

我的快递我做主!

□ 视闻

一般来说,消费者将在购物时拥有自主选择权利,但是这个权利,在网购盛行的当下,当消费者面对快递投递的选择时却往往无法行使。

去年,“丰巢快递柜超时收费”一事就引发了一波关于快递柜使用是被动还是主动选择的热议。今年的“618”大促之后,网

上更是不少网友在吐槽:“大街上都是快递小哥飞驰的身影,但是送货到家的却不如以前多”“我购买了6单商品,有4单都被快递员直接放入快递柜,事先并没有跟我沟通。稍不留意存放就超时,还要付费。”

这种局面有望改观,7月8日,在国家邮政局召开的2021年三季度例行新闻发

布会上,国家邮政局党组成员、副局长陈凯提出,引导电商平台和快递企业加强系统对接,满足用户差异化需求,同时配合有关部门推动落实“商品定价与快递服务定价相分离”的要求,使消费者可以根据企业服务能力、商业信誉和快递价格等选择快递服务。



消费者在签收快递。

“送货到家”成了空话

如今,快递送上门成了“难事”。新冠肺炎疫情发生后,各地对于快递员进入住宅小区等的限制延续至今,快递不上门的情况更加严重。

“不仅不提前通知就放到代收点,甚至还直接给你点确认签收。好点的给你发个消息通知一下,过分的直接不通知,小件物品还好说,大件物品一声不吭给你点确认,代收点离家又远,尤其对老人而言,搬运很麻烦。”家住南京三牌楼的李先生表示。

近年来我国快递业务量屡创新高,据国家邮政局数据显示,今年截至7月4日,全国快递业务量已突破500亿件,接近2018年全年水平。然而,与快递量一同增长的还有用户因快递服务产生的“吐槽”量。

6月底,关于“快递是否有义务送货上门”的话题被顶上微博热搜,讨论量达到2.4万,阅读量高达2.6亿。不送货上门、不通知就投柜、包装破损、快件随意收费等问题成为诸多用户头疼的焦点。

在部分电商平台,许多商家给予的快

责任不只在快递小哥

其实,早在2019年7月,国家邮政局通过的《智能快件箱寄递服务管理办法》就明确要求:除非是寄件人指定智能快件箱作为投递地址,否则,使用智能快件箱投递快件,应当征得收件人同意;收件人不同意使用智能快件箱投递快件的,应当按照快递服务合同约定的地址提供投递服务。若快件内物品注明为生鲜产品、贵重物品,不得使用智能快件箱投递;对企业违反相关规定的行为也设置了相应法律责任。

有相应的法律法规明文进行约束,快递小哥为何仍然“铤而走险”?

“快递都是有时效性的,快递超时配送或是签收率不达标会被扣钱。”一位快递小哥表示,每到“双11”或是“618”大促订单量

较大时,快递员一边担心被客户投诉,一边担心快递公司扣钱的两难境地更加凸显。清华大学互联网产业研究院副院长兼物流产业研究中心主任刘大成表示,为了保障准时性,快递员将承担较大的风险负担。快递员的考核是以时间为核心,而对接收者来讲最重要的是这一单快递的准确送达,考量指标不同造成了供需矛盾。

近年来,我国快递业保持高速增长。然而,快递业务增长不代表快递员收入增长,在一些地区,快递员收入较以往反而有所下降。

“之前,没有驿站的时候,我们的派费基本上是在每单1元到1.2元。但那时候一天顶多100多单,最多150单左右,有充足的时间给每个人送上楼、打电话。现在

选择权如何还给用户

据了解,面对快递未经许可投放代收点、不上门等问题,菜鸟驿站目前已推出四大举措,还消费者快递选择权。这四大举措包括:消费者可在线设置是否放驿站、快递包裹试行派送前“知心选”、包裹首次进入驿站前电话征求许可和智能柜自主设置等。目前,全国2.8万个菜鸟驿站已提供这种选择,并送货上门。

