法苑

“拥有近80家门店”
连锁月子中心一夜“跑路”背后

专家表示,“月子房”对环境要求比较高,高昂的刚性支出,极大挤压了月子中心的盈利空间,在无法盈利的情况下仍然快速扩张,经营是一定会出问题的。

一夜人去楼空

今年1月1日,浙江的孕妇孙丹(化名)预订了爱家月子中心杭州滨江店的19800元的房型,按预产期原计划7月入住。但就在孙丹预订后的不到一周,1月7日,爱家月子中心突然在内部出餐群发出通知:公司由于经营不善,已无力继续维持运营,正式进入破产程序。

天眼查APP显示,爱家月子中心隶属于江苏爱之家母婴服务集团有限公司(简称“爱之家母婴”),后者成立于2022年5月,注册资本1亿元。

记者于1月16日分别走访了位于上海的爱家月子中心周浦店和浦江店。其中周浦店已经人去楼空,而浦江店虽然停摆,但仍有产妇与月嫂在居住。多数产妇的饮食靠家人送饭或是点外卖,月嫂方面则由产妇来支付工资。有产妇告诉记者,这是目前少数仍有产妇居住的爱家月子中心之一,但随着房租的到期,她们或将不得不搬离完全停摆的月子中心。

资金链断了

与爱家有合作的一家上海酒店的工作人员告诉记者,早在2024年7、8月,爱家方面就开始拖欠房租,持续催缴过后,12月“交了一点”。截至跑路,4个月左右的房租与水电拖欠金额高达100多万元,目前酒店方已经向经济犯罪侦查机关反映情况。

陷入停摆状态的爱家月子中心,前台无序堆着杂物。 于盛梅 摄

另外,记者亦从多位爱家月嫂处获悉,月嫂的工资发放从去年11月开始就出现问题。以上海来看,月嫂们的工资是每个月5号和25号结算,不少人被拖欠了2个周期,即40天的工资,欠薪最高达18000元。

同期受到影响的,还有上游的供应商。月子服厂家马先生为全国近67家爱家月子中心提供月子服。据马先生了解,包括他在内,有近20名爱家上游供应商存在被欠货款的情况,资金规模已经超过1000万元。

但身处外部的宝妈们,丝毫看不出爱家有要出问题的迹象。不仅如此,不少消费者还收到了爱家销售以涨价为噱头的“逼单”。

孙丹的预产期在今年7月,她本想年后再做决定,但爱家销售人员频繁私信催促,并不断释放“若不抓住最后机会即将涨价近3000元”“出意外的话可以全额退款”的消息。然而她在1月1日全款预订后,不到一周就出现了这样的事。

高速扩张惹的祸?

梳理资料可以发现,爱家月子中心近两年正在频繁拓店。据其官方公众号信息不完全统计,2024年爱之家母婴至少新开门店37家,新进入17个城市。有月嫂告诉记者,2024年年末公司官方的说法是“拥有近80家门店”。

中国政法大学副教授李维华表示,月子房对环境要求比较高,阳光、温湿度、洁净程度等,对配套照护人员的素质也要求较高。因此月子中心要支付高昂的房租、人力成本、材料成本,这些刚性支出对现金流的考验非常大。

高昂的刚性支出,本就极大挤压了月子中心的盈利空间,但爱家为了快速抢占市场,采取了低价引流的策略。“低价+扩张”对公司现金流提出了相当大的考验。“其实扩张速度并不是问题,重要的是爱家是否真正打磨出了能够盈利的单店模型。如果无法盈利的情况下仍然快速扩张,在没有融资进来的情况下,经营是一定会出问题的。”李维华告诉记者。

“跑路”多发,如何规范

随着科学育儿观念的普及,月子中心的需求正在迅速增长。根据弗若斯特沙利文报告,2023年,中国月子中心市场规模达到257亿元。另一方面,月子中心并不是一门好做的生意。天眼查APP显示,近5年注销、吊销、撤销的月子中心相关企业数量达到417家。

