

金台视线

合力打通快递进村“最后一公里”

本报记者 向子丰

据国家邮政局统计,2020年,快递乡镇网点覆盖率达98%,快递下乡正在加速推进,成为常态。不过,有读者来信反映,快递到乡镇很顺畅,再往村里送却遇到了阻碍。受限于缺少快递员、村里没有快递站点等原因,快递包裹常常在乡镇止步,快递进村的“最后一公里”亟待打通。

村里没有快递站点,留守老人小孩取件难

网购早已成为城乡居民的日常生活。河南西华县读者彭世繁在来信中说,西华县城有10余家快递公司,各个快递站点遍布县城大街小巷,只需一个电话,快递员就可以来到家门口送取快递,“可是快递只能送到乡镇,却进不了村。我们周边20多个村组,只有一个村设有快递点,很多快递包裹需要村民自己到乡镇取,取一次包裹非常麻烦”。

福建宁德市读者伍先生在来信中说,自己常年在外出务工,有时会网购一些生活用品给留守家中的老人和小孩,但村里没有收发快递的服务站,“从我们村到镇上还有一段距离,老人和小孩为了取包裹来回需要走1个多小时的路,非常辛苦”。

辽宁庄河市读者鞠女士也提到,由于村中没有快递站点,给家里老人买的东经常无法及时送达,“老人腿脚不便,也不懂取件码这些东西,取快递存在较大困难,请邻居代为取件也不是长久之计。而且,遇到农忙时节,村民根本抽不出时间去镇上取包裹。镇上快递代收点的物流量很大,包裹若长期存放,很容易丢失”。

除快递点无法覆盖农村外,农村快递业的发展水平也相对落后,从业人员服务、包裹运输规范等仍有较大的改善空间。到了春节等购物需求旺盛时期,这些问题更加突出。甘肃陇南市读者杨先生提到,从镇上到村里的物流,由于缺乏统一管理,经常把包裹和农药化肥等货物一同装车,包裹被压坏甚至丢失都是常有的事。

快递运营入不敷出,导致“二次收费”现象普遍存在

为了解决快递进村的需求,一些村里出现了代收点,替村民把包裹从乡镇取回来,但需要村民支付一定费用。目前,“二次收费”情况在农村快递站点普遍存在。

甘肃康县读者李女士反映:“我们村离镇上有40多公里,快递送不过来,大家只能去镇上取包裹。有些经常往返村镇之间的司机帮忙取快递,但每件要收取5至10元的费用。还有些司机取了包裹后寄存在村

加快农村寄递物流体系建设重点任务

- ① 分类推进“快递进村”工程
- ② 完善农产品上行发展机制
- ③ 加快农村寄递物流基础设施补短板
- ④ 继续深化寄递领域“放管服”改革



来源:国务院办公厅《关于加快农村寄递物流体系建设的意见》
制图:张丹峰

里的小商店,小商店还要收一笔保管费。这样层层加价下来,有时一件快递的物流费用比买东西花的钱都多。”

湖南平江县读者吴敏书在来信中提到,近两年随着包裹数量增加,村里也建起了代收点,但普遍需要付费。一次,他得知快递已送到镇上,便赶到快递站取,没想到工作人员却告知他必须到村代收点付费收取。“我都到快递站了,还要我到村里才能取包裹,他们就是为了赚这笔费用,这不是强制收费吗?”吴敏书说。

南京农业大学经济管理学院教授徐志刚表示,农村村民居住分散,物流成本高是导致快递“二次收费”的主要原因。此外,农村居民消费模式相对滞后,电商购物需求少,而且物流主要是送货单向物流,缺乏收件物流,农村物流量较小,快递公司很难盈利甚至亏本经营。

一家快递公司的业务经理向记者表示,他所在的乡镇快递站连公司规定发件率的20%都无法完成,加之派件收费较低,送件入村很不划算,所以只要是寄往农村的快递,都是通知收件人自行来取。“其实,

这里农村出产葡萄、蔬菜等优质农产品,但多数农民还不善于使用快递外销外运农产品。如果村民能够用快递物流运输农产品,对于村民和快递企业将是双赢。”这位业务经理说。

快递进不来,农产品出不去,物流成了乡村经济发展的梗阻。有读者提到,村里曾经与客运班车开展合作运输农产品,由于班车班次有限,农产品往往不能及时发出,新鲜农产品面临变质的风险,“如果能够与快递企业合作,这些难题都很容易解决”。

客货邮融合发展,电子商务进农村,合力打通“最后一公里”

农村寄递物流是农产品出村进城、消费品下乡进村的重要渠道之一,对满足人民群众生产生活需要、释放农村消费潜力、促进

乡村振兴具有重要意义。近年来,农村寄递物流体系建设取得了长足进步,快递“下乡”“进村”加快推进。

2021年8月,国务院办公厅发布《关于加快农村寄递物流体系建设的意见》,明确提出到2025年,基本形成开放惠民、集约共享、安全高效、双向畅通的农村寄递物流体系,实现乡乡有网点、村村有服务,农产品运得出、消费品进得去,农村寄递物流供给能力和服务质量显著提高,便民惠民寄递服务基本覆盖。

