

快递“最后100米”

投递现状调查

“都是些小事儿，懒得计较”

数九寒天，市民王琴琴盯着手机上的物流信息，眉头紧锁。3天前，她下单的两米长装饰画已显示“派送中”，下单时特意在备注栏反复叮嘱卖家“务必送货上门”。即便如此，她仍惴惴不安。过去一年，她的快递几乎没有主动送上门的，全都被直接放进了小区门口的驿站。

王琴琴的这份困扰，也是不少消费者的共同痛点。2024年，太原全年快递业务量达5.07亿件，快递包裹如潮水般涌向千家万户，然而“最后100米”的投递环节却并不通畅，“默认存驿站”成了行业惯例。近日，记者走访市场，对话消费者、快递员、驿站经营者，寻找背后的原因。



市民在按照取件码到驿站取快递。

“从下单到收货，我至少强调了5次送货上门，结果还是被放到了小区附近的驿站。”市民周莉说，去年“双11”期间，她购买的10公斤洗衣液被快递员直接存放在驿站，连一通告知电话都没有。当她联系快递员时，对方仅以“单太多送不过来”为理由搪塞，让她自行取件。

周莉的遭遇并非个例。在黑猫投诉平台上，涉及“快递不上门”的相关投诉近700条，集中于“大件不上门”“未提前告知即放驿站”“虚假签收”等问题。住在坞城北街的李先生更无奈，他的快递曾被标注“门卫签收”“有人签收”，其中一个包裹至今下落不明。“我下班去门卫室找，根本没有。联系快递员，要么不接电话，要么说不清楚。”李先生说，为了一个几十块钱的包裹，他前后耗费了3个晚上的时间沟通，最后只能不了了之。

对于老年群体而言，取件难的问题更为突

出。姜先生和老伴都已70多岁，子女不在身边，驿站在马路对面，而且还要爬两个台阶，每次取包裹都被累得气喘吁吁。“有一次买了一箱牛奶，走到半路没力气了，只能放在路边，等邻居路过帮忙捎回去。”姜先生说，他也曾向快递网点投诉，但对方只是口头道歉，问题始终没有解决。“投诉太麻烦，还要跑这儿跑那儿，年纪大了折腾不起。”更让消费者担心的是快件在驿站存放期间的安全问题。市民徐女士曾购买一箱生鲜水果，被驿站存放超过24小时后才收到取件通知，打开时部分水果因高温存放已变质。她找快递员索赔，对方称“驿站存放期间损坏与自己无关”。找驿站经营者，又被推给快递企业，多方推诿后最终无果。

例子并不鲜见，大多数消费者感觉都是些小事儿，懒得计较。部分消费者则因维权流程烦琐、成本高，选择妥协。

“选择放驿站也是无奈之举”

“不是不想送上门，是真的送不完。”从业8年的快递员张林海道出了行业的无奈。每天清晨6时，他就来到快递网点分拣包裹，7时30分准时出发派送，直到晚上8时许才能结束工作，一天要送500多单，“双11”高峰时甚至超过700单。“如果每个包裹都送上门，挨家挨户按门铃、等开门，一天最多送300单，剩下的都会积压，不仅要被罚款，还会影响后续派送。”

派件费微薄是快递员选择“省时省力”投递方式的核心原因。张林海给记者算了一笔账：送一单快递能挣0.7元，放在驿站，每件扣0.3元，自己留0.4元，但同样的时间能多送两倍的包裹，整体收入反而更高。另一位不愿具名的快递员坦言，他一天要送500件，要是逐户上门，时间根本不够用：“多送一单就能多挣一点，谁愿意跟钱过不去？”

快递员的工作压力还来自企业的考核制

度。某快递公司加盟网点负责人透露，公司对快递员的考核包括准时送达率、投诉率、签收率等多项指标，一旦不达标就会罚款。“超时派送和被投诉都会被罚，要是因为送件上门导致效率低、投诉多，一个月的罚款可能比工资还高。选择放驿站也是无奈之举。”为了避免罚款，网点也会默许快递员将包裹放在驿站。

此外，配送环境的复杂也增加了上门难度。在老旧小区，大多楼栋没有电梯，快递员送一件大件包裹要爬五六层楼，耗时耗力。在一些高档小区，门禁严格，进门就得花费不少时间。“有一次去一个高档小区送件，光等门禁就花了20分钟，送完这一单，后面好几单都超时了。”张林海说，经历过几次后，他就尽量把这类小区的包裹集中放在门口的驿站。

送货上门的服务就这样被效率与成本联手挤丢了。

“向‘优等生’学习，让‘送货上门’回归服务本质”

当“默认存驿站”成为行业普遍现象，京东、顺丰等企业却始终坚守着上门服务的承诺，成为“最后100米”投递中的一股清流。

家住太原杏花岭区的退休教师刘凤，前段时间通过京东自营购买了一台“小度”，下单时选择了“预约送货上门”服务，备注希望周末下午送达。约定时间当天，京东快递员提前半小时致电确认，准时上门后不仅帮忙拆箱验货，还协助调试好设备才离开。“我年纪大了，不会摆弄这些新东西，京东的服务太贴心了，全程不用我操心。”刘凤说，她多次通过京东购买商品，包括冰箱、洗衣机，从未出现过被随意存放驿站的情况。即便是普通小件包裹，

京东快递员也会按门铃当面交付，若家中无人，会主动电话沟通二次配送时间。

顺丰的上门服务同样赢得消费者认可。市民李女士从事电商生意，经常需要寄送一些手工制品，她始终选择顺丰速递。“每次寄件都会上门取件，收件时也必然送货上门，还会仔细检查包装是否完好。”李女士说，去年“双11”期间，她从外地购买的进口生鲜，顺丰快递员在配送前特意致电确认家中是否有人，确保收件人能及时签收保鲜。“希望其他快递公司也能向顺丰和京东这样的‘优等生’学习，让‘送货上门’回归服务本质。”

记者 贺娟芳 文/摄

编后

京东、顺丰的实践证明，“最后100米”的上门服务并非与效率相悖，而是可以通过科学的管理模式、合理的成本控制和人性化的服务设计实现良性平衡。对于整个快递行业而言，破解“默认存驿站”的困局，在于放下对“效率优先”的片面追求，主动向京东、顺丰这些“优等生”学习，学习其以消费者需求为核心的服务理念，学习其精细化的运营管理体系，学习其对快递员的合理激励与考核机制。唯有将服务质量置于首位，让“送货上门”成为行业标配，才能真正破解消费者的取件痛点，推动快递行业高质量发展。