

快递服务中包装个性化策略简析

刘文玲 李婷

四川大学锦城学院 计算机与软件学院 四川 成都 611731

DOI: 10.18686/jsjxt.v1i3.1273

【摘要】经济基础决定上层建筑,人们消费水平不断提高,消费者对于包装的需求由简单逐渐趋向于个性化多样化。随着快递这个新兴行业的迅猛发展,快递包装的个性化发展需求也被提上日程。本文主要以顺丰快递服务行业为中心,从现状入手,逐步分析存在问题并提出对策以此解决矛盾,做到更好地满足顾客需求以及维护绿色环保的行业发展环境。

【关键词】个性化;快递包装;顾客需求;绿色环保

1 快递包装行业的现状

个性化服务,是指根据顾客的需求来制定并实现的,每个人的需求都有着或多或少的差异,商家(卖家)需要依据各种渠道或方式进行收集、整理和分类,向顾客(买家)提供和推荐个性化的信息,以此来满足顾客的需求。在电商行业快速发展的今天,快递行业也得到了很好的发展契机,个人和机构对快递的需求急剧增多。在这个行业大背景下,想要在快递行业成为领先者,谋和网络消费者的多样化及个性化的需求成为必经的生存之道。美国某位心理学家提到,人类的欲望是无止境的,会随着社会环境及自我生长环境的变化,需求层面也会不断更新与拔高,吃饱喝足只能列为最基础的生理需求,精神层面的追求被更多的人推崇^[1],消费者对快递包装的个性化需求亦是如此。顾客不再局限于普通的保护包装需求,而是追求更高更好的心理满足需求。例如环保意识的增强,消费者渴求可以通过自己的微薄力量来保护我们的大自然,共同爱护环境,减少污染的排放;例如现在的年轻人越来越追求个性,无论是在生活上的大方面,还是小方面上,都希望可以获得“特别地”待遇,在快递包装上亦是如此。顺丰快递在众多快递公司中脱颖而出的主要原因毋庸置疑是运输速度的高效性,但其包装盒也面临着不够个性化的问题,包装简单,且普遍采用纸盒材质,缺失环保概念。

2 快递包装个性化存在的问题

2.1 快递包装保护性差

顺丰快递也无不例外,包装简单,就保护性问题

上优于其他快递公司,在竞争激烈的快递行业中,仍需不断突破技术环节。现阶段,快递包装采用的基本上是塑料袋或是普通的纸盒,防护性差,易受到外界的挤压力变形或是一定程度上的破损,而快递小哥有时因各种因素恰巧很粗暴,也归因于快递路途中遭受的不确定因素太多,环节多,装载换乘时容易被破坏。消费者在拿到自身货物时,看到这番景象,满意度和期望值呈现反比,可能会导致顾客的期望由原本的合意期望到最低端的最低容忍期望,顾客原本购物的好心情被破坏,降低再次选择本家快递的概率,进而转向其他快递公司。

2.2 快递包装的便携性差

现阶段,顺丰快递普遍采用灰色纸盒包装,矩形外观,缺少一个合理的支点去把握。顾客接受其包装保护完整性后,会进而需求提高取件时的便携性。伴随着电子商务的快速普及,小到一支笔,一根黄瓜,大到一套桌椅,一个冰箱,消费者都会乐意涉及。在拿到大宗货物时,普通的快递包装显然满足不了消费者的需求,四四方方的矩形,没有拉环,没有着力点,因此消费者经常会面临难以取件或是害怕取件的窘境,特别是爱好网购的女生群体,力气小,承重能力弱,这是需要商户直面并解决的问题之一。

2.3 环保性能有所缺失

科学技术是社会发展的载体,同是社会发展的“利器”,应合理利用技术问题攻克环境问题,顺丰快递应加快实现“技术+包装”,不断谋和环保发展理念。夏天喊热、冬天喊冷的人数不胜数,都在感叹气温的反差性。臭氧层被破坏,南极冰融化,北极熊生

存环境忧心……很现实同样也很残酷。生存环境日剧恶劣,保护环境更待何时。近年来,呼声高涨的词汇中就包含了环保,人们越来越意识到环保的重要性,并呼吁着身边的人和事去共同维护良好的生态圈。快递包装的不合理利用就造成了很严重的环境问题。从现实生活入手,例如大学校园里,宿舍楼下的垃圾箱里最多的垃圾无疑是快递包装纸袋了,有时候我们会想着留着纸箱去放置物品,可久而久之因为其外观的简陋性和易破坏性还是会丢弃,环保性也随之缺失。

2.4 结构多样性缺失,新意不够

在传统认知里,快递包装基本上都是灰色的塑料袋或纸盒,基本上无美观可言,结构也单一,颜色单调,更无款式新颖可言。而在现阶段大众审美里,定制化、个性化的需求也日益被提上日程。此外,快递盒的结构几乎均为四方体,规规矩矩,可拓展性差,在面对不规则的物品时总需要一些缓冲材料来填充,避免在路程中遭受伤害,当顾客拿到物品时,有的会嫌弃包装的简陋,有的会嫌弃包装的过度化,对快递包装没有很高的激情与创意,多样化的需求也得不到较好的满足。

2.5 过度包装问题严重,用户体验差

目前大多数的电商平台,在包装一份或多份较为珍贵的物品时,几乎都是多层胶布缠绕或是填充大量的缓冲材料,甚至是里里外外多层纸盒包装,用户在拿到物品时,拆卸过程复杂,徒手几乎很难完成,必须借助外物,由此造成了不必要的浪费,且对顾客没有一点意义,反而增加了负担,迫使用户体验性差,用户满意度下降,顾客需求也没有得到较好的满足。

