

# 2023年快递站点运营方案(实用10篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 快递站点运营方案篇一

2、女光棍为悦己者容，男光棍为悦己者穷！

3、友谊的小船说翻就翻，爱情的巨轮说沉就沉，唯有单身狗的小船屹立不倒。

4、别总是单身狗单身狗的了，按年龄算你应该是单身鳖，按体型算你应该是单身猪，按智商算你应该是单身傻狍子。

5、男有高矮胖瘦，女有黑白美丑，此事古难全，但愿人长久，光棍不再有！

6、光棍节是属于我们单身人士的，一对对的请让开。

7、都过了十几年的光棍节了，还差这一年？

8、为了庆祝去年光棍节圆满完成，我今年决定再举办一次！

9、在这个和谐的社会，小学生们过情人节，中学生们过光棍节，大学生们过儿童节。

10、如果你也是单身我便不觉得自己是光棍。

11、光棍节快到了，丑的人已经迫不及待地找人将就了，帅的人仍然坚持原则继续单身。

- 12、如果光棍节脱单，我喝50瓶风油精。
- 13、单身的快乐，你们那些情侣是不会懂的。
- 14、光棍节是为了提醒你丑，双十一是为了提醒你穷。
- 15、世间本没有光棍，只是物价涨的多了。也就有了光棍。
- 16、讨厌别人跟我说“光棍节快乐”，最可恶的是我还得说一声“谢谢”。
- 17、最恨十一月，因为它有光棍节。
- 18、我不是寂寞，而是在享受孤独！
- 19、万圣节都在送糖果，那光棍节谁送我个对象呗。
- 20、有没有人和我一样，每次都过光棍节，但也每次错过情人节。
- 21、现在的孩子，分手专挑情人节，告白专挑光棍节。
- 22、我不怕自己过光棍节，我只怕你过情人节。
- 23、这么冷的天，光棍已经升级成为了冰棍。
- 24、我再问一遍，光棍节有人要约我吗？没有的话，我晚点再问一遍。
- 26、过不过光棍节无所谓，只要我喜欢的人过光棍节就行了。
- 27、有人问我光棍节你还是一个人吗？卧槽，我不是一个人难道会变成一条狗啊。
- 28、单身又不犯法，不好笑也不可耻。

29、光棍节到了，我文化不高，就祝大家，年年有今日，岁岁有今朝！

30、光棍节只是一个人的狂欢节而已。

31、一厢情愿，每天都是光棍节；两情相悦，每天都是情人节。

32、别人有男票，有女票，有钞票，你只有月票。

33、嘴上说着光棍节快乐，心里却羡慕着两个人的幸福。

34、其实我过不过光棍节无所谓，只要我喜欢的人也过光棍节就好了。

35、上联：有情，有爱，有真心。下联：木钱，木车，木有房。横批：天生光棍。

36、日子穷，要脱贫，要致富；光棍节，要脱单，要幸福；光棍节就快到了，愿你早日结束单身，快快找到另一半，每天出双入对，体会幸福滋味！

37、我都过了十几年的光棍节了，还在乎这一年吗。

38、上帝对每个人都是公正的，他让你过了光棍节就不会让你过七夕节。

39、光棍几时有，把酒问青天，不知天上神仙，几人是光棍，我欲乘风归去，惟恐还是光棍，天上也孤单，还做啥神仙！

40、今天过节不收礼，收礼只收男朋友！

## 快递站点运营方案篇二

## 范围

本标准规定了快递服务组织、服务环节、服务改进的基本要求。

本标准适用于从事快递服务的组织和人员。

## 术语和定义

下列术语和定义适用于本标准。

### 2.1 快递服务

#### 2.1.1

#### 2.1.2

#### 2.1.3

#### 2.1.5

#### 2.1.6

### 2.2 快件

#### 2.2.1

#### 2.2.2

内件contents 顾客寄递的信息载体和物品

### 2.3 服务环节 2.3.1

收寄pickup 收件

取件

快递服务组织接收快件、并收存寄件人填写的快递运单（2.4.1）的过程

2.3.2

投递delivery派送

派件

快递服务组织将快件递送到收件人或指定地点并获得签收（2.3.3）的过程

2.3.3

签收signin顾客（收件人）验收快件并在快递运单等有效单据上签字的行为

2.4服务单据2.4.1

总则3.1时效性

快件投递时间不应超出快递服务组织承诺的服务时限。

3.2准确性

快递服务组织应将快件投递到约定的收件地址和收件人。

3.3安全性

快递服务的安全性主要包括：

a)快件不应对国家、组织、公民的安全构成危害；

快递服务组织在设置服务场所、安排营业时间、提供上门服务等方面应便于为顾客服务。

#### 组织4.1资质4.1.1法人资质

依照国家相关的法律、法规，对快递等邮政业务实行市场准入制度。

#### 4.1.3人员资质

快递服务组织的岗位应根据快递作业组织和生产环节科学合理地进行设置，生产人员应符合相应的资格条件，取得相应的国家职业资格证书，持证上岗。

#### 4.1.4最低人数

快递服务组织及其分支机构的人员总和应不低于15人。

#### 4.1.5安全作业

快递服务组织应具备国家规定的安全作业条件。

#### 4.2经营理念

快递服务组织应建立服务社会、服务顾客的经营理念，围绕经营理念开展服务，并将组织的愿景、使命和价值观传递到每个员工。

#### 4.3社会责任

##### 4.3.1环保

快递服务时限指快递服务组织从收寄开始，到第一次投递的时间间隔。

b)国内异地快递服务时限不超过72小时。

## 4.5服务费用

### 4.5.1告知

快递服务组织应在提供服务前告知顾客服务费用计算方式。

告知的内容应包括：

a)快递服务计费的起重及费用；

b)快递服务的续重及计费单价；

c)附加服务的费用。4.5.2重量计费原则

计费重量应取快件的实际重量和体积重量两者中的较大值。4.5.3服务费用设置原则

### 4.6.1作业场所

快递服务组织应具有封闭的、面积适宜的、配备监控设备和消防设施的作业场所。

### 4.6.2营业场所

快递服务组织宜具有固定的、易识别的营业场所，如搬迁或停业应到邮政监管部门和工商管理部门办理变更手续，并通过各种渠道和有效方式告知顾客。

快递服务营业场所应有组织标识。4.7设备与设施

快递服务组织应具有与开办业务范围相适应的设备（如：计算机设备、通讯设备、封装器械、办公设备等），并应定期

维护更新。

计量器具应有国家计量检定合格证书。

运输工具应使用封闭式的运输车辆，车辆宜有组织标识。

4.8 信息管理 快递服务组织按照不同的服务内容，信息管理应满足以下要求：

b) 提供国内异地、国际快递服务的组织还应具备计算机处理系统，能够提供覆盖服务范围的即时查询服务。

#### 4.9 服务格式合同

快递运单为服务格式合同。

快递运单的格式条款应符合法律规定，体现公平、公正的原则，文字表述应真实、简洁、易懂。

快递运单的内容应包括：

a) 寄件人信息，主要包括：

—名称；

—单位；

—地址；

—联系电话。

b) 收件人信息，主要包括：

—名称；



—地址； —单位；

—联系电话。

c)快递服务组织信息，主要包括：

—名称；

—标识；

—联系电话。联系电话应稳定、有效，在发生变更时应及时通知有关消费者。

d)快件信息，主要包括：

—品名；

—数量和重量；

—价值；

—封装形式。

e)费用信息，主要包括：

—计费项目及金额；

—付款方式；

—是否保价（保险）及保价（保险）金额。

f)时限信息，主要包括—收寄时间；

—投递时间。

g)约定信息，主要包括：

—双方约定事项，包括产生争议后处理途径；

—寄件人对快递运单信息的确认。

h)背书信息，主要包括：

—查询方式与期限；

—顾客和快递服务组织双方权利与责任；包括顾客和快递服务组织产生争议后的解决途径：顾客可与快递服务组织协商、向消费者权益保护组织投诉、向行政部门申诉、向仲裁机构申请仲裁、向人民法院起诉等方式。

