

13吨包裹“烧”上热搜 物流难逃“双11”魔咒

7000余票快件被烧毁

11月12日，一辆北京开往湖南长沙的百世快递车辆，在河南安阳路段发生火情，约有7000余票快件被烧毁。据了解，着火的这辆物流车长约15米，车厢内装载13吨包裹，主要有日用品、百货、食用油、纸巾等。经过两小时扑救，现场大火被扑灭，无人员伤亡，但车上的快递几乎全部被烧毁。

该事件迅速登上微博热搜第一位。第二天，百世快递通过微博发出公告称，百世正配合消防部门进行查验起火车辆的原因，查验结果出来后将于第一时间告知。经过对受损货物的盘点，约有7000余票快件被烧毁。在赔偿举措方面，百世称已与客户协商，进行货物补发处理和赔付。

在11月14日的通报中，百世快递方面表示，事故车辆上的7000多票快件，有近6000余票要进行补发，另外1000来票不补发快件，应消费者需求，做退款处理。截至11月13日已完成补发和退款22%，预计14日可完成70%，15日会将所有的处理工作完成。

根据2018-2019年最新的快递品牌榜，百世快递排在第八位。截至2019年3月底，百世快递拥有服务网点3.3万余个。财报显示，今年年第三季度，百世总收入为87.5亿元，同比增长21.6%，虽然同比有增长，但相较于此前市场预期的91.37亿元，仍有差距。而根据国家邮政局网站发布的2019年9月邮政业消费者申诉情况，百世快递满意率仅有81.8%，在23家主要快递企业中垫底。

不过，百世快递的这次事故也引发了网友们对物流行业的质疑。不少网友通过微博留言表示，为什么“双11”快递会屡屡出现问题？

除此之外，还有很多网友对百世快递的服务表示质疑，如：“问题太多，服务太差，这么多快递公司，百世真的一直在退步。”百世快递大库经理不解决问题拉黑二级站点

“快递还没到，可能是被烧了。”这句戏谑在现实中上演了。就在今年“双11”后的第一天，百世快递就因快递被烧上了微博热搜。好在百世方面的态度还算可圈可点，11月14日就给出了补救措施。百世事故不是个例，每年“双11”正值物流运输到达峰值，10亿件包裹量是对电商末端、线下仓储分拣、打包、运输等各个环节的考验，安全问题不容小觑。

百世快递车辆失火进展情况

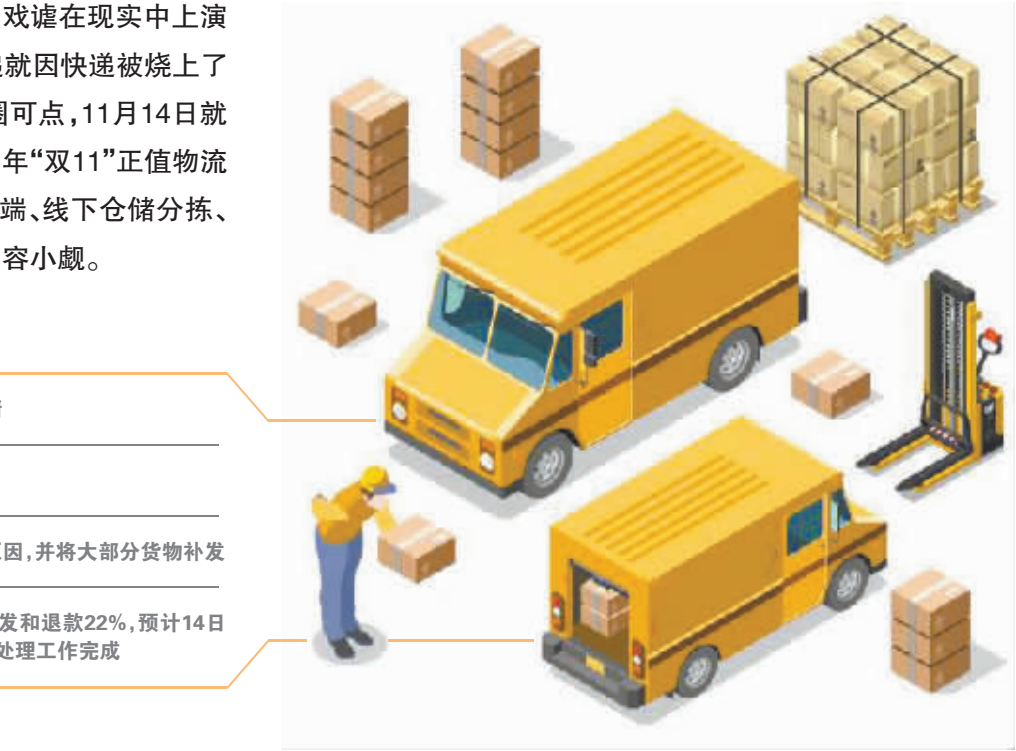
11月12日5点30分	车辆在河南安阳路段发生火情
11月12日早	启动应对措施
11月13日	发布公告称正调查车辆起火原因，并将大部分货物补发
11月14日	公司方面表示，13日已完成补发和退款22%，预计14日可完成70%，15日会将所有的处理工作完成