国家邮政局2020年出台《快递进村三年行动方案(2020—2022)年》,将农村物流体系建设纳入战略部署重点,鼓励以邮快合作、快快合作、驻村设点、交快合作、快商合作及其他合作等多种方式推进。

为解决快递进村难题,许多地方都开展了探索和尝试。有的地方依托客运班车、邮政直达、快递网点等多重渠道,融合客运、邮政、快递多种方式,实现优势互补,探索农村运输服务发展新模式。

西南大学资源环境学院教授谢德体表示,农村物流难题正在逐渐得到解决,比如利用村集体服务中心、小卖店等长期经营店铺,可以很好地解决快递寄取问题;利用公交客运系统,或物流公司和邮政专线进行合作,可以发挥已有优势,降低投递成本,促进农村客货邮深度融合,“农产品流通需要的基础设施,如道路、冷链装置、仓库、批发市场,也可以在此基础上逐步进行规划”。

有读者来信呼吁广泛宣传 and 推动“快递进村”,让更多农民群众了解和使用快递。只有货源多起来,快递业务才能在广大农村活跃起来。徐志刚建议加快推进农村寄递物流建设,应该“两条腿走路”:一是整合县乡村物流线路,形成县域内的专业物流公司,承接其他物流公司到县城以后的物资派送,这样便能利用规模经济降低单位产品物流成本;二是推动农村电子商务进一步发展,运用电商平台打通农产品销售渠道,通过农村的双向物流,扩大市场容量,进一步推动快递下沉农村。

四川仪陇县华江农村社区处于山地丘陵之中,离中心乡镇距离较远。当地驻村干部表示,农村物流发展受到地理、交通上的客观限制,但可以通过整合物流、发展农村电商等举措,让下行消费和上行销售共同驱动农村物流发展。

2020年以来,华江农村社区充分发挥电商平台优势,在传统集市上卖不出去的农产品,反而找到了合适的销售渠道,销往全国各地。村中建立起电商服务站,村民们把自己的农产品定点送往服务站,由服务站统一收取发往乡镇的集散中心。服务站建在村中的一个小卖店,小卖店对当地情况很了解,同时人流也可以为小卖店带来人气,降低了小卖店的服务成本。这一运营渠道,加快了村与乡镇的物品流转速度,让快递进一步下沉入村,农村物流与电子商务协同发展效应显著。农产品上行的需要成为打通快递进村“最后一公里”的关键点。

(严雯雯参与采写)

身边事

请给快递包装“消肿”

近日,家人从网上购买了一个护眼灯,灯具直径2厘米、长50厘米。快件寄到后,我惊讶地发现小小的灯具竟使用了长50厘米、高25厘米的大纸箱包装(见下图)。

这些超出物品本身体积许多的快递包装,不仅增加了运输成本,若处理不当,还会污染环境。请给快递包装“消肿”,让其更节约环保。

辽宁大连市 刘海涛

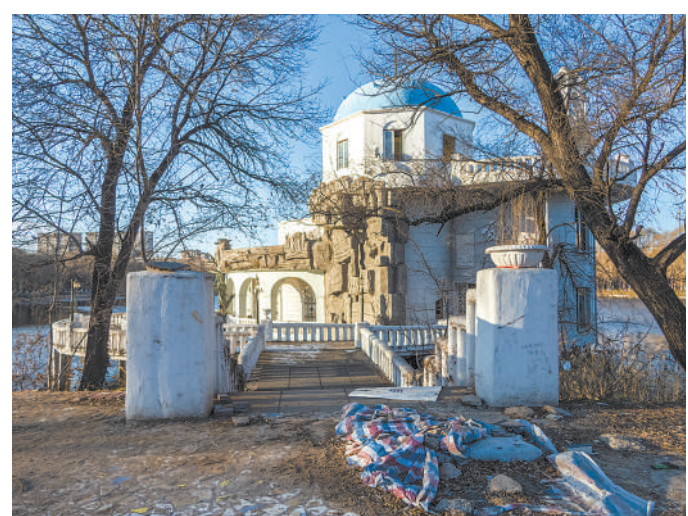


废弃景观应做好安全防护

笔者经过黑龙江牡丹江市人民公园时发现,始建于上世纪80年代的水榭景观台已经废弃了近两年,处于没有防护的状态(见下图)。若游人出于好奇前往观看,稍不留神就会造成意外。

有市民表示,此处若要修复,应张贴公告,设立安全防护栏,以防游人出入;如果打算拆除,就应尽快动工,不要让它成为安全隐患。无论是修是拆,都应该做好安全防护工作,避免出现意外。