—赔偿的有关规定。

i)其他。

#### 4.10 档案

##### 4.10.1 档案的范围

快递服务组织应将运营过程中形成的各种记录进行分类、汇总、储存，形成档案，作为其经营管理的主要依据。

收集的档案宜按照快递服务人员、顾客、业务、监控、财务、组织分别组卷。

快递服务组织宜采用现代信息技术，建立档案数据库，实现档案的计算机管理和查询服务。

##### 4.10.3 档案的保存期限

快递运单的实物保存期限应不少于6个月，电子保存期限宜不少于1年。

其它档案的保存期限应满足相关法律法规要求。

## 4.11 沟通

### 4.11.1 顾客沟通

#### 4.11.1.1 沟通渠道

快递服务组织应提供与顾客沟通的渠道，主要包括网络、电话、短信、信函等形式。

#### 4.11.1.2 沟通内容

沟通内容应包括：

a) 业务咨询；

b) 业务受理□c) 快件查询□d) 顾客满意；

e) 顾客投诉□f) 服务承诺。

其中，服务承诺应包括：

— 服务时限的承诺，包括组织提供的各类服务的服务时限；

— 有关赔偿的承诺，包括索赔因素、赔偿原则以及受理索赔期限；

— 投诉处理承诺，包括投诉受理程序以及投诉处理时限；

— 附加服务的承诺。

### 4.11.2 内部沟通

#### 4.11.2.1 沟通渠道

内部沟通渠道应包括召开会议、布告栏和内部刊物、声像资

料、互联网、信函等形式。

#### 4.11.2.2沟通内容

内部沟通的内容应包括：

c)快递服务人员对组织的要求和反馈□d)组织管理者对快递服务人员的要求；

e)组织内各部门之间沟通。5服务环节

### 5.1收寄

#### 5.1.1收寄形式

收寄应主要包括上门收寄和营业场所收寄两种形式。

#### 5.1.2收寄要求

##### 5.1.2.1收寄时间

快递服务组织应在承诺的时限内提供收寄服务。

##### 5.1.2.2人员着装

负责收寄的快递服务人员应统一穿着具有组织标识的服装，并佩戴工号牌或胸卡。

##### 5.1.2.3询问与验视

快递服务人员应询问和验视内件的性质和种类：

—若是法律、法规规定禁寄物品，应拒收并向寄件人说明原因；

—若是限寄物品，应告知寄件人处理方法及附加费用；

—建议寄件人，贵重物品宜购买保价或保险服务。寄件人应将交递快件的性质和种类告知快递服务人员。

#### 5.1.2.4封装

快件的封装形式有快递服务人员负责封装和寄件人自行封装两种。

封装时应防止快件：

—变形、破裂；

—伤害顾客、快递服务人员或其他人；

—污染或损毁其它快件。

#### 5.1.2.5重量与规格

快件的单件重量不宜超过50公斤；

快件的单件包装规格任何一边的长度不宜超过150厘米，长、宽、高三边长度之和不宜超过300厘米。

#### 5.1.2.6费用与单据

快递服务人员应告知寄件人服务费用。

快递服务人员应指导寄件人按照相关要求填写快递运单。

寄件人支付费用时，快递服务人员应将与服务费同等金额的发票交给寄件人。

### 5.2投递

#### 5.2.1投递形式

投递形式应主要包括按名址面交和自取两种形式。5.2.2 投递要求

#### 5.2.2.1 投递时间

快递服务组织的投递时间应不超出向顾客承诺的服务时限或按照约定的时间投递。

#### 5.2.2.2 人员着装

负责投递的快递服务人员应统一穿着具有组织标识的服装，并佩戴工号牌或胸卡。

#### 5.2.2.3 投递次数

快递服务组织应对快件提供至少2次免费投递。

投递2次未能投交的快件，收件人仍需要快递服务组织投递的，快递服务组织可以收取额外费用，但应事先告知收件人费用标准。

#### 5.2.2.4 快件签收

快件签收时满足以下要求：

—快递服务人员将快件交给收件人时，应有义务告知收件人当面验收快件；

—若收件人本人无法签收时，可与收件人（寄件人）沟通允许后，采用代收方式，快递服务人员也应告知代收人的代收责任；—与寄件人或收件人另有约定的应从约定。

验收无异议后，验收人应确认签收。

拒绝签收的，验收人应在快递运单等有效单据上注明拒收的

原因和时间，并签名。

#### 5.2.2.5费用与单据

签收人支付费用时，快递服务人员应将与服务费同等金额的发票交给签收人。

#### 5.2.3自取方式

自取方式主要适用于以下几种情况：

- a) 投递2次仍无法投递的快件，可由收件人到指定地点自取；
- b) 相关政府部门（如海关、公安等）提出要求的，可由收件人到指定地点自取。
- c) 收件地址属于尚未开通快递服务的区域，通过与寄件人协商，可采用收件人到指定地点自取的方式。

#### 5.2.4无法投递

快递服务组织应在投递前联系收件人，当出现快件无法投递情况时，采取以下措施：

- c) 若联系不到收件人，快递服务组织应在彻底延误时限到达之前联系寄件人，协商处理办法和费用，主要包括：

—寄件人需要将快件退回的，应支付退回的费用。

彻底延误时限是指从快递服务组织承诺的服务时限到达之时算起，到顾客可以将快件视为丢失的时间间隔。

根据快递服务的类型，彻底延误时限应主要包括：

- 同城快件为3个日历天；
  - 国内异地快件为7个日历天；
  - 港澳快件为7个日历天；
  - 台湾快件为10个日历天；
  - 国际快件为10个日历天。
- ### 5.3 查询

#### 5.3.1 查询渠道

快递服务组织应向顾客提供电话或互联网等查询渠道。

#### 5.3.2 查询内容

查询内容应包括快件当前所处服务环节及所在位置的查询服务。

对于国内异地、港澳、台湾、国际快递服务，快递服务组织宜提供全程跟踪的即时查询服务。

#### 5.3.3 查询答复时限

对于通过互联网不能查找的快件，顾客电话查询时，快递服务组织应在30分钟内告知顾客，告知的内容应主要包括：

- 快件所处的服务环节及所在位置；
- 不能提供快件即时信息的，告知顾客彻底延误时限及索赔程序。

#### 5.3.4 查询信息有效期

查询信息有效期应为快递服务组织收寄快件之日起1年内。



## 5.4 报关

国际快递服务可采用代理报关办法。从事国际快递服务的快递服务组织可设立报关部门，根据有关规定向当地海关申请代理报关资格，办理代理报关业务，并配合海关对受海关监管的进出口国际快件实施查验放行工作。

顾客交寄的需施行卫生检疫或者动植物检疫的快件，应附有检疫证书。

## 5.5 内部处理

内部处理程序应包括信息处理、分拣、封发、运输、转运等环节。

### 5.6.1 撤回

#### 5.6.1.1 撤回条件

寄件人撤回条件应主要包括：

- a) 同城和国内异地快递服务：快件尚未首次投递；
- b) 港澳和台湾快递服务：快件尚未出口验关；
- c) 国际快递服务：快件尚未出口验关。

5.6.1.2 撤回费用寄件人在向快递服务组织提出撤回申请时，快递服务组织应告知寄件人需要承担撤回费用并告知费用标准。

## 服务改进6.1 基本原则

快递服务组织应对顾客满意及顾客投诉进行统计和分析，提高服务水平，达到不断改进服务质量的目的。

## 6.2 顾客满意

快递服务组织应测量顾客满意程度，发现顾客的潜在需求，改进服务质量。

快递服务组织应收集顾客满意信息，收集的方法主要包括：

- a) 向顾客发放问卷调查表；
- b) 直接与顾客沟通；
- c) 收集各种媒体的报告；
- d) 消费者权益保护组织反映的情况□e) 其他。

顾客满意的评价程序应包括：汇总顾客满意的信息，利用适当的统计技术进行分析处理，确定顾客的满意程度，找出提供的服务与顾客期望的差距并制定改进措施。

## 6.3 顾客投诉

### 6.3.1 投诉渠道

快递服务组织受理投诉有效期应为收寄快件之日起1年内。

### 6.3.3 投诉受理

#### 6.3.3.1 投诉信息

快递服务组织应记录如下信息：

- a) 投诉人的姓名、地址和联系方式□b) 投诉的理由、目的、要求；
- c) 其他投诉细节。

投诉处理时限应指从快递服务组织记录投诉人投诉信息开始，到快递服务组织提出投诉处理方案的时间间隔。

b)港澳和台湾快件为30个日历天□c)国际快件为60个日历天。

### 6.3.3.3 投诉处理

快递服务组织应对投诉信息进行分析并按照服务承诺进行处理。

### 6.3.4 投诉信息统计

快递服务组织应制定投诉处理表格，以便对投诉信息进行统计分析。

## 6.4 服务改进

根据顾客满意评价结果和投诉信息统计分析结果，快递服务组织应采取措施改进服务质量，措施应主要包括：

- a)树立持续进行服务改进的理念；
- b)规定内部人员的职责和权限，以识别服务改进的机会；
- c)确保改进过程的有效性和效率；
- d)管理者应对改进过程给予大力支持。

