



图 东方 IC

技术精细化 先解决“量”和“快”的问题

正是依靠精细化、智能化管理，快递业基本上已解决“量”和“快”的问题。以今年“双十一”为例，一方面是“爆炸式”增长的物流订单量：11 月 11 日 24 时整，“双十一”全天的物流订单量达到创纪录的 12.92 亿元；另一方面是送达速度不断提升，11 日 12 时许全国 324 个城市开始收到“双十一”包裹；13 日 10 时许，天猫“双十一”已有 1 亿个包裹被签收，仅用 2.4 天，比去年再提速 4 个小时。

这些数据背后，首要原因就是“预售极速达”的提前备货，商家提前把预售产品在“双十一”之前陆续从仓库发出，提前到达消费者附近的菜鸟配送网点，只待消费者支付尾款，快递就飞速送达，最终实现了“预售极速达”84%商品的当日达。

其次是物流的数字化、智能化。“预售极速达”的精准备货就必须依赖大数据分析，在数字技术、人工智能技术的牵引下，中国快递业自动化、数字化、智能化水平大幅提高。数据显示，中国快递业自动化流水线已经超过 5000 公里，这相当于我国快递业的高铁；尤其是在今年“双十一”期间，我国快递公司投入的自动化设备数量普遍同比增加 50% 以上。比如，百世快递风暴分拣系统实现了全智能分拣，自动化设备数量同比增长 55%。圆通仅仅是今年上半年上马的自动化设备就增加了一倍。中通则将自己位于全国各地的单层自动化分拣线升级为双层。菜鸟开始上线新一代智能仓，机器人的引进开始大大提升发货速度等。

物流基础设施面向“数智化”的转型升级，让中国快递业可进行前所未有的“数智化”大协同。统计数据显示，今年上半年，中国快递业整体时效对比去年同期就加快将近 5 个小时。

服务精细化 快递员“用脚”也要“用脑”

在解决了“爆仓”和“派送速度”的问题后，快递业投诉焦点集中在“最后一公里”，而关于快件箱的投诉则是焦点中的焦点。这也充分说明，有些问题靠技术无法解决，只能靠“人”去解决。

业内人士指出，一方面，快递员要“沉下去”，服务中既要“用脚”（要多跑），也要“用脑”（总结用户的消费习惯），还要“用心”（用真诚服务赢得用户信赖），在日常工作中积累区域数据：有的用户是老人，行动不便，就应该送件上门；有的用户是白领，在家时间不规律，更喜欢放快件箱……根据用户

喜好，提供不同服务，才能减少快件箱方面的投诉。中通上海小哥邵会亚在同一个区域送了两年多包裹，在他看来，包裹服务，最重要的是尽快、按用户愿意的方式送到，“做得好了，才能融入片区。有的老人，还会让我代取快件箱里别人放的包裹，方便时顺便送上门。”

另一方面，快递企业要对做得好的快递员有激励机制。圆通、中通、申通、百世、天天等企业已加入菜鸟“星计划”，用户在物流详情页面进行匿名评价后，星计划体系依据规则产生一至五星快递员。四星、五星级服务也意味着更高的待遇，可获得现金奖励、免费保险、贷款优惠、梦想基金、晋升通道等，这驱动着快递员持续改善服务。同时，星等级实行实名终身制，换快递公司也会“星随人走”，这意味着快递员服务将有完整记录和沉淀，让服务形成正向循环。对快递公司来说，更多的五星级快递员，意味着更多用户的认可，未来将带来更多的订单。

管理精细化 改变“以罚代管”的方式

目前，快递业普遍存在着“以罚代管”的现象。这其中，既包括合理投诉，也包括恶意投诉。

一般来说，用户投诉到快递员所在的网点，老板会口头警告，或者打电话通知快递员抓紧与收件人协商处理，不会罚款；如果投诉到分公司，快递员与收件人协商处理的结果令收件人满意，就不罚款，如果不满意就要被罚几十元，具体数额每家快递公司不一样；如果投诉到省公司，不论最后如何处理，100 元的罚款是免不了的。如果被投诉到邮政局，而且收件人出示的相关证据合情合理，那么这一单的罚款就是 2000 元。

问题是现在“以罚代管”已经被滥用，尤其是面对恶意投诉，快递公司并没有对投诉内容和事实做相关调查，导致出现投诉后（不管快递员是否有责任），只能由快递员来交罚款，这对于派送一单收入 1 元左右的快递员来说，无论是经济上还是精神上的伤害都较大。

业内人士指出，虽然现在无人仓机器理货、无人车机器人送货等新技术不断投入使用，但目前以及今后相当长一段时间内，快递业依然是一个劳动密集型行业，“人”即快递员依然是企业最宝贵的财富。快递企业要留住人，同时也要依靠人来提升服务质量、加强与用户之间的黏性，就要改变“以罚代管”的粗放管理方式，在管人这件事上更加精细化。

保护快递员的劳动报酬权，目前较急迫的，应从两方面着手，一是改变工资模式，增加底薪收入；二是快递公司建立投诉调查机制，明确责任人，杜绝因维护公司形象而不论对错惩罚快递员的现象。 本报记者 金志刚

