



送货上门成“奢求” 快递为何“快而不递”

近日,交通运输部发布《快递市场管理办法》,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的,最高将处以3万元罚款,该办法将于3月1日起施行。一时间,快递能否送货上门的问题再次热议。

驿站代收问题不少

“我早就习惯凭取件码到驿站取快递,尽管有时候明明在家,还要下来取件挺麻烦的,但这么多年一直这样。”家住西安市大元路的宋女士告诉记者,快递员将货物放在驿站就是“默认选项”了,虽然有时候不情愿,但也只能无奈接受。

1月17日,记者在西安市皇城东路及北大街北宁坊随机采访了12位市民,他们都表示,大多数快递都被“自作主张”存放在驿站或快递柜。即使是顺丰和京东也只是打电话通知取件,快递员不会主动提起可送货上门,除非收件人明确提出要求。

“通常驿站代收相当于‘我已签收’,有一次商家发出的货物有质量问题,给我在后期维权造成了不少困扰。”赵女士反映的问题具有一定代表性,不少市民都表示,驿站代收最大的弊端在于剥夺了他们当场验货的权利,如果能够送货上门,就可以立即拒收有问题的商品。

“有时候不知道为什么不收到取件码,有一次,快递已经在驿站存放了好多天,我都不知道。”家住北宁坊小区的孙先生说,拿到快递时,已超过7天无理由退货时间,商家拒绝退货,他不得已只能向快递公司投诉。

在记者采访中,还有市民表示,有时候货物过重,家里只有老年人,搬运特别困难,快递员替收件人“做主”存放在驿站有逃避责任的嫌疑。

是否送货上门众口难调

尽管不少市民对快递员擅自将货物存放在

驿站颇有微词,但仍有部分人认为存放在驿站的方法很适合自己的,不希望改变目前的派送模式。1月19日,记者在西安财经大学家属区与西安市中心医院附近就相关问题询问了20位市民,其中有9人表示并不希望快递员送货上门。

西安财经大学教师洪女士说:“派送时间都是在我上班的时候,一是接电话有点麻烦,二是即使接了电话也没有时间接电话,不如放在驿站,等我方便的时候随时可以取。”

“放在驿站就很好,快递送上门意味着具体的住址信息完全暴露,总觉得不太放心。”市民孟女士这样认为,她自己一个人独居,要开门与快递员面对面接触会觉得不太安全。

另外,还有一些市民从快递物品的安全性与派送时效方面考虑,不愿接受送货上门。“我们这里快递送货上门不管人在不在,就把包裹挂在家门口,尽管快递员承诺丢件赔付,但一旦丢失总是麻烦事。”市民周先生说。除了安全上的担忧,送货上门的时效也很难让人满意,有时候前一天显示派送上门,过了24小时也送不到。

快递员的“苦衷”

记者了解到,早在2018年5月1日就已施行的《快递暂行条例》规定,“经营快递业务的企业应当将快件投递到约定的收件地址、收件人或者收件人指定的代收人,并告知收件人或者代收人当面验收。”那么,多年前的规定,为何一直难落实?记者在西安市太元路区域内对部分快递员进行了采访,他们表示不送货上门“其实有苦衷”。

“派送一单挣1块钱左右,量最大的时候一天几百件,每一件都先打电话再爬楼梯送到客户手中,一周都干不完。况且工作日打电话大部分没人接或者不在家。”快递员晓军告诉记者,有时他自掏腰包把快递放在驿站或者快递柜也是迫于无奈,如果因全部送货上门导致完不成任务

或者耽误了时效而收到大量投诉,算经济账根本吃不消,现在这样即使偶尔收到未送货上门的投诉被罚款,也是“划算”的。

快递员乔一:“我在西安很多地方送过快递,有些小区或者单位根本就不让进,完全落实规定不太现实。”

记者还了解到,目前快递行业竞争激烈,快递公司对于快递员送货上门缺乏有效的激励机制,同时又重点强调时效性,这些也是送货上门难以落实的原因。

期待差异化服务

据西安市邮政管理局发布的数据,去年1-10月西安市邮政行业寄递业务量累计完成95550.83万件(含邮政公司包裹业务),面对如此庞大的业务量,加之不同人群对送货上门有完全不同的态度,送货上门这一正常市场需求让消费者和快递员各自为难。

“可以根据是否送货上门以及送货的时效,设置不同的快递资费。”市民任女士表示,如果不送货上门,那么快递员在费用上给予优惠,或许大家更容易接受。并且,电商平台在结算时就应该给消费者提供多种派送方式的选择。

