

国家邮政局《快递市场管理办法(修订草案)》(征求意见稿)公开征求意见

快递不送货上门或被罚三万 终结“不告而投”难在哪儿?



羊城晚报记者 林曦 实习生 曹轩

你是否也经历过在苦守快递的过程只等来“凭取件码至xx快递柜取xx快递包裹”的短信?你是否也曾遗忘快递柜中的快件,却在午夜时分收到一条快递超时即将收费的提醒信息?不过,这些或将成为历史。1月7日,国家邮政局《快递市场管理办法(修订草案)》(征求意见稿)公开向单位、个人征求意见。征求意见稿提到,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递箱、快递服务站等快递末端服务设施。如有违反,直接责任人员将会面临最高三千元的罚款,快递企业面临的罚款更高达三万元。

在电商盛行的今天,快递与我们日常生活息息相关。此消息一出,更是直接点燃了舆论热点。有人拍手叫好,也有人从不同层面表达了担忧。那么,此征集意见真的能解决“快递不送货上门”问题吗?快递行业是否会因此迎来高质量发展拐点呢?

A 消费者 快递不送货上门变成“习惯动作”?

近日,在国家邮政局2022年全国邮政管理工作电视电话会议上,国家邮政局表示,预计2021年全年邮政业收入(不含邮政储蓄银行直接营业收入)和业务总量分别完成1.27万亿元和1.36万亿元,同比分别增长15%和24%;快递业务收入和业务量分别完成1.04万亿元和1085亿件,同比分别增长18%和30%。

快递业务量节节上升,快递服务质量却参差不齐。送货上门变成快递柜自提,取件超时加收费用,快递驿站离家甚远……末端配送服务水平下滑明显。尽管消费者怨声载道已久,但是快递不送货上门似乎已经成为了“习惯动作”。

家住广州番禺的李女士同样吐槽这种“不通知消费者”的行为,“小区的极兔从来不上门,只要商家用了极兔,写啥地址都只送楼下丰巢,也不通知。别的快递绝大多数是扔在家门口,有的可能敲一下门,不等开门就走了,有的连门也不敲,也不通知。”

广州李女士也向记者表达了同样的苦恼,她说自己因工作繁忙经常加班和出差,包裹大多放在快递驿站或者是快递柜,往往到家时已错过取件时间,一旦出差更需要支付高额快递超时费用。

不过,也有受访者表示,自己能够理解并接受快递自提的行为,但希望快递员能够提前电话或短信联系,在双方协商后才将包裹放入快递柜或驿站。

B 快递员 “送货上门”困难重重 宁愿花钱存柜

其实,对于大多数消费者来说,只要在规定时间内从快递柜取件是免收服务费的,但是,快递员存件却需要付费。按照三通一达、顺丰、京东等各家快递企业的说法,都要求快递员送货上门,那为什么他们愿意花钱存柜,而不愿意送货上门呢?

羊城晚报记者调查了解到,以丰巢为例,小号柜价格为0.2元,中号柜为0.4元,大号柜为0.6元。一位顺丰快递小哥告诉记者,有时候公司会有补贴,但大多数时候都要自掏腰包存柜,“周一到周五白天派件基本很多人都在上班,不放快递柜也没办法,每个月存件费用基本都上千元。”一位韵达快递小哥说,他在



图/视觉中国

C 难题求解 有企业尝试快件派费微涨收效欠佳

而据羊城晚报记者从多家快递公司内部了解到,快递公司基本上都会要求快递员每天的派件履约率要达到95%,才算完成任务,如果履约率太低,快递员的收入也会受到相应影响。

有快递小哥透露,每单配送费收入大概为1-1.5元,每单收入不高,派件量又大,而且还要完成一定的派单量,如果每个快递都送货上门,不实际,而且很多小区都有门禁,进不去,特别是大促期间,送

到晚上九时多十时都是家常便饭。

去年9月,中通、申通、百世等多家快递企业纷纷宣布快件派费每票上涨0.1元,以此奖励机制提高快递员收入,进而希望提升服务质量。不过,此举似乎收效甚微。

有行业人士分析认为,目前快递企业80%的订单来自于电商,而随着电商企业单量的不断增长,快递企业与之适配的人工、场地、设备及运输等成本不断攀升。在服务成本的压

力下,压缩服务质量似乎成为了无奈之举。

而各社区不同的管理制度也是“快递上门”的一大障碍。广州珠江新城某大型小区物业人员向记者透露,不让快递上门主要从疫情防控和安全管理两方面考虑,“快递员在小区内频繁流动,会加大疫情传播的风险;同时,我们小区采用的是一层一电梯卡的模式,如果贸然将每层的电梯卡都给快递员,可能会引发治安问题。”

D 行业专家 新规将至 快递业已至高质量发展拐点

据记者了解,现行的快递市场管理方法自2013年沿用至今,本次征集意见稿进行了大量修改完善并新增多个章节,包括首次规定快递企业“不得无正当理由以低于成本价格提供快递服务”“不得未经用户同意擅自投递”等。

