指尖一点 服务上门

『家』的边界消融,信任与监管如何跟上?

全媒体记者 何彦婕 文/图

面对家中杂物堆积而无从下手,人们可以在平台预约收纳师,短短几小时就让空间焕然一新;想要美甲却不愿出门,只需在社交媒体上约一位美甲师上门,便能安坐家中享受指尖的精致;家庭聚会时若厨艺有限,还可以尝试聘请上门私厨,无需操心食材与手艺,静候美味佳肴上桌即可。如今,这种将服务送上门的新兴业态,正如外卖和快递一般,悄然改变我们的生活方式,让人足不出户即可享受多元便利。

上门服务已逐渐融入日常生活,成为越来越多人的优先选择。随着需求持续增长,上门服务的范围不断拓展,逐渐催生出蓬勃的"上门经济",也为就业市场开辟了新路径,吸引越来越多人投身其中。然而,这一新兴模式尚未完全成熟,在服务过程中也暴露诸多问题:服务人员与消费者的安全、隐私如何保障?服务质量是否稳定可控?仍有待进一步规范与完善。

上门陪宠物互动(AI制图)

多元化需求催热"上门经济"

前些天,大陈镇桃李春风小区里,一场规模达20桌的邻里宴席开席。圆桌整齐排列,餐具摆放有序,一旁的临时厨房区内,主厨正专注翻炒,两位帮厨忙着洗菜、切配、摆盘,七名工作人员则负责清洗和传菜,现场忙碌却井然有序。

"我们提前一天就开始准备了,把所有厨具、餐具、桌椅等运过来。"锦曦私厨负责人毛华告诉记者,当天他们团队要负责200人的晚餐。像这样的大型订单,虽然只服务一餐,却常常需要花费两天时间。前一天准备物资,当天一早采购新鲜食材,下午两点就抵达现场开始备餐。

拥有十多年餐饮经验的毛华,早在2015年就踏入了上门私厨这一行。起初,他们主要承接大型宴席,订单规模少则十几桌,多则上百桌。

近年来,服务范围进一步扩大。除了传统宴席,越来越多的家庭聚会、生日派对、乔迁宴也纷纷找上门,甚至还有一些上班族因下班晚、没空做饭,长期预订他们的晚餐服务。

"客户在家等着吃就行,其他全都交给我们。"毛华笑着说道,许多客户或因厨艺有限,或受限于快节奏生活,选择私厨的初衷就是图个省心。同时,他们也格外看重食材的新鲜程度与菜品的最终口感。

凭借专业的厨艺与真诚的服务,毛华和他的团队为一个个家庭的团聚时刻、乔迁之喜带去了便捷与温暖,也让上门私厨逐渐成为一种被信赖与认可的生活方式。

在上门喂养领域,二二(化名)也正在用她的方式,守护着人与宠物之间的情感联结。

"你们家的猫性格怎么样?喂它需要注意什么?"每次接到委托后,二二都会提前上门,亲自熟悉宠物的生活习惯与性格特点。

二二的主业是做电商,工作时间相对自由。她自己养了六只猫,不仅积累了丰富的养宠经验,更对宠物怀有一份真挚的喜爱。于是,她平时就会在线上平台接单,提供上门喂养服务。"我本身就很喜欢小动物,从事这份工作能够接触更多的猫猫狗狗,既有收入,还能获得幸福感。"从最初抱着赚点外快的想法开始,不知不觉间,她做上门喂养这一行已有五年。随着经验的积累,她逐步形成了一套清晰的服务流程,一次服务通常需要20分钟到40分钟,每次收费30元。

近年来,她明显感觉市场需求在不断上升,特别是周末和节假日,预约的客户格外多。光今年10月份她就完成了40余次上门喂养服务。"我假期基本一整天都在外面跑,最多一天跑了十家。"二二表示,来找她的客户大多因为短期出差或出游,不放心家里的"毛孩子",又找不到合适的寄养场所,于是将宠物托付给她照料。

这样的服务模式,正折射出当下生活服务类业态的线上化趋势。在社交媒体平台上,有着许多像二二一样的从业者,通过在线上平台发布内容吸引客户,消费者则根据自身需求灵活选择、完成交易。这种模式不仅打破了线下门店的地域限制,也让服务形式更加多样化,更好地适配现代都市人的生活节奏与个性化需求。

上门私厨

月嫂服务

上门保洁

服务便利背后的"裸奔"之忧

近些年快速发展的上门服务行业,确实给人们的生活带来了许多便利,但也有些许隐忧,比如不少服务提供者未经过严格审核与专业培训,导致服务质量难以保障。

市民小游就遭遇了一次不愉快的上门服务体验。她在社交媒体上预约了一位上门美甲师,事先已确认款式与价格。由于造型复杂,服务持续了近四个小时,但成品却与约定效果相差甚远。更让她无法接受的是,结账时对方在原先谈妥的价格基础上,临时加收100元。"我当场表示不满,要求卸甲退款,但美甲师以'完成工作'为由坚持收费。"几经争辩无果,小游最终只能付钱作罢。

事后她咨询律师朋友得知,由于款项直接转入个人账户,缺乏正式合同与交易凭证,想要维权举证十分困难。记者还从市市场监管局得知,像此类通过社交平台联系的个人服务,目前尚未纳入有效的监管体系,部门难以进行规范管理,即使联系消费者权益保护委员会,也难以解决。

小游的遭遇并非个例,它折射出上门服务在收费与售后环节存在的乱象:部分从业者收费标准不透明,存在随意加价行为;交易过程缺乏第三方保障,消费者在遇到问题时往往陷入维权困境。

