

网约车平台存在九大问题隐患

专项检查形成初步检查报告,同时多种措施“补位”解决打车难

针对近期网约车出现的一系列重大安全事件,自9月5日起,由交通运输部新业态协同监管部际联席会议相关成员单位等组成的网约车、顺风车安全专项工作组检查组,陆续进驻滴滴出行等网约车和顺风车平台公司,开展安全专项检查。截至目前,专项检查发现了哪些问题和隐患?下一步将如何处理?交通运输部新闻发言人吴春耕27日在交通运输部例行新闻发布会上一一回应。

存在九大问题隐患

吴春耕表示,目前,已通过对网约车平台公司的现场检查、数据对接、问询谈话以及分析总结等工作,形成初步的检查报告。经梳理归纳,检查组发现滴滴出行等网约车、顺风车平台公司在运营安全管理、产品合规性、应急管理、非法营运、信息安全保护、公共安全等方面存在九大问题和安全隐患。

吴春耕介绍,这九方面的问题和安

全隐患主要表现为:公共安全隐患问题巨大;顺风车产品安全隐患问题巨大;应急管理基础薄弱、效能低下;非法营运问题突出;安全生产主体责任落实到位;企业平台诚信严重缺失;个人信息安全问题突出;社会稳定风险突出;涉嫌行业垄断。

督促平台公司整改到位

吴春耕表示,检查组在检查发现问题的时候,也针对问题提出了系列整改处理的初步建议。下一步,检查组将把检查报告提交交通运输部新业态协同监管部际联席会议审议,并指导有关执法部门对相关违法违规行为依法严肃处理,消除安全隐患。同时,检查组也将督促平台公司严抓问题整改和责任落实,推动检查发现的问题和隐患整改到位,巩固安全检查成果,促进网约车行业健康发展。

“后续检查及处理结果将适时向社会公布。同时也提醒各网约车、顺风车平

台公司,对于检查发现和存在的问题要不等不靠、立行立改,主动作为,提前采取措施进行整改,加快推进规范化发展,加快提高服务水平。”吴春耕说。

吴春耕表示,网约车作为交通运输新业态发展两年来,给人民群众的出行带来了新体验,提供了新选择,也带来了便利,出租汽车行业改革取得的成绩值得充分肯定。但网约车在发展的过程中仍存在不少问题,比如前段时间关于网约车的两个重大安全事件,也引起了社会公众的普遍关注。

多种措施解决“打车难”

随着专项检查开展,一些网约车平台暂停顺风车业务,有群众担心打车难、黑车等问题会卷土重来。对此将如何应对?

吴春耕说,在安全专项检查的同时,为了促进行业健康发展和保障乘客安全,各网约车平台公司按照有关要求正加快规范化进程,规范化运力供给正在

不断增加,并逐步替代“黑车”市场。虽然局部地区、个别时段出现的打车难问题依然存在,但总体来看,没有出现大面积群众出行难的情况,近期公众出行秩序正常。

针对群众担心的打车难问题,交通运输部已指导各地、特别是指导各相关企业积极采取多种措施来“补位”,共同解决“打车难”的问题。

为保障乘客便捷出行,采取措施丰富和完善运输服务模式。一是鼓励传统出租车企业和网约车平台公司增加运力保障,确保夜间时段运力供应,特别是机场、火车站、汽车客运站、商圈等人流密集地区的运能供应,满足人民群众用车需求。二是督促出租汽车企业做好驾驶员管理,自觉提升服务品质,增强安全意识,严厉打击拒载、绕路、挑客、乱收费行为。三是指导城市公共交通企业提高发车频率,延长运营时间,合理开通夜班车,保障人民群众出行需求。四是严厉打击非法营运行为,维护市场公平竞争秩序。

据新华社

一件涨5角,“双11”要多掏运费?