员工，没人管吗？”

安全漏洞

“厢式快递车辆出现火灾一般跟轮胎长时间受热或者运输易燃易爆物品有关。”中国物流学会特约研究员杨达卿表示，如果是车辆轮胎受热引发，可能跟轮胎老化导致钢丝与地面摩擦升温有关，也跟车辆检修管理有关；如果是因承运违禁物品引发火灾，则与开箱验视和过机安检环节疏漏有关。

至于起火的原因，百世快递方面称，公司在同步积极配合相关部门，包括提供发货产品内物明细，以排查危险违禁品原因；派监察安全的同事前往勘察事故现场，配合交管及消防部门鉴定事故车辆和火灾现场痕迹，调取相关视频信息进一步排查等。目前尚无法给出确切原因。



但在快递专家赵小敏看来，快递车辆失火的根本原因还是企业自身管理运营出现了问题。包括安检过程中对包裹的检测、对车辆安全的检查、对驾驶员安全意识的培养等。此外，问题出现后，企业应第一时间对涉事包裹进行“溯源”追查，并成立事故小组及处理赔偿事宜。

针对赔偿问题，赵小敏表示，若消费者在包裹运输前期购买保险，那企业应通过相关赔偿协议解决问题。若消费者没有购买保险，只能通过企业内部规定进行赔付。根据《邮政法》《快递暂行条例》等法规，如果属于非保价货物，且无法提供货值证明，一般按照三倍及以上运费赔偿。如果没有保价，但能提供相关网购收据作为货值凭证，企业或参照货值给予一定赔偿，但一般不超过1000元。如果企业有相关保险，或可以给予消费者更合理的赔偿。

“从目前的情况来看，百世对涉事包裹的处理方法较为妥当。但该事件连续登上热搜榜，也对品牌造成了不小的影响。未来，百世应该对包裹赔偿问题持续跟进，同时增强安全意识、提升安全措施、增加安全培训，才能挽回局面。”赵小敏说道。

杨达卿也表示，此类意外事故的发生及相关赔偿问题并非鲜见，肯定会带给企业来声誉和经济上的损失，这也会提示快递企业强化对易燃易爆违禁物品的筛查，以及强化物流保险服务的推进。百世以补发货物并且及时理赔等进行富有人情味的举措，不推诿责任，也是快递企业走向成熟的表现。

痛点频现

百世快递不是第一个中招的。回顾往年“双11”，几乎每年都会有快递车被烧事件发

围观“最贵”医保谈判

北京气温跌至零度以下的第一天，也是医保目录谈判的最后一天。当天，一场不对外公开的谈判在西长安街上的一栋大楼里低调地进行。因为涉及药品数量多、价格贵，本轮医保谈判引发的关注从医药圈不断向外蔓延。

辉瑞们的胜算

11月13日，还没到五点，北京的天已经黑了下来。寒风瑟瑟中，人们聚集医保目录谈判现场的大门外，时不时地低声交谈。

下午4点，辉瑞的两名医药代表甫一出大门，其中一名医药代表就向人群比了一个V的手势，另一名脸上也挂着抑制不住的笑容。

根据此前流传的消息，此次辉瑞有三款药物有望参与谈判，分别为乳腺癌重磅药物爱博新、类风湿药尚杰及用于治疗类风湿关节炎和强直性脊柱炎的药物恩利。

北京商报记者在现场得知，肿瘤药物谈判已经结束，13日正是罕见病等小品类药品的谈判时间段。而强直性脊柱炎治疗药物作为此次医保谈判的大热品类也颇受瞩目，辉瑞此举似乎彰显了恩利的胜利。

实际上，早在2018年，辉瑞的三个抗肿瘤药物已经进入了医保目录，并为其带来了可观的收益。辉瑞不是第一次进入医保目录谈判，对此自然驾轻就熟。但有些刚刚进入中国市场的跨国药企明显出现了水土不服。

记者获悉，谈判每天会有2-3场，理论上来说每家药企只有半个小时的时间进行谈判报价，按照这个节奏，谈判应在晚6点前完成。但到12日晚上8点，还有药企陆续结束谈判。

“谈判价格压得比较低，药企的谈判代表们不得不打电话跟总部请示讨论价格。”有药企人士表示。

北京商报记者在现场看到，有跨国药企的代表们一走出大门就跟自己的同事气愤地大喊：“一个都不能答应！一个都不能答应！我们接受不了！”

