

亲子房、亲子游默认“两大一小”标配 如何破解“多孩家庭”出行尴尬?

寒假临近,亲子出游高峰即将来临。然而,二孩家长冯静却犯起了难。原来,她在预订寒假出游时发现,不管是景区的“亲子游”套餐票还是酒店住宿的亲子房,多是“两大一小”的选项,这让有两个孩子的她陷入了尴尬,“买票要给另一个孩子单独购票,酒店住宿得开两间房,本来是家庭出行,结果还要分开住,这对二孩家庭来说确实增添了不少麻烦。”

酒店多是“两大一小”房型 加床加房开支成倍增加

1月16日,笔者在某旅行APP搜索酒店亲子房发现,确实有很多酒店把“两大一小”当作是亲子房标配,在介绍页中写明限“两大一小”使用,房间类型基本都是1.8米宽的大床加0.9米至1.1米不等宽度的小床。有的酒店入住后还可以参加各种活动项目,但项目相关说明中也写明“限2位成年人、1名儿童参与”。

通过咨询多家设置了“两大一小”房型的酒店的工作人员得知,如果多带一个孩子可以按照需要增加床位,但增加床位要另补床位费,同时也会多赠送一份早餐。如果不增加床位,1.2米以下的儿童可以免费提供早餐,1.2米以上的则需要补早餐的差价。还有的酒店表示亲子房已经是三人床位,房间的空间无法再增加床位,如果是两个孩子只能挤一挤,要是觉得亲子房挤的话,建议开两间房。

北京周边的一家滑雪酒店推出住宿家庭套餐,规定限“两大一小”使用,入住还送音乐剧门票,但也只有三张票。至于“两大两小”的解决方案,工作人员称,觉得挤可以加个单人床,但是每晚会多收200元,如果小朋友超过1.2米,早餐和滑雪项目也得另外交费。可是这份包含了“两大一小”的住宿、早餐和滑雪门票的套票一共才500元,如果多带上一个小孩,多收的费用差不多等于再多买一份同样的套票。“这样的亲子房就会让二孩家庭面临其中‘一

小’何去何从的问题。”二孩家长胡文说。亲子房本意是帮助家庭旅游有更好的体验,同时节省开销,但这些便利优惠在面向二孩家庭时就稍显缺失。如果两个孩子一块挤,体验不佳;如果一大带一小分别住两间房,那就失去了家庭旅行的意义,开销也大了。胡文说,这样的亲子房设置使二孩、多孩家庭预订酒店的选择范围受到很大限制,降低了亲子出游的体验感,也导致开支成倍增加。

市民闫女士也对这样的亲子房有抱怨。以她自己的情况为例,女儿已经读小学四年级,儿子只有三岁,现在外出旅游常常会遇到“挤一挤”的难题。“开两间房有点浪费,开一间房又需要挤着睡,休息不好。”闫女士道出了很多二孩、多孩家庭的无奈。她说,她家一般情况下都是凑合着睡,要不然就得多掏钱,实在是划不来。

在搜索旅游门票时发现也存在这样的问题。比如,一家旅游专营店推出珠海长隆海洋王国套票,亲子票为“一大一小”,家庭票为“两大一小”。

游乐园科技馆等也存在 忽视“两小”群体现象

不光是酒店、旅游景区门票,就连孩子们喜欢的游乐园、科技馆等,也常会忽视“两小”这个群体,推出的各种团购票上均注明为“两大一小”可用。

笔者在团购平台搜索,一家都市农场在网上推出团购套餐,成人票98元,“两大一小”为198元,如果多带一个孩子要再单买一张儿童票,需要78元,店内并没有设置“两小”的优惠价格。一家探索科技馆同样在网上推出亲子套餐,但也只有“一大一小”和“两大一小”的优惠选项。运动中心设置的亲子击剑私教课程,课程为“一对二”,也就是一个教练对两个学员,这样一名家长也只能带一个孩子共同学习。蹦床公园也只推出了“一大一小”“两大一小”的优惠套餐。按照商家规定,这些亲子套餐如果多带一个孩

子就需要多买一张儿童票,虽然能够理解这种收费方式,但家长们对于二孩、多孩不享受任何优惠也颇有微词。“多一个孩子多付钱是应该的,但同时买了四张票,怎么还没有三张票享受的优惠力度大呢?”

