

三江热议

“不上门必赔付”
乐见快递公司服务“内卷”

江德斌

快递公司头部企业的战火又一次燃向了末端配送服务环节。6月28日,中通快递宣布“标快”服务升级,正式在全国66个大中型城市,推出“标快送货上门,承诺不上必赔”的服务。这也是顺丰、菜鸟之后,又一家推出“不上门必赔付”服务的快递公司。

6月29日《每日经济新闻》

从之前白热化的“价格战”,进化到“不上门必赔付”,快递公司迈出了优化服务的一大步,也表明快递业竞争进入到新阶段,低价不再是“竞争利器”,比拼服务质量才是发展的“王道”。对于广大消费者而言,快递公司相继承诺“不上门必赔付”,也是一个好现象,预示着快递业的恶性竞争手段将逐步消失,提升服务水平成为主要竞争目标,消费者将会享受到越来越好的快递服务。

快递送货上门一直是末端配送的难题,也是被消费者投诉的主要原因之一。快递上

门本来就是快递公司的义务,但近年来,因快递企业追求高率运营,为降低人工、配送成本,采取了网点代收、放快递柜等配送方式。还有一些快递员业绩考核压力过大,受制一些社区管控、无电梯老旧小区、用户作息不规律等制约,未能严格执行快递上门配送服务。上门服务的缺失,令消费者的体验感下降,还衍生出一系列问题,致使纠纷、投诉增多。

此前,虽然监管部门多次明确发文,要求快递公司送货上门,可由于缺乏有效的监管措施,导致执行力度有限。如今,基于市场竞争的需要,快递公司主动实施“不上门必赔付”,彰显市场力量比行政命令更有效。此次上门配送服务的升级和优化,也是快递公司“内卷”的体现,在竞争激烈的市场中,快递公司要不断提高服务水平,满足消费者的高质量服务需求,才能获得更多的市场份额。

可见,这种服务“内卷”是

一个利好,能够形成多米诺效应,推动快递行业的服务水平和质量不断提升,让消费者获得更好的服务体验。当然了,“不上门必赔付”服务对快递公司提出了更高的管理要求,需要细化规章制度,严格兑现服务承诺,采用科学管理和薪酬激励机制,确保基层网点和快递员能够认真执行,在配送效率和收入之间取得平衡,并确保服务的稳定性和一致性。

值得注意的是,目前快递配送呈现多元化格局,诸如上门派送、快递柜、快递驿站、物业等,每一种方式都有优劣。因此,消费者更希望快递员在投递之前,能询问自己的意见,根据个人情况,选择适宜的配送方式,从而把“收货选择权”掌握在自己手中。所以,快递公司在“内卷”服务之际,也该进一步“内卷”消费体验,不妨实施精细化服务,增加配送选择项,改善售后服务水平,完善丢件赔偿方案,提高客服响应等,让消费者体验感更佳。

热点追评

“8分钟车程
高级动卧票420元”
到底合不合适?

余明辉

6月27日,有江苏网友吐槽,D2245次列车从南京南站至江宁站,乘坐时长8分钟,高级动卧竟售价420元,如果跟二等座票价对比的话(只要6元),这个反差就更明显了,因为价差达到了70倍!对此,12306客服证实,售价确为420元,是铁路局统一定价。

6月29日极目新闻

关于“8分钟车程高级动卧票420元”,舆论分成了两派。反对者不无揶揄和调侃地说,高级动卧的床是镶金边了吗?“脱下鞋子,上床盖被子,到站了”;支持的则认为,这一票价是由供需关系、舒适性、服务质量、行程时间等综合考量后得出的,是市场形成价格的体现,看似疯狂其实很合理。问题是,我们到底该如何看待这一问题呢?

首先须明确,自2019年高铁动车组票价放开后,相关铁路局对相应铁路票进行定价,是他们的自主经营权利之一。那么,这是不是意味着“8分钟车程高级动卧票420元”就没有问题了呢?

