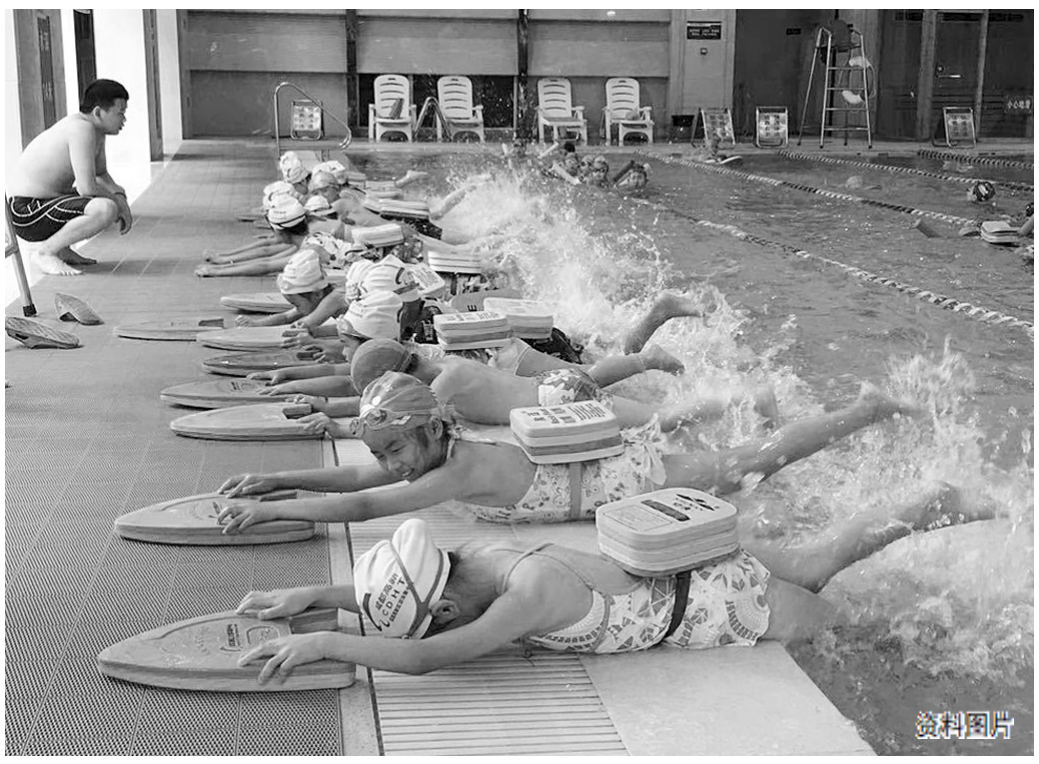
总监 隋春波 编辑 崔薇薇 版式设计 徐广飞 校对 陈 清 全媒体专刊部电话 3595121

2024年7月12日 营口日报 周末版

暑期游泳培训火啦！


资料图片

为了让孩子强健体魄、增加技能，暑假期间，很多家长都给孩子报了体育培训班，学游泳成了不少家长的共同选择。连日来，记者走访市内多家游泳场馆发现，暑期游泳培训班都非常火爆。

上周末上午不到9点，市内一家大型游泳馆就陆陆续续迎来家长和孩子，家长们大包小包地拿着泳衣、水和毛巾，陪同孩子上游泳课。泳池里，孩子们尽情嬉戏，有些正跟随教练进行训练。泳池边，家长们目光始终跟随自己的孩子，并不时用手机拍下孩子第一次学游泳的照片和视频。“为什么选择让孩子学游泳？”“为了让孩子落水之后能够自救。”“孩子体质弱，趁着假期加强锻炼。”“孩子太胖了，趁暑假让他学游泳减减肥！”……面对记者的提问，家长们给出不同的答案。

昨日，记者在市内另一家游泳馆里看到，游泳池里非常热闹，以小孩子居多。工作人员告诉记者，暑假之前，只有周末时来学游泳的孩子比较多。进入暑假后，报名人数几乎翻了几倍，后期还有很多已预约报名的。为了让孩子更安全地学习游泳，许多家长都给孩子报了一对一或一对二的培训班。

记者采访中发现，作为孩子生存的重要技能，让孩子学会游泳，是很多家长心中必须让孩子完成的“功课”。无论是综合性体育场、健身房还是专业游泳馆，游泳班报名都很火爆。据了解，每年暑假期间，报游泳培训班的孩子数量，比其他三个季节加起来还多。

与此同时，各家游泳馆自然不会错过这一“黄金旺季”，微信朋友圈里经常能够刷到各家游泳培训机构“学游泳惊爆价”“次卡特价”“游泳教学，包教包会”等等的醒目推销广告。“游泳教练在夏天的时候几乎不会休假，全天候守在这里。”市内一家游泳馆的游泳课销售顾问告诉记者。

此外，记者了解到，随着健身意识的增强，学游泳的成人也越来越多。成人大多上小课，有的是三五好友下班后一同学习，平均一期课程12节课，整期课程的花费在1000元到1500元不等。

业内人士提醒市民注意，目前市场上游泳培训班比较多，市民在选择时需要多留心，不仅要考察游泳场地是否符合卫生标准，还需要查看馆内安全措施等，同时要注意了解教练的资质。