家长呼吁更多企业和场所 关注多孩家庭

可喜的是,西安有一些酒店、亲子乐园已经针对多孩家庭完善了套餐内容。临潼一家温泉酒店亲子房内放置一张1.35米宽上下铺和一张2米宽的特大床,周一至周五酒店亲子房可选择多种房型,小型亲子房为大床拼小床,大型亲子房则为大床拼小床+儿童床。西安的一些亲子乐园也推出了“两大两小”“三大三小”等多种购票方案,同时还有单独的成人陪同票可购买。

为进一步适应人口形势新变化和推动高质量发展新要求,2021年国家作出实施三孩生育政策及配套支持措施重大决策,开启我国人口发展新阶段。目前看,亲子消费市场部分配套产品还有所滞后,没能跟上多孩时代的新需求、新商机。面对“两大一小”的默认设置,许多二孩家庭感到不便,要么只能“挤”,要么就得多掏一份钱,这无疑增加了二孩、多孩家庭的生活压力。

西安一名三孩家长王先生表示,如果景区、酒店、亲子乐园等都能增加更多亲子套餐选项,多孩家庭的出行出游会更为舒适,也能进一步抓住多孩家庭的消费市场。“只有主动转变经营理念,推出适合多孩家庭的产品,才能为企业赢得更大的消费市场。这需要商家进行细致的用户研究,从顾客角度出发,设身处地为顾客着想。”

据了解,西安市不少多孩家庭的家长们都呼吁更多的企业和公共场所能主动改变,关注“多孩”家庭群体,进行积极回应和调整,更好地服务大众消费需求。(马相)

中欧班列首发西安至波季线路 国际运行干线增加至18条



本报讯(段承甫)1月19日,首趟中欧班列(西安—霍尔果斯—波季)从西安国际港站始发,穿越霍尔果斯口岸,最终抵达格鲁吉亚的波季。

这是中欧班列(西安)首次将格鲁吉亚波季作为目的站。该线路的开通,为中欧班列(西安)向南拓展贸易新通道打下坚实基础,标志着中欧班列(西安)常态化运行的国际干线增加至18条,可覆盖亚欧45个国家和地区。

该趟中欧班列(西安)主要运输的是汽车、大型机械设备等出口货物。该线路全程采用“铁—海—铁”多式联运方式,运输距离7829公里,运输时间约为15天。

波季所在的国家——格鲁吉亚,是

直三录

国家统计局近日发布最新数据显示,2023年我国社会消费品零售总额471495亿元,比上年增长7.2%,最终消费支出对经济增长的贡献率达到82.5%,比上年提高43.1个百分点。消费成为带动经济恢复的重要力量。

2023年,“消费复苏”成为热词。从盛夏淄博烧烤“一座难求”到隆冬“南方小土豆”勇闯哈尔滨,从排起长队的餐饮门店到电影票房刷新最快破百亿元纪录……“消费马车”疾驰,展现中国大市场的活力。数字消费、绿色消费、健康消费快速发展,智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货潮品消费热点不断升温,“消费马车”结构升级,全力消除道路安全隐患。因为南郑公路除雪组织机械和职工清除路面积雪。

“消费马车”热点亮点多,得益于中国14亿多人口超大规模市场的强力支撑。无论是“刚去黑龙江滑雪,又到海南冲浪”“春去福建赏花,又到新疆玩自驾”,还是“特种兵式旅游”、探索未知街巷的城市漫步,人们对于美好生活的向往和追求,蕴藏着不容小觑的消费能力。另一方面,超大规模市场是技术创新的肥沃土壤。2023年我国新能源汽车产销量均超900万辆,连续9年全球第一,我国大量新能源汽车用户数据不仅成为企业研究的基础,也提供了车企引领科技前沿方向的底气。“新供给”的不断涌现,培育消费新增长点,释放超大规模市场的更多潜能。

着眼长远,还需继续加快培育完整内需体系。一系列促消费政策对稳定消费市场、促进消费恢复起到积极作用;新业态新模式的健康发展,为恢复和扩大消费拓展新空间。也应该看到,消费意愿与居民收入关系密切,预期稳定、民生层面的后顾之忧少,消费潜能才能够被进一步激发。不断优化的消费环境、日益完善的保障的体制机制、持续提高的社会保障能力和公共服务水平,能够破除妨碍生产要素市场化配置和商品服务流通的障碍,也是老百姓能消费、敢消费、愿消费的重要前提和坚实保障。

