

丰巢收费风波牵动末端派送利益局

丰巢快递柜收费事件已僵持数日,各方利益权衡也随之浮出水面。5月11日,首家“罢用”丰巢的东新园小区,表示从未考虑终止合作丰巢,但希望丰巢适当延长免费保管期。以丰巢为核心,商业网络中的物业、上门服务、驿站、代收点,在这场风波中有哪些利益诉求?又将迎来何种利益新格局?



资源布局

值得注意的是,在丰巢宣布收费并引发舆论风波后,菜鸟驿站立即强调将继续保持免费,颇有隔岸观火的意味。而在业内人士看来,菜鸟驿站、丰巢等在末端构成了相互竞争、却又相互补充的局面。

在末端派件环节的较量中,不容忽视的是,近日,丰巢收购中邮速递易,从而将持有全国七成的快递柜资源。此前,快递柜企业一旦实施收费制,就会受制于竞争对手,丰巢的收购和布局行为使这样的情况不再出现。有分析认为,这是开启“收费时代”的时机。中国物流学会特约研究员杨达卿表示,收购了速递易的丰巢在“收费”这个环节无疑将更有底气,而其他品牌可能一收费就要面对用户的流失。

丰巢的资源布局对于顺丰极为重要。一位不愿具名的人士认为,和菜鸟驿站相比,丰巢在全国占据了69%以上的市场份额,其背后拥有的数据是顺丰在“最后一公里”的重要资源,否则将被掣肘。

事实上,驿站、代收点、上门服务等均与快递柜一样,构成末端派件的多元服务产品。杨达卿同样提及了快递柜作为消费流量入口的重要性,物理的快递柜和线上平台的打通与整合,能实现更多精准营销等多元化服务。

据公开信息显示,在今年1月,顺丰同城急送在丰巢的广告投放覆盖全国,成为丰巢的一次集体“换装”。这次投放动作让用户在取快件的同时,也注意到了顺丰旗下同城配送业务。

顺丰同城急送相关负责人曾公开表示,充分挖掘集团内部资源优势,实现不同业务模式的交融互通,是发展业务不能忽视的。北京商报记者 王晓然 何倩

蛋糕重分

消费者“买买买”不会因为快递柜企业和小区物业两方“掐架”而停止。这边顺丰丰巢被停用,另一边菜鸟驿站、代收点单量暴涨。

对于拥有17组丰巢快递柜的东新园而言,暂停使用快递柜必然带来一系列连锁反应,一位东新园小区的居民向媒体表示,虽然无法接受丰巢突然收费,但业委会暂停快递柜使用最终也造成了消费者取件上的不便。这或许也是该小区更为主动谈判的原因。

一场收费风波推动着消费者“用脚投票”。一位居住在崇文门附近的消费者向北京商报记者表示,因为不太放心将包裹放在电箱里,自从丰巢收费后,她只好请快递员放在代收点或者附近的驿站。

与此同时,部分菜鸟、妈妈驿站等员工也将因为快递柜的停用,面临包裹量和周转率的压力。

据小区附近的代收点老板透露,自丰巢被停用后,店内日均接收量从往日的七八百单,暴涨到1000多单。为了保证配送,还添加了三轮车。其介绍,每一件包裹将收取快递公司0.5元的费用。这也意味着,丰巢快递柜的停用也将增加如菜鸟驿站、代收点的收入。

尽管上门服务与驿站自取等末端服务获利上升,但在业内专家看来,夹在中间的快递员将面临更大的工作压力。“如果人们均要求上门服务,快递员的工作强度增大,就没人愿意干这份工作,而快递公司也会因派件效率低面临亏损。”物流专业人士徐勇解释道。

租金拉扯

面对近日丰巢的强硬态度,作为快递柜企业最重要的合作方——小区,似乎想“退一步海阔天空”。

杭州东新园小区在5月11日的“丰巢快递柜事件媒体见面会”上表示,考虑到对方立场,没有纠结于是否可以收费的问题,诉求一直以来是希望丰巢公司能够结合当前的生活节奏、工作节奏,考虑适当延长免费保管期。

“到目前为止,我们从未考虑过终止与丰巢的合作。如果丰巢公司想用其他途径解决问题,我们也一定积极配合。”东新园小区

声明道。

不过,同阵营的上海中环花园小区并未退让。其在5月10日发布的一封公开信中提到两点诉求,包括在快递柜上张贴醒目提示,请快递员必须先联系客户,经同意方可投入丰巢柜,以及丰巢免费时长延长到24小时。“若上述两点不能满足,两处丰巢快递柜将无限期停止使用,直到协议期结束。”

从现状来看,快递柜的使用和去留最终决定权仍掌握在物业手中。而此前,丰巢在《东新园业委会事件声明》中提到的高额入场费”也引起关注,其表示“在与东新园业委会、物业公司签订第三方协议时,约定每年支付高额入场费。无法在支付高昂场地费同时为用户提供免费服务”。

