



# 叫代驾去浴场,代驾员不等客户线上支付,竟要求店家代交 “e代驾”要钱咋这么着急?

本报讯(实习生 刘逸博 记者 黄晏君)近日,多名读者向本报反映,最近使用“e代驾”App,只要付费不及时,就会频繁被电话和短信催款,平台体验感越来越差。

近日,市民吴先生通过平台叫代驾去浴场,代驾员不等吴先生线上支付,竟要求浴场工作人员代为支付代驾费。

据吴先生介绍,他多年来一直使用“e代驾”App下单找代驾司机,仅今年就已下单百余次。前几天,他通过“e代驾”App下单准备去洗澡,两地相距六七百米,代驾费为35元。

“起步价35元,到地方后发生的事情实在让人不舒服。”吴先生说。抵达浴场后,大堂经理让吴先生先进浴场,他引导代驾司机停车。“结果洗完澡出来,

服务员说,代驾司机停车后直接向大堂经理要了35元代驾费。我通过平台叫的代驾司机,一直是通过平台线上结算,代驾司机怎么能私自向浴场工作人员索要代驾费呢?此外,最近‘e代驾’平台只要付费晚了,很快就来催费,有时是短信提醒,有时是工作人员反复拨打我的电话。”吴先生说。

多名读者也向本报反映了他们也遇到过“e代驾”催费问题。市民张先生表示,“有时候可能喝多了,回家直接睡着了忘了支付,催费也可以理解,但这电话左一遍右一遍是不是有点过了。有时候费用付完了,那边还在打电话催,每次都是一个尾号‘333’的北京座机号,让人不胜其扰。”

22日,记者就此事与“e代驾”客服

取得联系。6680号客服人员表示,会尽快向公司有关部门反映,请公司相关人士与记者联系。当日14时50分许,“e代驾”工作人员杜先生向记者反馈,“按照正常流程,我们不允许代驾人员向客人消费的商家索要代驾费用。”他表示,需要提供客户订单号和手机,他才能进行调查并处理。对此,吴先生表示不愿意透露更多的个人信息,只是希望“e代驾”能够改进服务,杜绝类似现象再次发生。

本报将继续关注代驾市场存在的问题,欢迎市民提供线索。



## 通过更加个性化、定制化、高效便捷的服务,满足消费者多样化需求 “新上门经济”兴起 年轻人埋单

□实习生 何睿 本报记者 陈悦

随着生活节奏加快,很多年轻人更注重时间管理。图省时省心,“新上门经济”正逐渐成为许多都市年轻人追求便捷生活方式的新选择。眼下的“上门经济”,早已从上门保洁、上门维修等传统家政服务领域,向更加多元化的内容拓展,如上门私教健身、上门美甲、上门修脚、上门美容……诸多以往需要到店消费的服务内容,都开启了“上门模式”。或依托于互联网平台的预约派单,或通过熟人口碑效应获客,“新上门经济”正通过更加个性化、定制化、高效便捷的服务,满足消费者的多样化需求,也为更多年轻人提供创业和就业的新选择。

约个上门美甲 比到店便宜一半

先坐234路公交,倒地铁3号线,再倒348路公交,下车走7分钟……家住哈西的美甲师尹永鑫,路上花了1小时,匆匆赶到一位家住南岗文景头道街的小姐姐家,提供上门美甲服务。做完这单,下午还得去黑大附近某小区再上门服务一次。

因为是给自己“打工”,她乐此不疲。今年27岁的尹永鑫在做上门服务前,是一名全职的美甲师,从学徒算起,在一家美甲店已做了三年。她每次上门都抱着一个小箱子,里面装满美甲所用的甲片、清洁工具、钻饰等。

近年来,“上门经济”市场规模持续扩大,背后则是愿意为“上门”埋单的年轻群体的激增。“我平时上班忙,下班后只想在家躺着,偶尔请个专业上门服务很减压。”95后上班族王宁很满意上门服务。在她看来,出门停车、排队等一系列问题统统避免,而清洁、修甲型、贴钻等所有美甲流程一个也没少。

