



今天
小雨转多云
偏北风3-4级
6-10℃

明天
多云到晴
偏北风3-4级
3-12℃

今日1叠8版
总期数第8953期

今日空气质量
上午:优
下午:优

新闻晨报

追/求/最/鲜/活/最/实/用/的/新/闻 SHANGHAI MORNING POST

2024年3月6日 星期三 农历正月廿六



十四届全国人大二次会议开幕

据央视消息 3月5日上午9时,十四届全国人大二次会议在人民大会堂开幕,中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平等党和国家领导人步入会场,出席开幕会。



强声调

如果我是消费者,在填写收货地址时,能否准确勾选“到家”或者“到小区货柜”“到驿站”,并且根据分级,支付不同的费用;如果我是快递员,在派送快件时,能否根据送达件的地点、派送件的不同付出,收获更加合理的辛苦费。

2023年12月8日,交通运输部公布修改后的《快递市场管理办法》,2024年3月1日起,这一针对快递行业的全新规定正式施行。其实主要就3款条文形成了巨大的约束力:一是未经用户同意代为确认收到快件;二是未经用户同意擅自使用智能快件箱、快递服务站等方式投递快件;三是抛扔快件、踩踏快件。这三种情形如果出现,会有相应的处罚。

短短几天,新规实施后就引发社会各界的广泛关注,连锁反应和争议话题也随之出现。在这一变革的浪潮中,消费者的权益保障、选择权以及快递员的权益等核心问题尤为引人注目。

消费者权益是新规中的核心关节之一。长期以来,快递行业的服务质量和消费者权益保障一直是焦点。新规的实施,为消费者提供了更为明确的维权路径和赔偿标准,有助于减少包裹丢失、延误、损坏等问题的发生。这不仅是对消费者权益的有力保障,更是督促整个快递行业服务质量提升。

但同时,消费者的选择权问题也被放上台面——消费者有权利自主确认最终收货的地点,“送到我家”“送到小区门口货柜”或者“驿站自取”,你得把选择权交给消费者。当然,权利和义务也对等,不同的派送地点,意味着不同的派送成本和消费支出,“分级消费”的理念和逻辑,消费者也需要认可和接受。

快递新规与其说导致了现在看到的一些争议,倒不如说是加速点爆了原本就存在的问题。快递业经过多年的高速增长、快速扩张之后,一些企业粗放式的经营管理必然要进入以创新驱动发展、用精细化管理提升服务的新阶段,这也是发展新质生产力的内在要求。简单来说,为不同的场景需求提供不同消费水平的分类服务,就是这次新规可能要倒逼出来的结果。

过去,一些快递企业为了追求更高的利润,不惜通过压低快递员薪酬、削减服务投入等方式进行恶性竞争。这不仅损害了快递员的利益,也破坏了市场的平衡。新规的出台,应当引导企业转变这种不良的竞争模式,将重心放在提升服务质量和效率上,而不是简单地通过压榨快递员和消费者来追求利益。

某种概念上讲,低廉甚至免费的包邮服务,其实就是一种“内卷红利”,快递企业的高速发展,消费者的廉价享受,很大程度上是来自内卷红利。而内卷红利是有上限和极限的,这次快递新规的实施,使快递企业和消费者都不得不正视这一上限,进而思考和调整各自的规范和诉求——这就过渡到了第二层意思:把辛苦费留给快递员。

作为快递行业的核心力量,快递员的辛勤付出是支撑整个

市场运转的关键。新规的推出,应当确保快递员的“分级”劳动成果得到应有的回报,避免他们因更高的要求、维持不变的收入而失去对整个行业的期待。

举个最简单的例子,一箱24瓶、每瓶600毫升的矿泉水,总重量大概在14-15公斤,对于消费者和对于快递员来说,送到家门口或者送到小区门口,是完全不同的两种需求和付出,没有选择和分级如何消解矛盾?“最后100米”需要打通,但只谈需求不谈回报,这显然也没有道理。所以,我们的观点也比较明确:把选择权交给消费者,把辛苦费留给快递员。

选择权的回归与快递小哥权益的保障,是快递行业真正健康发展的双向车道,实现这种“双向需求的对称”后,还有人担忧是否会让现在感觉到“特别方便”的网购和快递生活受到影响,那是另一个更复杂、更深逻辑的社会经济体系问题了。说实话,连买盒纸巾或者酱醋茶都要网购,或者“顺手下10单觉得不合适又退货8单”这种情况,已经属于社会资源浪费的范畴了。

相关报道>>>02版