

再晚就订不到了!节前这群人“最难约”

岁末大扫除,家政订单迎来“井喷”,服务价格也随之上涨,最好提前一周预约



扫码看视频



春节临近,家家户户的岁末大扫除已陆续提上日程,保洁人员逐渐忙碌起来,各家政公司开始“抢人”。近日,记者走访长沙各家政市场发现,年末家政服务订单大幅增加,价格也逐渐上涨,随着工作人员的减少,各个保洁、物业公司开始加大招聘力度,消费者如有需要应尽早提前预约。



最低每盒9.9元! 老牌国货雪花膏再“出圈”

“我看到长沙有很多店在卖雪花膏,想着买回去作为伴手礼送给家里人。”1月13日,来长沙旅游的李女士在步行街挑选礼品,“一套礼盒里有面霜、护手霜,还有香膏,很划算。”近年来,国货复兴浪潮汹涌,诸多老牌国货在新时代焕发新生。作为曾经的顶流,雪花膏曾一度风靡市场,而如今,它又回归了,吸引了一大波年轻人的关注。国货“出圈”,雪花膏凭什么火了?

销量可观,有门店仅剩2盒雪花膏在售

作为老国货品牌的雪花膏,正成为消费市场的新宠。“雪花膏卖得非常快,刚进货没几天就卖得只剩两盒了。”五一广场附近AA全球精选超市的负责人刘女士称,该产品售价为18元/盒,卖得好的主要是玫瑰香味的,“有不少年轻人过来买,说是被这个盒子圈粉了”。

1月12日11时,黄兴广场步行街童年趣味场门店的工作人员正在有序地将不同品牌的雪花膏摆放在货架上。雪花膏的包装多采用圆形铝盒,封面上是身着旗袍,烫发的上海摩登女郎,或抱琵琶或侧脸低头。复古的包装、经典的香气,吸引着市民驻足选购。

“我们店如玥的99元礼盒装雪花膏卖得最好。”该门店工作人员表示,“雪花膏还有部分产品在打折促销,这些是特价品,产品的配方不如20元、30元的产品好,送礼一般买礼盒装,也有26元单盒卖的,买三送一,相当于打75折,很划算。”

线上,雪花膏的销售数据更是令人惊叹。在淘宝平台,搜索“雪花膏”,“上海美一佳专卖店”“上海汇森专卖店”“官方国货甄选”等多家店铺月销量均超两万。拼多多上,“秀儿日记护肤官方旗舰店”“白云山护肤美妆旗舰店”等店铺,雪花膏、黄芪霜销量更是突破百万。

淘宝如玥官方企业店的工作人员透露,“从目前我们店铺的销量来看,老牌雪花膏和粉底膏是最受欢迎的,我们家一盒80克雪花膏,价格仅9.9元,月销量可达1.3万,光评论就有上千条。”

怀旧情怀是雪花膏销量大增的原因

怀旧情怀的悄然兴起,让雪花膏这类主打怀旧护肤品迎来了自己的“高光时刻”。中国调研网数据显示,2024年中国雪花膏市场需求量持续增长,全年销售收入达上亿元。在气温低时,其销售表现尤为突出。在社交媒体上,“老国货护肤品复兴”等话题的阅读量更是一路飙升,已经超过了5亿。

“雪花膏之所以能在当下美妆市场站稳脚跟,过硬的品质是根基。传统雪花膏主打保湿、滋润功效,以甘油、凡士林等为主要成分,能在皮肤表层形成一层保护膜,有效阻挡外界干燥空气侵袭,为肌肤锁住水分,尤其适合在干燥的秋冬季节使用,可迅速缓解皮肤起皮、干裂等问题,满足人们日常基础护肤需求。而且与国际大牌护肤品相较,雪花膏性价比优势显著。”业内人士指出。

该业内人士表示,雪花膏这一经典护肤品的再次流行,其实也反映了情绪价值对消费的加持作用,对于许多消费者,雪花膏承载着浓厚的时代记忆。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 卜岚 通讯员 钟珂 王舒婧

调查:人员紧缺,家政公司加大招聘力度

为满足市场需求,各家政、物业公司在春节前开始加大招聘力度。1月9日下午,记者跟随招聘信息中提供的地址来到了桃花井社区“新生活零工市场”,现场约有三家公司正在面试,还有公司可通过线上渠道应聘,覆盖了家政、物业、餐饮等行业。据现场工作人员李女士介绍,“近期来应聘的人员相对变少了,有的回家过年去了。”

天鹅到家负责人曾颖表示为应对过年期间的需求增长,保洁则自10月、11月开始已经提前进行了人员储备,“公司云管家团队将在售后需求高峰期(春节前1-2个月和春节复工后1个月)安排增加出勤人数,保证每天都有员工值班,保障客户售后需求的及时解决。”

