

N 法治日报 中国新闻网

“快递到了,但网点不派件,不送货就不要搞‘春节不打烊’”“我们也理解快递员辛苦一年,人家也要团圆,那快递公司就不要发布‘不打烊’广告”“要不是看到‘不打烊’广告,我们不会下单”……在社交平台上,不少消费者纷纷吐槽春节期间收不到快递。

今年春节,不少快递公司都通过自己的官方渠道发布了2024年“春节不打烊”的服务公告,承诺春节假期快递正常派送。但配送点没到法定节假日就放假了,不少市民觉得被快递公司戏弄了。

受访专家表示,快递公司应该谨慎发布“春节不打烊”的承诺。一旦宣布“春节不打烊”,就应该提前做好准备,在与加盟商沟通、运力资源、人员调度、经济补贴等方面优化管理形式,确保物流的服务时效。



建隆漫画

为何快递一直在路上?

不少快递公司号称“春节不打烊”,但配送点没到法定节假日就放假了,不少市民觉得被快递公司戏弄了

消费者:雪快化了,滑雪服终于到了

“雪快化了,打工人工复了,滑雪服终于到了。”这个春节,陕西省西安市的李冉(化名)因为等“不打烊”的快递而“望眼欲穿”。

“原本还为未雨绸缪的自己‘喝彩’,没想到‘小丑’竟是我自己。”和朋友约好春节假期去滑雪的李冉为了能在出发前收到滑雪服,专门选择了参与“春节不打烊”活动的电商店铺,并且向店铺客服反复确认,承运快递的是承诺“春节不打烊”的服务商,才放心下了单。

但让李冉没想到的是,自商家2月2日发货,2

月3日物流信息显示“快件已发往西安转运中心”之后,便一直没有了后续。

催单,成了接下来李冉的主要任务。“一直被搪塞,踢皮球,真的很心累。”从4日开始,李冉说自己打了将近20通催单电话,得到的回复都是“在路上”“尽快跟您核实”“您挂断电话后给您安排处理”。李冉觉得自己对快递公司也“无计可施”,因为快递在哪都不知道。“我实在不能理解,既然没有规划好,为什么要承诺‘春节不打烊’?”

这种“干着急”,浙江义乌的陈放(化名)也深有

体会。他告诉记者,朋友年前从杭州给自己寄了快递,物流信息显示2月7日也就是腊月二十八寄出,但到2月8日12时44分后,快递就一直停着没动过。2月16日,他再次给快递工作人员打电话,当日下午,他收到了短信,对方回复:“邮件应该到了,但目前外地员工还未全部到岗,邮件还有积压,这两天人员到岗后第一时间给您派送。”

“我是真没想到,承诺的‘春节不打烊’,结果送了个‘天长地久’,这不是忽悠是什么啊?!”陈放吐槽道。

她“目前没人送货,大概2月16日开始配送”。

2月7日被虚假签收后没收到快递,直至2月21日,刘静再次投诉才收到快递。“不仅没赔钱态度还差,以后打死我都不会相信快递不打烊,更不会在春节前买东西了!”

对此,有业内人士向记者透露,有部分代收点为了不被扣钱,会在还未投递到客户家门口的情况下,下虚假签收,以完成KPI(关键绩效指标)的要求。

在某第三方投诉平台,记者以“春节不打烊”为关键词进行搜索,从2月9日(大年三十)至2月18日(正月初九),就有141条相关投诉。记者梳理发现,投诉内容主要集中在物流信息长时间不更新、到达网点但无人配送、春节快递驿站关门以及快递虚假签收。

对方的回复却模棱两可,称“物流是不放假的,但是各网点是否放假,由网点自己决定”。

想着不能被卡在这最后一公里,张遥决定自取,但到了快递所在的驿站,张遥发现,驿站2月6日就关门了,“但这家快递公司宣称过‘春节不打烊’”。

而生活在福建的王蔚蔚(化名)和广州市民刘静(化名)则直接遭遇了快递虚假签收。

2月11日(正月初二),王蔚蔚在某电商平台下单时,提前询问商品客服:“快递没休假都可以发货吗?”在得到肯定的回复后,她放心下单了一件商品。2月14日,她收到快递信息,“被通知”自己的快递已成功签收,但实际上她根本没有拿到快递。王蔚蔚找到快递客服质问,对方却告诉

专家:快递公司涉嫌虚假宣传,但消费者维权难

上海功承瀛泰律师事务所律师胡小俐告诉记者,不同的快递公司存在不同的管理模式,一般有直营和加盟两种。“直营类型对基层配送点有控制力,配送点不能自行决定关门时间。而如果基层配送点由加盟商经营,这些加盟商往往只是个体经营者,和快递公司是合作关系,快递公司确实可能无法控制加盟商。”

那么,宣传“春节不打烊”的快递公司因配送点打烊而延迟配送商品,是否涉嫌虚假宣传?

