



我的快递 为什么 送不上门?

2023年快递业务旺季拉开帷幕,今年快递业务旺季从11月1日开始,到2024年春节前夕结束,时长102天。

正值“双十一”购物高峰,有些消费者希望快递能投送到家,却总被通知快递投到了驿站。记者调查发现,一些小区快递默认投放驿站或快递柜,想在家门口收快递,消费者要费尽周折。到底是什么原因导致快递无法送上门?

短信一来就得下楼取

张大爷今年已满80岁,儿女成家之后,家里就剩他和老伴儿。最近几年,张大爷遇到了收快递的难题。“有时候孩子、亲友给我寄点东西,我还得下楼去拿。”

张大爷说,小区里有三个快递驿站,一个在报亭,一个在地下超市,还有一个在地面超市。每次快递放到驿站,张大爷就会收到一条短信,让他凭取件码去指定驿站取件。“我都八十岁了,眼神不好,老伴儿眼神也不好,短信看不清楚。有时候还把短信漏了,快递长时间没人取,就给退回去了,你说麻不麻烦?”

为了避免快递被退回,张大爷开始留意手机短信,一收到取件短信,他就赶紧下楼去快递驿站。

不仅是张大爷,家住沙坪坝区融汇温泉城的付女士也遇到了快递不能送上门的烦恼。付女士是个资深的网购爱好者,几乎每天都要收包裹。虽然快递驿站就在小区大门口,但付女士的工作需要上夜班,而快递驿站只经营到晚上10点,因此下班回家时,快递驿站早已关门。

“我非常希望快递小哥能送货上门,但每次喊他们送上门,他们都说不忙,最后仍然是放快递驿站。”付女士不忍心投诉,只好接受。

记者在人民网领导留言板上搜索重庆范围内快递送不上门的相关投诉,发现投诉多数集中在快递员将包裹放在驿站,不再上门,要求消费者到驿站取件。翻看投诉所在的小区,发现以老旧小区和郊区为主。

如何投放收入说了算

晚上9点,忙活一天,快递员徐立成终于回到家中。随着“双十一”购物节开启,他迎来了一年最大的挑战——派件量近乎翻倍,带来了体力精力的消磨。尽管如此,他也按照公司要求,提前联系消费者,将每一件包裹尽量送货上门,不得未经消费者同意就将包裹投递到快递柜或者驿站。

快递员投递包裹挣钱的方式有两种,一种是单价高、上门要求严、投诉处罚也高的公司,快递员以质取胜;另一种是单价低、上门要求不严、投诉处罚力度低,快递员以量取胜。

徐立成属于以质取胜,公司快递收费较高,但是公司服务口碑好,严格要求联系收件人、上门投递,快递员投送每个快递的提成也达到1.5到2元。尽管快递量相对其他公司偏少,每单耗时长,但收入却不吃亏。

徐立成说,如果把包裹放到快递柜或者快递驿站,每件也要支付0.3元至1元不等的成本。

而快递员黄建民属于以量取胜,他所在的公司,以快递费便宜著称,选择这家公司的,也以走量的网店居多。他每件快递的提成是1.2元,而且不分大件小件,都按照这个价。只要投到快递柜或者驿站,就算完成。

“对我来说,多完成投递才能多赚钱。”黄建民说,驿站的费用是由公司去谈,比他个人去谈便宜。

成本掣肘上门难盈利

蒋姐在江北区保利观澜小区经营一家快递驿站,聊起快递上门这件事,她有一肚子苦水,“众口难调。有的顾客不上班,希望送家里去;有的顾客上班,觉得包裹留在驿站安全,不想让我们送家里去。”

蒋姐说,现在驿站品牌很多,有大有小,合作方式也很多。蒋姐的驿站属于比较大的,快递公司跟她合作,驿站每收一个件挣0.3元,有时候遇上公司做活动,每收一个件能多挣0.4元至0.5元钱。但这个钱,不够雇上门派件的。“所以我们都是自己家里人在送。”

蒋姐说,同行驿站的情况各不相同,但总体上来说老旧小区和郊区,容易出现快递不上门的情况。“老旧小区没电梯,时间和体力上,快递员和驿站都不愿意多付出;郊区,每个驿站辐射的区域面积太大,派送上门,时间、体力、成本上都不合适。”

重庆晚报一厢遇记者 廖雪源 部分内容据北京晚报

