

预约无故取消,动辄临时加价

春节前家政保洁“爆单”,价格大幅上涨部分服务缩水

□ 本报记者 胡迎迎

春节临近,从基础保洁到专业照护,家政市场迎来全年最繁忙时期。与此同时,坐地起价、服务缩水等问题接踵而至,一些消费者花了高价钱后,不仅没省心,反倒更糟心。

需求井喷,预约得拼手速

春节前的家政市场,价格一路走高:玻璃清洁从平日10-15元/平方米涨至15-18元/平方米,涨幅超20%;小时工从40-50元/小时涨至60-80元/小时;部分整理收纳服务每小时达200-300元。

在泰安,消费者王女士为一套不到100平方米的房子预约深度保洁,发现平日240元的价格已飙升至450元,还需额外支付一笔几十元的“春节服务费”。即便如此,预约仍需拼手速,她的订单已经排到农历腊月廿六。

这种价高且难约的现象并非个例。记者走访济南、泰安、聊城等地家家政门店发现,自进入农历腊月以来,家政市场就进入“抢工”模式,订单量较平时激增,擦玻璃、油烟机深度清洗、全屋大扫除等成为炙手可热的项目。

“熟客两个月前就提前打好招呼了,现在一天好几单,实在接不过来。”一位从业多年的保洁员告诉记者,她的节前工单早在一个月前就已全部排满。

价格上涨更为明显的是需要持续驻场的“人员型服务”。青岛的刘女士为孩子请育儿嫂,平日6000元的月薪在春节期间涨至8000元,还需单独支付一笔“春节加班费”。

服务缩水,高价难买放心服务

“一工难求”形势下,部分家政机构和从业人员服务缩水。

无故爽约现象增多。1月19日,消费者王女士通过某平台预约了1月31日的玻璃清洁服务。然而,平台在1月28日以“服务人员因故无法履约”为由单方面取消了订单。当她试图重新预约时,却被要求额外支付79元的“春节服务费”。

在黑猫投诉等平台上,类似的“预约后被单方面爽约”案例近期明显增加。消费者反映,临时被“放鸽子”打乱了计划和安排,春节前再难找到其他服务人员。

临时加价成“潜规则”。1月9日,烟台消费者孙女士为新房预约开荒保洁,服务人员上门后便以需要专用吸尘器为由要求加收30元费用,服务结束前半小时,又以“工作量太大,干不完”为借口,提出加价100元才愿意继续服务2小时。

记者调查发现,“房屋面积超标”“重油污需专用清洁剂”“高空作业有风险”等,已成为家政人员上门后临时加价的常用借口。服务缩水屡见不鲜。消费者支付了翻

倍的“春节高价”,换来的却常常是打了折扣的服务。泰安消费者张先生预约5小时的房屋深度大扫除,服务人员全程却只擦了玻璃,面对质疑仅以“你家玻璃太脏”搪塞;聊城消费者索女士预约上门保洁,服务人员擦一个柜子耗时一小时,打开柜门发现依旧积垢发黑。

注意维权,遇纠纷要保留证据

面对春节家政市场的供需难题与消费乱象,一些地方探索系统性治理路径。

1月22日,德州市启动“暖冬家政便民服务季”,联合30家优质家政企业推出6大类50余项优惠服务,要求服务人员持证上岗,并开通24小时监督热线。聊城市依托“信义东昌府”信用平台,将家政企业、从业人员的信用信息纳入平台管理。

“家政行业目前没有专门立法,只有国家层面的规范性标准。缺乏强制力,导致一些标准执行不严,乱象时有发生。”聊城市阳光大姐家政服务有限公司总经理杜月环认为,“要真正解决问题,需要三方合力,政府加强引导和监管,消费者通过正规渠道选择合规企业,家政机构更要主动自我规范、守住底线”。

日前,山东省消费者协会等部门发布消费提示,提醒消费者选择家政服务时注意优选正规机构,拒绝“三无”服务。同时,遇到消费纠纷,要注意保留证据积极维权。

领导留言板

家中没人住且无漏水 水表“空跑”350方

2月3日,读者于先生拨打大众帮办热线电话0531-85193911反映:烟台莱山区万科翡翠大道小区22号楼的一套房子,2024年大约一个月的时间,在家中无人居住且无漏水的情况下,室外水表异常累计跑水350立方米。希望协调调查,挽回损失。

