

上门做菜新服务,如何更好发展?

近年来,上门做菜的新服务在社交平台上走红,让许多年轻人有了就餐新选项,也让不少烹饪爱好者看到一种就业新方式。

专业厨师提供“私厨”服务,擅长烹饪的厨艺爱好者在社交平台“接单”……如今上门做菜的服务越来越多样。对此市场反应如何?未来如何规范发展?

上门做菜悄然兴起

下班后,在广州工作的“95后”彤彤(化名)直奔客户家中做晚餐。客户是她的小红书上发帖自荐上门做菜后联系上的。

“口味要做得怎么样,蒜、香菜、小葱等有忌口吗?”前一晚,她和客户做了详细沟通。到达后,她迅速按需加工起客户备好的食材。不一会儿,三菜一汤摆上了餐桌。

记者了解到,上门做菜服务正逐渐兴起并受到不少人欢迎。和彤彤一样在社交平台上提供上门服务的人并不在少数。在小红书平台搜索“上门代厨”“上门做菜”等话题有超万篇笔记,一些B站博主发布#请人上门做饭,是一种什么体验#等相关视频,点击量达百万次。

记者了解到,发帖的网友多是兼职,以做家常菜为主,做三道菜的人工费一般在50元至100元不等。一名湖北武汉的“00后”大学生告诉记者,他利用节假日兼职,“给一个30岁的上班族上门做菜30多次了”。

随着市场需求不断上涨,部分专业团队和家政公司也开始推出相应服务。

“团队6人都是‘90后’,客户也是以青年群体为主。”今年32岁的黄立鹏是广西南宁一个上门代厨团队的负责人。他说:“我们不仅接宴请单,也做家常菜单。这种方式比做实体餐饮成本更低,单人月收入在1.5万元以上。”

轻喜到内蒙古呼和浩特分公司负责人赵小英说,上门做菜的阿姨会经过总部专业培训,包括各大菜系的烹饪、刀工、营养搭配、服务礼仪等。已经运营了4年的“阿姨妈妈上门做饭”平台负责人杨睿介绍,平台既有十余名专职阿姨也有几百名兼职阿姨,在江苏徐州的日订单量最高达200余单。

上门做菜为何受到青睐?

自己下厨、点外卖、下馆子……多种用餐选择中,上门做菜靠什么赢得消费者青睐?

记者采访了解到,上门做菜作为一种定制化上门服务,满足了消费者追求品质、个性等多元化用餐需求。

既能“吃得方便”也能“更合口味”——

“既‘不想做饭’,又想‘好好吃饭’。”在采访中,一些年轻消费者提到,上门做菜提供了兼具便利性与品质化的选项——既能像点外卖一样方便,又能在品质上更讲究,“食材是自己选的,调味料是自家的”。

“全职家政阿姨价格较高,厨艺未必精湛,而且我也不是每天都需要做菜服务。”一名广州消费者说,相比之下上门做菜更适合自己。

同时,相比餐厅标准化的菜单,上门做菜可实现个性化定制——从沟通菜品、自选食材、按需上门,再到烹饪方式、口味需求,消费者可对多环节自主把控。

“我们会按照客户的要求对菜品进行改良,比如有些人的血糖、血脂偏高,就会在菜品选择和烹饪方式上尽量低油低糖。”黄立鹏说,厨师上门前会与顾客沟通好各种细节。

满足特定场合需求——



记者了解到,在坐月子、家庭宴请等特定场合下,一些消费者倾向于选择请专业厨师上门做菜。

南宁市民赵慧妍今年初生产后在家坐月子,请了专门上门提供月子餐的厨师。“术业有专攻,有些菜我想吃但不会做,就会让厨师根据需求来帮忙。”她说。

此外,一些消费者在进行宴请时,既需要私密氛围,又期待专业大厨风味,“私厨”是不错的选择。呼和浩特一个厨师上门团队的负责人李明介绍:“10人餐的服务费多在一两千元,顾客比较能接受。”

