

网上中国

云中漫笔

快递企业纷纷上调“派件费”

消费者的快递费会涨价吗？

本报记者 韩维正



快递员正在加紧分拣包裹。 钟敏摄(人民图片)

距离“双11”还有不到一个月的时间，届时，不仅电商平台，快递公司也将迎来业务高峰期。然而对于消费者来说，商家促销还没开始，快递公司上调派件费的通知就到了。近日，中通、韵达、圆通等多家快递公司纷纷宣布上调快递派件费。

快递企业上调派件费背后有何原因？派件费上调是否意味着“剁手党”们要多付快递费？快递行业的利润分配究竟如何？本报记者对此作了调查采访。

特殊时期成本上升

从中通、圆通、韵达等快递企业的官方通知可以看出，这3家企业率先调整的是全国发往上海地区的快递派送费。如中通快递发布公告称，从10月1日起启动快递费用调节机制，调整全国到上海地区的快递费用。韵达、圆通也发布公告，并明确上调幅度均为0.5元/票。

对此，中通方面解释称，这主要因为即将进入快递业务旺季，而且在中国国际进口博览会期间，上海快递市场用人、运输、场地供需矛盾比较突出，因

此先调整全国发往上海的快递费用。

有业内人士分析称，快递企业率先调整全国到上海地区的快递费用，而且调整时间点略早于往年，主要是考虑到上海将于11月初举办中国国际进口博览会，寄递安全保障工作升级带来的运营成本增加。

实际上，快递企业并不只在“双11”前夕上调派送费。近年来，国内主要快递企业的派送费一直在上调。去年5月，圆通、申通、韵达、中通等国内快递企业就宣布，自6月1日起，将快递派送费在原有基础上上调0.15元/票。这是为什么呢？答案还得从快递行

业的价值链中去找。

派件利润微薄

首先要厘清一个概念。“派送费”并不是消费者实际支付的寄件快递费，而是发件网点支付给派件网点的费用。那么，我们每次支付的“快递费”，最后是怎样一个分配方式呢？

据业内人士介绍，一个快件从寄出到收件，期间基本都经历七八个、甚至十几个环节的流转。以从北京寄往西安的一件快递为例，一趟下来就进行了11次提成：从北京快递员收揽、基层网点封装、集散中心分拣装车，到干线邮路运输，再到西安集散中心分拣装车、基层网点分发给快递员、快递员最后送件上门，每个环节都会有费用产生，而快递费的80%左右就在这些环节中被分配了。

同时，常年来在快递产业链中都有一个“潜规则”，那就是发件利润丰厚，而派件利润微薄。如有些快递公司的利润分配方式，是收一个件提成3-4元左右，而派件则大概有1-2元的提成。因此，在生活中我们常常可以发现，许多快递公司业务员勤于收件、发件，而懒于派件、送件，背后也是这一利润分配规律在起作用。

因此，上调派件费，某种意义上也可以视为快递企业为解决发件业务与派件业务之间利益不平衡的一种办法。

快递费会涨价吗？

有人担心，派送费上调后，上涨的这部分费用会转嫁到消费者的快递费上。对此，经济学家宋清辉表示，消费者一般不会受到派送费增加的影响。大部分的上调派送费均会先由快递企业内部消化，消化不了的才有可能传递给消费者。

中国快递协会原副秘书长邵钟林此前也曾表示，按照行业惯例，派送费由收件网点从快递费中支出。派送费上调

属于快递公司的内部结算机制调整，和快递价格并无直接关系。

事实上，如果考察过去几年快递均价的数据会发现，尽管快递企业派送费不断调高，但消费者实际支付的快递费却不升反降。数据显示，2017年快递均价不到12元/件，而2015年是13.4元/件，2014年是14.65元/件，2013年是15.69元/件，2012年是18.6元/件。

对此，中国物流学会特约研究员杨达卿表示，虽然成本不断增长，但快递费调价并不容易。由于快递是个充分竞争的市场，且企业的可替代性较高，在未形成稳固市场地位前，不敢贸然对消费者涨价。

然而，也有业内分析认为，虽然快递企业调整派件费目前并不会影响消费者寄送快件价格，但这或许是快递行业价格调整的信号。

毕竟随着中国经济的发展，快递行业人工工资、房租、车辆等各类成本也在不断上涨，一些末端派送网点的经营压力较大，价格上调的张力始终存在。另一方面，充分竞争过后，往往会诞生垄断企业。几家公司相互串联、协同涨价的事情，在快递行业不是没有发生过。2016年12月，广东圆通、中通等5家快递公司就因协同涨价而收到监管部门65万元的罚单。

快递企业集体上调派件费，会带来垄断涨价的风险吗？

北京交通大学交通运输学院副教授张晓东表示，快递公司提高快递员派送费，不一定导致民众快递寄送费上涨。如果快递费上涨，引发监管部门关注应满足两个条件：一是上调快递费的企业数量是否超过80%的市场份额，二是企业是否因调价获得超额利润。

