

# “史上最严”快递新规出台,解决“不告而投”

青岛财经日报/首页新闻讯 没收到任何通知,快递就被“门口”或水表箱默默签收;快递员不告知,就直接把包裹投进快递柜,超时取件还要付保管费……这些快递服务顽疾一直困扰着消费者。

3月1日,新修订的《快递市场管理办法》正式施行。办法规定,未经用户同意擅自使用智能快件箱、快递服务站等方式投递快件,情节严重的,将处以1万元以上3万元以下的罚款。

快件放自提柜、驿站,还是送件上门,选择权和知情权应该在用户手中。破解快递行业“不告而投”的顽疾,新规开了个好头;但任何一项规定,都要取得最大公约数,才能让各方都不挠头,都有盼头。

## 新规引热议

一直以来,事先不与用户联系就擅自将快递放到自提柜、驿站等终端,已成为快递员的职业惯性。据交通运输部网站消息,已于2023年12月8日经第28次部务会议通过的《快递市场管理办法》(中华人民共和国交通运输部令2023年第22号)将自2024年3月1日起施行。

《快递市场管理办法》规定,快递企业未经用户同意擅自使用智能快件箱、快递服务站等方式投递快件,将面临3万元以下的罚款。新规明确禁止快递“不告而投”,保障了消费者享受快递上门服务的权利。

新规一出就引起了大量讨论。很多人都点赞新规的条例,认为更加便利,为消费者提供了更多选择。而不少快递员则认为,新规的要求过于严格,将导致工作量大幅增加。

有不少业内人士认为,相关条例的实施,或将提高快递派送的成本。快递物流专家赵小敏分析,快递企业的服务呈分化现象,一类企业能送货上门,另一类加盟制快递企业则需要投入更多精力来改进服务。他认为,在落实送货上门过程中,企业需要提供多元化产品,把选择权还给用户。

但与此同时,社交媒体上,快递员离职、关闭快递代收点、配送费可能上涨等话题随即出现,引发公众讨论。舆论关注的焦点,是快递小哥的付出大幅增加。快递单价派费并不高,小哥一天往往需要派送数百个快递,以量换价,才能维持较为可观的收入,“不入户”无疑是更为高效的投递方式。而按照新规,快递员需要先挨家挨户打电话沟通、征求收件人意见,再分门别类地完成派送,时间成本大大增加,派送效率和收入都将受到影响。而且一旦违规,快递小哥还将面临最高可达3万元的罚款,导致“赚的没有罚的多”。

对于消费者而言,快递新规也并非完美无瑕。目前快递行业低价竞争,费用一压再压,主流电商平台上“9块9包邮”才能屡见不鲜,消费者得以乐在其中。新规实施后,快递员派送效率下降,快递很可能没那么快了。企业为提高时效,只能加大投入,雇佣

更多外卖小哥,提高单价派费。这部分成本很可能被计入配送费,最终由用户买单。消费者担心,新规实施后,自己享受的快递服务质量不增反降。

## 投递人和收件人各有“苦恼”

“我已经丢了两单申通快递,都是因为快递员直接放在了家门口。”家住通州梨园的葛先生反映,快递员派送时没有打电话或发短信告知,查询却显示快递已由门口签收,可等查看的时候发现快递并不在门口。

家住朝阳区团结湖街道的孙先生也经常收不到快递。前不久,韵达快递员未提前沟通就直接给他发送了一条“快递已交由门口保管”的短信。晚上下班回家后,孙先生却发现门口并无快递。“快递员说自己已经辞职,快递网点电话也打不通。”无奈之下,孙先生拨打韵达客服热线投诉,客服称联系网点进行核实,但拖了半个月还未赔付。

丰台区居民颜女士的快递则经常由水表箱签收。“平时上班家里没人,快递小哥默认就用这种签收方式。”颜女士说,即使周末有人在家,快递小哥也习惯性地包裹直接放入水表箱中。

快递未经告知就被投入快递柜和驿站的情况也很普遍。60多岁的张阿姨求助了好几位老邻居,才拿出了快递箱里的快递。上班族李女士则表示,自己的快递经常被快递员擅自投入快递柜,时常因为超时多付保管费。