近年来,月子中心跑路事件不胜枚举。一个重要原因是,月子中心的准入门槛并不高,且同质化程度颇为严重,激烈竞争直接引发价格战,进而导致月子中心乱象频发甚至经营出现问题,其中就包括资金链断裂。

李维华指出,月子中心属于一种近年来兴起的新兴业态,在一定程度上存在预付费资金监管不严等问题。建议消费者在选择月子中心时应综合考虑规模、经营时长、消费者评价、相关资质是否齐全等因素做出判断。

□ 于盛梅

《中国新闻周刊》1月24日

经世评谭

价高还难中签
马拉松为何越跑越贵

1月22日,记者从中国田径协会官网上查询到,2025年1月1日至4月20日,全国有30场马拉松赛举行。而中签率越来越低,报名费越来越高,是近年来许多参赛跑友们的感受。

长沙悦跑团橘子洲队跑友“东方红”向记者介绍,“我记得2016年跑过的半程马拉松报名费是100元,2019年全马报名费是150元。现在半程马拉松报名费为150元—180元,全程马拉松是180元—200元,涨了不少。上涨应该跟赛事提升档次,补给、服务、赛道的优化等有关系。”

随着马拉松运动影响力增强、赛事规模不断扩大,组织和运营成本也随之增加,既包括奖金、赛道运营、物料开销等显性成本,也含有安保、医疗、营销等隐性成本。此外,部分马拉松赛事的开拓期结束,进入常态化运营阶段,相关政府扶持资金、补贴收入和赞助商的投入有所减少,导致赛事组织者需要依靠提高报名费来弥补资金缺口。

对大部分跑友而言,报名费普遍上涨数十元,能让人实实在在感受到赛事服务升级,还是能接受的。但动辄超过2000元的公益参赛名额,让人“望而却步”。另一方面,愿意出钱也不一定能拿到名额,热门马拉松仍然是“一签难中”。“东方红”表示,“以前报名就可以中签,现在部分赛事中签率只有百分之十多一点”。

“不管是上海马拉松还是北京马拉松,很多跑友愿意出钱,都很难拥有公益名额,竞争激烈,也会需要抽签。”有跑友认为,能够理解公益名额的设置,但也希望能多一些普通抽签名额。

□ 叶竹

《三湘都市报》1月23日

1月1日,湖南长沙,5000人同跑2025松雅湖新年半程马拉松赛。(赛事方供图)

理财天地

压岁钱买保险,值不值?

随着生活条件的改善,孩子拿到红包的金额一般会逐年增加,如今,部分家长越来越关注孩子压岁钱的“成长性”。在这一背景下,兼具收益和保障功能的保险,开始走进家长们的视野。

那么,适合给孩子买的保险主要有哪些?北京劭和明地律师事务所保险律师李超对记者表示,孩子的压岁钱可以给孩子买一些储蓄性质的保险,比如子女教育保险、增额寿险、年金保险等。

具体来说,针对孩子专属打造的教育金保险,通常具有“专款专用”的特点,可以在孩子成年后或特定教育阶段提供一笔稳定的资金支持。增额终身寿险则适合希望实现资金长期增值和传承的家长。这类保险的现金价值会随着时间的推移而不断增长,同时具有一定的灵活性,可以根据需要随时取现。为少儿专属定制的年金险,保障对象年龄一般为0—12岁左右,可选择定期追加投入或一次性投入。

在聚焦保障层面的保险方面,儿童重疾险适合希望为孩子提供健康保障的家长。一旦孩子不幸罹患重大疾病,保险公司将按照合同约定给付一笔保险金,用于孩子的治疗和康复。

在李超看来,家长们应该注意所投保保险的保障内容,仔细阅读保险条款,尤其是责任免除部分。另外对保单缴费期限、缴费规则、领取方式、现金价值表、退保规则等方面都应该仔细了解,进而确保是否与自己孩子未来用钱时间的预期相匹配。

