

邮件安全远非盖上“验视章”就能解决

快递业野蛮增长何时休

焦点

■本报记者 王群

在以网络购物为代表的电子商务快速发展的带动下,快递行业已成为发展最为火爆的行业。然而近日“山东快递化学品泄漏致人员伤亡事件”却再次暴露了快递业的混乱现状和隐忧。

其实,相关法律明确要求快递公司,建立并严格执行收寄验视制度。但在实际执行中,这样的规定却形同虚设。尽管在上述不幸事件发生之后,相关部门严厉重申“收寄验视”要求,但有专家指出,快递行业正在经历野蛮式爆发增长,管理混乱、法律缺失、监管不到位等问题已成为行业积重难返的病端,绝非一纸“要求”就可以医治的了。

除不掉的行业顽疾

国家邮政局的统计显示,2013年我国全年快递业务量达到92亿件左右,日均业务量突破3000万件,高峰期超6500万件,仅次于美国位居世界第二。

在这些海量快递中,电子商务“贡献不小”,不时出现的网络购物狂欢节也直接导致了各家快递企业出现“爆仓”现象。据国家邮政局的统计数据,近年来有60%左右的快递运单来自电子商务。而在2013年11月11日至16日的“双11”网络购物节期间,快递全行业共揽投快件3.46亿件,比2012年增长73%。

如此巨大的社会需求和产业潜力吸引了更多的资本进入快递行业,催生越来越多的快递企业。资料显示,目前国内快递市场竞争日趋激烈,经管理部门颁发经营许可证的快递企业已经超过9000家,其中6家大型快递企业占了快递市场79%的份额,有相当一部分快递企业处于无序经营、边缘化生存的状态。在2012年,有116家快递企业被注销了快递牌照。

与快递行业高速增长、快递企业数量急速增多相伴而生的是一系列弊端逐渐浮现,快递行业存在的多种问题也频频被媒体曝光。

“快递公司暴力分拣”的视频曾在网上疯传。“快递公司公民个人信息明码标价公开出售形成‘灰色’产业链”的新闻也引发社会广泛关注。另外,关于快件延误、快件丢失等问题更是时有发生,成为消费者时常面临的“头疼问题”。

国内快递业高速发展过程中伴生的种种问题,对广大消费者合法权益已构成一定的损害,也引发了消费者不满。

据国家邮政局近日公布的《关于2013年11月邮政业消费者申诉情况的通告》显示,11月,受理消费者关于快递业务的有效申诉16051件,环比增长16%,消费者对快递业务申诉的主要问题是快件延误和投递服务问题,占快递业务有效申诉量的



2013年12月21日,山东潍坊申通快递的工作人员在分拣快递包裹时,挑出其中的可疑件进行X光机检测。 鲁友/东方IC

76.8%。另外,消费者对55家快递企业进行了有效申诉,中通、圆通、申通和韵达四大快递企业的申诉率分别达10.1%、11.7%、18.2%和24.4%,而申诉率最高的速尔快递更是高达38.1%。

有业内人士指出,由于国内快递行业进入门槛较低,加之日益膨胀的物流需求,越来越多的资本开始进入这一行业,企图从中“分一杯羹”,形成粗放式加盟扩张的现状。虽然快递行业的市场规模不断扩大,相应的快递行业整体管理水平却没有得到应有的提升。

从目前来看,竞争严重同质化,深陷价格战的泥潭,人员素质参差不齐,服务质量下滑,管理部门缺少有效的监管手段,监管难度大这些都已成为当前国内快递行业不可回避的问题。

“验视”之路何其远

快递业持续暴露的诸多问题和弊端,已引起国家相关部门的重视,尤其是在“山东快递化学品泄漏致人员伤亡事件”发生之后,相关部门已加快规范整治快递行业的步伐。

12月22日,国家邮政局下发紧急通知,开展落实收寄验视制度专项整治活动,决定在全国范围内开展落实收寄验视制度专项整治活动,要求重点检查邮政企业、快递企业是

否在用户在场的情况下,当面验视交寄物品,核实是否属于国家禁止或限制寄递的物品,以及物品的名称、类别、数量等是否与寄递详情单所填写的内容一致。

12月25日,国家邮政局再次召开全系统电视电话会议,进一步提出加严“收寄验视”等管理措施,要求各级邮政管理部门要推广北京、河北、上海等地已经实行的“收寄验视”管理措施,明确提出如在检查中发现未加严“收寄验视”的快件,一律视为未进行收寄验视,据此追究企业的管理责任。