在黑猫投诉平台搜索“快递”,出现超120万条相关投诉,其中有不少是投诉快递员擅自将快递存放在驿站。

对于快递员来说,给每个客户打电话会花费大量时间成本。多数快递员对新规表示支持,但也有一些快递员认为,新规可能大幅增加快递派送的时间成本。记者观察,在某大学城附近一家菜鸟驿站里,负责人何城正在整理送到驿站的300多份快件,大大小小的快递摆满了货架,一旁还有几位用户前来取件。

对于快递新规,何城坦言“压力很大”,除了经营菜鸟驿站,他每天都要送快递,日均400件左右,工作



时间几乎从早到晚。“一方面要求快递的时效性,另一方面挨个打电话又会大大增加工作量,非常矛盾。”何城说,工作量增加是最大的挑战。

王勇是一名顺丰快递小哥,从业9年的他是这个行业的“老人”,“我知道快递新规实施,我们也在讨论。”王勇告诉记者,事实上,新规对于顺丰快递员而言,影响相对较小,“我们一直都要求电话联系用户,送货上门或者存放其他地方。”

菜鸟驿站店员陈小姐也觉得一个个客户打电话询问不太现实。“承包区域的快递员一个人要负责几百个甚至上千个快件,每个都打电话,精力时间肯定不够的。”比如包揽驿站大头的中通快递员,每天一个人来驿站三趟,上午就有近千个快件,“一上午电话怎么能打得完?傍晚还会有一波快件。”

目前国内的快递企业主要是以中通、韵达等“三通一达”为代表的加盟制快递,还有以顺丰、京东、菜鸟速递等为代表的直营制快递。“不告而投”等问题大多出现在加盟体系的快递物流公司,这与企业运营成本、经营模式等因素有关。

另外,记者还致电了中通、申通、EMS的配送员,均表示默认将快递送至自提点,且不会每单都询问客户,但如果客户来电要求送货上门,则会按要求配送。有业内人士向记者介绍:“快递员一天派送上百件快递,每户有人在家的时间又不同,把需求问清楚、记下来,再送家里,耗时耗力且收入不高,还会导致配送速度慢、快递积压、无法完成公司指标,不仅服务质量没提高,长此以往,就没人愿意干了。”新规实施,有快递员表示担子加重,也有市民提出建议:“在网购环节便让顾客选择配送方式,既尊重了消费者意愿,也能减轻快递员的部分压力。”

## 有助于提升服务质量和信誉度

有不少业内人士认为,新规的实施,或将提高快递派送的成本。

对此,赵小敏认为,接下来两三个月是快递行业的淡季,短期来讲快递收派费用不会有变动,如果从中长期来讲,快递新规还是会对快递价格造成直接影响。另一方面来说,快递企业也需要给末端的快递员更大的激励机制,也就是企业需要让利,这意味着快递企业的经营方式将发生一定改变。

一位业内人士对记者表示,快递新规的实施,将在安全性、时效性等方面产生较大影响,新规对于违规行为提出了明确的处罚措施,这将有助于推动快递行业的规范化发展,有利于市场的公平竞争。而对于快递行业而言,新规将进一步提升企业的服务质量,助力快递行业规范化发展,减少市场的不规范竞争和违规行为。“总的来说,快递新规的实施将有助于提升快递行业的服务质量和信誉度,促进市场的规范化发展,同时也会对快递公司提出更高的要求和挑战。”

我国快递业的业务量已经连续10年位居世界第一。2023年快递业务量完成1320亿件,同比增长19.4%,人均快递使用量超过90件。但从消费者感受来看,服务质量还未跟上数量增长的步伐。

“企业要从流程机制上进行变革,例如,当用户要求快递员将包裹放门口时,快递员可通过技术手段进行拍照录像,并上传企业系统”。赵晓敏表示。随着快递员收入提升、服务流程的优化,用户体验将得到保障。满足多样化的配送需求,促进快递行业服务提升积极性,调整快递员劳动与收入的平衡等问题亟待解决,快递业的优化与发展还有很长的路要走。

## 99元“天涯神贴”有人会买单吗?

3月1日深夜,天涯社区(以下简称“天涯”)在其官方微博公布了《关于天涯社区业务重启、网络平台恢复访问进度及新天涯计划的公告》(以下简称“重启计划”)。

天涯在重启计划中表示,计划采取引入战略投资、恢复广告业务、启动社交电商平台及大力开展会员增值服务等方式筹措资金,在确保数据安全合规的前提下,在2个月内,即5月1日前恢复天涯社区访问。

