文章编号：2097-5899(2025)10-0017-05　　**中图分类号：**U294.1　　**文献标识码：**A
DOI：10.16669/j.cnki.issn.2097-5899.202509190002
引用格式：李瑞峰. 上海局集团公司铁路货损理赔客户体验提升措施探讨[J]. 铁路物流，2025，43(10)：17-21.
LI Ruifeng. Discussion on Measures to Enhance Customer Experience in Cargo Damage Claims of China Railway Shanghai Group Co，.Ltd.[J]. Railway Logistics，2025，43(10)：17-21.

上海局集团公司铁路货损理赔客户体验提升措施探讨

李瑞峰

(中国铁路上海局集团有限公司 物流事业部，上海　200071)

摘　要：货损理赔工作是铁路现代物流服务链的最后一环，其工作质量直接影响到收货人在领货环节的真实体验。在铁路现代物流改革进一步深入的形势下，优化货损理赔服务措施、提升客户体验，是增强铁路物流市场竞争力和品牌影响力的关键手段。从货物损失处理流程、货损集中理赔体系、保价运输管理体系、货运险管理体系等方面阐述上海局集团公司货损理赔服务体系现状，针对现代物流发展形势下货损理赔客户体验影响因素，从提升铁路物流产品品质、优化货损理赔服务体系、优化营销管理服务体系、打造全程物流保障服务品牌等方面提出提升货损理赔客户体验的针对性措施。

关键词：铁路现代物流；货损；理赔；客户体验；提升措施

0　引言

2025年，中国铁路上海局集团有限公司(以下简称“上海局集团公司”)为推进铁路现代物流体系建设，加快建设货运强局，根据中国国家铁路集团有限公司(以下简称“国铁集团”)发布的《国铁集团关于进一步深化铁路物流组织体系改革的意见》(铁货〔2025〕34号)、《国铁集团关于在部分铁路局集团公司试点物流事业部有关机构设置和人员编制的指导意见》(铁劳卫函〔2025〕54号)等文件精神，组织进一步深化铁路物流组织体系改革，公布《中共中国铁路上海局集团有限公司委员会中国铁路上海局集团有限公司关于进一步深化铁路物流组织体系优化改革的通知》(上铁办〔2025〕83号)，提出要坚持以市场为导向推进组织变革，坚持以经营为重点赋予管理权责，坚持以客户为中心创新产品和服务。特别提出了要依托新的物流架构，持续改善客户服务体验，增强铁路物流市场竞争力和品牌影响力[1-2]。

收稿日期：2025-09-19

货损理赔工作是铁路现代物流服务链中的最后一环，无论是站到站运输，还是物流总包项目，这一环节的工作质量都会直接影响到收货人在领货环节的真实体验。铁路物流客户服务质量问卷调查显示，收货人对货损理赔工作的关注度极高。到站货损理赔工作质量会直接反馈到发货人，从而决定了客户对铁路物流服务水平的认可程度。因此，在铁路现代物流改革进一步深入的形势下，优化货损理赔服务措施、提升客户体验，是增强铁路物流市场竞争力和品牌影响力的关键手段。

1　上海局集团公司货损理赔服务体系现状

1.1　货物损失处理流程

货物在铁路运输过程中(自铁路运输企业接收货物时起，至将货物交付收货人时止)发生灭失、短少或损坏属于货物损失。《铁路货物损失处理规则》(铁总货〔2018〕182号)对铁路货物损失种类等级、报告与勘查、货运记录编制、调查处理、责任划分等货物损失

处理相关要求进行了明确，承运人在发现货物损失后当日编制货物损失报告，次日编制货运记录，开展货损调查后完成责任划分，并按照“四不放过”原则，对货损原因展开分析，做好货物损失安全防范。

1.2　货损集中理赔体系

1.2.1　理赔流程

《国铁集团关于进一步做好货运集中办理有关工作的通知》(铁货电〔2022〕106号)、《国铁集团关于试行货运网上集中理赔和货运记录电子化的通知》(铁货电〔2023〕11号)、《中国铁路上海局集团有限公司货运部关于明确货运网上集中理赔和货运记录电子化有关要求的通知》(货管函〔2023〕11号)针对货损集中理赔流程进行了明确。

