

# 花一元钱充电,服务费竟占了0.73元

## 服务费比电费贵,电动单车充电“藏玄机”



文/片 管悦 李自强 济南报道

**市民:**  
一直以为交的是电费  
不知道还有服务费

3月19日,在济南市历下区解放路165号中豪酒店大院内,济南市民杜女士查看充电历史订单时,发现自己支付的一元充电费中,服务费竟有0.73元,而充电费用仅为0.33元(其中封顶优惠0.06元)。

“我一直以为交的都是电费,今天才注意到还有服务费,收费公示牌上也没有标明服务费的相关明细。”杜女士有些疑惑,“就像加油站的油价牌一样,充电桩也应该把账算清楚。”

随后,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者走访济南市多个电动自行车公共充电桩后发现,发祥巷小区、上海花园、棋盘小区、万科泊寓西部社区等多个小区、写字楼下的公共充电桩收费项目包括充电费、服务费两项,涉及闪开来电、天天充电、小绿人充电、铁塔充电、正弦充电等多个品牌。目前,各品牌充电电

“花一元钱充电,服务费竟要0.73元,比电费还贵。”近日,济南市民杜女士向记者反映,自己在公共充电桩给电动自行车充电时发现,费用中增加了一项服务费,而且收费还不低。电动自行车充电服务费有无定价标准?对此,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者开展了调查。



各品牌充电电费均为0.555元/度,但服务费价格不一。

费均为0.555元/度,但服务费各不相同。

以天天充电为例,根据平台出示的收费价格表显示,服务费根据功率分为五个档次——0至149W每小时0.15元,150W至299W每小时0.22元,300W至599W每小时0.29元,600W至799W每小时0.43元,800W至1000W每小时0.57元。而铁塔充电服务费收费标准则为0~300W每小时0.18元,300~600W每小时0.28元,600~1000W每小时0.48元,1000W以上每小时0.88元。

以200W的电动自行车充电5

小时计算,闪开来电、天天充电、小绿人充电、铁塔充电四个品牌的服务费分别为0.75元、1.1元、0.87元、0.75元。这也意味着,功率越大的电动自行车充电时间越长,差价越大。

**运营商:**  
服务费实行市场调节价  
含运营成本和公司收益

电动自行车充电服务费到底是谁在收?主要覆盖哪些服务项目?对此,记者联系了济南多家物

业、社区居委会工作人员及公共充电桩品牌方。

“物业只负责将公共充电桩引进小区内,充电费、服务费的制定和收取均由运营商负责。”中海汇德里物业工作人员介绍,运营商按照济南市居民生活用电价格向物业缴纳电费,至于服务费收取一事则由运营商负责,物业方并不清楚。济南市历下区棋盘街社区居委会工作人员同样表示,用户在公共充电设施充电时所收取的费用均由运营商负责。

“电动自行车充电收取服务费的情况一直存在,之前是‘打包收取’总价,现在根据国家相关规定,将电费与服务费分别公示和计价。”铁塔充电工作人员表示,电动自行车充电服务费是指用户在公共充电设施充电时,除电费外,需额外支付的费用。该费用主要覆盖充电设施的运营成本和公司收益等。服务费定价没有具体标准,由各家公司自主制定。

上述工作人员表示,综合计算下来,各项运营成本高于电费,所以消费者为电动自行车充电时所产生的服务费也会高于电费。

对于收取服务费的问题,闪开来电工作人员表示,服务费是根据充电功率和充电时长来收取,包括前期的设备安装成本、场地成本、后期维护成本、人工成本等,“我们

不同的充电站点由不同管理人运营,所以收费也不同。现在服务费和电费分开计算,价格与之前相比并没有上涨,有的站点反而比之前更低了”。

**相关部门:**  
保护消费者知情权  
调节价也需明码标价

服务费有没有具体的收费标准?济南市发展和改革委员会价格管理处工作人员表示,2024年6月,国家发展改革委办公厅、市场监管总局办公厅发布《关于规范电动自行车充电收费行为的通知》,其中提到,充电设施运营单位原则上实现充电电量单独计量,即充电电费和服务费应分别标示、分别计价,自2025年1月1日起开始施行。

山东曜琴岛(济南)律师事务所律师丁富尧表示,在电动自行车充电服务费用尚未列入定价目录,实行市场调节价的当下,商家应当按照《消费者权益保护法》等相关法律法规,切实履行经营者的义务,不仅要做到明码标价,还要保障消费者对产品的知情权、选择权等各项权利。如果消费者主张服务费公示告知不够清晰,或者价格虚高的嫌疑,可以向相关部门反映,申请执法部门取证和认定。

