



快递何以

难 上门

编者按

快递没到手,平台却显示确认收到;未经用户允许,直接将快递放到服务站、智能柜……许多快递用户或多或少都遇到过这些情况。3月1日起,交通运输部新修订的《快递市场管理办法》正式施行,其中规定: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;未经用户同意擅自使用智能快件箱、快递服务站等方式投递快件,情节严重的,处1万元以上3万元以下罚款。对此,消费者无不拍手称快。然而,我们真的能体验到“快递送上门”的便利吗?

快递上不上门 消费者说了算

◎ 周菊

快递送货上门,一直是末端配送的难题,也是被消费者投诉的主要原因之一。送快递上门本来就是快递公司的义务,但近年来,因快递企业追求高效率运营,为降低人工、配送成本,采取了网点代收、放快递柜等配送方式;还有一些快递员因业绩考核压力过大,再加上受制于小区管控、老旧小区无电梯、用户作息不规律等因素,未能严格执行快递上门配送服务。上门服务的缺失,令消费者的体验感下降,致使纠纷、投诉增多。

交通运输部此次发布的快递新规,明确快递不得擅自放快递柜、驿站等。新规将选择权赋予消费者,快递企业和快递员不能再自行其是,无论是快递上门还是自助取件,都应由消费者说了算。该规定若能有效实施,可以保护快递用户的合法权益,同时也有利于进一步规范快递企业运营。

不过,要想完全实现“开门拿快递”,似乎还是有一些难度。国家邮政局发布的数据显示,2023年全国快递业务量达1320亿件。每年“6·18”“双十一”等促销旺季,快递派送量更是很高。如果每一件快递都上门派送,投递效率就会下降,快递员的收入也会减少,还会造成快递积压、人员流失等问题。故明确由消费者选择快递上门还是自助取件,只是一个基本底线,还需进一步厘清双方的权益,并交由市场规则来解决效率问题。

快递派送面临着非常复杂的消费场景,用户之间的差异化很大,不能用“一刀切”的手段,去解决所有消费场景。比如快递上门要考虑用户是否在家、派送时间、派送路线、小区禁入、隐私保护等多个变量,如果上门服务量占比过大,派送效率下降,服务成本就会上升,就可能造成快递费涨价。而且,并非所有用户都需要快递上门服务,也有很多用户认为下班后,正好去快递柜、驿站取件,然后吃饭、回家。

可见,快递究竟该上门派送,还是放在快递柜、驿站,并无最优解,应在将选择权交给消费者之时,采取价格杠杆来实现市场自由博弈、自主调节。一个相对可行的消费模型为:提高上门派送的服务费标准,降低自助取件的快递费用,并在消费者网购时,即提供相关派送选项,让消费者根据自己的消费能力,选择相应的派送服务,以实现差异化服务。由此,消费者的权益得到保障,快递员的派送效率和收入取得平衡,可谓相得益彰。

新闻多一点

《快递市场管理办法》 相关规定

■第二十八条 收件人可以签字或者其他易于辨认、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。

收件人或者收件人指定的代收人不能当面验收快件的,经营快递业务的企业应当与用户另行约定快件投递服务方式和确认收到快件方式。

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。

■第五十四条 经营快递业务的企业有下列情形之一的,由邮政管理部门责令改正,予以警告或者通报批评,可以并处1万元以下的罚款;情节严重的,处1万元以上3万元以下的罚款:

- (一)未经用户同意代为确认收到快件的;
- (二)未经用户同意擅自使用智能快件箱、快递服务站等方式投递快件的;
- (三)抛扔快件、踩踏快件的。



用户: 快递能否上门应提前告知

“送货上门”的口号虽已喊了很多年,但许多消费者根本就没有享受到这项服务。“您的快递已被快递柜收取,请尽快来拿。”“您的快递已放在楼下暂存处。”“您的快递已过24小时存储期限,请支付××元”……

今年34岁的李琳(化名)常常网购,但她一直有个烦恼:包裹总被放在楼下快递柜里,几乎没有直接送上楼的。“开始我也投诉过,但后来因为数量比较多,投诉不过来,也就默认了。”由于她的包裹总被存放在快递柜,如果赶上出差或忙碌忘了取,就要扫码缴费才能取出来。“少则5毛钱,多则几元,一般我都懒得计较了。”

在南京市栖霞区某快递服务站门口,“新手”宝妈李女士正在取快递。“目前,只有部分快递员会打电话询问是否送上门。有的快递比较轻,散个步的工夫就能去快递服务站取了。但是遇到比较重的快件,年轻人不在家,家里老人又拿不动,遇到这种情况,如果能直接送到门口,能省了很多麻烦。”

