

“双十一”前顺丰探营

规范化用工 给予快递员充分保障



快递员用自己忙碌的步伐实现着买家对快递宝贝的期待。

受访者供图

青年报见习记者 赵颖欣

本报讯 今天，一年一度的“双十一”电商盛会又一次吹响了号角。这场没有硝烟的战争背后或将再次创下消费奇迹。就在买家充分体验“买买买”的“剁手”快感、卖家收获冲上云霄的销售量之后，将货物从卖家手里稳妥地运送至买家处，则又是一场与时间赛跑的战斗。

在电商大面积冲击实体商店的今天，通过线上购物获取商品的行为成了人们习以为常的生活方式之一。快递作为商品运输的主要手段，早已渗透进了许多人的日常生活，而近年兴起的“双十一”购物狂欢，在人们迫切关心着自己购买的商品是否能在“业务井喷”的情况下按时送达，又或者在运送途中商品是否会被快递小哥温柔以待的同时，也把快递员群体从默默无闻的幕后“炸”出了水面。

只是，我们又是否真的了解快递员群体？隔三差五收寄各种包裹的同时，与快递小哥的多面之缘又能否拉近与他们之间的距离呢？“最熟悉的陌生人”，成了我们定义快递员时的标签。

据来自国家邮政局的统计数据显示，我国8家全国网络型快递企业的职工人数达108.4万人，快递行业的职工总数估计超过140万人。仅上海一地的快递员总数目前已超过10万人，他们中绝大多数为外来务工人员，30岁以下的青年人又占绝对主流。

对于大部分快递员而言，这是

他们能迅速在上海找到的一份可以安身立命的工作——收入不错、求职门槛相对其他工作也不算太高，收入不错的背后是繁重的体力付出。他们每天穿梭在城市之间，无论刮风下雨、数九严冬。他们脚步匆匆地穿梭于现代的写字楼之间，奔跑在居民小区的楼道里，用自己忙碌的步伐兑现着买家对快递宝贝的承诺。

然而“门槛”不高的代价是很可能出现的用工不规范情况。日前，青年报记者来到顺丰速运上海区（简称顺丰上海）陆家嘴分部一探究竟，作为与快递员签劳动合同、缴纳社保的快递公司，顺丰的用人规范化可以说给予了快递员充分的保障。对此，顺丰速运上海区人力资源部高级经理孙宝江表示：在上海，用工政策都是透明化的，一切都应当以员工的利益为首，而顺丰在各区域的网点均由总部投资建设，所以自顺丰集团诞生之初，不管是怎样的用工形式都必须签订劳动合同。

面对箭在弦上的“双十一”，顺丰的快递小哥自然站上了第一线。其间，他们的工作时间会从通常情况下的每日至少8个小时延长至每日12-13个小时，每日送件数量甚至增至百余件，使得本来就忙碌的快递业更加繁忙。必须把快件按时送到客户手中的快递员，偶尔也会遭遇到客户不理解，一通抱怨，此时快递小哥的心里也会觉得格外委屈。“双十一”这场硬仗，顺丰又将如何打赢呢？

顺丰简介 | 用专业和热情为客户服务

1993年，顺丰速运诞生于广东顺德。自成立以来，顺丰始终专注于服务质量的提升，不断满足市场的需求，在中国（含港、澳、台地区）建立了庞大的信息采集、市场开发、物流配送、快件收派等业务机构及服务网络。作为国内快递行业中首家拥有自有全货机航空公司快递企业，顺丰航空现有36架全货机为每天百万件的快件服务；95338交互式语音应答系统、顺丰官网、大客户快件系统、会员系统、APP手机客户端、微信公众号等多渠道提供7×24的自助服务；国内首家拥有在线集中式移动终端服务系统的企业，所有收派人员均配备了高科技手持终端设备。

此外，顺丰相继研发了快件全生命周期管理、大客户线上对接、资源调度和监控等多个智能系统，以保证快件安全，从而为客户提供更加优质的服务。

顺丰速运集团（上海）速运有限公司简介成立于2002年4月，是顺丰全资控股的子公司。截至目前，顺丰上海区营业网点已经覆盖上海市16个行政区域。上海顺丰有近2万名员工，以专业的团队、热情的态度为客户服务，拥有着独立的区域配送中心，近千台运输车辆，确保快件准时、安全的送达，同时上海顺丰建有独立呼叫中心，可以做到人工坐席服务、7X24自助服务，保障客户售后服务。

