



02 新兴增值服务成为行业增长主力 20至35岁年轻群体稳居消费首位

从前,行业增长核心驱动力来自母婴护理、养老陪护两大刚性民生需求,服务受众以家庭刚需群体为主,服务模式传统、品类单一。近年来,行业增长逻辑发生改变,年轻消费群体成为赛道核心增量来源,新兴增值服务成为行业增长主力。

数据显示,2025年,国内家政家庭服务业规模持续扩容至12780亿元,预测2026年市场规模将达到13400亿元。其中,20至35岁年轻群体已稳居上门增值服务消费首位,占全部消费人群的71.4%。其中25至35岁的职场白领群体占比高达52.7%,是全行业下单频次最高、复购率最稳定、客单价最高的核心消费群体。

从消费品类来看,传统基础保洁业务增速趋于平稳,全屋收纳整理、上门代厨、宠物专属照料、同城代办跑腿等新兴细分赛道增速迅猛,部分小众增值品类年度增速突破45%,展现出极强的市场活力。

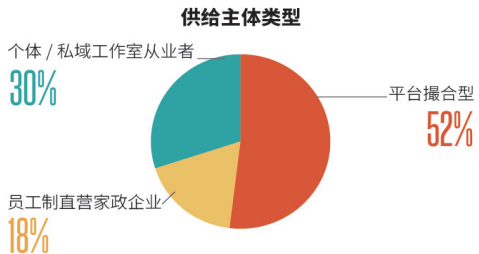
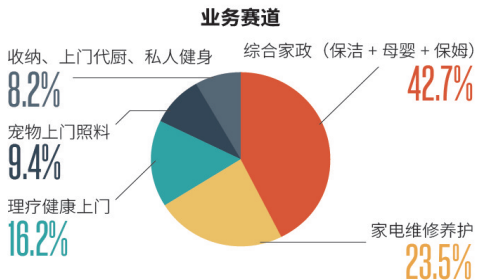
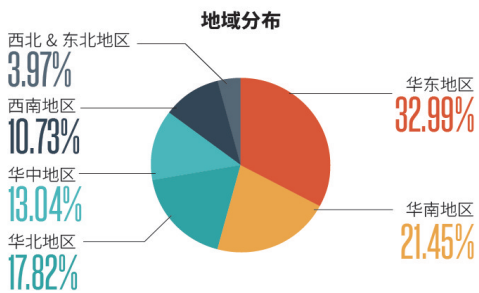
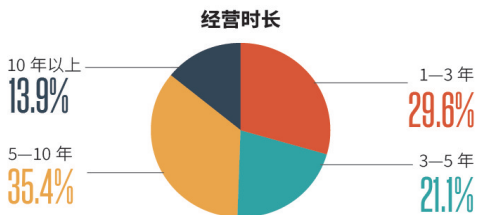
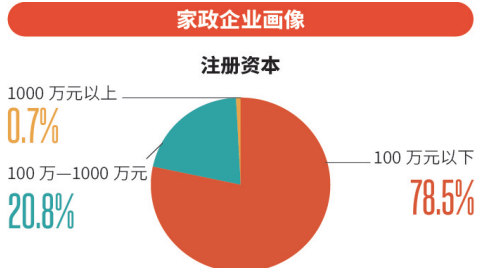
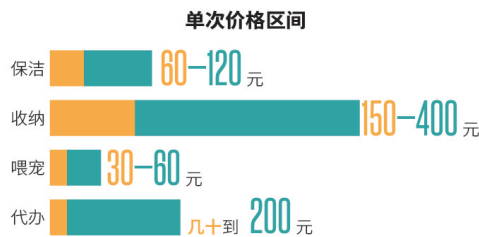
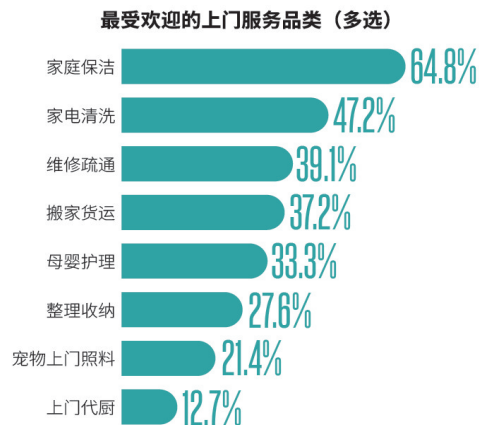
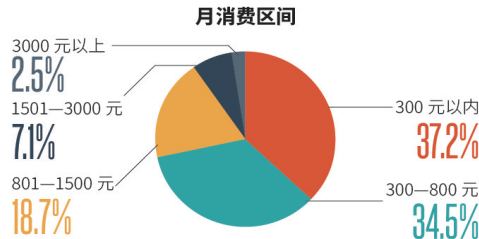
有本地家政企业受访表示,该企业运营数据显示,近三年,25至35岁无刚需老小的年轻小家庭订单占比持续攀升,包月、季度包、年度包等长期订阅式订单增速远超单次应急订单。年轻消费者不再将家政服务视作突发清洁需求,而是纳入每月固定生活开支,形成常态化、持续性的消费习惯。

英敏特发布报告观点称,当前国内消费已彻底告别一刀切的全民升级模式,进入精细化分层阶段。消费者在实物消费领域越发理性克制,主动减少冲

动消费、冗余消费,但在节约时间、提升情绪价值、优化生活品质的服务类消费上,消费意愿、付费意愿持续提升,愿意为稀缺的个人时间支付溢价。未来城市消费的核心竞争资源不再是商品、物资,而是个人时间与精力。在高强度的城市工作与生活节奏下,每个人的时间固定且稀缺,低价值、重复性的琐碎事务,正在成为都市人群的主要精力内耗来源。在此趋势下,付费外包琐事、用消费置换时间与情绪价值,将成为城市居民的主流消费选择。

