

“别拆,扫码必得20元” 快递包裹的“牛皮癣” 是该治治了

别拆,扫码必得20元;别急着扔,扫一扫领取精美礼品……随着网购的发展,每天都有不计其数的快递包裹送到人们手中,这也让不少人嗅到了其中的商机,快递包裹成为各类广告的“发布平台”。

然而记者走访发现,这些粘贴在快递外包装上的广告,以诱导性的话语让收件人扫码,从而达到平台引流、跳转链接、注册会员等目的,其中不乏一些夸大宣传、诱导消费的广告,直接侵犯了收件人的合法权益。不少人表示,这一类广告就像快递包裹的“牛皮癣”,确实该治治了。



快递外包装上粘贴的小广告。

说好扫码领现金 最终只拿到5元优惠券

“扫描快递包裹上的二维码,就会跳转到一个网购平台的活动页面,活动介绍中说邀请好友参与,到达一定数量就能领取现金,但真正参与进去后才发现,想要拿到现金,门槛不是一般的高。”家住西安市未央区的赵女士说。

赵女士告诉记者,前一阵,她在收快递时看到包裹上张贴的一张一小片,上面写着“扫码就能领取20元现金”,抱着试一试的心态,她用手机扫描了纸片上的二维码,随后

便出现了她前面所说的情况。赵女士按照活动的规则,通过分享链接的形式,邀请她的微信好友参与到活动中,每邀请一位好友就能获得一定数量的积分,每天都不能间断,当积分数值达到100时,就能领取现金。

到第8天时,赵女士攒够了积分,但当她点击活动页面的“兑换现金”按钮时,则跳转到了抽奖页面,20元现金只是众多奖项中的一个,最终赵女士抽到了5元的优惠券,

可用于在网购平台消费时进行冲抵。

“到底是我运气不好,还是广告上的宣传言过其实,我想大多数人和我的看法是一样的。”赵女士说,按照“扫码就能领取20元现金”这句话的意思,扫码应该是领取现金的唯一要求,但实际上却要参与活动,而且最终就算达到了活动要求,现金也不一定拿到手,所以她认为这种看似是给消费者发福利的广告,真正目的是为网购平台引流。

快递包裹的广告发布位置、内容不尽相同

连日来,记者在西安市走访发现,目前通过快递包裹发布广告已成普遍现象,各类广告发布的位置、内容不尽相同。

记者发现,快递包裹的广告一般通过3种形式发布,其中一种是包裹内的宣传卡片。消费者陈女士说,她收到的快递包裹中,经常能发现各种卡片,这种卡片放在快递包裹里,打开外包装后才能看到,卡片上的宣传内容一般都是网

购平台卖家店铺中的各种商品。

另外一种则是发布在包裹外的快递面单上。在消费者杨女士出示的一件快递包裹上可以看到,张贴在纸箱外的快递面单最下方,清晰地写着“广告”二字,广告内容为“仅需9元,月享235G流量,充100元送240元话费……”这是某通信运营商的流量及话费套餐。除此以外,也有“扫码领红包”字样的广告出现在面单上。

还有一种出现于张贴在快递

包裹外的取件码上。在西安市东郊某小区的垃圾桶中,有大量的快递外包装,不少都张贴着快递代收点的取件码,在取件码的下方打印着“别扔,扫码领红包,必得8元”的字样,还附带着一个二维码。

记者尝试扫描了多个声称“扫码领红包”的二维码发现,手机跳转的页面内容为某网购平台的促销活动链接,广告中写的“必得8元”实则是“下单最低减8元”。

快递包裹含广告成普遍现象 发布者成谜

记者走访西安市内3家快递代收点发现,包含广告的快递包裹并不少见。在西安市新城区某小区外的快递代收点内,摆放在代收点门口的13个快递包裹都有广告,在包裹外张贴的取件码下方,打印着“扫码领红包”的字样,还有一些广告发布在快递面单上,有的是宣传网购平台的商品,也有扫码领现金的内容。

根据记者走访情况及官方发布数据来看,在快递包裹上发布广告

已成普遍现象。安徽消保委曾于2022年对1111份快递单样本进行测试、统计和分析,得出的结论是,674个样本中含有二维码小广告,占比高达60.67%。据国家邮政局公布的2023年邮政行业运行情况,2023年快递业务量(不包含邮政集团包裹业务)累计完成1320.7亿件,由此不难看出,快递包裹上的广告数量巨大。

这么多广告是谁发布的?对于这个问题,各方均表示不清楚。经

营快递代收点的王女士称,快递包裹取件码上的广告,在系统打印单据时就会自动生成,代收点从未收过任何人的广告费。记者电话咨询了多家快递公司,得到的答案均是快递面单在打印前是空白的,可能是商家添加上去的。记者根据一件快递的发货信息联系了卖家,对方称他们只提供货物信息,快递单上的广告是面单自带的。但对于广告宣传的内容,各方均表示不要轻信,也不要随意扫码。