对此,快递行业专家赵小敏对羊城晚报记者表示,相信新的管理办法出台后,快递行业将在2023年迎来高质量发展的一年。各大快递企业为了抢占市场都大打价格战,但是恶性竞争对快递产业链上下游参与各方都产生了极其

消极的影响,各家企业也意识到快递业务要逐渐从低价无序竞争转向高质量发展,用服务和产品说话。“对于快递企业来说,末端激励机制很重要。应该要充分调动快递员积极性,而不是通过价格战去进行恶性竞争。企业现在应该做的是多渠道增收,向综合物流服务体系转型,以提升服务质量为根本。”

同时,赵小敏认为,接下来快递行业或将迎来洗牌,行业内的并购重组或将加速,不能及时适应新需求的企业将面临淘汰风险。他表示,

国家层面的快递法律法规持续完善,快递市场主体经营行为将得到规范,也可以认为,快递行业高质量发展拐点已经到来。

近期,有消息称,抖音电商试水“送货上门”服务,商家在后台订购该物流增值服务,快递公司则承诺送货上门,主要面向对快递配送服务要求较高的消费者订单,送货上门快件增加收费0.8元/单,当快递公司未按照承诺服务履约时,由快递公司赔付商家5元/单。不过,抖音方面对此并未回应。

财经辣评 羊城晚报财经评论员 戚耀琪

日前媒体报道称,中国质量新闻网曝光了傣妹火锅多家门店的后厨,让人直呼太恶心。在品牌宣传中,傣妹火锅表示“食材不好不上桌”,不过,在靓丽宣传的背后,这家知名火锅店却存在严重的食品卫生问题。

火锅餐饮业的食品卫生质量与安全问题,一直都是让市场监管部门头疼的一大领域。原因有两个:第一个,这个行业规模庞大,可谓一漏千石。和工业制造产品的不同在于,餐饮依赖具体的人手、操作、服务、环境。如何客观、准确和稳定地锁定不良证明是最不容易的,如果仅仅是卫生问题,事后追查很可能连证据都找不到。总不可能让执法人员去卧底。如今“明厨亮灶”加摄像头呈现的,都是可以公开展示的情形,摄像头看不出的问题普遍存在。

第二个原因,也是火锅业的特殊情形。那就是火锅的原材料往往都是以批发变散装的状态上到餐桌的。同样是肉类,超市卖的是有包装、产地和保质期的产品,消费者一目了

网红火锅爆出脏后厨 “干净能吃”的底线别忘了

然。而火锅店即使采购低劣、接近过期的肉品,上了桌面也是无法分辨的。大部分火锅店技术含量很低,本质就是在卖材料,厨师没什么特长。因为最后煮出来是好是坏、是生是熟,全凭食客自己感受。食客在获得自由度和自我满足的同时,对于原材料的品质真相甚至分量缩水是难以考究的。

在火锅店商业模式同质化,甚至青菜萝卜豆腐羊肉都是一模一样的时候,商家最想发力的就是让顾客能看到和感受的领域。比如有国内一线牌子,靠为排队食客做好服务而出名,底层员工主权也比较大,可以让食客又吃又拿很有获得感。但其菜品的质量甚至后厨的卫生,却往往被人们所漠视。以至于被媒体爆出食物质过期食用,也并没有影响它的生意,大家还是很喜欢去排队发圈。这样的“榜样”,自然就让更多的同行看到了为了更高利润、如何低成本和如何差异化努力的方向了。

餐饮卫生水平本来和公众的健康息息相关,不干净、不能

吃的东西本来就不能卖。可是,一旦网红餐饮店成了社交工具,它的环境和卖相,反而就成了食客第一关心的重点。至于是不是真的卫生,常常就会被选择性遗忘。一方面,消费者内心原始希望得到纯而又纯、干干淨淨的食材,可是另一方面,口味与性价比的考虑,又常常压倒了对食材的追问。商家和消费者内心的博弈,一直都是存在的,最后还能抓住消费者、把生意继续做下去,也许和人们已经“审美疲劳”有莫大的关系。当人们的“耐药性”越来越强大的时候,对于“低级”的卫生问题,可能就不再容忍了。

只是公众的无奈,却不能是监管部门和监督手段落后的理由。用更加严苛执法的方式,对企业尤其是大企业的违规行为予以重点监管,才是一种“杀鸡儆猴”的作用。此法或不能彻底杀毒,但是至少能让社会公众还对餐饮保持一份信赖;也督促有尊的商家思考是不是要放下花架子,重新把成本投入到让人们感觉到的干净底线上来。

《“十四五”数字经济发展规划》发布

2025年数字经济占GDP比重将达10%

羊城晚报记者 沈钊

数字经济是继农业经济、工业经济之后的主要经济形态。近日,国务院印发了《“十四五”数字经济发展规划》(以下简称《规划》)。《规划》对中国目前数字经济的发展现状和形势作出了总结归纳,也对未来的发展目标提出了具体要求。

