

根据顾客需求定制菜单,人工费超千元仍“一厨难求”

私厨上门成年夜饭新潮流

本报讯 (记者魏思琪)春节临近,年夜饭餐饮消费市场正迎来新变化。随着人们对团圆仪式感和用餐体验要求的提升,越来越多人选择在春节期间将私厨请进家门,提升团聚体验。

“在饭店吃年夜饭总觉得少了点年味。请私厨上门,既能享受专业水准的菜肴,又能在家温馨团聚。”家住北京市朝阳区的王先生的话道出了一些消费者的心声。“年夜饭全部交给私厨,一家人吃得舒心,吃完直接围坐看

春晚,谁也不用动手收拾。”来自湖南株洲的杨女士同样深有体会。

今年春节,尽管私厨人工费普遍上涨2倍~3倍,达到1500元~2000元不等,但仍“一厨难求”。“春节单量非常多,每天接到十几、二十几个电话咨询。”北京上门私厨服务提供者闫师傅告诉记者,从1月开始,春节档期的预约就陆续爆满,“尤其是除夕到初六这一周,订单已经全部接满,团队8个厨师每天档期都排得满满当当”。

从消费模式看,私厨服务呈现出灵活多元的特征。目前,市场上主要提供包工包料和按人工计费两种服务模式。套餐价格从人均200元、全套2000元起步,直至万元不等。服务场景覆盖年夜饭围炉、亲友聚餐等,精准对接不同层级的个性化、精细化消费需求。

“口味个性化是我们的核心。”北京某私厨餐饮管理有限公司负责人李先生表示,“厨师需掌握包括淮扬菜、鲁菜、川菜等多种菜系,根据顾客需求定制并调

整菜单。”这种以需求为导向的服务模式,不仅弥补了传统酒楼套餐固化、预定难等短板,也为节日餐饮市场注入新活力。

中国社科院财经战略研究院执行研究员赵京桥认为,私厨上门是消费升级与节日需求融合的体现,折射出个性化餐饮消费崛起、家庭用餐场景价值凸显、服务型消费需求持续增长等趋势。

然而,私厨行业尚处发展初期,面临服务缺乏标准规范等问题。展望未来,赵京桥认为,推动行业规范化发展需政府监管、行业自律、平台约束等多方发力。他建议,要明确监管主体与边界,制定分级合规资质标准,建立食品安全规范要求。

“在消费升级与服务转型的双重推动下,私厨上门有望从春节热点走向常态服务,持续释放餐饮消费新潜能。”赵京桥说。

库存紧张、预约靠抢,从业者“从早忙到晚”

春节“买服务”迎来消费高峰

本报讯 (记者张小简)“春节找我喂猫的人特别多,最多的时候一天要跑12家。”2月8日,打算在深圳过年的小伍告诉记者,距离春节还有一周的时间,她已经接下了26个上门喂猫的订单。

春节期间,不少养宠人士因返乡产生宠物喂养的服务需求,选择提前预约,安顿好宠物后再安心回家过年。58到家数据显示,今年1月,上门喂猫相关订单量已达到去年12月的9.2倍,宠物服务正逐步成为春节消费中的常态需求。

小伍向记者展示了她的日程表,从2月10日至2月25日,都用各种颜色标注了需要上门的行程和猫咪信息。“等还在咨询的几个‘家长’把时间确定下来,我的收入能接近6000元。”小伍说。

“我的猫才5.6个月大,请人喂猫能让它待在熟悉的环境中,也方便观察健康状况。”准备从深圳返回湖南过年的谭女士告诉记者,近期,不少养宠物的年轻人选择通过社交平台预约上门喂宠服务。

除此之外,全屋深度保洁、美发美甲等品质型服务,也在节前迎来预约高

峰。记者在电商平台上随机点开几个家政服务公司的页面,发现大部分都因“春节高峰期库存紧张”出现价格上涨。还有网友发帖称“每个春节前都是一场抢阿姨大战”。

“年底基本每天都有人请,一般早上7点半就得出门。今年的活排满了,很多人预约也排不上了。”来自湖北襄阳的家政人员王阿姨做清洁专业利落,年前大扫除是她最忙碌的时候。

“平时就30几个客人,年前每天都有八九十个,从早忙到晚。”北京市一家

理发店的经理告诉记者,近期女性顾客卷发和烫发的需求明显增多。2月10日,美团发布春节热点洞察,称“新年新形象”推动女性变美需求进入峰值,美发、美甲搜索量预计增长超过50%,迎来行业全年消费高峰。