同时,菜鸟驿站要求新站点在服务前必须征求消费者许可,站点设立前,要通过直接沟通、语音电话等方式获得用户同意;另外,在去年,全国菜鸟智能柜上,菜鸟率先推出了消费者可自主设置是否放柜和保管习惯。

“让快递选择权回归消费者,需要有更多细则出来,电商与快递数据需要高度联动,而主流快递要对产品结构、价格体系进行调整,来便于消费者选择,比如像末端就可以推出不同的价格,来对应上门等不同服务。”快递专家赵小敏表示。

赵小敏还认为,快递员、网点之间的利益分配共享机制、考核方式需要变化,

总部也应向网点让利,这样才能形成多方的共赢,否则落实难度较大。快递要高质量发展,快递员的权益必须与快递规模相匹配。

武汉市快递行业协会秘书长张玉和接受媒体采访时建议,有个性化需求的,愿意付费的用户,应该享受到更好的服务,这种服务需要由各快递公司另辟渠道,另做一套系统来进行配送,收费标准可能比普通快递更高一些。

对于这类建议,有观点认为,快递送货上门本就是快递公司的职责所在,并且合理合法,不应当让有送货上门需求的消费者承担额外费用。快递公司应当增加人手,不能萝卜快了不洗泥,为节约成本而罔顾服务质量,让消费者和快递员“买单”。

北京市京都律师事务所律师常莎则建议,第一,中国快递协会应该加强行业自律,对快递公司运营模式从内进行改革、完善;第二,就监管部门而言,应当出台更为具体的法律规范,有法可依,才能

递品牌选择较为有限。一位服饰商家对此解释称,因为与快递企业有合作,目前只发中通或韵达两家,除了价格有一定优惠外,也会考虑物流服务商的整体服务质量和网络覆盖率。

2020年,上海市消保委共受理某快递公司投诉475件,主要集中在加盟点末端投递服务,涉及未经消费者同意擅自将快递投入驿站、快递柜,以及未经消费者同意将快递随意丢弃在门口导致快递灭遗失等情况。

量大了,派费反而还降低了,降到一单8毛钱左右。没办法,只能丢到驿站或是快递柜。”接受媒体采访的快递员小张表示。

为了能先于同行抢夺更多货源,数年间快递企业间价格战难以刹车,从而致使派费持续走低,这又会直接影响快递网点的经营稳定和快递员的收入水平。据国家邮政局预计,2021年,全国快递业务量将超过950亿件。逐年攀升的工作量与派送所要求的优质服务,成为越来越难调和的两端。

为了尽可能提高消费体验,近几年,部分企业开始尝试通过下单界面预约配送时间、地点,或是以平台补贴来推动快递员送货上门等等,让消费者拥有更多快递收货服务的选择权。

更好地加强监管,维护市场秩序,监管部门及有关部门应当和快递公司之间建立良好的投诉处理和反馈机制,实现政府和市场主体之间的良性沟通;第三,加强从业者的职业道德培训,提高其职业责任感,使行业实现从内到外的蜕变;第四,保障消费者的选择权,尊重消费者选择快递送上门或不上门的权利,有关部门应该积极处理消费者的相关投诉。

未来,如何提升从业人员的获得感,从而在根本上提升快递服务质量?国家邮政局市场监管司司长金京华表示,目前,国家邮政局已经指导中国快递协会在部分城市开展了末端派费核算试点,下一步将继续扩大试点范围。对超出劳动定额的情况,要引导快递企业充分考虑工作时间和工资收入等因素,使快递员多劳能够多得。针对部分企业对寄自特定区域的快件实施非正常低派费的问题,邮政管理部门将配合有关部门加强监督检查,对涉嫌不正当竞争行为的,将依法进行查处。

本报讯(全球记者 李薇)为贯彻落实党中央、国务院决策部署,有效发挥中央预算内投资示范引导作用,近日,国家发展改革委印发《城乡冷链和国家物流枢纽建设中央预算内投资专项管理办法》(简称《办法》),《办法》包括总则、支持方向和标准、申报程序和计划下达、项目管理和监督检查、附则等5章26条。