## 附录a

（规范性附录）

### 赔偿a.1 赔付对象

快件赔付的对象应为寄件人或寄件人指定的受益人□a.2索赔因素

索赔因素主要包括快件延误、丢失、损毁和内件不符。

其中：

d)内件不符是指内件的品名、数量和重量与快递运单不符。

有下列情形之一的，快递服务组织可不负赔偿责任：

a)由于顾客的责任或者所寄物品本身的原因造成快件损失的；

b)由于不可抗力的原因造成损失的（保价快件除外）；

c)顾客自交寄快件之日起满一年未查询又未提出赔偿要求的。

### a.3赔偿原则

快递服务组织与顾客之间有约定的应从约定，没有约定的可按以下原则执行。

a.3.1快件延误延误的赔偿应为免除本次服务费用（不含保价等附加费用）。

由于延误导致内件直接价值丧失，应按照快件丢失或损毁进行赔偿□a.3.2快件丢失

快件丢失赔偿应主要包括：

a)快件发生丢失时，免除本次服务费用（不含保价等附加费用）；

b)购买保价（保险）的快件，快递服务组织按照被保价（保

险) 金额进行赔偿;

c)对于没有购买保价(保险)的快件,按照邮政法、邮政法实施细则及相关规定办理。

### a.3.3快件损毁

快件损毁赔偿应主要包括:

a)完全损毁,指快件价值完全丧失,参照快件丢失赔偿的规定执行;

b)部分损毁,指快件价值部分丧失,依据快件丧失价值占总价值的比例,按照快件丢失赔偿额度的相同比例进行赔偿。

### a.3.4内件不符

内件不符赔偿应主要包括:

快递服务组织受理索赔期限应为收寄快件之日起1年内□a.5索赔程序

### a.5.1索赔申告

寄件人在超出快递服务组织承诺的服务时限、并且不超出快件受理索赔期限内,可以依据索赔因素向快递服务组织提出索赔申告。快递服务组织应提供索赔申告单给寄件人,寄件人填写后递交给快递服务组织。

### a.5.2索赔受理

快递服务组织应在收到寄件人的索赔申告单24小时内答复寄件人,并告知寄件人索赔处理时限。

### a.5.3 索赔处理时限

索赔处理时限指从快递服务组织就索赔申告答复寄件人开始，到快递服务组织提出赔偿方案的时间间隔。

快递服务组织除了与寄件人有特殊约定外，索赔处理时限应不超过：

a) 同城和国内异地快件为30个日历天；

b) 港澳和台湾快件为30个日历天；

c) 国际快件为60个日历天。

a.5.4 赔金支付快递服务组织与寄件人就赔偿数额达成一致后，应在7个日历天内向寄件人或寄件人指定的受益人支付赔金。

### a.5.5 索赔争议的解决

寄件人与快递服务组织就是否赔偿、赔偿金额或赔金支付等问题可先行协商，协商不一致的，可依法选择投诉、申诉、仲裁、起诉等方式，如选择仲裁，应在收寄时约定仲裁地点和仲裁机构。

（注：本标准的附录a为规范性附录。本标准由国家邮政局提出并归口。本标准起草单位：中国标准化研究院。）

## 快递站点运营方案篇三

随着经济的高速发展，物流业也进入了一个高速发展时期，作为物流行业中一个重要的分支业务——校园快递，在愈演愈烈的网络购物里，在给网络经济带来巨大利益的同时，也为快递行业带来了巨大压力。

本文旨在为全面了解大学生对校园物流快递的需求状况，对校园快递的现状进行了剖析，对其进行包括数据分组、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、回归分析等数据分析，从而总结校园快递存在的优缺点，校园快递面临的挑战究竟是危机还是机遇，快递也该如何发展等，最后对校园快递的发展提出了建议。

“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??”类似这样的短信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□20xx年12月24日

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。

## 快递站点运营方案篇四

1、组织保证。重视实训基地建设工作，建立有效的'运行机制，如成立物流快递生产性实习实训基地建设项目领导小组及各项目负责人，并建立物流管理专业教研室、物流工作室、校园物流快递公司，有专门的机构、专门的人来抓管理，与专业负责人一同研究实习实训基地建设问题。

2、政策保证。为了向全体师生提供优质的校园快递服务，避免各快递公司在高校校园内无秩序混乱竞争，学校免费提供场地组织建立校内物流快递公司，该公司与邮政和各个快递公司签署合作运营协议，统一接收各快递公司的快件和包裹，然后进行配送，按照协议从中收取一定的费用，该公司接受校方和快递公司的双重监管，同时接受各协议快递公司的业务统一培训，更好地保证服务质量和快递效率。

3、制度保证。我院为促进校内物流快递生产性实习实训基地的建设，制定了相应的制度，做到科学管理、规范业务流程。物流快递公司建立了严格的服务质量管理制度和完备的业务操作规范，有健全的安全保障制度和措施，制定了一系列业务操作规范，建立了统一的服务标准并有效执行。

4、激励保证。根据高职教育人才培养目标和培养方案，加大实训基地建设方面资金的投入，从而保证实训基地建设和运



作。同时制定一系列有利于实训基地建设和运作的政策，对取得优异成果的教师及物流快递企业兼职教师给予表彰和奖励，并作为提职、晋级的重要依据。

### （一）物流快递生产性实习实训基地建设的实施

1、高等职业技术教育要培养适应经济社会需要的高等技术应用性人才，要求教学设备有鲜明的现场性、技术应用性、综合性和可供技术与研究和训练的特点。因此，我校物流管理学院非常重视校内生产性实习实训基地建设，根据高职人才教育人才培养目标，重点建设了2160m<sup>2</sup>物流技能综合实训基地一栋、多媒体教室一个（物流企业文化和技能培训）、物流信息技术教学中心一个、物流工作室一间（运营校内物流快递公司）。

2、在校园快递公司信息化建设中，吸引快递企业的投资，配备必要的计算机、扫描枪、外网连接、柜台、储物柜等设备。同时我院充分整合和利用教学教研资源组织物流管理教研室、电子商务教研室、计算机应用教研室开发了校内物流快递收发存管理平台。学生可及时查阅相关快递信息，实现快递收发件信息的及时传递、处理与存储。

3、在校园物流快递公司组织建设中，校园物流工作室主要在校园内运行物流快递公司，为学生提供校内配送等一系列物流实战。公司可实行董事会领导下的总经理负责制，专业教师和物流快递公司兼职教师担任董事会成员，由学生总经理、学生管理层及学生员工独立运营。创建真实的物流快递企业环境、依照物流快递企业员工规范考核学生，通过“顶岗实习”进行生产型实训。并按照物流快递企业的相关规章制度制定校园物流快递公司员工日常行为规范，培养学生良好的职业道德、职业思想（意识）和职业行为习惯。

### （二）物流快递生产性实习实训基地建设的成效

1、引进了真实的物流项目、科学设置课程体系。我院以物流快递企业运营为载体设计教学过程和教学模块。以物流快递企业的真实工作过程和项目为教学载体，根据职业岗位的要求和真实的物流工作过程调整专业教学设计和课程教学体系，突出了每个知识点的技能训练和技能操作。

2、有助于专业教学计划及任务的有效落实。通过创建校园物流快递生产性实习实训基地为主体的实践教学模式，增加了高职学生的实践教学课时量，注重了对学生专业技能的考核；增加了教师下企业的机会，加大了对双师素质的培养。

3、拓宽了高职学生的实习就业渠道。通过实训教学，使学生所学的理论知识得以巩固；使学生各方面能力得到训练，如职业道德确立，协作精神培养，意志力锻炼，工作环境了解，人际交往能力、心理承受能力提高等等；使学生的专业素质获得全面提高，使毕业生的就业渠道大大拓宽，而且增强了学生自身能力和市场竞争力。如我院近几届毕业生在物流快递企业工作受到一致好评，不少学生已走上管理岗位。

4、通过校内生产性实习实训基地建设，提供了师资共建与共享平台，为高职教育教学提供了双重的师资保障。一方面，合作企业拥有专业方面的中高级人才，成为本专业职业能力训练体系中一支不可或缺的兼职师资力量。另一方面，企业现代化的控制设施也为本专业校内专任教师实践能力和科研能力的提高提供了优良的设备和条件，不断强化了双师素质。

5、我院积极联合物流快递企业大力开展产学研活动。组织物流企业专家和专业教师联合自编了以下教材（含指导书）。如物流信息技术、物流快递企业运作与管理、物流基础、物流市场营销、物流配送管理、物流客户服务管理等。教材使用效果良好，对职业培训的特点针对性强，提高了实践教学水平。通过校内物流快递生产性实习实训基地建设，可以实现物流教学与实践相结合，提高学生的实践能力，促进高等学校物流人才培养模式、课程设置、教学内容和方法的改革，

