

“双11”快递拼服务

保障送货上门 鼓励绿色回收



错峰发货 告别爆仓



每年“双11”，都是对快递行业的实战考验。记者走访发现，与以往“提速再提速”不同，今年“双11”快递服务重点瞄准“服务质量提升”。在保障送货上门、提升消费者体验的同时，快递业绿色转型也取得积极进展。



绿色转型 加速前行

“到2025年底，全国范围邮政快递网点禁止使用不可降解的塑料包装袋、塑料胶带、一次性塑料编织袋等。”国家邮政局日前明确了“绿色快递”的任务书和时间表。

每年“双11”快递业务量的暴增，带来了纸盒、塑料袋、胶带、白泡沫等包装物的极大消耗。全力破解快递包裹的环保问题，已成为行业共识。在电子面单基本全覆盖、可循环帆布袋加大应用之后，快递业的绿色转型进一步加速。

今年“双11”前夕，圆通速递与东风柳汽首批200台新能源轻卡交付及投运仪式在圆通北京集运中心举行。据了解，这些新能源汽车投运后，将为圆通在北京地区的包裹绿色、高效配送提供有力保障。

在顺丰速运杭州大关网点，可循环利用的快递箱已成为网点“标配”。与传统纸箱不同，这款快递箱免去使用胶带纸、拉链等易耗材料。据统计，首批循环箱已投放到浙江约600个快递网点，循环流通使用次数超过230万次。

记者采访发现，快递绿色转型中，一些市场主体探索通过经济手段，吸引更多的人加入。菜鸟方面介绍，今年“双11”期间推动全国近10万家菜鸟驿站持续开展快递包装回收换鸡蛋、利用旧包装寄快递行动。为了助力社区减碳，菜鸟还为驿站站长开发了碳账户，可以实时同步查看每个站点的绿色回箱情况。

虽然快递绿色转型取得一定进展，但过度包装、大盒套小盒的现象仍然存在。究其原因，绿色转型是一项系统工程，需要从包装设计、生产销售、商品交付、废弃物回收等各环节加强全链条治理。在商家和快递企业之外，消费者也要践行绿色生活方式，大家共同努力才能真正让快递“瘦”下去、“绿”起来。

新华社上海11月9日电



送货上门 比拼服务

“送货上门”是今年快递旺季的焦点话题，也是快递服务质量的比拼点。“今年‘双11’物流的特点是品质感大幅提升，从过去送得多、送得快，到强调送货上门。”菜鸟“双11”项目总指挥李武昌介绍，该平台通过自营物流菜鸟直送、菜鸟驿站以及联合申通快递等多种方式，加大送货上门力度。

顺丰方面则在全国50个主要大中城市承诺“派件不上门必赔付”，并上线保价服务2.0版本，重点围绕保价展示、理赔规则和理赔时效做出针对性的优化升级。

“确保快递送上门，对基层网点来说有一定挑战。”一家快递网点负责人说，对一些靠跑量的经济型快递从业人员来说，相比快递柜方式，送货上门对配送效率影响较大。但如果客户要求送货上门，那必须100%履约，否则客

户投诉的话，总部会有罚款。

保障末端服务质量，需要快递小哥的辛勤付出。中国快递协会强调，业务旺季期间要切实保障基层网点权益，增强一线快递员工的获得感。申通快递表示，为提升派件质量，在“双11”期间投入千万元专项补贴快递员，补贴金额直发快递员账户。

中国物流与采购联合会研究室副主任杨达卿表示，各大快递企业在“最后一公里”比拼服务，有来自上游电商的需求拉动因素，尤其天猫等平台型电商追求服务体验升级，需要上门配送；也有来自快递行业自身的竞争压力，随着京东物流收购跨越和德邦、极兔收购百世快递，快递市场集中度提高，服务质量和品牌形象更受重视。

最近一段时间，义乌市泽熙日用品厂厂长方昊一直在忙碌中。“除了淘特、拼多多等电商平台销售，我们还打开了直播市场。截至目前，销售额比去年增长了30%左右。手上的单子还没做完，新的单子又不断进来。”

