

物流服务认证的推进与实施

⇒文 / 李明 吴瑕



物流行业作为复合型产业，已成为影响和制约其他产业尤其是电子商务行业的重要因素。在信息化高度发达的今天，物流服务质量的优劣直接影响到企业的生存和发展，因此提高物流企业的服务理念和服务意识成为当务之急。服务认证作为衡量物流服务质量，提升物流服务水平，规范服务行为的手段和工具，引起了行业主管部门和服务企业的重视。

物流服务认证作为服务认证的一种，具有标准发展滞后、项目稀少、基础研究正成为热点三个特点，其推进与实施在实际运作中并非顺畅。本文从物流服务认证的总体情况出发，以中国质量认证中心开展的物流服务认证为例，介绍了目前物流服务认证的相关推进情况、相关标准、实施难点及建议。

物流服务认证的总体情况

物流服务认证作为服务认证的一种，与其他领域的服务认证一样，在我国尚属新生事物，其发展仍处于起步阶段，总体呈现以下三个特点。

一是认证标准发展滞后。目前国内编制的与物流行业相关的标准多集中于关于器具、工具、配套设备等硬件标准和信息方面的标准，但相关物流服务标准匮乏，总体滞后。我国现有物流服务国家标准主要是GB/T24359:2009《第三方物流服务质

量》，规定了第三方物流服务质量的基本要求。能明确用于物流服务认证和评价的国标标准仍然滞后。

二是认证项目稀少，市场基础薄弱。从目前所掌握的信息来看，在国家认监委正式备案开展该项业务的只有中国质量认证中心（CQC）等两家认证机构，所颁发的认证证书数量也较少，还未形成一定的规模。由于关注该领域的认证机构较少，相关的市场宣传难度较大，市场认可程度不高。

三是认证基础研究正成为热点。随着中央和各级政府陆续出台了推动现代物流发展的规划和政策，物流行业的发展迎来了爆发式发展的契机。有关物流标准化包括服务认证标准等基础研究也成为热点，国家认监委已审批了多项有关物流服务认证认可行业标准的编制申请，将陆续编制发布。

相关认证的发展与进程

前面介绍了物流服务认证开展的总体情况，下面主要以中国质量认证中心开展的服务认证为例介绍该认证推进的情况和困难。

推进情况

CQC物流服务认证的标准及相关技术研究始于2014年。通过汇集部分物流行业中管理先进的企业、资深物流管理专家、高等院校在内的专项研究项目组历时两年的调研、试点和总结，制订了《CQC物流服务认证规范》以及《CQC物流服务管理成熟度评价规范》标准。该标准为物流服务认证业务的开展奠定了扎实的基础，项目的试点工作首先在广东展开，通过与广东某运输公司的合作，首次依照物流服务认证标准对该公司进行了审核工作，同时指导企业开展了物流服务认证标准与ISO9001进行有机结合加以运用的探索，取得了很好的效果。

从2016年下半年开始，CQC利用大客户会、市场会议等诸多形式，向其广大客户进行了该项服务认证的宣传。2017年，在中国检验检疫集团重庆有限公司和重庆市巴南区质量技术监督局的支持下，CQC为巴南区物流园区内的企业进行了物流服务认证的标准宣贯，得到了参会企业的积极响应。

实施中的困难

物流服务认证是新生事物，且物流服务认证与常见的服务认证也有不同。常见的服务通常是在顾客和服务提供商的接触或消费的互动

过程中产生，因此可以通过服务过程质量和结果质量进行评价，而货物的运输由于其距离等特殊性质，客户无法亲自体验整个过程，顾客所能感知或关注的是货损货差、交货及时性等结果质量，而对服务过程质量很难评价。因此物流服务认证既要评价服务结果质量，也要通过第三方的视角为顾客提供过程质量的评价。可见物流服务认证在顾客和物流提供商之间提供了信任的桥梁。但是在实际推进与实施中，物流服务认证还是遇到诸多困难，主要体现在以下方面。

对物流服务认证的认知与采信环境尚未形成。物流行业目前主要推行的是分级制度，企业在选择物流供应商时，主要参考的因素之一是对方依照《物流企业分类与评估指标》的评价所获得的分级结果，而非物流服务认证的结果，甚至大部分企业并不知道物流服务认证的存在，更谈不上对这种认证结果的意义和价值的理解。虽然该分类与评估指标中对于物流服务质量方面考虑的广度与深度远不如物流服务认证相关标准中所涵盖的范围，但目前物流行业的业态现状正是如此，也正是因为对这种认证结果采信的环境尚未形成，制约了该项服务认证的发展。