“要解决目前的问题,需要对快递服务分层分类,按需提供价格较高的优质派送服务与相对实惠的普通派送服务,优质服务送货上门,其他则允许驿站代收,将选择权交给收件人。”物流工程与智能专业博士郝新军认为,快递企业要加强科技赋能,更好地平衡成本和服务,借助智能外呼、定制化标签等了解客户对配送的需求,让配送方式更匹配客户需求。同时加强末端管理,并确保快递员权益,结合投递难度设置差异化的末端派费,强化售后服务,对出现的相关问题妥善处理。(应受访者要求,文中快递员均为化名)

本报记者 胡春琳

我国全面开展健康家庭建设

新华社北京1月20日电(记者 李恒)国家卫生健康委办公厅、全国爱卫办、民政部办公厅等8个部门日前联合印发《关于开展健康家庭建设的通知》,全面部署健康家庭建设工作,以健康家庭构筑健康中国牢固根基。

健康家庭是指家庭成员履行自身健康第一责任,掌握必备的健康知识和技能,践行文明健康绿色环保生活方式,传承优良家风家教,家庭环境卫生健康,家庭成员身体、心理和社会生活处于良好状态的家庭。

健康家庭建设的基本条件包括:家庭主要成员在本村(社区)居住满1年;家庭成员与当地村(社区)卫生服务机构实行责任医师签约制度,接受家庭医生签约医生的诊疗和家庭健康指导员健康生活方式的指导等;家庭成员健康状况良好。

通知从提升家庭健康素养、营造健康家庭环境、培育优良家庭文化、健全健康家庭工作机制4个方面,部署了包括开展健康家庭知识普及、倡导文明健康绿色环保生活方式、健

全重点人群健康保障等11项重点任务。

其中提出,开展科学育儿理念和知识宣传,开展老年人认知障碍预防和早期干预知识普及。对家庭成员开展失能失智老年人照护培训,倡导家庭制定健康管理规划,培养健康家庭明白人。建立健全生育支持政策体系,大力发展普惠托育服务体系,显著减轻家庭生育养育教育负担,推动建设生育友好型社会。加强全生命周期生殖健康服务,开展青春健康教育,提高青少年健康水平和家长亲子沟通技巧。

此外,通知从提升居民健康素养、培育优良家庭文化、培养家庭健康指导员、建成健康家庭服务阵地等5个层面提出阶段工作目标。根据通知,到2025年,全国居民健康素养水平不低于25%;到2030年,全国居民健康素养水平不低于30%。与此同时,每个村(社区)配备1至2名家庭健康指导员,到2025年末,覆盖90%以上的村(社区),基本实现全覆盖;到2030年末,覆盖100%的村(社区)。

直言

茶饮品牌“喜茶”因推出一款联名跨界茶饮被有关部门约谈。尽管相关产品已经下架,但联名跨界这个当下颇火的创新之举,依然值得思考:产品联名跨界应当遵循怎样的原则?产品营销的边界又在哪儿?

近年来,品牌搞联名、营销求创新,成为热潮和趋势。诸如老字号与新品牌的“联手”,本地白酒与西式咖啡的“融合”,还有各式“玩梗”、花样传播的包装、广告,赚足了眼球,好不热闹。创意可以有,但底线不能无。

想要创意营销立得住、跨界合作走得远,首先必须稳稳地站在法律法规的一边、公序良俗的一边。有些品牌,故意在灰色地带游走,试探规则的底线,受到严厉惩戒,一点不亏。还有些品牌,创意令

跨界营销千万别“越界”

人点赞,但创新中忽视了相关法律法规,为此受到惩罚就让人惋惜。多些规则意识,把法律的规范、公序良俗的底线作为“边线”,才能绘出令人眼前一亮的创意。

要想打造真正可以长红的“网红”,经得住流量“洗礼”的产品,说到底,还是要把握好品质与营销的关系。品质和服务是本,失去了“本”,再好的营销创意也就成为“末”。可以看到,从越做越好的老字号,到做立街边、客流不断的“百姓食堂”“土菜馆子”,再到逐步以高品质“征服”消费者的国货潮牌……那些精心打磨产品、为消费者奉上高性价比的经营主体,才是消费者心中真正的“顶流”。

营销中的好创意、巧联名,为市场注入蓬勃活力。不必给火热的营销创新“泼冷水”,但商家确实需要一些“冷思考”。在“流量至上”“眼球经济”的当下,那份对品质的执着坚守、对质量的不懈追求,更显珍贵。(力石)

西安众人接力传递爱心 外国友人手机失而复得



近日,一则温馨的故事在西安发生。来自吉尔吉斯斯坦的三位外国友人在乘坐出租车时,不慎将手机遗失在车上。幸运的是,在众人爱心接力、齐心协力的帮助下,手机终于被找回。

孟阿利是西安天子出租汽车集团有限公司的驾驶员。据她回忆,1月16日16时左右,她驾车行驶到咸宁广场时,看见几名民警正在路边焦急地打出租车,她赶忙靠边停车,民警交代她送三位外国友人去天子公司。“这不是我们公司吗?去那里干什么?”孟阿利心里这样想。出于好奇,她询问了民警同志,这才得知事情的来龙去脉。