“今年春节期间公司上门代厨预订火热。”北京一家家政公司的经理告诉记者,很多人都觉得过年在家吃饭更有烟火气和团聚的氛围,公司30多名厨师春节都是“满单”状态。

同时,上门做菜也逐渐成为一种新的增收渠道和就业选择。

“可以利用空闲时间做点事情,还能增加收入。”彤彤说,自己从小就爱好烹饪,“上门做菜将爱好和厨艺‘变现’了”。

来自南宁的“90后”潘女士抱着试一试的心态“入行”,如今上门做菜已成为主业,“平均每个月收入有5000多元”。

部分受访从业者告诉记者,上门做菜为他们打开了就业的新思路。不少人因兴趣找到一份热爱的兼职,也有人不断深耕这一新赛道,为自己创造了相对稳定的收入。

中国人民大学公共管理学院教授许光建表示,上门做菜等“上门经济”的兴起与服务业的精细化发展密不可分。“从过去消费者上门、商家决定提供什么服务,到现在消费者需要什么、商家直接上门定制,这背后是服务消费向细分化、个性化的升级,也是服务业通过精细发展精准匹配消费需求的体现。”

如何引导行业规范发展?

陌生人上门安全吗?餐食出问题、口味不满意怎么办?谁来约束和监管上门服务的提供者?面对新服务,不少人心中有疑问。

受访法律人士认为,上门做菜服务处于家政、烹饪两个行业“交叉地带”,服务人员资质条件不受限制,双方存在一定人身安全风险,也易引发食品安全问题和消费纠纷,需规范发展。

“上门做菜的服务关系认定、发生意外时的责任划分存在争议,菜肴如何制作、食品的卫生安全如何保障,也缺乏相应的行业规范。”湖北今天律师事务所律师胡俊杰说。

北京环誉律师事务所主任律师王殿明建议,相关服务平台和公司应建立从业人员预先审查机制,在提供服务前主动与消费者签订服务合同或协

议,并明确各类收费标准,让消费者有据可依。

一些上门做菜服务的提供者正在进行规范服务方面的探索。赵小英说,为保证卫生,公司规定在上门服务时须穿着统一的工作服,包括厨师帽和一次性口罩、手套、鞋套。“上门烧饭师需要按规定持有健康证明,公司会给员工购买相关保险,一旦发生纠纷,公司会出面协调处理。”

广西烹饪餐饮行业协会秘书长吴东栋说,通过社交平台“自行”交易的消费者,需重点关注食材的采购和处理,为服务者提供合理、安全的工作环境,并提前与对方就细节充分交流,减少纠纷发生的可能。

除了服务隐患,行业也面临盈利难题。多名个体从业者反映,上门做菜看似简单,但从开单到做成一定规模并不容易,面临沟通成本高、同质化竞争等问题。

“很多客户咨询,但可能地点太远、出价低,匹配成功率不高。”潘女士说。

在上海全职从事该服务的张先生坦言,普通个体从业者面临“瓶颈”——“专注家常菜赛道的话,需要与家政阿姨形成差异化竞争优势;若做客单价更高的宴请,很多人没那么专业,人脉也不够。”

一些专业团队更看好市场前景。杨睿说:“我们在一线城市做过调研,上门做菜的需求客观存在,在保障食品安全的前提下,还需要进一步解决匹配效率和成本的问题。”

“很多‘上门经济’属于灵活用工的形式,上门做菜涉及社保、税收、市场监管等多个方面。”许光建表示,要进一步完善失业、工伤、医疗保险等配套保障,相关部门应出台措施加强对上门服务的引导和规范,制定服务质量评价体系,对服务资质、服务过程、服务效果进行监督和评估,更好保障从业者和消费者的权益。

(新华社 钟焯 王雨萧 曹伟铭)



亮绝活,出新招

多地发力激活文旅消费新动能

5月19日,第15个“中国旅游日”如约而至。今年,“锦绣山河,美好旅程”的主题不仅描绘着山河如画的壮阔图景,更映射出中国文旅产业高质量发展的澎湃气象——各地正在通过深挖特色资源激活市场潜能、补贴“真金白银”释放消费活力、优化消费环境提升旅游体验,不断激发文旅消费新动能。

深挖特色资源:创新产品激活市场潜能

近日,在杭州湘湖直升机基地,一场“Cityfly”之旅正颠覆人们对观光游的认知。杭州市民张先生首次体验市内低空飞行时惊叹:“在空中看,钱塘江像一条丝带穿过繁华都市,西湖与宝石山也尽收眼底。”

