

《快递市场管理办法》3月1日实行

快递“最后一公里”选择权还给消费者

没有任何通知,快递直接被放在快递驿站,甚至直接被签收;被擅自放快递柜的快递超时还要多付保管费;快递不仅不送货上门,快递驿站还以直接退货威胁消费者……以上这些问题,都是老百姓在收快递时遇到的“坑”。

受这些问题困扰的消费者迎来了曙光。3月1日,《快递市场管理办法》(以下简称《办法》)将正式实行。其中提出,“不得擅自将快件投递到智能快件箱、快递服务站等快递末端服务设施”“不得抛扔、踩踏快件”“除因不可抗力因素外,按照约定在承诺的时限内将快件投递到收件地址、收件人”……以上措施,都是在保护消费者合法权益。

快递配送“最后一公里”的问题仍有不少

老百姓对于解决快递配送“最后一公里”问题的呼声高居不下。

物流专家杨达卿观察到,当前,未征得消费者同意擅自将包裹寄存驿站、快件箱,野蛮分拣等问题仍较为普遍。他认为,这背后是快递企业管理不精益、服务不规范。

与此同时,杨达卿表示,快递行业已经有了一些服务标准,但仅靠行业标准,缺乏法规保障,仍难有力推动快递服务升级。

一直以来,未经允许,擅自将收件人的快递放在快递柜或快递驿站的情况并不鲜见。在一些地区,往往几家快递网点综合在一个快递驿站,驿站一定程度上处于“垄断”地位,不仅不提供送货上门的服务,有时消费者多次

拨打电话,也是一周后才送货上门,有的消费者打电话投诉,相关人员才会选择送货上门。

在农村,快递配送“最后一公里”的问题更为突出。在一些地区,快递很难配送到村里,大多是配送到镇上的快递驿站,村民很少接到快递员的询问电话,一般都是直接被通知去快递驿站取快递,有的村民取快递要去几公里甚至10多公里之外。

值得关注的是,乡镇快递网点不足,催生了“拖车费”。一些不在配送范围内的村镇,居民去自提快递,要交1-2元“拖车费”,偏远地区收3元。收或不收“拖车费”,对不少乡镇经营快递寄存点的人来说,是一个生存问题。他们拉这些快递回来,需要付出人力、车



费等成本。

针对这些问题,《办法》提出,经营快递业务的企业未经用户同意,不得代为确认收到快件,不得擅自将快件投递到智能快件箱、快递服务站等快递末端服务设施。同时还提及,保障快件安全,防止快件丢失、损毁、内件短少,不得抛扔、踩踏快件。

针对《办法》提出的关于“快递不擅放驿站”的内容,不少网友表示很期待,与此同时,他们也谈到:“规则都很好,主要还是要落到实处。”

落点在每一个快递员的肩头

我国每年超千亿件快递的背后是快递小哥不停奔跑,把一个个快递送到消费者手上。快递新规的落实最终也要落在每一个快递员的肩头。

中国交通运输协会快运分会副会长徐勇认为,《办法》正式实施后,可能会出现以下现象:快递投诉将会增加,一方面,快递员未按规定将快递送货上门可能被投诉;另一方面,快递员送货上门,有的人不在家,因快递丢失等问题去投诉。

因此,不少人认为,《办法》正式实施后,更多压力传导到了快递小哥身上。

2月25日19时许,北京市朝阳区一位申通快递小哥李明(化名)还在送快递,他

刚整理完30多个快递,给快递的主人一个一个打电话用了半个多小时,还剩下几十个快递没整理。他将像往常一样,把这些快递直接放在快递主人家门口。

李明每天大约要送300多个快递,扣除各项成本之前,他送1个快递的收入在1元左右。李明称,自己送的快递并不算多,虽然小区有快递柜,但他一般都会直接送上门,大都直接放在家门口就走,不会打电话或者敲门。

《办法》第二十八条提出,收件人可以签字或者以其他易于辨认、保存的明示方式确认收到快件,也可指定代收人验收快件和确认收到快件。

送快递是个“赶”时间的

活儿,快递员要挨个确认收件人或相关人签收快件并不是一件易事。李明一天要给很多人打电话,打1次就通是比较幸运的,经常是打了3次也不通,一个快递耗费两三分钟,加上送上门,敲开门,很多人又不在家,让本人签收或者其他代收更难。

李明并不了解《办法》即将实施,更不清楚这项新规将给他带来的影响。他说:“挨个那样送,做不到。”

2月25日,北京市朝阳区一位韵达快递小哥在抖音上看到了快递新规即将施行。他表示,虽然小区有快递柜,但他一直都是送货上门,同样也是放在家门口就走。“要是必须要求打电话,那就没法送了。”



将选择权更多地交给消费者

快递行业的“价格战”久持不下。徐勇指出,快递业的“电商依赖症”由来已久,即来自电商的快递占据了快递订单的大头,“现在快递的定价权不在快递公司手里,更多的是在电商手里,因为电商控制着货源,它们利用货源优势压低快递价格”。

快递费总体相对较低,处于快递配送末端的快递员派送一单能够得到的钱则更少,多投递,多收入,为提高投递效率,不少快递员会选择将快递直接送到快递驿站或者放在主人家门口。

在徐勇看来,随着新规的实施,快递“送货上门”的压力确实会更多地传导到快递员身上。快递员需要逐一向消费者打电话,配送效率也会受影响,对于处于配送末端、配送费原本就不高的他们来说,配送效率受影响,他们的工作在“加码”。

“快递行业野蛮生长时代已经结束,但野蛮生长发展的惯性仍在,相当一部分快递企业仍高度依赖价格战和规模效应获取市场份额。”杨达卿认为,价格战带来的是互相消耗式竞争,而不是互相激励式竞争,造成劣币驱逐良币,对市场秩序、对企业发展、对百姓体验都有害无益,其带来的规模经济也是带水分的规模经济。

杨达卿认为,更细更严

格的《办法》有利于行业进入正循环竞争,也会利于守法合规做大做强。他认为,在企业分散式消耗式竞争下,快递员的权益就不会得到根本保障。从短期看,在末端人力不足的区域,新规带来的压力会直接传导给快递员,最有痛感的可能也是快递员。快递行业需要完善工会制度,真正维护快递从业者的权益。从长期看,《办法》如得到严格落实,必然让部分粗放发展的企业市场空间萎缩,进而促进行业进入良性发展的正循环,企业做大做强才能真正维护快递从业者的权益。

费用问题也引发了消费者的担心,快递送货上门在一定程度上意味着成本增加,因为“羊毛最终出在羊身上”。那么,快递费是否会因此上涨?

“在实际操作中,快递‘送货上门’仅靠一个部门很难做到。”徐勇也指出,这并非一个单纯靠快递员本身就能解决的问题,而是需要一个系统的解决方案。多部门建立一种联动机制,不仅是从快递公司本身入手,不妨更早地从电商这一环切入,让消费者在购买产品时,可以自主选择快递品牌,选择送达的位置——家里、驿站或快递柜等,但每一样,快递公司都需要明码标价,“把选择权交给消费者”。

据中国青年报