但同时他也指出，如果企业能够证明上调费用是由于运输、人力等成本上涨造成，而且在上涨价格的同时，提高快递服务的水平与效率，减少野蛮分拣，提高妥投率等，则可避免反垄断的指责。

网红「翻车」，原因几何？

王法治

近几年，随着各类社交媒体、网络直播和移动短视频的发展，“网红”在互联网空间迅速崛起。然而，自这个群体诞生之日起，其负面新闻就屡屡见诸报端，“抖音一姐”莉歌恶搞国歌、斗鱼主播陈一发儿调侃抗日、快手第一网红“Mc天佑”描述吸毒……前车之鉴历历在目，各色网红仍屡屡“翻车”，这究竟是因为何？

某些网红在事后的道歉信中说，“历史知识匮乏、法律观念淡薄”是错误行为产生的主要原因。事实果真如此吗？她或许不知道《国歌法》中的具体条款，但难道感受不到恶搞国歌对国家的亵渎？她可能不清楚《治安管理处罚法》的具体细则，但连抗日战争对民族的伤害也茫然不知？素质低下，也许是个别网红行为失范的重要原因，但更值得思考的是某些网红在流量诱惑下铤而走险的侥幸心理。

事实上，网红频频翻车，原因主要在于以下两个方面：一，Web4.0时代的到来将互联网技术开放、连接、共享的特点发挥到极致，为草根阶层提供更大的展示平台的同时，也更难把控新入场的参与主体的属性特征，难免产生鱼龙混杂的情况；二，互联网的变现模式始终以流量为核心，这促使内容生产者注重用户体验的同时，倾向于迎合低级审美、偷窥欲望和猎奇心理，进而诱发违规操作。

当然，对网红群体也要区别来看。他们中的很多人不乏“正能量”，一些人用自己的特长和影响力帮助他人、分享自己的经验技能等等，这些是值得鼓励的。

减轻互联网技术负面效应的关键在于建立健全监管机制，而监管的责任主体则是各网络平台。互联网网红群体中的种种乱象，很大程度上是直播平台缺少明确的行业规范导致的。从源头上看，应当适当提高行业门槛，对网红的从业资质进行审查；从运营上看，要加强行业规范培训和职业技能指导，提高网红的法律意识；从整顿上看，平台应当主动发现问题，对不同程度的问题精细化处理，有针对性地进行批评教育，而不仅仅是遇到问题一封到底。

随着互联网经济进入高质量发展阶段，网红产业也将扮演越来越重要的角色。根据最新的统计，目前中国的网红粉丝数量已经达到了5.8亿人，有专家预测，2018年网红产业规模将达到1000亿。对于这样一个庞大的群体和产业规模，只有遵循法律法规，坚持行业自律，网红经济才能走得稳走得远。

互联网大咖秀



吴恩达：

桃李满天下

海外网 耿佩

吴恩达，百度公司前首席科学家，负责百度研究院的领导工作。这位人工智能领域的风云人物，对于百度的变革起到了带领性的作用，使得百度这个从搜索引擎起家的互联网公司，成功转型为了人工智能公司。在2017年的一封公开信中，吴恩达称，百度人工智能团队已经增长到近1300人，其中包括300名百度研究院成员。

加入百度之前，吴恩达曾是在线教育平台Coursera联合创始人、“谷歌大脑”缔造者。吴恩达与谷歌顶级工程师合作建立全球最大的“神经网络”，这个神经网络能与人类大脑学习新事物相同的方式来学习现实生活。谷歌将这个项目命名为“谷歌大脑”。他的那场著名的猫脸识别实验（通过1000台电脑创造出多达10亿个连接的“神经网络”，谷歌大脑能从海量照片里自动识别出猫脸），使得这位“谷歌大脑之父”声名大振。

对于百度和谷歌来说，吴恩达是带领他们变革的领头人物，对于人工智能的学子来讲，他更是一名人工智能领域的教育大师。吴恩达是斯坦福大学计算机科学系和电子工程系副教授，人工智能实验室主任。在斯坦福大学任教期间，他主讲的“机器学习”课程有超过800名学生选修，有说法称，那是斯坦福历史上最多人同时选修的课程——教室无法容纳下这么多学生，很多学生只能通过录像远程听课。可以这么说，吴恩达就像是人工智能领域的孔夫子，桃李满天下，所谓育人者，足矣。

离开百度后，他建立了自己的人工智能公司，帮助制造业等传统行业在人工智能时代完成华丽的转变。他提出这样一个理论：人工智能会像电力一样颠覆世界。“电力其实已经改变所有的行业，差不多100年前就开始了。现在人工智能将改变制造、农业、医疗、交通等各个行业。”他希望自己能帮助更多的企业，在人工智能时代，实现华丽“变身”。

