

# 春节消费加收“服务费”，合理吗？



春节期间快递公司服务范围和时效将有所调整。

新华社 图

叫个车、寄份快递、出去吃顿饭……春节期间，很多人发现平日习以为常的各种消费，可能要加收一定的服务费。涨价固然意味着消费者要多掏银子，也会令部分人感到“肉痛”。不过，针对这种“明码标价”式的涨价，不少人表现出了理解和宽容。

## 快递业春节开启值班模式

春节是快递业务的低谷，大量的快递员返乡过年。虽然主要快递公司纷纷表示“春节快递不打烊”，但服务时效和快递费用不可避免地出现调整。

韵达快递表示，根据市场变化，为满足客户寄递需求，韵达将于2月3日至9日开启“春节模式”。在此期间，为了保证春节期间的快递服务质量，每票快件将加收10元服务费，同时服务范围和时效将有所调整。

“快递业的春节运营，是一种值班模式。”快递物流咨询网首席顾问徐勇说，在人手不足的情况下，快递公司以价格手段调节消费需求的做法，符合市场规律。国家邮政局在部署春节期间寄递服务保障工作时，也明确提出要严格落实劳动法关于节日期间薪酬保障的规定。

与快递不同，春节期间打车业务迎来了高峰。大年三十那一天，武汉市民杨宇卿从光谷打车去汉口火车站。打开叫车软件后，平台显示每单业务根据距离不同，要加收6到9元的服务费。平台表示，多加的服务费将作为网约车司机的补贴。

## 【时评】

## 让消费“开门红”火下去

春节消费迎来“开门红”。最新数据显示，春节“黄金周”期间，我国零售和餐饮企业销售突破1万亿元，与此同时，银联网络交易总金额也首次突破万亿级。两个“万亿级”既是我国消费实力的展示，也是中国迈向高质量发展、不断扩大对外开放的结果。

春节消费是观察中国消费实力的一扇窗口，“黄金周”的亮眼数据再次印证了我国近14亿人口大市场，以及超4亿中等收入群体“买买买”的巨大潜力。在消费连续多年成为经济增长主引擎的当下，春节消费的劲风无疑在2019年开年之际吹来阵阵暖意。

春节消费强劲顺应了经济高质量发展的大势。智利车厘子、美国干果、法国红酒等更多“洋年货”飞入寻

“大过年的司机也不容易，多加9块钱我可以接受，前提是这些钱真正到了司机口袋。”杨宇卿说，相比多加的服务费用，多数乘客更关心的是春节能不能及时打到车、服务质量好不好。

## 网红餐厅服务费“明码加价”

春节期间的广西北海涠洲岛艳阳高照，游人如织。8日中午，在岛上一家“网红”海鲜餐厅，游客排起了长队等待就餐。慕名而来的山东游客徐以峰拿到一份菜单，上面显示由于春节因素，每道菜需要加收5元服务费。

徐以峰说，这家餐厅的菜品价格不贵，平均每道菜也就四五十元左右。加收5元服务费，相当于提高了10%左右。“春节是旅游旺季，多数消费者最怕的是开始不说清楚，后面胡乱加价的行为。这种‘明码标价’的涨价，大家反倒能接受，这么多人排队就印证了这一点。”

不少市民认为，春节期间“明码标价”式的涨价，是对劳动者付出的肯定和尊重。但他们同时也对消费市场涨价乱象感到心塞。

徐以峰说，如在一些城市的火车站、飞机场，仍有不少黑车徘徊，对外地游客报出动辄两三百元的价格。在热门旅游城市的餐饮、集贸市场，有些经营者表面看上去不涨价，暗地里却缺少斤两坑消费者，给祥和的节日添堵。不过，随着政府监管力量的加强，这种乱涨价的市场空间注定越来越小。

据新华社电

常百姓家；观影、旅游已成为一些人过年的“必选项目”，春节期间电影票房超过50亿元，假期旅游收入5139亿元，同比增长8.2%……从“有没有”到“好不好”，从“吃得舒心”到“玩得开心”，消费升级的背后是中国迈向高质量发展的步伐。

春节消费强劲也得益于我国不断扩大开放的努力。去年，我国举办了首届中国国际进口博览会；关税总水平降至7.5%；进出口通关时间压缩率超过50%；今年1月1日前，包括大量进口食品在内的700余项商品实施进口暂定税率，税率降幅最高超50%……中国一系列扩大开放的务实举措，既满足了百姓对美好生活的需要，也为世界带来互利共赢的机遇。

据新华社电

## ■关注

## 第三方支付巨头公布红包战报 90后成为春节抢发红包主力

青年报记者 孙琪

本报讯 经历了数年春节红包大战洗礼，如今，发红包、抢红包就像吃饺子、走亲戚、看春晚一样，已经成为不少人过年的小仪式。红包营销也成为BAT等机构的春节例行活动，那么今年多少国人参与了这个游戏呢？近日数家移动支付巨头相继公布了战绩，为春节红包大战史又书写了浓墨重彩一笔。