“在春节这个传统节点,深度保洁、宠物托管、美发美甲等服务的‘刚需化’,反映了居民从物质消费向品质生活追求的转变。”湖北经济学院法学院讲师房海军分析,这种服务消费的活力,不仅是短期节日效应的体现,更是经济向服务型驱动转型的缩影。

“在此类服务消费中,消费者需注重安全防护与协议规范。”房海军提示,如果通过平台预约服务,应尽量选择正规平台或核实资质,优先选用已备案企业;对于个人服务提供者,消费者最好与其提前签订协议明确权责,并注意隐私与人身安全保护。

直播间的氛围也十分热烈。记者近期观看来自云南、安徽、河北等地多个鲜花销售直播发现,鲜花强调产地直发,以颜色鲜艳的玫瑰、康乃馨、剑兰以及相应搭配的花材为主。弹幕区不断有观众留言询问价格、春节前能否送到、如何搭配花材、如何延长花期,或点名看各个种类的鲜花。

“年宵花主材延续玫瑰、百合、康乃馨3大主流品类,冬青、小飞燕、粉色马蹄莲、火焰鸟等新兴小众花材受到年轻消费者青睐。”昆明国际花卉拍卖交易中心总监陈飞表示,今年春节与2月14日情人节“双节”重叠,带动年宵花市场提前进入供应高峰,本次高峰该花拍中心日均供货量预计为500万枝至550万枝,单日峰值有望接近700万枝。

至花市。

除本土培育的蝴蝶兰外,进口花卉也在年宵花市上占有一席之地。记者来到君芳轩花卉经销部,负责人童玮正在修剪花枝。她说:“我们店主营水仙花,从荷兰进口的朱顶红、蜡风球等品种很受欢迎,它们的花期较长,单价相对较低,成为顾客居家摆放、亲友间串门小聚的送礼佳品,购买人群覆盖各个年龄段。”

线下门店令消费者目不暇接,线上

“双节”需求叠加,一花拍中心单日交易峰值有望接近700万枝

年宵花走俏新春团圆时刻

本报讯 (记者刘小燕 实习生符乐)“红色的康乃馨是不是很喜庆,春节摆在家里特别好看!我手里的20枝红色康乃馨,今天到手只要39.9元,喜欢的抓紧了!”2月10日12时,某鲜花批发直播间主播正在快速介绍鲜花产品,“喜庆”“寓意好”“春节装饰”成为频繁出现的关键词。

临近春节,年宵花市场愈发火爆。“为迎接春节,顾客买花更喜欢偏

红一点的颜色,例如中国红或者满天红。”2月6日,在北京花乡花卉市场,北京美化千诚园林绿化有限公司负责人张洪其指引员工搬运花卉,花卉大多以花色明艳、花型雅致的蝴蝶兰为主。

“顾客的购花需求各有不同,有的追求高性价比,有的偏爱颜值高的花卉,还有看重花期长。”张洪其向记者介绍,为保障货源充足,他要从50公里外的顺义花卉培育基地调货,在清晨将花卉运

“亚洲花都”人气旺

2月10日,人们在云南省昆明市斗南花卉市场内选购鲜花。

目前,在春节节日消费的带动下,被誉为“亚洲花都”的斗南花卉市场迎来年宵花销售热潮。据了解,斗南花卉市场今年年宵花整体供货量较往年有所提升,在国内市场持续热销的同时,出口量也显著增长。

新华社记者 彭奕凯 摄



山东青州挖掘地域文化内涵开发特色商品,年销售额突破1.5亿元

文创上新激活旅游市场卖点

本报讯 (记者田国奎)“冰箱贴一直都是游客比较喜欢的,这次我们新增了‘第一甲第一名’系列产品,还首次开发出文物鎏金铜鸟的产品,市场反响很不错。”2月5日,山东潍坊青州博物馆“青博有礼”文创中心人潮涌动,新上市的冰箱贴文创产品吸引了众多游客的目光,店长温志华忙得不可开交。