“商家宣传‘春节不打烊’意为春节假期快递仍然应当正常配送,是对快递服务内容的描述,但如果实际上在春节假期无法配送,那么其宣传的信息显然与实际不符。而且快递是时效性比较敏感的业务,消费者看到‘春节不打烊’的宣传,相信快递公司能在春节假期配送年货等紧急的运单,从而下单购买服务,

因此该虚假宣传确实会对购买行为有实质性影响,引导消费者选择该服务。”胡小俐分析,虚假宣传的后果分为行政责任和民事责任,根据广告法第55条、反不正当竞争法第20条以及快递暂行条例第27条的相关规定,快递公司的虚假广告和延误都应当承担民事责任,消费者可以通过诉讼或者向消保委投诉的方式维权。

对此,北京天驰君泰律师事务所高级合伙人、北京律协消费者权益专委会副主任饶伟指出,快递公司承诺“春节不打烊”,且快递在途中没有受到不可抗力因素的影响,如果出现暂停营业的行为,那么就属于违反与用户之间的合同。在这种情况下,应当分开来看“快递公司只赔付当次运费”的行为是否合理。

“如果在用户下快递单前,快递公司就已经在用户界面将相关条款以醒目的标识进行提示,例如‘快递

延误的赔偿为免除当次运费’,那么这种赔偿在法律层面上是认可的。”饶伟说,否则就是不合理的。

胡小俐告诉记者,目前在实践中,消费者仍然存在维权困难的情况,尤其是在证明损失这一方面。消费者往往很难证明因为延迟配送导致了实际损失及损失了多少。即使确实存在实际损失,也会因为快递公司在合同中的免责条款而无法获得赔偿。

饶伟认为,快递公司应该承担起相关责任,在春节前应当做好充分预案,并且在春节假期配备相应的服务力量,包括足够的人力、物力、运力,从而尽量缓解春节的配送高峰压力。

“另一方面,行政机关也应该更加积极地发挥作用,对确实构成虚假宣传和虚假宣传的公司采取措施,敢于亮剑,及时制止违法行为并作出相应处罚。”胡小俐说。

观点:“不打烊”不能“走了样”

“绝了,节前的快递全部在站点给你签收了,然后节后在配送。”有网友称,说好的“不打烊”最后“走了样”,“既然说了‘不打烊’,就要做到,做不到就别立牌子”。

有分析指出,春节期间部分驿站关门,导致快递“最后一公里”失速;另外部分快递企业采用层层外包的方式,缺乏对整个物流链条的有效约束,再赶上春节,务工人员减少,这或是“快递不打烊”走样的根本原因。

市场经济主体下,“春

节不打烊”不是光喊喊口号那么简单,既需要回归生意的本质,形成可持续的自我生存能力,又要兼顾员工“回家过年”的伦理诉求,才能长久下去。

如此看来,除了通过值班、调整运营时间等方式确保网络运行、服务不停之外,快递企业在春节不打烊方面,还缺少不少功课,

需要动态调整,以现实诉求为基础考量,为网点和一线小哥出台一系列实实在在的“帮扶”举措,这才是快递企业走向成熟的表现,也是当下快递不打烊步入良性循环的必然选择。

日春茶业 RICHUN TEA 真品质 不二价

分类信息 广告热线:0595-22567990 13599101718

遗失声明 中信保诚人寿保险有限公司泉州中心支公司王英冬,展业证号00003235050000002021000398作废。

遗失声明 泉州市武尚荣耀体育发展有限公司(统一社会信用代码:91350582MA8TRKYF97)不慎遗失圆形橡胶公章一枚,现声明作废。

租厂房,找中熙产业园 60万m²精装标准厂房出租,专业化、规模化、产业聚集 招租热线:0595-27551111 (酒店、KTV同步招租) 地址:泉州台商投资区滨湖南路中熙产业园(离高速出口约3公里)