

快递公司提供的保价服务并不等于保险,也并非保价多少就赔付多少

快递保价,究竟保护的是谁?

专家表示,应尽快完善法律或制订行业标准,解决当前消费者维权难现状

本报记者 杨召奎
本报实习生 黄一帆

保价2.1万元寄的根雕摆件受损最多只赔5000元;保价4000元寄的电脑受损只赔800多元;保价3000元寄送的游戏主机板显卡槽损坏,却以收货后超过24小时才申请理赔为由不予赔付……

当消费者满心欢喜打开期待已久的快递包裹却被里面损坏的货物泼了一盆冷水时,一些快递公司非但没有像被期待的那样担责并赔偿、给消费者安慰,而是告诉消费者:“不好意思,所谓保价,其实不是完全按照保价金额进行赔偿的。”

不少消费者认为,只要买了这项快递保价服务,就相当于给这份包裹上了保险,损害或者丢失的话就会按照保价金额进行赔偿。但《工人日报》记者近日调查发现,原来快递公司提供的保价服务并不等于保险,也不符合保价多少就赔付多少的一般认知。

“一到赔偿就认为不值这钱了”

福建龙岩的章女士为了赔偿的事情已经和顺丰速运(以下简称顺丰)周旋3个多月了。

今年4月24日,章女士通过顺丰从福建省龙岩市寄送一个根雕摆件到北京,并按照2.1万元的声明价值(保价金额)交了

保价费用。4月26日,收件方拆包时发现摆件不光破损还断了一块。在顺丰承认过失后,章女士进入了漫长的索赔之路。

“从一开始给出的2000元赔偿到5000元,再到现在的‘我们方案给您保留,您考虑好了就联系我们’,我觉得十分心累。”章女士说。

“我交保价费是按照2.1万元交的,他们收了钱就应该是认可我这个根雕摆件的价值的,结果一到赔偿就认为不值这钱了。”章女士还向顺丰出示了摆件的购买收据,可是对方不认可,表示章女士的摆件不值这个钱,“坏了一样有价值的,赔偿5000元最多了”。

章女士无法理解,“我是10年的老客户了,每次寄东西,一点小物件有问题了都自己认了,现在我这么大的摆件坏了还保价了,他们竟不按保价金额赔偿。”

有类似遭遇的还有在江苏南通从事电脑销售的施先生。他保价4000元寄给客户的电脑主机在快递途中受损,客户打开包裹一看,不光机箱破损变形,连主板上的配件也七零八落,其中显卡出现明显的物理变形。

“这么严重的状况肯定是运送途中摔碰了不止一次,”施先生气愤地表示,“顺丰那边也承认了过失,但只肯赔偿800多元。”

6月18日,施先生亲自将要寄送的电脑主机带到顺丰快递收发点。为防止意外,他还特地和工作人员一起往箱子里多塞了

几块纸板,并在箱子上写上“此面向上”等注意事项。可是,当6月20日快递送到时,意外还是发生了。联系顺丰寄件方取证后,顺丰承认了过失,却在赔偿金额上让施先生大跌眼镜。

“我和快递员也很熟,所以不想难为他们,就给了个赔偿金额,大概2200元,只有保价金额的一半,但他们说只能赔800多元。”施先生说。

赔付分“足额”和“不足额”

原来,当要理赔的时候,顺丰才对施先生解释说保价金额并不等同于赔偿金额。在货物损坏时,要根据保价金额和货物实际价格的比例,给损失乘上一个系数。

顺丰速运专员曾回复媒体称,“保价”赔付有“足额”和“不足额”两种规则。“比如在‘足额’投保的情况下,假如物品价值10万元,您保了10万元,后期损坏维修费用是1万元,咱们这边正常情况下1万元能全额赔付给您。如果这个物品价值10万元,您保了1万元,这种属于‘没有足额投保’,后期维修费用也是1万元,那就会产生一个赔付比例,这个比例是由您保障的金额除以物品实际价值,再乘以您的实际损失。”