消费一头连着宏观经济,一头连着千家万户。超大规模市场消费潜力大、韧性强、后劲足,锚定促消费的“主引擎”,释放消费潜力,激发消费活力,将为中国经济持续回升向好注入更多新动能。(王悦阳)

多家快递公司春节不打烊 部分快递会收取高峰期资源调节费

本报讯(魏彤)春节将至,很多市民都在关注快递什么时候停运,运费有没有上涨。1月20日,笔者从顺丰、京东、德邦、申通等快递公司获悉,均提供“春节不打烊”服务,快递不停运,部分快递会收取高峰期资源调节费。

顺丰此前在官网发布2024年春节期间的服务公告称,因节日期间资源调配受限,极端天气变化等多重因素,快件时效或受到不同程度影响。1月11日-2月9日,对顺丰卡航,大于20公斤(含)顺丰标快,大于20公斤(含)顺丰干配等产品收取0.1-1.2元/公斤的资源调节费。2月10日-2月17日期间,将对寄递服务加收资源调节费。

笔者从京东快递了解到,针对散单客户,快运业务方面,在1月17日-2月17日期间,对不同线路将加收0.3-0.6元/公斤的高峰期资源调节费;快递业务方面,在2月10日-2月17日期

间,对快递产品将加收5元/票的高峰期资源调节费。针对月结客户,按照合作产品不同,分别加收不同标准的资源调节费。

而德邦物流在2月10日-2月17日期间,除偏远地区外,均可正常提供揽收与派件服务,但快递时效可能略有影响。1月13日-2月17日将对部分客户、部分产品收取0.3元/公斤-0.5元/公斤的春节资源调节费。

笔者还从申通快递了解到,2月7日-2月12日启动春节模式,将在全国范围内继续提供服务,转运中心、运输车辆、服务网点常态运营,客服等支撑体系24小时在线,继续为用户提供不间断的快递服务。

需要注意的是,春节期间虽然快递不停运,但是受到多方面因素影响,快递时效无法保证。因此建议市民,如果有快递需求,请提早安排。



除雪保畅忙

1月21日,汉中市镇巴、留坝、佛坪、南郑、宁强等县区出现不同程度雨雪恶劣天气。市公路局按照冬季防滑保通预案,调度各单位开展除雪保通和道路运行监测工作,全力消除道路安全隐患。因为南郑公路除雪组织机械和职工清除路面积雪。

通讯员 赵金红 曹滨 摄

陕西1800余项文旅活动喜迎新春

本报讯(柏桦)1月19日,记者从省文化和旅游厅获悉,1月18日至3月11日,省文化和旅游厅组织开展“欢欢喜喜过大年”2024年春节主题文化和旅游活动,其中包括精品文艺演出、群众文化活动、非遗体验展示等6个方面1800余项活动,为全省人民和来自全国各地的游客奉上春节“文旅大餐”。

届时,全省各地将举办12场迎新文艺晚会及多项重点展览,组织演出演播话剧、戏曲、舞台剧等精品剧目149部400余场;举办24场乡村“村晚”及“我的中国梦——文化进万家”等春节主题活动,开展灯展灯会、社火表演、庙会大集等民俗活动400余项。

为拉动冬季旅游消费,全省各地将推出乡村旅游、研学旅游、温泉度假等产品200余个。其中,西安将依托传统民俗推出6大主题、9大系列、159项活动,营造“西安年·最中国”浓厚氛围。铜川市举办“三秦四季·雪趣铜川”冰雪旅游季,第十届陕西省滑雪大会,开通冰雪客运专线,推出“西安—铜川旅游一卡通”,为广大游客奉上一场冰雪盛宴。

春节期间,由文化和旅游部主办的2024年春节“古城过大年”活动将在榆林市启动,并举办“晋陕陕”剪纸大赛、全国秧歌展演等活动。我省将开展“文化进万家——视频直播家乡年”“非遗美食过大年”“非遗文化我来讲”等线上线下非遗文化主题活动600余项,用非遗文化烘托浓郁年味。全省“两馆一站”春节假期不闭馆,将举办200余场文艺演出、美术展