据了解,收寄验视主要是指邮政企业、快递企业依照法律规定,对收寄的邮件、快件进行查验,防止禁止或者限制寄递物品进入寄递渠道。它是国际上邮政业通用的安全管理办法,是快递企业收寄过程中的关键环节,可以有效拦截快递在运输环节中可能存在的各种隐患。而收寄验视章上面由于注明了揽件公司、揽件快递员工号等信息,一旦出现问题可以追查具体责任人,使得责任更加清晰明确。

但有业内人士对此发出质疑,当前快递企业数量众多,且有不少快递企业是采用加盟模式与加盟网点公司合作,招聘临时快递员。由于快递员素质参差不齐,很多快递员并不具备识别复杂危险品、爆炸品等收寄验视的业务能力,这在实际的操作中必将带来很多问题。

另外,面对我国当前快递数量爆发式增长的现状,很多企业的都要面对“海量”的快件要处理,但由于“收寄验视”规定的执行成本相对高,快递企业如何能够在有限人力成本、财力成本的情况下对每一件快递都能做到收寄验视并加盖“验视章”,确保每一件快递能够安全及时地送到消费者手中,这同样是不容忽视的难题。

据了解,即使在一些之前已经推行加盖收寄验视章的省份,相关问题也是层出不穷。

快递公司和快递员抱有侥幸心理,以工作量大为由而漏掉收寄验视的情况时有发生。

建立系统化的监管体系

尽管相关部门已将规范引导快递行业健康有序发展提上日程,一些快递企业也已经加强整治和改善相关服务。但是,仅仅依靠一纸紧急通知,一项专项整治活动是远远不够的。有专家认为,规范整治快递行业是一个系统工程,它需要相关部门从改革快递业经营模式、完善安检系统,出台完善相关法律法规等方面入手,逐步实现规范化管理。

据了解,美国快递公司接收的包裹都会在后台统一通过扫描仪检测,以确认所有物品是否合法或是否含有毒物质,公司有开箱检查快件的权利,取包裹时接收人必须提供相关的身份证件,以防冒领错领。

在德国,立法机构制定了德国通用运输条例,快递业管理条例等法规。对于首次投资的客户,快递公司会不厌其烦地进行“寄发培训”,提醒他们危险物品、液体和粉末等禁止寄发;寄送电池及含电池的物品种,需提供证明;寄送奢侈品需提供正规购买发票等。

借鉴国外快递业的先进经验可以看出,制定规范是基础,通过层层把控将规范措施落实,才是监管的重点。各部门理应加强合作,形成监管合力,加强对快递行业的监管力度和惩处力度,建立全方位、多角度的监管体系。而快递企业应加强自律,不断完善自身,提升服务水平和能力,才能在激烈的市场竞争中擦亮品牌,获得长久发展动力。

显然,快递业告别野蛮式增长,走向一个健康、和谐、规范、安全、放心的快递市场,还有一段艰辛的路要走。

导读



6版:浙江上虞:200多家企业捐建163个民间爱心基金



7版:助推经济发展惠及百姓生活

热点

■新华社“新华视点”记者
周婷玉 刘元旭、孔祥鑫

一边暖阳高照,一边寒冬冰霜。在新经济、新政策、新技术催生之下,2013年的中国行业经历大变局。

虽无法细数有多少行业“蒸蒸日上”,有多少行业“每况愈下”,但这些行业印记已成“年度标签”:微信崛起、电商井喷、“防霾经济”蹿红、高档餐饮遇冷、互联网金融抢滩。

互联网金融挑战商业银行

2013年6月,阿里巴巴联合天弘基金推出“余额宝”;5个月后,它成为国内首只突破千亿元规模的基金……2013年互联网金融风起云涌。

8月,腾讯联手华夏基金推出“活期通”;10月,百度金融中心理财平台推出“百发”;还有“现金宝”“活期宝”……

“互联网金融的发展,会彻底颠覆传统的商业银行经营模式、盈利模式和生存模式。”有业内人士如是说。

各种“宝”们对接的人群相对低端零散,因收益率适中、取用灵活已显露替代活期存款的潜力。为应对冲击,不少商业银行联手基金公司推出银行卡的增值服务,一些银行则驻店淘宝向互联网伸出“橄榄枝”。

中央财经大学民生经济研究中心主任李永壮说,互联网企业将加速金融化,银行业也将进一步互联网化。互联网金融开启的“增量革命”,将倒逼金融体系改革。

移动社交“爆炸”传统媒体

创立不到三年,微信就以6亿用户的记录跃升为国内第二大网络通信运营商。

中央部委政务微信“外交小灵通”上线、官方微信“国务院公报”开通……“政务微信”成为打通“指尖上的政民对话”新渠道。

中国传媒大学的研究称:“2013年是社交媒体崛起和传统媒体转型相遇的一年。”在自媒体喷薄而出时,传统媒体和传统运营商都步入下滑轨道;《新闻晚报》在2013年最后一天停刊,移动语音通话量增速趋缓,点对点短信量加速下滑。

