递业在常信院的发展现状

3、了解学生对快递业的态度、需求、要求

※调查时间：

※调查单位：

※调查的主要内容：市场调查的内容要根据市场调查的目的来确定，本次调查的主要内容如下：

1、行业市场环境调查

2、消费者调查

3、竞争者调查

※调查方法：本调研小组采用调查问卷的方式，少数内容采用观察法，部分内容引用二手资料。

※调查发现：对于出于何种原因需要快递服务，大多数的访问者给我的是网购时会需要，否则就是很少需要，可见这样的一个范围环境下，快递行业的发展性有一定的局限。对每月收发快递和在快递商的花费，大多数人是少于1次和1至3次，并且花费出于低端的选择，可见大学生对于快递的消费较少且欲望不强。针对快递公司的服务。质量保证上，大多数人是以满意为主的，看重的是速度和信誉，在签收方面，一在学校代理处为较大需求。

※调查分析结论和建议：

(一)、结论

1、快递企业单方面追求快递速度的高效性，容易忽略了在售后服务的响应速度。根据数据可以看出，高速的送货速度是容易造成客户满意度上升的一个重要因素。

2、在现有的快递市场下，大学城的快递市场存在潜力、但是市场前景却不明朗，市场趋于全面和饱和。

(二)、建议

1、客户满意度是形成客户忠诚度的前提条件，在没有垄断的社会主义特色市场经济条件下，是企业绩效提高的保障，也是企业长期稳定发展的条件，口碑效应对物流企业的影响也是深远的。要打响品牌，以更加优质的服务赚取口碑。

2、在物品损坏方面要加强重视，消费者的态度决定着商家的可持续发展所以在服务这个方面要进行必要的重视和整改。

**快递调查报告摘要篇三**

随着网购盛行，大学生对快递的需求也日益增多，由于各个快递公司在经营规模、管理制度、服务效率等方面存在差异，大学生对不同快递服务的态度不同，从而选择不同的快递服务。本次调研目的是了解湖州师范学院学生对申通、圆通、中通、顺丰、韵达、天天、汇通，ems等快递服务的满意情况，比较出不同快递服务在大学生市场中的优劣势，为校园快递服务点改进和完善其快递服务提供决策依据。

本次调研是定性调研和定量调研相结合。首先通过观察法了解到我校学生使用快递服务的基本情况；其次邀请生活中与快递密切相关的学生做了小组访谈，了解到我校大学生对快递服务的基本需求和消费行为特征；再次通过查找二手资料确定了影响学生快递服务满意度的主要因素；最后设计问卷进行访问调查。经统一汇总、检查，样本代表性较高。在数据整理和分析中运用了servqual方法分析进行了描述性分析，提炼了数据并制作了分析报告。

调查发现，因性别的不同对快递公司的选择存在差异；学生对学校的各快递服务在收寄快递的方便度、运输速度、价格、服务态度、货物完好程度、理赔保障、提醒工作和送取件工作等方面都有着不同的满意度；影响湖州师范学院学生对快递服务满意度的因素可以分为价格因素和非价格因素，在价格方面上申通的满意度最高，在非价格因素方面申通的满意度也最高；而综合上来看，学生对各快递服务满意度的排名依次为申通、圆通、中通、顺丰、韵达、天天、汇通，ems。调查报告如下：

目的：对同学们快递服务质量满意度的调查，以便了解我们学校快递服务是否让大家满意，如果存在一些问题，那么可以将此次结果反映给科艺的各个快递服务店，看他们是否做一些调整，以便更好地为大家服务。

意义：a通过当前服务状态，了解最基本的状态及原因，梳理各服务过程的关系，提供最初步的分析报告；保证工作质量。以满意度诊断分析为主。内容包括不满意度情况、短板分析及改进建议等；调查的作用是分析客户不满意，找出当前服务的短板，并尽可能落实到具体的工作环节中去；b服务质量满意度的推广运用。包括服务管理、产品研究、绩效提升等；调查的作用是借助满意度，对运营商的服务进行全面提升，并能促进产品销售和营销业绩；关键在于能够提供从调研策划乃至培训解决方案。c以服务质量满意度为基础的各类客户行为研究，如用结合定性分析客户需求及其变化；了解客户消费行为；结合满意度矩阵分析分析客户关注点，针对性提升客户感知；结合忠诚行为矩阵对客户行为进行归类，把握客户消费动向等。

