

## 快递新规实施半月有余 有收件人抱怨

# “我家‘门口’依然在签收我的快递”

“快递新规实施后,感觉没什么变化,快递员还是直接把快递放在小区的快递柜里,没有提前打电话。”家住北京市海淀区的刘先生说。

刘先生经常给家里的宠物犬网购狗粮,虽然将家庭地址作为收货地址写得清清楚楚,但每次快递员都未经其允许就直接将快递放在快递柜里。“快递新规实施后,我以为情况会有所改变,但现状依然如此。”

刘先生口中的快递新规,是新修订的《快递市场管理办法》,已于3月1日起开始施行。快递新规明确: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。

记者近日调查发现,快递新规虽然已经实施半月有余,但仍然普遍存在快递员不通知收件人就直接将快递投放至驿站、快递柜等情况。有受访快递员表示,如果每一件快递都打电话通知收件人或是送货上门,很难按时完成派件任务。那么,快递新规该如何落实?



近日,记者以“快递新规”关键词在某投诉平台上进行搜索,出现几百条“未执行快递新规”的相关投诉,其中以“不联系就直接放驿站,不送货上门”的投诉最多。

3月初,北京市朝阳区的陈女士网购了一份生鲜食品,可当日送达时,快递员并没有电话联系陈女士,而是像往常一样将其放在了快递驿站,随后将收件码发送到陈女士的手机上。

然而不凑巧的是,陈女士当晚加班,下班回到家时快递驿站已经关门。第二天,陈女士取回快递时发现,生鲜食品已经因为气温升高而变质,无法食用。

“送货上门可以让家里老人签收,有问题可以及时反馈,不好的结果本可以避免。”陈女士说,她联系快递员,快递员说对快递新规不知情。

天津市民张先生说:“快递新规施行前,经常会出现网购时物流派送信息显示已经签收,但快递却迟迟送不到自己手上的情况。快递新规施行后这种情况有所改善,但仍然存在,每次都需要打电话不停地询问。”

“新规实施后,我家‘门口’依然在签收我的快递。”家住北京市朝阳区的徐先生说,以前快递员经常把快递放在其家门口,然后他手机上就接到一条短信“您的快递已由家门口签收”,如今,这样的情况仍在延续。

对此,中央财经大学法学院教授朱晓峰说,对于不通知收件人直接将快递投至驿站等违规行为导致的法律责任,快递新规已作了明确规定,由管理部门责令改正,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。

北京德和衡律师事务所高级合伙人马丽红律师表示,对于大部分消费者来说,快递送上门是基本的期待。但也有一部分消费者认为,只要能知晓快递物品的地点,放在驿站是更方便的选择。但对于快递员来讲,如果每一个包裹都需要打电话,有时还会遇到收件人的电话打不通的情况,就会因为流程的复杂化导致派单率降低,这是非常现实的痛点。

“从行业角度看,快递公司的软硬件设施、管理水平和管理模式也不尽相同,有的快递公司拥有着较为强大的技术支持能力和成本优势,再让利给快递员,可以保证送货上门;但有的加盟快递公司则仍处在粗放管理阶段,不能确保快递员送货上门。”马丽红说。

“快递新规施行时间尚短,还需要更多的观察样本。目前主要的难点并不在于让快递员努力去满足消费者期待,而应从行业发展角度,通过快递新规督促企业提升管理效率。同时,企业还可以通过向快递员让利和增加人力的方式消化新规带来的运营压力。”马丽红说。

“快递不上门”是近年来快递行业的“旧疾”,消费者、快递员对此各有怨言,快递新规背景下,二者之间的矛盾再次凸显。

记者近日走进天津市某小区采访快递员周先生发现,他仍然将快件放在快递柜或驿站,且未电话联系收件人。

“公司目前还没有明确规定必须按照快递新规执行,如果依照新规硬性要求每单配送前必须电话确认,我觉得无法实现。很多收件人的电话打不通,一直打电话联系只会浪费派送时间。”他解释说,要是

每单配送前必须电话确认,工作量将是以前的几倍,一天几百件快递,根本不可能完成配送。

还有多名快递员向记者吐槽:“执行新规后,以前30分钟送完的快递,现在要多花好多时间”“甚至因为打电话太多导致手机号被限制使用”。

“以前快递出问题了,最后责任都会落在我们快递员头上,比如一个快递放在了居民家门口,丢了还没有监控视频,那最后只能我们赔。”某快递公司快递员李先生说,放在快递柜或驿站能够更好地保障快递安全,这样对双方都有利,快递新规施行后,放在家门口的快递多了,丢件的概率也会增加,而责任怎样认定,目前还没有明确的说法。

朱晓峰认为,快递行业适应新规需要时间。尽管新规已经生效半月有余,但快递公司员工培训工作可能并未完全落实到位,加之基层员工业务繁忙、从业人员流动性强以及快递员之前的工作习惯等,导致违反新规的投递行为仍大量存在;但如果对违规行为的处罚不及时,也会导致新规难以发挥其规范快递行业的功能。

“此外,还涉及快递企业外部的利益冲突问题,主要体现为快递企业与消费者之间,即快递服务质量与服务收费标准之间的平衡。”朱晓峰说。

马丽红认为,快递员是快递企业的重要资产,如果企业不能提升自己的管理效率,会导致快递员的流失,企业的生存和发展也会受到负面影响。

针对“新规的实施可能会引发价格战”的担忧,马丽红说,价格战本身也是一种竞争机制,可以带来正面效应。在规模经济视角下,管理能力强、管理效率高的企业可以

很好地平衡成本和收益。总之,企业应该是落实新规的主体,并借此机会进行管理提升或转型。

朱晓峰表示,快递企业应依据快递新规及时调整管理模式,以使投递服务质量的提高与派送效率的适当降低符合实际,使快递员提高服务质量的同时不会导致工作强度高。

数据显示,2023年,我国快递业务量完成1320亿件,实现业务收入1.2万亿元,同比分别增长19.4%和14.3%,人均快递使用量超过90件。如此大量的快递投递量,如何平衡各方利益,兼顾便捷和效率就成了政策需要关注的焦点。

对此,朱晓峰给出的建议是:就快递企业与消费者来说,快递服务质量应与相应的收益成正比,快递企业不能因市场竞争的缘故不合理降低服务收取标准,然后又为了节省成本而苛刻要求快递员,使后者事实上难以依据快递新规要求投递快递。

马丽红认为,需要从其中的各个利益相关者角度进行兼顾。从消费者角度来看,快递新规调整的初衷主要是要保护消费者的知情权和选择权。考虑到消费者的多样需求,应给予消费者以选择权,比如快递公司通过智能语音方式与消费者确认快递物品是否可以送到驿站,还是需要送货上门。未来如果送货上门成本更高,可以通过市场调节机制解决价格问题。

“对于快递公司而言,应着眼于提升管理效率和管理能力。快递员本身应提升职业素养,尽量满足消费者需求,更应避免对投递物品的损坏等行为。同时,消费者也应多体谅快递员栉风沐雨的辛苦,多给予他们理解和宽容。”马丽红说。

来源:新华网