(1) 铁路局集团公司负责审核办理二级、一级货物损失理赔，填写赔偿审批报告和赔偿通知书。货服中心负责审核办理三级及以下等级货物损失理赔，填写赔偿审批报告和赔偿通知书。

(2) 赔偿要求人线下提赔时，受理站负责审核所有赔偿资料，确认无误后，加载到保价系统中，受理赔偿当日以查复书注明调查过程、损失金额、赔偿金额，全卷报货服中心办理赔偿。同时，受理站应及时完善案卷其他相关资料。

(3) 赔偿要求人网上提赔时，在提报要求赔偿的相关资料后，案卷自动推送至货服中心。货服中心负责审核赔偿资料是否符合要求，同时依据《铁路货物损失处理规则》第36条要求，将受理情况以“客户通知书”告知客户。

(4) 对于二级及以上的货物损失，货服中心审核有关赔偿资料无误后，应于2日内以查复书记明审核意见，全卷送铁路局集团公司。

(5) 铁路局集团公司、货服中心分别将本级开具的赔偿通知书、定责通知书打印(无需另外盖章)，货损处理主管签字，原件送铁路局集团公司财务部(财务科、保价办财务)，由财务部以非现金方式支付赔款。

(6) 关于赔偿时限要求。自收到网上提赔要求的次日起至客户通知书告知客户时止为2个工作日。自受理赔偿要求(网上提赔时指以客户通知书告知同意受理时起)的次日起至填发赔偿通知书之日止为2个工作日，特殊情况下不得超过5个工作日。赔偿通知书下达后，经办人员应于2个工作日内与财务人员办理交接手续并签认。

1.2.2　理赔标准

根据目前既有规定标准，铁路运输货物发生损失，视情况分别适用保价赔偿、限额赔偿、保险赔偿。

(1) 保价赔偿。保价运输的，最多不能超过该批货物的保价金额；只损失一部分时，按损失货物与全批货物的比例乘以保价金额赔偿。保价运输货物在铁路运输过程中发生损失，经调查不属于承运人责任的，承运人不承担赔偿责任。但不是托运人、收货人以及押运人故意或过失行为造成的，承运人可酌情对保价运输货物进行补偿(称为保价补偿)。

(2) 限额赔偿。既不保价也不保险运输的，不按件数只按重量承运的货物，每吨最高赔偿100元，按件数和重量承运的货物，每吨最高赔偿2 000元；实际损失低于赔偿限额的，按货物实际损失的价格赔偿。

(3) 保险赔偿。保险运输的，依照保险公司规定由保险公司进行赔偿。

1.3　保价运输管理体系

《铁路保价运输规则》(铁总货〔2019〕93号)、《铁路保价运输管理办法》(铁货〔2023〕5号)、《中国铁路上海局集团有限公司铁路保价运输管理实施细则》(上铁货〔2024〕86号)对铁路保价运输业务流程进行了明确。客户在办理托运货物时可自愿选择保价运输，在电商系统中勾选铁路保价即可，并填记货物声明价格，承运人按照货物对应费率标准和货物声明价格计算、收取保价费。

参与保价运输的货物，可享受重点安全防护。客户选择铁路保价运输，铁路运输企业可结合客户需求，将货物列为“重点保价货物”，并采取物理防范措施，实施重点看护和全程盯控。在发生货物损失后，可享受按实赔偿，并有资格获得保价补偿。

1.4　货运险管理体系

《国铁集团关于全路推广铁路保险公司铁路货物运输保险的通知》(铁经开函〔2024〕357号)、《国铁集团经开部货运部关于铁路货运险业务操作有关事项的通知》(经开资本函〔2024〕16号)对铁路货运险业务的功能定位进行了明确。铁路保险公司采取保险代理合作协议的模式，由铁路局集团公司组织面向客户进行业务推广。客户在托运货物时在电商系统可直接勾选铁路货运险，选择投保；铁路局集团公司随运费一并核收保险费，按代收款管理；铁路保险公司在北京总部与投保客户在线对接，开具、邮寄保险费发票。铁路局集团公司按保费收入和协议分成比例，向铁路保险公司清算管理费分成收入，铁路局集团公司

负责货物损失调查定责，铁路保险公司承担货物损失赔偿。

铁路货运险是铁路保险公司报监管部门经核准经营的货运保险产品，保障货物由于自然灾害或者意外事故遭受的物质损失风险，是加强铁路货运风险管理、提高铁路货运服务质量、促进多式联运发展的重要举措。