青州博物馆馆藏文物6万余件,丰富的文物为文创研发提供了题材和灵感,目前馆内已有8家主题鲜明的文创商店,形成涵盖380余款产品的文创矩阵。

据介绍,该馆抓住春节游览热潮,加快文创开发步伐,鼓励商家推出更多有

创意有颜值的水创产品。在青州微笑文创空间,商家推出的“马到成功”系列成为近期的热销产品。

“该系列以馆内彩绘陶马为原型,结合现代审美和潮流趋势,将文物中的‘青博有礼’文创中心人潮涌动,新上市的设计中,包含丝巾、日历、笔记本等产品,从元旦以来就卖得非常好。”店长李晓静介绍说。

不止馆藏文物,为拉长文化旅游产业链条,丰富全域旅游内涵,青州市深入挖掘地域文化内涵,鼓励特色旅游商品研发,推进旅游产品生产和旅游产业发展良性互动,激活文化消费能力。

在位于古街上的漱玉香店内,青州

非物质文化遗产古法合香香料制作技艺传承人李娜正在制作香牌。据介绍,牡丹、龙凤呈祥、福寿康宁等有吉祥元素的香牌都非常受游客欢迎。

围绕特色旅游商品研发,青州深入挖掘状元文化、清廉文化、名人文化、“猛”文化、红色文化、非遗及工业旅游等多元资源,围绕“青州有礼”品牌构建集开发、展示、转化、利用、营销、宣传于一体的产业体系。目前已开发涵盖非遗文创、地域特产等在内的20余个系列、近1000种特色旅游商品,兼具文化内涵与实用价值。凭借丰富的产品矩阵与过硬的产品品质,青州特色旅游商品年销售额已突破1.5亿元。



“返乡潮”兴起“引才热”

2月9日,福建省福州市人社局、市总工会联合福州火车站在火车站南广场启动“春风行动·就业援助季”,10家重点企业携岗入驻,职业指导、权益咨询等服务直面需求,在“返乡潮”中兴起“引才热”。

在当日开往成都西的返乡专列上,“送岗上列车”活动同步开展,8家企业随车送岗,让旅客返乡之旅成为“预面试”之旅。

本报记者 李润钊
本报通讯员 石美祥 摄

推动劳动力输出省与用工省资源互补、联动双赢

贵州“春风行动”暨五省联动就业服务季启动

本报讯 (记者李丰)近日,主题为“春风送岗暖民心、五省联动促就业”的贵州省2026年“春风行动”暨五省联动就业服务季全面启动。启动仪式在贵州省毕节市举行,现场举办五省联动大型招聘会,各州市同步开展各类线上线下招聘活动。

启动仪式上,贵州、广东、浙江、江苏、福建五省人社部门共同发出倡议,强调要深化劳务协作、就业服务、技能培训、劳动维权等方面省际合作,推动劳动力输出省与用工省资源互补、协同发力、联动双赢,共同促进务工人员稳岗就业提技增收。现场举办五省联动大型招聘会,220户省内外优质企业携2.3万个就

业岗位线上线下开展招聘。

就业服务季系列活动分3个阶段实施,节前聚焦“平安返乡暖民心”、节中聚焦“节中服务不打烊”、节后聚焦“就业服务促增收”,通过深化东西部劳务协作收集省外优质岗位、组织专车专列等“点对点”集中输出、开展异地培训帮助务工人员稳岗增收等措施,把就业创业政策、岗位、服务送到务工人员手中。

启动仪式后,五省联动就业服务季各项活动将有序铺开。服务季期间,贵州全省预计组织返乡人员座谈会、创业资源对接会700场,举办线上线下招聘活动1200场,投放省内外就业岗位50万个。

流动的中国·春运第一现场

车厢变身“博物馆”,出行更有文化味

本报讯 (记者康勤)2月9日10时38分,G848次高铁从兰州西站缓缓启动,向着2600公里外的广州南站疾驰而去。这趟列车不同寻常——整列9节车厢变身“移动博物馆”,甘肃9家国家一级博物馆的镇馆之宝“登车开讲”,为春运旅途带来独特的文化体验。