“三通一达”开启旺季价格调整,快递业再度调价释放三大信号

“双11”即将到来之际,占据中国快递市场逾半壁江山的“三通一达”,全面开启旺季价格调整策略。根据各大快递企业发布的通知,从10月1日起,各地网点到达上海地区的快件,派费普遍上调0.5元/票。快递调价对行业发展和电商购物影响几何?记者就此进行了采访。

淡旺季价格波动渐趋明显

“为进一步维护服务品质和提升客户满意度,经综合考量后决定,从10月1日起启动快递费用调节机制,调整全国到上海地区的快递费用。”近期,中通快递在官网上宣布。

几乎与中通前后脚,韵达、圆通、申通也在各自的内网发布了调价通知。从10月1日起,各地网点到达上海地区的快件,派费普遍上调0.5元/票。

所谓派费,是指发件网点支付给派件网点的费用,一般由发件网点付给总部,再由总部转给派件网点。派费上调,理论上属于快递公司内部结算机制的调整,但在实际情况中,仍有可能转嫁给电商卖家和消费者。

快递公司为何在十一期间调价?提价考量是主要考虑。申万宏源的报告指出,每年四季度是快递业生产旺季,但单票的盈利能力反而是最差的。以韵达为例,去年第二季度的单件净利润为0.39元,到了四季度却降至0.27元。为破解“旺季流汗不赚钱”的尴尬,快递公司倾向于用价格筛选优质客户,把旺季业务量控制在最经济的区间。

“本质上,快递与民航、旅游等服务行业一样,业务有淡旺季,价格也应该有淡旺季。从2013年开始,部分快递公司总部就在探索用调整内部费用的方式,引导加盟网点进行价格浮动。现在看,

这种趋势越来越明显了。”一位“通达系”快递公司人士称。

针对“费用调上来,还会不会调下去”的问题,中通回复称:“快递企业已开始实践更加符合市场规律的动态价格机制。旺季之后的价格,将根据市场变化具体情况来制定。”

快递“价格战”并未终结

快递价格的调整,引起电商卖家和消费者广泛关注。

过去几年,受益于中国快递业的迅猛发展,快递价格稳步下降。统计显示,2012年我国的快递均价为18.6元/件,到2017年下降至12.4元/件,五年降幅达33%。今年以来,快递单价已跌破12元。可以说,中国消费者享受着世界上性价比最高的快递服务之一。

2017年10月,中通和韵达在行业内率先提价。到了今年,宣布派费调整的快递企业扩大到了整个“通达系”。快递“价格战”是不是走到尽头了?这是不少人的疑问。

其实,就加盟制快递而言,从总部费用的调整,到网点价格的浮动,中间还有一个传导过程。记者咨询上海徐汇区的一家韵达网点,对方表示:“现在价格还未作调整。上海发往北京的快递,首重还是12元/千克。”

相比普通散客,对快递调价更为敏感的是电商卖家。在广东、浙江义乌等竞争最激烈的区域,电商快件的价格持续走低,快递网点稍微经营不善就会滑向亏损。“旺季调价,是快递从电商卖家手中争夺定价话语权的重要手段。”物流行业专家、双壹咨询创始人龚福照说。

由此来看,每件快递涨个三五角,对普通消费者影响不大,对电商卖家来

说涨幅却很明显。“尽管总部说要调价,但对电商卖家等大客户,网点还不敢轻易提价,一提就容易流失客户。”一家中通网点表示。

国家邮政局发展研究中心主任助理方玺说:“旺季的调价,并没有改变整个快递业竞争激烈的态势。比如在同城快递市场,随着大量新玩家的进入,价格还有进一步下探的空间。”

服务质量和网络稳定成焦点

快递能不能及时到、包装有没有破损、个人信息有没有泄露——除了快递价格,很多人更关心的,是快递业的服务质量。

双壹咨询的报告指出:2016年以前,各家快递企业纷纷标榜自己“双11”业务量完成多少,行业排名第几。但2016年后,行业关注的焦点开始转向网点稳定性和旺季服务质量,这才是最本质的东西。

国家邮政局发布的报告显示,今年8月中国快递发展指数为173.3点,同比提高37.2%。其中服务质量指数为252.5,同比提高82%。服务质量指数连续5个月增速超过规模指数,成为快递发展指数提升的重要

原因。

“虽然‘双11’快递业务量屡创新高,但一个可喜的变化是,通过与主要电商平台的沟通协调,以及自动分拣、无人仓等新技术的运用,中国快递业基本消除了旺季爆仓的风险。”方玺说。

快递服务质量的提升,有赖于最基层的快递员和快递网点。“我们现在送一份快递,派费是1.5元。希望旺季派费调整后,能体现到我们的收入中去。”中通快递小哥赵青松说。

方玺认为,持续提升快递服务质量,一方面要求快递公司总部把更多的资源和政策,向一线快递员和网点倾斜。另一方面也要积极尝试新模式、新业态,比如在快递服务的老大难末端配送方面,通过发展共同配送、智能快递柜等方式,进一步提高配送效率。

据新华社



制图/张怀博