消费者对送货人员服务态度的满意程度、消费者对快递完好程度的满意程度、消费者对快递服务点位置的满意程度、消费者对快递服务点通知是否及时的满意程度、消费者对快递服务点售后服务的满意程度、.消费者对快递服务点配送速度的满意程度、消费者对快递服务点是否在约定的时间内送取件的满意程度、消费者对快递速度的满意程度、消费者对快递价格的满意程度。

（1）向本校大学生随机发放电子调查问卷，抽样方案设计

（2）上网查询来获取快递业的相关资料。

（3）统计调查问卷的结果，并运用分析方法及分析图表得出科学结论。

四、调查时间：

五、调查对象的基本情况

我们共调查在校大学生126人。其中：大一38人，占总调查人数的30.16%;大二18人，占总调查人数的14.29%，大三60人，占总调查人数的47.62%；大四10人，占总调查人数的7.94%。其中：男生56人，占总人数的44.44%，女生70人，占总人数的55.56%。

**快递调查报告摘要篇四**

通过对工商学院调查，同学使用快递的途径大多为网上购物，通常选择申通快递发往学院，而对于我们的校园快递，被认为效率低、宣传力度不够，从而使用人数变少，同学们对校园快递的效率、费用、安全性、送货时间、服务态度都很看重。

现代物流飞速发展，中国的物流业也有了飞快的发展，但由于中国的物流最后发展，现

在我们的物流公司规模比较小；物流公司的功能不全，一体化运作能力低，特别是供应链设计进行流程再造，绝大部分物流公司还没有这个能力。实际上我国的物流业是先进的，落后的是我们很多的物流公司，他们运作不合格。物流本身也有企业提升和产业提升的问题，有整合的问题，经过几年的整合在全国真正形成上百个在国内和国际上有影响力的物流公司。我们当代大学生也应该在这些领域进行调查，因此现在的我们也在学校开放了校园快递。

四、调查结果

本次调查发放问卷30份，收回30份，有效问卷30份。具体如下：

1、使用快递的因素？

（一）

从上可以看出，同学们使用快递的因素最主要网上购物占35%，收发包裹占32%，寄送礼品占20%，寄发重要信件13%。

2、在学校最常使用的快递？

（二）

从上可以看出，同学们最常使用的快递是申通快递其占60%，其次是圆通占27%，最少的是天天和中通快递。

3、如果需要寄发快递，你主要通过哪种途径？

（三）

从上可以看出，同学们寄发快递最主要是到校园的固定代寄点占70%，打电话让快递员来取得占23%，最少的是到快递公司直接寄发。

4、你喜欢以何种方式收件

（四）

从上可以看出，同学们最喜欢的收件方式是送货上门，校园快递可在这上面进行改

5、根据自己的情况，对快递公司的相对重要性打分

（五）

从上可以看出，针对上面的每一项对我们同学来说都是最重要的。最主要还是要看商品的完好程度，其次是费用价格。

6、你认为校园快递的收费标准如何？

**快递调查报告摘要篇五**

“您好，某某快递，请在上午11点到下午5点30之前到学校南门领取包裹”类似这样的\*对于大学内不少同学来说再熟悉不过了，“校园快递”已成为校园生活中必不可少的一部分。目前，在大学内提供服务的快递公司主要有申通快递、圆通快递、中通快递、韵达快递等等，这些公司一般在大学校园内均设有业务代理点，为校园内师生收发快递提供了极大便利。据了解，校内的快递主要来自两个方面：一类是网上购物，相较于实体店购物，网购价格更低廉，挑选的方式更便捷、范围更广泛，成为不少大学生首选的购物方式，这也是促进校园快递业迅速发展的主要原因。另一类是来自家人的快递，在各所大学里，几万名师生来自祖国各地，一些生活必需品由家人通过快递寄送较为安全便捷，寄来的包裹主要内容包括衣服、被子、书籍等等。

虽然很多的物流公司已经在各大学校园开展业务，并有不少物流公司设点，其数量虽已接近于饱和状态，但还远远没有达到供大于求的地步。据调查得知，师生了解物流公司的主要途径为网上购物。在电子商务平台日趋完善的今天，网购热潮势必愈演愈热，而其带来的将不仅是广阔的市场需求更是在校园物流下的无限商机。据调查得知，现今物流公司虽然已经开始了校园内的物流业务，但大都不太重视校园快递业务，其运营模式和盈利能力还处于摸索阶段。

1.本次调研目的是了解学生的申通、圆通、中通、ems等快递使用现状，并在了解现状的基础上发现总结影响快递发展的各方面因素、学生消费群体对快递各方面因素的评价以及快递公司应该改进的地方。