2　货损理赔客户体验影响因素分析

2.1　铁路物流产品品质

上海局集团公司2025年1—8月累计铁路货运统计数据显示，货物发送量13 695万t，同比增加624万t，增长4.8%。其中：大宗类货物发送量1 381万t，同比增加84万t、上升6%，收入同比下降7%；白货类货物发送量446万t，同比增加37万t、上升9%，收入同比上升16%，如光电项目货物发送量69万t，同比增加8万t、上升12.3%，收入同比上升21.5%。总体分析来看，白货类货物(棚车、集装箱装载)运量处于增长状态，2024年货损案卷显示，货损主要集中在棚车、集装箱业务范围内，损坏类案卷占比达到95%，特别是光电项目、敞顶箱装运粮食、棚车装运面粉暴露出货物损失案数量直线上升。这些问题的发生，暴露出铁路货运信息化作业及管理流程距现代物流的实际需求还存在差距，铁路物流产品品质客观上还存在提升空间[3]。

2.2　货损处理服务体系

依据《铁路货物损失处理规则》，铁路局集团公司、铁路物流中心均配备货损处理机构和专业管理人员，在营业站设置理赔安全室，配备货损处理人员。营业站、铁路物流中心、铁路局集团公司三级机构执行铁路货损处理作业标准，根据货物损失等级不同分层负责货物损失的勘查、定责和理赔。2022年起国铁集团推行集中理赔流程以来，对货损理赔的流程、时限、质量提出了更高的要求，如果仍然按既有的机构设置，显然不能满足工作部署需要。一是货损理赔业务需要按照国铁集团部署，集中到铁路局集团公司本部；二是营业站的货损处理效率需要提升，既有模式下，货损处理人员分散到每个营业站，人数总规模虽大，但多数营业站仅配备1名货损处理人员，甚至是兼职人员在担当这一岗位，客观上存在货损处理积极性不高、工作质量松懈的倾向，不利于保障货损理赔工作质量[4-5]。

2.3　市场化经营理念

营销人员市场化经营理念践行不足，在物流总包项目、运价浮动项目前期研究阶段，过多关注物流总体费用测算，把精力倾注于运用价格政策促成项目落地，但营销服务意识较为片面，对客户全流程服务理念、货物损失处理和理赔规章政策掌握不全面，针对如何在货物交付至客户前的全流程中保障高质量物流服务思考不多，没有研判货物交付前可能出现的货物损失风险，特别是对于物流全流程的末端环节(货损理赔)统筹考虑不足。由于对保价运输的保障政策宣传不到位，且未精准掌握“客户是否自行购买商业保险、是否属于既有的保价客户”，导致出现既有保价客户在实施运价政策后成为“无保”客户上路，增加了客户的运输风险；还有客户在实施运价政策后，原本参与铁路保价运输，但转而投保社会商业保险的情况；也有营销人员对保价运输全流程保障物流总包项目的政策存在理解偏差。出现类似情形的原因在于营销人员对市场化理念的理解不够深入，营销考核激励机制存在真空带，最终导致发生货损问题时承运人不能按实赔付，同时也造成铁路物流中心保价收入外流至社会保险行业。案例显示，局管内混装货物、豆粕、光伏项目出现三级以上的货损案，由于客户未参与保价运输造成理赔体验不良的后果[6]。

2.4　营销人员业务素质

保价保险业务是保障货损理赔客户体验的重要因素之一，铁路局集团公司高度重视保价保险产品对客户的安全保障功能。近年来结合铁路多样化运输产品的推出，根据业务需要，铁路局集团公司在保价产品的基础上引进了铁路货运险产品。铁路货运险产品从定位上来讲，是对铁路保价产品的功能性补充，其自身业务属性有明显的功能界面。例如，当国际联运货物客户需要全程参保，而铁路保价产品并不适用，铁路货运险则是最适配的保障产品。但是在铁路保价功能辐射的国内运输范围内，铁路货运险又存在客观弱点。一是收入统计方面，铁路局集团公司与铁路保险公司间是合作代理关系，铁路保价收入全额属于铁路局集团公司，铁路货运险收入只能清算到5成左右，导致铁路局集团公司保费收入减少。二是客户如果参保铁路货运险，客户虽然能够一次性支付包括铁路运费、保险费在内的总体费用，但需要由铁路局集团公司、铁路自保公司开具2张发票，而且运输收入的发票税率和铁路货运险的发票税率不同，给客户带来税率抵扣中的损失。如果由于税率问题，铁路货运险采取下浮