快递拼完 价格必须拼服务了

“双十一”之后有“黑五”“双十二”“年货节”，各种电商在岁末年初扎堆上演各种“节”，快递业也迎来了一年中最为繁忙的季节。事实上，人们的生活早已离不开快递。毫不夸张地说，中国快递业已成长为全世界快件量最多、时效性最强、高科技运用最多的行业。

今年 10 月 1 日，《智能快件箱寄递服务管理办法》正式施行，明确要求，企业使用智能快件箱投递快件应征得收件

人同意，投递快件后应及时通知收件人。而这一条在实践中偏偏最不容易做到，收件人的投诉也集中在“从来没征得我同意，每次都把快递往快件箱里一扔”“不送上门也就算了，有时还要向我收‘滞留费’”等方面。

经历野蛮生长之后，快递业增长速度渐缓，市场份额趋于稳定，“价格战”的时代应画上句号，“拼服务”的赛道已全新开启，快递业必须向精细化管理迈进。



杨硕 摄

绿色包裹意识也需提升

除了快递柜的合理使用，快递业迈向精细化管理，快递包装的回收利用也是个绕不过去的话题。随着人们对资源可回收利用意识的逐步提高，绿色包裹无疑将成为未来快递一种趋势。

如今，越来越多的快递包装回收利用工程开始被电商与快递企业所采用。记者了解到，从去年开始，阿里巴巴旗下物流平台菜鸟就推出了回箱计划，一年多来不断对快递包装回收利用工作进行升级改造；今年 4 月，苏宁物流启动“10000+绿色灯塔”的社区回收点建设，随后向社会投放快递回收箱；近两年，京东的纸箱回收循环利用工作也发展得很快。今年 9 月，京东的纸箱回收活动推向了全国。这种利用方式实现了快递纸箱就地循环利用，可以说是最直接、最便捷的循环利用方式。

在日前的走访中，记者看到不少上海小区的菜鸟驿站内都配备了“快递包装绿色回收箱”，以供消费者回收包装使用。

嘉定某社区菜鸟驿站负责人告诉记者，现在很多消费者来取包裹时，都会就地拆箱，取走商品后把纸箱留下，免费提供给其他人寄件，能促进纸箱循环使用。不能就地使用的也会提供给小区里废品回收的机构。不过，钱先生也坦言，目前社会上对于快递包裹的回收意识仍显不足，一天下来，整个回收箱里也仅仅回收到 10 到 20 个快递包裹。

正由于整个社会的环保消费意识还有待加强，不少电商企业便想出各种方法来激励消费者。记者看到，在不少菜鸟驿站的回收箱都有扫码回收，奖励“蚂蚁森林”积分的活动。

对于快递包装的回收利用，有业内分析指出，在整个电子商务产业链中，使用包装最多的应该是电商企业与快递企业，如果这些企业能够将快递包装回收后再次利用，将会有效推动快递包装的再循环。但是，这项工作当前也面临着很多实际的困难，比如回收成本高，没有完善的体系等。

本报记者 杨硕



快递员选择快递柜是节约送件时间，提高派送量 图 东方 IC

新规施行 2 个月 快递柜仍是甩手柜

“请凭借取件码 XXXXXX，前往小区丰巢快递柜，领取你的包裹。”“您的快递 XXXXXXX 由菜鸟快递柜于 11 月 XX 日代收，请速取。”……这一两年来，这样的短信对于习惯网购的用户来说并不陌生，与此同时，快递小哥送货的电话日益稀少，快递常常被直接放进快递柜，“不告而投”和“懒人快递”的现象越来越普遍。

原本给人带来便捷的快递，却因琐碎的“最后一公里”，成为电商物流配送的痛点，快递员配送与用户收件在时间上的不匹配，让双方都不满意。10 月 1 日，《智能快件箱寄递服务管理办法》（下称《办法》）开始施行，目标直指快递员“不问而投”这一行业现象。快递小哥未与收件人进行沟通协调便直接将快递包裹放入快递柜、快递代收点等行为将被视为违规。

日前，记者走访多个小区发现，不少智能快递柜依然成为快递员的“甩手柜”，选择权并未回到用户手中。

直接送件上门的快递公司不多

在嘉定工业区某住宅小区内，丰巢、菜鸟驿站、速递易三个快递柜几乎处于全满的状态，除了顺丰和京东外，很少有快递公司会将快递直接配送上门。同样的情况，也发生在记者走访的浦东和虹口的多个小区内。

家住虹口的艾小姐最近被取快递弄得不胜其烦。作为剁手一族，她在双十一期间网购了 50 多件商品给自己和家人，这些东西包括衣服、护肤品、零食、鞋类、包包、保健品和大量食用油等。“结果连着两三天我每天收到近 10 条取件信息，一个人实在拿不了那么多，不得已喊上家里人一起出去取。”艾小姐无奈地说。“我们小区大，快递柜离得并不近，晚上下班回来还得喊上家人一起

去取实在有点糟心。”艾小姐吐槽道。“有一次家中明明有人，在没有电话沟通的情况下，快递员直接把好几斤重的食用油和米放进了快递巨大格子里，我们费了好大劲才提上去。”