原来,这三位外国友人从吉尔吉斯斯坦来西安旅游,中午从酒店出发乘坐出租车,到达目的地后,将手机落在了出租车的座位上。由于她们记不清车牌号,于是去派出所报警,民警调取监控后,得知这是天子公司的出租车,现在打算前往天子公司找车。

热心的孟阿利立即联系了公司的车队队长,询问应该如何查询车辆信息。

“如果不知道车牌号,就要去西安市出租汽车管理处才行。”通过翻译人员的翻译,在征得三位乘客同意之后,孟阿利按照队长的提醒,载着她们前往西安市出租汽车管理处,查询车辆有关信息。

待到达后,孟阿利又陪着乘客上楼,向行业主管人员说明了情况,很快就找到了当时那辆车的信息,并联系到了车主,孟阿利又留下来帮助乘客与车主进行沟通,说明情况。

孟阿利说:“当看到别人遇到困难时,我们应该伸出援手,做自己力所能及的事情。”当晚6时许,孟阿利按照约定的地点,将三位外国友人送到了宰家庙附近,她们拿回了失而复得的手机,非常激动,连连道谢,向大家竖起了大拇指。

“她们当时非常着急,因为有很多联系方式和重要信息都在手机里。民警、孟阿利、车队长、捡到手机的司机师傅……不光是他们,连路人都在帮忙想办法。”外国友人通过翻译表示,“她们觉得这里的人都非常友好和热心,特别感谢大家。” 见习记者 陈沐妍

2577家网站和APP完成适老化及无障碍改造

新华社北京1月19日电(记者 王悦阳 张辛欣)工业和信息化部新闻发言人赵志国19日在国新办发布会上表示,信息通信服务提质升级,持续赋能经济社会发展和民生改善,数字适老化体验不断优化,2577家网站和APP完成适老化及无障碍改造,“一键呼入人工客服”服务老年用户超3亿人次。

在加强用户权益保障方面,赵志国表示,着力强化APP全流程、全链条治理,应用商店在架APP抽检合格率提升20%,持续推进电信网络诈

骗防范治理,拦截涉诈电话和短信近50亿次,核查处置涉诈高风险互联网账号超2亿个。

赵志国说,下一步,将开展数字技术适老化2.0升级行动,上线推广一批适老助残新功能,推动适老化数字技术普惠共享,积极利用大数据人工智能大模型等创新技术,助力敏捷精准高效监管,持续提升“来电免打扰”防骚扰服务能力,加大电信网络诈骗防范治理力度,加强实名制等基础管理,持续深化反诈技防体系,切实维护人民群众财产安全。

西安城墙甲辰新春灯会2月2日亮灯



工人正在城墙上制作灯组。

本报讯(李明)2024西安城墙甲辰新春灯会目前正在紧锣密鼓筹备中,将于2月2日在永宁门区域亮灯,市民和游客可在文昌门以西至朱雀门以东区域欣赏精美绝伦的

灯组,体验浓浓的中国年味。

本届城墙灯会围绕“灯火暖长安 龙启中国年”这一主题,在“辉映长安”“福运天下”“锦绣中华”“梦幻童真”四大灯区展示龙年特

色鲜明、春节气息浓郁的近20组花灯,用璀璨的灯火扮靓古城西安。灯会将持续至3月24日,共计52天,不再设现场购票点,大家需要通过“西安城墙景区”微信小程序提前7天线上预约购票。与此同时,景区还将以网络直播的形式,同步向全球展示新春灯会的空前盛况,以及正定、南京、开封、襄阳、荆州、肇庆等全国多地古城城墙(城市)的璀璨夜景,共同点亮甲辰新春“中国红”。

除此之外,今年灯会还有白天演出活动,每天09:30-17:30将有30场演出轮番上演,春节期间(初一至初八)增加至56场,演出内容以唐代历史文化为背景,形式涵盖舞蹈、快闪、行为艺术、情境互动等。

持省社保卡可享西安公共图书馆借阅服务

本报讯(周明)自2024年起,持有陕西省实体社保卡或电子社保卡人员可在西安市11个公共图书馆享受免注册、免押金借阅图书服务。

上述11个公共图书馆包括西安图书馆及西安市灞桥、莲湖、未央、长安、雁塔、鄠邑、灞桥、阎良、周至、高陵等10个区(县)图书馆。

西安市人社局相关处室负责人表示,未办图书馆任何读者证的读者,首次使用社保卡登录,系统默认为其免费办理社保卡类型读者证,可直接使用社保卡进行图书借阅。

持有二、三代实体社保卡人员均可直接在自助机上点击借书,选择“刷卡登录”方式按提示进行登录。如果个人未办理过社保卡读者证,可按照系统指引进行无感办证。电子社保卡使用方法:点击借书,选择“扫码登录”方式,将社保卡电子码对准自助设备“电子证扫码区”进行登录;登录成功后,将书本放置在图书感应区,点击确认,完成图书借阅。

