

新规首日，不少快递仍被“不告而投”

快递员：一一打电话时间成本高，收入受影响

3月1日，新修订的《快递市场管理办法》实施，新规明确，经营快递业务的企业未经用户同意，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，最高将处以3万元罚款。新规实施首日情况如何？当天，现代快报记者探访了南京多家快递网点及快递驿站，发现不少快递仍被“不告而投”。对此，部分快递员直言，一一打电话不现实，时间成本太高，影响派件效率，自身收入也会受到影响。



扫码看视频

现代快报/现代+记者 杨晓冬 尹翼星 赵丹丹 文/摄

市民

希望大件、生鲜能送货上门

3月1日，现代快报记者走访南京多家快递网点及快递驿站。对于刚刚实施的新规，不少市民还并不了解。“我手里拿的这个快递就没打电话询问，直接放到快递驿站了。”正在取快递的沈女士告诉记者，平时邮政、顺丰、京东的快递基本上都会打电话问一下放在哪里，“不告而投”的快递主要是一些在其他电商平台购买的东西。“其实小件快递放哪里都无所谓，主要就是希望一些生鲜类产品可以及时打电话沟通，怕坏了。”她说。

“除了比较重的快递，有时候我反而不希望接到快递员电话，直接放到驿站或快递柜就可以。”上班族小刘告诉记者，平时上班比较忙，有时在开会时接到快递电话，很尴尬。“我白天也不在家，放门口也容易丢，还不如直接放在快递驿站，大家都方便。”和小刘持有相同看法的还有张阿姨，在她看来，快递上门让她觉得隐私被泄露，可能

会有安全隐患，她宁愿快递放置在驿站，自己过去取。

在秦淮区一家快递驿站内，工作人员正在将大大小小的快递扫描入库，分门别类放在柜子上，再贴上取件码，给收件人发去取件短信。“一个快递小哥每天要派400多件，一个一个电话打过去，怎么忙得过来。”工作人员向记者透露，尽管快递新规实施了，但前来存放快递的快递小哥也并未给每个用户都打电话征得同意。“负责每个片区的快递员比较稳定，他都了解这边市民有什么需求，知道哪家有老年人或是腿脚不便的人，而且在我们录入时，注明送货上门的快递我们会单独拣出来，让快递员再重新送货。”

“有派送需求的物品主要是生鲜食品、家电等大件物品或是比较贵重的。”上述工作人员告诉记者，在新规实施前，派送这类商品大部分快递小哥也都会电话沟通。

快递员

一一打电话确认派件效率低

“每个快递都打电话询问不太可能。”快递员王师傅告诉记者，他们每天7点对快递进行分拣，每天派件量在100件左右，虽然数量不多，但根据快递的时效，要在13点前完成派件，否则就会倒扣派送员费用。“如果每个快递都打电话询问，再送货上门，我肯定送不完。”王师傅无奈地摇摇头。

“新规对我们几乎没有什么影响。”一名京东快递小哥告诉记者，由于京东快递一直都要求电话联系用户，询问顾客需要送货上门或是存放其他地方，所以有没有新规并无影响。“不过，新规出台还是会让我们感觉到有点压力，以后收派快递可能需要更细心一点。”

快递员孙师傅告诉记者，他们派送一单的收入在0.8元左右，每天要派送近500单，放在快递柜的费用0.3元/单，放到快递驿站0.5元/单，目前就是靠走量。“如果每

单都打电话送上门的话，我一天可能200单都送不到，如果再有个投诉，罚个款，这么算下来，一两个月就白干了。”

记者探访中了解到，目前国内快递企业主要分为两类，一类是直营制快递，另一类则是加盟制快递，“不告而投”等问题大多出现在加盟体系的快递物流公司，主要原因则在于企业运营成本、经营模式等因素。

“快递服务和派送费用成正比的。”一名业内人士告诉记者，“三通一达”快递派送收入在0.8元/单左右，一名快递员每天派件数量在400~500件，而京东、顺丰则会高一点，派送收入在1.8元/单左右，一名快递员每天派件100件左右，这也是为什么“不告而投”等问题多数会出现在加盟制快递的原因。如果想要推动新规更好地实施，企业有必要提高快递员的派送费。

企业

优化服务流程，增强技术手段

针对正式施行的《快递市场管理办法》，圆通速递表示，他们高度重视，已组织多次内部学习和培训，确保全网深刻理解和贯彻办法的精神和要求。圆通将严格落实相关规定，持续提升服务质量，更好服务用户。未来，圆通速递将继续坚持一切以市场客户体验为中心，为客户创造价值。进一步优化服务流程，加强与用户的沟通协商，为消费者提供更加优质的服务，共同促进快递行业高

质量发展。

申通快递相关人员也表示，基于目前快递员每天的派送量，尤其是比较集中的派件区域，每件必须快递员致电必然会影响效率。下一步，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，通过技术端投入来提高派件效率。此外，加强末端快递员派件培训、增强服务意识，合理调整派件结构、路线等。



存放在快递驿站的快递



快递网点分拣出需要送货上门的快递



快递驿站



等待派送的快递

业内建议

多方面了解用户需求 提供精准规范服务

快递行业一名业内人士表示，《快递市场管理办法》中规定“不得擅自将快件放驿站或智能快件箱”的内容其实并不是新规定。快递服务标准中一直要求要按址投递，快递要送上门或是按照和用户协商的地址投递。2018年5月1日实施的《快递暂行条例》规定，快递员未与收件人进行沟通协调并得到许可后，直接将快递包裹放入快件箱、代收点等行为视为违规。2019年10月1日实施的《智能快件箱寄递服务管理办法》也明确用智能快件箱投递快件，应当征得收件人同意。

上述业内人士表示，新办法亮点在于细化了罚则：如有违反，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。“以前处罚标准相对模糊，现在明确了，这也是对快递企业提出了更高要求，倒逼企业加大投入，更规范服务。”

这名人士表示，据调查，实际上，70%~80%的用户都是希望快递投到驿站或是智能快件箱的，因为大多数都是上班族，平时白天不在家。其中部分人甚至不希望送货上门，担心存在安全风险。但确实有20%的特殊人群，比如残障人士、老年人、孕妇等是希望快递送上门的，另外用户在购买了生鲜或是大件物品时，也希望可以送到家门口。新规实施后，企业应该快速地优化方案，增强技术手段，来调查清楚用户的实际需求。

他建议，企业可以通过语音机器人的方式，来询问用户的选择，让用户自行选择“1”送上门，“2”送驿站或是更多选项，这样可以节省快递员一一打电话的时间。企业也可以根据用户的使用习惯，与用户通过语音电话达成协议，建立用户数据库。甚至于快递员在发送短信时，也可以加一句：如果您需要投送上门，请与快递员联系，并留下电话。“这些办法，实际上都起到了告知义务，给了用户选择权。”