



疫情意外催火整理师行业,有人前5个月工作量超去年总和

拾掇屋子收费万元,订单仍接到手软

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 张泰来 范佳

整理师一个月接13单
采访时间被迫改了3次

正式见到小凡(真名贾璠)和她的合伙人洪霞(全名杨洪霞)之前,小凡跟齐鲁晚报·齐鲁壹点记者先后改了三次时间,原因无他,就是太忙了。“3月复工就做了5单,4月份的时候更多,做了9单,到了5月份达到了顶峰,一个月就做了13单。”小凡说,就在跟记者见面前一个小时,她们刚跟一个客户敲定了收纳整理方案。

委托人是名长年在海外生活的中年女士,此前多年济南的住房都是其母亲居住。今年女士从国外回来探亲,因为疫情至今没有出国。这让她开始重新审视自己的居住环境,觉得家里太乱了,有必要做一次整理。

根据收纳整理的流程,每接一单业务,不管大小,收纳整理师至少要上门3次。第一次上门称作“预踩”,大约要花费一个小时的时间,主要是跟客户坐下来详细沟通,了解客户的需求,想要达到的效果,然后实际查看空间布局,测量尺寸,拍摄照片记录数据。

之后,整理师会根据客户需求制定出具体的收纳方案,预估出大概的费用。完成这些之后会第二次上门,向客户介绍收纳方案,听取客户意见进行微调。客户满意后签订合同,指导客户购买相应的收纳物品。最后第三次上门才是将商定好的方案付诸实施。

一般而言,收纳整理一个全屋大约需要3天的时间,一天8个小时。如此算下来,一个月13单业务,这意味着小凡和她的合伙人洪霞每天都在忙碌。

“可以说是裂变式的增长,今年前5个月的订单就已经超过了去年全年的总和。”洪霞说,这是她们之前没有想到的。

上门服务一小时300元
客户以中高收入群体为主

那么收纳整理究竟是干什么的呢?相信多数人听到这个名词想到的是家政。事实上,收纳整理的工作与家政确有相似之处,但二者的区别也是明显的。

首先,收纳整理不仅仅是对家居环境进行清洁,更重要的是从空间格局上对家居进行布局,力求达到长期整洁的居住环境。其次,与家政不同,收纳整理提供的服务是陪伴式的,收纳整理师会要求客户全程参与其中。相对于家政来说,收纳整理的费用不菲。一般而言,收纳整理师计时收费,上门服务一小时300元,一个

济南收纳整理师小凡和她的伙伴洪霞怎么也没有想到,疫情非但没有让她们闲下来,一定程度上反而让她们这段时间更忙了。3月复工以来,她们几乎每天都很忙碌,五六月份订单更是裂变式增长。一个订单报价少则几千多则上万,人们为何愿意为此支付不菲的费用?



小凡和洪霞正在客户家里进行收纳整理。



这份工作跟家政相似,但又有明显区别。

全屋整理需要两三天时间,每天8小时,这样算下来一次整理服务收费在数千元甚至上万元不等。

从业至今,小凡她们服务过的客户已经过百,其中既包括“50后”“60后”在内的老年群体,也有“90后”“95后”这样的年轻群体,这两年甚至有“00后”主动联系业务。

而从收入上看,目前收纳整理的对象多以中高收入群体为主,部分家庭甚至有固定的保

姆、保洁等。当然也有部分并不算十分富裕的客户,在济南租房居住而请收纳整理师上门服务的同样也有。在小凡看来,不管收入如何,来找她们就说明客户对于现有的居住环境不满,对居住和生活有着更高的要求。

家里清出十几包衣物后
独居老人精神面貌也变了

专家观点

疫情下更多消费者开始“断舍离”

主张“断舍离”的收纳整理为何能够在疫情之下逆势上扬?槿里心理创始人、国家二级心理咨询师徐力分析,改革开放30多年,人们的物质生活极大丰富。但是很多人的心理还停留在物质匮乏时期,没有安全感。大家用很多的物品填满屋子,通过买买买来消除匮乏感。

“部分老百姓追求扩张性消费。”徐力说,家里一台电视不够,每个房间都要一台,一辆车也不够,夫妻俩恨不得各买一辆小汽车。满足这些需求,需要更长的工作时间,更多的交际应酬。随之而来的心理压力增大,压力大就更加“买买买”,形成囤积的循环。

徐力分析,疫情之下,大家被迫减少聚会,有更多的时间待在家。人们有机会重新审视钱能买到的“获得感”。家人一起买菜做饭,一起清洁房屋,更多的亲人之间的互动填满了这种匮乏,由此促进了人们观念上的改变。