## 健康走大运 减重我先行

### 健康社群活力涌动千年大运河,1200万人参与徒步杭州收官

3月21日,春水初生,“健康走大运”收官站活动在杭州京杭大运河畔举办。

2024年9月,京杭大运河成功申遗十周年之际,安利公司携手中国疾病预防控制中心,启动“健康走大运”徒步活动。活动从北京启程,途经天津、衡水、济宁、淮安、扬州等27个城市,终点设在杭州,沿大运河一路传播中华优秀传统文化,推广健康知识,倡导健康生活方式,半年多来,共举办63场线下徒步社群活动,更多人通过线上APP参与其中,最终参与人数达到1200万人。

安利全球CEO迈克尔·尼尔森全程参与“健康走大运”杭州站活动,并与市民们积极互动交流。他表示:“走大运”不仅寓意“好运气”,更是用脚步丈量健康,用身心感受历史。杭州风景秀美,历史悠久,文化底蕴丰厚;杭州市民关注健康、践行健康的精神与行动,以及众多大健康兴趣社群缔造美好、传递美好的良好氛围和澎湃活力,都给他留下深刻印象。

**千年大运河  
绘就健康新长卷**

为响应国家号召和公众对体重管理的需求,“健康走大运”活动应时而生,以千年运河为纽带,将文旅与健康促进活动有机结合。在每个大运河沿线城市的



▲21日,“共建健康家庭 共创健康城市——2025‘健康中国 我们行动’启动仪式”在杭州举行。

徒步活动现场,都设置了“三减三健”宣传展区、科学膳食课堂,开展健康知识科普,还设置了“健康体重”互动打卡、运动健康指导等互动项目。活动还通过“我们行动啦”小程序,推出百套健康学习课程,设置合理膳食、科学运动、戒烟限酒、规律作息等健康习惯打卡,支持公众自由组队,开展线上结合线下、内容丰富的健康社群活动,推动更多人加入大健康社群,共同践行健康生活方式。

**三年研究印证健康社群  
促进健康素养提升**

“健康走大运”活动收官,健康社群汇聚健康活力,健康

行动脚步不停。

3月21日,“共建健康家庭 共创健康城市——2025‘健康中国 我们行动’启动仪式”在杭州举行。十三届全国政协人口资源环境委员会副主任、原国家卫生计生委副主任王培安,中国疾病预防控制中心副主任严俊,中国医院协会副会长、国家卫健委发展与信息化司原司长毛群安,环球时报社总经理兼生命时报社社长吴天红,安利全球CEO迈克尔·尼尔森,安利中国董事长兼总裁余放等出席会议,共绘从健康家庭、健康社区到健康城市、健康中国的实践蓝图。

会上,国务院发展研究中心社会与文化发展研究部刘胜兰博士介绍了有关“大健康社群健

康促进价值”的研究工作:课题组于2022年开始针对大健康社群开展调研,至今已持续3年。通过线上小程序数据采集和线下定性访谈,共收集到31个省市区4万多个有效样本。连续三年的调研报告,以翔实数据、扎实理论及鲜活事例,显示出大健康社群对于公众健康生活方式养成、健康状况改善和健康素养提升,起到了非常显著的作用。

**共建健康家庭  
共享美好生活**

王培安表示,家庭作为社会的最小单元,在健康中国建设中发挥至关重要的作用。家庭是健康习惯养成的第一课堂,一个践行健康生活方式的家庭,能为社会培育出更多健康的公民,当千千万万个家庭成为健康单元,社区便能构建起共建共享的健康生态。

严俊表示,体重管理已成为健康家庭和健康城市建设的重要内容,已从个人行为上升至国家卫生健康战略的高度。与会专家面对全社会热议的体重管理话题,表示肥胖是万病之源,生活方式改变是根基。体重管理、慢性病防控,需要全社会共同参与,要关注全生命周期全人群体重管理,为体重管理营造良好的家庭环境、社区环境,单位环境和社会环境,特别是将肥胖防控科普带人

大众视野,进一步提升居民健康素养,落实健康习惯。健康社群,正是行之有效的方法。

毛群安说,健康素养,对个人来说意味着掌握更多科学知识,具备基本疾病预防能力和健康管理技能。个人健康素养的积累,为健康家庭奠定基础,全民健康素养的提升,是推进健康中国建设的重要基石。

迈克尔·尼尔森介绍,中国政府提出2035年建成健康中国的目标,强调从以治病为中心向以健康为中心转移,这与安利倡导通过健康生活方式来“治未病”异曲同工。安利的愿景是帮助人们过上更健康、更美好的生活。安利赋能旗下约20万营销人员,运营数十万个主题丰富的大健康和美好生活社群,在健走、跑步、瑜伽、体重管理、亲子、读书会等社群活动中,传播科学健康知识,为消费者提供个性化健康解决方案,带动消费者把知识变成行动,把行动变成习惯,一起践行健康生活方式。过去十几年里,安利携手权威机构、媒体,开展“健康中国 我们行动”等健康素养提升活动,举办2000多场健康公益科普活动,覆盖100多个城市,影响人群过亿。

安利将进一步发挥大健康社群在健康促进活动中的作用,促进健康家庭普及,全面融入健康社区、健康城市建设,带动千百万人享受健康和美好的生活。