



c ó n g

巴风 竇韵 水墨达州



达州晚报

消费

潮流风向标

旅游·汽车
美食·娱乐

周刊

10

2023年10月13日

星期五

13508257150

□主编:洪 叶
□编辑:郝富成
□美编:郝富成

达州消费圈刮起“上门服务”风

特别提醒:敞开门也要严格“把门”

足不出户就能吃到厨师上门做的饭菜,不用出门即可享受上门美容服务……近年来,越来越多的消费者倾向于花钱买服务来提升生活品质,以家政、餐饮、美容等为代表的服务行业利用互联网平台推出的各种上门服务应运而生,它不仅满足了消费者多元化、个性化需求,同时也让消费模式变得更为自由灵活。不过,“上门服务”在给消费者带来便捷生活体验的同时,其服务质量、风险隐患等问题也不可忽视。



上门美容

“上门美容”也被网友称为“移动美容”,它是一种不限时间、不限地点,可随时上门为顾客提供美容服务的“上门经济”。相较传统美容院,它更加灵活,可以让顾客足不出户就能享受到专业的美容服务。

不论是带孩子的宝妈、繁忙的上班族,或者00后、90后的“宅家族”,都是“上门美容”的主要消费群体。

“我们店可以提供上门化妆服务,一般简单的妆容是200元一次,新娘妆和特效妆会稍微贵一些。”据西外一家美妆店工作人员介绍,他们会根据顾客的需求、喜欢的风格或服饰,来给顾客定妆容。

“我也是第一次选择上门化妆服务,化妆师的技术还挺好的,很喜欢那个妆容。”90后的李女士告诉记者,今年过七夕节,她约了朋友出去玩,但她又不太会化妆,索性就在美团上找了一家离家比较近的美妆店,上门来为她化妆。

“提前半天预约,在家就能美容,比较方便,也更有私密性。”据市民罗女士介绍,“上门美容”的价格其实要比去门店的消费

还低一些,因为用的是自家的场地,并且节约了往返的交通费。

“平时工作也挺忙的,有时也懒得去门店,选择周末在家足不出户,能节省不少时间。”罗女士说,以前她都是去门店保养,后来在网上看见有上门美容服务,从去年开始,就选择了在家做保养。

据罗女士介绍,她在家做美容,常选的项目有脸部保养、肩颈按摩和背部按摩。一般在两个小时左右,费用两三百元。

上门代厨

在家就能吃到厨师上门做的饭菜,买菜、做饭甚至是洗碗都不用管。记者通过某平台采访到一位“上门代厨”的张阿姨,她表示,她是从去年6月份开始接触到“上门代厨”的。张阿姨告诉记者,她现在年近50岁,平时在家带小孩,空闲时间也多,由于她以前是经营餐饮的,手艺得到了身边许多人的认可,于是她将“上门代厨”作为兼职来打发时间。

“需要‘上门代厨’的顾客以年轻人为主。”据张阿姨介绍,顾客通过某线上的社交平台联系,她与顾客沟通好上门时间、菜品、口味偏好等后,再到客户家去做饭。

“请提前一天或者半天下单,擅长川菜,食材可自行购买,额外付费可代买。3—5道菜人工费68元,洗碗10元;6—8道菜人工费88元,洗碗15元;9—12道菜人工费128元,洗碗20元……”张阿姨说,除了家常菜,有时候顾客还会要求做一些海鲜大餐等等。

“‘翻炒、颠勺、起锅,每一步都是对生活的升温。’感谢年轻人的支持与信任。”当

为顾客做完菜后,张阿姨也会在朋友圈发布自己对做饭的感悟和对顾客的感谢。

上门收纳

你是否常常为家里乱糟糟的环境而苦恼?如何将杂乱的物品整理得井井有条?整理收纳师能够帮助你整理、分类和储存各种物品,让家变得整洁有序。

据了解,整理收纳师,也称衣橱整理师,是通过与客户之间的深度交流,对客户色彩风格进行诊断,进而有针对性地为顾客上门提供家居整理、收纳方案和服务的专业人士。据达州的一位整理收纳师王女士介绍,他们是从去年开始做上门整理服务的,目前,平均每个月有十多个订单。

“上门与客户沟通生活、工作习惯及整理诉求,再进行空间尺寸测量、收纳诊断等工作;制定整理方案,包括收纳空间规划与改造、物品识别与分类、收纳用具规划与采购等;最后进行实际整理,引导客户参与,指导客户学习物品分类、收纳、标记、寻找、淘汰等基本知识。”王女士告诉记者,与客户沟通好后,他们便会派两名专业整理收纳师到顾客家进行整理,正常情况的衣橱整理一般收费在六七百元。

“与家政服务不同,整理师不是简单地收拾房间,而是通过规划去梳理家中需要哪些物品,以方便使用。”王女士说,整理收纳不仅是一门生活技术,也是一种思维方式。其中,整理是决定物品的取舍;收纳是对空间进行规划。同时,将取舍后留下来的物品通过分类、定位、摆放的方式,达到有序好用的状态。

□达州日报社全媒体见习记者 郝富成



了解更多达州本土资讯,请扫描二维码,关注掌上达州APP。



掌上达州

特别提醒

上门服务种类繁多且不断有新型服务形式出现,考虑到目前大部分服务品类缺乏统一的服务流程、质量标准和行业规范,服务质量良莠不齐,加之上门服务大多通过线上短视频等方式进行广告宣传,容易

夸大效果乃至虚假宣传。因此,建议消费者在下单前做到“三个确认”,并最好以书面方式进行约定。一是确认具体的服务事项明细、具体服务流程、服务质量标准;二是确认各项服务内容的收费标准、是否存在其

他需要额外收费的项目;三是确认未达到服务预期效果的处理方式,以及退费售后保障。同时,建议消费者树立合理的心理预期,不轻信广告宣传内容和效果,不一次性预付大额费用,避免造成较大损失。