施先生对记者表示,在初次反馈问题时,他根据职业习惯随口说电脑是1万多元,而他是按照4000元保价的。顺丰提出的800多元赔偿金也就是根据他提出的赔

偿金额2200元乘以0.4得出的。

“他们从来没有主动告知过我保价赔偿的规则,我寄了这么多年都没有哪次说过。”这是施先生最为气恼的地方。

施先生这半个月里多次与顺丰方面协商,却换来对方的一句“不再主动联系”。

应完善法律或制订行业标准

记者在新浪黑猫投诉平台检索发现,类似章女士和施先生这样的投诉案例还有很多,涉及多家快递公司。消费者和快递公司之间的矛盾焦点往往在于赔偿标准,但也有少数消费者申请理赔不予赔付的情况。有消费者投诉称,保价3000元寄送的游戏主机板显卡槽损坏,快递公司却以收货后超过24小时才申请理赔为由不予赔付。

那么,快递公司不按照保价金额赔偿是否违法呢?记者注意到,我国《邮政法》第四十七条规定,邮政企业对给据邮件的损失依照下列规定赔偿:(一)保价的给据邮件丢失或者全部损毁的,按照保价额赔偿;部分损毁或者内件短少的,按照保价额与邮件全部价值的比例对邮件的实际损失予以赔偿。(二)未保价的给据邮件丢失、损毁或者内件短少的,按照实际损失赔偿,但最高赔偿额不超过所收取资费的三倍;挂号信件丢失、损毁的,按照所收取资费的三倍予以赔偿。

对此,中国人民大学法学院教授刘俊

海表示,《邮政法》四十七条相关的“保价”内容条款放在第五章损失赔偿里面,而“快递业务”是在第六章,所以不当把第五章关于邮政企业的保价规则移花接木延伸到第六章的快递业务上来。

“如今的快递物流业务不能简单等同于传统的邮政普遍业务,快递企业收取费用后实际上与消费者建立了物流服务合同,就有责任和义务把快递物品保质保量送达目的地。尤其是作了保价处理的快递,相当于双方有专门约定,快递企业更应该遵循契约原则,按照保价金额进行赔偿。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说。

陈音江也说,《邮政法》第四十七条关于“保价”的规定不适用快递服务,当前没有其他法律法规对快递保价赔偿作出明确规定,各快递公司都制订了自己的赔偿标准,并以单方制订格式条款的方式印制在快递单上。但快递企业在快递单上列举的条款内容,明显减轻了自身的责任,排除了消费者的权利,属于霸王条款,其内容也不具法律效力。

陈音江建议,快递物流业发展很快,需求也很大。有关部门或行业组织应尽快从完善法律或制订行业标准的角度,探讨建立一套兼顾消费者权益保护和快递物流业健康发展的治理体系,从而解决当前快递物流行业消费者维权难的现状。

开市第一周科创板运行平稳

本报记者 北梦原

上周一,备受市场各界关注的科创板鸣锣开市,首批25只股票上市交易,标志着设立科创板并试点注册制的重大改革正式落地。从科创板首周的表现来看,市场情绪高涨,行情走势火热,总体运行理性平稳,基本符合预期。

数据显示,首批25只科创板个股上市首周相对发行价平均涨幅达140.2%。其中,安集科技以349.73%的涨幅高居涨幅榜首位,即使累计涨幅最小的容百科技5个交易日也高达67.88%。截至26日收盘,25只新股平均股价达70.75元,显著高于同期的主板、中小板和创业板。

前5个交易日里,科创板累计成交1428.98亿元,平均每只成交57.16亿元。25只科创板新股以不到两市1/100的股票数量,贡献了7.56%的成交额,市场热度可见一斑。

此前,由于科创板上市前5天没有涨跌幅限制,有投资者担忧首周市场会出现暴涨暴跌、大幅波动的情况。但从科创板上周的表现来看,科创板运行总体较为平稳、理性。除了首日行情出现较大波动,后续几个交易日中,科创板振幅大幅下降,在上周最后一个交易日降至8.99%。各股换手率也从首日的高度频繁逐渐恢复平稳。