复盘一下这一事件的来龙去脉,更有利于加深我们对此的理解。今年4月初,一则“大学生花29元薅高铁商务座羊毛”的消息在网上热传。江苏南京一女大学生花29元,体验南京南站至江宁站高铁商务座,全程9分钟。商务候车厅零食饮料随便吃,上车有专属检票口、车上平躺座椅,由于是午餐时间,下车前还领了一份商务舱赠送价值45元的盒饭。然后再花4元坐地铁回学校。这样不仅回本,还赚了少许。

当时舆论对此也是形成两派意见,支持的认为这是合理利用高铁定价漏洞,没什么不可以;反对的则认为高铁对短途实施低定价,是给乘客的一种“短途福利”,如果刻意去薅羊毛,会让铁路部门不堪重负,而取消这样的福利。

不想一语成谶,这很快就变成现实。铁路部门及时调整票价,堵住被薅羊毛的做法,并没有毛病。但是,这并不意味着,这段路程的票价,就可随意从不足30元涨到420元。

稍稍了解的都知道,高铁动车票价确定,是在经营成本基础上,综合考虑其他因素确定的。这段8分钟车程的高级软卧票,一下子从不足30元涨到420元,虽然堵住了被薅羊毛的漏洞,但却一个极端走到另一个极端,而这,对于高铁参与市场竞争,尤其是在目前高铁、地铁、航空等运输已经形成准竞争的情况下,显然是一种隐形的“自伤”行为。

面对此次“8分钟车程高级动卧票420元”这一争议,高铁等方面应该深刻认识到,这样做虽然不违法也不违规,但却不利于自身的长远健康发展。为今之计,最有效最直接的方法,就是高铁方面在切实核算经营成本的基础上,略高一点确定相应行车区间的价格,这样既堵住了乘客薅羊毛的漏洞,又不至于让乘客承受不起,在自身和乘客二者利益间找到最佳平衡点。

街谈巷议

暑假经济热,要鼓励也要引导

郭元鹏

暑假经济乘“热”而上。6月的夏日总是充满毕业季独有的青春气息。随着中考、高考成绩出炉,毕业生们开启了向往已久的暑假生活。这些天,暑期经济乘“热”而上,开始带火宁波消费市场。

6月29日《宁波日报》

还没正式放假,暑假经济已经热起来了,从媒体的报道来看,暑假经济热自然是个好现象,能够促进商品交易,能够提升经济消费,能够实现经济繁荣。但是,笔者想说的是:暑假经济热,也不能“热过了头”,要鼓励也要引导。

为何要这样说呢?我们来看看目前暑假经济的消费构成,也就是说要看看暑假经济都“热在了什么地方”:一个是,吃喝玩乐聚起来。街头巷尾,剧本杀、密室逃脱等深受

年轻人喜爱的娱乐项目再次迎来高人气,各种美食也是十分火爆。一位家长表示,我家孩子就与同学们约好去看演唱会,也就是到外地去追星。一个是,爱美之心亮出来。拼完高考,美容、美发、美甲等“颜值消费”成为暑假经济的热点之一,一时间“火力全开”。毕业生的“暑假清单”上,美甲、美发甚至整容成为重点选项。

暑假经济热里的“吃喝玩乐”和“颜值消费”有没有问题?适可而止,就没有问题。但如果不考虑自身的家庭收入,不考虑学生身份,那就是有问题的了。因此说,对于暑假经济热,既需要鼓励和倡导,也需要引导和关注。

对于“吃喝玩乐”和“颜值消费”而言,需要引导孩子合理消费、理智消费,切不可不顾及家庭的实际情况,变成一

场攀比花钱,变成一场“穷开心”,要在这个过程中,培育孩子们正确的理财观念、消费观念。

我们需要什么样的暑假消费热?我想应该鼓励孩子们参与一些有意义的暑假消费。读万卷书,也要行万里路。我们可以打造适合孩子的旅游线路,让孩子用脚步丈量大好河山,在轻松的旅途中收获知识。

我们需要鼓励文化消费,比如到博物馆、红色景点等地方打卡。比如倡导孩子购买文化消费产品,就拿看电影这样的消费而言,更需要鼓励孩子多去影剧院看一看有教育意义的影片等。

总之,暑假消费热是好事。但是,也不可“热晕了头”,把钱花在有意义的地方,知道珍惜父母的汗水,应该成为暑假消费热的健康消费观念。