



网络图片

没接到快递员电话,包裹就已经被放到了驿站或快递柜……长期以来,“快递柜签收”已然成为买家的困扰。

3月1日起,《快递市场管理办法》(下称《办法》)将正式施行,规定未经用户同意,擅自使用智能快件箱以及快递服务站等方式投递快件的行为属于违规,将被明令禁止,最高将罚款3万元。

近期,记者走访了解到,不少快递员已经通过公司或微信群、短视频平台了解到最新规定。不过,派费与派件效率的顾虑,仍是快递员一大心结。有快递员直言:“如果不用快递柜且涨派费,没办法干了”。

未来,服务和时效依旧是快递公司比拼的重点。

## 新规严打“快递柜签收”背后: 1元派费拦住送货上门?

### 现状

### 快递被签收一买家多吐槽

“之前都是送货上门,春节后突然给我放丰巢了。”家住北京潘家园的徐阳(化名)近期频繁收到丰巢快递柜短信。“我春节下单比较多,快递员给我的解释是,春节后他们站点缺少人手,也换了很多快递员,快递送不过来就直接给放快递柜了”。

徐阳告诉记者,在要求快递员送货上门后,对方称希望在收货地址上标明“送货上门”,这样能提醒快递员这一上门需求。

送货上门难,在快递员看来更多的是性价比权衡。

“现在派费一块钱一件,要是碰上全是楼梯的小区,

一天最多送250单,太累了。”北京朝阳区圆通快递员王军(化名)表示,用快递柜进行投递,一天可以投一千多单。

记者采访多位快递员了解到,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。按照王军所说,以每件平均1元的派费计算,使用快递柜后每天投递量增多约750单,平均日收入增多约525元。

王军表示,部分上班族考虑到白天家里没人,希望投递至快递柜,部分老人则希望能够送货上门。

(化名)说,与通达系快递员每天400至500单量相比,他每天仅送件100单左右,还会有100单的收件。“毕竟我们快递费贵,有的要求我放快递柜我会放”。

王蒙(化名)负责北京朝阳一区域的极兔、申通、韵达快递共配工作。他的派件习惯是如果是低层楼,一般会直接送货上门。而如果一栋楼只有少数几个快递,便直接投递至快递柜。

3月1日新规落地,亦是一条分水岭。王蒙称,如果继续未经消费者允许,自主将快递投递至快递柜,他将面临多倍罚款,“以前有人投诉可能罚款100元,3月1日以后可能就是200元至500元了。”派费收入和工作效率让王蒙再度摇摆:“再干一段时间试试,不行就换工作。”

### 表态

### 头部公司上技术手段、给千元奖励

我国快递行业业务量已连续10年位居世界第一。2023年,快递业务量完成1320.7亿件,实现业务收入1.2万亿元,同比分别增长19.4%和14.3%。

国家邮政局新闻发言人、办公室主任侯延波曾介绍,中国人均快递年使用量已达94件。快递行业野蛮生长时代已经结束,随着行业规范化发展,转型升级势在必行。

事实上,送货上门早已是快递业的“标配”,使用智能快件箱投递快件,应当征得收件人同意频被提及,但在全行业落地尚存一定难度。

记者梳理发现,头部快递公司拼服务,早已“卷”起送货上门。2022年9月,顺丰首次在全国50个主要大中城市推出“派件不上门,承诺必赔付”的服务承诺。去年10月,京东升级服务,提出“1小时未取件必赔”和“全程超时必赔”,及“派送不上门必赔”三大服务承诺。

菜鸟于去年6月推出自营快递“菜鸟速递”,由服务天猫超市的配送业务升级为全国快递网络,主打半日达、当日达、送货上门和夜间揽收等品质服务,在全国近三百城提供晚到必赔、破损必赔、不上门必赔、在途拦截和在途更改目的地等五个100%承诺。

此外,通达系快递也曾表示,为消费者提供送货上门服务。

国内物流巨头大多诞生于电商红利时代,但当前国内电商市场增速已大幅放缓,快递行业以“以价换量”为主导。行业竞争继续,未来,服务和时效依旧是各家比拼的重点,直接面向消费者的末端配送环节,将成为快递业追求高质量发展的关键。

2月29日,申通总公司相关人员表示,申通快递会通过优化技术手段,比如派件的智能化电联、前端揽收时的客户选择、明确要求上门的快件进行标志识别等,通过技术端投入来增强派件效率。

菜鸟方面则表示,目前已经设立了月度星级快递员奖励,送货上门等各项服务都不错的快递员,最高可以获评五星快递员,额外增收1100元至1200元不等。

针对新规落地,京东方面也表示,送货上门一直是他们的服务标准。

除了快递柜的投递问题,此次《办法》中不少规定与消费者息息相关,包括在加强快递服务行为规制、强化市场秩序管理要求、严格快递运单及码号管理规定等七个方面作出调整。其中规定,保障快件安全,防止快件丢失、损毁、内件短少,不得抛扔、踩踏快件;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(快递柜)、快递服务站等快递末端服务设施等。

(据《新京报》)

### 探因

### 送货难上门 一元派费背锅?

采访中,王军多次向记者提及每单1元的派费问题,认为派费过低。

事实上,类似通达系的加盟制快递派费较为浮动,网点老板拥有一定的定价权。总部会定期与站点结算整体价格,网点老板再向快递员进行派费结算,部分网点派费为每单1元至1.5元。

据了解,顺丰、京东直营快递在送货上门上已有口碑。多位消费者表示,这两家快递基本实现送货上门,派送过程中,人工智能客服或快递员会提前致电询问客户意见。不过,这两家的快递费用及快递员的派费都相对较高。

“目前我们派费一单约为2元,还会根据重量进行浮动,我们送之前必须通知客户,客户怎么说我们怎么做。”北京东城区顺丰快递员王小