本报记者 崔薇薇

快递公司收取保鲜服务费是否合理？

盛夏，鲜甜多汁的水果集中上市，成为很多家庭餐桌上的佳品，水果等生鲜快递运输服务需求大增。与此同时，一场关于快递保鲜服务费的争议也悄然升温。

近段时间，快递市场关于保鲜服务费讨论热烈。所谓保鲜服务费，并非是冰袋等冷媒包装费用，而是指专属标识、优先中转、优先派送和售后等服务费用，有快递公司按照寄递距离收取3—5元服务费。

有消费者认为，生鲜容易腐败变质，快递公司推出优先派送等服务并收取一定费用可以理解。但也有消费者质疑，快递费已经包含了运输成本，再收保鲜费属于重复收费。

生鲜物流成本高

7月2日，“重庆爆品”巫山脆李开园上市。盒马鲜生、宜品良果、顺丰和菜鸟速递等多家快递公司，都在果园边设置揽收服务点，实现全国千余城市“次日达”。

各家快递公司都宣称，当日发货当日揽收，川江浙沪皖等地主要城市第二天可送货上门。但寄递价格各异，以2.5公斤鲜李跨省寄送为例，顺丰邮费47元，京东42元，菜鸟速递仅为24元。

重庆冷链物流协会负责人表示，生鲜物流成本高是不争的事实，以重庆为例，一箱2.5公斤的杨梅，售价200元，但是快递费要30元左右。

“生鲜由于易腐败变质，对于交付的即时性和品质要求都很高，冷链物流配送比常温配送成本至少高出30%。”重庆某冷链企业负责人易先生称，一辆4.2米的冷藏车，可装载3吨到5吨货物，像重庆主城这样一个千万人口规模的城市，配送3个点位，费用基本在350—450元之间。如果是常温物流，同样情况大概只需要250—350元之间。

长途冷链运输，成本更高。比如租一辆13.5米的冷藏厢式货车，从重庆到北京单趟费用在1.7万元左右，比常温货运高一半多。

国家邮政局公布的数据显示，2023年，快递行业平均价格9.15元左右，同比下降4.1%，再创新低。快递企业增收不增利的问题已经十分明显。而生鲜物流成本虽高，但却是为数不多的增量市场，成为各企业发力的一个重点领域。

保鲜服务费存在争议

随着生鲜市场的规模扩张，生鲜物流需求快速增长，同时表现出终端订单小、品种多、频次高的特点，加之生鲜腐败变质等问题引发的消费投诉不断增多，一些企业开始拓展收费增值服务。

有快递公司针对生鲜推出了张贴专有标识、提供优先中转、优先派送、禁止投柜和个性化理赔等服务，并收取保鲜服务费。

对此，有观点认为，为了保证鲜果质量，快递企业所投入的包装设计研发、所开辟的冷链专线、在机场开设的绿色通道等，处处都是开支，因此适当收取保鲜服务费可以理解。

不过，争议也随之而起。在黑猫投诉上，关于保鲜服务费的投诉有数百条。有网友指出，快递公司收了保鲜服务费却未履行保鲜义务。还有网友质疑快递公司是否优先中转、优先派送，消费者根本不知情，感觉这个钱花得不明不白。

有业内人士指出，保鲜服务是为了确保商品在承诺时效内安全送达，是一项基础服务，并不属于增值服务，不应该额外收取费用。

在此背景下，有快递公司近日推出“生鲜平价寄”服务，也提供专属标识、优先中转、优先派送和无忧售后等保鲜服务，确保江浙沪皖次日达、按需上门。价格方面，该快递公司明确不收取保鲜服务费。

该快递公司相关负责人表示，生鲜寄递市场服务单一、价格偏高，市场需要好用不贵的快递产品，既保障物流体验，又降低生鲜农产品流通成本。该公司今年计划全面进入生鲜产区，让消费者和商家有更多选择。

生鲜快递“卷”价格才刚开始

“保鲜费的提出，可以理解为是市场催生的高阶需求，也可以看作是快递物流企业尚未能消化和降低成本、提出的分层付费服务。”重庆工商大学教授莫远明说，既然是分层，必然就要在效率和质量上有更高要求，这是快递业核心竞争力的体现。比如，比普通物流早一天半天送到、不能出现融化解冻现象、到达时箱内温度必须低于户外温度等。

在莫远明看来，“生鲜平价寄”服务的推出，短期内很难带来生鲜物流价格的大幅度波动，但从长远来看，这或许是生鲜快递“卷”价格的开始。眼前的问题是，有的快递公司对生鲜快递加收保鲜服务费，有的不额外收费，那么到底该不该收费？能不能收费？保鲜服务到底是基础还是增值服务？这都有待消费者来检验。

值得一提的是，生鲜快递是典型的规模经济，只有形成一定的规模效应，冷链物流成本才会下降并且稳定下来。

“收费低，成本也要低，生意才能运转下去。卡好位、不激进扩张是现在我们生鲜业务的战术。”菜鸟速递相关负责人坦言，企业在生鲜领域目前的思路是，不贪大求全，而是聚焦在货量集中的100多个核心城市，以降低成本。

工人日报