告别买商品，转向买时间；18—35岁客群占比高达85%

青年“时间经济学”重塑消费 “服务小时达”成高增长赛道



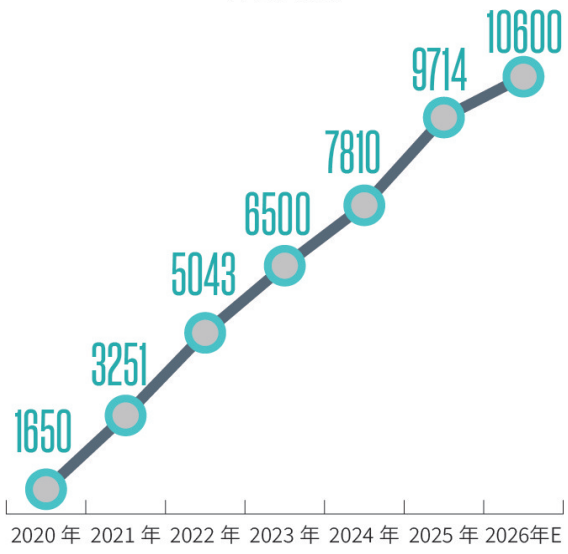
当代青年的“时间经济学”消费观正在发生变化！从前，人们花钱买商品、填补物资匮乏；现在，年轻人花钱买时间精力、买免于奔波的自由。原本需要亲力亲为、亲自完成的琐事，年轻人更倾向于通过同城履约体系、真人上门服务完成交付。

与此同时，在存量消费常态化、体验经济深度渗透的新时代背景下，国内即时零售行业正在经历结构性范式迭代——曾经以生鲜、商超、日用品为核心的“实物小时达”增长红利逐步消退，而上门美护、宠物洗护、家电维保、全屋收纳、居家理疗等服务即时履约赛道则异军突起，成为本地生活消费具有确定性的增量市场。

■策划/采写：新快报记者 罗韵
■制图：廖木兴

2026年国内即时零售（实物履约）市场规模将破万亿元

（单位：亿元）



传统即时零售（旧赛道）

核心业态：生鲜果蔬、零食酒水、药品、日用品、商超百货

履约特征：标准化SKU、库存稳定、配送链路简单、可规模化复制

行业现状：增速放缓、客单价透明、平台补贴收缩、同质化严重

新型服务型小时达（新赛道）

核心业态：上门美护、宠物洗护、家电清洗检修、收纳整理、上门轻理疗、居家便民服务

履约特征：无标准化商品、人力依赖强、服务质量参差、非标定制化强

行业现状：渗透率低、需求爆发快、复购黏性高、暂无头部垄断玩家

服务型小时达产业链

上游【服务供给与从业者】

个体技能从业者：美甲师、美容师、宠物洗护师、收纳师、家电维修技师

小微服务工作室：本地生活服务门店、家政服务小店、专项技能团队

配套物资供给：护理耗材、清洁设备、宠物洗护用品、工具器械

中游【履约运营主体】

头部平台方：美团小时达、京东到家、闪购同城、饿了么即时服务频道等

本地服务商：同城聚合运营机构、技能人员孵化派遣公司

履约配套：同城骑手运力、就近点位调度、客服售后、标准化培训体系

下游【流量场景】

C端消费者：独居青年、职场白领、小区家庭、懒人经济群体

核心消费场景：居家懒消费、临时应急需求、节假日便民服务、大促体验消费

流量渠道：平台公域流量、同城推荐、社区社群、商圈流量导流

1 用购买服务置换自由时间 广州成“服务小时达”核心试验场

根据测算，国内狭义实物即时零售市场规模在2026年预计突破10600亿元，正式迈入万亿规模。但逐年数据也清晰印证，实物赛道增速持续收窄，流量红利趋于饱和，行业进入红海内卷阶段。与实物配送增长乏力形成鲜明对比的是，依托同城半小时履约基建的全面成熟，按需即时上门服务订单持续增长，正在合力改写城市近场消费与青年生活、就业的现象变迁和底层逻辑。

