

自助洗车房加速市场布局 小众业态如何念好城市刚需“生意经”

■中国城市报记者 王楠

晚饭过后,家住北京市朝阳区的李先生带着孩子,驾车驶入小区附近写字楼一处无人值守洗车房。扫码启动、灯光亮起、高压水枪喷涌而出,绵密的泡沫瞬间覆盖车身。两个孩子拿起海绵,嬉笑着比赛谁擦得更快。欢声笑语间,不仅爱车焕然一新,更完成了一次难得的亲子劳动教育。

近年来,随着物联网技术的深度应用和消费观念的转变,这种集便宜、方便、有趣于一体的自助洗车模式,获得越来越多人的青睐。它在缓解市民“洗车难、洗车贵”痛点的同时,也催生了“轻创业”新风潮,但随之而来的环保与运维挑战,也给城市精细化治理提出了新考题。

破解洗车痛点 提供“高性价比”生活体验

过去数年,洗车难、洗车贵曾是不少车主的烦心事。

“普通市民洗车多集中在清晨、午休和傍晚下班后,人工洗车排队久、等待长,甚至常因赶时间而放弃洗车。”李先生回忆道。

除了时间成本,受运营成本上涨影响,单次人工洗车价格从十年前的20元左右攀升至如今的60元上下。相比人工洗车,自助洗车具有显著的时间和价格优势。李先生告诉记者:“现在,自助洗车房很多,且24小时开放,不仅不用排队,自己动手仔细洗一遍也就30元左右,简单冲洗甚至只需

几元钱。”

除了“便宜”和“方便”,自助洗车还衍生出独特的社交与教育价值。记者在多家洗车房观察到,家长带着孩子共同清洗车辆已成为常见景象。这种低门槛的劳动参与,既降低了家庭用车维护成本,也为城市家庭提供了独特的亲子互动场景,让其不再仅仅是一项被动的消费服务,而是转化为一种兼具休闲与教育属性的生活方式。

用户有需求,行业就有市场。具有多年汽车后市场社群运营经验的沈杰告诉记者,自助洗车产品因性价比高一直备受关注,但是受供水、供电、排污等因素影响,市面上常见的家用洗车机等硬件主要面向乡镇、别墅区等用户销售,城市车主难以体验。自助洗车房业态切中了普通城市居民“等待久”“洗车贵”“没处自己洗”的痛点,因而形成了近年来行业快速增长的态势。

赋能“轻创业”模式 构建多元配套消费新场景

记者在某知名生活服务类APP搜索“自助洗车”发现,北京市范围内该行业的网点分布密度相较两年前有明显提升,同时整个行业出现了品牌连锁趋势。

天津优e洗连锁自助洗车品牌负责人张翼向记者介绍:“早期的自助洗车多以‘有人值守’的形态出现,设备简陋,配套服务不足,相较于传统洗车优势并不明显,多是运营车辆光顾。这两年,随着物联网技术应用到智能洗车领域,新一

代自助洗车设备实现了无人值守、功能丰富、阳光计价。这不仅提升了用户体验,也大大减轻了经营者的运营压力。”

在张翼看来,相较于重资产、高人力投入的传统服务业,其所在品牌自助洗车单点投资通常在10万至20万元,且可通过加盟品牌获得托管支持,这种“轻创业”模式对于普通人增收较为友好。

除了作为独立业态开展经营,自助洗车房正在作为配套业态出现在停车场、充电站与加油站内。在北京市海淀区经营新能源充电桩的徐佩近期正在考虑将自助洗车设备作为配套设施引入经营区域。他告诉记者,采取“先冲水去尘一边充电边擦车一充完电再冲水”的作业流程这在理论上具有可行性,两者结合能够充分利用现有资源,以小投入实现更高经营效率。

对此,中国汽车维修行业协会专家、河南汽车行业商会副会长李旭认为,自助洗车模式契合了城市居民快节奏的生活刚需,具有真实的民生价值。未来,这一行业将会呈现进一步的智能化与品牌化特征,从而提升设备可靠性与创业成功率。但是,创业不能盲目,要充分考量选址、流量、运营管理和设备维护等多方因素。

直面扩张隐忧 推动行业绿色规范化发展

尽管发展势头迅猛,但自助洗车在快速扩张中也暴露出监管盲区和管理短板。

在北京市朝阳区亚运村街

道一处地下车库内,有车主停放了两辆汽车,一辆停在洗车房内,一辆堵在洗车房外。为了节省费用,该车主利用洗车设备同时冲洗两辆车,导致污水外溢至非排水区域,混着清洗液四处横流。

