

# 5000元一晚的酒店 薅走35瓶洗发水能回本吗？

从丽思卡尔顿酒店退房时,可鱼(化名)看着被固定在墙上的大瓶装洗护用品陷入了沉思。以往住酒店,她都会将酒店的洗护用品小样装进行李箱带走,而这次要薅酒店羊毛却没那么容易。

于是,她喝掉吧台上的三瓶矿泉水,然后将洗发水、沐浴露、润肤乳一点一点地泵进一个空矿泉水瓶里。全部泵完后,她感觉自己大拇指已经麻木了。不过,一想到薅走的洗发水在电商平台要100多元一支,她觉得这一切都是值得的。

在知名美剧《老友记》中,也有类似场景。主角团里的罗斯和钱德勒因被困订了六百美元一晚的套房,远远超出他们的预算。为了“回本”,他们收集了酒店大大小小的样品和赠送产品,甚至包括前台的苹果和房间内的灯泡,主打一个“不放过一针一线”。



从酒店薅的「羊毛」受访者供图

## 01

### 薅羊毛要“拖着推车来搬”？

“只要是不要钱的都拿走!”一个月前,家住广东的小浪(化名)从澳门某五星级酒店退房时,行李箱里堆满了从酒店“薅来的”护肤品小样、牙膏、汽水、辣条、方便面。

“送的餐食和一次性用品,退房时都可以薅羊毛,脸皮一定要厚,毕竟用过的东西也不可能给下一个客人。带走比较环保。”有网友写道。

小浪告诉记者,之所以会从酒店带走洗发水、护发素、沐浴露小样,是因为该酒店称小样产品都是“潘海利根”品牌原装进口,该品牌产品价格比较贵,500ml的沐浴露要530元。

当问及酒店员工会否制止该行为时,小浪表示,他每次去都会带走,还会跟服务员说明还想带点,服务员就会打好包装送过来。

记者注意到,“薅酒店羊毛”群体很多是年轻人,对象则以高档酒店为主。

有网友分享称,在北京某五星级酒店住了五天,房费为一天1700元。而据他晒出所带走物品的图片显示,上面有5个漱口水,20个洗发水沐浴露小样,10把牙刷,8双拖鞋,20个咖啡胶囊,此外还有棉签、一次性剃须刀、黑色皮筋若干。

另外,还有网友分享从豪华五星级宝格丽酒店离店时的“进货”攻略,其中包括如何带走宝格丽行李牌、小包等物品。

一位网友称,她订的是宝格丽精致套房,一晚5000元,走时是让自己的好友“拖着推车来搬”。该网友晒图显示,共带走了35个洗护小样,8套茶具,10套护理套装。另有在宝格丽住过的网友称,三千多元房费,羊毛都薅回本了。“拖鞋、毛巾、洗漱用品和礼遇通都带走,因为都是一客一换,酒店也鼓励带走。”

除了高档酒店,一些人也会在经济型酒店“开薅”。陕西地区的薯片(化名)告诉记者,半个多月前,她住了当地的全季酒店,花了三百多元,带走了凤梨酥、拖鞋、纸巾、卫生护垫、耳塞等产品。

## 02

### “喜来登同款”进价不到两块？

对于“薅羊毛”行为,记者以消费者身份致电宝格丽、丽思卡尔顿、希尔顿、全季等酒店,发现不同酒店态度不一。

北京宝格丽酒店工作人员告诉记者,如果是住店客人,可以带走房间内的洗护产品,不够的话,也可以跟前台多要几套,但宝格丽用的洗护产品为酒店专供,无法在其他渠道购买。

北京华贸丽思卡尔顿酒店与北京希尔顿酒店的客服人员均表示房间内的洗发水、护发素、沐浴露均是固定的大瓶装洗护用品,客人不可以带走,但房间里的牙刷、香皂、梳子、剃须套装客人可以带走。广州富力丽思卡尔顿酒店工作人员则表示,大瓶装洗护用品不可以整瓶带走,因产品要回收,可以分装泵走。全季酒店北京王府井店工作人员表示,房间内大罐的洗发水、护发素是不能带走的,牙膏牙刷、剃须套装则可以带走。

那么,消费者大费周章“薅羊毛”的产品,究竟价值几何?

记者在二手平台上查询发现,有多位用户在兜售“宝格丽同款”,洗发水、护发素、沐浴露、身体乳的价格在20元左右,牙

刷牙具、香皂、润唇膏、梳子等产品价格在10元至30元/个,行李牌、剃须套装的价格在50元左右,红包礼盒、洗护套装的价格在100元左右。至于商品来源,有用户称是自己入住酒店后带走的。

一销售经理称,22ml规格的喜来登同款品牌洗发水、护发素、沐浴露进货价为两元左右,不限定采购数量,但总体订货成本超过1.3万元可以包邮。360ml的洗发水、沐浴露进货价为17元,润肤乳成本略高,销售经理告诉记者,大瓶的采购成本比小瓶能低30%左右,也可以通过固定上墙等方式避免被带走。

记者注意到,除了部分五星级酒店有明确公告洗护用品所用品牌,大部分的酒店没有明确的供货品牌。某采购批发网站显示,有商家销售的高档酒店一次性洗发水沐浴露30ml批发价格为0.4元,300ml批发价为4.5元,起批量为1000瓶。

对于普通的酒店和民宿,商家提到,还有更低成本的洗护套装,30ml价格只要0.22元。电商平台显示,该产品一年内有超10万瓶产品成交。不过,该商家再三强调,这些产品都符合质检要求。

## 03

### 专家:其实已核算在房费内

从提供酒店用品的上市公司来看,总体数量不多。

有“牙膏第一股”之称的两面针2023年报显示,其日化板块贡献营业收入8.67亿元,同比增长55.49%,毛利率13.74%,占总收入比重的87.13%。而在两面针的日化板块里,又依赖于旅游及酒店市场业务,主要品牌包括两面针、沐兰泽、逍遥、芳草等。

财报显示,2023年,两面针旅游牙膏销量为14.65亿只,同比增长57.34%,家用牙膏销量2877.43万只,同比增长14.36%。

两面针年报显示,经营酒店用品业务的子公司两面针(江苏)实业有限公司营业收入和净利润同比增幅较大。两面针还表

示,从多方分析,江苏实业公司市场占有率稳定,已牢牢占据酒店一次性用品细分行业的龙头地位。

连锁经营产业专家、和弘咨询总经理文志宏接受记者采访时表示,当前大多数酒店提供给入住顾客的个人护理用品都是可以带走的,尤其是一些高端酒店会把可以让消费者带走的、比较高端的个人护理用品作为引流策略,让顾客有比较强的获得感,好像“薅了羊毛”,捡了小便宜。不过,酒店也会将这些高端个人护理用品的成本核算在房费之内,所以顾客薅了的羊毛,在酒店看来是在可承受范围之内的。

据央广网