回复 水务公司同意免除“空跑”产生的所有水费

记者联系烟台市相关部门。经万科翡翠大道物业、烟台市莱山区滨海路街道办事处工作人员与烟台水务清泉有限公司沟通协商,最终水务公司同意免除当事人因水表“空跑”产生的所有水费。对于此次协调处理结果,当事人表示认可与满意。

(□大众帮办记者 胡迎迎)

高速征地补偿款 拖了三年没给付

2月3日,网友@临大胡火在大众新闻“领导留言板”留言反映:我是沂南县孙祖镇西高庄村村民,我的高速征地补偿款一拖就是三年多,问镇上领导,每次都说了快了,但总是不给解决。

回复 预计补偿款可在春节前发放

记者联系沂南县孙祖镇政府办公室,工作人员回应称,当事人所涉地块为后期新增占地,目前县级财政相关拨款尚未到位。当地正研究从村集体资金中先行垫付,并已启动五级审批流程,预计补偿款可在春节前发放至个人手中。

(□大众帮办记者 胡迎迎)

旧城改造工程款 未按合同约定支付

2月5日,读者李先生拨打大众帮办热线电话0531-85193911反映:2023年,其公司承接德州平原县房管中心旧城改造项目(合同总额约300万元),项目验收合格后,按约定应支付85%工程款,但截至目前仅收到约115万元。多次沟通后,房管中心以“财政未审批”为由拖延付款,已拖欠近3年,工人资金都是公司垫付。

回复 已和项目承包方积极对接沟通

记者联系平原县房管中心,相关负责人回复称,该项目是2023年平原县房管中心旧城改造项目,目前已和项目承包方山东华建建工集团积极对接沟通,按照合同及规定流程推进。

此外,该负责人表示,工程款拨付无法对接个人,相关拖欠款项当事人可以和承包方公司进行对接。

(□大众帮办记者 徐健)

7400元欠薪 多次交涉未解决

2月2日,网友@众友85308在大众新闻“领导留言板”留言反映:本人2022年在临沂市兰陵县金鼎泉山悦项目干的水电预埋工作,至今还有7400元工资没有发放,从2025年3月份开始讨要工资,多次拨打当地12345,住房保障中心回复正在筹备资金中。之前,北大置业的领导回复称春节前给清算工资,2月1日色工头给我打电话说,只给1000多元工资。希望帮忙解决一下农民工工资问题。

回复 住建部门将再次联系承包商督促解决

记者联系兰陵县住建局,工作人员回应称,将再次联系承包商,督促解决农民工工资问题。

(□大众帮办记者 张梁)

问暖今冬

供暖室温不达标 清洗暖气片仍无改善

2月4日,读者王先生拨打大众帮办热线电话0531-85193911反映:潍坊市潍城区市政宿舍供暖不达标已近一周,室内温度未达18℃。业主接热力公司要求清洗暖气片后仍无改善。专业人员检测发现系供水温度仅30℃,且供回水无压力差导致水循环不畅,整单元均受影响。

回复 工作人员将对供暖系统进行调试

记者联系潍坊五岳热力有限公司,对方表示,接到问题反馈后,立即安排工作人员上门检修。经现场检测,确认市民家中室内温度未达到供暖标准。工作人员拟拆除主管阀门,对供暖系统进行调试,以观察室内温度是否改善。

(□大众帮办记者 胡迎迎)

残疾人免费停车,为何遭遇“抬杆难”

说民情 道民意

□ 本报记者 田汝晔 郭由

下肢残疾的济南市民小刘,副驾驶座位的储物格里,整齐放着残疾人证、C5驾驶证、行驶证,以及“济南市残疾人机动车免费停放标识牌”。依据《济南市停车条例》和《济南市机动车停车收费管理办法》规定,凭这些证件,他可以在济南市公共停车场及住宅小区临时停车场享受免费停车。然而,这些证件和标识牌,并不能保证他每次都顺利享受免费停车待遇。

近日,一个工作日的下午,记者跟随小刘合法改装过的车辆,开始了一次随机停车体验。

第一站是济南市天桥区一家商场的地下停车场,停车场最靠近电梯口的区域,预留了无障碍车位,其宽度超过普通车位标准。驾车离开时,小刘摇下车窗递出证件,工作人员拍照核对后,随即抬杆放行,过程顺畅。