那么,压岁钱如果给孩子买保险,如何根据需求购买,又需要关注什么?李超表示,首先,消费者应该选择合适的险种类型,注意产品现金流形态是否满足自己孩子未来的需要,比如希望这笔钱在大学或结婚时期使用,就不要买退休年龄才能返还年金的产品。其次,消费者应该关注每年缴费金额适当,长期储蓄型保险大部分需要按年固定缴费,一旦断缴会导致损失。

在父母作为投保人、孩子作为被保险人时,一些储蓄型保险尽量可以附加投保人重疾或身故豁免责任,李超基于此表示,这样即便作为父母的投保人发生了人身风险,孩子保单后期保费会被豁免,确保理财目标的实现。

□ 胡永新

《北京商报》1月26日

生活小贴士

9.9元体验课,“馅饼”还是“陷阱”?

9.9元打高尔夫、9.9元学走T台秀、9.9元全过程体验京剧……近来,在商场、俱乐部和工作室,一种9.9元的体验课火了。体验课所涉领域广、种类丰富,包括绘画、音乐、舞蹈、马术、茶艺等。

据平台反馈评价和相关报道,有部分消费者反映了体验过程中遇到的问题,如线上线下预约不同步、体验课程同质化、9.9元背后有隐藏消费等;还有消费者到店后被告知在线预约无效,到店需重新预约,排队耗时久。一些讲师、教练在短暂、重复的授课中,逐渐变得麻木,由于客户转化率不高,机构也缺乏提升课程质量的动力。

江苏省消保委建议,为避免高性价比变为低价低值,商家应提供言之有物的课程内容,营造轻松愉悦的体验环境。平台要履行审查义务,上架相关内容时,提前审查商家教培资质;同时完善评价机制,通过开通用户举报渠道等方式堵住“刷好评”的漏洞,让评价回归真实,保障消费者知情权和选择权。

□ 黄洪涛 阿胡

《工人日报》1月22日

改革前沿

“情绪价值”带火AI陪伴机器人
“千亿级”市场吸引玩家“跑步入场”

自从AI陪伴机器人在2025年CES展(国际消费电子展)火了之后,一批AI陪伴小机器人凭借可爱呆萌的形象,火速出圈。诸多AI陪伴机器人的出现,让这一赛道成为2025年AI应用落地中“最靓”的风口。不少大厂离职创业者“跑步入场”,多个项目背后闪现多个头部机构身影。

一位已经出手AI陪伴机器人的投资人对记者表示,这些AI陪伴机器人通过AI能力的加持,已不再是冷冰冰的机器,而是情感陪伴的朋友,成为市场上新的需求。据贝哲斯咨询数据显示,2023年全球陪伴类机器人市场规模为750亿元,预计到2029年有望突破3000亿元,年增长率超过25%。

AI陪伴机器人通过AI能力的加持,已不再是冷冰冰的机器,而是情感陪伴的朋友,成为市场上新的需求。

新晋“玩家”不断涌入

AI陪伴机器人的大爆发,吸引了AI市场上新晋“玩家”的涌入。上述已经出手AI陪伴机器人的投资人表示,拥有强大而智能的情感交互系统,能够精准地感知和理解人类情绪变化,并轻松驾驭各种互动游戏,带来情绪价值的满足,是这类AI陪伴机器人最大的特点。

“比如当你开心,AI陪伴机器人会用欢快的语调回应你的喜悦;当你疲惫或沮丧时,它会敏锐地察觉到情绪的低落,用温暖的话语或者轻柔的音乐安慰你。”

此外,还有一些AI陪伴机器人会与IP人物相结合,比如白素贞、法海,或者年轻人喜欢的动漫人物海贼王等,根据人物性格特点,为机器人定制互动对话功能。“这些对话会根据每一位种人物性格的不同,产生不同的对话内容和回复,为消费者带来惊喜。”上述投资人称。