2.调研时间：

3.调研对象：各大校园部分学生

4.分析方法：数据分组、分配数列、统计图、总量指标、相对指标、平均指标、标志变异指标、针对参数做区间估计和假设检验、相关系数、回归分析等共同进行数据分析。

(一)调研概括

本研究于20xx年xx月xx日晚上进行了问卷的编制，xx日晚上正式对问卷进行发放并收回，其中，纸质问卷30份，网络电子问卷17份，共47份，回收纸质问卷28份，网络电子问卷12份，共40份，有效纸质问卷38份，网络电子问卷12份，共40份。本文使用spss工具，结合数据分组、分配数列、统计图、总量指标、相对指标、平均指标、标志变异指标、针对参数做区间估计和假设检验、相关系数、回归分析等共同对校园快递问卷进行数据分析。

(二)结果与分析

网购学生占全体学生比例

在规模为40人的样本中，进行过网购的学生为36人，占总体比例的90%，从未进行网购的学生有4人，约占10%。

采用结构相对指标计算：

进行网购：36/40x100%=90%

从未进行网购：4/40x100%=10%

可见，大部分学生都进行过网购。

进行过网购的学生所占比例

**快递调查报告摘要篇六**

在信息网络应用日益发展的今天，随着网上购物越来越流行，与家人和朋友之间相互寄送物品也越来越频繁，快递成了我们生活中不可缺少的一部分。为了了解我校学生使用快递业务的情况，特进行此次调查，分析大学生校园快递消费市场以便筹建物流工作室，发展校园快递业务。

了解我校在校学生快递使用现状，并以此分析校园快递消费市场情况。

1．了解在校大学生使用快递频率

2.大学生选择快递公司主要考虑因素

3.校园快递业务开展的必要性

4.对校园快递服务要求

本次调查主要针对我校在校学生，以系部为单位，共发放问卷155份，收回问卷141份，有效问卷135份。

1.收回有效问卷135份，其中没有使用过快递的有25位，使用过的有110位，占总问卷的81.5%，由此可以看出校园快递消费市场十分可观。

2.使用快递的目的

由上表可以看出因网上购物而使用快递的人最多，占56.3%，其次为寄送文件，节日寄送礼品所占比例较少。这三方面的业务物流工作室都能够承接，因此校园快递业务来源有所保障。

3.快递公司的选择

从上表可以看出使用申通公司快递的消费者最多，其他快递公司消费份额较低，因此若筹建物流工作室开展校园快递业务，可首选作为申通的业务代理。

4.选择快递公司主要考虑因素

由上表可以看出，大多数的学生在选择快递公司时，主要考虑该公司的业务速度，而考虑价格因素的学生只占23.7%，因此开办校园快递业务代办点最先考虑的应是提高服务速度。

5.在校期间快递使用频率

6．领取快递的不便之处

目前，在学生所选的快递公司中，都存在一些让消费者不便的地方，首先，由于校园内没有这些快递公司的`业务代办点，消费者需要去离校距离较远的地方领取物品，其次是时间，因为没有统一的安排，快递公司业务人员经常会在学生上课期间取、送物品，时间不合适。

7.是否有必要建立校园快递业务代办点

由上表的数据，学生认为在校园内建立快递以为代办点是有必要的，比例为84.4%

8.关于校园代办点额外收费的合理性

由上表数据可以看出，大多数学生对额外费用的收取抱理解态度，因此只要校园快递服务质量有保证，盈利还是可观的。

根据上文关于学生快递消费需求现状数据分析可知，我校在校学生对快递的使用和需求很大，因此校园快递消费市场较大。此外，被调查者表示对于校园快递的要求主要要有合理的价格，较快的寄送速度，简便的业务办理程序以及货物的完好性。

调查人：

**快递调查报告摘要篇七**

对于不少市民来说，网购已经成为主要消费方式，收发快递更是“家常便饭”，你对快递服务满意吗?日前，市消费者协会开展了快递服务消费者满意度调查，结果显示，本市快递行业整体满意度为70.75%。

快递延误仅7%的人获赔

消费者对“快递费用”的满意度评价指数相对较低，影响得分的指标中“寄件人付款后，快递公司能够提供正规发票”一项仅为68.78%。部分被访者甚至不知道寄送快递还能提供发票。快递揽收服务方面，总体满意度为71.04%，根据快递服务标准，“快递服务组织接单后应立即通知收派员取件，收派员取件时间宜在2小时内，有约定的除外。”调查中，仍有26.39%的被调查者遭遇过揽收服务超时，其中多数集中在2-4小时，也有部分揽收服务提供时间超过4小时，甚至长达24小时。