面对挑战,传统媒体开始积极探索以付费订阅和新媒体中心为主要方向的转型发展之路。而过去依靠垄断占据市场的电信运营商开始告别“黄金年代”,4G能否成为转向的“最后稻草”,人们拭目以待。

“网售”冲击传统百货

2013年中国电子商务交易总额预计将达10万亿元,其中网络零售将超过1.8万亿元,中国凭此成绩夺冠全球网络零售。

“网购”日益成为人们的生活消费习惯。2013年前10个月,北京市限额以上批发零售企业网上零售额首度超过传统百货业。

2013年,“网购”持续膨胀,一些传统百货受挫“关店”;2月,广百百货关闭成都店;6月,百盛集团关闭贵阳百盛鲜花店;10月,成都太平洋百货停业……

易观国际电子商务分析师毛阿晶认为,面对电商侵袭,没有做好应战准备甚至是逃避挑战的,缺少个性化的,不考虑购物体验的传统百货将承受巨大压力。

传统零售企业如何向电子商务转型?中国互联网络信息中心分析师陈晶认为有两个思路:电商渠道化和电商工具化。

2013年6月,苏宁宣布所有门店商品与苏宁易购同价。“实体店+电商”双线融合是未来商业的发展趋势。

高耗能产业“败走麦城”

300,600,1000……2013年,雾霾指数持续走高,从年初到年末,从东北到华南,雾霾肆虐。前所未有的“呼吸焦虑”和“霾怨”直接引爆“防霾经济”。淘宝网2013消费年度关键词中,“霾单”赫然在列。数据显示,这一年全国网友花在口罩、空气净化器等产品上的总额达87亿元。

中国电子商务研究中心数据显示,进入12月后的短短7天里,“天猫+淘宝”的口罩和空气净化器成交量同比分别增长903%和184%。

二〇一三：行业洗牌的年度标签

微信崛起、电商井喷、“防霾经济”蹿红、高档餐饮遇冷、互联网金融抢滩

与此同时,“抗霾”绿色植物、蔬菜水果、家装涂料、山水景区的“清肺游”、拥有破雾技术的车载汽配等也开始走俏。

“粗略估计,仅是和雾霾有关的直接防护需求市值可达千亿元之多。”复旦大学环境经济研究中心副主任李志青说。

而与之相对的是,一些高污染高耗能和产能过剩后的产业却不得不经历转型“阵痛”。2013年9月12日,《大气污染防治行动计划》发布,拉开史上最严的大气污染治理行动帷幕,影响最直接的当属钢铁、水泥等21个重点行业。

高端餐饮巨亏寻转型

53度飞天茅台、明前“刀鱼”“春茶”价格“腰斩”,人均消费动辄千元的高端餐饮,推出888元的5人套餐……在节俭反腐劲风中,靠公款消费撑腰的高端消费不得不低下“昂贵的头”。

中国食品工业协会公布,2013年我国礼品性食品销售额预计下降40%。

花卉、贺卡、台历、演出等行业在2013年也都感到“冷”风阵阵。这些行业纷纷谋求转型,通过降价、团购、订制等方式揽客“过冬”。

顺峰、鲍鱼公主等高档餐饮纷纷推出团购。团购导航网站“团800”统计显示,2013年三季度团购行业总体成交额破百亿大关,同比增长近一倍,其中餐饮和酒店成为“主力”。

“反对浪费,并不是反对消费。受政策影响的行业不会消失,只是需要重新定位和转型。”中国烹饪协会副会长边疆指出,高档消费应成为人们在生活水平提高之后都可以享受的一种体验。(据新华社电)

2013年我国实施汽车召回创新高

133次召回中生产者主动行为占多数

本报北京12月31日电 (记者于宛尼)2013年,我国已实施汽车召回133次,涉及车辆531.1万辆,召回数量同比增长65.8%,创历史新高。记者今日从国家质检总局获悉,《缺陷汽车产品召回管理条例》实施后,生产者主动消除批量性的产品缺陷的行为增加,促进了中国汽车行业健康发展。

《缺陷汽车产品召回管理条例》自2013年1月1日开始实施,相比于以前最大的变化就是增加了处罚的力度。对于未停止生产、销售或者进口缺陷汽车产品、隐瞒缺陷情况、生产者召回约13万辆,法系车召回约7万辆。此外,2013年我国还实施轮胎召回1次,涉及轮胎47.2万条。

国家质检总局执法督查司负责人认为,缺陷产品召回通过生产者主动消除批量性的产品缺陷,为同类缺陷产品的所有消费者提供保护,避免了因产品缺陷引发大规模损害的发生,有效保护消费者人身财产安全和社会公共安全,同时对提升汽车产品质量安全水平、促进汽车行业健康有序发展都具有重要作用。

