

新规实施在即 快递“不告而投”现象能否终结?

付了快递费,收件地址也明明写到了门牌号,却仍被放到附近的快递柜和驿站;消费者要求送货上门,却依然被部分快递员拒绝……生活中,未经同意而派件到其它存放点的行为,屡遭消费者指责。

如今,这种行为可能会面临严惩。据交通运输部网站消息,新修订的《快递市场管理办法》(以下简称《办法》)已于2023年12月8日经交通运输部部务会议通过,自2024年3月1日起施行。《办法》规定了快递员未经消费者同意就不上门投递时快递企业的行政责任,最高可被处罚3万元。

快递“不告而投”最高罚3万元

“买了30斤猫砂让送上,快递员却给我放到了小区附近的驿站,还要我自己跑去‘拉货’。”长期以来,因不少快递在收件人不知情的情况下被放入驿站、自提柜,快递送货上门服务饱受诟病。

“收到一条短信,里面给我一个取件码,这个快递的服务就算完成了。但是我的收货地址明明具体到了门牌号,为什么不给我按实际地址送呢?”经常网购的消费者刘玥抱怨称,她网购产品的快递,总被邮寄到家附近的驿站,有时要特意去取,如果下班晚甚至无法当天取到。

刘玥遇到的情况并非个例。记者在消费者投诉平台“黑猫投诉”上检索发现,相关投诉高达25000余条,其中绝大多数投诉内容涉及快递公司未经允许直接将快递入库驿站,拒绝送货上门等。

不过,快递员拒绝送货上门是违反相关规定的。据了解,早在2018年5月1日起正式施行的中国第一部专门针对快递业的行政法规《快递暂行条例》中就有明确规定,经营快递业务的企业应当将快件投递到约定的收件地址,并告知收件人或者代收人当面验收。根据该规定,如果快递员想放在代收点或快递柜,需要征得收件人的同意。

然而,因没有明确的处罚认定条款,上述法规并不能杜绝快递“不告而投”。仍有不少快递在收件人不知情的情况下被擅自放入驿站、自提柜,在距

离消费者手边的“最后一公里”滋生纠纷。

不过,这样的现象即将面临终结。日前,交通运输部公布了新修订的《快递市场管理办法》,自2024年3月1日起施行。其中第二十八条规定,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;第五十四条规定,未经用户同意代为确认收到快件的,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,乱扔快件、踩踏快件的将被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。

是否送货上门? 不同地区和快递公司执行不一

在北京工作的李先生表示,几年间,他搬家多次,每个居住的地方接收快递的方式都有所不同。2021年,他住在小区公寓,除了顺丰和京东,其它快递从未送上门,也不会告知,而是直接被放在驿站或距离500多米的快递柜。如果买东西多又不方便取件的,要跑两三趟。

李先生说,他没想过投诉,一直以为把快递送到驿站属于正常行为。直到2022年,他搬家到另外小区,发现快递都会送到门口。他才知道,驿站并非唯一可接受的选择,消费者也有权利要求送货上门。

来自其他省市的受访者表示,有时要求送货上门,但仍遭到快递员的拒绝,不同快递公司给出的理由也不同,比如,“件数太多送不了”“一直都是放到快递柜或驿站”等理由,仅有个别快递公司在客户要求下会同意送上门。“没有驿站之前,不都是送上门吗?”一名受访者说,很多时候懒得计较,便选择和习惯接受去存放点取快递。

对此,来自北京、河南、山东等地的快递员均表示,快递是否送货上门,不同地方和小小区执行不同。北京某区中通快递员张阳(化名)表示,他每天派送量有二三百件,派送小区楼道有监控,无需逐一给客户打电话便可直接放在

家门口,节省一部分时间。

新规有助于消费者维权

对于即将实施的快递新规,山东豪德(济南)律师事务所律师赵宗艳在接受记者采访时表示,《快递市场管理办法》进一步明确了“不告而投”的处罚措施,有利于降低消费者维权成本,特别是有关快递柜的纠纷。

“此前的《快递暂行条例》,虽然明确经营快递业务的企业应当将快件投递到约定的收件地址、收件人或者代收人当面验收,但并未明确快递企业若违反上述规定会有什么处罚,实践中没有全部落实到位。”赵宗艳说,《快递市场管理办法》第二十八条和第五十四条规定,增加了消费者的选择权,快递放哪里由消费者说了算,唯有严格按照新规操作,投递之前征询消费者意见,取得消费者同意后再投递,才能避免被投诉、被罚款。”