“高铁上的移动博物馆,让我们的出行更有年味。”甘肃秦安的旅客王立萍和双胞胎女儿一起在文创帆布袋上写下了新春祝福。她们表示,这样的活动丰富了旅途,也让她们对历史文化有了更深的理解。

此次由兰州铁路局联合甘肃省文旅厅、省文物局共同打造的“万马奔腾·博动陇原”主题专列,以“一馆一特色、一程八千年”为理念,将敦煌研究院、甘

肃省博物馆、甘肃简牍博物馆等9家文博机构的精华浓缩于方寸之间。走进车厢,飞天壁画跃然行李架,铜奔马图案点缀小桌板,处处是景、步步有文。22名身着特色服饰的专业讲解员穿梭其间,开展流动宣讲。

“让文物活起来,更要让文化走得远。”甘肃省文物局相关负责人表示,此次创新融合“交通+文博”,不仅打破了博物馆围墙,更探索出文化传播的新路径。兰州铁路局同步优化服务保障,在安全、便捷基础上注入文化温度,打造“行走的文明会客厅”。据悉,春节期间,兰州西站还将配套推出“文物进站”快闪活动,与列车展览呼应联动。

60载坚守,老道口即将“退休”

本报讯 (记者刘旭 通讯员祖世杰)春节脚步日益临近,游子归乡期盼渐浓。在中国铁路沈阳局集团有限公司通过工务段管内,通让线27公里398米处,一处见证60年沧桑的铁路道口,迎来了它的最后一次春运值守。2026年,这里实施“平改立”工程,改为公铁立交桥。作为沈阳局管内通让线最后一个铁路道口,它即将完成使命退出历史舞台。

60载坚守,老道口迎来“退休”时刻。1966年通让线开通运营,该道口同步投入使用。60年来,它见证了东北大地的发展变迁,也承载着一代又一代人的出行记忆。它的“退休”标志着区域铁路交通发展迈入新阶段,昔日的平面交叉将被立体通行取代,更好实现人畅其行、物畅其流。

此处道口紧邻城市与村庄,是区域

交通的关键节点,更是货车运输的重要关口。数据见证着它的繁忙:高峰时,一昼夜经过的列车可达140列,年输送能力高达9000万吨;日均通行机动车辆超过8000辆。

“看着它要拆了,心里确实舍不得,但这是铁路发展的大趋势,是好事。”道口工长徐中成望着来往的列车,言语间难掩不舍,却也对铁路发展充满期待。这是徐中成值守的第14个春运,也是他在这个老道口站的最后一班岗。

春运期间,老道口的栏门仍精准开关,徐中成的身影也继续在寒风中坚守。待春运结束,这处见证60年岁月变迁的老道口,将带着一代铁路人的记忆转身。“平改立”后的立交桥,将继续护航新时代的公铁出行之路。

筑牢客车供水“生命线”

本报讯 (通讯员黄毅 周亚杰)春运期间,南昌站内股道间列车穿梭不息、客运出行迎来高峰。为保障旅客列车供水稳定,国铁南昌局南昌房建公寓段建筑工程队给水综合工区全力以赴开展客车上水设备巡检维修工作,为万千旅客舒适出行筑牢保障。

据悉,该工区承担着南昌车站388个客车上水栓、6398米长铸铁管的日常巡检与维修重任,这些设备作为旅客列车供水的“生命线”,直接关系到旅客出行体验。春运期间,工区职工每日到岗后第一时间组织开展全面巡检,精准掌握每一台设备的运行状态,确保设备正常运转。

针对春运期间设备使用频次高、隐患易滋生的特点,工区细化工作举措,明确人员分工与工作节点,制定科学完善的巡检计划,严格坚守“问题不过夜”原则,确保各类设备隐患及时处置。工区工长邹瑞君的手机作为24小时应急联络通道,同步至车站所有上水工作人员,确保出现设备故障能够快速响应、高效处置,保障上水服务不断档。

目前,南昌站客车上水设备运行平稳,各项保障工作有序推进,为春运期间旅客列车安全顺畅运行提供了坚实的供水支撑。