推动物流教学改革和科学研究，为校企、校校合作搭建广泛的物流教学改革及学术交流的平台。

## 快递站点运营方案篇五

2、来自天猫的信息显现，为了备战“双11”，天猫有关的十三大快递合作伙伴新增分拨中间超越150个，添加操作场所超越200万平方米，这相当于两个多首都机场t3航站楼。

3、敢承诺，能兑现！态度决定一切，结果决定一切。没有无尽的荣誉，只有无尽的征程。希望此文助力您打赢这场硬仗。

4、严重的事件：仓库被盗，快递网点扣件，产品寄送违禁物品，发生一些一般交通事故；

5、从现在开始，对所有可能发生的迹象和隐患，公司首先采取预防为主，加强改进，进行监督，整改，检查，纠正等措施，避免在国家重大活动期间发生。

7、小结：资源有效保障，风险及时预警，管理高度重视。

8、对每次处理的结果和过程进行分析。总结，指定防范措施，避免再次发生；

9、发生严重的事件，快件被抢劫和偷到，采取一级预案，报告处置领导小组组长，组长直接处理，在12小时内处理完毕。

10、商报记者在采访中得悉，多家快递公司均在活跃加仓，比方初次进入“双11”的重庆宅急送日前正在大力推“仓储+配送”的一体化活动。

11、举措-会议：在各项组织。机制与流程。数据。举措方案筹备完毕，很有必要在全网范围内召开双十一旺季作战启动会。大会宣贯，动员大家，明确目标，指出方向，提升士气，

赢战旺季。

12、比同行：同行“双十一”方向。策略分析，形成对标数据。

14、化繁为简，简洁高效，聚焦需求。

15、早准备：建议最迟九月份启动，充分保障筹备时间，需求解决前置。

16、电商仓储与快递合作新模式——双11期间直接将运转中心搬到电商仓库

17、做规划：制定项目管理计划，并严格按照计划执行。

18、△上图为《双十一核心任务清单》，信息由必赞团队收集归纳整理

19、电商提早发布“双十一”优惠

20、发网已经经历了5个双120万的单量在3天时间发完在3年前是从前不敢想象的，但是今年却悄无声息的做到了。

21、看达成：以目标为导向。收入达成。成本效率。需求解决。方案设计。

22、正面报道，宣传，弘扬企业形象。

23、丢失快件，损坏。短少。等情况，快件很难到达收件客户手中时，按照《邮政法》相关规定结合该快递公司的规定，迅速索取理赔。

24、德邦2022年以客户体验为中心，采用“停收。涨价。压货。控量”等策略，实现收入增长40%，成本降低20%，为保障目标达成，提升管理级别，四大管理委员会统一服从双十

一项目组指挥。

25、接受相关部门。媒体的检查和监督，明确公示；

26、而被称为“物流业顺丰”的德邦物流，现已承认在11月1日正式上线快递事务，也被业界以为德邦物流挑选在网购节日前夕上线，意在参加其间，拿“双11”一展身手。

27、打胜仗：保障机制上线执行，确保目标达成。

28、揽收环节游击战，中转环节阵地战，派送环节运动战，客诉环节舆情战。

29、定目标：确定“双十一”定位，制定收入。利润。货量。质量等相关指标。

30、特别严重的事件，采取特别程序，报告领导小组，现场处置，在24小时内处理完毕，并上报给相关的管理部分。

31、防范为主，保障有力，果断迅速，处理有力。

33、快递员招聘人数越多越好

## 快递站点运营方案篇六

为进一步做好全区邮政快递业常态化疫情防控工作，有效指导邮政、快递企业常态化疫情防控处置，明确邮政、快递企业主体责任，根据上级疫情防控有关通知要求，结合国家邮政局《疫情防控期间邮政快递业生产操作规范建议（第七版）》，制定本方案。

“外防输入、内防反弹”总体防控策略，以邮政快递企业对外营业场所、邮件、快件处理场所、内部办公场所等生产作业场所为重点，进一步强化防控措施，有效控制风险，保障

从业人员生命安全和身体健康，保障行业高质量发展和安全稳定运行。

成立由区分管领导任组长，各街道和区综合行政执法局、卫生健康管理办公室、公安分局、疾控中心、交通事业发展中心分管负责人任成员的邮政快递业新冠肺炎疫情防控工作领导小组（以下简称领导小组），领导小组办公室设在区交通事业发展中心。领导小组负责全区邮政快递业新冠肺炎疫情防控工作有关工作的指挥、组织、协调。

### （一）属地管理责任

各街道要落实对辖区邮政快递疫情防控属地责任，主城区住宅小区包靠单位配合街道落实包靠责任，全面摸清辖区邮政快递、物流行业底数，组织邮政快递从业人员落实好核酸应检尽检工作，强化对辖区邮政快递企业（网点）的监督检查，精准做好台账登记、信息报送、落地管控及运输车辆消杀等各项疫情防控工作。对涉疫快递和人员进行流调溯源，按照区疾控中心意见快速精准处置，严格做好物品和人员管控工作。

### （二）部门监管责任

4.

区疾控中心负责对邮政快递网点的防疫消杀进行技术指导和专业培训

,牵头做好涉疫快递及相关人员的流调溯源并提出处置意见;

5. 区交通事业发展中心牵头做好涉疫快递的处置工作。严格按照上级文件要求，指导企业和网点做好邮政快递业物流运输车辆的防疫消杀工作。联合街道、综合行政执法、卫健、公安等部门督促和检查邮政快递企业（网点）落实各项防控

措施。

### （三）企业主体责任

邮政快递企业（网点）要履行好防疫主体责任，严格遵守疫情防控规定，建立健全内部防控工作制度、实施方案和应急处置流程，接受属地党委政府和管理部门监督。

各邮政、快递企业要根据不同风险类别，对收寄的邮件、快件信息第一时间进行甄别，分类管控，严格落实不同类邮件、快件的不同处置要求。

#### （一）邮递快件类别划分

1. 普通类。进入我区的非境外、非境内中高风险地区的普通邮件、快件。
2. 风险类。进入我区的境外、境内中高风险地区、进口冷链食品等风险较高邮件、快件。
3. 疑似类。境外、境内中高风险地区或在境内中高风险地区分拨中心中转的，或者相关部门转办有明确信息的疑似邮件、快件。

#### （二）不同类别邮件管控措施

1. 普通类邮件。实施常态化管控。各邮政、快递企业严格执行《疫情防控期间邮政快递业生产操作规范建议（第七版）》《外卖配送和快递从业人员新冠肺炎疫情健康防护指南》相关规定，在全面做好清洁消毒工作后，正常派送。
2. 风险类邮件。实施针对性管控。各邮政、快递企业在严格执行《疫情防控期间邮政快递业生产操作规范建议（第七版）》《外卖配送和快递从业人员新冠肺炎疫情健康防护指

南》相关规定基础上，重点做好几个方面：

□

1) 分区存放。对境外、境内中高风险地区的邮件、快件要建立待检区，实行分区存放，委托核酸检测机构对邮件、快件进行检测，消除疫情隐患。

□

2) 登记备案。严格按照《疫情防控期间邮政快递业生产操作规范建议（第七版）》要求，坚持预防为主、“人”“物”同防，建立供应链全链条可追溯、一体化管理体系，全程登记道路货运车辆信息、驾驶员信息及货物流向。

□

3) 重点消杀。切实做好快递处理场所、营业场所、运输工具、内部办公场所消毒、通风，所有邮件、快件都要严格进行全面消毒，实行“先消毒、后分派”制度。在进口冷链食品邮件、快件寄递运输过程中，不得擅自打开外包装，每批次进口冷链食品邮件、快件处理完毕后，应当对运输车辆、食品冷藏箱等装备、用具实施全面消杀，聚焦进口冷链食品加工、储存单位邮件、快件寄递环节疫情防控措施落实。

□

4) 专人负责。直接接触风险类邮件、快件的工作人员应相对固定，在邮件、快件处理过程中应重点加强个人卫生防护，全程佩戴口罩、手套等防护用品，作业后未经洗消不得用手触摸口、鼻、眼等部位，做好上下岗前体温检测。

□



5) 优化服务。提倡使用智能快件箱（信报箱）投递邮件、快件。积极采取无接触配送模式，减少人员接触频次，有效降低感染风险，充分保障用户和企业配送人员的健康安全。在设有智能快件箱的小区，企业配送人员经登记并测量体温合格，佩戴口罩、手套后投放至智能快件箱。对于无智能快件箱的小区，可由配送人员与收件人确定接收方式，如面对面交付，保持安全距离，方可接收物件。