“十三五”期间占GDP比重达到7.8%

根据《规划》,“十三五”时期,中国深入实施数字经济发展战略,推进数字产业化和产业数字化取得积极成效。2020年,我国数字经济核心产业增加值占国内生产总值(GDP)比重达到7.8%,数字经济为经济社会持续健康发展提供了强大动力。

但与此同时,中国数字经济发展也面临一些问题和挑战:关键领域创新能力不足,产业链供应链受制于人的局面尚未根本改变;不同行业、不同区域、不同群

体间数字鸿沟未有效弥合,甚至有进一步扩大的趋势,等等。

数字经济发展转向普惠共享

因此,《规划》明确提出了“数据要素市场体系初步建立”“产业数字化转型迈上新台阶”“数字化公共服务更加普惠均等”等五方面发展目标。根据《规划》提出的发展目标,到2025年,中国数字经济迈向全面扩展期,数字经济核心产业增加值占GDP比重达到10%,数字化创新引领发展能力大幅提升,智能化水平明显增强,数字技术与实体经济融合取得显著成效,中国数字经济竞争力和影响力稳步提升。

对此,国家发展改革委有关负责人认为,数字经济已成为世界各国抢抓发展新机遇、塑造国际竞争新优势的焦点,我国数字经济产业发展正向深化应用、规范发展、普惠共享的新阶段。

提前谋划、探索发展,广东数字经济发展迎新机

相关报道

羊城晚报记者 沈钊

广东数字经济总量连续4年全国第一

截至去年6月底,广东培育了200多个标杆示范项目,引进培育了440多家优秀制造业数字化转型服务商;累计推动1.7万家规模以上工业企业“上云上平台”数字化转型,带动55万家工业企业“上云用云”降本提质增效。

但是,也正是因为广东制造业体量大、且包含大量中小企业,推动广东制造业数字化的道路仍任重道远。盘和林对记者表示,当前广东推进制造业数字化、网络化转型最大的难题在于成本,数字化和网络化也是存在成本的。“要以数字技术为抓手,通过应用场景落地的方式,形成试点示范案例,吸引企业进行数字化改造。”盘和林建议:“在改造过程中,要以金融支持和政策支持,来帮助企业实现数字化。”

值得一提的是,《规划》还提出,数字化转型过程中还要推进绿色发展。对此,艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅指出,绿色发展和数字化两者是相辅相成的。“数字经济是绿色发展重要的基础,绿色发展离不开数字经济的赋能。”张毅认为,广东制造业体量庞大,也必然成就规模巨大的数字经济产业规模。

网络安全产业发展可期

发展数字经济,更要着力强化数字政府服务能力以及数字经济安全体系。对此,《规划》也明确,到2025年,全国数字化公共服务更加普惠均等,数字经济治理体系更加完善。

当前,数字基础设施广泛融入生产生活,对政务服务、公共服务、民生保障、社会治理的支撑作用进一步凸显。广东在去年底举行的2021(第十六届)中国电子政务论坛暨首届数字政府建设峰会上发布了《省域治理“一网统管”擘画数字化治理新蓝图——基于广东省实践的研究》理论研究成果,并上线省级“一网统管”的基础平台——“粤治慧”平台。

对此,盘和林表示,广东在数字普惠和数字治理上已经进步卓著,但未来还需进一步优化。

而对于数字经济治理而言,增强网络安全防护能力,提升数据安全保障水平是重中之重。“对于社会经济健康发展来讲,把安全作为基础来抓,既是必然需求、也是基本底线。”对此,张毅分析认为,数据经济的发展涉及到了数据要素、网络互通等,安全问题是基础,关键要确保数据互联互通、数据标准化规范化及数据安全保护,让数据充分参与到价值分配与创造中。

记者注意到,实际上,广东在数据要素市场建设方面早有布局。早在2021年7月11日,广东省人民政府印发了《广东省数据要素市场化配置改革行动方案》。2021年10月,广东发布全国首张公共数据资产凭证,同时宣布《广东省公共数据管理办法》将于2021年11月25日正式实施,这是广东首部省级层面、关于公共数据管理的政府规章,将进一步规范公共数据共享、开放和利用,释放公共数据价值,助力提升政府治理能力和服务水平。

朱克力表示,在全国范围内来看,广东率先构建省域数据要素市场体系,具备先决条件和综合优势。无论是数据资源总量,还是数据共享水平,均走在前列,这已经成为广东的重要战略资产。

有望成就规模巨大的数字经济产业

《规划》提出,到2025年,中国产业数字化转型迈上新台阶。

记者梳理发现,作为制造业大省,广东早在2018年就在全国率先出台《广东省深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网实施方案及配套政策措施》。政策出台三年多来,已经取得了一定的成绩:



图/视觉中国