市民李女士也遇到了同样的烦恼。“我们小区有好几个快递柜，双十一那会儿，离家近的柜子全满了，得跑去小区那头的柜子拿快递。好几次拿不住还掉在了地上……还有一次，快递师傅因为柜子不够用，没有沟通就把四个快递塞进了一个柜子，衣服都变形了。”李女士抱怨说。

艾小姐还告诉记者，她曾遭遇过生鲜和大闸蟹被粗暴放进快递柜的情况。等晚上回家，那些东西都不新鲜了。更有甚者，她还遇到过小仓鼠这些活物不经沟通就被放进快递柜的情况。“当时家中明明有人，但是快递员却直接放到柜子里。我晚上回去才取出小仓鼠，真怕它被闷坏了。快递员这样做真的太不负责任了。”

记者在采访中发现，部分上班族消费者对不经确认就把快递放置在快递柜中的做法却表示了认可和理解。“我觉得挺好的，下班了直接去快递柜取快递，这很适合像我们这样家中白天没人的上班族。”家住浦东新区永泰路的市民潘先生告诉记者。白领杨女士告诉记者：“我们楼里有门禁，快递员上去也不方便，打电话给我，如果我不在家就没法签收。”她说以前不少快递公司将快递“简单粗暴”地扔在家门口，曾发生过多次快递被拆的事，所幸无贵重物品损失，“所以我很支持把东西放进快递柜。”

不上门 快递员也有“苦经”

在《办法》生效后，若仍将包裹直接放于快递柜中，必然会导致更多用户投诉，而一旦投诉成功，快递员将会被罚款 500 元。此外，快递柜还时常会发生系统故障，导致漏发取货码；如果小区停电，也无法正常使用。这些都是引发服务纠纷的导火索。即便如此，不少快递员仍冒着被投诉的风险让包裹先“落柜为安”。

“我们都知道这个规定，刚开始我们也比较积极，会在派件前给消费者打电话，但是要派送的件太多了，特别是双十一这种派送高峰，挨个送到家实在有点不现实。”采访中，快递员高阳（化名）向记者坦言。目前只有顺丰快递和京东快递能实现送货到家，其他大部分快递均无法实现，因为每个区域负责派送的人手太少，要想提高配送效率只能是将快件存放至快递柜。一般像中通、圆通等快递公司一位快递员一天的派送量要达到一两百件，要想实现送货到家比较难。

“大多数时候，我们并不知道用户在不在家，按了半天门禁才知道家中没人。有些时候跟着别的住户上去了，送到家的时候才发现没人，这一来一去就浪费了大量时间。”另一位钱姓快递员向记者吐起了苦经。“这时候打电话沟通到哪里又涉及到大量的时间和话费成本，有些小区本来地方就大，来回折腾实在耗不起。”

“时间久了，我们对快递量大的用户的时间也有了一定的掌握，知道经常白天不在家的，我们干脆就把东西放进快递柜了，这样时间长了大家也形成了一种默契，根本没必要打电话去沟通。”这位快递员告诉记者。

快递员小宋告诉记者，他实在是迫不得已。“有几次用户不在家，我给他们打了电话，他们自己提出不用放快递柜，可以放在楼层的水表箱或者配电箱里。结果，用户晚上回去发现东西没了，马上打电话来交涉。虽然最后证明是因为他们搞错了放置位置虚惊一场，但是几次下来真的有点伤不起，干脆直接放到快递柜省心省力。”小宋

说，“放到快递柜以后，再也没有接到过这种快件丢了”的投诉。”

“当然我们也不会随意放置，生鲜类的食品比如大闸蟹等，我一般还是会送上门或者打电话和收件人确认放置位置以后才会进行操作。”快递员小宋如是说。

综合算账 “跑量”是最佳选择

还有不少快递员表示，如果条件允许根本不会主动选择投柜，这样还能多挣点。记者在走访中了解到，用户从快递柜取件，多数是免收服务费的，但快递员存件需要付费，其中最小的格口费用是 0.2 元到 0.3 元不等，最大的格口是 0.5 元到 0.6 元不等。

据一名申通的快递工作人员透露，虽然有些快递公司会给快递员补贴或者费用返还，但也有不少公司规定，快递柜使用费由快递员承担。但尽管如此，还是有很多快递员愿意自掏腰包，这是为什么呢？

有业内人士表示，目前快递企业大部分订单来自于电商，随着电商企业单量的不断增长，快递公司与之适配的人工、场地、包装材料、设备以及运输等成本不断攀升。有快递员表示，通过智能快递柜派件的效率提高很多，原先一天往往派件 100 个快件左右，但如今通过智能快递柜可以派 150 到 160 个。每送一件快递大概可以赚一两元不等，无论是存入快递柜还是电话联系收件人，都会产生费用，但是省下了白跑一趟的时间成本，其中直接存柜又比先电话后送货更高效。综合计算这笔账，“跑量”是最佳选择，送得越多收入才会越高。在效率和成本压力下，快件入柜也成了多数快递员的无奈选择。 本报记者 杨硕