“3月1日也正好是天涯成立25周年纪念日,我们的业务将恢复正常运转,天涯也会迎来新的生机。”天涯社区创始人邢明此前在接受记者采访时说。

此外,天涯在这份时间表中表示,在恢复访问后的天涯社区平台上开辟“天涯神贴”付费专区,提供更为全面、完整、原汁原味的“天涯神帖”服务,并动态更新。

日前,天涯社区在其官方微博公布了重启计划,计划采取引入战略投资、恢复广告业务、启动社交电商平台及大力开展会员增值服务等方式筹措资金,5月1日前恢复天涯社区访问。

## 打造线上版的Costco

天涯在重启公告中表示,将启动以天涯社区最初的tianyaclub.com域名为品牌的“全球旅行与时尚消费社交平台”,为尊享会员提供会员制电商服务,结合海南自由贸易港的供应链优势,打造线上版的Costco,该平台1.0版将在1个月内推出。

此前,2023年7月,天涯成立天涯甄选(成都)科技有限公司,注册资本为800万元;10月,天涯社区旗下天涯好东西(海南)电子商务有限公司申请注册“天涯臻选”商标,国际分类为广告销售,目前的状态是等待实质审查。

“现在电商的各方面竞争也比较激烈,是一片红海,所以我们选择了一个比较适合天涯的电商模式。”在此前接受记者采访时,邢明提及了天涯对于电商的布局计划,在他看来,电商是一种效果广告模式,即使经济波动,这种模式也是可持续的。

此前,天涯曾计划于2023年元旦后开启直播,邢明曾表示,做直播是对多年来忽视将用户、内容与电商结合的反思,也是天涯商业化的新突破,并希望能够“以直播打捞沉没的上亿用户,用带货焕发天涯昨日的光芒。”

不过,计划中的直播并未落地,在天涯公布的重启时间表中,未见提到相关计划,邢明在接受记者采访时也表示,直播并不是天涯的主要选项。

对于天涯切入电商赛道的前景,艾媒咨询CEO张毅对记者表示,直播电商是一个非常好的切入点和机会,但对于天涯而言,如何把已有的用户群体基础高效转化为

自己的电商用户是个比较重要的命题。

互联网分析师张书乐则认为,小红书是一个种草拔草味道很鲜明的内容社区,这让它的带货顺理成章,正如用户上小红书就是为了找合适的商品推荐,而上天涯是看内容,同一用户在不同平台上的不同心态很难切换,此前微博做带货难成也是如此。

## “天涯神贴”助力重启

除了切入电商赛道,天涯自救的另一重要举措是推出官方版“天涯神贴”。

天涯在重启公告中称,公司注意到,在天涯暂停访问之后,“天涯神贴”在各大平台大受欢迎。故而计划从现在开始发展一批高级会员,在恢复访问后的天涯社区平台上开辟“天涯神贴”付费专区,提供更为全面、完整、原汁原味的天涯神贴服务,并动态更新。

此外,天涯还将推出一对一专享数据下载与存储服务。不过,在此之前,已有众多“天涯神贴”在电商平台售卖,在淘宝、拼多多、闲鱼等平台的搜索栏输入“天涯神贴”,紧接着出现的便是满屏的“天涯神帖”商品,价格从几角钱到几十元都有,最高的销售量甚至超过了1万。评价显示,大部分买家的购买理由是“学习”和“怀旧”,还有一部分则是出于猎奇心理。

在商品详情页,商家们巧妙运用鲜艳的颜色和突出的字体,向买家展示自家“神贴合集”的丰富性与独家性,“超20G文件”“持续更新”“拍下秒发货”等宣传语更是夺人眼球。

在采访中,商家对资料的获取渠道含糊其辞,其中一家表示是通过“网络搜集”,另一家声称是“其他渠道”,更多的则是对该问题已读不回。有商家对记者承诺,购买后帖子将会保持持续更新,而更新内容来源,对方则表示“其他渠道”。

市面上的“天涯神贴”购买渠道众多。邢明在接受记者采访时却并不担心。他表示,这些“天涯神贴”可能是有人下载或者是保存的一些帖子,但并不完整。另外其中很多只是包含主帖内容,但是天涯的很多神贴,在帖子里还有很多精彩的回复。