赵宗艳认为,对于快递企业和快递员来说,投递之前征询消费者意见、按要求送货上门,可能会影响派件速度,增加运营成本,降低效率,在操作上也存在难度。比如收件人正在开会或工作时间不方便接听电话,无法及时回应快递员的投递请求,既加大了快递员的工作量,也可能导致快递投递的延误,这样的后果可能会逐渐提高快递费用,而这些费用最终可能都会转移到消费者身上。

“新规实施后,如何在保护消费者权益的同时,兼顾快递服务的效率和便捷性,如何在保障服务质量的同时控制成本,使新规真正落地,需要快递企业、消费者和相关管理部门共同努力,共同推进。”赵宗艳说。

(综合)

专家观点

将选择权更多地交给消费者

在中国交通运输协会快运分会副会长徐勇看来,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”。

物流专家杨达卿认为,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,快递员的权益不会得到根本保障。从短期看,在末端运力不足的区域,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,真正维护快递员从业者的权益。

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员从业者的权益。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,不妨更广泛地从电商这一环就切入,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”。

没有任何通知,快递直接被放在快递驿站;取快递要辗转小区多家驿站,高峰期要排起长队;错过驿站营业时间还要再等一天;被擅自放快递柜的快递超时还要多付保管费……这些情况相信许多消费者都经历过,在快递业如此发达的今天,“最后一公里”的问题仍然困扰着消费者。

近日,交通运输部公布了新修订的《快递市场管理办法》(下称《办法》)。该《办法》自2024年3月1日起施行,其中规定,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,情节严重的将处1万元以上3万元以下的罚款。尽管此前相关规定,但有规定却无法落实,重要原因是缺乏监管,企业管理不精细、服务不规范。新《办法》的出台明确了处罚认定条款,使得消费者能在有法可依的情况下,通过举报维权。

消息一出就在互联网上掀起了讨论热潮,可见消费者已经“忍了很久”。近些年,快递业务量逐年攀升。面对压力倍增的环境和硬性规定的“签收率”,快递揽投人员“被数据推着走”,不经用户同意就将快递放在驿站或快递柜的现象十分普遍。社交媒体上一份近2万人参与的投票显示,46%的消费者更希望快递员送货上门,19%的消费者愿意把快递放在快递柜里,24%的消费者表示不管快递放哪里,需先征求收件

(中国证券报)

延伸阅读

最高罚款三万元 是否过于严厉?

2013年1月,交通运输部公布的《快递市场管理办法》第十六条规定,企业应当将快件(邮件)投递到约定的收件地址和收件人或者代收人指定的代收人;第四十六条规定,经营快递业务的企业违反快递服务标准,严重损害用户利益,由邮政管理部门责令改正,处5千元以上3万元以下的罚款。

国务院2018年3月2日发布、当年5月1日起施行的《快递暂行条例》第四章快递服务第二十五条规定,经营快递业务的企业应当将快件投递到约定的收件地址、收件人或者代收人指定的代收人,并告知收件人或者代收人当面验收。收件人或者代收人有权当面验收。

新修订的《快递市场管理办法》第五十四条规定,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)乱扔快件、踩踏快件的。

多名快递员表示,新修订的《快递市场管理办法》对服务标准进一步明确,有助于行业整体更规范发展。不过,他们担心,有时他们并非不想送货上门,而是出于各种原因,无法做到全部上门,对企业最高3万元的罚款,最终可能由快递员承担,这对他们来说,罚款偏高。

北京安剑律师事务所律师周兆成表示,罚款3万元是否过于严厉,需要根据具体情况评估。如果此罚款能够促使企业加强内部管理,提高服务质量,减少快递丢失等问题,那么该处罚可能就有必要。然而,如果罚款过高,可能会对企业的经营造成过大压力,甚至导致企业倒闭。因此,罚款金额需要在保证法规执行效果的同时,考虑到企业的承受能力。

