

驿站成了默认收货地址 想改送家中却费尽周折

我的快递为什么送不上门？

伴随着网购火爆，有些消费者尤其老年消费者，希望快递能投送到家，却总被通知快递投到了驿站。记者调查发现，在一些小区，快递默认投放驿站或快递柜，想在家门口收快递，消费者要费尽周折。到底是什么原因导致快递无法送上门？

累人 短信一来 就得下楼取

张大爷今年已满80岁，儿女成家之后，家里就剩他和老伴儿。最近几年，张大爷遇到了收快递的难题。“有时候孩子、亲友给我寄点东西，我还得下楼去拿。”

张大爷说，小区里有三个快递驿站，一个在报亭，一个在地下超市，还有一个在地面超市。每次快递放到驿站，张大爷就会收到一条短信，让他凭取件码去指定驿站取件。“我都八十了，眼神不好，老伴儿眼神也不好，短信看不清楚。有时候还把短信漏了，快递长时间没人取，就给退回去了，你说麻不麻烦？”

为了避免快递被退回，张大爷开始留意手机短信，一收到取件短信，他就赶紧下楼去快递驿站。“有时候已经夜里了，我怕隔夜又给退回去，只能打着手电，摸黑下楼去取，这马上天气冷了，想想都难受。”

到了驿站，取件还要排队。轮

到张大爷了，他戴上老花镜，拿出手机，查找短信。“取件码那个数字啊，太小，我还经常要请旁边的小年轻帮我看。他们年轻人会弄，我一看是扫一扫就能取件了。我也不会啊，干着急。”

前两天，有朋友给他寄了一本书，张大爷漏看了短信，一直没取，被退了回去，朋友只能再次投递。张大爷的外孙子，正好来看望他，外孙子教了他一招。“他说让人家寄快递送到付，能保证上门。”于是，张大爷跟朋友说，再寄一次，到付。这回，果然等到了上门送件。

记者在人民网领导留言板上搜索北京市范围内，快递送不上门的相关投诉，发现两年以内的投诉多数集中在快递员将包裹放在驿站，驿站就不再上门，要求消费者到驿站取件。翻看投诉所在的小区，发现以老旧小区和郊区为主。

想懒 巧动手脚 拒绝快递柜

去年11月中旬，上班族杨女士陆续收到了自己“双十一”购买的衣服、护肤品等快递包裹。和几个月前相比，略有不同的是，如今送货上门的包裹更多了，她少了去快递柜和小区驿站的次数。原来，她在快递柜的小程序上“动了手脚”，专门点击设置了“不要暂存”这一项。

“以前，除了个别公司快递员会送到家门口，其他能送到快递驿站去，都算是好的，扔到收费快递柜，更气人。”杨女士说，自己网购很多，小区楼下有两个快递柜，一处快递驿站。但是，之前的快递员送货时连电话都不拨打一个，直接就把包裹扔到了楼下收费快递柜，这让她十分恼火，“有一个柜子来回一趟得十分钟，走点儿路没什么，但明明是快递员自己放的，为什么需要消费者掏钱取包裹呢？”

杨女士说，有的快递员将包裹放在快递柜或驿站，消费者短信验证码看得少，很容易忽略。后来，她研究快递柜的小程序发现，可以

设置为不要将包裹存放在快递柜里。于是，她没有犹豫，果断设置了这一选项。

不过，不同快递柜，设置方式方法并不一样。“之前在小程序里设置了拒收，不知道什么时候开始居然又能入柜了……拦都拦不住。”白领潘盼说，自己联系了快递柜客服后，得知要专门下载软件，而后在软件中进行操作设置。“研究半天，原来拒放快递柜要把所有快递公司都给点击选上，然后限制入柜的时效选择长期。”潘盼介绍，几年前消费者还能简单省事地直接在小程序中设置拒收，如今则是“只能这样设置拒绝所有快递公司存放”。不过她对送货上门很较真，自从一项项选择妥当后，就再也没有自己的包裹被放进快递柜了。