习惯于网络化生存的年轻人,对可以“一键直达”的服务无疑更加青睐。王宁说:“现在,在社交平台上很容易搜到上门美甲,我只需要确定好款式,在线上和美甲师沟通好,提前付订金,她就会按时上门。”

重要的是,很多时候价格便宜、量又足。王宁告诉记者,她想要的美甲图案很复杂,到店美甲一次的费用近300元,而上门服务一次仅160元左右,几乎便宜一半,而且还能节省不少时间成本,她对此很满意。

上门服务多元化 成就业创业新赛道

相比门店美甲,上门服务节省了开店的成本,多依靠美甲师本人的技术和经验,工作方式更为灵活。尹永鑫说:“如果顾客想做更复杂的款式,我会按照她的要求提前采购相应的美甲饰品。这属于私人订制,会与顾客详细沟通后再报价。每次上门收68元至280元美甲费,平均每单两个小时就能完成,回报率很高。”

“上门经济”不仅方便了消费者,同时也为那些想要寻找了新就业机会的年轻人提供了一条积攒经验的新赛道。

历小欣做宠物上门服务,按照距离远近不同,单次收费30元到50元。历小欣说:“我干这行起初是在上大学时做兼职。我本身是一个宠物爱好者,也有救助流浪动物的经验。毕业后暂时没找工作,上门喂养让我把照顾小动物的爱好变成赚钱的工作,实现了兴趣与赚钱的双赢。”

“起初我只是偶尔帮朋友照顾宠物,后来发现周围很多人都有这样的需求,尤其是在节假日或出差期间,他们不想把宠物送到寄养店,因为小动物到一个陌生环境大多会很惊恐,希望能有人到家里帮忙照看宠物。于是,我开始通过网络平台联系客户,并逐渐建立起一批固定的客户群体。”历小欣说,“我有制作宠物鲜粮的经验,客户会从我手里购买宠物食品。希望以后能开一家属于自己的宠物店,不过目前还属于积攒经验阶段。”

记者在采访中注意到,上门美容、上门私教健身、上门摄影摄像、上门理发、上门洗车等,已成为诸多年轻人就业、创业的新赛道。

传统门店“入场” 行业规范待加强

“做东北家常菜是基本功,我还自学了大盘鸡等新疆菜,为在家进行宴请的客户提供更多新选择。”在某家政公司做了7年钟点工的闫杰说,随着公众对“上门服务”接受度的提高,家政公司也推出了“上门服务”新项目。

“新上门经济”的兴起,带动一些传统行业开始转型。传统护理陪诊公司、美容院、宠物店等,陆续推出上门服务项目。小红书、抖音、闲鱼、美团……不少相关企业在社交平台上发帖或与第三方团购平台合作,吸引更多潜在客户。

作为一种新业态,目前“上门经济”相关的行业标准、市场规范相对欠缺,消费过程中也存在不少风险点。“我通过社交平台找一位上门收纳师,发现对方发来的服务案例竟是网络图片,顿时失去信任感。”“上门美容使用对方产品后,脸颊过敏维权难。”……有消费者发帖,对服务质量不满意。也有网友认为,上门服务要进入私密空间,安全性和隐私问题都面临一定考验。

一家美容院负责人刘昊说,相比传统服务业态,“上门经济”目前在行业规范上还不完善。“像我们做实体店的上门服务,一般按照实体店的监管要求进行服务。而一些个体化、零工的上门服务,就很难对他们监管。一些人员存在未经专业培训、不具备相关资质等情况,导致服务质量难以保证,各类纠纷难以有效解决。”

业内人士认为,随着消费需求更加多元化,社会分工更加精细化、专业化。要促进“上门经济”良性发展,还需建立行业标准,补齐监管短板,加强安全措施,为消费者提供优质服务,同时维护从业者合法权益。



平台有“上门美甲”的推送。