

疫情冲击下快递如何“通”

3月以来,受部分地区疫情影响,多地快递出现阶段性延缓甚至中断,部分电商平台也出现发货延误、暂停发货现象,对快递服务冲击较大。

经测算,3月中国快递发展指数为251.1,同比下降7.1%。发展规模指数、服务质量指数、发展能力指数和发展趋势指数分别为324.9、303.4、187.7和62.4,同比分别下降1.7%、8.6%、8.1%和39.1%。

快递限速受阻,不仅是消费者买的东西迟迟收不到,一些电商平台上的经营者也面临着订单锐减、货物积压带来的损失。特别是对时效性要求较高的农特产品,由于无法向顾客保证具体送达时间,一些农产品销售商只能劝消费者慎拍。

“快递业已成为生产生活须臾不可或缺的重要行业,特别是在新冠肺炎疫情下,快递对于保障生产生活的重要作用不言而喻。”北京邮电大学邮政发展研究中心主任赵国君在接受

记者采访时表示,快递物流因疫情而出现延缓甚至中断,除对生产生活产生实质性影响外,还可能加重疫情下公众的焦虑情绪。

一边是对快递翘首以盼的消费者,一边是遇到发货难的商家,如何保障用户网购体验、畅通物流脉络,不仅考验着相关部门的统筹协作能力,也考验着物流企业们的运转能力。

面对此轮疫情导致多地区域性运输受阻,一些物流快递企业开始动态调整运输路线,降低物流受阻带来的影响。据中国邮政集团有限公司寄递事业部副总经理张战军介绍,目前全国增开了56条省际线路,动态调整了168条省际线路,通过绕行、直开的方式来避免疫情对邮路的影响。

快递速度放缓的同时,收寄快递是否安全也成为消费者关注的话题。事实上,自疫情暴发以来,对每车每件快递包裹进行消杀,已经成为各大物

流快递企业每天的工作常态。中通快递上海转运中心每天出港快件160万件,做到了百分之百消杀,全部工作人员每48小时开展一次核酸检测。韵达快递成立防控应急小组,车辆进出分拨前全面消杀,快件装卸操作前也设置了固定喷雾处

理设备,对传送带上的快件逐票消杀,快件到达网点后再对车辆和快件进行消杀,确保寄递渠道及快件包裹的安全。菜鸟杭州下沙保税仓运营管理部负责人李超介绍:“我们在对货物外箱消杀后,还会联系当地

的核酸检测机构检测,等检测报告出来后货物还要静置7天,没问题了再进行理货、上架,再出库。”

“快递物流在自身严格防疫的同时,还应发挥应急保障能力,有科学合理的备选方案。”赵国君认为,快递物流企业应与当地各管理部门做好对接,形成管控网格下保障防疫工作的重要环节,努力满足人民群众寄递服

务需求,维护人民群众正常生产生活秩序。针对一些地区特别是上海地区消费者担心的“送不到”“送得慢”问题,京东集团副总裁王文博表示,京东将在严格遵守疫情防控要求的前提下,尽全力为广大消费者多送货、快送货。目前,已调配2000多位快递小哥,为上海一线提供运营保障和物资派送服务。同时,京东物流持续加大运力投入,并使用智能物流技术提高效率,已调运大量第五代无人智能快递车在封控区域开展无接触配送,后续还将持续追加无人车。

统筹做好疫情防控和物流保通保畅工作,是打赢新一轮疫情防控大仗硬仗的紧要任务,也是维护人民群众正常生产生活秩序的重要基础。业内人士表示,希望消费者能理解快递“放慢”的特殊情况,快递物流企业也可以借鉴此前行业内比较成功的经验,确保货物流转畅通。

据《经济日报》

不少商家无生产经营资质 生产地发货地经营许可地不一致

风靡网络的 自制食品药品安全吗

销量6000份,评价2000条,这是某购物平台上一家自制内蒙古风味羊肉肠店的业绩。然而,记者在商品详情页面却查不到食品生产许可证、食品经营许可证、营业执照等信息。