2月10日，微信官方发布消息称，除夕到初五期间，在微信中共发送的消息发送量较去年同期增长64.2%，8.23亿人收发微信红包，同比增长7.12%。除夕这一天，用户们在微信上的活动最频繁，单日消息和朋友圈信息量达到顶峰。其中，90后正在成长为移动互联网世界的主宰，实现了发出最多条微信消息、最多条朋友圈、最多个表情包，以及收发最多条微信红包的“四个最”。

今年的红包大战，支付宝和百度拿出了更多真金白银。今年大年三

十22时18分，是支付宝第四次搞集五福开奖，集齐五福的用户可拼手气工分5元现金红包。记者从支付宝方面获悉，1月25日至除夕的11天里，全国超过4.5亿人参与了该活动。据悉，和去年相比，今年参与集支付宝五福的人数同比增长了40%。该活动今年还传递到了全球，今年全球有200多个国家和地区的海外华人在参与集福，香港用户则第一次可以用自己的手机钱包扫福。

今年百度拿下央视春晚独家红包赞助权，记者从度小满金融（原百度金融）方面获悉，这次全球观众参与共同瓜分9亿元现金红包大奖。当晚4轮红包互动总次数更是达到208亿，这一数据创出历史最高。

银联云闪付今年也不落后，在1月5日-2月4日长达1个月的时间内，推出扫码识领红包、新人红包、还款红包等活动。此外，今年红包队伍还添了许多新玩家，比如抖音、快手等短视频平台高调入局，纷纷向用户下“红包雨”。

## 春节银联网络交易破万亿元

中国银联2月11日发布的最新春节消费数据显示，除夕至初六放假期间，银联网络交易再创春节长假历史新高，交易总额首次突破万亿元，达1.16万亿元，较去年同期增长71.4%。不仅国人消费升级趋势明显，而且越来越多的境外人士赴中国体验年味。

“今年春节消费有两个特点值得关注：一是老百姓更舍得花钱，不论是孝敬老人、奖励晚辈还是犒劳自己，交易都有显著增长；二是文化娱乐和旅游消费增长迅速，成为今年过年的消费亮点。”中国银联数据分析师陈汉说。

数据显示，春节期间银联卡日常消费金额同比增长74.7%，高于平均增幅。具体来看，黄金珠宝类消费备受欢迎，金额同比增长超过9成，不少人选择购置珠宝首饰，讨一个好彩头。此外，买年货、逛庙会等传统消费保持平稳快速增长，年夜饭、团圆饭预订尤为火爆。

文娱消费走俏，消费升级趋势明显。春节期间，滑雪、健身等运动受

到越来越多消费者喜爱，运动类消费金额较去年同期增长了1.2倍。老百姓不仅追求身体健康，也注重文化熏陶。赏话剧、看电影等文娱消费支出大幅上涨，增幅超过1倍。宁夏、内蒙古等西部省份娱乐消费支出同比增幅最高。

旅游消费持续走高，移动支付成新宠。今年春节假期，旅行社、大型景区售票、宾馆住宿等旅行相关消费金额同比增长超过9成。“一带一路”沿线成为新兴热门旅游目的地，缅甸、摩洛哥、印度、土耳其、芬兰等地交易量显著增长。

随着受理环境的逐步完善，越来越多的消费者青睐更加安全、快捷的新兴支付方式，云闪付App等移动支付产品受到欢迎。春节期间，银联移动支付业务交易笔数和交易金额较去年同期分别增长了2.5倍和4.4倍。

此外，有越来越多境外持卡人赴中国体验年味。随着银联卡境外发行突破1亿张，春节期间37个境外市场的持卡人在境内用卡，交易金额同比增长超过2成。

据新华社电

## 中信银行助力搭建中美沟通桥梁

自1998年起，中信银行成为美国驻华使馆在中国境内唯一官方授权代收赴美签证费用和代传递再次赴美签证材料的银行。在双方合作的二十年里，中信银行已经帮助近2000万人次实现赴美旅程。

伴随信息科技时代的到来，中信银行通过技术创新，不断优化“代缴费”业务。从柜台到ATM，再到智慧柜台缴费，中信银行为优化客户体验投入了大量的科技开发力量。目前，中信银行已实现线上、线下美签缴费功能的全渠道覆盖。

同时，中信银行利用覆盖全国31个省/自治区/直辖市，147个城市1400余个网点的服务网络，以及强大的信息技术支持，实现线上系统和线下人工服务的完美配合，极大提升了客户办理美国签证业务

的体验。

为确保签证材料、护照安全，中信银行设置了专职信使无缝对接使馆，并不断优化传递材料管理、护照送取、分拣等工作流程，保证申请材料、护照等重要证件的安全。借助技术创新服务，中信银行还推出签证在线查询进度服务，签证动态随时掌握。

从提供美国签证服务开始，中信银行坚持“为每一个出国梦想保驾护航”的初心，不断推出符合市场需求的新产品和服务，以“全球签+外汇业务主办行+出国留学蓝皮书”作为业务特色，出国金融国际规划师作为核心竞争力，打造线上加线下，金融加非金融的一站式出国金融生态圈，将有温度的服务延伸至每一位出国客户。

广告