

热点事件：优化快递配送的“最后一百米”

一、热点概述

近日，交通运输部网站公布了新修订的《快递市场管理办法》，自2024年3月1日起施行。新公布的《快递市场管理办法》要求：经营快递业务的企业未经用户同意，不得代为确认收到快件，不得擅自将快件投递到智能快件箱、快递服务站等快递末端服务设施，最高将处以3万元罚款。

近年来，国内快递业务发展迅猛，截至2023年12月，我国快递年业务量已突破1200亿件。在给公众生活带来巨大便利的同时，快递业务量的激增也带来了一个新的问题：很多快递小哥根本不征求收件人的意见，随手就将快件丢在小区门口或是快递柜内，更有甚者，还没有开始派送，快递员就已经代为签收。优化快递配送的“最后一百米”，不仅关乎公众的消费体验，而且关乎快递行业的口碑和发展。

二、答题素材

1. 事实（举例）论证：

以往谈及快递小哥服务质量不高这个问题，人们往往归咎于快递行业的“价格战”：为了抢占市场份额，不少快递企业大打“价格战”，由此，不仅造成快递小哥收入下降，而且诱使他们“多拉快跑”，以缩水的服务换取收益的提高。实际上，这只是一种表象。更深层的原因在于，快递市场中，消费者、快递小哥、快递企业本是一种三方关系，但由于快递企业责任的缺失，往往会形成消费者与快递小哥的直接博弈。每个快递件都上门会增加快递小哥的负担，而扔在快递柜又会让消费者不满意，消费者将差评打出来也只是快递企业受理，如果处罚快递小哥，小哥可能会通过进一步压缩服务质量，以补偿处罚带来的损失。基于这样的背景，新公布的《快递市场管理办法》最大亮点就是，明确了快递企业的主体责任以及具体罚则。

2. 道理论证：

（1）作为一种商业服务，保障快件安全迅速地交到消费者手中，这本身就是快递企业的应尽之责。彻底消除快递行业的各类市场乱象，首先就要以严格的监管与问责，敦促快递企业承担起应尽的责任和义务。这不仅仅是为了保障消费者权益，同时也能够倒逼快递企业提高快递小哥的薪酬待遇——建立在市场更加规范的基础上，快递企业必须提高快递小哥的劳动报酬和福利待遇，以此来提升服务质量、拓展市场空间。

（2）当前，全国日均快递包裹量已超3亿件。从西北戈壁到西南边陲，从乌蒙山区到秦巴腹地，都有不断延伸的快递网络。规模如此庞大的行业，仅靠末端揽投人员的急速狂奔，注定难以支撑。既解决服务不断“缩水”问题，又切实为快递小哥减负，有赖于市场机制、激励机制的调整以及监管的完善。对快递企业来说，应该认识到：在经历过行业快速发展后，能够留下来、赢得用户的，终将是提供更好服务的那一个。

3. 对策建议:

- (1) 监管部门要以严格的监管与问责, 敦促快递企业承担起应尽的责任和义务……
- (2) 电商平台可以推广让消费者自主选择不同收费标准和服务模式的快递企业……
- (3) 快递行业和企业要强化服务意识, 以优质的服务来赢得用户的选择……

4. 原因分析:

- (1) 在疫情期间, 快递无法送进小区, “快递不上门”的传统如今仍在延续……
- (2) 统一送到快递柜或驿站, 降低了快递小哥与消费者的沟通成本, 快递员送货效率得到提升……

三、出题方向

(一) 你怎么看?

1. 近期, 交通运输部网站公布了新修订的《快递市场管理办法》, 自 2024 年 3 月 1 日起施行。新公布的《快递市场管理办法》要求: 经营快递业务的企业未经用户同意, 不得代为确认收到快件, 不得擅自将快件投递到智能快件箱、快递服务站等快递末端服务设施, 最高将处以 3 万元罚款。对此, 你怎么看?

◎**审题判断——你怎么看? (政府行为类)——答题结构【点题/破题-意义-原因分析-过渡-对策-总结结尾】**

◎**解题思路**

第一步——点题/破题:

随着电商行业的繁荣和快递业的快速发展, 快递行业的服务质量和用户权益保护问题也日益凸显。近期交通运输部新公布的《快递市场管理办法》对快递企业的经营行为进行了更为严格的规范, 我认为这项规定意义重大……

第二步——意义:

- 其一, 有利于保障用户的知情权和选择权, 避免快递员擅自处理用户快件, 减少消费纠纷……
- 其二, 有利于提升快递行业的服务质量和用户满意度, 让企业不断优化服务来获得消费者青睐……
- 其三, 《快递市场管理办法》的出台进一步规范快递市场秩序, 促进快递行业健康发展……

第三步——原因分析:

首先, “快递不上门”这些损害消费者权益的行为, 表面上是快递小哥不负责任, 根子里则是快递企业管理不当, 责任意识不强……

其次, 快递需求日益增长, 快递小哥处于高工作量、低待遇和好差评机制等多重压力下, 缺少相应的行业标准与规范……

第四步——过渡:

天下之事不难于立法, 而在于法之必行, 要想让这项管理办法落地生根, 产生实效, 我们还可以采取以下措施来保障实行:

第五步——对策：

第一，宣传培训提意识。政府和快递行业协会可以通过政策宣讲会、线上推文宣传等多个渠道，加强对新《快递市场管理办法》的宣传和解读，提高快递企业和从业人员对法规的理解和遵守意识。同时，企业也可以开展相关培训，帮助员工和快递员了解法规要求，使快递服务更好达到规范要求……

第二，健全机制严监管。相关监管部门应加大对快递市场的监管执法力度，建立健全监督检查机制，加大对违规行为的查处和处罚力度，同时，对于违反新《快递市场管理办法》的快递企业和个人，要依法依规严肃处理，形成有效的震慑力，倒逼企业落实规定……

第三，创新服务重需求。电商平台可以推广让消费者自主选择不同收费标准和服务模式的快递企业，以需求和定制服务为方向，通过大数据、云计算、用户登记等方式了解消费者对快递是否上门的具体诉求进行细分，让送上门、快递柜、快递超市等方式各尽其用，提升消费者消费体验……

第六步——总结结尾：

让快递员“送”得开心，让消费者“收”得放心，需要政府、企业、平台的共同努力。我相信通过以上措施，《快递市场管理办法》能更好地得到落实，快递行业也会在规则的约束下获得健康、长远的发展……