不少机构和投资者认为,科创板从酝酿之初就备受期待,在高涨的市场情绪面前,科创板开市后,波动逐渐减小,反映出市场趋于理性,也显示出市场对科创板一系列制度安排的认同。

一周焦点



北京世园会迎来“泰国国家日”

7月28日,演员在“泰国国家日”活动上进行文艺表演。

当日,2019年中国北京世界园艺博览会“泰国国家日”活动在北京世园会园区举行。

新华社发(任超 摄)

今年以来新三板挂牌公司成交金额达457亿元

据新华社北京7月28日电(记者吉宁)根据全国中小企业股份转让系统(新三板)披露数据,截至26日,今年以来新三板挂牌公司累计成交金额达457亿元。

在交易方式方面,本周(7月22日至26日)新三板挂牌公司成交16.41亿元,较上周下降两成,其中以做市方式成交6.93亿元,以集合竞价方式成交9.48亿元。

在指数方面,新三板几大指数势头平稳,截至26日收盘,三板成指报936.18点;三板成指报761.63点,连续4个交易日以红盘报收。

新华社记者 何欣荣 周蕊

第二届进博会目前已由招展阶段转向招商和布展阶段。参展的世界500强和行业龙头企业超过250家,企业展面积达30万平方米。在数量和面积均超首届的情况下,如何保障采购商和观众愉快地“买买买”,数据为您一一解密。

【安保:17种证件精简为5种】大型展会,安全第一。来自上海城市服务保障领导小组办公室的信息显示,第二届进博会期间,将启动国家会展中心及其周边区域AR图像全景建设,让安保工作“精准化、可视化、智能化、专业化”。优化证件管理,将去年的17种证件精简为5种,把确保安全和方便展商结合起来。

上海市公安局副局长陈臻说,除了简化证件种类,安保部门还将设置临时办证“绿色通道”。坚持“根据不同安保等级调整控制区范围”的做法,把对周边企业、居民的影响降到最低。

【出行:36项重点工作确保“进得来、出得去、行得畅”】第二届进博会的客流强度不



“电商扶贫+乡村旅游创业一条街”开街

7月27日,游客(左)在都督乡梁桥村的“电商扶贫+乡村旅游创业一条街”了解农产品情况。

当日,位于重庆市丰都县都督乡梁桥村的这条街开街。此举旨在将当地的特色农产品进行线上、线下集中展示销售,打造独具特色的山货集市。

新华社记者 王全超 摄

“来源可查、去向可追、责任可究”是追溯体系建设的目标所在 “可追溯”护航乳粉质量安全

本报记者 蒋菡

乳粉质量追溯体系建设又迈进一步——“要配乳粉追溯”微信小程序近日正式上线运行,消费者可以更加方便、快捷地查询相关信息。

据了解,今年以来,工业和信息化部消费品工业司指导中国电子信息产业发展研究院和腾讯公司微信事业群,基于食品工业企业质量安全追溯平台开发了这款溯源小程序。目前,已有17家企业或品牌累计7.1亿条产品信息加入“信息库”。小程序可查询伊利、完达山、三元等17家婴幼儿配方乳粉质量安全追溯体系建设试点企业或品牌的产品追溯数据。

业内人士表示,这对于提升婴幼儿配方乳粉生产企业品质管控能力,提高产品质量安全保障水平,以及增强消费者对国产婴幼儿配方乳粉的消费信心,都将起到重要推动作用。

日前发布的中国奶业白皮书《中国的奶业》显示,国内乳制品的监督抽检合格率连续3年在99%以上,婴幼儿配方乳粉中三聚氰胺连续10年零检出。2018年国家食品安全监督抽检乳制品样品合格率为99.8%,是抽检合格率最高的一类食品,其中婴幼儿配方乳粉抽检样品合格率达到99.9%。