“为生命接力”传播网络正能量

海外网 栾雨石

日前，北京某中学学生在内蒙古发生车祸事故，病情危急，需转诊至北京天坛医院。很快，一条“为生命接力”的贴文迅速刷爆微博、微信朋友圈，贴文称希望广大司机朋友在相关时间和途经路段看到救援车队能够有序避让。

令人振奋的是，尽管孩子的转运救援时间恰逢北京早高峰，但得益于全社会的共同努力，最终救援车队的抵达时间提前了2个半小时！有网友感慨，感谢参与的好心人，好人一生平安！

让网络正能量温暖人心

此次事件中，涌现出了一大批网友，纷纷通过自己的方式进行“爱心接力”：通过微博、微信朋友圈等不时地转发相关文章。有的网友说，“早晨我看到新闻后就已经在微博转发了，现在快中午了，我又转发了一遍，希望各位开私家车的朋友能注意避让。”甚至有的网友这样表示，“昨天晚上我就被朋友圈刷屏了，所以我选择坐地铁上班。”

复旦大学网络空间治理研究中心主任沈逸表示，此类“爱心接力”事件的出现，说明网络正能量能够滋养和鼓舞人心，激励着全社会向上向善。“当前，随着互联网特别是移动互联网的发展，网络信息技术已全面融入我们日常生活的各个领域。现如今，只需要一部智能设备，每个人都可以生产出很多信息内容，其他人也都可以积极参与互动。因此，如何紧跟时代潮流，提高网络舆论引导能力，已成为政府和社会日益关注的课题。”

今年2月，由国家互联网信息办公室指导，中国互联网发展基金会主办，人民网、央视网、中国新闻网、中国青年网、环球网五家中央新闻网站承办的第三届“五个一百”网络正能量精品评选活动在北京启动。在新时期的号召下，从快递小哥到高空“蜘蛛人”，从带领残疾人脱贫致富的大学生到深山里的学校老师，借助互联网的有力传播，一大批传递正能量的社会榜样为我们带来了一个个催人泪下的故事，感染了众多向往美好生活的普通人。

“任何领域和任何人都需要正能量，也都离不开正能量。互联网只有不靠噱头效应吸引眼球，而是靠‘内

容为王’的定位吸引受众，让人们感受到生活的美好和道德的高尚，才能得到长远的发展。传播网络正能量，其目的是为了让人们过上更加美好的生活，要明确目标和手段的关系，同时避免形式主义的侵蚀，要以生活实际为基础去讨论网络正能量的传播。总是在盲目跟风、打擦边球上面做文章，终将后继乏力。”沈逸说。

莫让负面因素带来污染

近年来，视频网站自制的网络综艺节目以其鲜明的青春元素，受到越来越多年轻人的喜爱。但热播的背后，一些问题也逐渐显现：为吸引更多流量，很多网络综艺节目肤浅、夸张甚至低俗，严重影响了观众审美和社会风气。为此，今年7月，国家广播电视总局发布《关于做好暑期网络视听节目播出工作的通知》，特别对偶像养成和选秀类节目提出导向正确、内容健康向上的要求，坚决遏止节目过度娱乐化和宣扬拜金享乐、急功近利等错误倾向。

同时需要注意的是，随着我国互联网技术的飞速发展，互联网的门槛越来越低龄化，如今越来越多的青少年通过智能手机、电脑等设备频繁地进行社交、娱乐等活动。为此，近年来政府不断加大网络监管的力度，但还不足一些害群之马，为了一己私欲，严重扰乱社会风气。甚至有人为了博眼球，盲目追求当网红，做出很多非理智的行为，对广大青少年的身心健康造成恶劣影响。

沈逸说：“当下，挑战道德底线、冲击人们价值观的事情在网络上时有发生，引发了极大的负面效应，污染了网络环境。要确保青少年不会在缺乏辨识力的情况下，接触到不良的内容。”他强调，治理相关问题时需



民警正在对学生进行网络安全教育，引导学生健康文明上网。 蒋友亲摄(人民图片)

要克服懒政、惰性、惯性思维、固有利己等负面因素的影响，以符合人们需求的方式进行有效治理，切忌一刀切，切忌陷入“一放就乱，一乱就管，一管就死，一死就放”的恶性循环。

对此，北京市西城区法院金融街法庭庭长助理舒锐表示，针对此类问题，相关部门应该严管不懈。“就以网络直播来说，尽管文化部印发了《关于加强网络表演管理工作的通知》，将违法违规网络表演经营单位和表演者列入黑名单或警示名单，但总有人顶风作案。网络看似虚拟，但实质上是现实社会的延伸，无论谁在网络上侵害了他人、社会、国家利益，就意味着他需要为此付出代价。我国已建成的民事责任、行政处罚、刑罚等三次全方位的惩戒体系对于网络侵权、网络违法、网络犯罪同样适用。”