览、文化论坛等活动。我省还将组织陕西艺术团赴突尼斯参加两国建交60周年招待会,赴摩洛哥参加“欢乐春节·中国庙会”,在日本东京举办“喜迎龙年·品味陕西陕西文化年”开幕式;赴德国、瑞士、俄罗斯等国家举办陕西特色文艺演出、非遗展览等文化活动,推介陕西旅游资源,生动讲好陕西故事。

2月2日至24日,陕西文旅惠民平台将发放新春演出专项消费券;联合旅游景区发放5至9折消费券惠民券,最低7折温泉惠民券及滑雪旅游线路、研学旅游线路、康养旅游线路6折惠民券;推出线上商品折扣惠民价。此外,华清宫、华山、黄河壶口瀑布旅游区(陕西侧)、黄河乾坤湾等景区也将推出固定时段或定向群体免门票活动。

不少市民把大扫除提上日程,部分公司保洁服务已预约到大年二十五—— 春节临近,家政市场有点“火”

“有没有清洗油烟机的家政公司推荐?”家住西安招商依云的雷雪在微信朋友圈发布推荐信息。距离农历春节不到一个月,不少市民把节前大扫除提上了日程,家政市场开启“春节模式”。

1月19日,记者走访西安多家家政服务公司了解到,元旦过后,家政保洁服务需求激增,部分家政服务公司保洁服务已预约到大年二十五。

日订单量增多 做好预约服务保持好口碑 “从去年12月20日开始,我们的订单就陆续增加。目前,家政服务订单已经预约到除夕前。”西安蓝月亮清洗保洁公司负责人段志珍介绍,自去年12月以来,很多老客户纷纷预约年前的擦玻璃以及全屋清洁等家政服务,一般钟点工价格约68元/小时,涨幅不大。

由于临近春节,商家可提供的家政服务人员越少,有的商家提前说明在2月4日至17日期间已无法预约保洁。“现在每天有30多个订单,为保证服务质量,我们不会临时增加订单。做好预约订单服务,才能得到好口碑。”段志珍说。家住省直机关三爻小区的高霞每年春节前都

要大扫除,“去年和前年我没有请家政服务人员打扫卫生,今年要进行全屋大扫除,越临近春节越难预约到合适的时间段。”高霞1月10日预约了免保姆家政的全屋深度保洁服务,由于公司订单量大,按照预约排单,订单虽排在1月15日,但保洁效果令她很满意。

精细化保洁受欢迎 从业人员趋向年轻化 雷雪告诉记者:“元旦刚过,我就请家政来做全屋保洁了,想着临近春节干活价又高,干得也不是很仔细。这两天发现我家油烟机有1年没清洗过了,家里老人天天做饭,油烟机清洁很重要,我已在小红书上约了一家保洁。”

在线上电商平台,记者检索厨房深度清洁服务发现,商家提供的服务时间一般是1个小时,除普通的清洁服务外,还有提供清洗地毯、冰箱清洁等精细化项目,价格为100-150元不等。

部分客户还希望有收纳整理等更精细的服务,这对家政服务人员的能力及素质要求更高。家住西安高新的马菲日常工作比较忙,又是一个人住,除了日常保洁外,她还预约过上门收纳整



理。她说:“虽然整理收纳的价格高点,但整理师的服务真的很专业,还会提出规划意见,以便更好自己收纳,也节省了时间。”

如今,人们开始关注“家”的生活品质与幸福感提升,与传统保洁不同的整理收纳,例如全屋整理、衣柜整理等服务越来越受欢迎。

“我们公司主做高端家政团队服务,普遍是高学历的年轻人,干活利落仔细。”免保姆家政负责人告诉记者,其所在公司里不乏“90后”服务人员,并且持续有新鲜血液加入家政行业。从客户需求特征来讲,客户更关注质量、精细化和稳定性,希望家政公司能够提供更专业、稳定、长期且高质量的服务。对于年轻的服务人员来说,他们在学习能力、工作风格和沟通技巧上更容易获得客户青睐。

近年来,由于择业观不断改变,家政服务从业人士正向年轻化、高学历发展。2023年7月,商务部、国家发展和改革委员会、教育部等16部门联合印发《2023年家政兴农行动方案》,其中第十二条提到,吸纳大学生就业创业,鼓励规范、信誉良好的家政企业、家政培训机构开展校园招聘,为年轻人才提供更多就业选择。

本报记者 刘诗萌