在重启公告的最后,天涯表示,“无论是订购一个‘99元天涯神贴服务’,还是订购一个‘299元一对一数据下载服务’,都是对天涯重启非常重要的助力”。

“已购买神贴包。天涯加油呀!”有用户在评论区内表示。亦有用户提示,卖神贴是一个好主意,但是一定要处理好版权问题,帖子发在天涯,版权却是作者的,“天涯一定要合法”。

供稿:(每日经济新闻)可杨 卞昱媛/文

## AI培训课程为何越学越贵?

近年来,AI培训日渐火热。每逢ChatGPT、Sora发布等热点时段,AI培训圈都会迅速掀起一轮高潮,涌现大批相关课程,有些课程甚至在模型公测前就已开始招募学员。记者调查发现,这些AI培训课程主要授课内容往往局限于某个模型工具的操作方法,但大多宣称能帮助学员实现“AI技能变现”。低价入门,高价卖产品、卖会员、卖素材,成为其惯常套路。

## AI培训越学越贵

2月16日,文生视频大模型Sora发布,立即引发广泛关注。从事互联网运营的邱娜觉得自己必须有所行动了。“难以想象输入文字就能生成视频,这种强大的技术能力让人感觉不学就要被淘汰了。”

“一个长期关注的PPT公众号推出了6.6元的AI设计体验课,我在2月25日付费进群,26日开课。”邱娜加入的课程微信群有近160名学员。根据助教人员提供的兑换码,学员可以在3天内免费使用AI工具网站上的部分素材,输入关键词即可得到一幅由AI绘制完成的图片。

据邱娜介绍,在录制课和直播课中,培训老师向学员们强调,AI设计适用于缺乏绘画和摄影专业技能的“小白”,可以帮助生成合适的素材资源且不用担心版权问题,是一个“零门槛,实用又赚钱的技能”。

“体验课结束之后,想要再用网站怎么办呢?”当邱娜询问助教人员,对方表示可以报名价值1599元的正式课,再免费使用3个月会员权限,之后组织大家团购,一个月大概19元。

记者调查发现,类似的AI课程五花八门,但不少课程都与卖产品、卖会员、卖素材相捆绑。除了依靠工具网站的使用和资源收费,由AI课程衍生的付费项目还包括:为AI工具提供提示词或剧本、制作AI工具图片素材、有关背景知识搜集和整理、课程资源二次销售等。

## AI培训热度何来?

“面对新技术的时候,我们很容易产

生一种害怕错过的情绪。当大家都在讨论某一个新技术的时候,好像你不跟进的话,显得有点落伍,进而产生焦虑。”在清华大学新闻与传播学院教授沈阳看来,科学技术快速发展的进程中或科技泡沫中,这种情绪非常明显。

作为一名互联网从业者,邱娜经常会接文字排版、PPT制作、海报制作等兼职商单,自从ChatGPT发布后,她一直为如何利用AI工具提高工作效率而焦虑。

对此,心理咨询师唐婧也有明显的感受。“2月22日,一家企业的高管就向我倾诉,感觉到自己的很多工作内容被AI替代,人力成本收缩,导致自己和团队的压力很大。”

2023年7月,智联招聘联合北大国发院发布的《AI大模型对我国劳动力市场潜在影响研究报告》显示,有69%的受访者尝试使用过ChatGPT、文心一言等大型语言模型类AI工具。面对AI工具的普及以及带来的影响,65.8%的受访者表示,将参加AI工具使用技能的培训课程。

## “AI热”需要冷思考

尽管AI培训需求旺盛,但不少业内人士表示,AI大模型推出时间不长,短期内很难形成体系化的培训课程,目前AI培训“虚火”较旺。

记者采访调查了解到,不少此前从事PS技术、视频制作、电脑绘图等互联网技能培训的创业者,争相将AI技术纳入核心培训业务,以期从“AI+”的热度中再度捞金。还有一些培训课程通过“卖课”的形式“卖产品”,但这些AI产品并不一定适用于个人使用者。2021年,创业者李想成立一家数字科技公司,专注通过AI技术提供人力资源服务。从面试防作弊监控到AI面试大模型,再到一键生成人力培训视频课件,李想和团队开发的众多AI产品,最终服务对象是高校、企业,而不是个人使用者。“大部分并不需要通过所谓的培训课程,尤其是那种收费高的课程来学习工具的使用。”李想表示。

据《工人日报》刘小燕/文