

校园快递“最后一公里”创新模式研究与平台搭建

——以河北科技大学为例

赵康 谭禹尧 张黎芝 余曼琴 | 文

本文以河北科技大学为例，首先分析了大学校园快递末端配送服务存在的问题及潜在的市场，然后提出创新方式解决和改进校园快递“最后一公里”问题，并根据研究搭建符合本校市场，但同时具有大范围可推广性的创新服务平台。

随着互联网信息技术的发展，网购成为大学生一个重要的消费渠道，由于校园的特殊性，为了校园治安与安全，快递无法像居民社区进行精准单一配送，只能在快递超市、菜鸟驿站等地进行统一管理，再由学生前往快件所在代收点取回。以河北科技大学（后简称为科大）为例，校园周边不同公司的快递分别投放在不同代收点，而且快递数量巨大，加之上课时间限制，集中取件使驿站代收点承担着巨大的人流压力与工作压力，取件效率较低。本文针对此问题，提出了一个解决“最后一公里”问题的创新模式和商业服务平台。

一、大学校园快递服务基本情况

中国教育校园委员会、菜鸟网络和阿里巴巴研究院共同发布的《校园快递行业发展报告》指出，截止目前，菜鸟校园驿站覆盖全国 1500 余所高校，共建 2000 多个站点，平均每所高校只有一个快递收发站点，全国大学生人均收快递 16 个，年均包裹总量约占全国总量的 6%，直接就业 7 万人，而校园物流面积大，成本高，地理位置偏僻，按时收派服务难度大，如果学生自提则需要更多时间，

若学生无法当日取件则只能次日再取，这样不仅提高了存储成本，而且大型快递企业和高校师生之间也很难直接完成快递需求和服务的直接交换，“最后一公里”的问题日益凸显。

就河北科技大学而言，目前共有五个快递服务站点，每天最多可达近四万多件快递流量，每日平均取出包裹达 8000 件，学生排长队的现象屡见不鲜，这不仅浪费学生时间，也是服务店增大运营压力。在科大，快递代取是一个急需解决的问题。目前 5 个快递服务站点，每天最多可达近万多件快递流量，学生排长队的现象屡见不鲜，这不仅浪费学生时间，也是服务店增大运营压力。在科大，快递代取是一个急需解决的问题。

二、大学校园内快递服务存在的问题与用户痛点

根据客户调查与市场分析，科大目前在校学生两万余人，78.7% 的学生表示愿意花费 3 元内成本享受快递代取服务。

（一）快递点过于分散，且彼此距离较远

目前以科大为例，五家快递代收点分别位于学习的西门和南门，由于校园面积比较大，如果同一个人同时在位于南门和西门的不同快递点都有快件到达，那么取件路程会非常远并且话费较长时间，一般从生活区去某一快递点自提快件的往返时间大概 15~20 分钟左右，如果遇到以上情况，可能花费时间会多于 30 分钟。

（二）取件时间局限性

驿站和代收点一般在上午 9:30-11:00 集中为学生发送取件短信息，学生下课时间集中取件，排队也将增加时间成本。中午南门有特别多学生吃饭打包，经常在商城门口造成极大拥堵，加之科大作息特殊，全年下午 13:40 分开始上课，中午就餐与休息时间较为紧张，快递因此也对学生造成困扰。

（三）目前现存快递代取业务现状

根据调查，科大现存的为解决以上问题而成立的大小服务平台共三个，分别是一个基于 QQ 群的代取平台，一个基于微信公众号的代取平台，和一个校外社会人员组织的基于微信公众号的代取平台。由于以上平台存在管理不规范，价格较贵，信息不安全的等问题，用户量较少，且在研究后期已经逐渐解散。

三、校园快递“最后一公里”创新模式

根据本次研究，团队提出创新方式解决和改进校园快递“最后一公里”问题，主要解决学生取件时间问题、学生取件效率问题、驿站工作压力问题。

（一）预约取件与代收点预约分拣

预约取件，即学生在收到到件短信息后，可以在平台填写订单，上传收件人信息与快递取货码，并填写预约配送时间，提交订单后，平台快递员与指定代收点同时收到由后台整理的订单信息，快递员根据客户预约时间，前往指定代收点。同时代收点根据订单信息，提前分拣客户包裹并集中放置在平台独有货架。快递员前往代收点途中，客户快递已被安置在指定货架，快递员到达后，无需排队，可直接凭双方密钥直接在指定货架提取包裹并配送。而传统的快递代取平台则是代取排队，并没有节省时间成本，因此价格较贵，效率较低。这样节省了排队时间，客户可以在心仪的时间及时收到包裹，快递代收点也可以在人流量较少的上午和下午时间接收订单并提前分拣，也提高了驿站的工作效率，减轻工作压力。

（二）签约取件

为了降低用户成本，团队提出通过开发其他盈利方

式，减少客户付费成本，因此，团队与各大代收点建立合作关系，由驿站协助团队推广，并且签约成为独家代取代发团队。建立合作后，平台将得到初期预估 5000 客户量，由于平台基于互联网，平台搭建后可设置广告位，为大学商城周边商户、驾校、考研培训班等进行广告宣传，以此为主要盈利方式，同时可以把客户付出成本压缩在每单 3 元以内（其中鞋盒大小及以下包裹 1 元，大包裹对多不高 3 元）。

四、互联网+全客户端服务平台

根据前期市场调查与客户分析，建立起一个以微信公众号、手机 APP、官方网站、手机微站、QQ 群为一体的全方位服务平台。各个平台均有不同职能，客户通过各平台均可填写订单，通过 CRM 系统，接收客户订单并智能分析分类，发放至快递员。

平台最初为“ZK 校园快递全服务平台”，后更名为“筋斗微校”。

通过试运营，该平台数据处理效率高，工作效率高，客户信息安全有保障，客户反馈体验好。客户积累迅速，日均活跃人数达 2500 人，日均订单达 2000 多单，广告需求较多，投放效果好。驿站压力有所减少。通过调查，该模式适用于石家庄市大部分高校，并且在河北师范大学开始试点，反馈良好。

五、结语

高校快递有偿代取寄市场巨大，普遍性强，创新模式与服务平台可推广性强，拥有巨大商业前景，可以有效解决大学校园快递“最后一公里”问题，学生时间效率问题和驿站工作压力问题，甚至助力校园整体商业环境发展。

作者简介：赵康，谭禹尧，张黎芝，余曼琴，单位：河北科技大学文法学院新闻系 河北 石家庄 050011。