当代都市青年普遍陷入时间碎片化、精力高消耗、通勤成本高和职场压力饱和的生存状态。对于他们而言，时间远比金钱稀缺。从前熟悉的消费生活场景，如外出堂食、到店体验、交通往返和排队等候，本质都是不可再生的时间损耗，件件击中他们的“七寸”。“服务小时达”的崛起，是青年群体对时间成本的极致压缩。于这个群体而言，“宅经济”的进一步深化——最小化外部生活半径，最大化锁住居家舒适区，减少对城市生活的参与，用购买服务置换个人自由时间变得更为重要。

尽管如此，目前国内尚无权威机构单独统计“服务小时达”细分市场独立规模，非标上门服务统一归入万亿级到家生活服务大盘，与标准化实物即时零售分属两套统计口径。但美团研究院、艾瑞咨询、头豹研究院等的持续监测显示，即时派单式上门服务订单增速远超传统预约制家政服务，是即时零售下半场的核心结构性增量。以广州为代表的华南核心消费城市，凭借密集的社区布局、成熟的同城履约网络和庞大的青年消费群体，已经成为全国服务型小时达业态迭代、青年新消费、新就业的核心试验场。

2 提供多元创收机会 新赛道成青年灵活就业“蓄水池”

相较于消费端的迭代升级，就业端的社会价值，是服务型小时达赛道中容易被忽视，却具有重要时代意义的核心价值。在当下就业市场面临结构性调整、青年灵活就业需求攀升的大背景下，非标即时上门服务赛道为新时代青年搭建了低成本、高灵活、低门槛的就业创业平台，成为吸纳青年兼职、自由职业、独立接单就业的重要“蓄水池”，契合国家培育新就业形态、拓宽青年就业渠道的发展导向。

从业者调研数据清晰展现了赛道的就业包容性：当前即时上门服务从业者中，兼职碎片化接单人群占比高达62%，全职入驻平台从业者仅38%；从业年限结构上，1年以内新手从业者占43%，1—3年熟手占45%，行业持续吸纳新人入场，为青年提供零门槛职业试错、技能变现的渠道。从经营形态来看，68%的从业者为个体独立接单、自主经营，27%为小型工作室运营，规范化连锁机构仅占5%，充分体现了赛道轻资产、个体化、自由化的就业特征。

对于当代青年而言，传统固定职场存在通勤束缚、考勤约束、职场内耗、职业固化等问题，难以适配新时代青年追求自由、自主、多元的职业观念。而上门美甲、宠物洗护、居家收纳、家电维保等技能型即时服务，让青年实现“技能自主、时间自主、收入自主”，无需高额房租成本、固定工位、绑定企业劳动关系和复杂的职场“人情世故”，依靠个人专业技能即可实现灵活增收。

在实际操作中，在校大学生、职场副业青年、自由职业群体，可利用碎片化时间接单变现，既能积累职业经验、打磨专业技能，又能灵活补充收入，有效缓解青年就业压力、降低职业试错成本。

这种新型就业模式，打破了传统“单位制就业”的单一格局，丰富了新时代青年的职业选择，推动就业形态从“固定全职”向“多元灵活”转型，是数字经济时代个体赋能、技能平权的生动体现。

产业链盈利模式

平台方收入：技能服务佣金抽成；商家入驻服务费、排位推广费；节假日大促活动招商收入

服务商/工作室收入：技师订单差价利润；套餐卡包、次卡会员增收；企业团建、社区批量团购订单

个体从业者收入：上门服务单次订单收入；平台活动补贴、高峰时段溢价

用户成本：按需支付服务费用+部分远程上门溢价

行业现存核心痛点TOP6

1. 服务高度非标，无统一行业标准，技师水平参差，用户体验不稳定
2. 上门安全、隐私保护、服务纠纷取证难，合规监管体系不完善
3. 兼职从业者占比过高，人员流动性大，服务稳定性不足
4. 上门溢价、距离溢价规则混乱，价格体系不透明
5. 售后赔付、维权成本高，行业缺乏统一约束机制
6. 难以规模化复制，相较实物配送扩张成本更高、效率更低