紧接着,东新园小区在5月10日回应称,丰巢声明中提到的高额入场费”,实际并不是入场费,而是物业管理费用,包括场地管理费、电费、安全巡查费等。东新园相关负责人表示,当时和丰巢签订的是服务合同,不属于纯经营性质,是服务于业主生活的半公益项目,与小区内纯粹的商业运营柜收费相比,并不“高额”。

对于小区的不同态度,丰巢暂未作出回应。而在部分社交平台,北京商报记者浏览发现,部分消费者提出希望物业能公开对快递柜收取租金的具体数额,并将费用的使用情况进行说明。

一位经营快递柜业务的人士曾向北京商报记者透露,目前许多小区依然将引进快递

Market focus

宜家召回霉菌超标麦片 不接受索赔

仅今年内,宜家中国已经第三次召回商品。宜家中国5月11日在官网发布公告,从2020年5月8日开始为期一个月,召回Mü SLI混合水果干麦片(冲调谷物制品X 500克),并呼吁2019年3月及之后购买了该产品的顾客前往任意一家宜家商场退货并获得全额退款。

对于是否能索赔,宜家中国相关负责人向北京商报记者回应称,此次召回产品不符合消费者索赔大前提;我们会遵循食品安全法的相关规定来和消费者做沟通”。

许诺全额退款

5月11日,宜家中国官网发布公告,4月30日宜家食品进口商东恩国际物流(上海)有限公司(以下简称“东恩物流”)收到一份由深圳市市场监督管理局提供的检测报告,报告显示,宜家Mü SLI混合水果干麦片(冲调谷物制品X 500克)中的霉菌含量超出了中国相关法定限值。

关于此次检测不合格的原因,上述负责人表示:“国内在检测食品安全时会检测‘霉菌’项目,而国外很多国家并不会检测该项目,目前该款产品在国内外仍然在售,仅在国内外进行召回”。

据了解,霉菌是自然界中常见的真菌,食品中霉菌超标原因可能是加工用原料受霉菌污染,或者是产品存储、运输条件控制不当导致流通环节抽取的样品被霉菌污染。霉菌污染可使食品腐败变质,破坏食品的色、香、味,降低食品的营养价值。

5月11日,北京商报记者在宜家官网及天猫官方旗舰店看到,该款产品已经全部下架。宜家官网客服人员表示,即使顾客已经拆开甚至食用了计划召回的

麦片产品,宜家依然会按照召回政策对产品进行召回。如果产品外包装还在的话,就可以根据消费凭证按原支付途径当天内全额退款;如果没有消费凭证,则可以依据产品外包装退给消费者等值的“退换卡”;“退换卡”可以在宜家全国门店以类似代金券的形式使用。

年内三次召回产品

这并非宜家首次因安全问题召回食品,2016年7月,宜家宣布在全球召回6种巧克力,这些产品被多次检测到包含榛子和杏仁等可能导致过敏的坚果类物质,而包装上的成分表中没有标注。据不完全统计,近六年来宜家已至少16次在中国市场召回产品,仅2020年就有3次。

2020年1月,因邻苯二甲酸二丁酯(DBP)的迁移量可能超过规定的限值,宜家在全球范围召回TROLIGTVIS特鲁利维斯旅行杯;3月,因存在安全隐患,宜家主动向上海市市场监督管理局备案召回计划,召回已在中国市场销售14年的5个型号“库伦三斗抽屉柜”产品。

值得注意的是,此次召回的这款Mü SLI混合水果干麦片并非宜家生产,也并非宜家中国委托国内的代工厂生产,而是宜家中国委托东恩物流的进口食品。东恩物流是进口商,经营着包含食品流通在内的几十项业务,宜家中国只是经销商。除中国市场外,这款产品在欧洲各国、美国、日本等不少市场均有销售,是一款人气较高的素食麦片。

“在国内,2019年3月及以后售出的该款产品大概有159000盒。”上述负责人表示:“虽然尚未收到有顾客因食用这款产品而引起任何不适或不良健康影响的报告,但宜家所有食品类产品都经过持

续的检测,并应符合其所在市场适用的标准、法规以及宜家的质量要求。作为预防性措施,宜家已经立即停止了该产品在中国大陆市场所有商场的销售,并已开始进行相关调查。”

是否符合索赔要求

如果是由于食品安全问题导致产品召回,仅仅获得全额退款对于消费者来说是不够的。

根据中华人民共和国食品安全法(2018修正)第一百四十八条规定:“消费者因不符合食品安全标准的食品受到损害的,可以向经营者要求赔偿损失,也可以向生产者要求赔偿损失。属于生产者责任的,经营者赔偿后有权向生产者追偿;属于经营者责任的,生产者赔偿后有权向经营者追偿。”

此次宜家中国召回的产品是否符合消费者索赔要求?上述负责人称,4月30日是宜家中国首次收到该款产品的检测不合格信息,并立即在全国范围内停止了该产品全部批次的销售,不符合索赔的大前提;“经过阶段性调查,霉菌含量超标存在非常小的危险性,不会对人体健康造成伤害。如果消费者觉得有索赔的担忧或者疑虑,可以到任意一家宜家商场进行沟通,宜家会根据消费者现实情况跟进售后”。