虽然卖的是内蒙古风味羊肉肠、肚包肉,发货地却是河南商丘。客服人员解释称,从内蒙古进货后再由位于河南的工厂加工后出售。而对于是否办理过相关经营许可,对方回答“不知道”。有消费者留言评价称“百分百不是羊肉肠”。

近年来,自制食品药品在网络上盛行,从咸菜、腊肉、腐乳到果酒、饼干和糕点,再到减肥酵素、压片糖果、中药茶饮,这些产品被商家打上“纯天然”“无添加”“手工制作”的标签,深受不少消费者青睐。但与此同时,商家无生产经营资质、无相关标签等问题也被频频曝光。

这些在网络上大卖的自制食品药品,真的安全吗?

自制食品销量颇高
商家缺乏经营资质

除了食品外,还有一些自制保健品、减肥药也在网络上大受欢迎。

记者在某购物平台搜索到一款正热销的瘦身食品——酵素梅,这款酵素梅的宣传页上写着“晚上吃一粒,早上真通畅”“一颗就管用”,并附上瘦身前后对比图,该款产品已经热卖10万+,评价上千条。但记者查看包装信息发现,每一颗梅子的小包装袋上只有中英文标明的“酵素梅”,既没有生产批号,也没有生产厂商。

客服人员解释称,这是厂家

自制的梅子,生产厂商地址在广东揭阳,从河南信阳发货。记者查询该店铺的资质和经营证件发现,该店“食品经营许可证”信息显示的百货店地址在山东青岛。一颗小小的酵素梅,经营许可地、发货地和生产地分别显示在全国的三个地方。

在电商平台上还有一些打着“中药减肥”的店铺,他们宣称自己“减肥药”,“无需运动和节食,轻轻松松能瘦身”,单价在100元至500元不等。但记者咨询3家店铺发现,他们均没有营业执照,每家店自配的减肥药方所含成分也没有明显区别,有的用牛皮纸包装或者塑封袋包装,但包装上都没有标明商品信息。

“饮食习惯怎么样?身体有无不适?”其中两家店铺客服人员的开场白一模一样。无论记者如何回答,对方表示都能减肥药方,并且宣称两个月能瘦20

斤。还有一家店铺承诺两个月瘦10斤以下,差一斤退款35元,该店铺的销量目前已经过万。

记者就营业执照问题咨询其中一家店铺,对方称“自己做的是小本生意,负责把药材包好寄出”。而关于药方问题,一家店铺称“是民间师傅传开的药方,量身定制”,另一家店铺称“使用的减肥方法是老一辈传承下来的”,可记者仔细比对他们提供的药方发现基本差不多。

这3家店铺的评论区也很热闹。有的网友晒图评论称“自己一天内瘦了20斤,中药调理很管用”,有的网友称“自己连续喝了4天减肥中药,从第一天就腹胀,第四天时候肚子又硬又胀,早上5点被肚子闹得醒来,一直在吐”。

“自己做的养生保健品药品是不可以售卖的,必须申请生产许可证,获得相关资质、办理营业执照后才可以销售。商家需要到市场监管局办理经营许可,然后提交电商平台,再缴纳相关行业保证金,才可以售卖。”朱毅说。

平台加大审核力度
食药安全不容小觑

值得注意的是,目前我国法律规定,个人销售自产农副产品不需要进行登记。一些在网络平台上售卖自制食品的人向记者表达了自己的疑惑:究竟哪些可以被认定为自产农副产品不需要登记,而哪些又应当被认定为自制产品必须登记?