当前,杭州正以“打造全国低空经济领军城市”为总体定位打造低空场景应用。作为今年旅游日杭州活动的主推项目,萧山湘湖直升飞机基地、富阳永安山滑翔伞基地、建德航空小镇等低空体验点串联起“飞阅杭州”新场景,航线覆盖景区游览、短途通勤以及个人定制。

而在千里之外的四川,一场“安逸游四川”的文旅交响曲正在上演。5月18日,成都、德阳、眉山等地联合推出的“百里百景”线路,将大熊猫基地、三星堆遗址与雪山温泉等串联。

“随着大众旅游需求升级,我们正在重新定义‘在路上’。”成都文旅金牌推介大使雍僊说,“当蜿蜒的道路邂逅非遗,当交通动脉串联起生态秘境,这条风景廊道本身就是一场沉浸式的天府美学巡礼。”

在贵州,“非遗+旅拍”的模式正让古寨焕发新生。“漫步村寨,文化历史与生活烟火交织,就想穿上瑶族服装用镜头定格。”在黔南瑶山古寨,贵阳游客冷丹忍不住赞叹。

以创新为笔,各地勾勒出更多“诗与远方”的新画卷。中央文化和旅游管理干部学院副研究员孙佳山认为,文旅的繁荣创造了更多消费热点和经济增长点,折射出国内消费的巨大潜力,为未来市场潜力进一步释放提供了想象空间。

“真金白银”惠民:“多轮驱动”激活消费引擎

“我预约好了,上午逛石浦渔港古城、下午游影视城,赶上门票免费,一口气省下200多元钱。”一周前,杭州游客钱先生就为自己制订了宁波象山旅行计划。

作为2025年“中国旅游日”主会场,宁波以83家A级景区免费开放、1290万元消费券投放为支点,撬动惠民

政策与文旅场景深度融合。宁波市文化广电旅游局局长应建勇介绍,浙江今夏还将在全省范围内推出覆盖“食住行游购娱学”的千项优惠,形成政策“组合拳”。

当“海丝古港”点燃消费热情,四川正打造“政府+平台”的“双重福利”。旅游日当天,除了剑门关、海螺沟等数十家景区门票开放,携程“全球游四川”与美团“千城万店”特惠形成互补,高德打车券、滴滴景区礼包打通出行“最后一公里”,构建“门票+交通+住宿”的全链条消费生态。

中国旅游景区协会副理事长兼秘书长陈献春介绍,“中国旅游日”主题月期间,协会联动全国景区推出“欢乐消费季”,通过“门票+体验”组合折扣、住宿联动优惠、消费券直减等举措,预计触达4000万人次,让利超8000万元。

优化旅游环境:让“头回客”成为“回头客”

原始森林、滔滔江水、雪山、茶园……西藏林芝墨脱县曾因地形险峻、交通闭塞被称为“高原孤岛”。如今,这片秘境正从“高原孤岛”变身“服务高地”。

没想到在如此偏远的高山峡谷还能用上景区无线网。”江西游客廖涛对墨脱之行赞不绝口。

墨脱县委书记符永波说,在客流量大的果果塘景区,当地打造的游客服务驿站不仅提供补水、充电、免费网络等服务,还提供景点讲解、路线规划、酒店预订等,努力让更多“头回客”成为“回头客”。

旅行不仅是看风景,更是人与“他乡”的温情互动。当下,越来越多旅游目的地通过精细化服务,让游客感受“宾至如归”的温暖。在贵州荔波,当地用歌舞洗去游客白天奔波的疲惫。荔波县民族宗教事务局局长蒙隽介绍,今年荔波打造免费夜间演出“火塘民族歌会”,用水族民歌的悠扬、苗族敬酒歌的热烈、瑶族猴鼓舞的奔放为游客烹制“非遗宵夜”,将旅途疲惫转化为文化共鸣。

而在东海之滨宁波,82家博物馆在5月19日打破周一闭馆的惯例,集体“不打烊”。遍布全城的71个省级旅游驿站,像散落街巷的“文化便利店”,用休憩补给、信息咨询、文化展示等服务,带给游客更好的旅游体验。

业内专家认为,提升旅游目的地口碑,传播是“加分项”,服务才是“基础分”。只有顺应消费新趋势,以全面提升旅游品质为目标,持续补短板、强特色,才能更好地实现“近悦远来”的美好愿景。

(新华社 段菁菁 董芳 齐健)