2月28日,正在装修新房的成都罗女士一连收到三条快递短信,收到烤箱、空气炸锅、吹风机等小家电,均显示已被快递员放在菜鸟驿站。她给快递员致电希望送货上门,快递员表示“快递默认放菜鸟驿站”。这不是她第一次遇到快递员没打电话,就将快递放驿站的情况。

罗女士称,小区不少居民因快递不派送上门而发愁。为此他们还想了个对策:与驿站合作,加1元钱由驿站工作人员在每天下午3点后送货上

门。可是好景不长,集中装修期间家具家电数量多,物件尺寸大,两名驿站工作人员仅承担收发工作量都觉得负荷过载。

经常网购的赵佳习惯在下单时备注送货上门,但自从小区门口装上快递柜,她自己去取货的次数就增加了不少。赵佳表示,快递员没有和她沟通,就把快递放到了快递柜,系统便发来取件码,她只能自己去快递柜里取货然后搬回家,这种情况在实际生活中较为普遍。

罗女士、赵佳等均表示,许多消费者不是反对快递小哥将快递放驿站或快递柜,只是希望拥有被提前告知和选择的权利。

近年来,“快递不上门”成为快递服务的“投诉大户”。在投诉的用户看来,网购时没有明确规定下单不给送货上门,商家的承诺是“包邮到家”而不是“包邮到哪个地方自己去取”,快递服务似乎只享受了一半。与此同时,也有更多用户因为怕麻烦、怕得罪快递员引发不必要的报复而选择默默忍受,没有投诉。

就这样,久而久之,大部分消费者面对的快递服务现状是:没有征询,只有通知,除了快递柜放不下的大件物品,几乎大部分的包裹都会被直接放在自提柜、驿站、门卫等代收点让用户自取,也因此滋生出包裹丢失、包裹难找、需额外支付存放费等问题。

罗女士认为,如今出台新规,可以在一定程度上明确快递员的送货义务,减少随意投放的现象发生。



快递企业: 快递上门,派件费或会涨

多位快递从业者认为,新规的实施,意味着快递行业的成本将有所增加,对于快递相关链条来说,如何提高末端派送效率,降低运营成本,将成为新的挑战。

一位快递企业经营者介绍,快递员使用快递柜投递,每单需要向快递柜支付约0.3元,但快递柜能为快递员增加一倍至四倍的投递量。另一位经营者算了笔账:“假设上门派送,一个快递员一天能送200件,如果是放快递柜或者驿站,他一天能送600件。”快递新规的执行,可能让快递员减少投递量,那么如何维持收入呢?有可能从派件费上想办法。

北京朝阳区的快递员张亮(化名)表示,他所在的站点负责附近极兔、中通等快递的派送,快递派送费一直在下滑,“我从2022年开始成为快递员,当时每件派送费在1.1元,2023年初降为1元。听其他资深的快递员说,两三

年前的派送费在1.3元左右。”张亮表示,快递派送费的下降,意味着快递员要派送更多的快递来维持收入。有快递员因此直言:“如果不让用快递柜且不涨派送费,没办法干了。”

一家快递企业的老板说,不同快递公司的派送费用存在差异,一般每单在0.8—1.8元,部分城市的派送费则低至0.5元或者0.6元,送货上门会减慢快递员的派件速度从而影响其收入,确实不排除上调快递费的可能。在以后,一旦“上门”量剧增,快递企业需要释放压力、保证快递员收入,用户就可能直面快递价格上涨的压力。

有媒体调查发现,目前虽然新规已经实施,但并未对快递行业产生明显影响。3月1日午后,上海青浦市民吴女士收到了一份快递,但这份快递跟往常一样,直接被放入了丰巢柜。“事先没有接到快递员的电话和短信,只收到了丰巢柜的微信通知。”



专家: 需要一个系统的解决方案

关于快递上门,我国早已有法律规定——自2018年5月1日起施行的《快递暂行条例》规定,经营快递业务的企业应当将快件投递到约定的收件地址、收件人或者收件人指定的代收人,并告知收件人或者代收人当面验收。换言之,只要在配送范围内,收件人要求送货上门的,快递员就应该送货上门。

中国物流学会特约研究员解筱文表示,未经收件人同意就擅自将快递放置在智能快件箱、驿站等行为,侵犯了收件人的知情权和选择权。有些收件人可能因为工作繁忙、身体不便等原因,无法及时前往驿站领取快递,这就给他们带来了额外的麻烦和不便。