随后,小刘先后前往汇鑫国际商务大厦、恒隆广场、济南西站及几处静态停车位,只要出示证件,均顺利享受免费待遇。“这几年大部分地方都很顺畅,不用多解释。”小刘告诉记者。

不过,在一处无人值守的公共停车场,出口公示牌上没有联系方式,无法联系停车场管理方。小刘坦言,一旦无人值守,在出口排队时,“不好意思让后面车久等,往往就自己扫码交了”。

小刘告诉记者,如今不少停车场都是无

人值守,有些停车场出口处设置了问询按钮,出场时只需点击按钮,就会有人过来提供咨询服务或查验证件。

在北园大街一处写字楼停车场,出口岗亭处的工作人员看到证件后连连摆手,小刘拿出手机展示政策条文,对方依旧摆手:“没说过免费,该交得交。”一番沟通无果,小刘最终扫码交费。

小刘总结出一个规律:执行力度往往与停车场的管理主体、规模和性质相关。类似大型医院、核心商圈的综合体等地的停车场,政策执行非常到位。

部分民营市场、写字楼、商业大厦的停车场,就成了政策的“模糊地带”。问题主要出在两点:一是值守人员对政策不熟悉、不认可;二是在无人值守的智能停车场,有的缺少便捷的身份核验或求助通道。

为了破解上述难题,济南市相关部门正尝试从监管和技术两端发力。

监管层面,根据《济南市残疾人机动车免费停放标识牌使用管理办法》,市发展改革委负责对停车场(所)收费的监督和管理,及时查处违规收费行为。如有拒绝、阻挠残疾人免费停车的场所,可通过拨打12345(12358热线)督促主管部门济南物价局落实处理。

技术层面,济南搭建了全市停车综合管理服务平台。符合条件的残疾人车主在“泉易泊”小程序完成认证绑定后,在已接入平台的停车场,可实现无感支付、自动抬杆。

不过,目前技术赋能尚未完全覆盖所有社会停车场。全市停车综合管理服务平台虽已接入上千家停车场,但仍有大量社会经营性停车场未接入,管理部门还无法强制要求所有社会停车场在系统内预设免费规则。



小刘一直随身携带的“济南市残疾人机动车免费停放标识牌”。

让合法权利不再需要反复解释

记者手记

□ 本报记者 田汝晔

中国残疾人联合会发布的数据显示,我国残疾人总数超过8500万,其中持有机动车驾驶证的残疾人数量逐年增长。

山东省现有持证残疾人278万。省内多地已探索并推行残疾人免费停车政策,并出现一些值得关注的“超前做法”。

比如,青岛在2018年明确残疾人驾驶机动车在公共停车场停车4小时内免费,要求无障碍停车位数量不少于停车场泊位总数的

2%,并对违规收费的停车场进行行政处罚。潍坊则要求各类停车场对残疾人专用车辆免收停车服务费。临沂兰山区检察院、高新区检察院以公益诉讼为抓手,针对无人值守停车场落实残疾人免费停车优惠政策不到位问题,制发检察建议,促使129家停车场退还违规收取的停车费,并在收费管理系统中同步录入残疾人专属车辆信息1200余条。

残疾人权益保障,从来不是“一纸政策”就能一蹴而就的事。它需要技术层面的持续赋能,需要监管层面的刚性约束,更需要全社会观念的转变——让“残疾人免费停车”不再是需要反复解释的“特殊福利”,而是理应享有的合法权利。

机票增值服务藏“刺客”,看似贴心实则套路

□ 本报记者 贾涵宇 实习生 董泽铮

在线旅游平台的捆绑销售“套路”屡遭投诉却禁而不绝。购票页面上,一个默认勾选的选项,一句“温馨提示”,或是一个包装成“最低价”的捆绑套餐……许多消费者在点击“支付”时,可能为一项自己并不需要,甚至毫不知情的“增值服务”买了单。

被捆绑的“增值”与难退的款项

今年1月4日,王先生从智行APP上购买机票。据其反映,在支付中,此APP通过隐蔽的UI设计及默认勾选设置,在其未充分知情,也未主动选择的前提下,将一款售价42.9元、名为“舒适保障出行宝”的附加产品捆绑纳入机票订单一同销售。