此外，君实生物、信达生物、康弘药业等国内药企都参加了当天谈判。操着各地口音的代表们在晚6点左右陆续走出大门，但都三缄其口，匆匆打车离去。

明星药的命运

作为此次进入医保的大热门，PD-1单抗谈判的竞争也格外激烈。参加此次谈判的PD-1单抗共有4款，分别是百时美施贵宝的欧迪沃（俗称O药）和默沙东的可瑞达（俗称K药），另外2家来自国内药企，分别是君实生物的特瑞普利单抗、信达生物的信迪利单抗。

尽管上述参与谈判的4家企业代表并未透露谈判结果，但业内人士分析称，但此次医保谈判非常重要的一个因素就是价格。从4款PD-1价格来看，国产药品价格更低，相比来说应该具有优势。

去年在国内市场开售的O药和K药，定价分别为36.01万元/年、32.25万元/年，均为美国市场定价的一半。而信达生物达伯舒的年治疗费用约28.22万元/年，君实生物拓益的年治疗费用约18.72万元/年，相比进口药物均有价格优势。

11月14日，有消息称，来自施贵宝的O药因维护自身价格体系，未接受条件出局；默沙东的K药降价幅度达72%；信达的信迪利单抗降价50%，最可能进入医保；君实的特瑞普利单抗仅降价15%，可能没有进入医保。

在适应症方面，K药目前已在我国获批3个适应症。而百时美施贵宝、君实生物、信达生物和恒瑞医药的获批适应症均为1个。不过也有业内人士表示，PD-1目前在国内获批的适应症较少，而价格也偏高，是否能进入医保

真假小CK双双现身长楹天街

人红是非多。被消费者称为“小CK”的新加坡时尚品牌Charles & Keith走红于小红书、抖音等聚集年轻群体的社交平台，也引来一些跟风者。相似的门头和商品、只相差三个英文字母的品牌拼写，长楹天街购物中心里，一家名为Cherlss & Keich（查尔斯·凯其）的新店与小CK同时出现。

这家查尔斯·凯其的门店与时尚品牌Charles & Keith选在了同一商场的不同楼层。北京商报记者走访长楹天街发现，小CK位于长楹天街购物中心东区一层，而查尔斯·凯其则选址在购物中心西区B2层，与美食街相邻，正对地铁出站口。门店占地约20平米，以开放式门店展出，整体店铺以黑白两色为主色调，门头牌为白字黑底的“CHERLESS & KEICH”。目前门店中只有包袋，大约展出214个产品，价格在100-300元之间，并以五折优惠吸引消费者。

北京商报记者在查尔斯·凯其官网还看到，该品牌的加盟门店示意图与小CK十分相似，均为黑底白字，店内装潢格调也同样选择了黑白两色。在产品展示中，记者也找到了与小CK相似的流苏信封包、黑色酒神包等多款相似包袋。

在北京商报记者驻足该品牌门店的半个小时内，店中不时有消费者到店浏览。北京商报记者向一位到店浏览的消费者李女士询问是否了解该品牌时，李女士则称好像是比较火的“小CK”；“因为这个牌子全称有点长，看着像是小CK，店里还有几个网上看到的包”。

同时，记者在点评平台上看到，一位名叫“rui rui”的消费者评论到：“最近天街地下二层有一家买此品牌山寨货的，全场五折，买得非常火爆”，并提示“大家要注意擦亮眼睛了”。

而在该品牌福州门店的评论下，一名消费者“xindyme”评论到：“新开业的箱包店，还以为是新加坡的小CK，店员说是



左为时尚品牌Charles & Keith（小CK）
右为Cherlss & Keich

法国的箱包品牌”。

不过，北京商报记者查询天眼查发现，查尔斯·凯其并非店员所说的“法国品牌”，而是广州市源泰皮具有限公司旗下品牌。目标群体为女性消费者，主要经营女包、鞋履及配饰产品。

北京商报记者联系该品牌拓展联系人刘勇询问品牌相关事宜，该负责人明确表示，并非新加坡的小CK，属于国产CK品牌，目前已完成商标注册。而关于加盟条件，他表示，自然人需向品牌提供约20万-25万元的费用，包括品牌保证金，首批货款及货柜资金等，并承诺品牌会提供相关人员的培训。

值得关注的是，该品牌的商标注册仍停留在“等待实质审查”阶段，该公司仅仅提交了商标申请。为了进一步佐证，北京商报记者查询国家商标局发现：“小CK”的注册商标于今年1月提交，目前商标状态为“等待驳回复审”。而查尔斯·凯其注册商标为“CHERLSS & KEICH”，于今年9月份提交，目前商标状态为“受理通知书发文”。

律师王冰告诉北京商报记者，品牌商标具有区域性，国际品牌进入中国市场需要注册国际商标，才能受到法律保护。国际品牌如果在中国市场影响广泛，已经被消费者所熟知，可能会涉及著作权。但两个品牌均未能完成有效商标注册，因此不能狭义地定义为“商标侵权”。

北京商报记者 王晓然 魏茹