快递售后服务方面，有21.40%的被访者曾经遇到过彻底延误的情况，其中仅有7%的消费者得到了应有的赔偿。有19.02%的被调查者经历过快件丢失或破损的情况，其中多数人选择“未赔偿、未签收、原路退回”，近三成的被访者选择“自认倒霉，没有要求赔偿”，有8.74%的\'消费者向快递公司索赔无果。

快递排名有人欢喜有人忧

本次调查涉及的10家快递公司中，顺丰速运满意度评价指数最高，为78.94%。除顺丰速运外，其余快递公司总体满意度均低于70%。其中，圆通速递(66.16%)、申通快递(65.64%)、中通快递(65.33%)三家快递公司的满意度高于65%;宅急送快运(63.33%)、韵达快递(63.33%)、中国邮政em、百世汇通(61.51%)以及全峰快递(60.00%)等公司的总体满意度在60-65%之间。消费者满意度评价指数最低的快递公司为天天快递，满意度仅为44.00%。

建议消费者慎选快递企业

消协建议，消费者理性审慎选择快递服务企业。选择正规的、信誉好的快递公司，在委托寄递以前，要详细阅读公司提供的“说明”“快递须知”等合同条款。委托寄递前，要认真填写“快递单证”并保留底单。注意保留所有与邮寄物品相关的凭据，发生问题后与经营者协商不成时，可及时向有关部门投诉。

**快递调查报告摘要篇八**

今年中央一号文件明确提出，实施“快递下乡”工程，鼓励大型电商平台企业开展农村电商服务，支持地方和行业健全农村电商服务体系。随着互联网的发展，农村市场庞大的寄递需求正在逐渐被激活，快递企业如何打通“最后一公里”，将是推动农村电子商务稳步发展的关键。

一、基本情况

目前全县入驻主要快递企业共有11家，包括中国邮政、中通、申通、圆通、韵达、优速、百世、天天、全峰、国通和顺丰快递。截至今年全县快递业务量达近12余万件/月，其中市区业务量占比68%，约有80750件/月；乡镇业务量占比32%，约有40000件/月。其中顺丰和国通快递在乡镇业务市场占比不足2%，没有开设乡镇网点。

据调查，\*\*县\*\*商务服务公司整合了包括中通、申通、圆通、韵达、优速、百世、天天和全峰在内的八家快递网点，建设快递驿站，通过统一的物流仓储中心，有效的解决了末端配送难及配送成本高的问题。据调查，今年上半年，\*\*商务服务公司业务量平均每月95000件，占全县快递业务量80%左右，营业收入达81万元，营业利润20.5万元，在快递行业竞争激烈的情况下实现稳定收益。同时\*\*商务服务公司在全县乡镇快递市场上占比95%以上，每月乡镇业务量达38000件/月，目前网点已全面覆盖乡镇一级，达100%，但村级网点覆盖率只有4%。

据今年上半年中国邮政数据显示，邮政快递业务量平均每月14850件，其中85%以上属市区业务，乡镇业务量仅占15%左右，平均每月仅20xx余件。在乡镇覆盖率上同样达到了100%覆盖，但目前并没有开设农村级网点。

二、存在的问题

1.整体快递市场业务量较低。全县快递总体业务量偏低，全省范围处于中下游水平，并且乡镇业务量占比仅有32%。调查显示，全县平均每件快递利润为一元以下，整体行业利润低，业务量小造成了快递行业特别是“快递下乡”工程的进展缓慢。另一方面，整体乡镇快递业务量中，进单量占比达95%以上，发单量不足5%，目前农村居民更多的`是在网络上购买商品，在输送农副展品进城方面仍未取得显著突破。

2.快递物流配送体系建设不够完善。由于\*\*县的地理位置和交通限制，目前全县只配有道路交通运输，在铁路、水上和航空运输上仍然一片空白，大大的增加了快递配送的成本和影响了配送效率。数据显示，20xx年交通运输、仓储和邮政业产值仅为7063万元，全县从事交通运输、仓储和邮政业人员仅有840人，交通运输、仓储和邮政业的不发达也限制了“快递下乡”工程的进展。