□

6) 核酸检测。严格落实《潍坊市重点场所和重点人群核酸检测实施方案》文件要求，按照“应检尽检”要求，定期开展从业人员核酸检测。

3. 疑似类邮件。对疑似类邮件实施迅速现场管控。各邮政、快递企业发现疑似类邮件、快件，要立即报告领导小组办公室，同时做好现场管控工作，并启动应急处置程序。

□

1) 立即封存。涉事企业立即封锁现场，禁止无关人员进入，操作人员着防护服、护目镜、手套等防疫物品，将疑似物品和同批次邮件、快件集中封存至隔离待检区，并对邮件、快件进行全面消杀，列出清单、登记造册，清单内容包括运单号、快递流程和节点、寄件人、收件人等。

□

2) 全面消杀。涉事企业按照《疫情防控期间邮政快递业生产操作规范建议（第七版）》要求，立即对处理场地、办公场所、运输车辆、生产设备设施等全方位进行消毒处理。

□

3) 暂停业务。涉事企业暂停本区域内全部邮件、快件的接收、分拣和派送业务，同时上报区交通事业发展中心和上级邮政公司。

□

4) 人员管控。涉事企业要配合属地党委政府做好全体从业人员的人员管控，不得擅离，对企业行政人员、客服人员、分拣员、投递员、司机等进行分类分区管理，避免人员交叉和聚集。同时，涉事企业要做好员工分批就餐等后勤保障工作。从业人员出现可疑症状后，要立即到隔离区域观察，同时立即报告属地疫情防控部门，严格按照疫情防控操作规程要求处置。

□

5) 突出重点。经过海关消杀处置过后发出的境外邮件、快件，可正常投递。各邮政、快递企业要告知境外、境内中高风险地区邮件、快件接收用户，设置隔离区，安排专人着防护服、护目镜、手套等防疫物品，对境外、境内中高风险区邮件、快件按照业务要求和规定，拆除外包装进一步消毒并封存足够时间，保证内外消毒充分后方可继续使用，其外包装等杂物要集中安全销毁。

□

6) 核酸检测。涉事企业要积极配合属地疫情防控部门，对疑似类邮件、快件，同批次邮件、快件，进行抽样核酸检测。对处理场所、运输车辆、分拣人员、派送人员等，进行采样核酸检测。按照属地疫情防控部门要求进行多频次全员核酸检测。

□

7) 后期处理。依据检测机构出具的核酸检测结果，分类施策，科学处置。一是核酸检测结果为阴性的。涉事企业在收到对疑似类邮件、快件、人员、车辆等采样核酸检测结果均为阴性的通知后，方可恢复正常营业，开展接收和投递业务。对因疫情防控，导致邮件、快件延迟派送、无法投递或因检测消毒等造成物品损毁、影响正常使用的，涉事企业要与客户及时联系，做好解释说明，根据疫情期间有关规定，做好善后工作。二是核酸检测结果为阳性的。立即纳入地方疫情防控处置体系进行处置。按照防疫流程，涉事邮件、快件防疫处置完毕后，涉事企业依据行业规定，对涉事邮件、快件进行派送、退件或集中销毁处理。疫情得到有效控制和处理后，涉事企业要在领导小组的指导下，对企业全部生产生活区域，包括办公、分拣、仓储、车辆存放等区域，进行全面消杀，设立隔离区域。同时，进一步加强疫情防控知识和技能培训，配齐各类防疫物资，科学制定防疫工作流程，经地方疫情防控部门检查验收通过后，方可正常运营。

一是做到追根溯源，信息可控。各邮政、快递企业（网点）要严格按照领导小组要求，按照

“以物找人、以人找物”的原则，排查确定密切接触的人和物有关情况，确保信息全面精准。由区疫情防控领导小组（指挥部）及时向始发地、中转站的当地疫情防控主管部门通报有关情况。涉事企业未经区疫情防控领导小组（指挥部）批准，不得擅自对外发布相关信息。

二是确保联防联控，落实责任。各邮政、快递企业

（网点）要切实履行疫情防控主体责任，各街道落实全区邮政快递业疫情防控属地管理责任，区交通事业发展中心落实全区邮政快递业疫情防控监管责任，齐抓共管，形成合力，确保全区邮政快递业疫情防控安全。（网点）进行检查，检查情况及时向区邮政快递业新冠肺炎疫情防控工作领导小组汇报。对工作落实不力、不到位的单位和个人严肃追责问责。

对拒不配合开展疫情防控工作的邮政快递企业负责人和员工，依据有关法律法规进行严肃处理。

## 快递站点运营方案篇七

今年以来，全国各地陆续发生多起物流、快递行业聚集性疫情。特别是4月13日山西省清徐县、应县先后报告两起韵达快递从业人员初筛阳性事件，再次对物流、快递行业疫情防控工作敲响警钟。为做好“人物同防”，阻断由物传人的传播途径，坚持“外防输入、内防反弹”总策略和“动态清零”总方针。按照市委市政府有关工作部署，为切实抓好全市物流快递行业疫情防控工作，为党的\_胜利召开营造安全稳定的环境，特制订全市物流、快递行业疫情防控排查工作方案，具体安排如下：

### 一、工作目标

认真贯彻落实\_\_关于新冠肺炎疫情防控工作的系列重要指示批示精神和国家、省、市关于新冠肺炎疫情防控工作的相关要求，统筹做好全市物流、快递行业新冠肺炎疫情防控工作，有效保障人民群众健康和生命安全，保障国民经济可持续发展，维护社会稳定。

### 二、重点排查内容

一是摸清全市物流、快递行业企业及门店底数，督查企业是否合法经营、是否落实疫情防控主体责任；二是督查物流快递企业是否按照相关疫情防控工作要求，落实执行“戴口罩”“勤洗手”“测体温”“不聚集”“一米线”等基本健康防护措施，对涉疫物品及时迅速拦截，对相关生产经营场所、运输车辆、装备用具、货物、邮件快件进行检测消毒，做好相关人员疫情排查、核酸检测、隔离观察等工作；三是督查物流快递企业防疫物品配备情况，根据企业规模、从业人员数量，储备充足的疫情防控物资，包括消毒设备、消毒

用品、口罩（医用外科口罩或以上防护级别的口罩）、手套、洗手液等。

### 三、工作要求

各县（区）人民政府作为本辖区内物流、快递行业疫情防控责任主体，要务必高度重视，要组织相关部门认真对照《安顺市物流、快递行业疫情防控标准》（详见附件1）结合附件2、3对辖区内物流、快递企业开展地毯式排查，对存在隐患的企业，要加强工作督导，建立工作台账，坚决发现一起、消除一起。方案下发后市级将成立工作督查小组赴各县区对工作开展情况进行督导，切实保障此项工作落到实处。

附件：1. 安顺市物流、快递行业疫情防控标准

市商务局

市交通运输局

市市场

市邮政管理局

2022年5月5日

附件1

安顺市物流、快递行业疫情防控标准

（试行）

为进一步抓好全市物流、快递行业疫情防控工作，规范各场地人员管理，防止疫情扩散蔓延，切实维护广大人民群众身体健康和生命财产安全，现结合我市实际情况制定我市物流、快递行业疫情防控标准，请遵照执行。

#### 一、坚持做好预防工作

1. 提高防疫思想认识。当前全球疫情仍在持续演变，外部环

境更趋复杂严峻，国内经济恢复仍然不稳固、不均衡。全行业要深入学习、坚决贯彻落实\_\_关于疫情防控工作的重要指示精神、\_\_决策部署，充分认识境外、境内疫情复杂形势，坚持人民至上、生命至上，保持如履薄冰的警惕性，提高见微知著的敏锐性，坚持底线思维，充分做好应对零星散发病例和局部聚集性疫情的思想准备和工作准备。要全面落实“外防输入、内防反弹”总体防控策略，以物流、快递企业对外营业场所、处理场所、内部办公场所等生产作业场所为重点，进一步强化防控措施，有效控制风险，保障从业人员生命安全和身体健康，保障行业高质量发展和安全稳定运行。

2. 切实落实“四早”措施。配合相关部门落实早发现、早报告、早隔离、早治疗“四早”措施。根据各个季节特点和疾病流行规律，有针对性调整疫情防控措施，防止流行性感冒、其他呼吸道疾病与新冠肺炎叠加流行。

## 二、加强单位防疫管理

3. 落实企业主体责任。要严格落实疫情防控主体责任，严格遵守疫情防控规定，建立健全内部防控工作制度、实施方案和应急处置流程，指定专人负责，层层落实责任，强化落实执行，严防单位内部发生聚集性感染，严防疫情通过寄递渠道传播。

4. 遵守地方防控要求。按照地方政府具体规定，做好从业人员从外地返回后登记管理、隔离观察等疫情防控具体工作。按照疫情常态化监测预警工作要求，配合地方政府及相关部门做好从业人员核酸检测定期抽检工作。

5. 做好防疫用品保障。根据企业规模、从业人员数量，储备充足的疫情防控物资，包括消毒设备、消毒用品、口罩（医用外科口罩或以上防护级别的口罩）、手套、洗手液等。按照每工作4至6小时更换一次的频率，定期为从业人员免费分