《办法》明确,城乡冷链和国家物流枢纽建设中央预算内投资专项(简称“专项”)支持方向包括3方面:一是物流基础设施补短板项目。重点支持已纳入年度建设名单的国家物流枢纽、国家骨干冷链物流基地内的公共性、基础性设施补短板项目,包括多式联运转运设施项目,高标准公共仓储设施新建、改扩建及智能化改造项目,保税仓储设施项目,公共物流信息平台和信息化提升项目等。二是冷链物流设施项目。重点支持服务于肉类屠宰加工及流通的冷链物流设施项目(不含屠宰加工线等生产设施),公共冷库新建、改扩建、智能化改造及相关配套设施项目。三是按照党中央、国务院决策部署,需要支持的其他物流基础设施项目。单个项目支持标准原则上不超过该项目符合专项支持方向的核定投资的30%,最高不超过5000万元。

《办法》规定,各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团发展改革委(简称省级发展改革委)、中央管理企业等为项目汇总申报单位,负责本地区、本系统的项目储备、申报和管理等工作。国家发展改革委组织专家进行评审,研究形成符合支持方向的项目清单,由项目汇总申报单位复核,统筹平衡后研究形成年度中央预算内投资计划和绩效目标,按程序报批后下达。其中,中央管理企业项目按项目下达年度中央预算内投资计划。地方项目以切块方式下达年度中央预算内投资计划,省级发展改革委在符合支持方向的项目清单范围内,将投资计划和绩效目标分解到具体项目并报国家发展改革委备案。项目汇总申报单位转发下达或分解下达时,要充分发挥中央预算内投资的投资引导和补足作用,支持社会投资积极性不强的公共性、基础性项目建设。

《办法》强调,相关中央管理企业、省级发展改革委应加大对项目及绩效目标执行情况的监督检查力度,协调解决项目建设中存在的问题,加快项目建设进度,确保项目建设质量。国家发展改革委将不定期抽查项目建设情况。对发现问题区分不同情况给予严肃处理,同时可视情节轻重提请或移交有关机关依法追究有关责任人的行政或者法律责任。

建立全国性冷链网是大势所趋

今年以来,我国冷链行业出现了未曾有过的一个新趋势,那就是,一些冷链行业的头部企业和地区,开始发力延伸自己的冷链触角,扩大自己的经营范围,俗称为“跑马圈地”。如不久前,瑞云冷链西南大区成立,其目标是将以成都为中心,打造西南大区的冷链生态圈。

除了企业的自发行为,政府部门也开始琢磨如何利用乡村振兴这一利好政策,让冷链促进农产品增值,帮助农民增收致富。如在去年8月出台的《农业农村部 广东省人民政府共同推进广东乡村振兴战略实施2020年度工作要点》中就明确提出,要“打造菠萝、荔枝、茶叶、柚子、生猪、深海网箱养殖和农产品冷链物流等优势产区现代农业产业园和一批特色产业现代农业产业园”,拉开了冷链物流园区和农产品园区同台唱戏的大幕。

目前,我国正在形成的全国“链”网,是从倡导了多年并已经看到效益的各个冷链企业自身的全程冷链,向实现一个地区乃至全国性冷链网的嬗变。

其实,全网冷链在美国、日本等发达国家已经非常成熟,如美国冷藏公司(USCS)就拥有近22%的全球冷链物流市场份额,在美国9个州的不同地点提供地区性及全球性的分销服务;普菲斯冷库,已在美国设计、建造、运营27座大型冷库,并逐步在亚洲、非洲以及南美洲开展全球冷链仓储服务运营。

相较于此,由于我国冷链物流行业存在“散、小、杂”的特点,建立服务全国的冷链物流网,就更加有必要,且具有更大的发展空间。据国家的企业工商注册数据显示,我国现有的冷链企业中,中小型企业数量达99%以上,而包括冷链百强这样的头部企业数量较少,冷链物流的资源和市场集中度还有非常大的提升空间。