物流行业发展变化迅速，标准的更新存在挑战。近几年，我国物流行业在高速迅猛发展，其产业形式也从早期的以运输为核心逐渐向物流服务综合体发展，先进的、有引领作用的物流公司与供应链管理

咨询公司之间的界限越来越模糊，物流公司逐渐向其客户提供整套的供应链解决方案，甚至也衍生出了物流金融、全方位供应链服务、绿色物流、精益物流等新形式。而标准的制定，为确保其严谨性，往往会因为需要相当长时间的研究、归纳与提炼而落后于产业发展的前沿，这也导致部分处在行业前端的标杆型物流公司难以找到与之对应的评价准则。与此同时，相关标准、专业人员的知识结构如何能够更快速度地更新，这方面的压力与挑战也越来越成为相关认证机构所考虑的问题。

缺乏实质性的政策导向与扶植。一般而言，某项认证的推广效果与政府部门的政策导向与扶植紧密相关，例如目前在国内广泛开展的两化融合管理体系认证以及知识产权管理体系认证，这是因为有来自国家、省、市等各级主管部门的引导与相关的优惠政策扶植，使得相关的企业会产生引入标准、建立体系并获得认证的主动意愿。

而物流服务认证目前尚未有实质性的优惠政策与之进行配套，属于分散型的以认证机构的力量为主在向客户推动，而企业采纳该标准并寻求认证的动力也仅仅是来自于其内部，是其决策层勇于接受新生事物，进行尝试来提升自身管理水平的意愿，但从目前我国物流行业管理的整体情况而言，愿意进行这方面尝试的企业还不是主流，或者说有待通过更为广泛和深入的宣传推广进行挖掘。

(下转第40页)

过程中导致的坏果烂果等进行合理赔付，这一运输服务当时就得到很多用户的青睐，同时也为顺丰带来很大一部分业务，让顺丰尝到了速运带来的第一杯羹。与此同时，跟消费者密切相关的售后服务，也是需要企业快速反应的。售后服务涉及较多的是出现破损件、丢件，这需要在快速的时间内（给予承诺时间）给客户进行处理，并予以清晰的回复，同时在处理的过程中需要安抚客户的情绪，力求提出圆满的解决方案。这一块也同时要求企业在内部管理方面，严格控制并降低

快件的破损率和丢失率，争取做到零破损率、零丢失率。

针对上述快递行业服务质量的特性，企业可以用服务蓝图的工具全面系统的识别顾客服务的点，帮助企业梳理整个服务流程。服务蓝图是详细描述“服务”的有效工具，它从顾客角度出发，描述服务过程、顾客接触点和服务展示，并识别出服务过程中的关键控制点。

在快递行业，跟顾客接触的服务点有：寄件、收件、查询物流信息、售后服务与投诉。每个节点，企业需要梳理内部服务标准与流程，呈现出统一的服务和品牌形

象。在做好基础服务上，企业还可以通过提供差异化的服务来赢得新的市场，进行业务创新，如通过代收货款、定时派送等增值服务的运作。

总结

打造快递业优质服务，企业要建立以客户体验为中心的文化，时刻聆听客户、员工、市场的声音，回归到服务的本质上。同时，可借用外部方法，例如第三方认证机构SGS提供的国际服务认证来帮助企业打造成行业的服务标杆。❖

(上接第37页)

推进物流服务认证的几点建议

推进物流服务认证是提升物流服务水准，改进物流服务管理水平的有力手段之一，通过第三方客观公正、专业化的评价，能够有助于识别自身的不足、改进的空间。

一是考虑到物流行业的特点，组建由认证机构，有一定影响力的物流服务的使用者、大型的物流组织、行业协会等相关方共同组建物流服务认证联盟。通过联盟共同制定认证准则，构建采信环境并不断扩大联盟的规模

与影响力，以联盟为平台，向相关行业推广物流服务认证标准以及物流服务认证。

二是围绕社会热点与趋势，加快标准的建立与更新速度。紧密围绕绿色、创新、自动化、精益、供应链服务等物流行业的趋势，组建专家团队进行认证标准快速的迭代更新，以适应新时期的发展要求，使物流服务认证的适用性更为广泛，将新领域中有关的良好实践进行总结与提炼并将其固化在标准内容之中，使那些零散的经验得到系统的沉淀与运用并通过标准的推广，能够在

一定程度上提升整个行业管理与服务水平的进步。

三是积极推动政府部门对物流服务认证的支持与扶植。政府相关部门对物流服务认证进行实质性的政策扶植将会激发物流企业引入标准寻求认证的动力，是该项认证在广泛的，社会意义上的采信环境形成之前，得以快速发展的关键因素之一，当采信环境形成之后，就会进入一个自我成长的过程，不断通过标准的更新与应用、专业的第三方审核推动物流行业的发展。❖