服务执行过程中的随意性与不透明,同样是高频投诉点。

在义乌某家政服务网站评论区,有网友留言称,原本约定晚上7点上门的保洁阿姨迟到了一个半小时。更糟心的是,因雇主随后几天外出,归来才发现清洁只做了表面功夫,凳子上的蜘蛛网以及床头、沙发底和卫生间灰尘依旧在,保洁阿姨当时仅仅拖了地、叠了被子。

除了服务质量缩水,人员管理不规范、服务过程未经沟通擅自变更服务内容、侵犯客户权益的行为也时有发生。中秋节前,陈女士为父母预约了一位阿姨上门擦玻璃,然而实际却来了两个人。对方以"活儿多干不完"为由要求加价500元,老人勉强同意。第二天,陈女士回家发现,玻璃未擦干净,老人未同意丢弃的物品也被清理。陈女士向平台投诉后,仅得到道歉回复,未获得实质性补偿。陈女士告诉记者,之前父母聊天时提出玻璃脏,但是因为年纪大不方便清洗,自己工作又很忙,她才决定尝试上门服务,"我还特意选了平台下单,以为更有保障,没想到第一次就'踩雷'。"

此外,上门服务的场景私密性也带来一定的安全隐患与隐私风险。服务人员进入消费者家庭内部空间,若平台审核不严、监管缺位,可能导致个人信息泄露甚至人身财产安全受损。

浙江宁邦律师事务所律师叶力嘉告诉记者,从法律层面来看,针对此类新兴服务形式,目前尚未建立完善的专门立法与实施配套监管措施。纠纷发生时,通常只能参照《中华人民共和国民法典》相关条款进行处理,但其在应对灵活、非标化的上门服务争议时往往显得力不从心,消费者维权仍面临不少制度性障碍。

双向透明解除信任危机

"顾客您好,我们今天的保洁服务已经结束,请问您对本次服务还满意吗?"中午12点,某连锁家政服务机构App推送了一条订单完成通知。几分钟后,该机构义乌分公司负责人王婉露便拨通该客户电话,耐心询问服务感受。

这样的回访,是该机构在每次服务后必走的流程。"客户的要求就是我们的标准。"王婉露表示,只有持续保障服务质量、强化过程管理,才能赢得客户信赖,积累良好口碑。

然而,并非所有家政服务都能遵循这样的准则。当前,上门服务行业主要存在两种运营模式:一种是个体化、零工型,服务者多通过社交媒体接单;另一种是机构化、平台型,服务内容、流程与收费相对统一,由平台统筹管理。

记者调查发现,有部分平台在接到客户差评后,并未通过官方渠道积极沟通,而是绕过平台私下联系客户,试图以补偿或劝说的方式息事宁人。这类做法往往难以从根本上解决问题,反而因脱离平台监管,导致服务质量参差不齐,甚至引发更多纠纷。

面对此类问题,平台与行业均需发力。律师叶力嘉表示,提供上门服务的平台应加强对服务人员的资质审核与服务标准建设,在充分调研市场的基础上,持续优化服务流程、完善管理机制,为新兴业态的供需两端搭建更可靠的桥梁。

而对消费者而言,则应优先选择正规平台下单,注意核验平台资质,确保服务人员是经过平台审核的。一旦发生纠纷,平台也应承担相应责任,为消费者提供有效维权渠道。

实际选择服务时,消费者还需增强风险防范意识。确定服务人员前,应充分了解其信息与背景;沟通服务内容时,注意保留聊天记录等凭证,必要时签订服务合同,明确服务范围、费用、违约责任及纠纷解决方式等关键条款。

服务过程中,叶力嘉建议做到实时留证。如发现服务与约定不符或存在操作隐患,应及时通过拍照、录像等方式记录,以备后续维权之需。同时,消费者还应加强隐私保护意识,树立底线思维,不向服务者或平台提供与服务无关的敏感信息,并对个人信息泄露风险保持警惕。

值得一提的是,除了消费者,服务者也需具备自我保护意识。二二告诉记者,许多养宠家庭会安装监控,她很能理解。"客户通过摄像头查看服务过程,我反而觉得更安心。这其实是一种双向保护。清晰的监控记录能有效界定责任,避免因宠物突发状况而产生不必要的纠纷,从而在服务者与消费者之间构建起一道透明的信任屏障。"

由此可见,为推动上门服务良性发展,建立健全行业标准与监管机制势在必行。这既是为了保障消费者获得优质服务,也是维护广大从业者合法权益的根本之策。

记者手记:

上门服务,便利之上更需规范托底

"上门经济"的兴起,为市民生活带来巨大便利。只需动动手指,上门陪练、上门美容、上门收纳、上门喂养等服务便能轻松预约到家。巨大的需求不仅丰富了服务形态,也催生了新的就业市场。

然而,伴随上门服务而来的消费纠纷也时有发生。这一新兴行业在"狂奔"的同时,规范与信任尚未同步抵达,暴露出服务标准缺失、监管存在盲区、消费者维权无门等问题。

这不仅引起消费者的"安全感"危机,更是行业长远发展的瓶颈。零散化、非标化的服务模式虽灵活,却难以保障服务质量;部分平台管理粗放,责任意识薄弱,尚需进一步规范管理。

推动行业从"野蛮生长"迈向"有序发展",既需要平台加强服务人员的审核与流程管理,切实承担起应尽责任,也呼唤监管层面积极探索适配新业态的规则体系。唯有筑起制度与信用的"围墙",才能让这份送上门的便利,真正成为千家万户的安心之选。