

网约上门服务市场乱象丛生

服务水平良莠不齐 安全顾虑如影随形

打开手机APP,一键预约,上门做饭、洗衣、带娃、美容美甲等各种服务任君挑选,涉及吃穿住行等方面。时下,随着人均消费能力及人们对生活质量追求的提升,这种高效率的“懒人经济”越来越受到追捧。

与此同时,服务水平良莠不齐、场景体验不尽如人意、安全顾虑如影随形等问题,也让一些消费者在选择上门服务时犹疑不决。那么,当前网约上门服务究竟存在哪些问题?如何破解?记者就此走访了北京一些上门服务机构和消费群体。



服务水平参差不齐

“APP上预约家政服务,省时又方便。”北京西城区某互联网公司员工付青青是一位新晋奶妈,平时工作忙还要照看孩子,家里的卫生成了一大烦恼。最近用上家政服务“管家帮”后,让她轻松了不少。

打开手机“管家帮”APP,页面一目了然。日常保洁、家电清洗和家居保养等服务均有提供,每位服务人员都有公开的评价体系,付款方式是充值支付,价格和线下家政服务价差差不多。“传统家政市场,信息不对称。在APP上预约可以根据评价指定选人,过来清洁的阿姨都穿着工作服,自带工具箱,礼貌、专业。”付青青说。

但是,并不是每一次体验都尽如人意,也有糟心的时候。付青青告诉记者,上个月她在某APP上预约了清理窗户玻璃,被爽约3次后,平台派来一位年轻小伙子,嘴里叼着香烟,衣衫不整,还有体味,擦完玻璃,台面地面上全是垃圾,没有清理就走了,付青青很不满意,最终给了个负面评价。

网约上门服务作为一种新业态,存在便利等明显优势。但其综合使用率并不高,不少人仍青睐面对面的店面预约。一个重要原因,就是上门服务水平参差不齐。

“管家帮”董事长傅彦生告诉记者,目前市场上存在的上门服务公司运营模式不一,有的是实体店发展线上操作,提供售前售后一条龙服务,有完善的用人培养机制和反馈机制。比如“管家帮”的服务人员全部来自自营平台,同时开办培训学校,为工作人员提供职业培训,学员考核合格后,颁发国家认可的培训证书和资质证书。“还有些上门服务公司只是担任中介,既不对服务人员素质把关,也不做业务培训,更不对工作人员的服务负责,

导致业内服务标准难以统一。”傅彦生对此表示,消费者很难凭借此类平台提供的照片等信息核实服务人员真实身份、资质、信誉度等,一旦出现对方爽约、服务纠纷等情况,就容易遭遇维权困难。

场景体验不尽如人意

李婷是互联网上门服务的重度用户,从让人上门取衣服干洗的“E袋洗”,到上门做饭的“好厨师”,从周末租车到使用同城快送业务,她手机里下载的APP有六七个。

“在北京,要修鞋、干洗衣服、修手机等,不像老家小县城那样出门就能找到,所以平时和朋友都会互相分享哪个服务更好。”李婷把这些上门服务称为“懒人服务”。

虽然上门服务大大方便了个人生活,但李婷也认为,并不是所有服务都适合上门,“目前网约上门服务主要分为两类:实物类和服务类,它们最大的区别在于提供产品的最终形态不同。实物类APP主要是物流配送,比如‘饿了么’等各种外卖服务、水果生鲜等配送服务;服务类侧重到家服务,比如各种上门家政服务”。

其中,有些服务类上门效果就不是那么理想。李婷说起了自己的经历,今年5月初,她出差一周,累得腰酸背痛,回家后在“你点到家”上预约了推拿,约定的当天,推拿技师穿着专业服装,拎着工具箱上门了,体验过后,李婷决定下次还是要去实体店消费,“技术、服务都很专业,没有问题。但家里的体验还是跟不上实体店,环境相差得远,没有专业的按摩椅,服务完还要自己打扫清理,麻烦”。

如何把上门服务做得更贴近实体店的场景,确实是眼下一些网约服务平台面临的问题。为了给用户营造不输实体店的体验,不少

公司尽可能提供更加丰富的服务场景。在“你点到家”,有些技师除了会携带实用的足浴盆、敲腿锤、各种药理物品外,还会带着香薰灯、音响等烘托气氛,但这无形中又添加了人力物力成本,也使得上门费用相比实体店更加昂贵。

此外,上门服务还面临场景阻力,虽然现在不少上门公司都在推出面向企业的服务项目,但在办公室推拿、美甲等并不太被人接受。北京师范大学经济与工商管理学院副教授李江予表示,网约上门服务公司的技术门槛并不高,如何使服务场景让消费者更满意,在服务内容上做到差异化竞争,仍需要企业去摸索。

安全问题是最大顾虑

记者在采访中发现,一些人对“上门服务”不能接纳,顾虑最多的还是安全问题。

“我平时会选择把快递寄到公司而不是家里,以避免家庭住址泄露。但如果选择上门服务,家庭住址就必须是真实的。”独自租房、在北京工作的郭晓然说,陌生人上门难免会担心对自己的人身和财产安全带来威胁,虽然各个平台都在打“安全牌”,但谁也不敢说一定能杜绝不安全因素。