律师:监管部门及快递公司应加强管理

近年来,因轻信快递包裹的广告被骗的事例比比皆是。对此,不少人表示,随快递发布的一些不良广告,就像快递包裹上的“牛皮癣”,应该治治了。

公益律师赵良善表示,《广告法》规定,广告不得包含以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的内容,否则构成虚假广告。《消费者权益保护法》规定,消费者享有个

人信息依法得到保护的权利,未经消费者同意或者请求,或者消费者明确表示拒绝的,不得向其发送商业性信息。

依据《广告法》相关规定,若消费者因广告遭受损失的,一般由广告主依法承担民事责任。市场监管部门应加强监管,对快递包裹广告违法违规行为及时处理。快递包裹广告产业链的各方主体,包括广告

主、电商平台、快递公司等,应严格遵守相关法律法规,建立广告内容审查机制,加强对广告内容的审查。尤其是快递公司应承担把关责任,拒绝与不良商家进行广告合作,在收件时对广告进行查验,发现广告涉嫌违法侵权问题,不允许商家粘贴广告,或者采取必要的清除、屏蔽措施,并及时报告监管部门。

文/图 本报记者 白圩垞

陕西启动电动自行车集中夜查行动

本报讯(记者 张维)5月23日晚,陕西省电动自行车安全隐患全链条整治工作专班启动电动自行车集中夜查行动。

夜查行动首日,陕西各级消防救援队伍联合当地公安、住建、市场监管等部门,在相关乡镇街道、综合执法队、村(居)委会的配合下,出动检查组1942组,检查人员6020名,深入全省4795处住宅小区、自建房、商铺等场所,现场累计清理违规停放充电的电动自行车7384辆,检查发现非法改装电动自行车3辆,对64家单位、物业及77名个人进行了处罚。

检查中,消防部门联合公安、市场监管、住建等部门,坚持“违法劝导+宣传教育”相结合的原则,重点整治居民小区电动自行车违规停放、违规充电及“飞线充电”等违法行为。对行动中发现的消防违法行为,执法人员立即进行了劝导和清理,并对其进行了消防安全警示教育;对不配合执法及拒不改正的当事人,执法人员立即采取严厉行政处罚措施,并告诫当事人因电动自行车违规停放、充电引发火灾事故,构成犯罪的,将依法追究法律责任和移送司法机关处置,倒逼隐患整改落实。

西安开展电动自行车集中夜查行动 现场清理违规停放充电 电动自行车939辆



西安电动自行车第一次集中夜查行动。

为扎实推进电动自行车安全隐患全链条整治行动,切实加强电动自行车消防安全管理,有效防范和降低火灾风险隐患,切实保障人民群众生命财产安全。5月23日晚,西安市消防救援支队集中开展电动自行车夜查行动,积极排查电动自行车火灾隐患,确保消防安全形势平稳向好。

发布通告 统一部署

5月23日,西安市消防安全委员会办公室发布了《关于开展电动自行车消防安全集中夜查行动的通告》(以下简称《通告》)。《通告》表示,为深入推进电动自行车安全隐患全链条整治行动,严格整治违

规停放充电、非法改装等突出问题,按照全国电动自行车安全隐患全链条整治工作专班统一部署,2024年5月下旬至6月中旬,全市范围内将集中组织开展四次电动自行车夜查行动。

联合检查 消除隐患

5月23日晚,西安市各级消防救援机构联合公安、市场监管、住建、街道社区深入高层建筑、居民住宅、自建房、“三合一”、沿街门店、夜间经营场所等重点区域开展消防安全检查。重点对高层建筑民用建筑公共门厅、疏散通道、楼梯间、安全出口等电动自行车违规停放充电;未落实防火分隔、未配备消防设施器材、未实行车辆分组停放等不具备消防安全条件的建

筑架空层,仍作为电动自行车停放充电场所使用;电动自行车停放充电违规占用、堵塞疏散通道和安全出口,违规“进楼入户”“飞线充电”;自建房、“三合一”、沿街门店、夜间经营场所等电动自行车违规停放充电;电动自行车擅自改装原厂电气配件、拆改限速、外设蓄电池托架、改造蓄电池槽盒、更换大容量蓄电池等违法违规行为开展检查。

现场整改 科普宣传

5月23日19时许,西关正街社区联合消防大队、西关街办,在电动自行车安全专项整治行动中,社区工作人员及物业人员对楼道内违规停放电动车和电动车“飞线充电”等问题,进行了细致排查和清理,并帮助居民将停放在楼道间和消防通道的电动车有序停放在指定区域。

业立即整改,并就电动车使用消防安全管理规定及消防安全知识展开讲解,要求有关负责人要严格落实主体责任,强化整改措施,坚决杜绝出现人车同屋、“飞线充电”、电动自行车进楼入户和违规停放等情况发生。

同时,记者了解到,各检查组按照“边检查、边劝改、边宣传”的原则,提醒市民要保持消防通道畅通,注意电动自行车规范停放和充电安全,确保消防安全。5月23日晚,西安市消防救援支队19个大队共检查住宅小区144家、自建房13家,“三合一”、沿街门店、夜间经营场所106家,累计现场清理违规停放充电的电动自行车939辆,处罚29人。

记者了解到,针对现场检查出的问题,各检查组责令物业管理企

文/图 本报记者 葛兰