作为快递的重要客户，方昊认为今年快递价格整体比较稳定。

申通快递上海宝山一家网点负责人表示，如今“双11”的购物氛围比以前理性了，毕竟一年到头都有各式各样的促销活动。“以往‘双11’的业务量能达到平常的2到3倍，今年也就1倍左右。原来‘双11’我们会干通宵，现在忙到凌晨1点就做完了。”

圆通速递上海北桥网点经理陈剑也认为，如今“双11”战线拉得比较长。“这对快递网点是个好事儿，不像以往快递单量大部分集中在11日前后，网点能够从容安排发货，基本不会出现爆仓现象。”

“今年各大快递企业加强了人员、运力、场地、处理设备、信息系统能力储备，同时推广快快合作、交邮合作、邮快合作等方式，全行业共同提升旺季服务能力。”浙江省邮政管理局市场监管处处长李云山说。



中消协发布消费提示

留心促销规则

每到“双11”购物季，“全年低价”“巨惠特卖”的促销广告铺天盖地，商家推出预售、满减、红包、优惠券等促销手段，各类“种草视频”“安利软文”接踵而至。根据往年“双11”期间消费投诉热点，中消协提醒广大消费者，留心促销规则，理性购买勿跟风，明晓规则好维权。

留心促销规则

今年“双11”，不少电商平台推出了新的保价政策，也有不少消费者反映，不同平台和商家的保价规定复杂繁多，一不小心就可能被套路。比如，“花高价”购买的商品半夜降价，商家以“优惠券、赠品等活动不在保价范围内”为由拒绝退差价。有的商家甚至下架商品直播链接，以此逃避保价规则。

中消协建议，消费者提前明确保价时

间、保价方式、价格范围等规定细则，并及时咨询商家和平台客服，必要时留存聊天记录、广告宣传页面截图等证据，便于遇到纠纷后维权。

通常情况下“定金”支付后，如果消费者没有在规定时间内支付尾款，或因自身原因不想购买，“定金”不予退还。建议消费者在下单前，认真阅读各平台和商家的预售及促销规定，详细了解定金及尾款支付时间、退还条件以及优惠券使用条件、折扣范围和期限等内容。切勿冲动支付定金，也不要忘记在规定时间内支付尾款。

理性购买勿跟风

针对直播带货产品质量良莠不齐、售后服务缺位、维权困难等问题，中消协建议，消费者尽量选择资质全、信誉高、口碑好的正规直播平台，甄别直播商家是否有

营业执照，不要随意点击非官方或陌生的直播邀请和链接；下单前了解清楚商品主体信息、功能功效、价格质保等情况，关注商品的购买评价与其直播间商品的相符性；购买后及时截屏或录制商品的广告宣传、直播画面、聊天记录、支付凭证等相关证据，以防商家下架直播视频。

中消协倡导，消费者不要盲目跟风购买，也不要被“低价爆款”“拍一赠多”等宣传迷惑而冲动消费，应该更加注重商品质量及服务，践行绿色低碳消费理念。

加强个人信息保护

在往年的投诉案例中，不少消费者反映营销类短信无法退订，甚至自己在不知情的情况下就订阅了品牌信息，总是被各类促销信息和推销电话骚扰。

中消协提醒广大消费者，仔细阅读各

电商平台和第三方支付平台的相关隐私政策及条款，非必要不提供个人相关信息，尤其是身份证、银行卡以及各类验证码等重要信息。同时，及时销毁带有个人信息的资料单据，防止因随意丢弃、使用不当等造成个人信息泄露。

消费者还要谨防各类电信诈骗。中消协建议，慎点红包领取及促销短信链接，如收到类似“免费中奖”“红包领取”等短信，尤其是页面跳转到其他网页并要求填写个人信息才可兑奖的情况，其中有可能包含钓鱼网站和木马病毒；谨慎甄别购物平台，不随意点击网页、软件中的不明链接和弹窗进行交易，切勿私下进行汇款、转账；如果接到快递丢失、商品缺货、退货退款等信息或电话时，应及时联系平台和商家及物流公司的官方客服确认核实。

新华社北京11月9日电