当王先生发现自己无意购买后,找到客服请求退款。但客服表示,订单使用了平台赠送的30元优惠券,仅同意退还7.9元的差价。

“后来我发现,平台界面展示的低价班次,其实都是已抵扣平台优惠券后的价格,这种低价很容易让人心动。”王先生坦言,他频繁遇到支付界面价格与展示界面不一致的情况,“展示界面的价格是减去优惠券后的金额,但到了支付界面,平台又会自动加上增值包的费用。一来一回,非但没享受到所谓的优惠,有时候最终支付价格反而比预期贵十几元钱。”

并非只有王先生遭遇此类搭售问题。另有消费者黄先生反映,他在同程旅行平台下



某在线旅游平台的机票支付页面。单购票时,同样未主动选择任何附加服务,但平台默认勾选了“舒适出行礼包(含意外险)”,并据此收取了58元费用。

黄先生在一行程结束后才发现自己购买了增值服务,第一时间联系平台客服协商全额退款,然而客服以“意外险已生效”为由,仅同意退还增值服务中8元“送机券”费用,明确拒绝全额退款。

记者梳理黑猫投诉、电诉宝等平台信息发现,针对在线旅游平台默认勾选附加服务、隐蔽收费的投诉由来已久,问题集中于出行保障包、意外险、加速包等产品的捆绑销售,且不少消费者都面临退款难、补偿套路化的困境。

隐蔽勾选与价格诱导花样多

记者实测了几款在线旅游平台,以2月11日北京首都机场飞上海虹桥机场的海航某航班为例,测评结果显示,在同一航班条件下,各平台因增值服务策略不同,默认总价呈现明显差异。

智行火车票APP在支付界面默认勾选“品质保障出行宝”(29.9元),并同时提供航空意外险、延误险等多种增值选项,机票默认总价达600.9元。

飞猪APP的支付界面默认勾选“延误无忧礼包”(63元)等多种增值服务,默认总价645元,其界面设计上,支付时会出现醒目提示“注意! 你未添加航空保障”,仿佛添加航空保障是必选项,最醒目的“继续支付”按钮背后隐藏着默认勾选“国内航空意外险”(50元),取消选项则隐藏在不起眼角落,若点击“继续支付”,默认票价则变为695元。

其他一些在线旅游平台的界面设置各异,美团APP在提交订单后显示“未添加出行保障”(40元),拒绝添加后,默认票价为631.63元。但在订单详情中发现,默认购买了“延误赔偿”另送10元券(49元)。同程旅行未设默认增值项,但在支付明细中,记者发现“飞机票”明细下有38元“飞行保障礼包”,详细内容标注“起飞未使用前免费退”。

记者还发现,当下在线旅游平台的搭售策略已从粗暴的默认勾选升级为精细的界面设计,其中最显著的手法是比价陷阱。多个平台在火车票销售中将捆绑服务的选项包装成“最低价”置于前列,诱导用户点击。

网经社电子商务研究中心数字生活分析师陈礼腾认为,从早期的强制勾选到当下的价格诱导,在线旅游平台的搭售策略已完成从显性到隐性的演变。自2017年至今,在线

旅游平台搭售现象经历了从普遍存在到局部整改,再到新型隐蔽方式出现的复杂历程。

诱导性销售将有“紧箍”

2019年《电子商务法》实施后,各在线旅游平台曾被要求明确规范搭售行为。该法第十九条明确规定:“电子商务经营者搭售商品或者服务,应当以显著方式提请消费者注意,不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。”

为什么在线旅游平台会冒着被投诉的风险持续进行搭售行为?

陈礼腾表示,在线旅游平台光靠售票盈利空间不大,搭售额外的服务和产品,是获利的重要手段之一,但这种短期盈利模式与长期用户体验之间存在本质矛盾,过度依赖搭售可能导致用户流失,损害平台长期价值。

上海汉盛律师事务所高级合伙人李曼表示,当前在线旅游平台通过界面设计将捆绑套餐包装成“最低价”选项的做法,实质上是诱导性销售,利用消费者的认知习惯和比价心理,使其在未看清、平等地获取所有选项信息的情况下,做出非本意的选择。

为应对此类问题,国家市场监督管理总局将于2026年4月10日起实施《互联网平台价格行为规则》,有望提供更为明确的行为指引。其第二十条明确规定,平台经营者在搭售保险、交通服务等其他商品或服务时,“应当以显著方式向消费者展示相关选项,并提供便捷的取消途径”。