长期以来,“可追溯”被视为保障食品安全的一道“撒手锏”并在乳粉领域率先试点推行。

2014年6月,工信部开通了食品工业企业质量安全信息追溯公共服务平台,伊利、蒙牛-雅士利等6家婴幼儿乳粉企业首批纳入试点。2016年,原国家食品药品监督管理总局印发《婴幼儿配方乳粉生产企业食品安全追溯信息记录规范》,明确记录的信息包括产品配方研发、原辅材料管理、生产过程控制、成品管理、销售管理、风险信息管理等,产品召回等,并要求生产企业对生产全过程的关键操作人员、关键参数进行如实记录,确保记录真实、可靠,所有环节可有效追溯。

由此可见,追溯制度体系可以让产品信

息更加公开透明,消费者选择时心中有数。更重要的是,实行追溯制度体系后更便于监管,一旦发现问题存在,企业也能更加及时地采取召回等措施。

国家发展改革委、农业农村部等七部委日前发布的《国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案》已经明确要求,逐步建立全国统一的婴幼儿配方乳粉质量安全追溯平台,3年内实现质量安全追溯体系建设覆盖60%以上婴幼儿配方乳粉企业。

此前,各大企业的追溯系统虽已基本构建完毕,但是追溯方式、追溯信息却有差别。比如有的要消费者输入追溯编码,验证较为繁琐。有的追溯码仅显示乳粉的物流信息,生产、检验等环节的信息处于缺失状态。

对此,有专家指出,要推动各企业按照统一标准对现有质量安全追溯系统进行改造,并与国家平台对接。此番推出的“要配乳粉追溯”微信小程序有望实现这种对接。

“来源可查、去向可追、责任可究”是追溯体系建设的目标所在。而追溯系统最终发挥作用,不仅有赖于乳粉生产企业和相关监管部门,消费者“扫码”也是不可或缺的环节。当更多的消费者利用追溯系统确定产品真伪,及时向生产者或相关部门反映问题,可起到更有效的监督作用。

诚信建设万里行

吃住行购,样样“更好”

——数据解密第二届进博会服务体系

市的直接印象。

来自上海文化和旅游局的信息显示,综合考虑经营规模、诚信经营等各类因素,已梳理出第二届进博会的住宿房源信息,涉及4个圈层,1762家宾馆、酒店,逾29万间客房。“相关部门将加强对酒店客房价格的监测预警,为协调客房供应、稳定住宿价格奠定基础。”上海文化和旅游局副局长张旗说。

餐饮方面,市面上将推出“上海味道”美食地图,介绍一批餐饮美食品牌。国家会展中心将通过引进品牌商户等措施,将中午高峰期快速供餐能力再提升15%。同时加大菜市标价的预审力度,确保经营有序。

【市容市貌:展馆配置2000余个分类垃圾箱,重点区域可“席地而坐”】上海的垃圾分

类成效如何,来进博会的展商客可以第一时间感受到。中国国际进口博览局副局长孙成海说,为打造绿色环保展会,已制定进博会《生活垃圾分类实施方案》,配置2000余个分类垃圾桶,新增12辆分类驳运车,确保垃圾分类执行到位。

上海市绿化市容局副局长方岩表示,借进博会的机遇,上海持续提升市容环境精细化管理水平。比如,去年的“清死角、消盲区、大冲洗”城市清洁行动已经固化为每月一次。不但薄弱区域大幅度减少,重点区域要实现可以“席地而坐”。

来自共青团上海市委的消息称,为了让城市更靓丽,上海将招募选拔5000多名志愿者,全面加强城市形象宣传和市民文明行为引导。

【采购交易:新增5项便利化措施,发挥好展会溢出效应】促进成交,是进博会的核心工作。上海市人民政府副秘书长、城市服务保障领导小组办公室主任尚玉英说,在有关部委的大力支持下,第二届进博会继续固化沿用首届展会的20多项政策措施,并新增5项便利化措施,包括扩大参展商品的销售功能,6天展期内允许销售的商品,依托虹桥进口商品保税展示交易中心,在一年内可以销售。

“首届进博会以来,海关持续推进商品保税展展销工作常态化,积极支持一站式交易服务平台建设。”上海海关副关长黄迂明表示,总的目标就是发挥好进博会的溢出效应,全力打造联动长三角、服务全国、辐射亚太的进口商品集散地。(新华社上海7月28日电)