3.开设乡镇、农村网点成本较高。据调查，开设新村镇网点一次性投入成本需5万元以上，主要是场地费用和车辆投入，在日常运营过程中，平均每月开支需6000元左右，主要为人工支出和运输费用。据当地从事快递行业人员反映，目前村镇级业务量较少的情况，普遍很难负担日常的支出。成本投入高的困难也阻碍了“快递下乡”工程的步伐。

三、几点建议

1.优化扶持政策，完善制度法规。一方面可以出台扶持政策，帮助提高农民的信息化水平或刺激农民的服务消费；在财政上给予从事农村快递业的企业一定的补贴，同时也可以从税收层面给予一定的优惠。另一方面应加快快递物流监管等制度建设，加强对快递业的规范引导和日常监管，打造公平竞争、规范有序的快递市场。同时，充分利用可以为快递服务的农村各种运输资源，农村公交班线、通村客运等促进快递企业与交通运输部门进行合作，实现共赢。

2.创建快递平台，整合有效资源。推动快递企业延伸服务范围，拓展发展空间，进一步激发城乡经济活力。建设“快递驿站”，通过整合资源，解决快递末端投递难题。搭建一个集约型的公共场所，快递企业通过这个平台来拓展农村市场，同时为村民提供代购、基础缴费、物流中转配送等服务，村民还可发布农产品供求信息，帮助村民将当地特色农副产品输送进城，切实通过“快递下乡”工程让农民得到实惠。

3.快递需携手电商激活农村寄递市场。提高乡镇信息化服务，建设配套完善的信息基础设施，针对互联网购物进行宣传，强化农村电子商务理念，激活农村电商生态体系。着力做好农村电子商务培训和宣传工作，支持电子商务企业、各类培训机构对农民群体进行电子商务运营、实际操作等方面知识的培训，重点培训涉农组织、专业合作社、农村青年、返乡大学生等掌握“互联网+”运作模式与操作方法，提高他们接受互联网并从事相关业务的能力，实现“网货下乡”和“农产品进城”的双向流通。通过发展农村电子商务来激活农村的快递市场。

**快递调查报告摘要篇九**

※调查目的： 要求详细的了解常信院的快递行业市场各方面的情况，为快递业

在常信院更好的发展，制定这样的市场调查方案：

1、全面掌握快递业在学生心目中的渗透率和满意度

2、了解快递业在常信院的发展现状

3、了解学生对快递业的态度、需求、要求

※调查时间：

※调查单位：

※调查的主要内容： 市场调查的内容要根据市场调查的目的来确定，本次调查的主要内容如下：

1、行业市场环境调查

2、消费者调查

3、竞争者调查

※调查方法： 本调研小组采用调查问卷的方式，少数内容采用观察法，部分内容引用二手资料。

※调查发现： 对于出于何种原因需要快递服务，大多数的访问者给我的是网购时会需要，否则就是很少需要，可见这样的一个范围环境下，快递行业的发展性有一定的局限。对每月收发快递和在快递商的花费，大多数人是少于1次和1至3次，并且花费出于低端的选择，可见大学生对于快递的消费较少且欲望不强。针对快递公司的服务。质量保证上，大多数人是以满意为主的，看重的是速度和信誉，在签收方面，一在学校代理处为较大需求。

※调查分析结论和建议：

(一)、结论

1、快递企业单方面追求快递速度的高效性，容易忽略了在售后服务的响应速度。根据数据可以看出，高速的送货速度是容易造成客户满意度上升的 一个重要因素。

2、在现有的快递市场下，大学城的快递市场存在潜力、但是市场前景却不明朗，市场趋于全面和饱和。

(二)、建议

1、客户满意度是形成客户忠诚度的前提条件，在没有垄断的社会主义特色市场经济条件下，是企业绩效提高的保障，也是企业长期稳定发展的条件，口碑效应对物流企业的影响也是深远的。要打响品牌，以更加优质的服务赚取口碑。

2、在物品损坏方面要加强重视，消费者的态度决定着商家的可持续发展所以在服务这个方面要进行必要的重视和整改。

**快递调查报告摘要篇十**

食堂是我们大家一日三餐就餐的地方，是每个同学都必到的场所。根据调查大部分同学的吃饭问题都是在学校食堂解决。为了更好的了解校食堂的情况，为了学校更好的加强对食堂的管理，为了使我们所学的知识得以运用，我们小组做了这次有关食堂的调查问卷。

二、调查目的

2.调查学校食堂的价格，服务，菜式，环境等现状。

3.了解大学生的消费观和口味爱好。

1.了解在校学生对食堂服务质量的满意程度;

2.在校学生对食堂服务人员工作态度评估;

