

中通快递宣布双11起调整快递费用 双11将至，快递企业“趁机”涨价？

离2019年双11还有不到一个月的时间，快递涨价已有了“风吹草动”。目前，中通快递已宣布双11起调整快递费用，其他快递公司会跟进吗？

其他快递很可能跟进

10月11日，中通快递发布了一则“关于旺季高峰应对预案的告客户书”，称为了确保旺季期间快递服务安全、平稳，保持服务质量和客户满意度，应对旺季场地、运输、用工等费用的上涨，将从2019年11月11日起调整快递费用。具体调整幅度，由当地服务网点根据总部指导建议并结合各自实际情况实施。价格涨了还会跌回去吗？中通快递方面表示，中通一直在探索更

加健康和符合市场规律的价格机制，近3年来，中通都主动在旺季调整快递费用。旺季之后的快递费用，需要根据市场变化的具体情况来制定。

记者昨天询问了另外几家主流快递企业。顺丰、申通、圆通、韵达等均表示目前没有调整计划或尚未收到双11调价的通知。但双11前夕快递涨价已成惯例，2018年双11前一个月，也是中通率先公告涨价，随后圆通、申通等跟进，所以外界普遍认为，其他主流快递企业涨价的脚步也不会太远了。

快递企业有涨价意愿

业内人士指出，受竞争条件和商业模式的影响，快递涨价实际上

是常规操作，一般实行的是浮动定价模式，旺季提高价格，过年以后再进行降价。

另一种观点认为，面对双11高峰期间不断攀升的快件量，物流处理能力超负荷，快递企业借此机会对一些过热、过饱线路及地区的价格进行上行调节，在一定程度上可保证其良好运营效率，确保客户质量。

但是，无论从长期积累的原因，还是从当下收入减少的现状来看，各快递公司确是有“涨价的意愿”的。首先，多年来快递公司为了抢占市场份额大打“价格战”，据国家邮政局数据，在2010年，发一件快递在24元到25元，而到了2018年，发一件快递只要12元左右。如今，市场被瓜分后相对稳定了，涨价就

有了“动力”，而双11则是涨价的“好借口、好时机”。

其次，从各快递公司发布的2019年8月经营简报来看，单票收入有所减少。据中信建投统计，8月规模以上快递票均单价为11.63元，同比下降2.36%。

服务质量能否跟得上

对于快递涨价，消费者不仅关心钱的问题，更关心服务是否同样能“跟上”。一位网友表示，现在很多快递公司根本不送上门，只是扔在快递柜让用户自己去取，双11甚至直接堆在地上，让用户自己去翻，这样的服务根本不应该涨价。也有网友认为，“到处都是菜鸟驿站，我的快递早就是自取的了，除非送上门，

否则涨价真的没有道理。”

“快递价格上涨需与服务质量形成对等。”电子商务研究中心法律权益部助理分析师蒙慧欣认为，破碎、丢失、时效慢是快递企业在物流高峰期最常遇到的问题，涨价后不能保障服务质量，会适得其反，降低在消费者群体中的口碑。

国家邮政局的调查显示，2019年第二季度用户快递服务公众满意度得分为78.0分，同比下降0.1分。公众满意度得分在80分以上的企业为顺丰速运、京东物流，得分在76-80分之间的企业为邮政EMS、中通快递、韵达速递、百世快递和圆通速递，得分在75-76分之间的企业为申通快递、德邦快递和优速快递。本报记者 金志刚

全市性的家长学校——“上海智慧父母成长课堂”

昨天第一次开课，主办单位是上海开放大学，在市委教委指导下，面向学龄前孩子的父母群体。抢到入场券的家长将一间百多座的会场挤得满满，没机会到场的，只能以后在线补课了。有意思的是，从现场家长热切关注的焦点来看，“赢在起跑线上”之类已是老掉牙的问题了，取而代之的则是“祖辈带养”“二娃”等棘手话题。

监护人负养育主责

“孩子的养育，听谁的？”这个问题居然现在也成了不少家庭争执不下的一大难点。有母亲据理力争：“我生的孩子，怎么教育，当然是我说了算。”而有些奶奶和外婆则不甘示弱：“你们带好孩子？自己还是个孩子呢。从前，我把儿子教育得那么出色，名牌大学毕业，现在事业也有成了。我怎么就管不好小孙子了？”

58岁的褚阿姨才当奶奶。她说：“我们这代人以前只是凭经验带孩子，今天来参加智慧父母成长课堂学习，发现自己的许多观念的确落后了。多听听这样的课，多学习点科学育儿知识，这样才能把小宝宝带好、养好。”

不过，毕竟还有相当一部分奶奶和外婆并不像褚阿姨这样开明。有位李姓奶奶颇为强势地说：“媳妇只是负责把孩子生出来，宝宝出生后吃的、用的、玩的，都是我出钱，现在每月上各种早教班的几十元钱也是我付的。我最了解孩子，也最关心孩子了。在教育孙子的问题上，我就不允许儿子和媳妇插嘴。”不过，无论是专家还是家长，倾向性的意见是“一代管一代”，谁是孩子的法定监护人，那么在养育问题上谁就掌握主导权。

“养育孩子需要祖辈和父母辈的互相配合。”担任昨天首课主讲的上海市妇幼保健中心副主任彭咏梅建议，首先，祖父母要转变教育观念，不断更新自己的育儿知识；其次，作为宝宝的共同抚养人，一家人