信息泄露也是消费者担心的问题。平台注册往往需要消费者填写真实姓名、住址和手机号码,这几项信息无疑都是最具隐私的内容,除了可能被泄露,一旦出现纠纷,遭遇平台骚扰报复也是需要防备的事情。

对此,一些上门服务平台已纷纷寻求解决之道。比较常见的做法是,平台承诺其服务人员均经过严格筛选和专业培训,并将其姓名、照片、人行经验等基本信息以及资格证在APP上呈现,用户可以自行选择,交易完成

后,可以给工作人员打分评论,比如“管家帮”等。

以提供到家服务闻名的“58到家”则推出了“身份调查 & 技能认证”,对保姆实行身份征信与业务技能双重认证,还与地方警方在家政服务安全方面展开深度合作,推出针对劳动者背景筛查的专项行动。

消费者在面临到家服务的安全问题时,上门为陌生人提供服务的工作人员,同样也会遭遇可能的危险。为了保证工作人员的安全,有些平台要求用户下单要完成支付后才会派人过去,有的平台还给工作人员配备带有紧急呼救和GPS定位功能的手机端,并为消费者和工作人员缴纳商业保险,最大可能保障双方的安全。

有专家表示,互联网上门服务存在的风险其实并不新鲜,目前出现的各种问题,在传统领域中都发生过。虽然当下国家法律并未对网约上门服务运营模式有明确的禁止性规定,一旦出现违法违规行,也同样适用于相关法律法规。例如,因家政人员的过失导致人身损害的,可能就将适用《最高人民法院关于审理人身损害赔偿案件适用法律若干问题的解释》中有关雇员责任的规定。

消费者想要用得方便又要用得省心,还需要做好前期工作。在选择网约上门服务前,最好先做个摸底调查,查看公司是否有营业执照,弄清楚公司是单纯的中介平台,还是线上线下一体店,搞明白双方的权益与义务,再选择信誉好、服务规范合法的网约上门服务。同时,在选定服务人员之前,要查清其是否持有健康证、工作证等合格证书。如果涉及危险作业,则应注意网约公司的安全防护措施,以及是否为服务人员购买了保险等。

(李华林)

“618”电商大促

快递末端服务“新物种”迭出

今年“618”电商大促期间,除了零售线上线下结合,物流服务的比拼也成为看点之一。在传统的快递上门之外,各种形式的代收点、智能快递柜以及直接到户的信包箱都在蓬勃发展。“新物种”的涌现,将不断缩短包裹与用户的最后“100米”距离。

近日,在上海闵行区的马桥西街社区,工人们正忙着将一组组标有“私家驿站”字样的智能信包箱在居民楼楼底安装。智能信包箱的外形看起来与智能快递柜类似,但两者最大的不同是,智能信包箱是直接到户的,每个箱子对应一个家庭用户,且收件服务免费。

“智能信包箱是传统信报箱的升级产品。”“私家驿站”运营负责人杨佑泉说,从信报箱到信包箱,虽然只有一字之变,但功能的

提升非常明显:信报箱只能收报纸信件,使用率呈下滑趋势。信包箱除了收报纸信件,还能收快递和牛奶,功能更加复合。并且,信包箱配备了智能锁,用手机一扫即可开箱。包裹入箱后,系统会自动发信息提示用户。

杨佑泉介绍,目前“私家驿站”已覆盖上海五角场社区和马桥社区,帮助近3000户业主将传统信报箱升级为智能信包箱。通过发展“城市合伙人”,“私家驿站”计划向全国其他地区推广这项便民服务。

类似于智能信包箱这样的快递末端设施,得到了政府部门的支持。今年年初国务院办公厅印发的《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》提出,创新公共服务设施管理方式,明确智能快件箱、快递末端综合服务场所的公共属性。2018年全国邮政管理工

作会议提出,今年智能快件箱(信包箱)箱递率要再提高2个百分点。

记者采访发现,随着政府部门的重视和各方的努力,快递末端服务正在呈现以下趋势:

——越来越智能化、无人化。除了智能信包箱,今年5月菜鸟网络也发布了放在用户家门前的智能快递箱——菜鸟小盒,用户可通过淘宝、支付宝等手机客户端点击开箱,不用为家里无人收快递而苦恼。

中邮速递易执行副总裁周小夏说,2017年中国的快递业务量突破400亿件,而全国的快递从业者不到300万人,物流末端的人力难以完全覆盖巨量的快递规模。对物流末端进行革新,推动智慧物流势在必行。

——越来越规范化。快递末端服务设施

具有公共属性,需要纳入监管的范畴之内,避免无序竞争。国家邮政局近期发布的《快递末端网点备案暂行规定》提出,为了规范快递末端网点管理,促进快递服务便捷惠民,要求快递末端网点自开办之日起20日内,向所在地省级以下邮政管理机构备案。

——越来越注重隐私保护。小小的快递包裹,承载着用户的地址、联系方式等多种信息,隐私保护是快递服务的必选项。除了快递公司推行“隐私面单”,快递末端服务也在开发新的隐私保护方式。“私家驿站”方面表示,正在运用定位技术、编码技术等,给每个智能信包箱设置独一无二的“邮箱ID”。未来快递员只要输入一串数字,就能准确投递入箱。

(何欣荣)