3 快递个性化包装对策建议

3.1 创新包装,促进可持续发展

创新包装需要多方共同努力,消费者要充分发挥主动性,及时反馈并提出有效的建议,用具有环保意识的眼光适应并促进绿色包装的发展,同时也需要快递公司的多方支持,资金支持与理念上的支持,积极配合转型发展,完善各流程,减轻对货品的破坏。例如针对不同的快递盒子,可以进行归类处理,按可回收和不可回收,或按可循环使用和不可循环使用分类,增强消费者对快递包装盒子的认知,针对有特殊包装需求的消费者,允许DIY,创新包装外形,延长快递包装的产业链。此前,有的省市已经有

不少商户开始试水环保绿色行包装,有“一撕得”、双面胶拉链式快递包装、拉链快递包装、U型锁扣环保箱、卡扣环保箱等新型款式,不仅减轻了快递包装的开封复杂度,而且更加环保,更加绿色。显然,新型包装是传统包装的两倍甚至是更多的成本价格,许多商家更是望而止步,致使推广速度慢。这充分说明需要我们全民参与,用长远的眼光看问题,不苟且于眼前利益,共同维护自身利益的同时促进社会可持续发展。

3.2 发布配套的行业标准和法律机制

在国家配套标准的前提下,行业标准有关快递包装的需求需尽快得到满足。并且应该鼓励做得好的快递企业,给予适当的优惠,例如给推行绿色包装的企业颁发奖项或是降低贷款利率等优惠扶持政策^[2]。垃圾处理的成本众所周知很高,且工艺复杂,很大程度上也会造成严重的大气污染,无时无刻威胁着身体健康。快递企业是不是应该承担起这个行业责任了呢,利润高固然可以使企业生存,但缺失环保意识就不是一个合格优质企业。制定有关绿色环保标准迫在眉睫。有关人士建议,政府和国家应该出台相关的优惠与扶持政策,比如下降快递公司的银行贷款利率,使企业降低快递包装转型的压力,加快绿色环保步伐。例如,山东泉林纸业有限责任公司就于2010年3月申请发明专利,用秸秆纸浆造纸,实现农作物秸秆的回收再利用^[3],这也不妨可以运用到快递包装中来,顺丰快递公司也可向其靠拢,成为一个绿色环保的优质企业。

3.3 趣味设计,拓展包装的用途

在传统观念里,快递包装盒只能用于装杂物,没有什么太大的用途。万事万物要从源头抓起,假如在快递包装设计之初,就可以考虑到再利用的问题,用多彩的框架来给予快递包装更高层次的价值,使在变成破烂之前能够成为另一种具有较强实用性的物品而得以循环使用。任何物品无论是横向发展还是纵向发展,都可以直面消费者的实际需求,在满足趣味的同时符合快递属性的基本特征。并寻求快递包装盒与人们的生活、学习中的日常需求相结合的可能性^[4]。例如学生们既可以在改变快递盒结构的同时绘制趣味的图案,使其转换为文具盒、收纳盒等等是不是更有意义呢。一方面也满足了顾客的个性化需求,另一方面也增强了生活中的仪式感和美感。显然,消费者应在积极反映自身需求的同时,更应该

积极提供建议,参与到快递包装行业的个性化建设上来。

3.4 规范包装标准,提高顾客体验感

电商平台在配送物品时,可以先行归类整理,制定一系列的包装标准。在针对有特殊需求的顾客时,可以采取收押金的方式准备可回收性的循环包装,一方面不仅更好地保护了顾客需求,另一方面也保护了环境,发挥了更好地环保意识。标准是具有针对性的,也是具有特性的,无论是在面对普通包装需求的顾客,还是在面对特殊需求包装顾客,都需要有着各自的标准,这样才可以更好满足顾客需求、提升顾客体验感,培养企业的忠诚顾客。在日常生活中,不难发现顺丰快递有印有自身品牌 LOGO 的包装盒,标准统一,在面临回收利用问题上减轻了分类的困扰,可以很好的实现再利用,顾客满意度也会得到相应提升。

4 结语

21 世纪,具有彩虹般色彩,科技技术有着良好的

发展环境,网购的大环境也是十分乐观,快递行业也得到了良好的发展契机。顾客需求如源源不断的水流涌向社会,不同的人有着不同的需求,有墨守成规的老套派,有标新立异的创新派,有绿色前沿的环保派……无论是面对怎样的顾客,都需要秉持一份环保绿色的态度去面对需求,创新发展途径,用不断完善的态度去满足用户的结构化需求,正如一幅美丽的画作,体现艺术感的同时反应客观现象^[5],更好地减少环境的污染和资源浪费。与此同时,顾客应该转换理念,明白自己是社会人,不是独立的个体,清楚满足自身需求的此外更应该担当起社会责任,规范购买态度与行为,做到循环使用。顺丰快递不妨可以作为快递行业的领头人,主动担起环保责任,更好利用现代技术做好包装材料、选型、回收等环节,相信这一定可以获得大众的认可并被社会所接纳。

【参考文献】

- [1]卢凯丽,马淑娟,王轶群. 快递包装个性化需求现状及对策[J]. 合作经济与科技,2018(16):84-86.
- [2]黄土荣. 快递绿色包装面临问题及对策研究[J]. 物流工程与管理,2016,38(05):203-204.
- [3]陈敏灵,张玲,刘清,张艳玲.“互联网+”背景下快递业包装的模式创新及策略研究[J]. 物流技术,2019,38(03):21-27.
- [4]杨丽辉,覃京燕. 复用型绿色快递包装设计理念探究[J]. 包装工程,2016,37(10):39-42.
- [5]丁斌. 基于用户体验的当代包装设计[J]. 上海包装,2016(10):33-34.