受访专家解释称:自产农副产品,即米、面、鲜肉等,这些在在网络上销售时不要登记;而只要对农副产品进行了加工,如腌制,再在网络上销售时就必须取得相关许可。

“入网食品经营者是否需要相关资质,视其所销售的食品类型而定。如果售卖的是经过加工的农产品、自制食品,如自制水果罐头、蛋糕等,入网食品经营者必须要有《食品生产许可证》《食品流通许可证》《食品经营许可证》等生产、经营食品的资质许可。”北京华卫律师事务所副主任邓利强说。

关于网络销售食品监管,中国农业大学食品安全治理协同创新中心研究员孙娟娟认为,我国相关法律法规已经很完善,《网络食品安全违法行为查处办法》与《网络餐饮服务食品安全

监督管理办法》先后细化了入网经营者、平台的义务要求和监督管理制度。因此,线下有食品生产经营许可要求的,需要平台进行资质审查,并将其信息进行公示。就自制食品而言,其背后可能是食用农产品的销售,是源于作坊等小规模业态的加工食品。

作为生产经营者,在选择线上销售时,需要结合地方监管进一步确认相关的人网经营要求。

从平台方来说,对于这些销量很高的自制食品药品应该承担怎样的职责?

根据我国食品安全法,网络食品交易第三方平台提供者应当对入网食品经营者进行实名登记,明确其食品安全管理责任,依法应当取得许可证的,还应当审查其许可证。

网络食品交易第三方平台提供者发现入网食品经营者有违反本法规定行为的,应当及时制止并立即报告所在地县级人民政府食品安全监督管理部门;发现严重违法行为的,应当立即停止提供网络交易平台服务。

“加强平台责任是监管入网食品安全的重要抓手。”孙娟娟说,从自我监管的角度来说,平台需要依法建立管理制度,包括收集和辨识法定要求的信息,建立纠纷调解、消费权益保护等机制,及时向监管部门通报违法信息、配合执法检查等。如果平台没有履行法定的资质审查等义务,则会有相应的惩戒,督促其履行法定义务。

“平台和入网食品经营者应当依照相关法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动,诚信自律,保证食品安全,承担起应负的社会责任,接受社会大众的监督。”邓利强说,食品安全问题不容小觑,法律和相关司法解释已通过多种责任连带形式明确网络食品交易第三方平台和经营者的担责情形,强化食品生产、经营者的责任担当,加大消费者合法权益的保护力度。

邓利强提醒,消费者在购买自制食品药品时权益受损,可按照食品安全法相关规定,向入网食品经营者或者食品生产者要求赔偿。如果网络食品交易第三方平台不能提供入网食品经营者的真实名称、地址和有效联系方式,则由第三方平台先赔偿,然后第三方平台再找食品经营者追偿。

关于网络销售食品监管,中人民大学食品安全治理协同创新中心研究员孙娟娟认为,我国相关法律法规已经很完善,《网络食品安全违法行为查处办法》与《网络餐饮服务食品安全

据《法治日报》

网店刮起“纯‘预’风” 消费风险不容忽视

当前,商品预售之风席卷各个电商平台,并且商品的预售期在不断延长,从15天延长至45天再到90天甚至更长,个别消费者甚至还未收到2022年的新年衣服。不少网友将这种现象戏称为“纯‘预’风”。

当这种“风”在电商平台刮起,许多青年人开始思考:为什么越来越多商家会选择预售?遇到发货时间一延再延、货不对板、无法退换货等问题,消费者又该如何维权?

“等快递到了,我都忘了自己买过”

预售的“坑”很多人都踩过,拥有15年网购经历的宝妈张希冉(化名)在今年2月看中了一家大码女装网店的两条裤子,看到商品页面标明“付款后5天内发货”,她便下单了。3月1日,张希冉看到该商品的物流状态更新为“待揽收”,一直到3月24日,该商品的物流状态都未再更新。

在此期间,张希冉曾多次与商家进行沟通。商家表示,受疫情影响,中通快递无法从广州发往北京。张希冉又多次与商家协商更换快递公司,商家同意后并未履约。

3月24日,张希冉再次找客服协商,客服却让她退货重拍,并声称会更换快递公司。在张希冉看来,“我怀疑他们其实是没有货,根本不打算给我发货。”