发口罩。

6. 加强防疫宣传教育。采取多种方式积极开展新冠肺炎防疫知识宣传，提高从业人员健康素养，确保从业人员知悉防疫要求，增强防疫意识，熟悉应急处置流程，主动配合疫情防控工作。从业人员要养成“一米线、勤洗手、戴口罩、公筷制”等卫生习惯和生活方式。咳嗽、打喷嚏时注意遮挡。

7. 完善场所管理措施。制定疫情防控工作制度，根据当地分区分级管理要求，落实生产作业场所和各类用品用具通风、消毒等防控措施。对不易通风的区域、多人接触使用的物品，要勤于消毒，并在明显位置张贴“已消毒”标识，注明消毒日期和时间。各类消毒用品应当在安全、阴凉、通风处分类单独储存，并且远离电源或火源。消毒用品应当避免混合使用和储存，消毒过程中应当注意安全操作，防止发生火灾和化学品伤人事故。生产作业场所要经常通风换气，提供流动水洗手设施和洗手液等洗涤用品。从业人员要熟悉当地政府对外公布的发热门诊地点及路线。加强员工宿舍管理，控制入住人数，固定床位，避免拥挤，做好通风消毒等工作。有条件的企业应设立隔离观察室。

8. 降低疫情传播风险。要加强日常监督管理，督促指导从业人员落实个人防护用品、手卫生等防控措施。每日监测和登记从业人员健康状态，坚持测量体温，如发现从业人员身体不适，应及时安排就医。要减少非必要聚集性活动，减少参加聚集性活动人员，减少在密闭式场所举行的活动。对于必要的活动，物流、快递企业从业人员要注意保持社交安全距离。加强外来人员管理，对于进入应当佩戴口罩的密闭式生产作业场所的用户等外来人员，应当提示其正确佩戴口罩。对外营业场所应当提示用户等外来人员在店内注意保持1米以上距离，减少交谈和接触。可以使用栏杆、标线、告示牌等器材帮助维持秩序。应用信息化管理手段，全员使用“通信大数据行程卡”“防疫健康码”等手机软件工具。

9. 安全卫生使用空调。生产作业场所如需使用空调，应按照规定或者参照《应对新冠肺炎疫情联防联控机制《夏季空调运行管理与使用指引（修订版）》》相关要求，做好空调清洗、消毒、维护等工作。生产作业场所发现新冠肺炎确诊病例和疑似病例时，应立即关停确诊病例和疑似病例活动区域对应的集中空调通风系统，并在当地疾控部门指导下对上述区域内的集中空调通风系统进行强制消毒、清洗，经卫生学检验、评价合格后方可重新启用。

### 三、实行分区分级防控

10. 企业对外营业场所。对于进入企业对外营业场所人员一律进行测温，并查验健康码。高风险地区营业场所要尽量保持通风，每隔4小时全面消毒一次，每隔4小时对工作人员测温一次。对于用户等外来人员使用、接触过的桌椅、笔等用品用具，应当在每次使用后进行消毒。中风险地区营业场所要经常通风，每天全面消毒一次；对于用户等外来人员使用、接触过的桌椅、笔等用品用具，要在每次使用后进行消毒。低风险地区营业场所要经常通风，每天全面消毒一次。

11. 物流、快递处理场所。对于进入货物处理场所人员一律进行测温，并查验健康码。高风险地区处理场所要尽量保持通风，每隔4小时全面消毒一次，每隔4小时对工作人员测温一次；严格控制外来人员进出，并减少内部人员聚集和接触。中风险地区处理场所要经常通风，每天全面消毒一次，并减少内部人员聚集和接触。低风险地区处理场所要经常通风，根据需要进行消毒，减少内部人员聚集和接触。

12. 企业内部办公场所。对于进入企业内部办公场所人员一律进行测温，并查验健康码。高风险地区公司机关、客服中心等办公场所要尽量保持通风，每隔4小时全面消毒一次，每隔4小时对工作人员测温一次；严格控制外来人员进出，实行弹性工作制，间隔安排工位、座位，减少人员聚集和接触。中风险地区办公场所要经常通风，每天全面消毒一次；间隔



安排工位、座位，减少人员聚集和接触。低风险地区办公场所要经常通风，每天全面消毒一次，并减少人员聚集和接触。

13. 运输工具。加强货物运输工具疫情防控工作。跨不同风险级别地区运行的货物运输车辆，执行所跨地区间最高风险级别防疫标准。

#### 四、加强人员健康防护

14. 落实联防联控要求。物流、快递从业人员个人健康防护、生活环境卫生和揽投服务环节防护措施，要落实执行《应对新型冠状病毒肺炎疫情联防联控机制的相关规定》。

15. 科学实施个人防护。从业人员在营业大厅、客服中心、信息机房以及其他人员密集、相对封闭、通风不良的生产作业场所内，要佩戴口罩。前台、食堂、出入口等场所工作人员，邮件快件揽投人员，以及直接承担测温、登记、应急处置等疫情防控工作任务人员要戴口罩。邮件快件运输车辆驾驶员在单独驾驶时无需戴口罩；驾驶室内人员为2人以上时，均应戴口罩。在其他生产经营及社交场所，相互距离1米以内的要戴口罩。口罩佩戴前、脱除后应做好手部卫生。需重复使用的口罩，使用后悬挂于清洁、干燥的通风处。如佩戴口罩感觉胸闷、气短等不适时，应立即前往户外开放场所，摘除口罩。废弃口罩归为其他垃圾进行处理。建议从业人员随身备用医用外科口罩或以上防护级别的口罩。邮件快件揽投人员做好揽投服务工具的清洁消毒，对邮件快件运输车辆的封闭式箱体、闸把、扶手等频繁接触的部位进行重点清洁消毒。尽量减少直接用手接触楼梯扶手、电梯按钮、门把手等公共设备和设施；如有接触，应及时做好手卫生。

16. 实施定期核酸检测。按照地方疫情防控部门要求，组织做好从业人员定期核酸检测。协调地方疫情防控部门，将从业人员定期核酸检测纳入当地应检尽检的免费检测范围。对高风险岗位人员全部纳入核酸检测范围，并按地方防疫要求提

高检测频次，做到及早发现隐患。

17. 优化揽投服务模式。揽投人员在揽收、投递货物前要与收件人电话联系，确定交接方式。揽投过程中应当全程规范佩戴口罩，并与用户尽量保持距离，避免身体直接接触。提倡使用智能设备设施。揽投人员要主动向用户提示、解释货物在时限及外包装等方面可能受到的影响，争取用户理解。要认真做好客服工作，及时处理用户服务质量投诉和监管部门转办的用户申诉，妥善化解消费矛盾纠纷，切实保障用户合法权益。

18. 强化应急处置措施。从业人员工作过程中出现发热、干咳、乏力、鼻塞、流涕、咽痛、腹泻等疑似症状时，应主动报告单位并及时就医。前往医院的路上和在医院内应当全程佩戴口罩，尽量避免乘坐公交、地铁等公共交通工具。从业人员发现自己接触新冠肺炎疑似病例或确诊病例后，应当及时主动报告单位并配合做好密切接触者的追踪和流行病学调查。

五、做好疫苗接种工作

## 快递站点运营方案篇八

随着社会的发展，人们生活节奏的不断提高，大家对快递服务的要求也越来越高，作为大学生的我们，在网购市场风起云涌的年代，快递服务在大学校园也迅速流行。在我们学院，快递服务业却处在两难的境地，存在一定程度的市场空缺，需要我们建立校园快递服务平台进行填补。同时在社会主流都在追求快速生活时，总有不少年轻人颠覆了传统意义上的“快递”概念，“慢递”作为一种全新的邮递概念正逐渐被越来越多的人接受。所以，我们计划打造一家以校园快递业务为主，以romanticmail为特色的“速递”工作室。

一、项目介绍及分析

## (一) 校园快递业务

### 1、业务介绍

(2) 学校师生将需发送的快件送到我们工作室(我们也可上门取件)，我们会在当天中午或下午由快递公司派送员统一取件，既方便了快递公司，也方便了师生，大大提高了工作效率。

### 2、市场分析

目前在我校承接校园快递业务的主流公司有：申通、圆通、宅急送、中国邮政ems□武汉特能。申通、圆通、宅急送主要以受理环节以发件人电话预约，业务员取件为主要方式；而中国邮政ems的快递受理主要是发件客户自行到学校收发室办理。收件客户签收环节，中国邮政ems□申通、圆通、宅急送派送员通过电话联系收件人约定好取件地址。