国家质检总局统计,自2004年我国实施缺陷汽车产品召回制度以来,共实施汽车召回660多次,涉及车辆近1500万辆,消除了大量车辆安全隐患。

内的车辆免费更换雨刮电机总成,以消除安全隐患。

2013年,国家质检总局加大了缺陷产品信息收集分析、缺陷调查、召回实施情况监督等工作力度,受质检总局缺陷调查影响召回的汽车数量为196.1万辆,占全年召回数量的37%,是历年来最多的。调查的问题主要集中在动力传动系统、制动系统、电子电器及发动机故障等方面。

记者观察,在召回的乘用车中,日系车召回约80万辆,排在首位;德系车以召回约62万辆的数量居第二;韩系车召回约18万辆;美系车召回约13万辆,法系车召回约7万辆。此外,2013年我国还实施轮胎召回1次,涉及轮胎47.2万条。

国家质检总局执法督查司负责人认为,缺陷产品召回通过生产者主动消除批量性的产品缺陷,为同类缺陷产品的所有消费者提供保护,避免了因产品缺陷引发大规模损害的发生,有效保护消费者人身财产安全和社会公共安全,同时对提升汽车产品质量安全水平、促进汽车行业健康有序发展都具有重要作用。

国家质检总局统计,自2004年我国实施缺陷汽车产品召回制度以来,共实施汽车召回660多次,涉及车辆近1500万辆,消除了大量车辆安全隐患。

百强企业无“高新”又何妨?

观点

■本报记者 赵昂

作为中国民营经济的风向标之一,浙江温州企业的动向一直广受关注。日前,2013年温州市百强企业榜单对外公布,根据这份榜单,上榜企业中,制造业企业仍然占据半壁以上的“江山”,共有59家制造业企业上榜,销售收入总计1072亿元,占百强企业全部营业额的六成,其中又以电器、服装、鞋革等规模为最大。服务类企业位居次席有33家,较2012年有所上涨。

颇具玩味的是,温州百强企业中,却无一家是“高新技术企业”。不少人质疑,面对金融危机、汇率升值、人工和原材料成本上涨等一系列困境,温州企业为何不转型,比如向“高新技术”转型?

其实,百强企业无“高新”又何妨?地方经济发展模式转型,以及当地企业自身转型,不一定非要转向“高新”。

纵观全国各地,各级高新技术产业开发区,仅国家级高新技术产业开发区就达到了105家,省级高新技术产业开发区的数量就更惊人了。

国家级高新技术产业开发区通常为“一城一区”,内地地级以上城市总计288个,也就是说,三成多以上地级城市都有了国家级的高新技术开发区,而省一级的高新技术开发区不仅遍布布市,许多地方甚至连小小的县城也要规划一个,当地原有的工业园,不管有没有高新技术企业,往往也要跟风更名为“高新园”,仿佛凡事只要贴上了“高新”的名字,就是转型成功。结果,往往是“高新”的牌子树起来,土地征好了却没有企业来,研发

大楼盖好了但没有人用,高新园里招来的还是传统企业,不仅弄得不伦不类,还赔上了许多政策成本。

一些地方把转型升级与“高新”盲目画等号,其实是对转型本身存在认识误区。经济转型升级不等于让造服装的去造手机。面对外部市场环境的变化,企业转型也应当考虑当地经济社会水平、员工素质以及企业自身综合实力,高新技术产业往往需要当地具有特定的人才环境、科学研发环境、经济环境和社会环境,如果强迫造衣服的企业不去琢磨如何提升服装质量,设计工艺和品牌影响力,反而去研发手机,最终的结果往往是手机没推出来,原来的服装也垮了。

对于制造业企业而言,在产品品质、品牌定位和影响力、技术水平等方面有所突破,能够适应新的经济环境,赢得市场,创造更多的效益,就是行之有效的转型。即便是

在发达国家,制造业也依旧占据很大的经济份额,亦解决了大量人群就业。对于温州而言,当地企业的定位是基于国内乃至国际的市场而形成的,而非取决于某个官员的个人喜好,既然那么多制造业和服务业企业云集于此,就说明温州在地理位置、运输成本等诸多方面有适合制造业和服务业发展的客观条件。

在市场整体中,不同地域,不同企业,往往因为自身条件不同而优势不同,进而在产业分工上扮演着不同角色,通过竞争形成互补。对于企业而言,不走“高新”路线,专注做好做精本领域,提升品牌影响力和技术水平,利用新型媒介手段调整营销渠道,一样能取得成功。而对于地方政府来说,经济结构转型不等于盲目“攀科技”,要根据当地的客观条件,发展适合当地的产业,扬长补短,方为转型的“正道”。