不同收入层级的消费群体,在“买时间”的消费选择上呈现出清晰的分层特征。月收入集中在8000元至20000元的都市年轻中产,主打轻量化、低成本的时间外包模式,所有服务按需下单、灵活消费,市场主流服务定价清晰亲民。该群体核心诉求简单明确,通过小额付费剥离低价值、重复性的家务琐事,保全工作之余有限的休息与自我调节精力。

对于年收入百万元以上的中产及高净值家庭,消费模式实现全面升级,从零散单次消费转向体系化、专属化、长期化的私人服务定制。这类群体不再局限于基础居家服务,而是搭建全方位私人顾问矩阵,涵盖专属家庭管家、专职运动私教、定制化健康管理、家庭法务咨询、个人财税规划等高端服务。服务模式以年度会员、长期专属订阅为主,年度整体投入可达十万至数十万元,核心需求是统筹全家生活事务、优化家庭资源配置、最大化节约家庭管理时间。



- 行业痛点 TOP3
- 1 定价无统一官方标准,易出现低价引流、隐形加价纠纷
 - 2 入户场景存在隐私财物风险,制约高收入用户尝试
 - 3 缺乏复合型人才,培养周期长

03 需求端倒逼家政企业迭代升级 资本对行业规模化持审慎态度

需求端的爆发式增长,持续倒逼行业供给端迭代升级,重塑传统家政行业的经营模式。长期以来,国内家政行业以轻资产中介模式为主,平台仅承担供需撮合职能,收取一次性中介费用,不参与服务管控、人员管理与售后保障,存在人员流动性大、服务标准不统一、履约稳定性差等诸多弊端。而当下年轻消费者偏好的长期包月、年度订阅订单,对服务稳定性、标准化、专业性、售后保障提出了极高要求,传统中介模式已无法适配新消费需求。

在此背景下,一批率先进行升级改造的企业开始推行员工制运营模式,所

有服务人员直接与企业签订劳动合同、缴纳社保,由企业统一开展岗前培训、技能考核、服务管控与标准化派单。针对长期订阅订单,企业建立完善的替补机制,若在岗服务人员临时请假、突发离岗,可即时调配同标准人员替补,保障服务连续性与稳定性,以解决传统中介模式的核心痛点。

此外,大量初创企业也纷纷入局私人管家、时间服务赛道,尝试打造标准化、轻量化的订阅式管家产品。但从一级市场投融资数据来看,资本对赛道仍然保持理性审慎的态度。2024年至2026年,家庭服务赛道融资主要集中在

居家康养、养老护理等民生刚需领域,面向都市年轻群体的通用型私人管家订阅项目,大额融资案例寥寥无几。

有行业监测结果显示,基础保洁、家电清洗、洗护养护等标准化服务品类,可快速实现规模化复制扩张,市场供给充足;而全屋收纳、私人管家、定制化统筹等高度依赖从业者审美、经验、沟通能力、综合素养的服务品类,供给端增速严重滞后于需求端。有深耕高端收纳、私人统筹的本地工作室表示,优质资深从业者档期常年爆满,旺季预约排期可达两周以上,高端优质服务的人才缺口持续扩大。

04 定价隐私人才等痛点制约发展 “买时间”成消费增长新引擎

供需错配、高速增长的市场背后,行业长期存在的痛点与乱象也持续凸显,成为赛道高质量发展的制约因素。

首先是行业定价体系混乱,标准化缺失。目前国内生活外包服务暂无统一官方指导价,市场化定价自由度极高。平台合规商家有公开透明的定价体系,而大量个体自由从业者依托私域接单,报价随行就市,存在隐形加价、低价引流、中途增项等乱象,消费纠纷频发,影响行业口碑。

其次是入户服务隐私安全风险突出。居家保洁、全屋收纳、家庭管家等服

务均为入户场景,从业者可直接接触消费者居家环境、个人财物、生活隐私等核心信息。隐私安全顾虑,是中高收入家庭不敢大规模普及入户私人服务的核心原因。

最后是复合型专业人才严重短缺。国内家政行业从业人员基数庞大,但大多集中在基础保洁、陪护等低端岗位,具备综合统筹、空间设计、健康常识、礼仪沟通、专项技能的复合型人才占比极低。收纳师需要具备空间规划、美学设计、分类整理的专业能力,高端管家需要掌握生活统筹、资源对接、礼仪服务、基

础法务健康知识,人才培养周期长、门槛高。市面上大量速成培训机构短期发证、快速上岗,服务专业性参差不齐,难以匹配消费者日益升级的品质需求,行业人才短板问题亟待解决。

未来,家庭上门服务赛道的核心发展空间,不在于实现全民服务外包,而在于为消费者提供更多生活选择权,实现生活品质与个人状态的双向优化。随着国民时间价值认知持续提升,行业标准化体系不断完善,服务品质持续升级,“买时间”的新型消费将持续渗透下沉,成为国内消费市场长期稳定的增长新引擎。

数据来源

艾媒咨询《2025—2026中国本地生活服务市场竞争格局和消费调查研究报告》
《2024年中国家政服务行业发展状况及消费洞察报告》
英敏特《2026中国消费者:分化时代的消费》
美团研究院《2023—2025同城到家消费大数

据》
《2025同城到家细分品类客单价报告》
网经社《互联网家政行业年度报告2025》
国家统计局
IT桔子
企查查



（请点击“数据”频道）