保险费率作为对客户的损失补偿，则会给铁路保价的其他客户带来困扰。且客户当中多数是物流代理商，他们也并不认可这种运作方式。综上，铁路局集团公司部署铁路物流中心使用铁路保价、货运险产品时，在同质领域，费率应当保持同步。但是，在技术层面，铁路保险公司又拥有自行调控铁路货运险费率的权限。因此，在铁路货运险业务实际推广过程中，由于铁路物流中心营销人员对货运险产品功能认识不足，业务管理不够规范，未经铁路局集团公司审核私自联系铁路保险公司下浮货运险费率，造成了保价和货运险费率出现不同步的管理弊病。

3　货损理赔客户体验提升措施

3.1　提升铁路物流产品品质

现代物流体系下，新货源结构对载运工具的需求呈现多样化，客户对运输质量的期望值在增加。因此，应围绕铁路货物运输中的货损问题，从源头展开分析，重视顶层设计，从本质上提升铁路运输质量，降低货物损失发生的可能性，打造优质的物流产品。在物流产品设计中应考虑按货物、里程、运到期限核定费用，载运工具由承运人从货物安全、运到期限的角度为客户选定。对铁路货运载运工具进行创新，正视货车车型、结构与市场需求的矛盾。针对已经营销承接，但确实不适宜通过铁路运输的货物，可采取市场化途径寻找第三方物流资源满足。

3.2　优化货损理赔服务体系

一是为确保货损处理作业人员能够全天候值守，铁路局集团公司应整合资源，推行在营业部设置理赔安全室(综合服务班)，按班组管理，集中承担营业部所辖营业室的货损处理、保价保险业务，以及综合性业务工作。二是应强化货损处理人员队伍建设，铁路局集团公司、铁路物流中心两级同步联动，保障货损处理人员全员接受业务培训，每年以标准化理赔安全室创建劳动竞赛为抓手，提升营业站货损处理人员工作质量。三是铁路局集团公司物流事业部强化专业管理，配备专职生产人员，无缝对接物流组织改革后铁路95306交付理赔室职能调整带来的变化，承接好国铁集团货损理赔集中办理业务，保障及时、优质办理各等级货物损失理赔工作，提升客户理赔体验[7]。

3.3　优化营销管理服务体系

将货物损失处理和保价保险业务纳入营销人员货运业务必备范围，列为营销人员任职前置条件。在开展业务营销时，把项目是否参与保价(货运险)作为前置排摸要素，建立相应机制，激励营销人员统筹考虑物流项目全流程服务。特别是对运价项目、物流总包项目，在研究物流总费用组成结构时，应分析客户参保情况，统筹运输风险和货损理赔服务，做出相应对策。针对无保价(货运险)但发生货损理赔的项目，应与项目营销人员业绩连挂联考，建立闭环营销决策机制，避免货损理赔客户体验不良[8-9]。

3.4　打造全程物流保障服务品牌

应充分发挥保价(货运险)产品对铁路现代物流的保障功能，推行一体化管理，为项目精准匹配保障产品。针对与铁路保价互补的业务范畴，从政策宣传、物流项目洽谈阶段与客户无缝对接，主动推介、匹配铁路货运险产品，对标社会商业保险，提升铁路货运险在保险市场的占比。在铁路保价产品功能辐射范围内，铁路货运险与铁路保价共同发展，规范业务管理，严格费率浮动机制，通过提升客户服务质量增强保价保险业务竞争能力，杜绝因费率管理不规范出现业务内耗的情况[10]。

4　结束语

在全路大力推进铁路物流组织体系改革的背景下，铁路货运生产组织体系正在不断创新，客户对提升铁路物流服务质量的需求日益增加，货损理赔作为铁路物流服务的末端环节，如果出现货物损失、发生货物损失未处理或者处理结果未达到客户满意水平，都会对铁路物流经营发展造成负面影响。研究从4个方面提出了提升货损理赔客户体验的优化改进措施，进而深度迎合现代物流体系改革带来的变化，增强铁路物流市场竞争力和品牌影响力。