3.确定在校学生对食堂饭菜、价格和食堂环境的满意程度

三、调查对象

本校大一、大二在校学生

四、调查方式

采用问卷调查法收集所有数据

五、调查时间

六、调查内容

消费者的购买行为取决于他们的需要和欲望，而人们的需要和欲望以至消费习惯和行为，是在许多因素的影响下形成的，主要包括文化因素、社会因素、个人因素和心理因素。这四类因素对消费者购买行为的影响产生不同程度。影响最深远的是文化因素，它影响到社会的各个阶层和家庭，进而影响到每个人及其心理过程。影响最直接的、决定性的因素，是个人及其心理特征。

(一)文化因素

营销学认为，文化背景不同，消费者的需求及购买习惯也不同。一般来说，文化程度高的，对商品的格调要求就比较讲究，相反亦然。而且，有些西方人认为美的商品，东方人认为是丑的。这说明文化使人们建立起来一种审度事务的观念，从而影响消费者的购买行为。每个社会的文化又可以分为若干不同的亚文化群。所谓亚文化群就是在较大社会集团中的较小的团体。如民族亚文化群、宗教亚文化群、种族亚文化群、地区亚文化群等。亚文化群共同遵守许多较大的文化，但也有自己独特的信仰、态度和生活方式，也会导致消费者购买行为的差异。企业在选择目标市场和制定营销决策时，必须注意文化差异以及由此导致的消费者购买行为的差异。

(二)社会因素

营销学认为，与消费者发生直接、间接关系的`其他个人或群体，如家庭、亲友、同事、邻居、社会团体、社会名流、明星等，都会对消费者的购买行为发生程度不同的影响。其中家庭的影响最大。人们的价值观、审美观、爱好和习惯多半都是在家庭的影响下形成的。企业应善于利用消费者的社会联系来影响其购买行为。

(三)个人因素

在文化、社会诸因素都相同的情况下，每个消费者的购买行为仍然会有很大的差异，这是由于年龄、职业、收入、个性和生活方式等因素的不同而造成的。

(四)心理因素

消费者的购买决策还是要受到某些心理过程的影响，其中比较重要的是动机形成过程。按社

会心理学的一般规律，人的行为是受动机支配的。而动机是由需要引起的。当人的某种需要未得到满足，或受到外界某种事物的刺激时，就会产生某种紧张状态，引起某种动机，由动机而导致行为。

七、对策

根据本次大学生对本校食堂服务质量调查问卷的结果分析，我们小组提出以下几点建议。

1.提高食堂阿姨的服务态度。

2.适当下调饭菜价格。

3.及时处理不新鲜的饭菜。

4.适当开发些营养丰富、多元化的菜品。

5.对餐具的卫生与否严格把关。

6.食堂的服务人员要严格遵守卫生标准，进一步提高食堂饭菜的卫生和质量。作人员佩戴口罩，帽子等工装，在打饭期间没有不洗手就接触饭菜，挠头发等行为，衣服整洁干净。

7.食堂饭菜的选料要好，无变质食品，米、菜一定要洗干净，丰富菜品品种，努力让不同口味的同学有不同的选择，尽力保持菜价稳定，让利学生，并且要加强对工作人员的服务态度培训。

8.学校对食堂进行定时或不定时的检查、抽查，设立投诉信箱，狠抓卫生。

9.大学生要养成良好的卫生习惯，打饭自觉排队，排队是我们学校学生一直以来都没有自觉遵守的，有的同学在高中就读时有自觉主动的排队习惯，但是到大学每个人都不排队也就慢慢放弃排队这一良好的习惯了。我们建议学校学生组织(例如学生会、学管会、志协等)在食堂提示一两周同学排队，让同学们自觉主动的形成排队的习惯。只要大家养成排队打饭的习惯，不仅食堂吃饭有秩序了，也可以缓解吃饭拥挤的问题。

10.为了学生有更好更健康的身体，为了同学们德智体全面的发展，学校要加强健康饮食的宣传，提高学生的饮食素质。

11.食堂是学生集中就餐的地方。食堂饭菜质量卫生的好坏直接关系到学生的身体健康。良好的就餐环境有助于愉快地饮食，更好地学习。我们热切希望学校有关监管部门加强对食堂工作的监管，也希望同学们积极配合食堂工作人员的工作。我们相信在全校师生及食堂工作人员的共同努力下，一个饭菜价格公道合理，卫生质量符合要求，就餐环境轻松愉快的新食堂将展现在大家面前。