通过很长时间的调查我们发现我校快递市场存在一些漏洞，具体如下：

(1) 快件签收的安全性，由于领取快件时不需要出具任何身份证明，不少同学反映，随便一个同学都可以冒充收件人将快件领走，快递公司至今仍未出台相关的预防方法，可见快件安全性不强。

(2) 派送员与收件人约定的地点一般都是露天的，时常会碰到打雷下雨、烈日炎炎等恶劣天气，给他们工作带来很大的不便。

(3) 时间问题：有时候派送员暂时无法联系到收件人或者收件人因有事不能取件，那么会给派送员带来工作不便，并且派送员在等待收件人一个个取件的过程中也浪费很多时间和精力，效率不高。

所以学校快递业务处在两难的境地，有许多需要完善的地方。

### 3、可行性分析

(1)宏观环境分析：当前我校快递公司派送员的任务繁重琐碎并且很多师生对于他们的服务很不放心，不满意。因而建立沟通双方的桥梁势在必得。

(3)行业竞争与状况分析：据调查本行业暂无竞争对手，可以开拓市场

(4)消费市场及购买力行为分析：各快递公司派送员为了工作的方便愿意和我们合作，并支付我们一定报酬；学校师生为了快件的安全和便利，同样会支持我们，并支付一定报酬。

#### (二)romanticmail(城建慢递业务)

1、项目介绍：“慢递”概念最早源于美国，一开始只负责投递信件，形成市场后，商家的业务也逐渐向物品扩展。在国内也是近期开始流行，受到青少年和广大白领阶层的热捧。慢递是一种普通邮局一样的信件投递业务，但不同的是慢递时间由寄信人自己决定，可以是几个月后、一年几年后，也可以是十年后、甚至更长时间，慢递是一种类似行为艺术的方式，提醒人们在快速发展的现代社会去关注自己的当下。比如，给5年后的自己写信，寄递内心的目标与希望；给未来的孩子写信，分享父母相识、相知的历程；给3年后毕业的朋友写信，重温学生时代的美好回忆??我们相信这项“把今天寄给未来”的慢递服务必将在城建引领新的时尚潮流，我们计划加盟北京熊猫慢递邮局，在细分寄递业务的基础上掘金邮递市场。

2、市场分析：年轻人群是最朝气蓬勃的一个群体，我们的感情正处于一个兴奋期，对新鲜事物的好奇，也有对现状的不满，有盲目自满与自我陶醉，也有对未来的憧憬??这样的一

种状态必定有着一定的心理压力，我们需要一个可以排解心理压力的位置，从某种程度上引导忙碌的都市人重新关注“时间”的意义romanticmail就能给出这样一个机会。并不高的费用，外加新颖的方法，必定能吸引很多大学生和城建白领阶层。并且慢递市场在城建暂未开发，受武汉慢递业务的影响，在城建有着很大的潜在价值。

### 3、可行性分析

#### (1) 宏观环境分析

随着现在大学生的物质生活质量的提高，在精神生活质量却没有与之相同的提高进度romanticmail契合了都市人的心理需求，人们寄信的动机可能不尽相同，有人为了祝福，有人为了宣泄。很多在生活中不便直接表达的情绪，通过拉长收信时间，可以有效缓解寄信人的尴尬和焦虑感，帮助减压。此外，如果将生命视为一趟旅程，那么每一天都值得享受。当你选择让亲友或自己等待一封未来将至的信，其实就是在有意识地放慢脚步，感受时间的传递与寄托romanticmail就是这样一项提高精神生活质量为目的的一项业务，此外，送礼物已经是很常见的事情了，如果妈妈的生日上学期间，又想给妈妈送一个礼物romanticmail可以帮助你，按时的送出这份礼物。

#### (2) 产品及服务分析

#### (3) 行业竞争与状况分析

精神产业无疑是低成本的，而且在精神产业这方面学校内绝对是无人问津，在学生好奇心的驱使下romanticmail在学校内定能掀起一波热潮romanticmail的romantic气息能吸引大量情侣，让我们为之提供服务。

#### (4) 消费市场及购买力行为分析

romanticmail帮客户保存信件的收费标准是这样的，一年为25元，两年为30元，每增加一年，费用增加5元。我们是在用今天的钱来做将来的事。我们并没有想在邮费上赚到什么钱，这些费用对于大学生和白领阶层能接受。

## 二、经营战略

1、团队精神：诚实敬业，团结，奋斗

2、经营理念：以最快的速度送快件

以最负责的态度邮递慢件

以最诚信的心态构建共赢

4、竞争策略：本着人无我有，人有我优的原则。诚信经营，热忱服务

5、营销策略

a□通过宣传单等平面媒体向全校师生宣传我们的特色服务

b□通过bbs等立体媒体介绍我们的优质服务

c□开展优惠活动

6、核心竞争力分析

a□我们团队的成员都是网购发烧友，对快递业务很了解

b□多次与各快递公司派送员商讨过，他们有意向与我们合作

## 三、初期运作

(1) 工作室选址：三区宿舍楼下

(3) 工作准备□a□与各快递公司友好协商后签订合作合作

b□办理合法的营业执照和行业准入证

c□准备流动资金

d□团队保持目标一致

#### 四、财务预算

(1) 资本结构：采用股份制合作方式

(2) 销售预算：开业两个月后基本维持正常水平，六个月可收回成本

(3) 前期投入：开一家一家以校园快递业务为主，以romanticmail(校园慢递业务)为特色的速度“弟”工作室前期投入包括前期房租、装修、首批存货等内容。工作室店面大概在60平方米。店里装修相对简单，估计2万元左右即可，首批存货加上其他一些用度，估算在5万元左右。

#### 五、swot分析

(1)

我们很好的契合了学校快递公司与师生之间的中间点，提供轻

松、安全、高效的快递服务；同时，我们率先提出新的慢递业

务，集新颖、时尚、感情与一体

## (2)w(劣势)

潜在的竞争对手很多，快递服务业利润薄，吸引大批量的慢递客户难度大

## (3)o(机会)

## (4)t(成本)

除装修的固定费用外，需要的成本不多

## 六、管理结构

1、核心成员如下：

2、组织形态及主要责任：店长，店面法人代表。负责店面运行管理

副店长，负责校园快递业务的执行与发展以及财务

负责宣传及公关工作

负责满慢递业务的执行与拓展

根据实际运营情况，由选举制决定需要聘请若干名兼职人员

## 七、风险管理

2。慢递业务具体应该由哪个部门监管也是未知数

3。慢递更需要人力和物力对邮寄物品进行保管，需要大量成本

2。优质的服务：有了优质的服务，我们才能一步步打造我们的口碑，建立我们的群众基础



### 3. 资本流通：积极与投资商洽谈，希望能获得vc投资

#### 快递公司是如何运作的

一、自营。比如国内的顺丰，从广东到香港到上海江苏，所有的顺丰都是同一个顺丰公司投资的，背后的老板都只有顺丰的股东。正因为从上到下，都是同一投资，统一管理，所以顺丰的优点体现的很明确：服务好，无论是快递的质量上，还是服务态度上，因为他们执行着同一个标准，有清晰的隶属关系，有集中的管理，有明确的考察制度。缺点是费用大，所以价格要高于其他非自营式同行的收费。但顺丰已经用他的服务赢得了很大很好的业界和客户的认同与口碑。国际上的联邦快递等等，也都是这种模式，只不过他们的规模更大，涉及的业务更多也更复杂，但总体上，他们的共同点都是各地区所有的分公司都隶属于同一个总部。

二、加盟。国内快递多数采用的都是这种方式，例如申通，韵达，圆通等等等等。公司总部投入总仓、分拨中心、干线运输、市场推广、运营管理、网络平台等资源，但各地的派件、收件公司的全部或部分是由其他的快递公司加盟的。加盟公司需要每年向总公司缴纳加盟费用，以及分摊某些部分的运营费用。但总体上说，加盟的成本要小于自营的。这是其中之一的优势，另外一个大的优势是网络丰富，点多，能提高客户范围和公司知名度。有的分部的加盟公司，可能加盟不止一家品牌的快递公司，会出现某地的快递公司既送、收申通的快递，同时他们又是圆通的派、送件公司。成本小随之引起的缺点就是管理难度上的增加。所以产生了服务水平、态度、意识都参差不齐的现象和问题，更时常能听到某公司某些分布加盟商因为到付款或者其他利益问题而扣住客户的快件不派，以此和总公司谈判的情况。但很多公司已经慢慢地在收网，逐渐把利润高的区域的加盟权慢慢地收回变成自营的。可能这也是国内快递未来发展的趋势吧。