业内专家表示,根据目前行业的实际情况,将快递放到快递柜服务站的比重较高。《办法》第四十八条至五十六条中提到,委托给未取得快递经营许可的企业经营,即很严重的情况下罚款3万元。对快递未送货上门最高罚3万元,在整个行政处罚体系中的确偏于严厉,但核心点在于快递员有无跟收件人事先沟通,接下来需看有关部门是否出台具体细则。不过,立法部门也会考虑这个问题,一般不会上来就罚款,应先通报批评和责令改正,情节严重的处1万元以下罚款,最严重的才会进行1万元以上3万元以下罚款。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林表示,新修订的《办法》对快递员未经用户同意将快递找人代签或存放在快递柜的行为进行警告或罚款,保障了快递物品的安全、完整和及时送达,也防止泄露、滥用或非法交易用户信息,这是对快递服务中实际存在问题做出的调整。(央广网)

声音

走好快递服务“最后一公里”

□ 三石

没有任何通知,快递直接被放在快递驿站;取快递要辗转小区多家驿站,高峰期要排起长队;错过驿站营业时间还要再等一天;被擅自放快递柜的快递超时还要多付保管费……这些情况相信许多消费者都经历过,在快递业如此发达的今天,“最后一公里”的问题仍然困扰着消费者。

近日,交通运输部公布了新修订的《快递市场管理办法》(下称《办法》)。该《办法》自2024年3月1日起施行,其中规定,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,情节严重的将处1万元以上3万元以下的罚款。尽管此前相关规定,但有规定却无法落实,重要原因是缺乏监管,企业管理不精细、服务不规范。新《办法》的出台明确了处罚认定条款,使得消费者能在有法可依的情况下,通过举报维权。

消息一出就在互联网上掀起了讨论热潮,可见消费者已经“忍了很久”。近些年,快递业务量逐年攀升。面对压力倍增的环境和硬性规定的“签收率”,快递揽投人员“被数据推着走”,不经用户同意就将快递放在驿站或快递柜的现象十分普遍。社交媒体上一份近2万人参与的投票显示,46%的消费者更希望快递员送货上门,19%的消费者愿意把快递放在快递柜里,24%的消费者表示不管快递放哪里,需先征求收件

方的同意。

萝卜青菜各有所爱,但“事前征求收件人同意”其实是问题的关键和核心。有人要求当面签收,也有人愿意在驿站取件;有人希望送货上门,也有人喜欢快递柜随时可取。面对消费者的种种需求,快递企业和快递员不能只顾自己方便,而要基于用户所需,提供个性化服务,让送上门、快递柜、快递驿站等形式各尽其用、协同发力,兼顾好收件之急需和收件之需。

处罚企业和快递员并不是法规出台的目的,给快递“不告而投”设底线、亮红线才是应有之义。处罚只是手段,提升服务质量才是目的。有消费者担心新规出台后,快递投递成本上升,最终可能会转嫁到消费者头上。这样的忧虑不无道理,做好快递服务,必须正视快速总量快速增长而快递员数量有限的现实。

因此,笔者认为,解决以上问题还需要行业不断细化投递服务,一方面进一步推进末端配送服务设施的共建共享,让消费者自主选择“最后一公里”的走法;另一方面则应细化差异化服务价格机制,特别是快递服务收费与配送服务报酬的差别机制,并在揽件时提供明确的“最后一公里”选项,实现更精准双向选择的服务。

走好快递服务的“最后一公里”,不只是规范快速服务市场秩序的需要,也是维护消费者权益的需要。快递行业在做大做强的同时,也需做精做细。

市场观察

快递“从天而降” 物流企业探索新场景

当前,越来越多的物流企业布局无人机配送,打造物流低空航线,将物流与低空经济紧密结合,探索出越来越丰富的低空经济新业态、新场景。

业内人士表示,伴随低空运输行业持续发展,运输航线延伸,无人机载重能力增加,物流业有望进一步降本增效。同时,低空经济将迎来更加广阔的发展空间。

布局无人机配送业务

快递“从天而降”在广州实现了。“我在平台下单了一些生活用品,没想到可以选择无人机配送,太有意思了。”广州的消费者王女士告诉记者。近年来,顺丰、京东、丰巢等快递巨头企业纷纷布局无人机配送业务,提升物流效率。

在阳澄湖,顺丰的无人机可以从湖中心起飞,飞到岸边的包装中心,全程只有5分钟。“过去要依靠人工,绕着湖

走大约需要1个半小时,使用无人机可以极大地提高保鲜程度。”顺丰相关负责人表示。

记者获悉,“天上飞金子”已成为深圳物流新常态。今年1月,深圳开通首条黄金珠宝低空航线,由顺丰无人机运输,单程12.6公里飞行12分钟即可抵达。使用无人机可以有效降低运输成本,促进黄金珠宝生产、加工、销售各个环节精准衔接。