黑龙江牡丹江市 直言



建议

有效推广快递隐私面单

眼下网购发展迅速,但一些快递企业贴在包裹上的快递面单忽视了个人信息保护,不仅完整填写了收货人的真实姓名,手机号也没有隐去,导致个人信息被泄露。

快递企业在完善隐私面单功能的同时,可将用户手机号做屏幕或虚拟处理。除了采取技术手段保护用户信息外,快递企业也要重视内部信息安全管理,逐步完善信息安全体系建设,加强对从业人员监督管理,积极配合相关部门,严厉打击涉及泄露、贩卖个人信息等违法行为。

内蒙古通辽市 马涤明

增加旧衣物回收途径

不少家庭每年都会淘汰一些旧衣物,但如何处理这些旧衣物却成了难题。有的直接丢到垃圾桶里,造成资源浪费;有的想捐赠出去,却找不到捐赠途径;还有的想回收,但是没有回收途径,相应的回收制度和措施也没有跟上。

旧衣处理是每个家庭都会遇到的共性问题。建议有关部门完善旧衣回收制度和措施,比如在居民区开设旧衣回收站,在商场周边设立捐赠点,或者在电商平台推广回收功能等。同时也要注意建立健全相关制度,注意做好旧衣服回收、处理、再利用的全过程监管,把旧衣回收这件好事做好做实。

辽宁沈阳市 魏昶昊

预告

读者来信版欢迎广大读者提供关于城市内涝问题的线索及意见、建议。

信箱:rmbdzlx@126.com
传真:(010)65368495

百姓关注

网购物品不好,还不能给差评了?

本报记者 秦瑞杰

网购越来越普遍,许多人对网购行为进行过评价。不过,有些消费者收到网购商品后,发现有质量差、不符合预期等问题,如果在网购平台打了差评,可能会惹来许多麻烦。

宁夏银川市张先生最近在网上一双运动鞋,收到鞋子后觉得跟商家此前的宣传相差太大,鞋子品质也存在问题,与商家沟通数次无果,张先生打了差评。没想到,商家对他进行了“电话轰炸”。一天能打十几通电话,拉黑一个号又换一个号,一接就是要求张先生删掉差评改成好评。“难道东西不好,我还不能打差评了?”张先生对商家的这种做法很气愤。

随着网购的流行,消费者评价成为衡量商品服务品质的一个重要标准,因此,商家对消费者给的差评尤为在意。但有些商

家不反思自家商品质量、服务态度存在的问题,反而采取纠缠骚扰消费者的做法,甚至还威胁恐吓消费者。这一现象近年来逐渐增多,引起社会公众的关注。

浙江宁波市李女士在电商平台上买了一件衣服,收到货后因为质量不好打了差评。结果卖家屡次要求李女士删除差评,李女士认为情况属实没有同意,没想到商家自此每天打电话骚扰,还屡次发来辱骂短信,并威胁如果不删除,就将李女士的姓名、年龄、住址等个人信息公布到网络上。

记者在采访中,在受到商家骚扰时,多数消费者认为维权时间长、成本高,“为了一点小事不值得”,而采取息事宁人的态度,自认倒霉。

“事实上,商家的骚扰行为已经侵犯

了消费者的合法权利。此时最好的做法就是保存证据,向警方报案,用法律保护自己的合法权益。”北京炜衡律师事务所律师王丹妮说,侵权行为一旦发生,消费者应该勇于拿起法律的武器,而维权指向既可以是电商平台,也可以是具体商家。

四川成都市贾女士在遇到电话骚扰后,马上将截图等证据发给电商平台。“我向平台投诉后不久,平台就对商家进行了罚款,还限制了商家的信用等级。最后经过协商,商家不仅给我退了货,还对我进行了一定补偿。”贾女士说。

此外,消费者还可以向市场监管部门投诉。“我们接到消费者投诉后会开展调查,一经核实,我们将依法对商家行政处罚,情节严重的还会取消经营资格。”宁夏银川市市场监督管理局举报投诉科科长

张丽说。

骚扰发生后消费者有多种途径维权投诉,但类似事情应该如何预防呢?在网购行为中,商家掌握了消费者电话、住址、姓名等个人信息,如果没有相应的监督规范制度,这些信息很容易被商家所利用。对此,中国社会科学院大学法学院副教授门金玲建议,一方面要保护好消费者,电商平台在制定规则时应该对消费者的信息进行保护,不能让消费者打出差评时受到恶意骚扰;另一方面,平台也应该健全完善评价原则,制定评价依据、细化评价标准,让消费者每一次评价都有理有据、公平公正。

“最终还是要把归结到信誉评价制度的完善上来,既要维护消费者对商品质量和服务进行真实评价的权利,也要完善恶意差评的尺度规范。例如,可以增加消费者在给差评前需与经营者进行协商退换货等前置要件。”门金玲认为,平台作为消费者和商家的中间方,应该主动承担沟通协调的责任,营造网络购物公道和谐有序的良好环境。

目前,一些电商平台已经做了一些尝试,在“申请投诉”页面上明确列出“骚扰他人”等项目,并且详细标注凭证示例等,方便消费者投诉。“监管部门和电商平台应共同发力,充分维护消费者自由评价的权利。”门金玲说。