

超半数快递公司计费“向上取整”

消保委：快递公司要公示规则、规范计费

2.1 公斤快递按 3 公斤计价……近日，快递行业“向上取整”的收费方式引发公众关注。当“向上取整”成行业惯例，是否合规却值得讨论。几块钱、几毛钱的差价背后，消费者的权益保护不容忽视。江苏省消保委认为，“向上取整”的操作不仅不符合快递行业在称重与计费环节的服务标准，更侵害了消费者的公平交易权。

计重“向上取整”成行业惯例？

你有没有遇到过包裹“被增重”、续重“进位制”收费等情况？江苏省消保委微信公众号的一份微调查显示：10 票投给了“经常遇到”包裹“被增重”的情况，占比 47.62%；10 票“偶尔遇到”，占比 47.62%；1 票“从未遇到”，占比 4.76%。

记者查询不同快递公司的收费标准发现，多家快递公司在寄件下单选项中，仅能按 1 公斤、2 公斤等整数单位进行选择。实际寄件过程中，记者也分别遇到了“不足 1 公斤按 1 公斤计算”和“不足 0.5 公斤按 0.5 公斤计算”的计价方式。

有媒体测评了部分快递企业发现，其中超半数在快递续重收费中存在“向上取整”行为，包括申通、极兔、中通、圆通等，“2.1 公斤算 3 公斤”，还有的将 2.7 公斤左右的快递标注为 4 公斤。一位业内人士称，“向上取整”是行业惯例。

江苏省消保委分析，从网友发帖的截图来看，快递公司设置一个首重值，确定首重价格，超出首重的续重部分另行计费，续重部分进

位到整数。对快递公司而言，这种“向上取整”的操作，在提高计价效率的同时，也简化覆盖了分拣、仓储等成本，有助于维持整体经营，稳定利润空间。但对消费者而言，“向上取整”会带来“多付费”的吃亏感受，尤其是一些高频寄件用户，长期累积是一笔不小的支出。

江苏省消保委介绍，《消费者权益保护法》第十条规定：消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。国家市场监督管理总局、国家标准化委员会发布的《快递服务》明确：计费重量以千克（kg）为单位，保留小数点后至少 1 位。江苏省消保委认为，“向上取整”的操作不仅不符合快递行业在称重与计费环节的服务标准，更侵害了消费者的公平交易权。加之部分快递公司规则不透明，对消费者的知情权也造成了侵害，会导致消费者对品牌的信任感降低，甚至导致用户流失。



建议>>>

快递公司要规范计费 相关部门强化监管

江苏省消保委建议，快递公司要遵法守规、公示规则、规范计费。在官网、APP、小程序显著位置公示计费规则；探索更灵活、更精细的计价方案，如阶梯式计费、对轻小件按实际重量精确计费等；升级计费系统，通过与智能秤相连接实现称重数据实时采集，避免人工录入误差；加强内部管理，明确网点收件员、客服工作职责和规范；开通“取整争议投诉入口”，快速处理此类争议。相关部门也要进一步强化监管和服务，通过举办专班等形

式对快递公司、快递员开展培训和指导；在执法过程中加大对法律规范、国家标准的宣传普及；建立监督检查机制，对违规操作的网点或个人进行教育、处罚，责令退还费用。

江苏省消保委提醒广大消费者，合理包装、预先称重；主动了解规则，仔细核对运单，确认计费重量后支付；保留称重计数、交易页面等凭证，以备维权之需。

（综合江苏省消保委、扬子晚报等）

汽车延保“价格跳涨”：产品升级还是单方违约？

消保委：车企应该提前告知，保障消费者权益

□ 记者 章炜

随着新能源汽车市场的迅猛发展，消费者对汽车核心部件的延长质保需求日益旺盛，而与延保服务相关的纠纷也随着增加。消费者吴女士近日投诉反映，她在购买汽车延保服务时，发现该延保服务的价格及承保范围与销售时承诺的严重不符，企业销售时对外宣传广告标注开具购车发票后六个月内均可以享受 3688 元的优惠延保服务，但现在实际购买价格高达 7699 元。吴女士要求企业按照承诺履行，以 3688 元的价格购买整车延长保修服务。经协调，企业表示新的延保产品可以给予 7 折优惠。消保委强调企业

变更产品应提前告知并提供协商方案，以保障消费者权益。

据了解，吴女士的车辆开票日期为 2025 年 3 月 6 日，依据消费者提供的企业销售宣传广告及小程序内容，其符合以优惠价格购买延保产品的条件。但企业表示由于延保产品更换迭代，已重新定价。该延保服务的承保主体及承保范围都发生了变化（原延保产品由保险公司承保，新延保产品由主机厂承保），属于不同的产品，且原产品因合作终止已停售，实际已无法履行。经协调，企业表示新的延保产品可以给予 7 折优惠（折后价格 5389 元）。

上海市消保委汽车专业办表示，企业在卖车时向消费者宣传延保服

务优惠是为了提升消费者对车辆使用的信心，通过促销活动推广其延长保修服务，可以对车辆售后提供额外保障。本案中，延保优惠政策与购车合同存在关联性，因此消费者购车后，对于延保服务优惠具有信赖利益，有权以企业承诺的优惠价格购买该服务。

广告内容中延保服务优惠属于企业在销售前对不特定消费者的承诺，应视为要约，该优惠价格在消费者行权时限内不应随意变动，且企业未对相关产品的变更提前告知公示，应对其变更行为承担违约责任。汽车办认为应当支持消费者以原定价格购买服务，如原定服务无法提供，企业应当提前告知并提供

协商方案。

消保委提醒消费者，在选购汽车延保服务时需要注意：一是明确保修范围与条款，仔细阅读合同中的“包含”与“除外”条款，重点关注是否覆盖关键部件（动力电池包、发动机、高压燃油泵等）。同时，注意免责条款，部分延保对保养记录、改装情况、事故历史有严格要求，违规可能导致拒赔。

二是明确提供延保服务的主体，服务提供的主体是车企、保险公司还是第三方合作机构。

三是关注服务细节，如理赔流程是否需预付维修费再报销，是否限制维修点等等。同时，建议保留合同细则作为维权依据。