■对话

快递员小日子相当滋润

青年报：顺丰上海的外地来沪人员的用工情况如何？

顺丰上海：截至2016年10月31日，速运上海区的运营能力达到过万的规模，其中来沪人员主要集中于安徽、河南、江苏等地，高中及以上学历为主，年龄集中于25-35周岁。一线人员占比六成左右，二、三线人员占比四成。全部依法签订劳动合同，并缴纳社保。

青年报：传闻快递员收入过万是不是真实情况？

顺丰上海：目前行业内快递员确实存在月收入过万的现象，但这不是我们员工的平均收入水平。我们在为全员提供基本薪酬保障的基础上，让每位一线业务人员发挥能动性，既完成基本工作也拓展业务，多劳多得。每个人的收入各自不同，在高峰期、客户集中发件的时期，会随着收发件量的增多而在待遇方面有所上扬。从整体来看，我们的快递员收入还是不错的，有不少同事反映，小日子过得相当滋润。

青年报：“双十一”到来之前会不会因为用工缺口从而集中招聘？

顺丰上海：我们根据往年“双十一”经验总结的基础上，从资源投入、人员储备及质量把控等方面进行了较为充分的过程准备。

从人员的储备来说，顺丰会根据公司业务的发展、服务质量、收派效能等维度分阶段有序开展人员投入，大量人员投入基本在3-4月及7-8月，其他阶段为流失补充性投入。同时为更好地应对“双十一”，在常规人员投入基础上，顺丰在高峰期间将投入非全职员工等千余人，从而保证运营的平稳开展。

青年报：顺丰如何备战“双十一”？与平日相比，快递员的工作强度会如何变化？

顺丰上海：事实上在“双十一”开始的两个月前，备战会议就已经在上海公司和各分部中开展。

我们通常会把前几年的“双十一”作为案例，分析员工效率高的地方以吸取好的经验，而员工处理不周的地方我们则更要分析，到底问题出在哪里，是在什么样的状况下导致员工来不及派取件或是服务要求跟不上，找出原因后我们就得帮助他们。

其中，鼓舞士气是一部分，此外更需要演练，按照会议上盘点的内

容进行实地操作。“双十一”期间许多员工会被临时调派至完全陌生的高峰区域，尤其是新员工，所以在此之前我们会让他们先去熟悉区域地形，提高派送效率。此外我们还会对该期间的整体派取件量进行一个预估，从而制定与此相对应的解决方案。

对于管理人员而言，除了在后方出谋划策之外，也需要多到现场考察，因为只有在现场才能最直观地发现问题，而员工本身可能认识得没有那么充分。

青年报：在顺丰，快递员的人员流动率如何？

顺丰上海：顺丰的流动率大概保持在月均3%以下的标准。

顺丰的劳动合同期限主要以三年、五年、八年和长期为界。在这里，工作了十年甚至十五年以上的老员工占了很大的比例，同时顺丰定期会设置激励机制，这是对员工长期留任的一种认可。

此外，新上岗的员工都需要一个月的见习期，通过师傅带徒的模式进行快递业务培训。但是在此期间新员工的收入可能就无法达到平均水平，所以我们也正在努力争取把这段见习周期在保证培训成效的情况下尽可能压缩，让新员工能够更快地独当一面，毕竟上海的生活成本还是很高的。

青年报：快递公司间的竞争可谓激烈，顺丰是如何留人并稳立潮头的？

顺丰上海：平时工作中，顺丰有一系列的培养、关怀方案，激励员工与顺丰共同成长，包括员工晋升机制、培训方案等，在员工关怀方面尤其关注，比如员工座谈会、生日会、区总日及小型的员工旅游等等，以便更好地做好员工保留，避免招聘的重置成本。

业务高峰期间，业务量及工作劳动强度激增，这带给收派员更大的挑战及压力。我们针对高峰期制定了详尽的慰问方案，届时将由工会及人力资源部开展员工慰问，高峰期间为投入的短派等其他用工形式的员工购买意外险等，借此缓解员工压力，为他们做好后勤服务。

为有效提升员工的积极性，顺丰倡导多劳多得，并针对不同岗位制定专项激励方案，比如说收派岗根据收派件量环比情况、仓管岗根据日均处理量等开展激励活动。



“双十一”购物狂欢带来的巨大工作量使快递员的工作更繁忙。受访者供图