快递物流专家赵小敏认为,在落实送货上门过程中,企业需要提供多元化产品,把选择权还给用户。

浙江大学城市学院文化创意研究所秘书长林先平表示,禁止快递企业擅自将快递放驿站或智能快件箱,有助于确保快递员与消费者之间的直接联系,提高派送服务质量,保障了消费者对快递投递方式的选择权和自主权。

四川川达律师事务所律师曾云雁指出,在实际操作中,快递送货上门仅靠快递企业加强监督、靠快递员规范自身行为,并不能解决问题,而是需要一个系统的解决方案。

IPG中国首席经济学家柏文喜分析称,末端派送成本的提高可能会导致快递价格出现一定幅度的上涨。为平衡消费者权益和价格,一方面需要加强对快递企业的监管和执法力度,确保其合理分摊成本,保障消费者的合法权益。另一方面,可以通过调整快递企业的定价策略,确保价格调整的合理性和透明度,让消费者能够理解并接受价格调整。

有专家指出,鉴于有人想快速送



上门,也有人想投到快递服务站,相较于快递费涨价,目前最具有互惠性的做法,依然是在合理语境中用好“上门”的替代性方案,前提当然是事先征得用户同意。

因此,专家们建议,相关部门、行业协会等应细化完善相关制度,把对快递企业的末端配送评价也纳入整个评价体系,以倒逼快递企业及小哥从讲究效率优先,转变为讲究服务优先;应联合做好快递配送的差异化服务,根据是否送货上门以及送货时效,设置不同的快递资费,电商平台在费用结算时,就应给消费者提供多种派送方式,以供选择,不送货上门者,在快递资费或商品费用上给予优惠;多方还要健全宅递、箱递、站递等末端多元投递体系,落实“告知用户”的义务与“征得用户同意”程序,对不告乱投等违反快递业服务标准者,要健全私密举报渠道,加大处罚力度。

上海市邮政管理局相关负责人表示,快递企业未经用户同意就将快件投至快件箱或者驿站,用户可以要求重新上门投递。如果快递员仍未上门投递,用户可以通过向企业进行投诉、拨打12305或12345进行申诉、向邮政管理部门举报等方式维护权益。

(综合《中国消费者报》《广州日报》《成都商报》《现代物流报》等)



快递小哥: 多重因素导致快递难上门

为何“快递送上门”难?不少快递小哥表示,并非不想送货上门,而是出于各种原因,无法做到全部上门,“不是多打一个电话的问题”。

“我们每天要送几百单货,如果每家每户送上去,送到第二天都送不完。”快递员小陈说,快递员按派送量赚钱,送货上门会减慢派件速度从而会影响收入。“放在快递柜,一秒钟就能完成一单;送货上门,需要等电梯、爬楼、敲门、打电话等,占用时间会多很多。所以直接放快递柜对快递员来说肯定是最好的选择。”

快递派送员小石则表示:“消费者的需求不一致,有人有送货上门的需求,也有人不送上门的需求,这就会给我们增加沟通成本。在配送效率方面,如果送货时间太久也会受到消费者投诉。如果上楼送货时,楼下还有其他包裹留在车里,还有丢件的风险。”



在增加沟通成本方面,某驿站的工作人员也觉得,挨个打电话询问客户是个问题:“承包区域的快递员一个人要负责几百甚至上千个快件,每个都打电话,精力和时间肯定不够。看以后如何解决吧。”

还有快递员表示,一些小区物业有“快递三轮车不得入内”的规定,这些禁止性规定也提升了快递员送货上门的“门槛”。

有快递员觉得,快递新规对于快递员来说,确实是一次挑战,但其实最需要规范和改进的不是快递小哥,而是快递公司,应该多招聘些快递员,而不是一个人干十几个人的活儿。

在快递新规面前,有快递员觉得自己影响不大,有人则表示担忧,希望在执行新规之时,快递公司能合理分配快递员的工作量,“不然一天赚的都没有罚的多”。

还有少数快递员产生了转行的念头。“在我们公司,不管你送大件还是小件,一般都只挣几角钱。家具、冰箱等大件、超大件,肯定要和买家约好时间送上门。稍微小一点的,比如一个旅行箱,放在驿站的话,相对轻松一点。

而新规实施以后都要打电话问,可能还要送上门,对我们这些需要‘跑量’的快递员来说,送件的性价比就很低了。一旦遭到投诉,麻烦更大。”

一位不愿意透露姓名的快递小哥坦言,自己已经有了转行的念头,“还不如去送外卖”。