中国家居电子商务协会执行会长兼秘书长王建国表示,宜家的处理方案诚意不足,宜家召回方案在某种意义上是为了将自身经济损失控制到最低,因为很少有消费者会因为一件低金额产品的问题去较为偏远的宜家商场退货、退款。同时,由于宜家频频出现召回事件,将影响其在中国市场的品牌美誉度。

北京商报记者 谢佳婷 孔文莹

北京重罚垃圾分类违规 物美领罚单

北京商报讯(记者 郭诗卉 刘卓澜 王莹莹)北京实施垃圾分类一旬有余,商业门店执行尚存难度。5月11日,北京市城管执法队走访丰台大成路翠微大厦,对此前存在的垃圾混装混放等情况进行复查,其中物美超市大成路店因未能按期整改到位,被执法人员开具了罚单。

北京商报记者走访丰台区大成路区域看到,物美超市大成路店的公共区域并未进行垃圾分类,只有口罩回收桶以及普通垃圾桶,超市内部对于垃圾如何分类在现场则无法看到。

在大成路翠微大厦内,北京商报记者看到,商场的开放区域进行了不同类别的垃圾桶摆放。盒马鲜生出货区分别摆放了可回收垃圾和不可回收垃圾的垃圾箱,超市的堂食区域也在每张餐桌上摆放了厨余垃圾和其他垃圾的小型垃圾桶。

一位消费者对北京商报记者表示,商场开始实行垃圾分类后,相比之前确实有些麻烦,但这一举措不仅可以提高人们的环保意识,还有利于垃圾的后续处理,对于整体城市发展是有利的。

同时,北京商报记者向翠微大厦的餐饮商户了解到,虽然各个店家都配备了不同类别的垃圾桶,但仍然存在其他问题。

其中,在检查中发现,海底捞火锅店的后厨和盒马鲜生超市的垃圾处理区域;“其他垃圾”类别的垃圾桶内存在面包、饮料瓶等餐厨垃圾和可回收垃圾。同时,执法人员还在风光老灶麻辣香锅店的后厨发现,本该用来标注“其他垃圾”的灰色桶上却印着“可回收垃圾”的贴,而桶内放的都是不可回收的塑料袋。

商场方如何监管商户进行垃圾分类,截至发稿,翠微方面并未回复。

据了解,北京开展生活垃圾分类综合执法工作,目前将采用教育劝阻、书面警告与执法处罚相结合的方式,分阶段、分步骤、稳步推进生活垃圾分类全面实施。

针对垃圾分类的普及,北京各大商场早已开始行动。

北京商报记者走访得知,朝阳大悦城在消费者端增加不同类别的垃圾桶,后续还会贴垃

圾房的垃圾分类标识,对消费者进行宣导。在商户端,朝阳大悦城对商户进行宣传和督导。银泰百货大红门店在商场不同楼层设立四种分类垃圾桶,指引消费者进行不同投放。处理垃圾时,商场保洁人员会将所有垃圾桶拉到地下室垃圾房,最后进行分类运走。

政策普及初期,商场还面临较大的难度。祥云小镇相关负责人告诉北京商报记者,正确的分类和投放是目前较大的难题,前厅后厨的各个员工都可能接触到店铺产生的各种垃圾,任何一个环节投放错误都可能造成垃圾分类不到位。

如今各大商场、购物中心的餐饮业态比例明显提升,餐厨垃圾如何分类、管理对于企业而言更是一道难题。北京商报记者走访部分餐饮门店了解到,除了单独收集厨余垃圾外,还有企业已经尝试将厨余垃圾处理后再回收,减少厨余垃圾分量。记者从新川面馆月坛店了解到,该店会将菜叶子、果皮、残食等垃圾倒进厨余垃圾处理设备,经过处理后,变成较小的榨干水分的食物残渣,再由专业的公司上门收走。

一位不愿具名的餐饮企业负责人告诉北京商报记者:“五一”之前企业对于如何进行垃圾分类还没有相关的部署,但目前该企业了解到,从下周开始会对垃圾分类不合规的企业及门店进行处罚,企业也做了相应的部署。

新规实施多日,仍有企业呼吁需要更为详细的准则帮助具体实施垃圾分类。

一位从事餐饮行业的负责人向北京商报记者坦言,一些个体小餐饮门店依然没有垃圾分类、分运过程,私倒、乱倒的情况也有发生。另外,强制实施垃圾分类短期内可能会造成企业成本的上涨,连锁餐饮品牌不会冒着影响品牌价值的风险违规倾倒垃圾,垃圾分类的人手点和难点反而是规模较小的单体餐厅和商户。

北京商院特约专家、北京商业经济学会常务副会长鞠向阳向北京商报记者表示,在疫情期间,疫情防控工作也尤为重要,企业的确存在一定的压力,政府在宣传、支持、引导的同时,应给予一个较长的过渡期。