“事实上,绝大多数客户都有一顆对现状不满,渴望改变的心。”小凡说,她曾经接手过一单业务,委托人是名家庭主妇,一家三口住三室一厅的房子,环境很是混乱,卧室、客厅里都是衣服。一家人的生活状态也很混乱,丈夫常年在卧室、客厅活动,妻子和女儿则在儿童房、餐厅活动。家里三天两头吃外卖。

这单业务小凡用了三天的时

间来完成,刚开始主要是委托人参与其中,后来她的丈夫、孩子也加入进来。随着整理的进展,很多故事被勾起,一家三口的关系也更融洽了。

“三个月后回访,我可以感觉到她对生活的态度有了很大的改变,并开始付诸行动。”小凡说,而这样的结果正是她们所希望给到客户的最好的结果。

她们的客户中还有一位老人,独自住着150多平米的房子,结果每个房间还是堆得满满的。最终,老人的女儿女婿借着母亲节的由头找来了小凡和洪霞做收纳整理。刚开始,老人的态度是抵触而强硬的。最后在孩子们的坚持和说服下,老人慢慢做了让步。这一单,小凡她们整整做了7天,光整理出来的衣服就有十几包。后来,老人也终于想通了,把这些衣服全部捐献了出去。看着空前整洁的家,老人的精神面貌焕然一新,还兴致勃勃地给家里换了沙发。

从不被接受到订单满满
如今男客户比例已达三成

收纳整理师在国内尚属新兴职业,随着人们生活水平的提高以及网购的普及,这个行业近年来表现出快速发展的势头。根据洪霞她们的了解,目前,在国内绝大多数的县级市都有了收纳整理从业者。在济南,估计从业者有30多人,如果加上学员、兼职等,这个数据会更大一些。

洪霞是2013年接触这一行业的,当时的她还是一名手机行业的市场经理,几乎在同一时间,她后来的合作伙伴小凡也对收纳整理产生了浓厚的兴趣。

从业之初,两人曾多次奔赴日本学习。因为没有订单,她们可是经历过相当长时间的苦日子。洪霞自述,她从2013年开始学习收纳整理,2014,2015年主要是在网络上为他人提供收纳整理意见,很长一段时间就是凭兴趣爱好做事,没有一分钱的收入。

一直到2016年,洪霞才接到了作为收纳整理师的首单订单,小凡的首笔订单还要更晚一些。这之后,两人又以兼职的形式从事收纳整理两年,到了2018年订单渐多,两人才下定决心辞职,合伙专心做起了职业收纳整理师。

小凡相信,随着未来经济社会的发展,对于优良居住环境的需求会进一步释放,她相信收纳整理一定会得到社会大众,尤其是年轻人的认同。

“透露一个数据,刚开始时,我们的客户全部是女性,这两年来已经有不少的男性客户,并逐渐多了起来,目前已经占到三成的比例,这让我们很有信心。”小凡说。

齐鲁晚报·齐鲁壹点精心制作

公益视频《城市守夜人》获2020公益广告黄河奖

本报济宁7月14日讯(记者 岳茵茵 韩萍) 近日,由齐鲁晚报·齐鲁壹点鲁南融媒中心(齐鲁晚报济宁记者站)视频中心创作的公益视频《城市守夜人》荣获2020公益广告黄河奖“抗击疫情”专项奖。

《城市守夜人》以济宁全民战疫为创作背景,记录下特殊时期坚守在一线的逆行者们。创作团

队负责人介绍,疫情防控期间,齐鲁晚报·齐鲁壹点的记者们始终冲在一线,甘当逆行者的记录者。

“在城市沉睡时,有些人仍在负重前行。守一座城,护一城人,他们迈出的每一步,都是与这座城市的对话。他们用心底的温度,点亮夜的灯火。初心织就这座城市的警戒线,逆行者们是了不起

的城市守夜人。”主创人员说,这正是《城市守夜人》创作的初衷,旨在践行媒体责任,弘扬战疫担当,用画面记录下这一时期的城市影像志。

中国公益广告黄河奖起源于1982年,与中国广告长城奖、中国大学生广告学院奖并称中国广告行业大奖,是中国广告业唯一经

国务院批准设立的国家级奖项。本届公益广告黄河奖“抗击疫情”专项奖,在全国征集了6000多件公益作品,经过初审、终审评委们专业的评审,最终选出优秀作品90件。所公布的“抗击疫情”专项奖优秀作品涵盖视频类、平面类、音频类等作品类型,《城市守夜人》属于视频类作品。

7月30日,2020(第十六届)中国广告论坛将在长春举行,并颁发2020公益广告黄河奖。

此前,该作品还荣获山东省委宣传部、山东省委网信办等单位举办的“众志成城·共克时艰”山东省抗击疫情公益广告三等奖,济宁市委宣传部等单位主办的济宁战“疫”好新闻评选一等奖。