此外,公共清洁用品维护缺失也是普遍问题。部分网点的毛巾长期浸泡在污水中,洗衣机故障频发,严重影响使用体验和卫生安全。

有从业者向记者介绍,无人值守洗车房的运营人员并不需要随时驻守维护,多数情况下主要请物业保洁员代为做些简单清理工作。

环境保护与治理问题更为严峻。即便原国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会早在2015年就实施了《洗车场所节水技术规范》,住房和城乡建设部于2011年发布的《机动车清洗站技术规范》也对机动车清洗站

选址、设备、污水处置问题作出了详细要求,但在实际执行中,一些自助洗车房简化沉砂隔油设施,违规直排污水,对城市环境造成潜在威胁。

李旭告诉记者,自助洗车房目前存在的问题仍需通过行业自律、标准建设和政府监管协同治理。监管要遵循“同业同标”原则,自助洗车与传统洗车要在污水排放、化学品使用等方面执行一致的监管要求,从而避免标准落差造成对公平的破坏。同时,企业不应只做设备的安装、维护者,更应当从用户视角出发,持续优化交互设计和服务流程。

李旭表示:“自助洗车房业态的规范化发展是大势所趋。智能化、品牌化、绿色合规不仅是监管趋严的结果,更是市场选择的必然要求。只有把方便百姓生活与合规经营结合起来,自助洗车行业才能真正实现可持续发展。”



北京市朝阳区诸园文化教育产业园地下停车场的自助洗车店内,车主扫码启动程序,依次完成清水冲洗、泡沫喷洒和二次冲洗,全程约10分钟。
中国城市报记者 全亚军摄

羽绒原料价格同比上涨 终端售价总体平稳

■中国城市报记者 王楠

入秋以来,羽绒服产品进入销售旺季,原料端价格率先上行。据行业价格参考平台羽绒金网10月15日行情数据,90%白鸭绒每千克价格为551.42元,较去年同期上涨7.06%。江苏常熟某羽绒制品企业负责人叶先生通过阿里巴巴电商平台向记者透露,其工厂羽绒采购价已从此前的约45万元/吨涨至近60万元/吨。虽然羽绒价格呈中高位运行态势,但目前价格传导对消费终端影响有限。

从行业监测情况看,羽绒

价格目前处于中高位。羽绒金网数据显示,10月15日,95%白鸭绒每千克平均报622.97元,同比上涨7.06%;90%规格灰鸭绒、白鹅绒、灰鹅绒同比分别上涨11.19%、13.99%、18.28%。中国羽绒信息网价格平台10月9日更新显示,90%白鸭绒每千克报557.93元,其9月第4周行情综述称,临近长假市场节奏放缓、价格有所回调,但同比仍明显偏高。

涨价压力主要来自上游供给收缩。安徽省六安市是重要的羽绒原料产区,当地养殖户张先生告诉记者,今年以来鸭

肉价格走低、养鸭收益不佳,不少养殖户削减存栏,作为副产品的鸭绒供应量随之下降。同时,自2022年4月开始实施的国家标准《羽绒服装》(GB/T 14272—2021)以绒子含量为核心指标,对填充物品质要求提高,同等原料产出的合格绒减少,也在一定程度上抬升了原料成本。

产业链中游的繁忙印证着需求热度。江苏省常熟市是全国羽绒服重要生产基地。叶先生介绍,订单自今年夏季起增多,产线满负荷运转预计持续到明年春节前后,高端款一天生产约百件、普通款200余件,

日均消耗鸭绒约500公斤、鹅绒约600公斤。为平抑价格波动,部分企业约半数原料依靠前期低价囤货,随用随买则需按供应商排期等待。

原料价格波动暂未传导至消费终端。记者在京东、天猫等多家知名电子商务平台通过比价手段发现,今年多数羽绒服产品价格并未明显上涨,大量品牌产品折后价甚至处于年度低位。记者同时走访北京市西城区西单购物街区部分羽绒服品牌门店观察到,终端吊牌价基本与过去两年持平,同样未见特别明显的上调。一位业内人士认为,羽绒约占一件羽

绒服成本的三至五成。终端价格稳定主要来自销售旺季市场竞争激烈以及年底各平台大促的预热效应。该人士提醒,部分品牌可能通过压缩充绒量、以鸭绒替代鹅绒等方式对冲成本,消费者选购时应关注标签上的绒子含量与充绒量,而非单看折扣力度。

一位产业链上的从业人员分别从养殖、生产、销售环节预测,今年四季度寒潮预期与“双11”大促叠加,羽绒产品价格短期或维持高位;中长期看,价格上涨将带动养殖端补栏、逐步恢复供给,将促使行业加强绒料品质与成本管控。