企业快讯

陕煤运销红石峡公司:开展主题党日活动

本报讯(通讯员 郭赛利)1月16日,陕煤运销集团红石峡公司组织开展“党群携手健步行 凝心聚力启新程”主题党日活动。活动中,全体职工徒步如飞,享受自然之美,畅谈工作生活,共话劳动成果,用行动迈出新年新步伐,促进党员干部和职工群众密切联系,同时展现全员聚力冲刺2024年奋斗目标任务工作新气象。



1月16日,陕煤运销集团第四工程公司泰创原临空智造园项目为劳务工友熬制姜汁,送上暖心慰问和安全提示,受到现场工人的好评。 通讯员 杨朋超 摄



1月17日,中国水电三局基础建筑公司港务区各项目部职工,走上街头开展“清扫积雪保安全 志愿服务暖人心”服务活动,保障往来群众出行安全。 通讯员 买小峡 摄

2023年陕西共受理消费者投诉17485件

提醒:家装合同或藏“陷阱” 口头约定不可轻信

1月19日,记者从陕西省消保委获悉,根据发布的《陕西2023年消费者投诉情况分析报告》,去年全省各级消协组织共受理消费者投诉17485件,解决16469件,为消费者挽回经济损失1578.89万元。

售后服务投诉量居首位

根据投诉性质分析,售后服务、质量、合同、价格、虚假宣传占据消费者投诉的前5位。与上年相比,售后服务投诉仍居投诉总量首位,其他方面的投诉占比下降趋势明显,安全和价格的投诉占比上升幅度较大。

根据投诉商品分析,家用电器类、服装鞋帽类、食品类、日用品类、房屋及建材类占据了消费者投诉的前5位。在具体商品投诉中,2023年投诉量居前十位依次为食品、服饰、视听产品、房屋、装修建材、汽车及零部件、烟草和酒类、保健食品、家用电器、家具。

在具体服务投诉中,2023年投诉量居前十位的是店面销售、媒体购物、房屋装修、餐饮服务、旅游、住宿服务、教育服务、快递服务、经营性互联网服务、物业服务。

购房时勿信口头宣传

据分析,2023年全省消保委(消协)共受理房屋类投诉444件,同比增长35.78%。消费者投诉反映问题主要为房屋质量及保修争议;不符合条件,强行交房;不平等格式合同侵权;房屋面积与约定不符等。

据此,省消保委建议消费者,在购房时不轻信开发商口头承诺和宣传,对商品房的质量、售后、相关资质、合同条款、施工单位口碑、开发商的经营状况等情况谨慎了解后再做选择,尽量减少购房风险;政府相关部门应加强对房地产行业监管,通过政策引导房地产行业提升升级,解决消费者的后顾之忧,提振消费者购房信心,促进房地产的平稳健康有序发展。

警惕家装消费新套路

2023年,全省消保委(消协)共受理装修消费投诉524件,主要集中在虚假宣传诱导消费者、合同设陷阱,质量折扣及故意拖工期,承诺不兑现等方面。

省消保委建议消费者,对装修公司“优惠价”“内部价”“特价套餐”“样板房价”等具有诱惑力的宣传要保持理性,口头约定内容应写进

合同或补充协议;签合同时要仔细阅读预算、工期及违约责任等重点内容,以防不公平格式合同引发消费侵权。装修进程中,消费者应对重要材料货品的进场进行验收,查看产品质量报告及品牌证明文件。如发生装修纠纷,请保留证据向消费者保护组织或相关行政部门投诉举报。

健身服务消费需谨慎

近年来,健身服务是投诉处理的难点问题之一,主要集中在办卡容易退卡难;健身教练以各种“话术”推销私教课程,诱导消费者办理金额较大的私教课;经营者泄露消费者个人信息,危害消费者个人信息安全。

省消保委建议消费者,优先选择规模较大、信誉较好的商家,不要一时冲动办理大额长期健身卡;交款前认真阅读合同条款,发现格式合同不合理时,可结合自身需求与经营者协商签订详尽的书面补充协议,明确双方责任权利义务,退款计算方式、合同解除及违约责任承担等关系切身利益的事项。购买私教课程时,最好循序渐进,少量购买,及时消费,并留存消费凭证,以便发生纠纷后及时有效维权。 本报记者 刘强