

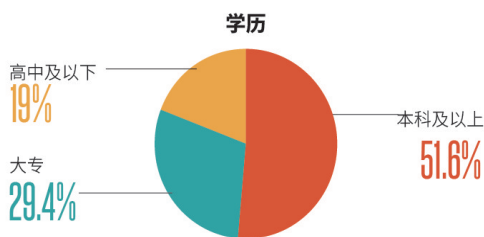
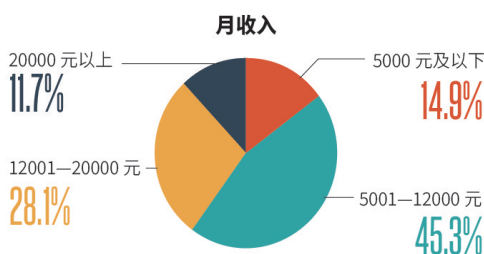
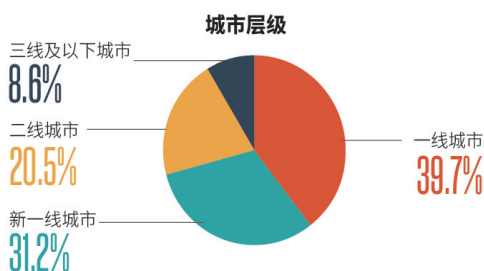
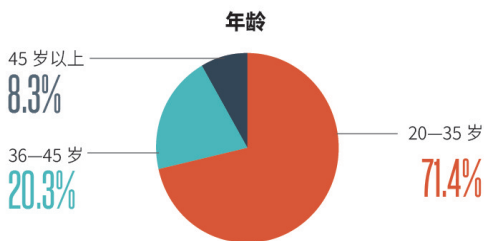
超七成用户为20—35岁群体,单次数十元可享受专业上门服务 年轻人更愿花钱“买时间” 上门经济进入精细分层阶段

刚刚过去的中秋国庆长假,一则城市副业消费新闻引发全网热议,精准折射出当下年轻人全新的生活消费方式。杭州一名副业从业者在假期期间,累计承接195单上门喂猫、宠物照料服务,假期总收入突破2.2万元,单日最高奔波走访43户居民家中完成服务。

看似小众的副业爆单现象,背后是千万城市消费者的消费观念转变。年轻人青睐购买他人的碎片化时间,换取各种上门服务,新赛道也因需求产生——越来越多个人和企业,把从前只属于高端人群、价格门槛高企的服务项目,以低至单次数十元的价格推向平常人家。数据显示,这类新兴服务已经占据家政业务总量的两成并处于高速发展中,有服务项目年增速达45%,超七成用户是20—35岁的年轻人群。

■策划/采写:新快报记者 罗韵 ■制图:廖木兴

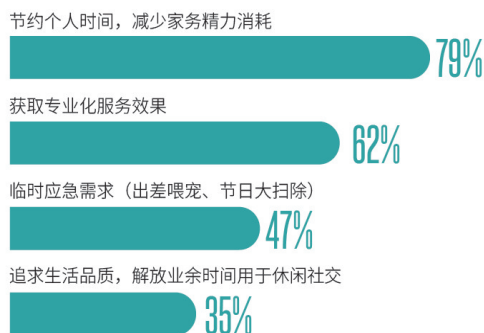
上门到家服务消费者完整画像



最青睐上门服务的职业 TOP4



消费动机(多选)



01 从“亲力亲为”到“节约个人时间” 近三成用户为上门服务月花800元+

宠物上门喂养的爆单,只是当代城市“买时间”消费浪潮的一个微小缩影。在广州、深圳、上海、北京等一线及新一线城市,这种新型消费模式早已渗透到日常生活的方方面面。对于身处高强度工作节奏中的都市白领而言,有限的闲暇时间已经成为最稀缺的生活资源。

按次、包月的深度居家保洁、换季全屋收纳整理、日常家电深度清洗、出差上门喂宠、同城代办跑腿、证件办理、排队取号等轻量化服务,正成为年轻都市群体的固定月度消费项目。数据显示,近三成用户每月在各类生活外包服务上的固定支出稳定在800元以上,以小额消费来节约个人时间,减少家务精力消耗(79%),获取专业化的服务效果(62%),与传统“亲力亲为”的家务观念区别开来。

长久以来,私人管家、专属顾问、高端定制服务被贴上“富豪专属”的标签,是高端圈层独享的生活配套。但近三年来,国内城市消费结构发生结构性迭代,大众消费逻辑从“购买实物商品、追求物质富足”,全面转向“购买服务、节约时间、提升生活质感”。国内消费市场也从全民普惠式升级阶段,进入分层化、精细化、个性化的全新发展周期。

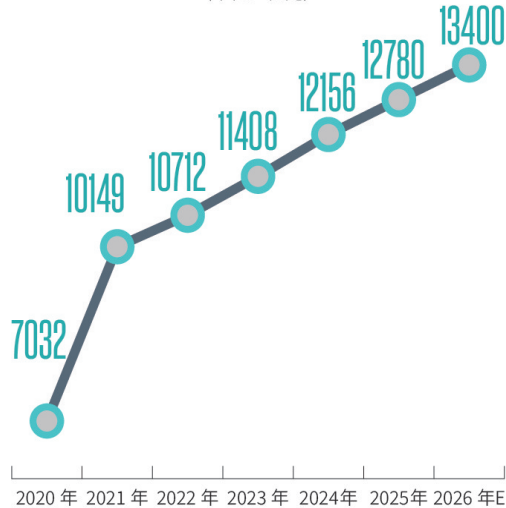
国家统计局公开数据显示,近年来我国居民人均服务性消费支出占总支出的比重持续稳步攀升,服务消费已经取代传统实物消费,成为拉动居民消费增长的核心主力,国内消费结构升级趋势明确。而以“购买时间、解放精力”为核心的私人生活服务消费,是服务消费升级最具代表性的新兴赛道,具备长期可持续的增长潜力。

当下国内市场“买时间”消费清晰分化为两大圈层。年轻白领群体主打轻量化、碎片化的生活服务外包,聚焦解决日常家务、琐碎事务的精力消耗;中产家庭、高净值人群则全面升级消费形态,搭建起涵盖健康、运动、法务、财税、生活统筹的全链条私人顾问服务体系。两大消费群体需求持续释放,共同推动国内家庭私人服务赛道稳步扩容,成为万亿级别消费新蓝海,也是拉动服务消费增长的核心动力之一。

家政与家庭服务行业,是国内“购买时间”消费最核心、最基础的承载赛道,行业统计口径覆盖全民刚需生活服务,包含传统居家保洁、母婴护理、养老照护三大基础品类,同时纳入近年快速崛起的全屋收纳、定制化上门服务、家庭管家统筹等增值服务。

2026年中国家政与家庭服务行业市场规模将达13400亿元

(单位:亿元)



2026年家政与家庭服务相关企业存续数量预计有310万家

(单位:万家)

