

“送货上门”不能仅靠快递员 应当把配送选择权还给消费者

快递“送货上门”，而不是未经消费者同意放在快递驿站，这个看似简单的问题，如何解决？专业人士认为，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。

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。

近年来，我国快递业发展韧性持续增强。去年，我国快递业务量实现了从“年均百亿”到“月均百亿”的跨越。去年12月，国家邮政局监测数据显示，我国快递年业务量首次突破1200亿件大关，再创历史新高。

随着快递行业高质量发展的步伐加快，解决快递末端的问题成为推动行业高质量发展应有之义。



快递驿站，屋子里堆满了各种快递。中国青年报图片

A 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。

B 落点在一个个快递员的肩头

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一个个快递员的肩头。

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

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

多个快递，给快递的主人一个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

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。”

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种，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。”

C 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，不妨更早期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”。

据《中国青年报》



快递公司的工作人员在车间分拣收寄的快件。新华社图片