三、合作。既不是自营的，也不是加盟的，数家各自独立的

快递公司共同合作来开展业务。比如上海某个快递公司a和台北某家快递公司b以及香港某家快递公司c若干家快递公司合作。当a公司收到客户寄往台北的快递货品时，通过航空货运空运到桃园机场，清关后由b公司提货，然后帮助送达到台北收件人处。他可以向a公司收取送货和其他的服务费用，也或者根据合作协议互免，因为b公司快递到上海的货物是由a公司提货派送的。现在的状况是互相收取的情况或者说比例大一些，这样更公平和利于管理一些。这种方式，和加盟有共同点，但不是完全加盟，因为各公司是平等的关系，以互相合作共同发展的契约精神为基础。优点是灵活性大，缺点是稳定性差，好像有点基于自营和加盟之间。要看合作各公司的经营意识和水平、能力，对未来的设计了。

## 开一间快递公司需要注意的细节

本文详细介绍开一间快递公司需要注意的细节，包含创业项目和最新投资创业项目专题信息供大家参考。

开一家快递公司怎么样?随着网络时代的发展，快递行业逐渐火爆起来。快递这行门槛相对较低，关键在于要有信誉，同时要善于推销自己，有句话很贴切，“先做人，再做事”。在一个地区开快递公司，除了要了解当地快递市场和竞争对手之外，还要做好成本评估，投资分析。

做快递，打品牌，增加用户信誉度很关键，在营销策略上建议：

- 1、服务优质、送达时间快速、突出服务特色、价格要有竞争力。
- 2、采用有效的方式，如在当地媒体定期做广告宣传，扩大影响，吸引客源，增加业务量，是公司长期生存的保证。有条件的，可参与当地出版党报、党刊快递至党政部门、当地及

外地报刊快递到报亭等业务。

3、树立品牌为先，公关用户同行，

4、所用快递交通工具，统一标识，喷印突出“快递”字样，快递人员统一着装，可做流动广告，宣传形象，推广品牌。

看到一个创业简单的投资分析，可以供其他朋友借鉴：

投资分析：快递公司的规模可大可小。小至三五人，多则几十人。再者，公司以电话作为承揽业务的手段，因此，可在适当的地方租一办公用房，10至12平方米即可。月租300元左右安装一部电话、1000元左右。办证及办公设备等费用3000元左右。人员5-8人，月工资2500-4000元，七成新二手自行车5-8辆，费用750-1200元左右。摩托车一辆，元左右，这样，投入1万元即可开业。

经营方法：

1、按所居住城市的特点，及所投递的不同的物品，设置一个详细的收费标准。要比邮政部门的价格要便宜，品种要齐全。在承接业务时让顾客知晓，并签定快递合同。

2、对方一些客户要求保密的信件，要严守秘密。

3、提高快递人员素质，改善服务态度，保证服务质量。

效益分析：以公司每日拥有20单业务量，每单20元计，每天营业额400元，每月除去房租、水电、工资等费用，每月尚有8000元，投资回收期2个月，全年赢利8万元(全年按10个月计)。(个人觉得这个盈利估计有些保守，呵呵~~)

注册资本50万，只能做本区域的快递服务，100万以上可以做跨省市区域的快递。

## 快递站点运营方案篇九

为确保学生身体健康，有效地预防和控制学校公共卫生突发事件，依据《\_传染病防治法》、《学校卫生工作条例》、《突发公共卫生事件应急处理条例》，现就我校2017年度加强学校卫生及疾病预防控制工作意见制定了一些措施及方案。

- 1、明确卫生防病的任务和应采取的措施。
- 2、全面开展学生常见病、传染病的预防控制工作，提高广大师生的疾病预防知识水平和自我保健技能，增强传染病和突发事件报告意识。
- 3、建立健全公共卫生与疾病预防控制工作的长效运行机制。
- 4、学校应遵循“预防为主，严堵源头为重”的原则，成立艾滋病等传染病防控领导小组，建立防控传染病应急预案，使学校对艾滋病等各类传染病的预防措施落实到位，责任到人，切实有效地开展传染病防控工作。

### 1、疫情报告：

一旦发现师生患有传染病或发现有传染病流行时立即报告当地疾病预防控制中心(卫生防疫站)。为及早发现和及时报告疫情做到：(1)切实落实非常期间的晨检制度；(2)班主任每天进行巡视；(3)专人负责学校疫情报告；(4)建立专门的传染病登记本。

### 2、疫情控制：

一旦发现疫情，积极配合疾病预防控制机构开展调查处理工作：

- (1)协助开展个案和爆发疫情的流行病的调查和采样工作。根

据病人的流行病学史、症状、体征和实验室检查结果，找出共同特征。分析病人的分布特征，查找可能引起疾病流行的因素。采集病人的呕吐物、排泄物、血液和水、食物等标本。

(2)做好消毒隔离工作。配合医疗部门做好对传染病患者进行隔离医疗，对病人的呕吐物、排泄物及被污染的环境进行严格消毒处理；开展对传染病接触者的医学观察。

(3)根据控制疫情需要对密切接触者进行预防性服药或疫苗应急接种。

(4)发生疫情重大流行时，执行政府依法做出的停课决定。

### 3、预防措施：

(1)把传染病预防控制工作列入学校工作计划，有专人负责，并列入工作考核。

(2)开展对学生常见病、传染病的防病知识教育，开设健康教育课，使学生掌握有关预防传染病的知识，培养学生良好的卫生习惯。

(3)开展爱国卫生运动，搞好室内外环境卫生，改善卫生设施，切实做好学校食品卫生和饮水卫生，防止病从口入。

(4)根据卫生行政部门制定的预防接种程序，配合疾病预防控制机构对学生进行疫苗接种。

### 4、艾滋病的预防控制措施：

(1)运用多形式、多渠道开展防控艾滋病教育。通过专题讲座、播放多媒体教学片；通过课堂教育如在体育与健康教育等各学科教育中有机渗透相关知识，使预防艾滋病健康教育做到经常化、多样化，并始终贯穿整个学校教育教学的全过程，

反复强化，深入人心，确保遏止与防治艾滋病计划贯彻、落实，并得到有效防控。

(2)利用年内各个世界卫生日、卫生宣传日等活动，开展丰富多样的健康教育活动。如开展板块展览、知识竞赛、社区服务等活动，广泛开展预防艾滋病的有益健康教育活动，寓教于乐。

(3)学校图书馆、阅览室等应备有一定数量的健康知识教育丛书，供学生阅读。

(4)要将学校教育与家庭、社区教育有机结合，通过学生参与社区综合实践活动，把相关知识传递给家庭以及社区其他成员，从而带动社区预防传染病健康教育工作的蓬勃开展。

## 快递站点运营方案篇十

### 一. 内容摘要

现如今大学校园内，网购市场一直走在前列，越来越多的大学生已经将网上购物作为一种消费习惯，然而很多人都在为接收快递而苦恼，包裹数量多、需要花费时间去等待、并且存在本人不在校园内的情况！为此我们将建立一个校园快递代收站点，来解决这一问题。

### 二. 初步分析

#### (1) 环境分析：

当前在我校快递公司大部分派送地点都在学校东门，与学生宿舍相离较远，鉴于存在天气问题（如高温，刮风下雨等）和时间问题（收件人未在学校），很多学生都会有一定的抵触情绪！因而建立该站点作为物流与学生之间的桥梁至关重要。

## （2）产品服务分析：

在我校，我站将提供优质的代收服务，不分时间，不分天气、只要您下订单，我们就为您服务，保证学生的快递能够有安全保证地被存取。

## （3）行业竞争与状况分析：

据调查本校内暂无竞争对手，所以可以继续开拓市场，目前来看，具有非常大的盈利前景。

## （4）消费市场分析：

学校师生为了快件的安全保证和便利收取，会支持我们。

## 三．方案实施

注：（学校周围主要物流配送公司有：顺丰、圆通、中通、申通、宅急送□ems□全峰、天天、汇通等。）

### 1. 人员安排及工作时间：

本队成员在运营期间每天到岗进行方案中快递代收业务的实施，人员调配视空闲时间而定。

### 2. 业务建立模式：

主要以微信公众平台(基于微信微信平台的公众平台，由我方向腾讯公司进行申请，通过审核后进行功能建设)来接收业务，并以电话短信等方式(提前发送信息:收件人姓名及电话号码)进行辅佐，每天在公众平台及手机上进行统计数据，统一领取快递，存放于站点，让学生可以随时领取，以达到节省时间，方便用户的'目的。

### 3. 业务实施方案：

客户通过微信公众平台或手机及短信提出请求后，我们将即时进行代收业务，在保证有限时间的情况下，收取快递，并且保证快递包裹的安全性，目前我们将代收业务细分为以下两种：

a□即时领取：

b□全程收取：

客户由于自身原因，在快递订单确认后，不能及时收取快递，我方将全程跟单，客户须将订单号码即时发送至我站，我方才可完成代收业务。