另有AI陪伴机器人创业者告诉记者表示:“从IP的角度来看,某些IP本身就具备了‘情绪价值’和‘陪伴’功能;先进的人工智能系统则为这种‘情绪价值’和‘陪伴’增添了理解、学习的互动能力,比如敏锐地捕捉周围环境细微变化,精准识别语音指令,以完成查询天气、设定闹钟,以及调整空调温度等任务,这些都满足了现代生活方式下的需求。”

一个“千亿级”市场正被打开

“情绪价值”撬动了AI陪伴需求,一个新的“千亿级”市场正被打开。截至目前,尽管赛道内创业者众多,但AI陪伴机器人市场价格却千差万别。

记者注意到,一款来自日本、于2018年就已发布的机器人LOVOT,在国内售价高达7万元,而另一款在海外众筹平台上线的AI宠物Ropet,众筹价格则为199美元。

同为AI陪伴机器人,为何价格相差如此之大?上述投资人告诉记者,主要区别还是在于产品定位,以及传感器和面部控制技术。

其中,情感计算是LOVOT这类表情陪伴机器人的核心技术之一。“通过机器学习和人工智能算法,对人类的语音、表情、生理特征等多个维度的情感信息进行捕捉、分析和建模,陪伴机器人得以实现与用户的深度交互。”不过,该投资人谈到,国内的AI陪伴机器人目前大多还是多模态交互,从界面、手势、语音等方面入手,为产品交互增添趣味性。

在情感计算上,Meta、谷歌以及国内的科大讯飞、字节等企业,在情感大模型研发中已取得显著进展。Meta的SpiritLM模型可捕捉语音中的细微情绪变化,为AI陪伴机器人提供更加自然的交互能力;字节的豆包在节前发布的实时语音大模型,也能感受到用户情感,且自带情绪和情感,可以随时打断对话,互动更加拟人。

截至目前,记者了解到,上述闯入AI陪伴机器人赛道的企业,将快速突破硬件部分,之后牵手国内大模型公司,而上述突破情感大模型研发的企业,也将“攻城略地”,抢占新一波大模型技术落地潮。

□ 陈美

《科创板日报》2月2日

聚焦

●美宣布对中国商品加征10%关税

美国总统特朗普2月1日签署行政令,对进口自中国的商品加征10%的关税。美国的这一最新贸易保护措施在国际社会和美国国内遭到广泛反对。特朗普说,这与他支持的“保护主义措施”相吻合。根据该行政令,美国还将对进口自墨西哥、加拿大两国的商品加征25%的关税,其中对加拿大能源产品的加税幅度为10%。

财联社2月2日

●北京住房公积金可直付房租

1月20日,北京住房公积金管理中心发布《关于开展提取住房公积金直付房租业务试点工作的通知》,创新推出“直付房租”业务模式:公积金中心根据缴存人的授权和申请,按月将缴存人可提取的住房公积金从其公积金账户直接划转至试点住房出租机构账户。政策发布前,缴存人需先缴纳房租,再提取住房公积金,无法实现随用随提。政策发布后,公积金中心按月将缴存人可提取的住房公积金直付给住房出租机构,缴存人无需先交房租。

□ 宋霞

《北京青年报》1月21日

●DeepSeek登顶美区苹果免费APP下载榜

1月27日,由国产大模型公司杭州深度求索开发的DeepSeek应用27日登顶苹果中国地区和美国地区应用商店免费APP下载排行榜,在美区下载榜上超越了ChatGPT。DeepSeek来自国产大模型公司深度求索,系量化巨头幻方量化旗下大模型公司。1月20日,该公司正式发布推理大模型DeepSeek-R1。一经推出,DeepSeek-R1便凭借其“物美价廉”的特性在海外开发者社区中引发了轰动。作为一款开源模型,R1在数学、代码、自然语言推理等任务上的性能能够比肩OpenAI o1模型正式版,并采用MIT许可协议,支持免费商用、任意修改和衍生开发等。

财联社1月27日