**快递调查报告摘要篇十一**

近几年，民营快递凭借低廉的价格、灵活机动的服务方式等优势得到了较快发展，加之网上购物的流行，大学生群体对快递的使用越来越频繁，但随着物流运作量的增加，民营快递也出现了各式各样的问题，其中尤为突出的就是其服务质量的下降，引起客户对快递企业的不满。大学生作为快递使用的典型代表，对此我们的课题从大学生群体入手调查，了解大学生群体对快递的使用情况，以及对所选快递服务质量的满意程度，故我们对全校学生进行此项调查。

随着快递业务深入校园，大学生日渐成为快递服务的主要消费群体。由于

大学生使用快递的目的和需求具有多样性和特殊性，针对该特点，快递公司采取了更灵活的服务方式。当快递日益成为校园生活中的一部分，我们大学生们对于快递服务也有了新的期望。他们的满意度直接影响着快递公司在校园用户中的形象与声誉。因此有必要研究校园快递用户的满意状况，同时提出对快递服务行业的建议。

对此，我们通过问卷调查的方式，对快递服务质量进行调查。从而了解大学生对于目前主要的快递企业服务质量的满意度，重点分析快递公司在全程服务过程中的各影响因素，并结合实际情况提出相关建议，这有利于提高快递企业服务质量，推进快递从业人员的决策，加快一些快递行业的网络建设，促进快递业的健康发展；同时也为广大同学能享受更高品质的快递服务提供一些有用的帮助。

为了全面了解大学生群体使用快递的基本情况，以及对快递服务过程的满意程度此次调研主要包括以下几个方面：

1、大学生对于快递使用的目的性、便利性等；

2、大学生对于快递使用的频繁程度等；

3、快递取件过程中，包括填单的准确性、取件的及时性等；

4、快递在途过程中，包括跟踪查询的便利性、跟踪查询的准确性等；

5、快递投递过程中，包括快递的安全性、投递的准确性、投递的效率等；

6、快递售后服务过程中，包括投诉处理、服务补救等；

7、快递从业人员专业素质，包括员工的服务态度、服务专业性等。

本次调查对象为绍兴文理学院全体在校学生，涉及文理本部（河东、河西校区）和文理南山校区。

绍兴文理学院有学生上千人，为了节省时间和调查经费，决定采用抽样调查方式。调查过程是在三个校区主道路随机拦截学生进行调查。

本次调查，我们将分三个校区进行调查，调查总人数在150人左右。为了使样本单位能均匀地分布在绍兴文理学院的各个校区，经讨论样本量的分配如下：

1、文献调查法：因个人认知存在差异，参与调查的人员在调查的准备阶段，都进行过文献查询和网上查询，这将有效避免这一缺陷。

2.问卷调查法：调查人员对在校学生分发调查问卷，进行问卷调查，并回收相关问卷数据。

**快递调查报告摘要篇十二**

在信息网络应用日益发展的今天，为了了解我校学生使用快递业务的情况，特进行此次调查，分析大学生校园快递消费市场以便筹建物流工作室，发展校园快递业务。

一．调查目的

了解我校在校学生快递使用现状，并以此分析校园快递消费市场情况。

二．调查设计

（一）调查目标

园快递消费市场十分可观。

2.使用快递的目的

由上表可以看出因网上购物而使用快递的人最多，占56.3%，其次为寄送文件，节日寄送礼品所占比例较少。这三方面的业务物流工作室都能够承接，因此校园快递业务来源有所保障。

3.快递公司的选择

可首选作为申通的业务代理。4.选择快递公司主要考虑因素

6．领取快递的不便之处

目前，在学生所选的快递公司中，都存在一些让消费者不便

的地方，首先，由于校园内没有这些快递公司的业务代办点，消

费者需要去离校距离较远的地方领取物品，其次是时间，因为没有统一的安排，快递公司业务人员经常会在学生上课期间取、送物品，时间不合适。

7.是否有必要建立校园快递业务代办点

由上表的数据，学生认为在校园内建立快递以为代办点是有必要的，比例为84.4%

8.关于校园代办点额外收费的合理性

由上表数据可以看出，大多数学生对额外费用的收取抱理解态度，因此只要校园快递服务质量有保证，盈利还是可观的。

四．

总结

根据上文关于学生快递消费需求现状数据分析可知，我

校在校学生对快递的使用和需求很大，因此校园快递消费市场较大。此外，被调查者表示对于校园快递的要求主要要有合理的价格，较快的寄送速度，简便的业务办理程序以及货物的完好性。