在一些偏远地区,无人机配送已落地应用。早在2023年9月,西藏邮政就已启动无人机投递试点工作。为适应高原多变的气候环境,西藏邮政无人机运输团队目前主力机型为六旋翼和八旋翼两款,飞行速度可达10米/秒,平均载重10公斤—15公斤,最大航程为15公里。

业内人士表示,随着低空运输行业持续发展,运输航线继续延伸,无人机的载重能力不断增加,企业的边际成本

将进一步降低。

激活低空经济潜力

2023年底召开的中央经济工作会议指出,打造生物制造、商业航天、低空经济等若干战略性新兴产业。2024年1月,《无人驾驶航空器飞行管理暂行条例》正式实施,从无人机的生产制造、飞行作业、操作人员、空域管理等方面进行了具体规定。

在政策的推动下,低空经济在越来越多的城市落地生根。而无人机与物流的结合成为低空经济发展重要应用场景。

日前,在深圳龙华区举行的顺丰旗下丰翼无人机城市配送场景体验活动上,在快递小哥、地勤人员的配合下,用户收获了一次无人机取送快递的新奇体验。据悉,2024年深圳市龙华区将打造低空应用场景示范、医疗检测标本低空配送场景、低空文旅休闲场景、公共

空间无人机配送场景等,拓展无人机即时配送场景,加速龙华低空经济先导区建设。

在广州,红酒文化街低空物流首飞2月7日验证成功,并推出了首批计划开通的高效物流低空航线。据了解,低空物流航线是广州开发区为低空经济提供的可行性应用场景。广州开发区交投集团总经理周成就表示,本次活动组织开展全区首条无人机物流航线商业化验证飞行,并综合开发研究院理事、物流与供应链管理研究所所长王国文表示,低空经济为城市产业空间拓展提供了新机遇。“无人机送外卖已经实现,行业发展速度超过我们的想象,未来会加速发展,场景会逐渐丰富。”

(中国证券报)

ESG创新实践引领中国酒企高质量发展

随着绿色低碳成为国内社会经济发展的关键词,越来越多的企业寻求可持续发展之路,ESG(环境、社会和公司治理)也逐渐成为衡量企业发展状况和综合实力的一项重要指标。在中国白酒高质量发展浪潮中,水井坊作为ESG实践的先行者一直领航前行,成为推动行业可持续发展不可或缺的重要力量。作为中国白酒领军企业,水井坊凭借在社会责任、公司治理、环境保护以及在ESG领域的表现,在过去一年间获得十几项行业权威奖项,树立了行业可持续发展的标杆。对此,水井坊副总经理蒋磊峰分享了其在水井坊ESG治理过程中取得一系列成果的经验与借鉴。

深耕酒类制造业十多年,蒋磊峰对国内白酒行业发展现状有着深刻认识,他谈及:“发展ESG,一方面可以提升公司治理水平、降低风险,另一方面也可以获得社会效益和长期价值。”长远来看,ESG贯穿于企业的长期发展战略,甚至在中长期决定企业的行业地位和高质量发展空间。作为国内较早从事ESG发展研究的行业专家之一,蒋磊峰参与了水井坊在ESG方面的创新实践尝试,使得水井坊成为业内率先发布