另一方面,我国冷链行业的头部企业已具备“跑马圈地”的资格和实力。据中物联冷链委发布的《2020年中国冷链物流百家重点企业分析报告》(简称《报告》)显示,2020年,我国冷链物流市场规模已超过3800亿元,重点企业市场占有率首次突破18%,而且有进一步发展的趋势。截至报告期末,顺丰已拥有26座集多温区管理和配送一体的综合性高标准冷库,拥有先进的车辆GPS全球定位及车载温控实时监测系统运行全程温控。冷链物流已开始逐渐从散小杂向高门槛、新基建、大整合、强监管的阶段转变。

有一个面向全省乃至面向全国冷链物流网,对于入网的广大中小冷链企业来说是利好。有了头部企业“带头大哥”提供供货、仓储和物流操作,中小冷链企业前期操作困难就会小很多。然而,目前国内能提供这类全方位服务的第三方或第四方冷链物流公司并不多,且经营规模和范围过小,服务价格、配送范围、冷链操作等可供选择的范围更是狭窄。另外,由于目前已有的独立冷链物流网多为产、供、销一体化模式,或是在特定区域内自给自足,全国性冷链物流网尚未成型,中小冷链企业寻找合作伙伴比较困难。

建设全国冷链网有难度,但好处多多。实现全网冷链,有利于推广冷链物流集约化。第三方冷链物流企业的核心竞争力之一,就是根据自己的储运能力,对客户冷链资源进行集约整合。而且,这种集约式的整合,并非仅仅是针对不同企业的不同产品,还包括对于那些有着不同温控需求的产品整合。衡量一家冷链物流企业不是现代物流企业,最重要的一条就是看其是否具备整合市场和客户资源的能力,也就是能否把企业办成冷链“公交公司”。

有利于消除冷链资源的地区性不平衡。销售范围和冷链链条覆盖范围的局限,是建立全网冷链面临的最大的短板。冷链物流资源在国内地区间一直以来都是不均衡的,如目前西北六省仍未进入普遍的包邮区,县和乡镇一级的城市配送量仍然较少,往西北西南地区的冷链物流干线调拨成本依然高于沿海城市。短板就是商机,谁若想成为冷链网的“带头大哥”,谁就必须明白并突破这一局限。

有利于冷链行业的整体降本增效。我国冷链行业除了天然具有的地区性资源不平衡外,还包括看不见成本的平衡或不对等。这些成本主要表现为信息成本的不对等,其后果就是冷藏车和冷库的满载率低、空置率高。据悉,我国冷链行业冷藏车平均满载率不足70%、冷库平均空置率30%以上。解决这一行业困境最有效的方法和途径,就是通过以点带线、连线成网,建立一个能为更多冷链和货主企业服务的冷链网络平台,实现人、车、库资源的最佳组合,降低不可见成本,从而最大限度地降本增效。

有利于货主和消费者得到更大的实惠。货主和企业,不论规模大小,都希望产品可直接销售给不同地区的零售终端、消费者。尤其以盒马鲜生等为代表的新零售企业,他们更希望通过网络平台,把冷链物流和生产、采购、销售等各个环节打通,形成全方位闭环管理,以提供更好的服务并提升效率。而且冷链网不仅将帮助消费者吃到来自全国各地的、全球各地的食品和农产品,还能进行个性化的定制。

地区性乃至全国性冷链网的建立需要一个过程,但这个过程不会太久。中物联冷链委秘书长秦玉鸣认为:进入“十四五”以来,冷链行业明显的一个变化是:试图进入或已经入局冷链赛道的各类企业一下子多了起来,而且变得更加积极和活跃。这类玩家有三个特点:一是体量庞大实力雄厚,二是跨界入局弯道超车,三是着眼于冷链上下游全链路的构建。这类企业在冷链方面的布局更多是围绕冷链新基建,实现不同层级和节点的骨干网络建设和链路的互联互通。

(中物联冷链委供稿)