1.校园安全调查报告

2.校园外买调查报告

3.校园调查报告作文

4.校园环保情况调查报告

5.校园环境的调查报告

6.校园环保调查报告

7.校园超市的调查报告

8.快递市场调查报告范文

9.校园食品安全调查报告

10.校园食品安全调查报告

**快递调查报告摘要篇十三**

中国快递行业目前处于国内快递行业和国际快递巨头竞争激烈的环境中，相对国际快递巨头，中国民营快递公司处于比较弱势，中国国内快递企业多争夺于底端市场。中国快递业务发展程度还很低，现在得快递业务量还不到gdp的0.3%，与发达国家达到gdp的1%左右相比差距很大。

目前我国有8000多家快递企业，从业人员达到90多万，每天的寄件量在两千万件以上，已经跃升为全球第二大的快递国度。

xx年邮政行业业务总量完成20xx亿元，同比增长26%;业务收入完成1980亿元，同比增长27%。其中，全国规模以上快递业务收入首次突破1000亿元，同比增长39.2%，步入千亿时代。全国规模以上快递服务企业业务量完成56.9亿件，同比增长54.8%。20xx年1月，中国规模以上快递服务企业业务量完成6.9亿件，同比增长152.3%;业务收入完成113.9亿元人民币，同比增长82.6%。

中国快递业的突出特点是，起点低却发展快，同发达国家相比，目前仍处于起点阶段，且呈现出“制约因素，发展潜力，机遇和挑战”并存的局面。中国快递市场向外资企业全面开放之后，外资快递以增资扩股、兼并收购等方式，中国快递业逐步走向合资控股或独立经营。

那么究竟何种因素在影响消费者满意度方面起主导作用呢？这些因素之间又存在着怎样的微妙关系呢？我们小组将就这个方面进行调查，然后建立科学的模型进行分析，希望为快递公司提供意见参考。

本次调研目的是了解学生的申通、圆通、中通、ems等快递使用现状，并在了解现状的基础上发现总结影响快递发展的各方面因素、学生消费群体对快递各方面因素的评价以及快递公司应该改进的地方。

调查内容：主要研究大学生消费群体对快递的使用情况，及探究哪些因素影响了顾客对快递业的满意度。主要调查快递速度、价格、服务态度等方面，以及这些因素之间的重要程度关系。

调查方法：（1）向本校大学生随机发放调查问卷

（2）咨询专家意见和上网查询来获取快递业的相关资料。

（3）统计调查问卷的结果，并运用各种分析表得出科学结论。

我们共调查在校大学生78人。其中：大一52人，占总调查人数的66.67%; 大二23人，占总调查人数的29.67%；大三3人，占总调查人数的3.84%。 其中：男生51人 ，占总人数的65.38 % ;女生27人，占总人数的34.62%。

1、个人平均每个月使用快递的次数

调查结果显示：

在被调查的人中，每个月使用0~2次的有45人，占总人数的61.64% ；每个月使用3~4次的有25人，占总人数的34.25% ；每个月使用5~10次的有2人，占总人数的2.74% ；每月使用10次以上的有1人，占1.37%。

调查结果分析：

在被调查的人数中，绝大多数人每个月都会使用快递，由此可知，快递收发已经成为大学生生活中不可缺少的一部分。且由调查数据可知，大学生日常使用快递的次数还是比较多的。例如使用4次以内的人数就达到了95%。以上数据，为实现我们的调查目的及调查结果的可靠性，提供了基础和依据。

2、最常使用快递的公司

调查结果显示：

在被调查人中，使用申通的人数是最多的，其次是圆通、中通、韵达、顺丰，最后是ems。由于快递业的迅速发展，不少快递公司也迅速崛起，快递行业的竞争十分激烈。但显然申通更胜一筹了。

3、最满意快递公司所占比重

调查结果显示：

在被调查的人中，有32.26%的人选择申通为最满意的快递公司18.28%的人选顺丰为最满意的快递公司；15.05%选ems为最满意的快递公司；中通、圆通、韵达分别位于第4、5、6位。 调查结果分析：

申通作为满意度最高的快递公司，同时也是选择人数最多的快递公司，它的成功必然有其因。这与其在浙师大北门设立了投送定点及工作人员的服务态度密切相关。建议大家多用申通快递，也希望申通快递继续保持自己的良好形象。 ems一般只有在投送时间紧迫或物品贵重时才会被选择使用，因为其相对价位比较高，所以使用频率低也属于正常。但人们对它的满意度很高，可见ems具有很好的形象。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn