

快递服务业保护消费者权益研究

王艺锲

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2024年10月21日; 录用日期: 2024年11月5日; 发布日期: 2024年12月12日

摘要

近年来, 快递业随着网络经济的飞速发展而兴起, 这已是中国人生活的一个重要组成部分。但是, 由于发展太快, 法律存在一定的滞后, 由此引发了一系列的问题, 如快递纠纷案件激增, 消费者权益得不到相应的保护, 快递服务质量越来越差等。当快递服务受到侵害时, 如何维护快递服务中的消费者权利是一个很有意义的问题。文章就如何在我国快递行业中损害消费者利益的法律问题进行了研究, 并对此进行了探讨。消费者权益受侵害原因从整体上看主要是我国现有法律法规不健全、快递服务行业自律能力较差、部门监管不到位。维护快递服务消费者合法权益一方面需要完善相关法律, 另一方面需要加强市场监管、成立行业协会、增强行业自律能力, 从而促进快递行业稳定健康发展和切实保障消费者合法权益。

关键词

快递服务, 消费者权益, 权益保护

Research on Protecting Consumer Rights in the Courier Service Industry

Yikun Wang

School of Law, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Oct. 21st, 2024; accepted: Nov. 5th, 2024; published: Dec. 12th, 2024

Abstract

In recent years, the express delivery industry rises with the rapid development of network economy, and it has become an indispensable part of the life of the Chinese people. However, the speed of development is too fast, but the law has a lag, so it brings a series of problems, mainly in the form of express dispute cases increase, consumer rights and interests cannot be protected, express service quality is deteriorating. In the express service suffered infringement, the protection of consumer

文章引用: 王艺锲. 快递服务业保护消费者权益研究[J]. 法学, 2024, 12(12): 7012-7017.

DOI: 10.12677/ojls.2024.1212996

rights and interests in express delivery services is worth studying. This paper focuses on the legal problems of consumers' rights and interests damaged in China's express service, and puts forward the ways to solve the problems. There are many reasons for the damage to the rights and interests of consumers, in general, mainly the imperfect existing laws and regulations in China, the poor self-discipline of the express service industry, and the inadequate supervision of departments. In order to protect the legitimate rights and interests of consumers in express delivery services, on the one hand, we should improve relevant legislation, on the other hand, we should also strengthen market supervision, establish industry associations, strengthen industry self-discipline, and effectively safeguard the legitimate rights and interests of consumers.

Keywords

Delivery Service, Consumers' Rights and Interests, Rights Protection

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

我国消费者正经历着从货币支付向移动支付的跨越性变迁进程，支付渠道的动态演化让更多消费者被纳入互联网总体信用评估体系，造成了消费者权益的被动变化[1]。自2021年1月至2023年6月，上海市青浦区人民法院共受理快递服务合同纠纷案件461件，审结413件。其中2021年受理79件，审结56件；2022年受理202件，同比增长155.70%；2022年审结208件，同比增长271.40%；2023年1~6月受理180件，审结149件[2]。但是，当前对快递行业进行规范的法律体系还不够完善，所以，当发生快递服务纠纷时，快递公司往往会以不属于合同主体为由，拒绝对其进行赔偿。因此，必须对目前快递服务中存在的的行为进行梳理与分析，健全快递行业的相关法律法规，明确消费者在快递服务合同中的地位，健全其他相关的监管机构，从而保障快递行业的健康发展，保障消费者的合法权益。

2. 快递服务中的消费者及其权益的特殊性

(一) 快递服务中消费者身份的确定

“消费是由需求引发的，对于购买使用商品、享受服务的民事主体而言，其缔结合同的最终意图就是为了满足自身对于商品、服务消费的需求，追求其所带来的利益和价值，因此位于商品、服务流通的终端环节也是消费行为的特征之一。如果该类主体购买使用商品以及选择服务的行为并非以将该件商品或者该项服务继续转让给他方并从中营利为目标，那么则应该赋予其以消费者的身份地位”[3]。

《中华人民共和国消费者权益保护法》对于“消费者”的定义很含糊，因此，对于“消费者”这个词，学界一直都有不同的看法，笔者比较赞同将消费者的主体范围界定为只是自然人，理由如下。

第一，从《消费者权益保护法》的立法宗旨考量。《消费者权益保护法》作为保护消费者合法权益的法律，它的立法宗旨就是平衡经营者与消费者之间的权利义务关系，维护处于弱势地位消费者的合法权益，营造公平的市场交易环境[4]。相对于具有完整组织结构的经营者的而言，消费者通常是相对分散的个人，他们的经济力量以及对相关交易信息的获取和处理都处于绝对的弱势。另外，由于消费者本身的法律观念就比较淡薄，所以当遇到强大的机构时，很难有勇气去捍卫自己的权益。因此，《消费者权益保护法》更多地关注于保护那些不够完善、不够全面、不够充分的消费者。

第二,从权利的性质来看。从《消费者权益保护法》对消费者的各种权利的规定来看,这些权利基本都与特定的自然人密切相关,比如人格尊严、民族风俗习惯等。虽然这些权利都是由公司来行使的,比如选择权、公平交易权、索赔权等等,但这些都不在《消费者权益保护法》的保护范围之内。若该等权利遭到侵害,该等权利应受其他有关法律的规制与保护。

在此基础上,结合前文对快件业务法律关系的主体进行了分析,并以《消费者权益保护法》为依据,提出了以消费者为收件人的观点,在此情况下,“消费者”应为自然人。在快递服务合同的多元主体中,快递员是一种以提供快递员服务为主要目标,以盈利为主要目标,起到了运营商的作用;而寄递人订立快件服务合同,其主要目的是履行与收件人之间的买卖合同,并非出于接收、使用商品或者服务的目的,因此,无论寄递人是自然人、法人、组织,无论哪一种,《消费者权益保护法》都无法对其进行规范与保护,只能通过民事法律手段对其进行保护。在此情形中,收件人为与发件人签署买卖合同,出于自身或家人的生活需要,当其经济力量与信息获取能力存在显著不对称时,应将其界定为消费者,予以保护与调节。

(二) 快递服务中消费者权益的特殊性

随着网购交易量的不断增长,快递行业的市场也在不断扩大,成倍地增加。快递服务虽然没有网购的虚拟性,但是却是以一种看不见的方式,通过网络“监督”的方式,实现了快递的及时、完好无损。评价一项服务的品质。在这样的消费环境中,快递员消费者相对于传统的消费者,其权益更容易受到各种类型的侵权行为的侵害,他们的权益更具特殊性,也更容易受到侵害。快递服务中消费者权益的特殊性表现在以下几个方面。

第一,服务的非亲历性。在传统意义上,顾客都是自己去实体店买东西,或者是自己去接受服务,通过对产品的直接对比与观察,来判断出哪些产品是自己喜欢的,哪些产品是满意的。不过,在有些情形下,顾客可以根据自己的需求,选择自己的快递公司。由于和收货人签了合约,所以不能和快递员直接联系,只有从收货人那里才能得到消息。他们只知道快递的具体情况,并不接收快递。

第二,服务追求“时效”性。传统上,顾客在获得一种服务或者购买一种产品时,都是不经过延迟就能获得,但对于顾客而言,快递会有一定的延迟效应。当然,这个延迟也是有限度的,毕竟选择快件的时候,对于快件的要求非常的高,一般快件都是以最快的速度送达。因此,与“时效”相比,客户对快递的要求更高。

第三,权利更易遭受侵害。由于快递业务的中间环节较多(特别是中转、分拣等),因此,对于受快递业务影响的用户而言,在人身和财产安全方面的“机会”要大得多。

3. 快递服务中消费者权益受侵害的表现

(一) 消费者公平交易权受侵害

我国虽未制定具体的快递法,但已有大量的有关法律法规来规范快递业。消费者权利是消费者享有的权利。虽然快递服务合同是在双方自愿的基础上签订的,但由于服务的即时性和不可逆转性,消费者在寄送快递的这段时间里,根本不可能知道并获取到足够多的信息。因此,即使是顺利签订了服务合同,也未必是消费者的真实意愿。在某种意义上说,这对消费者公平交易的权利是一种损害。

中国广袤的土地上,有无数的乡镇,无数的快递公司在全国范围内招聘代理。为增加寄件数量,代理商常常不注重快递品牌,服务质量等。而且,快递公司还在不断地扩大,在这个过程中,他们并没有经过认真的审核,对于代理的选择也没有太高的要求。进入的门槛。多个方面的原因,造成了目前快递行业的服务质量不能得到保证,这对快递行业造成了很大的影响,损害消费者公平交易的权利。

快递服务的需要范围很广,它的主要目标是生活便利和网购,所以在这一类服务中,它所占比例是

最大的。还是那些不太实用的东西。为便于对全国各地的代理机构实施统一的管理，快递公司在快件背后都附有具体的服务条款，这就是快递服务合同。虽然格式合同对于节约交易时间，节约交易成本，提高市场效率具有积极的意义，但在制定的过程中，一些快递公司利用自身的优势，单方面制定了不平等条款，也就是保价条款和赔偿标准。借此逃避法定义务，减免自身责任、限制消费者权利并把运输风险不公平的转嫁到了消费者身上，这显然严重侵犯了消费者的公平交易权[5]。

(二) 消费者财产权受侵害

每个顾客第一次选择快递，就是看中了它的速度，不然的话，他们还可以选择更便宜的邮局。但无论是平时，还是遇到大型电商节庆、年终购物潮，都会出现快递延迟的情况，只是一些特殊时期的延迟比较严重而已。造成快件延误的原因有很多种，它有可能是在转运过程中，某一名分拣员的工作失误，也有可能是物流车在运输的过程中，遇到了水灾等不可抗力，又有可能是快件已经到达了收货站点，但是站点的人力不够，没有能够及时将快件送到目的地。快件延误现象在国家邮政总局收到的年度消费者投诉中占比也是最高的，这充分说明了当今社会，众多消费者苦于维权成本高、维权途径少，在快件延误发生并损害到自身权益的时候，不能得到应有的补偿[6]。

与快递延迟相比，快递遗失给顾客造成的损失更大。快递延迟所带来的损失也许只是花费了一定的时间，而快递的损失却意味着快递本身的价值被彻底摧毁。不仅造成了全部的金钱损失，如果是具有人格意义、纪念意义的特殊物品，对消费者的损害，就不是用金钱来衡量的了，而是更大的精神损害。尽管我们国家的快递员服务标准中有一条，就是在快件遗失后，快递员要将顾客所付的快递费返还给顾客。但是这一规则并没有产生什么效果。由于每个消费者在邮寄快递时都与快递服务企业签订了格式合同，本规定是我国对快递行业发展的准则规定，并非强制性的况且，就实际损失而言，运费根本无法与之相比。在快递遗失之后，大部分的快递服务企业都会根据快递面单背面的格式合同进行赔偿，在没有保险的情况下，大部分的消费者可以得到的补偿只有快递费的3~5倍，或者是500元。消费者财产权利被严重侵犯。

4. 快递服务中消费者权益保护制度存在的问题

(一) 我国关于快递服务业消费者权益保护的法律制度现状

在对快递行业的消费者权益保护方面，目前存在着《消费者权益保护法》《合同法》和快递行业监管等方面的法规。1986年，我国人民代表大会常务委员会颁布的《邮政法》是我国最早对快递行业进行监管的立法，其中没有关于快递行业的具体规定，2009年4月24日，《邮政法》又进行了修正，明确了企业进入快递业的条件和要求，并在“快递业务”中单独设置了一个章节。自那以后，2012年和2015年又对其进行了修正。同时，还对快递企业的经营许可条件、行业协会的责任和对快递公司的损失进行了补偿，从而提高了快递企业的服务水平，防止了对消费者权益的侵害。《邮政业消费者申诉处理办法》是国家邮政局在2011年6月24号颁布的。文章围绕着邮政行业为消费者提供方便的权利，从处理原则、具体程序和法律责任等几个方面对其进行了系统的规定，从而更好地保护了广大消费者的合法权利。2011年12月30日，国家标准化管理委员会颁布了《快递服务》国家标准。这是我国第一次针对快件行业的有关制度建立标准，对快件的验收、赔偿、延迟等作出了明确的规定，这对于提高快件行业的服务品质起到了促进作用，也为消费者的合法维权、知情权等权益提供了保障。2018年12月31日，《电子商务法》获全国人民代表大会常务委员会批准，2019年1月1号正式施行。此项法律明确指出，当货物在运送途中，卖方若选择速递，卖方须自行承担运送过程中的风险与责任；如买方委托快件，买方需自行负责运送过程中的风险及责任。这样的规定既考虑到消费者对快递物流供应商的选择问题，尊重了消费者对快递服务的自主选择权，更合理的认定了运输风险和责任。另外，我国各省、自治区、直辖市和有立

法权的城市按照《邮政法》制定的邮政行业地方性法规、地方性政府规章，也是我国快递服务业消费者权益保护法律体系的重要组成部分。

（二）快递业消费者权益保护法律的不足

当前，我国快递行业的相关法律、法规还存在着一些问题，不利于消费者的合法权益的保障。当前，邮政法的效力等级相对较高，但其规定相对较广，因为在 2009 年，快递业首次被纳入邮政法，那时的快递业已有一定发展，因为该条款被列入的时间非常短暂，并且它所规范的主要对象是邮政行业，所以这些条款的规定都很笼统，没有形成一套成熟、完善的监管法律体系。在邮政法律条文中，适用于快件纠纷的频率最高的是第 47 条，即损害赔偿。如今的中国，一旦发生了快递遗失、损坏等情况，三通一达等知名快递公司，都会根据邮电法第 47 条，对未投保的快件进行赔偿。根据邮政法第 47 条的说法，对于消费者而言，快件的价值完全丧失，无论是高价值还是低价值，只要没有投保，都可以得到快递费的三倍的赔偿，更有部分快递企业还规定了最高赔偿金额 500 元。但是，由于保险条款是一种格式条款，所以在之前的文章中，快递站点往往不能很好地履行其合理的提示和说明义务，所以很少有消费者会选择进行价保。在此情况下，大量的快递遗失、损坏，而法律体系中又没有得到适当的补偿。同时，我国邮政法律对于快件业的规制也比较薄弱，难以适应实际工作的要求。

当然，在《邮政法》之外，还有很多关于快递业的法律。比如《快递条例》《快递暂行条例》，以及其他的一些地方法规，都是由国务院颁布的。然而，这些法律的有效性和强制力并不强，所以，在制订公司内部规章的时候，就很容易产生冲突。比如，在《快递条例》中，就明确要求，快递员对保险公司的保险条款进行提示阅读，合理说明，提醒保险公司。然而，很多快递企业为了提高自身的效率，在实际操作中却没有做到这一点，更没有建立起一套严谨的内部评价体系。除此之外，在法律责任的规定中，对于快递服务企业可能存在的一些违法经营行为，和侵害消费者合法权益的情况，其裁量幅度比较轻，而在非常关键的验视环节，若快递服务企业不严格执行，则缺少相应的处罚。

5. 完善我国快递服务消费者权益保护的建議

（一）完善快递服务行业市场准入制度

要加强对快递业消费者的监管，就必须加强对快递业市场的监管，提高其进入门槛。快递行业的发展到今天，虽然给我们带来了丰厚的收益，但它也有很大的弊端，比如，由于快递业的准入门槛较低，导致了服务人员的整体素质较差，在监管的过程中，处罚的措施、力度和规定都有很大的问题。在立法上，要提高快递业的准入门槛，设立快件企业必须具备与其它企业相同的必要条件，而且必须遵守公司法的相关规定。而对于资格的要求就比较高了，可以设置一个工商部门，一个行业协会，虽说工商部门是一个行政单位，可是毕竟和行业协会，却是属于一个行业的，专业程度要高得多。此外，邮政法中关于快递公司注册资本的规定可以适当提高，使得快递企业能注入更多资金，提升规模，提高服务质量。相信在门槛提高以后，快递服务企业的整体素质会更高。

除了规范快递企业的市场准入，还需要规范快递从业人员的市场准入。快递公司在招募员工的时候，会对想要招录的员工进行严格的审核，以确保他们没有任何违法和犯罪的记录为重点，在经过了筛选之后，被录取的员工还需要经历一段时间的岗前培训，等他们完成了培训并且通过了考核之后，就可以正式进入工作岗位。而这一专业、负责任的评价，将会在整个工作过程中进行，从而极大地提升公司员工的整体素质。此外，还可以通过对快递公司员工的业绩进行考核，来提高快递公司员工的服务水平。所以，要健全快递服务行业的市场准入制度，着重于企业和人员的准入，建立资格认证体系，提高市场的进入门槛，只有这样，才能从源头上保护快递服务中的消费者权益。

（二）建立快递服务企业市场评价制度

消费者在进行市场交易时,直接受到快递服务的影响,并且对于快递服务有着最为直观的体验,按理说,消费者才是对快递服务进行监管的最大立场。但结合当前快递纠纷案件,我国消费者实施监管往往要依赖其他监管主体而非自身。因此,我们可以把消费者的评价机制,作为社会监督和市场监督的一种方式,由工商、邮政等部门主导,鼓励消费者公平地评价他们收到的快递服务,积极地监督快递公司的履约,在每次快递服务完成之后,消费者可以通过支付宝的快递物流页面,对快递公司进行打分,最终评分结果,将对本年度的快递企业声誉产生影响。另一方面,快递服务企业及行业协会应当定期、准确、完整地将消费者的评价信息告知国家邮政管理部门,并将年度的评价信息数据进行统计、汇总,并将其全部公开。这种评价机制,一方面能够推动快递服务企业提升自己的服务水平,并对从业人员的业务能力进行激励,另一方面还能够起到消费者监督的作用。在发生争议时也可以在一定程度上协助取证。建立快递服务企业的市场评价体系,能够形成一套“三位一体”的监管机制,以此来推动快递服务企业提升自己的服务质量,进而有效地维护消费者的合法权益。

(三) 规范快递服务合同管理

目前由于快递服务使得消费者合法权益受到侵害的情况很多都是因为快递在运输之前并未进行投保。所以,国家与政府必须从国内快递行业的实际发展状况出发制定一体化的保价标准,保护消费者的求偿权。但是,由于没有投保而导致的损害与保险公司的最高赔付金额存在着一定的差距。因此,在快递出现破损、丢失、延误等情况时,可以通过保价来获得一定的补偿。通过立法来提升快递公司违反合同的法律界限,确立无保价情形下的赔偿金额上限,是保护消费者权益的关键所在。

鉴于已保价的快递的实际损失与保价金额不一致的问题,笔者认为可以采取以下措施来解决:在快件的真实价值大于保险金额时,其原因在于寄件者对货物的真实价值估计过低。在此情形下,快件发生损毁、遗失时,快件公司应当对寄件量的最大限度进行赔偿,超出保险金额的部分,由寄件人自行承担;如果快件的真实价值低于保险金额,快件企业应当对快件进行严格审查。保险标的超过其真实价值时,应证明委托人的行为。此外,当快递损坏或丢失时,快递服务公司应根据快递的实际价值对托运人进行赔付。

6. 结语

结合我国当下形势,消费者在快递服务中处于弱势地位,如何有效保护消费者在快递服务中的合法权益已成为大众广泛关注的焦点,除了要强化快递行业本身的整顿,完善快递行业的法律法规和实施标准,才能对快递行业进行有效的监督,同时,消费者自己也要增强自己的维权意识,光靠某个方面来保护消费者的权利是远远不够的。只有把监管部门、行业自身、消费者三方有机地结合起来,才能使快递行业健康地发展,使广大用户能够放心地享受到快递行业的高质量服务。

参考文献

- [1] 孟昕儒,满海红. 移动互联网发展与消费者权益的迁移——基于支付渠道动态演化的研究[J]. 商业经济研究, 2022(16): 57-60.
- [2] 上海青浦法院. 快递服务合同纠纷类案件分析[EB/OL]. https://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MzIyNjg0MTE4MA==&mid=2247574422&idx=1&sn=88da6ede1eed92fdc2d92d54ae31d3d2&chksm=e869a4a5df1e2db31842b39937f4320195c6e34a6671c5ffd019619230efc79236acb10ff2e0&scene=27, 2023-03-21.
- [3] 王利明. 消费者的概念及消费者权益保护法的调整范围[J]. 政治与法律, 2002(2): 3-12.
- [4] 李昌麒,许明月. 消费者权益保护法[M]. 北京: 法律出版社, 2015: 18.
- [5] 苏号朋. 格式合同条款研究[M]. 中国人民大学出版社, 2004: 52.
- [6] 廖宇羿. 浅析网络购物中快递延误纠纷的解决机制[J]. 西南政法大学学报, 2012, 14(5): 74-78.