参考文献：

[1] 庄　河．铁路货运高质量发展策略研究[J]．铁道运输与经济，2022，44(1)：1-6．
ZHUANG He．Research on High-Quality Development Strategy of Railway Freight Transportation[J]．Railway Transport and Economy，2022，44(1)：1-6．

[2] 黄　鑫．铁路货运“十三五”改革成效和“十四五”发展展望[J]．中国铁路，2022(2)：1-6．
HUANG Xin．Achievements of Railway Freight Reform during the 13th Five-Year Plan Period and Prospects during the 14th Five-Year Plan Period[J]．China Railway，2022(2)：1-6．

[3] 丁　琦．北京局集团公司货源结构优化对策探讨[J]．铁道货运，2020，38(8)：21-25，49．
DING Qi．A Study on Strategies in Response to Changes of the

Cargo Structure at the China Railway Beijing Group[J]. Railway Freight Transport, 2020, 38(8): 21-25, 49.

[4] 王宴平. 合肥铁路枢纽物流基地优化对策探讨[J]. 铁道运输与经济, 2017, 39(10): 21-25.
WANG Yanping. Tentative Study on the Solution for the Optimization of Hefei Railway Logistics Base[J]. Railway Transport and Economy, 2017, 39(10): 21-25.

[5] 中国国家铁路集团有限公司.关于进一步做好货运集中办理有关工作的通知(铁货电〔2022〕106号)[A].北京：中国国家铁路集团有限公司, 2022.

[6] 郭玉华. 我国铁路电子商务物流供应链协同发展的研究[J]. 铁道运输与经济, 2014, 36(10): 1-10.
GUO Yuhua. Study on Coordinative Development of Railway E-Business Logistic Supply Chain in China[J]. Railway Transport and Economy, 2014, 36(10): 1-10.

[7] 中国国家铁路集团有限公司.关于铁路局集团公司设置货运服务中心有关事项的指导意见(铁劳卫函〔2022〕435号)[A]. 北京：中国国家铁路集团有限公司, 2022.

[8] 杨闻彪. 上海局集团公司电商特快班列货运组织优化[J]. 铁道货运, 2019, 37(10): 26-29.
YANG Wenbiao. A Study on the Strategies to Improve the Express Freight Organization for E-Commerce at China Railway Shanghai Group[J]. Railway Freight Transport, 2019, 37(10): 26-29.

[9] 叶伟勤. 成都局集团公司货运市场深度演变探讨[J]. 铁道货运, 2022, 40(7): 19-26.
YE Weiqin. Research on Deep Evolution of Freight Transport Market of China Railway Chengdu Group[J]. Railway Freight Transport, 2022, 40(7): 19-26.

[10] 赵　洁. 铁路货运向现代物流转型的探讨[J]. 铁路采购与物流, 2018, 13(5): 51-53.
ZHAO Jie. Discussion on the Transformation of Railway Freight Transportation to Modern Logistics[J]. Railway Purchasing and Logistics, 2018, 13(5): 51-53.

（责任编辑：金　颖）

Discussion on Measures to Enhance Customer Experience in Cargo Damage Claims of China Railway Shanghai Group Co., Ltd

LI Ruifeng

(Logistics Business Department, China Railway Shanghai Group Co., Ltd., Shanghai 200071, China)

Abstract: Cargo damage claim is the final link in the modern railway logistics service chain, and the quality of this link directly impacts the actual experience of consignees during the cargo pickup process. Therefore, under the further advancement of modern railway logistics reform, optimizing cargo damage claim services and enhancing customer experience are key measures to strengthen the competitiveness and brand influence of railway logistics. This paper outlined the current status of the cargo damage claim service system at China Railway Shanghai Group Co., Ltd. from aspects such as the cargo damage handling process, centralized claim system for cargo damage, insurance transportation management system, and freight insurance management system. It focused on factors affecting customer experience in the context of modern logistics development. Targeted measures to improve customer experience in cargo damage claims were proposed, including enhancing the quality of railway logistics products, optimizing the cargo damage claim service system, refining the marketing management service system, and building a brand for comprehensive logistics support services.

Keywords: Railway Modern Logistics; Cargo Damage; Claim; Customer Experience; Improvement Measure