

自助洗悄然入市 移动洗上门服务 传统洗车市场或面临新一轮 清洗



自助洗车现场

目前,我市小汽车保有量达21万辆,按户籍人口56万计算,每百人的拥有量已达37.9辆。这一惊人的数字引发洗车店扎堆开业,记者在百度一搜索,我市洗车店就达200多家。即便如此,仍有不少人挖空心思推陈出新,采取移动上门或自助方式,抢滩洗车市场。

记者 田妙群

现象1 5元自助 洗车按 流量 收费

刷卡、取枪、喷水、打泡沫,自己动手洗车,只需5元钱,你愿意吗?日前,河南人魏小兰在经济开发区科源路开出我市第一家自助洗车店,吸引了不少市民前去尝鲜。

7日,记者来到该店,只见4间店面内,摆放着5台形似加油机的自助洗车机。现场,正有车主拖着数米长的水管,手持水枪向车喷水,忙着给爱车洗澡。

自助洗车方便又便宜,我特意从市区过来体验的。刚从车上下来的林女士边说着,边向自助洗车机投进5个1元硬币,按下清水键后,机器高压水枪紧接着便喷水而出,而屏幕上的显示流量也随之从40升一直往下掉,洗完车不过10来分钟。

林女士说,与在城区洗车店洗辆车需30元-50元相比,自助洗车

便宜多了。记者发现,根据洗车机屏幕显示,一次洗车花费大都在7元以内,最低的仅4.3元。

店主魏小兰介绍,该自助洗车机根据出水量、泡沫量、除尘等计费。车主不想自己动手洗车,也可找人工服务,不过需另外支付5元。魏小兰说,虽然没有大面积推广,但天气好时,每天也能洗200多辆,车位总是供不应求。

现象2 移动洗车 随叫随到上门服务

除自助洗车外,近年来,上门洗车也成为时下不少“懒人”的选择。

日前,总部中心金松大厦外,一辆白色奔驰车停在路边,两名工作人员,其中一位推着一个拉杆箱式水箱冲水,一位拿着抹布左右开弓,就地给车“搓澡”。

15分钟后,只用了约5升水,

工作人员就把车擦洗得锃亮,并给车内饰也做了大扫除。

这是微水洗车,水箱容积约17升,一次可清洗3辆至5辆车。该公司经理丁先生说,他们上门服务还会带上工具箱内,内装车身、内饰、玻璃清洗剂,以及全能水、轮胎增黑剂等,边洗车还能连带着给

车做个护理。

经朋友推荐,我预约了上门洗车服务,没想到洗车工随叫随到。应女士很满意洗车效果,爽快地付了30元洗车费,这价格不算贵,而且,去店里洗,得专门抽空过去,又麻烦又费时,上门洗车很适合我们上班族。

应对 推精洗微营销 传统洗车店找出路

随着5元自助洗车、上门洗车的低价入市抢滩,有业内人士认为,传统洗车市场或将迎来新一轮“清洗”。

洗车店太多,有的挂在美团上低价抢生意,而洗车本身利润微薄,现在多靠美容装潢支撑。松石西路一家洗车店店主周次辉说,在他老家江西等地早已出现5元自助洗车,一些大城市甚至出现1元上门洗车,不难预见,未来市场竞争

将更激烈。

花园大道一洗车店自去年尝试微营销后,生意增长了近两成。这几天,店主夏文斌忙着做新年的规划:我们基本靠附近厂区的员工捧场,才撑到现在,如今,竞争越来越激烈,逼得我们不得不抱团发展。之前,我们与美团、大众点评、保险公司等合作推出15元至19.8元的洗车团购价,效果不错。今

年,我们还将继续扩大联盟商家,通过合作带旺人气,继而带动抛光、贴膜等消费。

千鸿路上一家洗车店忙着改走精洗路线。我们主打高端洗车服务,一般两个小工精洗一辆车需要半个小时,费用50元。店长曹女士说,下一步,她们将引进美式镀膜洗法,将清洁美容护理融为一体,以优质服务吸引高端客户。

记者手记 传统和自助洗车兼容 或能互补共赢

从现有洗车方式看,车主大多依赖门店,营销方式都比较传统。而上门洗车、自助洗车的出现,无疑成为洗车市场的一大亮点。

前者专抢“懒人”市场,后者追求自己动手丰衣足食,且发展势头强劲。有洗车店主称,从2007年我市出现上门洗车后,这块市场正在被越来越多的外地人包揽,布点多在于人员密集的厂区、社区。不

过,对于上门洗车,不少人也有“擦不干净、洗后地面一片狼藉”一说,这也在一定程度上影响了该模式大规模推广。

5元钱自助洗无疑成为移动洗的升级版,也在加速扩张。但按魏小兰目前年投入15万元计算,每天需有近百辆车来洗,才能盈利。而目前地处开发区,很多车主会感到不便,还不如将自助洗车点设置在

小区内,或与传统洗车店兼容,实现互补共赢,让车主能就近消费。

目前,广大经营者的主营业务就是洗车,盈利点非常单一,但有不少自助洗车已“+互联网”,只需扫一扫洗车机上的二维码,就关注该公司公众号,上微商城购洗车用品,甚至享受挪车、身份验证、违章查询等便民服务,提供增值服务。

插花艺术渐兴 培训市场升温

记者 田妙群

本报讯 莫怪杏园憔悴去,满城多少插花人。随着人们生活品位的提高,曾经红极一时的插花艺术再度走俏市场,花艺培训开始升温。

花店瞄上插花生意

原来教插花只想给花店提供增值服务,没想到感兴趣的人越来越多了,我现在每个月都会固定带一批学员。近日,网友舒少华在微信朋友圈上传了一组照片,照片中有10多名女性正跟着他学插花。

4年前,舒少华在农贸市场附近开了一家花店,开始只卖鲜花,后来慢慢发现不少顾客不仅爱花,还喜欢购买富有意境的花束。

于是,去年开始,他就顺势推出了插花服务。美的东西谁都喜欢,而插花过程就是一个美的塑造过程,喜欢的人会越来越多。舒少华充满自信地说。

200元一节课,前几天刚跟小姐妹学了一期。说起插花培训,市民徐琳兴趣盎然,平常工作压力大,但插插花能放松自我、陶冶情操,现在自己有空就会到花店买些花材,创作作品。

插花培训渐热

比舒少华先行一步的是情人岛花店。店老板冯山峰是一名插花技师,同时也是考评员,早年曾去日本学艺,去年针对市场需求,他们推出了插花培训、考证服务。

店里10多个员工都是我培养出来的。冯山峰说,原先他们只想培训开花店的专业人士,后来业余爱好者越来越多,于是改变方向,推出了插花兴趣班,每个月开设一期至二期,现在报名的人中,业余的已占80%,较去年,人数几乎翻了一番。

就在不久前,云溪间也专门从上海邀请了插花师,推出了首期欧式插花班,花材、花器全部从上海运来,同样吸引了不少爱美人士报名。

据介绍,插花也分流派。目前,市场上较时兴的有东方、美式、欧式插花等。事实上,插花艺术盛行唐宋,在宋代,插花甚至还上升为专门学问,与“烧香、点茶、挂画”并列宋代“四艺”。虽然明清后期插花艺术出现断层,但如今随着生活水平的提高,人们又向往雅趣生活,插花培训也随之渐为人所推崇。

明年,我们会把插花和茶艺、香道、国学、串珠、厨艺等课程进行串联,合并为财智女性课堂,让更多的现代女性从中变得更优雅。云溪间总经理孙晓丽介绍。



市场奥妙联联看