教育新观察

智慧父母成长课堂『有经验』不让儿媳管娃

要相互理解，多加强沟通。构建和谐的家庭氛围对孩子的成长至关重要，全家人要尽可能在育儿理念上达到统一。

大宝小宝同屋成长

“你们只管生，宝宝我来带。”还有不少祖辈喜欢对儿女们是否生二娃大包大揽，这也成了父母课堂上热议的问题。刚生完二娃的季女士说了一件“伤心事”，她的大女儿正在上大班，小女儿才18个月，由于夫妻俩都要工作，没想到婆婆竟提出小孙女由她带回苏州老家养。“姊妹从小不生活在一起，怎么培养感情？我生二娃不就没意义了吗？”她说。

更令专家们忧心的，是有些年轻父母把两个娃娃分别“寄养”在奶奶家和外婆家。不在一个屋檐下，亲兄弟亲姐妹会变得生分。况且，一些“中国奶奶”“中国外婆”有个通病，就是喜欢“表功”：“还是奶奶对你好吧？你看，弟弟在外婆家就没这么多好吃的、好玩的东西……”

上海市心理健康教育名师工作室成员、宝山区教育学院心理教研员蔡素文告诉家长们，生了二娃，家里多了一位小成员，对父母来说绝对是一种考验。“必须把两个小宝宝放在一个家庭氛围里。同时也要意识到每个孩子都是不一样，家长应该根据大宝和二宝的不同的成长时期、不同的性格脾气、不同的成长境遇，给予不同的养育方式，从而体现出孩子的个性。”

对于有些祖辈最担心的“生了小宝冷落了大宝”的问题，蔡素文提出，有了二宝，父母可能常常要围着二宝转，应该开诚布公地告诉大宝，爸爸妈妈对于他的爱是永远不变的。特别是大宝的生活规律与习惯不要随便打破。比如，大宝临睡前喜欢听爸妈讲故事，这个“传统节目”就必须保留下去，以前经常陪大宝一起去上辅导班、一起旅游、一起做游戏，这更不能中断，甚至还可以带着小宝一起玩。 首席记者 王蔚



“茶”主题展亮相老洋房

当时尚的网红展览遇上历史厚重的花园洋房，会是怎样一种体验？近日，一场以“茶”为主题的沉浸式艺术展览，在陕西北路549号花园住宅亮相，吸引不少市民首次走进了这座拥有近百年历史的老洋房。11个茶主题空间以丰富的色彩和不同材料的创意装置，让观众通过视、听、嗅、触、味觉，体会到来自世界各地不同茶的奥秘。图为在老洋房别致的氛围中，游客在观赏茶叶万花筒多媒体装置 首席记者 刘歆 摄影报道

科创板50成份指数延后发布 科创板受理企业已达162家

本报讯（首席记者 连建明）上交所上周五发布公告，为进一步优化指数编制发布工作，经研究，延后发布上证科创板50成份指数，发布时间另行公告。对此，市场人士认为这个调整是务实的。

上交所表示，开市以来，科创板交易平稳有序。截至目前，科创板受理企业达到162家，其中42家完成注册程序，共33家公司完成挂牌上市。从板块规模来看，已挂牌家数较少、体量较小。其间，包括基金公司在内的大部分专业机构提出，科创板指数作为上证核心成份指数，需着重于指数的代表性和可投资性。在参考借鉴市场建议的

基础上，上交所与中证指数公司经过深入调研和研究决定暂缓推出科创板指数，发布时间另行公告。

上交所7月份发布消息，将于科创板上市股票与存托凭证数量满30只后的第11个交易日发布上证科创板50成份指数。科创板第30只股票为9月25日上市的天奈科技，按11个交易日计算，科创板50成份指数或将于10月16日左右推出。

对于现在的推迟，市场人士表示，科创板指数延后推出符合市场预期，也适合当前的市场环境。因为目前上市数量还不够，价格博弈还没有充分形成，等市场更具规模

的时候再推出，将更能客观反映板块的整体情况。

近期科创板发行上市步伐显著加快，昨晚杰普特发布招股书，将于22日发行，这样，本周科创板将有3只新股发行，下周目前确定发行的新股有3只。另外，证监会上周六同意5家科创板公司首次公开发行股票注册。上周五，上交所科创板股票上市委员会审议通过深圳清溢光电股份有限公司、杭州当虹科技股份有限公司首发上市申请。这意味着近期科创板上市股票将可能增加10多只，随着数量显著增多，到时科创板指数的推出就将水到渠成。

上海市拥军优属基金会 开通互联网公益募捐平台

本报讯（记者 江跃中）上海市拥军优属基金会日前开通了互联网公益募捐平台，通过平台推出首批2个拥军优属项目，正式进行网上公益募捐，所得捐赠将全部用于推动落实通过调研试行、精心选

择的拥军优属项目。

据介绍，此次启动的互联网公益募捐平台及推出的首批2个募捐项目，标志着上海市拥军优属基金会开始将公益募捐工作从线下发展到线上线下并举，也意味着本

市社会化拥军优属工作+互联网的新发展模式开始形成，旨在进一步激发全社会爱国拥军优属热情，通过网络汇聚分散在社会各界和各领域的个人单体力量，共同来支持关心实施拥军优属项目。

此次在网上公益平台推出的“舒心厨卫适老改造”“光明营养计划”2个拥军优属项目，是从今年实施的200多个工作项目中精选出来的品牌项目。