3月27日,记者以买家身份多次询问该店铺客服“北京海淀能否正常发货”,客服均未正面回答,一直强调:“能正常发的地区,仓库都会安排发出。”

还在上学的吴一媛(化名)也有类似遭遇。此前,她曾在电商平台购买了一件卫衣,等了半个月,商家也未发货,她一直催商家发货,商家不为所动。她说,“我也等不及了,就退款了。”

“等快递到了,我都忘了自己买过。”吴一媛还曾遇到过一些商家在接近发货日未发货时,和买家沟通,直接重新修改了最迟发货日。她说,“如果品质好就算了,最怕就是质量、尺寸不合适,又得退回去,还得有运费险买家才不亏,不然退货还要自己承担费。”

“等快递到了,我都忘了自己买过。”吴一媛还曾遇到过一些商家在接近发货日未发货时,和买家沟通,直接重新修改了最迟发货日。她说,“如果品质好就算了,最怕就是质量、尺寸不合适,又得退回去,还得有运费险买家才不亏,不然退货还要自己承担费。”

“纯‘预’风”盛行之下的商业逻辑

商家为何越来越偏爱“纯‘预’风”?资深服装人、九州神韵店铺负责人向记者表示,在服装行业,之所以越来越多商家采取预售,在一定程度上是因为行业产能过剩容易引起库存积压。

“预售也是迫不得已。”该负责人表示,预售可以减轻商家的库存压力,也可以在一定程度上规避风险。她指出,电商平台规定,商家标注为现货的商品需在48小时内发出,否则,平台可能会对商家进

行扣分或者罚款,商家分数下降后,其推广可能会被限流,从而影响销量。

另外,通过直播带货的方式很容易出现“爆单”现象。该负责人表示,商品“爆单”后,商家可能很难做到48小时内发货,所以,为了保险起见,便设置成为预售。

疫情影响也是商家选择预售的因素之一。资深电商人、短视频博主“张包子Baozi”也指出,疫情之下,有的商家因货物积压出现亏损,让不少商家不敢囤货,于是通过预售大致确定销量后,再让工厂生产;另一方面,在生产环节,由于多重因素工厂也存在供不上货的现象。

预售在一定程度上成为商家生产商品或者进货的“晴雨表”。一名电商平台童装网店的负责人在短视频中表示,预售不是“玩套路”,预售的钱并未进入商家账户,也是商家在垫资生产。一般情况下,商家在不知道是不是爆款时,商家会先做300~400件商品进行测试,测出爆款后,在消费者能接受的情况下才去做预售,“不可能让一个商家每个款直接做2000件,会被库存给压死的。”

做商品现货销售需要人、货、场的支撑,即需要投入不少资金去生产商品,需要人进行管理,也需要一定的场地来存储商品。

事实上,一些商家本身并不具备做现货的能力。“张包子Baozi”指出,其中有一些商家特别是一些网红为了降低进货成本,等预售积累到一定的订单量再去进货,这样才是跟厂家压低价格的“筹码”。

她举例道:一个直播间一天的销量可能为50件,以这个数量去拿货,成本可能为50元/件,如果积累了销量达到1000件,这时候,拿货价可能降至30元/件。她说,“有一些黑心商家为了利益,故意‘积量’,等到买家忍无可忍,大批量退货投诉,才去进货。”

预售等待时间长只是一方面,另一方面,不少消费者遇到过“货不对板”的情况。

“货不对板,太多这样的情况了。”一家网店负责人向记者透露,一些店铺等产品卖出去再去找工厂做现货,在这个过程中存在一些企业采用便宜的面料降低成本,导致消费者收到的东西货不对板。

值得注意的是,在预售中,个别消费者收到的商品可能是别人退货回来的产品。一位业内人士透露,在一些直播间,服装的退款率可能达到60%,很大程度上是因为货不对板。“为了避免囤货出现损失,商家可能会先做一半的货发出去,等这部分消费者把货退回,再发给另一部分消费者。”