针对年末预约排单集中和价格上涨的情况,罗林斌建议消费者至少提前7-10日预约服务。

“因为有中介费的存在,很多求职者和消费者更倾向于与家政公司一对一对接。”据湖南美洋洋家政公司透露,家政行业有的从业人员并不隶属于公司,而是通过各类群聊或其他渠道与中介联系,“这种不用承担风险,但是要运气,如果保洁人员不专业,例如把损坏东西或服务不达标,就不知道找谁负责”。

罗林斌建议消费者选择相关服务时,首先要看公司资质是否齐全,市场服务口碑是否优良,从业人员是否经过专业培训并取得相关证书。同时,与家政公司需要签订服务协议,明确从业人员数量、服务范围、收费标准、是否购买保险以及服务过程安全保障等。在服务过程中,要加强与家政公司的沟通,随时反馈服务质量,确保从业人员没有额外收取相关服务费用,“不能一味追求低价,要做好性价比判断,好的口碑是从从业人员做出来的”。

■文/视频 三湘都市报全媒体见习记者 全若楠

市场:价格走高,订单量增长50%-80%

湖南省家庭服务业协会执行会长罗林斌告诉记者,从去年12月底开始,家政服务就已进入旺季,“尤其居家保洁、清洗、全屋精细卫生和收纳整理等业务的热度将持续到春节后的元宵节左右”。

罗林斌表示,接近年关和春节,广大老百姓都需要类似服务,预约订单大量增加,“和平时的业绩相比,年末绝大部分家政公司订单增加50%-80%。”全能家政客服告诉记者,越往后预约,排单时间可能会越推后,“目前比较忙,排单到下周二”。与此同时,相关从业人员则在减少,“住家保姆和保洁业务在过年期间的劳动者比较紧缺,特别是保洁业务会在年前需求集中爆发,日常保洁类服务可能会有5%-10%的增幅,擦窗等热门服务则会有80%-100%的增幅。”

“年尾大扫除订单逐渐增多,上班的工作人员开始减少,因此价格会上涨。”全能家政客服解释。“随着时间推移,从业人员变少,再加上家政从业人员多为家庭主妇,过年时还需处理家庭事务,因此家政市场服务价格也会相对走高。”罗林斌补充说。多家公司向记者反映,越接近年尾家政服务价格越高。

在社交媒体平台,记者看到,部分家政公司通过线上渠道拓展业务,众多家政公司在年底纷纷推出丰富多样的服务套餐,涵盖家庭清洁的方方面面。吉宝家政公开价格显示,50平方米的房子2小时日常保洁价格在170元,90-110平方米5小时价格在500元,深度清洁每小时贵20元。

军哥说新闻

“加价选座”不应成为“行业惯例”



扫码看视频

当你买了机票、准备线上值机选座时,发现大片座位处于“锁定”状态。这种怪现象你遇到过没有?

央视网记者就此专门调查发现,目前国内航空公司基本上都推出了预选座位的增值服务,一般国际航班采用付费购买的形式,国内航班则需要通过积累里程兑换。理由只有一个:这是行业惯例。

航班“锁座”到底是为了安全飞行,还是为了额外创收?相信掌握“最终解释权”的各家航空公司都对此心知肚明。这一“霸道”做法自然会引来消费者的不满和质疑,最终可能会选择“用脚投票”。虽然消费者不会“惯”着你这种恶习,但终究出行的刚需逼着人又不得不忍气吞声。

1月13日,中国消费者协会明确指出,民航“加价选座”不应成为“行业惯例”。

中消协指出,这种加价选座的行为不仅增加了消费者的经济负担,也侵害了消费者合法权益。中消协认为:“加价选座”限制了消费者的选择权,侵害了消费者的知情权,违背了公平交易的原则。

“先到先得”一直是民航业约定俗成的选座规则,近几年来,一些航空公司却以“加价选座”为手段,以“安全飞行”为借口,不断试探消费者的底线。

这样擅自加价的行为如果不加以遏制,将影响整个消费市场的风气,其他商品或服务在一定条件下都有可能定价之外另行区分情况加价销售,从而演变成一种不公平的所谓“行业惯例”,侵蚀市场秩序,损害消费者权益。

针对民航选座额外收费问题热议的结论应该算是尘埃落定了,剩下的就是在即将到来的春运高峰期,相关主管部门要更加主动地出手了,治治这种“吃相难看”的恶习惯例,强化行业引导,规范经营行为。 ■三湘都市报全媒体评论员 张军 视频 刘文