ESG报告的酒企之一。公司还建立了由各部门高层管理者组成的ESG管理委员会,对ESG各个关键领域进行了系统性盘点与梳理,结合公司业务战略构建系统化的ESG管理体系,并将其纳入公司治理的方方面面。在蒋磊峰等人组成的ESG管理委员会推动下,水井坊在2022年首次发布了“2035可持续发展目标”,成为国内较早制定和发布可衡量ESG目标体系的白酒企业之一。据蒋磊峰介绍,该目标涵盖十大ESG治理领域的26项具体指标,落实了涉及公司治理、消费者责任、伙伴关系、绿色发展等方面的一系列重要举措。在产品责任方面,他谈到公司重视生产环节的安全性,在行业内首创曲酒生产的在线质检,并建立了全过程追溯管理及有效的危机管理流程,以科研力量推动酿酒技艺的创新和发展。在供应链方面,通过开展合规、数字化升级等创新举措持续赋能经销商发展。2021年,水井坊通过供应商运输及产品包装优化等措施共减少628吨包装材料的使用,减少1532.1吨纸箱消耗,实现水资源利用率提升30%。此外,蒋磊峰还重点阐述了水井坊的生产运营环节所做的有效举措,并以邛崃全产业链基地项目为例,展示了公司在环境健康安全方面取得的显著成效。据其介绍,邛崃全产业链基地于2020年开工建设,投产后将形成2万升/年的原酒生产能力和6万升的储存能力,成为水井坊在全国布局的最大生产基地,极大扩大公司产能,在承接与扩大订单量方面发挥决定性作用。通过这一项目的实施,水井坊将进一步提升产品的品质和生产效率,提高其高端白酒市场的竞争力。该项目已与当地政府达成合作,预计实现年产值50亿元、年销售收入55亿元以上,在生产规模、生产工艺现代化程度等方面成为全国领先的示范性项目。邛崃市政府表示,这一项目建设将成为邛崃市经济发展的重要支撑,推动当地就业和相关产业的发展,同时推动城市产区的品质发展,实现产业链的优化和升级。在蒋磊峰

在内的ESG管理委员会的不懈努力下,水井坊在ESG创新方面取得显著成绩,在国际、国内权威ESG评级/评分中均获高度认可。2022年,水井坊在标普CSA发布的最新ESG评分中占据领先,在供应链管理、环境政策与管理、企业社会责任、可持续发展与品牌认知等领域均超过80%同业企业,尤其在环境政策与管理体中超过94%同业。标普CSA是由S&P Global发起的全球最大规模的企业可持续发展实践年度评估之一,衡量企业在经济、社会及环境三方面的可持续发展能力和公司综合实力。同时,水井坊在“2022年万得ESG评级榜单”中获得评级A级,位列日常消费类第3名、饮料行业第2名。该评级覆盖全部A股上市公司,已成为各类机构投资者的重要决策参考。

作为国内白酒行业ESG实践先驱之一,水井坊的ESG成果发布标志着公司绿色发展道路进入了系统化、指标化推进的“快车道”,不仅夯实了水井坊在行业ESG实践的领先地位,同时也为白

酒行业绿色制造与可持续发展树立了可供参考的行业标杆,得到了业界专家的肯定与认可。中国酒业协会秘书长何勇指出:“ESG是中国白酒行业健康可持续发展的重要抓手,唯有在ESG领域有所建树,中国酒业才能夯实中长期发展的势能。水井坊率先发布ESG报告,不仅为企业自身可持续发展奠定了良好的基础,也对白酒行业可持续发展工作具有重要价值和借鉴意义。”中国循环经济协会常务副会长赵凯对报告中披露的ESG目标给予了高度评价,他表示,水井坊从ESG报告设置的良好基础,为行业提供了极具价值的实践成果,为中国白酒业绿色制造和全球可持续发展贡献力量。

蒋磊峰还提到,水井坊目前已探索并建立了一套适用于国内市场且贴合白酒行业特性的ESG评价体系,为整个行业的可持续发展提供借鉴和思路。水井坊深度参与中酒协《白酒企业温室

气体核算方法及报告》等ESG领域团体标准的起草工作,推动整个白酒行业绿色、可持续发展。2023年,全球领先研究与评级机构标普全球(S&P Global)发布了《可持续发展年鉴(中国版)2023》,对中国企业在2022年可持续发展的表现进行了总结。凭借在ESG方面的领先成果,水井坊成为白酒行业唯一入选该年鉴的企业。2023年,水井坊先后在国内多个知名机构的ESG评选中获奖,如入选南方周末颁发的“2023年度杰出责任报告”、21世纪经济报道颁发的“绿色发展案例”,入选每日经济新闻和中国财经网联合发布的“2023中国酒业上市公司ESG先锋奖”,入选“中国上市酒企ESG星级榜”等,彰显了中国白酒制造企业在ESG实践中的领导力。

谈及未来,蒋磊峰表示:“水井坊将在践行企业社会责任和ESG实践的道路上砥砺前行,不断做强ESG体系建设和实践能力,推动产业转型升级和绿色可持续发展,推动白酒行业的健康、稳健、高质量发展,为中国经济和世界的可持续发展贡献头部力量。”(王铁生)