消费者的“避坑”指南

“纯‘预’风”盛行之下,不少消

费者深受其扰。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,预售有利于商家进一步提高经营效率或者降低风险。然而,“对消费者来说,还是存在一定风险。”

陈音江解释,商家在备货的过程中,可能面临原料成本上涨、订单量不足、工厂不排期等因素,商品无法正常生产出来或者进货时中间环节成本上涨,无法正常进货,导致商家一再将发货时间延后,甚至违约。

针对“货不对板”,商家却不允许退款等霸王条款,陈音江表示,这属于“无效条款”,面对这种情况,首先要确定责任,出现明显的“货不对板”的情况,商家存在欺诈的可能性,消费者可以申请商品价款的3倍赔偿。与此同时,商家对商品的描述可能不够具体,双方对商品的理解存在歧义,这就需要视具体情况确定处理方式。

预售商品不应该成为例外。陈音江表示,按照消保法,购买预售商品的消费者也应当享有七天无理由退货的权利。即使超过7天,产品如果存在质量问题,消费者同样可要求商家履行维修、换货和退货的责任。

当权益受到侵犯,消费者可以先与商家进行协商,协商不成,便可以向市场监管部门投诉,另外,也可以通过诉讼等方式保护自己的合法权益。

针对商家一再拖延发货时间的现象,陈音江表示,面对故意拖延,监管部门可以责令商家履行责任和义务,并对商家进行相应的处罚。

“解决这一问题,关键还是商家要诚信守法经营。”陈音江建议,消费者也要慎重选择购买预售产品,尤其是没有明确发货时间的产品,可能风险更大。

“张包子Baozi”也常遇到一些店铺迟迟不发货的情况,她在短视频平台发布了《8年老电商揭秘买家发货慢的10个真实原因》等视频,提示消费者不要踩坑。她表示,在一些店铺,如果出现店铺评分低、均价低、销量为零或者销量高但评价少,以及买家秀很模糊、有模有样但未露脸、有截图但进行了遮挡等情况,消费者就要格外注意了,尽量避开,因为这可能是商家在测试爆款,拍下后不论消费者等多久,商家可能都不会发货。

“客服绕来绕去,一点也不解决问题。”张希冉表示,如果商家真的遇到什么问题,不要一拖再拖,可以选择直接告诉消费者。吴一媛希望,店家在做预售时,在详情页用明显的字体标明,且预售时间不要太长。“在等待中,我可能已经失去对得到这个商品的强烈欲望了。”

据《中国青年报》

运输生产忙



一季度,面对复杂的疫情防控形势和物流保供压力,宁波舟山港加强多方联动,抢抓货源,提升作业效率,全力做好物流保供和疫情防控工作,运输生产稳中有进。全港完成货物吞吐量3.03亿吨,同比增长3.4%;完成集装箱吞吐量791万标准箱,同比增长2.9%。图为宁波舟山港北仑港区集装箱码头作业场景。

通讯员洪宇翔
林上军 卢小洲 摄

上虞水贸:清廉水贸,同心远航

近年来,绍兴市上虞区水贸公司始终坚持“清廉”字当头,从“打造一个清廉品牌、完善一套清廉制度、落实一些清廉措施”三个方面练好内功,努力营造清廉干净担当的国企氛围。

“因为我们是一家贸易公司,承担着集团重要工程物资的购销存,所以我们选择‘清廉水贸、同心远航’作为公司党建品牌”,水贸公司党支部书记周

晓剑说,公司突出党员先锋队、党员责任区、党员先锋岗的模范带头功能,着力扩大党建品牌影响力。

公司同时建立了一套完善的党风廉政制度,将廉政建设纳入企业发展总体规划和党建重点工作。落实党风廉政建设责任制,坚决履行支部书记“第一责任人”职责。每年动态开展廉政风险点排查,特别是针对重点风险岗位,