记者发现，为了确保有的重要包裹能够送货上门，像杨女士和潘盼一样操作的不是个例。在社交平台上，有消费者交流设置取消包裹存放在快递柜的步骤，甚至怎样让快递柜“拉黑”自己。

揭秘 如何投放 全靠算收入

晚上9点，忙活一天，快递员徐立成终于回到家中。每年“双十一”临近，他都会迎来一年中最大的挑

战——派件量近乎翻倍，带来了体力精力的消磨。尽管如此，他也按照公司要求，提前联系消费者，将每



一件包裹尽量送货上门，不得未经消费者同意就将包裹投递到快递柜或者驿站。

快递员投递包裹挣钱的类型有两种，一种是单价高、上门要求严、投诉处罚也高的公司，快递员以质取胜；另一种是单价低、上门要求不严、投诉处罚力度低，快递员以量取胜。

徐立成属于以质取胜，公司快递收费较高，但是公司服务口碑好，严格要求联系收件人、上门投递，快递员投递每个快递的提成也达到1.5到2元。尽管快递量相对其他公司偏少，每单耗时长，但收入却不吃亏。

徐立成说，如果把包裹放到快递柜，需要按照柜口大小，每件支付0.3元至0.5元不等的成本，如果放到便民驿站或者小超市，基本也是

1元钱左右一个件。

更关键的是，公司对上门要求非常高，客户权益保护意识也强，一旦因为自身投递原因，被消费者投诉举报，“公司内部有严格的扣分机制，罚款100元起，你说我一个件才赚多少？”

而快递员黄建民属于以量取胜，他所在的公司，以快递费便宜著称，选择这家公司的，也以走量的网店居多。他每个快递的提成是1.2元，而且不分大件小件，都按照这个价。只要投到快递柜或者驿站，就算完成。

“对我来说，多完成投递才能多赚钱。”驿站的费用是由公司去谈，比他个人去谈便宜。“在老小区，没电梯，需要爬楼，我们时间和体力都消耗比较大，还不如投到驿站，多投多挣钱。”

两难 成本掣肘 上门难盈利

天已经黑了，快递驿站站长老曹还在忙着收货理货，他要尽快把快递分拣出来，交给上门派送员，保证把今天的货全部送上门。“我们全年365天无休，就算是除夕、初一，也得留人。”

聊起快递上门这件事，老曹有一肚子苦水。“真是众口难调。有的顾客不上班，希望送家里去；有的顾客上班，又觉得包裹留在驿站安全，不想让我们送家里去。”

他说，现在驿站品牌很多，有大有小，合作方式也很多。老曹的驿站属于比较大的，快递公司跟他合作，驿站每收一个件挣0.8元。但这个钱，不够雇上门派送员的。“驿站离不开人，我得守着。要雇派送员，一个件得给一块钱。”

好在，老曹属于大型品牌驿站，管理严格。最重要的是，送自家品牌的快递能拿到额外补贴，大

约一个件再补贴1.3元。“我们公司是保证自家品牌的快递一定要送到客户手里，所以给补贴。有了这些补贴，我们驿站才能有盈利。”

老曹说，同行驿站的情况各不相同，但总体上，如果没有补贴，就没法雇人派件，“要不就是夫妻店，自己跑腿送”。这种盈利模式，导致老旧小区和郊区，容易出现快递不上门的情况。

老旧小区没电梯，时间和精力上，快递员和驿站都不愿意多付出；郊区，每个驿站辐射的区域面积太大，派送上门，时间、体力、成本上都不合适。“现在基本情况就是这样，除非从源头上，提高快递单价。现在有的网店1块钱的商品都包邮，可见快递单价已经做到很低。提高快递单价，最后消费者愿不愿意买单，这又是个问题，难办。”

文图来源：北京晚报